



TRAKŲ RAJONO SAVIVALDYBĖS MERAS

POTVARKIS DĖL VŠĮ TRAKŲ TURIZMO IR VERSLO INFORMACIJOS CENTRO METINIŲ ATASKAITŲ RINKINIO TVIRTINIMO

2025 m. vasario d. Nr. P1E-
Trakai

Vadovaudamasis Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymo 15 straipsnio 3 dalies 1 ir 3 punktais, 7 dalimi bei Trakų rajono savivaldybės tarybos 2023 m. kovo 30 d. sprendimo Nr. S1E-38 „Dėl Trakų rajono savivaldybės tarybos veiklos reglamento patvirtinimo“ 9.1.4 ir 9.1.6 papunkčiais, t v i r t i n u VŠĮ Trakų turizmo ir verslo informacijos centro metinių ataskaitų rinkinį (pridedama).

Savivaldybės meras

Andrius Šatevičius

Parengė
Kultūros ir turizmo skyriaus vedėja
Asta Lipkevičienė



2024

TRAKŲ TURIZMO IR VERSLO INFORMACIJOS CENTRO VEIKLOS ATASKAITA

VEIKLOS
INFORMACIJA



WWW.TRAKAI-VISIT.LT

PATVIRTINTA:
Trakų rajono savivaldybės mero
2025 m. _____ mėn. ____ d.
potvarkiu Nr.

**VŠĮ TRAKŲ TURIZMO IR VERSLO INFORMACIJOS CENTRO
2024 M. VEIKLOS ATASKAITA**

TURINYS

Skyriaus numeris	Skyriaus pavadinimas	Puslapiai
I.	Bendroji dalis	2–3
II.	2024 centro vykdytų veiklų pasiektų rodiklių infografika	4–7
III.	2019–2024 m. Trakų turizmo ir verslo informacijos centro lankytojų ir rajono apgyvendinimo sektoriaus prioriteto turizmo rinkų statistikos apžvalga	8–14
IV.	2024 m. vykdytų turizmo rinkodaros priemonių monitoringas	14–19
V.	Trakų krašto turizmo išteklių pristatymas prioritetinėse Lietuvos ir užsienio rinkose	20–25
VI.	Trakų krašto turizmo išteklių pristatymas interneto svetainėje www.trakai-visit.lt	25–27
VII.	Krašto turizmo išteklių pristatymai socialiniuose tinkluose	27–29
VIII.	Bendri projektai ir partnerystės	30–32
IX.	Reprezentacinių leidinių leidyba	33–34
X.	Socialinio projekto „Trakiečio kortelė“ administravimas	34–35
XI.	Žmogiškieji ištekliai	35–36
XII.	Finansavimas, šaltiniai, išlaidos	36–37

Priedai

Priedo numeris	Priedo pavadinimas	Lapų skaičius
1 priedas	Turistų nakvynių 2024 m. Trakų rajono apgyvendinimo vietose palyginamoji statistika su Lietuvos kurortais ir kurortinėmis teritorijomis.	3 lapai
2 priedas	Apibendrintos išvalgos apie Trakų turizmo ir verslo komunikacijos kanalą BalticTravelNews Latvijoje ir Estijoje 2024 m.	4 lapai
3 priedas	Reklamos kampanijos socialiniuose tinkluose pasiektų rodiklių ataskaita.	4 lapai
4 priedas	Svetainės www.trakai-visit.lt lankomumo ir turinio Google Analytic duomenys.	4 lapai
5 priedas	Trakiečio kortelės administravimo apžvalga.	1 lapas
6 priedas	Trakų TVIC 2024 metų veikla infografikoje	3 lapai

I. BENDROJI DALIS

Ištaigos istorija ir steigimas

- Viešoji įstaiga **Trakų turizmo informacijos centras** (toliau – TIC, Centras) įsteigtas 2000 m. rugsėjo 28 d., registruota Registrų centre – 2000-10-16, veiklą pradėjo 2001 m. sausio 1 d. Steigėjas ir vienintelis dalininkas – Trakų rajono savivaldybės taryba.
- 2024 m. lapkričio 28 d. savivaldybės tarybos sprendimu įstaigos pavadinimas pakeistas į **Viešąją įstaigą Trakų turizmo ir verslo informacijos centras** – sutrumpintai TVIC, Centras.

Centro veiklos tikslai:

- Formuoti rajono turizmo įvaizdį ir skleisti informaciją apie Trakų rajono turistinius išteklius šalies ir tarptautiniu mastu;
- Didinti turistų srautus Trakų rajono savivaldybėje;
- Teikti nemokamą informaciją apie turizmo paslaugas turistams ir svečiams;
- Kurti ekonominį patrauklumą, analizuoti turizmo rinkas, rengti ir įgyvendinti projektus, skatinti verslumą, padėti esamiems verslo subjektams plėtoti veiklą ir pritapti prie kintančių rinkos sąlygų.

Pagrindinės Centro funkcijos:

- Sudaryti sąlygas verslo ir turizmo plėtrai;
- Didinti vietovės žinomumą ir patrauklumą;
- Užtikrinti efektyvią turizmo informacijos sklaidą;
- Atlikti turizmo ir rajono verslo sektoriaus analizę ir stebėseną;
- Įgyvendinti strateginius savivaldybės turizmo plėtros dokumentus.

Pagrindiniai Centro veiklos 2024 m. iššūkiai:

- Metų pabaigoje organizaciniai – pakeisti įstatai, praplėstos veiklos funkcijos, iškelti nauji tikslai;
- Geopolitinė įtampa (karas Ukrainoje, nauji konfliktų židiniai), politiniai pokyčiai daugelyje šalių ir saugumo klausimai Europoje;
- Sparti technologijų kaita;
- Nuolatiniai turistų elgsenos pokyčiai;
- Stipri konkurencija turizmo rinkoje.

Centro partneriai – pagal vykdytas veiklas 2024 m.

- Nacionalinė turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“
- Lietuvos turizmo rūmai
- Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų turizmo informacijos centrai
- Turizmo asociacijos (kaimo, pilių, muziejų, restoranų)
- Lietuvos ambasados Prancūzijoje ir Lenkijoje, Vokietijoje ir Rygoje
- Baltijos šalių turizmo asociacijos
- Vietos institucijos ir verslo subjektai

Žmogiškieji ištekliai – Centre dirba 5 darbuotojai, užima 4,5 etato:

- Direktorius (1 etatas)
- Finansininkas (0,5 etato)
- Direktoriaus pavaduotojas (1 etatas)
- Turizmo vadybininkas rinkodarai (1 etatas)
- Turizmo e-rinkodaros vadybininkas (1 etatas)
- Bendra darbo užmokesčio koeficientų suma 2024 m. – 4,82

Veiklos reglamentavimas

- Lietuvos Respublikos Viešųjų įstaigų įstatymu
- Turizmo įstatymu
- Įstaigos įstatais
- Savivaldybės tarybos sprendimais
- Strateginės veiklos ir plėtros planais
- 2022–2026 m. turizmo rinkodaros strategija
- TVIC Klientų aptarnavimo standartais
- TVIC Vidaus tvarkos taisyklėmis

Pastaba: Kadangi įstaigos pavadinimas pakeistas tik 2024 m. lapkričio 28 d., šioje ataskaitoje pateikiama veikla apima tik turizmo plėtros ir rinkodaros priemones.

2024 M. ATASKAITOS PAGRINDINIAI VEIKLŲ RODIKLIAI



ĮSTAIGOS ISTORIJA

2001 09 27 įregistruotas Trakų turizmo informacijos centras.

2024 m. 12 mėn. 10 d. įstaiga registruota nauju pavadinimu: *VšĮ Trakų turizmo ir verslo informacijos centras.*

DARBUOTOJAI

Centre dirba

- **5 darbuotojai**
4,5 etatai.



KVALIFIKACIJA



Kelta kvalifikacija **7 kartus.**

- e-rinkodara;
- viešieji pirkimai;
- darbo aplinkos mokesčių pasikeitimo klausimais ir kt.

FINANSAVIMAS

Gautas finansavimas iš savivaldybės biudžeto 2024 m.

Viso: 157.3 tūkst. eur.

Administravimas: 126.9 tūkst. eur.

Rinkodara: 30.4 tūkst. eur.

2023 m. – 147.70 tūkst. eur.



GAUTOS CENTRO PAJAMOS IŠ PAPILDOMŲ VEIKLŲ



TIC LANKYTOJAI



statistika APGYVENDINIMAS



VISO (bendrai Vokietija, Latvija, Lenkija, Izraelis):

2018 | 14154
 2019 | 18353
 2020 | 5734
 2021 | 2880
 2022 | 4794
 2023 | 8791
 2024 | 9687

TRAKŲ VARDŲ ŽINOMUMAS

2024 m. paminėti "Google" paieškose

- Lietuva: 2 770 000 paieškų
- Vokiškai kalbančios šalys: 809 000 paieškų
- Lenkijos rinka: 151 000 paieškų
- Prancūziškai kalbančios šalys: 80 800 paieškų
- Estija: 8630 paieškų
- Latvija: 4000 paieškų

SVETAINĖS ANALIZĖ

www.trakai-visit.lt



24 / 365 darbo laiku atsakoma
 tiesiogiai ChatBoot.
 Ne darbo - greitoji paieška.



Pasijungimų skaičius išaugo
 12% - 1.5 mln. mvisd.
 Per dieną - 550 pasijungimai.



Jungiasi iš 156 šalių, beveik
 4500 pasaulio miestų.
 80% - LT.



INFORMACIJOS sklaida

12 informacinių stotelių



INFORMACIJOS sklaida

18 Nukreipiamųjų nuorodų

24/365

QR kodai

autobusuose, stotyje, BOLT stotelėse, laivuose, maitinimo įstaigose, prie lankytinų objektų.

TIKTOK

Trakai_WOW

- 4500 sekėjų
- ~ 300 įrašų
- 160 tūkst. reakcijų

- 2750 sekėjų
- 181 tūkst. reakcijų



INSTAGRAM

2 paskyros

ĮRAŠAI SOCIALINIUOSE TINKLUOSE

"Facebook" | "Instagram" | video dienoraštis



6 "Facebook" puslapiai ir
6 "Facebook" grupės.

32 tūkst. sekėjų
Bendras įrašų skaičius 1300 /
~ 2,57 mln. reakcijų



FACEBOOK

REKLAMA

ADS reklamos "Facebook" ir
"Instagram" efektyvumas



VISO IŠLEISTA: 1841 EUR.



PASIEKTA BEVEIK 2 MLN. REAKCIJŲ.



VIDUTINĖ VIENOS REAKCIJOS KAINA:



tarptautinės
PARODOS



24 tūkst. lankytojų
kaštai: 2.5 tūkst. eur.



infoturai, reportažai
PRISTATYMAI

LIETUVOJE **53**

UŽSIENYJE **51**

INFOTURAI **3** 31 dalyvis

VEBINARAI **2** LV / DE rinkoms
36 dalyv



80 tūkst. lankytojų
kaštai: 3 tūkst. eur.

BENDRI PROJEKTAI

Strateginės partnerystės

2024 metais Trakų turizmo ir verslo informacijos centras aktyviai bendradarbiaavo su šešiomis pagrindinėmis institucijomis:

- NTIC | Nacionaline turizmo informacijos centrų asociacija
- LKA | Lietuvos kariuomenės akademija
- TINP | Trakų istorinio nacionalinio parko direkcija
- Trakiečio kortelė
- Lentvario biblioteka
- Trakų krašto tradicinių amatų asociacija



NAUJI TURISTINIAI MARŠRUTAI

2024 metais sukurti 6 nauji teminiai maršrutai:



TRAKŲ SKONIAI (LV, DE, EN, PL)



TRAKŲ KALĖDINIAI SKONIAI



ROMANTIŠKAS UŽUTRAKIS (LT, LV, DE, EN, PL)



TRAKŲ PILYS IR PILIAVIETĖS (FR, LV, DE, EN, PL)



KARAIMŲ MAŽASIS MIESTAS (LT, PL, EN, DE)



INFORMACINIS-ORIENTACINIS
ŽAIDIMAS "TRAKIO KODAS" (LT)

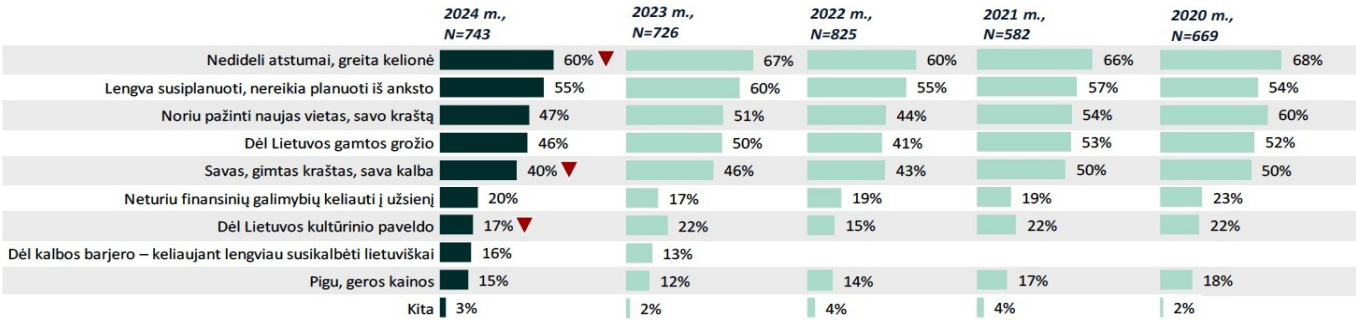
III. 2019–2024 M. TRAKŲ TURIZMO IR VERSLO INFORMACIJOS CENTRO LANKYTOJŲ IR RAJONO APGYVENDINIMO SEKTORIAUS PRIORITETINIŲ TURIZMO RINKŲ STATISTIKOS APŽVALGA

3.1. Bendrosios tendencijos

Pagrindinės keliavimo Lietuvoje priežastys



Q1_1. Nurodykite keletą pagrindinių priežasčių, dėl kurių įprastai keliaujate Lietuvoje. Galimi keli atsakymo variantai.



Nepaisant sudėtingos geopolitinės situacijos 2022–2024 metais, pastebimas stabilus turistų iš užsienio šalių augimas ir sugrįžimas į prioritetines Trakų turizmo rinkas. Valstybės duomenų agentūros oficiali turizmo statistika šiuo metu prieinama tik už 2024 m. III ketvirtį.

3.2. Trakų turizmo ir verslo informacijos centro (Centro) lankytojų 2024 m. apžvalga

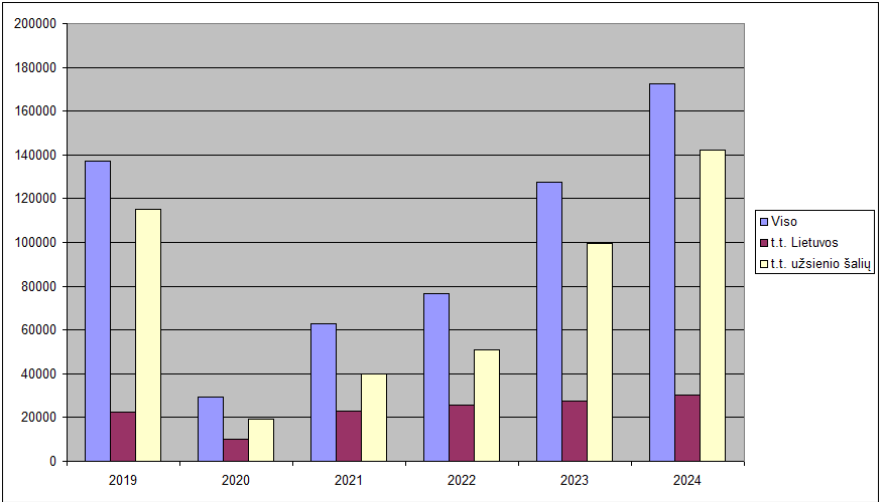
Įstaigos pavadinimo pokytis

2024 m. gruodžio 10 d. įstaiga pakeitė pavadinimą iš VšĮ Trakų turizmo informacijos centras į VšĮ Trakų turizmo ir verslo informacijos centras.

- Bendros lankytojų tendencijos**
2024 metais centrą aplankė rekordinis lankytojų skaičius (lyginant su 2015 metais, kai Centras persikėlė į patalpas Karaimų g. 41) – 172470 žmonių, iš kurių: Lietuvos gyventojai 30228 (17,5 %), užsienio turistai 142242 (82,5 %).
- Lyginant su 2023 m., bendras lankytojų skaičius išaugo **35,4 %** (nuo 127346 iki 172470).

1 grafikas

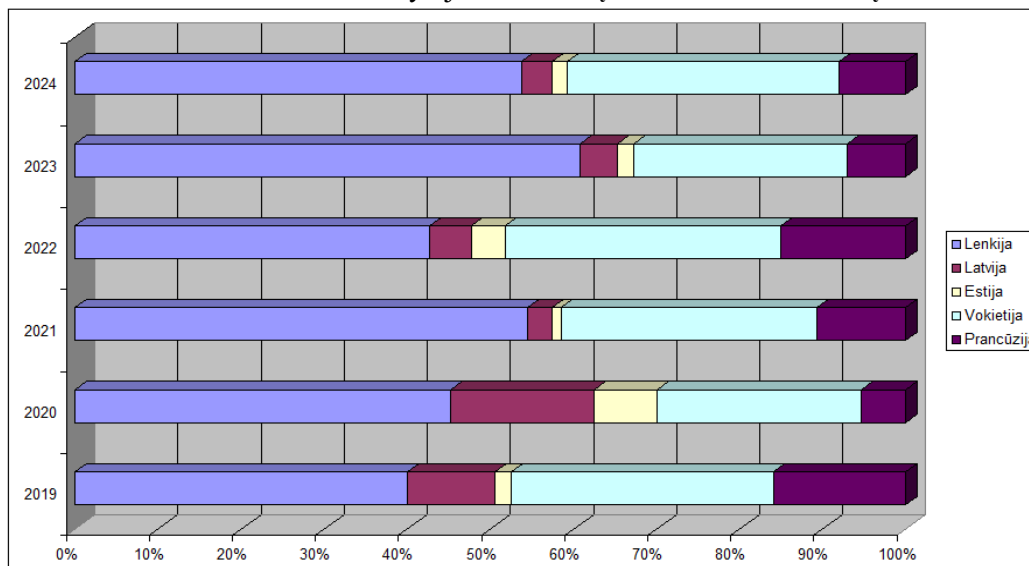
Centro lankytojų dinamika 2019–2024 m. / 2020–2022 pandemijos m.



1 lentelė
Centro lankytojų statistika

	Iš viso	t. t. Lietuvos	t. t. užsienio šalių
2019	137376	22391	114985
2020	29241	9872	19369
2021	62860	22860	40000
2022	76424	25627	50797
2023	127346	27683	99663
2024	172470	30228	142242

2 grafikas
Centro lankytojai iš tikslinių užsienio turizmo rinkų 2019–2024



2 lentelė
Centro lankytojai iš tikslinių užsienio turizmo rinkų 2019–2024 pokyčiai

Metai	Lenkija	Latvija	Estija	Vokietija	Prancūzija
2019	22432	5968	1097	17663	8947
2020	5030	1908	842	2733	594
2021	18742	1010	347	10599	3662
2022	13120	1554	1250	10216	4631
2023	42834	3154	1370	18075	4948
2024	49320	3460	1670	29947	7399

Tikslinių rinkų analizė

Prioritetinės rinkos pagal 2018–2025 m. Trakų rajono turizmo rinkodaros strategiją – prioritetinėmis rinkomis išlieka:

- Kaimyninės šalys: Lenkija, Latvija, Estija
- Aukštos perkamosios galios Europos šalys: Vokietija, Prancūzija

2024 m. lankytojai iš tikslinių turizmo rinkų sudarė:

- Lenkijos: 49320 lankytojų (+15,1% lyginant su 2023 m.)
- Vokietijos: 29947 lankytojų (+65,7%)
- Latvijos: 3460 lankytojų (+9,7%)
- Prancūzijos: 7399 lankytojų (+49,5%)
- Estijos: 1670 lankytojų (+21,9%)

Pagrindinės išvalgos

- Stebimas popandeminis atvykstamojo turizmo rinkos atsigavimas – Centro lankytojų srautai viršijo 2019 m. (ikipandeminį) lygį.

Bendras augimas rodo sėkmingą atsigavimą po COVID-19 pandemijos.

- Vokietijos rinka 2024 m. demonstravo ypač stiprų augimą

- Latvijos rinkos iššūkiai:

Latvijos turistų skaičius auga lėčiau nei kitų tikslinių rinkų.

Pagrindinės priežastys:

- Laisvalaikio ir pramogų, SPA centro ir viešbučio (200 vietų) „Trasalis“ uždarymas;
- „Esperanza Resort“ (40 vietų) veiklos sustabdymas dėl vykdomos rekonstrukcijos;
- Dėl to pastebimas ekonominės ir aukštos klasės apgyvendinimo vietų trūkumas.
- Centro lankytojų iš Latvijos skaičiaus dinamika:

2019 m.: 5968 lankytojai (bazinis lygis)

2024 m.: 3460 lankytojai (42 % mažiau nei 2019 m.)

Pagrindinės lėto atsigavimo priežastys – apgyvendinimo infrastruktūros praradimai.

„Trasalis“ buvo latvių turistų poreikius atitinkantis viešbutis, SPA ir laisvalaikio centras – buvo ypač populiarus tarp Latvijos šeimų su vaikais;

„Esperanza Resort“ veiklos nutraukimas – prabangus viešbutis, SPA centras, aktyvaus poilsio galimybės – orientuotas į Premium segmentą, Latvijos verslo turistų ir turtuolių pamėgta vieta, unikalūs paslaugų paketas, neturintis analogų regione.

Apgyvendinimo sektoriuje nors ir pastebimas augimas – bet labai lėtai auganti kreivė.

• **Struktūrinės problemos**

Verslo ir aukštos klasės apgyvendinimo vietų (4*–5*) Trakų rajone trūkumas:

Praradus du pagrindinius objektus, nebuvo atidaryta alternatyvių šio segmento variantų;

Esami keli viešbučiai (4*) Trakų rajone – dažnai visą turistinį sezoną užimti Lenkijos turistų grupėmis arba organizuojamų verslo ir šeimyninio pobūdžio renginių.

Latvijos rinkos specifika – turistų preferencijos:

- Prioritetas teikiamas verslo ir aukštos kokybės apgyvendinimui;
- Didelis dėmesys SPA ir sveikatinimo paslaugoms;
- Mėgsta ilgesnius savaitgalio vizitus (2–3 nakvynės);
- Vertina kompleksines paslaugas vienoje vietoje.

Konkurencinės aplinkos Latvijos rinkai pokyčiai

• Išaugusi konkurencija iš kitų Lietuvos kurortų – Druskininkai ir Birštonas siūlo modernią SPA infrastruktūrą;

- Palanga ir Nida pritraukia vasaros poilsiautojus;
- Vilnius stiprina savo, kaip savaitgalio kelionių krypties, pozicijas.

Rekomendacijos Latvijos rinkos atgaivinimui

- Infrastruktūros vystymas;
- Skatinti investicijas į naujus verslo ir aukštos klasės apgyvendinimo objektus;
- Prioritetizuoti projektus su SPA ir sveikatinimo komponentais;
- Vystyti šeimoms pritaikytą infrastruktūrą.

2025 m. rinkodaros Latvijos rinkoje strategija

- Stiprinti komunikaciją apie esamus aukštos kokybės apgyvendinimo objektus;
- Vystyti bendradarbiavimą su Latvijos kelionių agentūromis;
- Kurti specialius pasiūlymus ilgiems savaitgaliams;
- Paslaugų paketai;
- Formuoti kompleksinius pasiūlymus, įtraukiant apgyvendinimą ir pramogas;

- Vystyti naujas pramogų galimybes, kompensuojančias prarastų objektų paslaugas;
- Stiprinti bendradarbiavimą tarp verslo subjektų kuriant bendrus pasiūlymus.

Ši analizė atskleidžia, kad Latvijos rinkos lėto atsigavimo priežastys yra kompleksinės ir susijusios ne tik su infrastruktūros praradimais, bet ir su specifiniais šios rinkos poreikiais.

Išvada

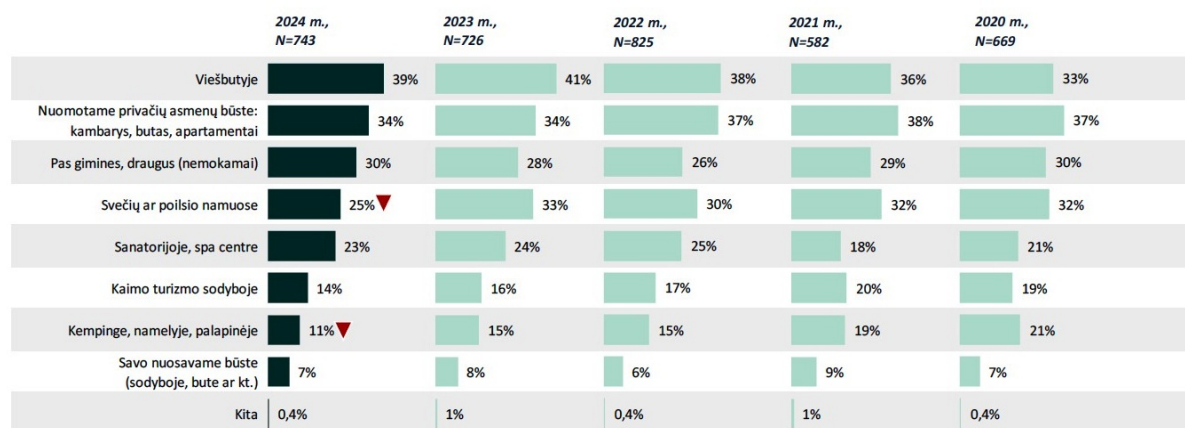
2024 m. parodė reikšmingą turizmo sektoriaus augimą Trakuose. Nors kai kurios rinkos (ypač Latvija) susiduria su infrastruktūros iššūkiais, bendros tendencijos yra teigiamos. Ypač džiugina Vokietijos ir Prancūzijos rinkų augimas, rodantis sėkmingą aukštesnės perkamosios galios turistų pritraukimą.

3.3. Atvykstamojo turizmo nakvynių skaičiaus analizė

Įprasti nakvynės tipai. 2020–2024 m.



Q8. Kur įprastai apsistojate kelionių Lietuvoje metu? Galimi keli atsakymai.



Bendras turistų tiek Lietuvoje taip pat ir Trakų rajone skaičius artėja prie ikipandeminio lygio, remiantis Valstybės duomenų agentūros 2024 m. 9 mėn. pateiktais duomenimis, lyginant su 2023 m. tuo pačiu laikotarpiu:

- Bendras augimas: +14,4 %
- Lietuvos gyventojų nakvynės: -5 % (Lietuviai ženkliai daugiau keliauja į užsienį)
- Užsieniečių nakvynės: +19,4 % (ES šalių turistų augimas: 26 %)

3.3.1. Trakų rajono turistų apgyvendinimo analizė 2017–2024 m.

Bendra situacija ir tendencijos

Trakų rajonas išlieka viena iš svarbiausių turistinių teritorijų Lietuvoje, užimanti 5-ą vietą tarp visų Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų bei lyderiaujanti tarp kurortinių teritorijų Vilniaus regione (2-oji vieta po Vilniaus miesto).

Pagrindiniai iššūkiai:

- Nakvynių skaičiaus atsigavimas – bendras nakvynių skaičius vis dar 26,6 % mažesnis nei 2019 m. (ikipandeminis lygis);

- Ši atotrūkį iš dalies lemia reikšmingas apgyvendinimo infrastruktūros sumažėjimas.

- Apgyvendinimo infrastruktūros pokyčiai:

**„Esperanza Resort“ uždarymas rekonstrukcijai (planuojamas atidarymas 2025 m. vasarą)

**„Trasalis“ poilsio ir pramogų centro uždarymas

Bendras lovų skaičiaus sumažėjimas: -23 % (240 lovų)

Prarastas pajėgumas: apie 46600 tūkst. lovdienų per metus

Trakų turistų nakvynių struktūra ir tendencijos

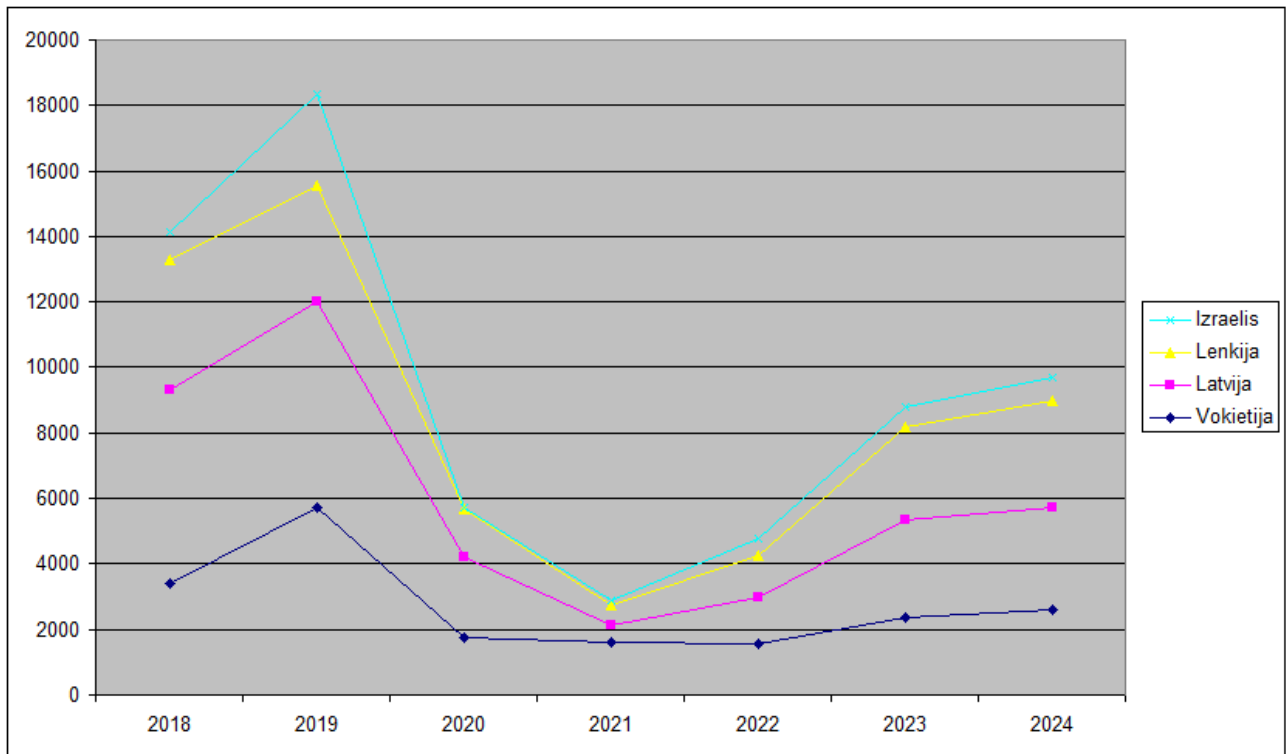
Lietuvos gyventojai: 85 %

Užsieniečiai: 15 %

Užsienio turistų dinamika 2018–2024 m.; ikipandeminiai: 2018–2019 m., pandeminiai: 2020–2021 m.

3 grafikas

Trakų turistų nakvynių struktūra ir tendencijos



Pagrindinės užsienio rinkos ir jų augimas:

- **Latvija**

2019 m. pikas: 6277 nakvynės

2024 m.: 3115 nakvynių

nuo ikipandeminio 2019 m. lygio vis dar atsilieka apie 50 % (sumažėjo Latvijos rinkoje populiarių apgyvendinimo vietų skaičius – „Trasalis“, „Esperanza resort“)

- **Vokietija**

2019 m. pikas: 5717 nakvynių

2024 m.: 2594 nakvynės

Vis dar atsilieka nuo ikipandeminio lygio, dėl sumažėjusių Vokietijos rinką tenkinusių apgyvendinimo vietų skaičiaus – vokiečiai renka verslo arba Premium klasės apgyvendinimo vietas. Siekia tik apie 45 % 2019 m. lygio

- **Lenkija**

Stabilesnė ir sparčiai auganti dinamika

2024 m.: 3297 nakvynės

Beveik pasiektas 2018 m. lygis

- **Izraelis**

Mažesni, bet augantys skaičiai

2024 m.: 681 nakvynė

Duomenų patikimumo problematika

Sisteminiai iššūkiai:

- Valstybės duomenų agentūros vėlavimas (1–2 ketvirčiai)
- Ribota duomenų teikėjų aprėptis (deklaruoti turėjo tik klasifikuojamų apgyvendinimo vietų duomenys, o neklasifikuojamųjų segmento (kaimo turizmas, apartamentų nuoma / Trakų rajone sudaro daugiau kaip 60 % visų apgyvendinimo vietų skaičiaus) iki 2025-01-01 nebuvo prievolės, teikti duomenis, tik rekomendacija.

- 30 % Trakų rajono apgyvendinimo paslaugų teikėjai neregistruoti oficialiame registre.

Nauji pokyčiai:

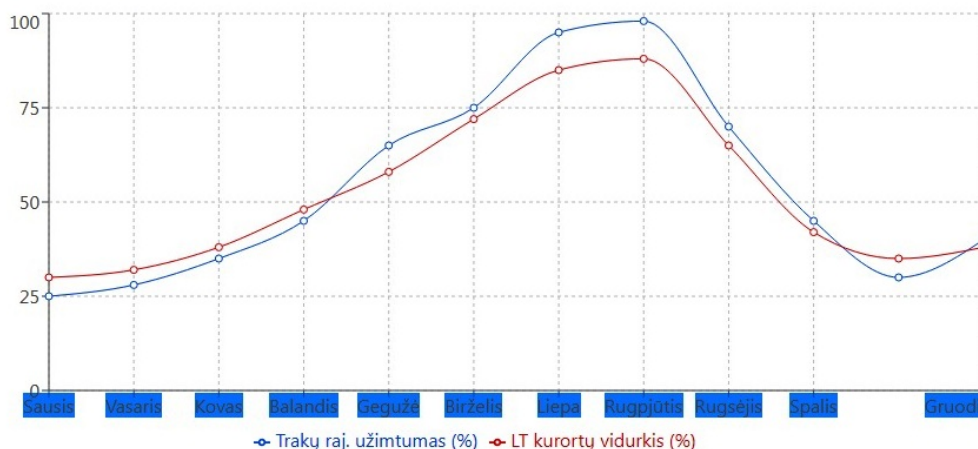
- Nuo 2025-01-01 pradeda veikti NTIS (Nacionalinė turizmo informacinė sistema) – privalomas kasdienis duomenų teikimas (išskyrus kaimo turizmo sodybas – kartą per mėnesį)

Išvados ir perspektyvos

Pozityvios tendencijos:

- Augantis užsienio turistų nakvynių skaičius
- Lyderiaujanti pozicija tarp kurortinių teritorijų
- Planuojamas modernaus SPA centro po rekonstrukcijos atidarymas (2025 m.)

Trakų rajono apgyvendinimo sezoninis svyravimas



Iššūkiai:

- Sezoninis svyravimas
- Verslo klasės apgyvendinimo vietų grupėms apgyvendinti trūkumas dėl uždarytų objektų
- Nepatikima statistika dėl sisteminių problemų
- Kontrolės mechanizmų trūkumas – nėra įstatymais numatyta, kad bus jei nesiregistruos Vartotojų teisių apsaugos registre ir/arba neteiks statistinių duomenų.

Ateities galimybės:

- NTIS <https://ntis.lt/> sistema pagerins duomenų kokybę;
- „Esperanza Resort“ atidarymas 2025 m. sustiprins Premium segmentą;
- Potencialas didinti užsienio turistų dalį (ypač iš kaimyninių šalių).

3.3.2. Turistų nakvynių skaičiaus analizė Trakų rajone lyginant su Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų savivaldybių nakvynių skaičiumi (toliau LKA)

- Bendras visų LKA nakvynių skaičius **vis dar 26,6 % atsilieka** nuo ikipandeminio 2019 m. lygio.

„Esperanza Resort“ uždarymas rekonstrukcijai – planuojamas atidarymas: 2025 m. vasarą ir planuojama, kad tai bus moderniausias SPA centras Baltijos šalyse.

Nuo 2022 m. uždaryta arba vykdoma rekonstrukcija dvejuose įstaigose, dėl to sumažėjo apie 240 lovų, o naujų apgyvendinimo vietų neatsirado. Objektų nakvynės vietų sumažėjimas: apie 23 %, prarasta 46600 lovadienių.

Nakvynių Trakų apgyvendinimo vietose skaičiaus pagal tikslines rinkas 2018–2024 m.

TRAKAI	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vokietija	3413	5717	174	159	157	235	259
Latvija	5891	6277	243	557	140	296	311
Lenkija	3985	3566	149	580	127	286	329
Izraelis	865	2793	57	149	548	603	681
VISO	1415	1835	573	288	479	879	968

IV. 2024 M. VYKDYTŲ TURIZMO RINKODAROS PRIEMONIŲ MONITORINGAS

Priemonė	Priemonių detalizavimas	Faktas
Ekologinio turizmo produktų vystymas ir šiuolaikines tendencijas atitinkančio turinio kūrimas. Kurti ir populiarinti Trakų, kaip saugiam ir ekologiškam poilsiui patrauklios turistinės vietovės, įvaizdį. Stiprinti gamtos (miškų ir ežerų) ir lėtojo turizmo, sveikatingumo, kaimo turizmo produktus, jų pristatymą. Akcentas du parkai – Trakų istorinis NP ir Aukštadvario RP.	Komunikacijos žinutės sukūrimas ir integravimas į rinkodaros komunikacijos priemones.	Lietuvos rinka Tikslinė grupė: šeimos (25–45 m. amžiaus) Komunikacinės žinutės - Žali Trakai - Poilsis su šeima ir augintiniais - Savaitgalio iškylos - Atostogos gamtoje - Trakai gurmanams <i>Trakų skoniai</i> Komunikacijos kanalai „Radijas kelyje“ interviu birželio-rugpjūčio mėn. Kartą per savaitę 15 min. reportažai - Tinklaraštininkai: „Keliaujančios mamos“ – virš 100000 sekėjų „Nėra blogo oro“ – virš 100000 sekėjų WeLoveLithuania – 26 publikacijos, virš 320000 sekėjų 2024 m. vasaros-rudens sezono 100 nuotraukų (600 dpi) Užsienio rinkos (Lenkija, Vokietija, Latvija, Estija, Prancūzija) - Tikslinės grupės: Jaunimas 25+ - Šeimos (30–45 m. amžiaus) Komunikacinės žinutės - Aktyvus savaitgalis Trakuose - Šeimos laisvalaikis - Žali maršrutai - Trakų skoniai Komunikacijos kanalai - Interneto svetainė www.trakai-visit.lt Kalbos: lietuvių, lenkų, anglų, vokiečių, latvių, rusų Nuolat atnaujinama TVIC darbuotojų - Socialiniai tinklai – Facebook, Instagram, TikTok video dienoraštis Lietuvos rinkoje FB – Trakų turizmas, Poilsis Trakuose, Pramogos Trakuose, Renginiai Trakuose, Trakų skoniai Užsienio rinkoms FB:

	Trakai visit, BalticTravelNews Instagram Paskyra: Visit_Trakai Virš 20000 stebėtojų Per 2024 m. virš 1 mln. reakcijų Reklama • 3 nuolatinės reklamos vietos www.balticttravelnews.com Rinkodaros kampanijų ataskaitos: 3 ir 4 priedai
Vaizdinės medžiagos (nuotraukų ir vaizdo klipų), pristatančios Trakų rajono gamtą, tylą, ramybę, miško terapiją ir pan., sukūrimas	• TikTok Video Dienoraštis @trakai-wow • 2024 m. sukurta: 643 vaizdo žinutės • Tekstai, vaizdai: orientuota į užsienio rinkas • Sekėjų geografija; bendras sekėjų skaičius: 155000 • Sekėjų pasiskirstymas: Lietuva: 57,2 % Latvija: 6,8 % Lenkija: 4,7 % Vokietija: 2,1 % • Papildoma sklaida Vaizdo žinutės ir nuotraukos publikuojamos: Facebook Reels, Instagram Reels
Turizmo maršrutų pėsčiomis ir dviračiais, lėto maisto ragavimo, kraštovaizdžio stebėjimo produktų sukūrimas solo keliautojams, šeimoms ir vyresnio amžiaus žmonėms (savaitgalio ir atostogų pasiūlymai).	Nauji interaktyvūs maršrutai • „Romantiškasis Užutrakis“ Kalbos: lietuvių, anglų, lenkų, vokiečių, latvių Nuoroda: https://www.trakai-visit.lt/marsrutas/uzutrakis/ • „Trakų skoniai“ Kalbos: latvių, anglų, vokiečių, lenkų Nuoroda: https://www.trakai-visit.lt/en/naujienos/the-new-publication-all-the-flavors-of-trakai-region/ • „Trakų Kalėdiniai skoniai“ Kalba: lietuvių Nuoroda: https://www.trakai-visit.lt/renginys/sventinis-turistinis-marsrutas-traku-kalediniai-skoniai/ • Interaktyvus žaidimas „Trakio kodas“ Nuoroda: https://www.trakai-visit.lt/pazintinis-orientacinis-zaidimas-trakio-kodas/ • Atnaujinti audio maršrutai Kalbos: audio gidas lietuvių, tekstai anglų ir ukrainiečių Pasiekiami 24/365 visoms amžiaus grupėms: • Trakų karaimų paslaptys (3,2 km) • Po Vytauto Didžiojo gimtąjį kraštą (10,6 km) • Vytautas Didysis – piligriminis kelias (13,9 km) • Maršrutai buvo pristatyti renginiuose: „Trakų vasara 2024“ „Sostinės dienos“ Pasaulinė turizmo diena (rugsėjo 27 d.) Užsienio parodos: Hamburgas, Varšuva, Ryga • Maršrutų išskirtinumas – prieinami bet kuriuo metų ir paros laiku 24 / 365. • Prie kiekvieno maršruto pridėtos nuorodos į vidaus galeriją – jei nepavyktų atvykti objekto aplankyti darbo laiko metu. Reikalingas tik išmanusis įrenginys: telefonas arba planšetė Komunikacija užsienio rinkoms – 2024 m. www.trakai-visit.lt paskelbta naujienų užsienio rinkoms aktualia

		tematika, sezono naujienos, renginiai, pilies rekonstrukcija, parkavimas, pramogos ir pan. Anglų kalba: 14 Lenkų kalba: 49 Latvių kalba: 12 Rusų kalba: 12 Vokiečių kalba: 7 Papildoma sklaida 3 nuolatinės reklamos vietos www.baltictravelnews.com 2 priedas
	Sveikatingumo produkto, kuris apimtų ekologiškų produktų augintojus ir pardavėjus, maitinimo įstaigas, kaimo turizmo sodybas, pirčių ir kitas paslaugas, sukūrimas. Populiarinti nišinio turizmo produktus. Gastronominė patirtis. Trakų kraštą reprezentuojančio ir autentišką kulinarinę patirtį pristatančio meniu sukūrimas ir populiarinimas.	Maršrutai: • „Trakų skoniai“, „Trakų kalėdiniai skoniai“, Trakio kodas“ • Teminiai mėnesiai ir informaciniai pranešimai – pvz. lapkritis – pirčių sezono mėnuo. • Informacinis pranešimas: „2024 m. siūlome pasinerti į gamtą!“ Turizmo sezono prailginimo iniciatyvos Siekdami pritraukti lankytojų ir ne šiltuoju metų laiku, buvo parengti šie informaciniai pranešimai: • „Rudeniauojant Trakuose – 20 įdomiausių pramogų ir idėjų visai šeimai“: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/rudeniauojant-trakuose-20-idomiausiu-pramogu-ir-ideju-visai-seimai/ • „Su pėsčiųjų turu žygiuok nemokamai“ . https://www.trakai-visit.lt/naujienos/su-pesciuju-turu-zygiuok-nemokamai/ • „Spalį senjorams – naujos galimybės pažinti Trakus!“: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/spali-senjorams-naujos-galimybes-pazinti-trakus/ • „Trakų ežerų terapija – mėgaukitės lėtai“: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/traku-ezeru-terapija-reikia-megautis-letai/ • „Trakai – darbas ir poilsis suderinama“: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/trakai-darbas-ir-poilsis-suderinama/ Nauji ir atnaujinti leidiniai • „Trakų skoniai“: 2024 m. išleista latvių ir lenkų kalbomis. 2024 m. planuojama išleisti anglų ir vokiečių kalbomis pagal jau parengtą maketą. • Interaktyvūs žemėlapiai: Atnaujintas paplūdimių žemėlapis (bendradarbiaujant su „Tele2“): https://www.trakai-visit.lt/naujienos/papludimiai-ir-maudykles-traku-rajone-2/ Interaktyvus draugiškų vietų poilsiui su augintiniais žemėlapis: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/atostogauk-trakuose-kartu-su-augintiniu/ • Teminiai maršrutai ir pramogos: „Keliau & Ragauk“: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/https-www-trakai-visit-lt-marsrutas-turistinis-marsrutas-keliauk-ragauk/ Pramogos kaime: Kukurūzų kaimas, Trakų alpakos, Avių ūkis.

		Unikalios pirtys ir SPA ritualai: https://www.trakai-visit.lt/naujienos/lapkritis-atsipalaidavimo-menesis/ 5. Užsienio rinkoms skirti produktai ir informacija Lenkų kalba: „Wakacje w Trokach 2024“: https://www.trakai-visit.lt/pl/naujienos/45414/ Informacje praktyczne dla podróżujących do Trok w 2025 r. : https://www.trakai-visit.lt/pl/naujienos/45421/ „Spotkanie z jesiennymi Trokami“: https://www.trakai-visit.lt/pl/naujienos/spotkanie-z-jesiennymi-trokami-trzy-pomysly-na-jesienne-spacery/ Anglų kalba: „Trakai for Gourmands!“: https://www.trakai-visit.lt/en/naujienos/trakai-for-gourmands/ „Explore Trakai in Fall“: https://www.trakai-visit.lt/en/naujienos/explore-trakai-in-fall-three-ideas-for-our-favourite-autumn-walks/ Latvių kalba: „Ko redzēt un darīt Traķos?“: https://www.trakai-visit.lt/lv/naujienos/ko-redzet-un-darit-trakos/ Rusų kalba: „Тракай для гурманов!“: https://shorturl.at/VbBc7 „Пляжи и места для купания“: https://shorturl.at/zw7ZZ
2. Kultūrinio turizmo produktų, atitinkančių dabartinius vartotojų poreikius, sukūrimas.	Turistams pristatyti autentišką patirtį Trakų rajone (tobulinimasis, edukacinės veiklos)	Paslaugų teikėjai ir informacijos sklaida Trakų rajone sukurta išsami edukacinių programų sistema, apimanti įvairius paslaugų teikėjus: • Vietos verslai • Bibliotekos • Muziejai • Parkai • Amatų asociacija Informacijos sklaidos kanalai Internetiniai kanalai – www.trakai-visit.lt Socialiniai tinklai Lietuvos žiniasklaidos priemonės Edukacinių programų įvairovė • Virš 50 skirtingų edukacinių programų • Pritaikytos įvairioms amžiaus grupėms • Specialios programos Kultūros paso dalyviams Komunikacijos strategija Nacionalinė komunikacija • Informacinės žinutės per www.trakai-visit.lt • Interviu ir reportažai Lietuvos TV ir radijo laidose • Vasaros metu savaitinis pranešimas „Radijas Kelyje“ • Keliaujančių žmonių patirčių viešinimas socialiniuose tinkluose • Video dienoraštis Trakai_WOW TikTok platformoje • Specialus komunikacijos projektas: TVIC administruojama socialinių tinklų grupė „Aš myliu Trakus“ Vasaros informacinė kampanija „Tiesiogiai iš Trakų“ Radijo laida „Radijas kelyje“: Laikotarpis: birželis-rugpjūtis Transliacijos: ketvirtadieniais 11:30, kartojama šeštadieniais

10:30 – iš viso 9 laidos.

Trukmė: 15 minučių

Pristatytos temos:

Vasaros renginiai ir festivaliai;

Saugaus elgesio gairės parkuose;

Vandens pramogos;

Poilsio su vaikais ir augintiniais galimybės.

Tarptautinė sklaida

- **Latvių kalba:**

Straipsnis: „Gastronomiški pažygojimai ir skasti gamtos skatai Trakuose“

Nuoroda: <https://www.trakai-visit.lt/lv/naujienos/gastronomiski-piedzivojumi-un-skaisti-dabas-skati-apcelo-trakus/>

- **Vokiečių kalba:**

Straipsnis: „Skanūs Trakai: Kulinarinė miesto ekskursija“

Nuoroda: <https://www.trakai-visit.lt/de/naujienos/tasty-trakai-die-kulinarische-stadfuhrung/>

- **Anglų kalba:**

Publikacijos:

„Turistinis maršrutas: Atskleiskite Trakų Kalėdų skonius“

„Trakai gurmanams“

Nuorodos:

<https://www.trakai-visit.lt/en/naujienos/tourist-route-discover-the-christmas-flavours-oftrakai/>

<https://www.trakai-visit.lt/en/naujienos/trakai-for-gourmands/>

- **Lenkų kalba:**

Publikacijos:

„Troki – 10 atrakcji, które warto zwiedzić i zobaczyć w Trokach“

<https://podrozebezosci.pl/troki-atrakcje-co-warto-zwiedzic-zobaczyc-w-trokach-zamek-na-wyspie/>

Socialinių tinklų komunikacija Facebook Trakai _ Visit

Facebook vaizdo įrašas:

<https://www.facebook.com/Trakai4you/videos/1201854484116690>

Edukacinių programų anglų kalba katalogas: www.trakai-visit.lt/en/category/edukacines-programos-en/

- Tarptautiniai kelionių tinklaraščiai ir vaizdo įrašai
Ryan Pelle: „TRAKAI, LIETUVA – tobula vienos dienos kelionė iš Vilniaus“

<https://www.youtube.com/watch?v=MWHZu9UjnwE&t=20s>

- „1 diena Trakuose (Lietuva) 2024“

<https://www.youtube.com/watch?v=OManibji97Q>

Explore Trakai Day Trips: An Unforgettable Escape

<https://tripjive.com/explore-trakai-day-trips-an-unforgettable-escape/>

TikTok Video dienoraštis Trakai_WOW

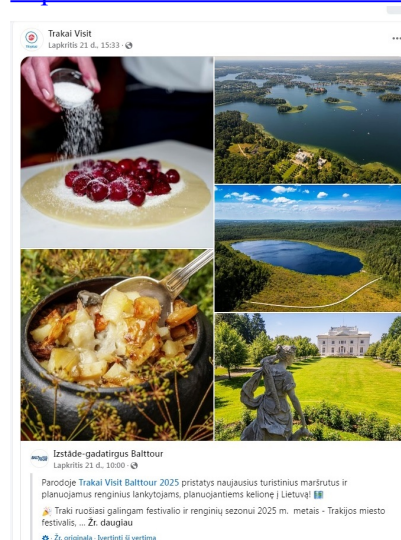
Baltic Travel News: <https://www.baltictravelnews.com/?l=en>

Puslapyje anglų kalba – per mėnesį daugiau kaip 20000 unikalių vartotojų, iš jų – 41 % Latvijos vartotojai, 24 % iš Lietuvos, 17 % Estijos, 18 % kitų Baltijos regiono šalių.

Atliktas rinkos tyrimas tarp 41 % angliškai skaitančių – tai

studentai, migrantai, kariai, verslo atstovai, Latvijos turizmo industrijos atstovai.

<https://www.baltictravelnews.com/?l=en>



Lietuviški kelionių portalai ir publikacijos:

- Šeimos ir kelionių tinklaraščiai. Keliaujančios mamos: Straipsnis: „Trakai su vaikais – ką aplankyti ir pamatyti!“

Nuoroda: <https://keliaujanciosmamos.lt/trakai-su-vaikais-ka-aplankyti/>.

- „Nėra blogo oro“. Publikacija: Savaitgalio planas – kulinarinė edukacija vaikams ir ramūs vėlyvieji pusryčiai tėvams. Nuoroda: <https://nerablogooro.lt/lietuva/savaitgalio-planas-traku-bona-pizzeria-kulinarine-edukacija-vaikams-ir-ramus-velyvieji-pusryciai-tevams/>.
- Kitos publikacijos: Užgavėnės Trakuose: <https://kelionessuvaikais.lt/uzgavenes-trakuose/>.
- Svajoklio verslininko kūrinys prie Trakų: <https://www.trakai-visit.lt/naujienos/svajoklio-verslininko-kurinys-prie-traku-pakeliui-i-vilniu-vilioja-ir-dideliu-ir-mazu/>.
- „Makaliaus Lietuva“ Trakai: <https://www.makaliauslietuva.lt/poilsis-trakuose/>.
- „We love Lithuania“: 26 informaciniai pranešimai apie Trakus. Nuoroda: <https://welovelithuania.com/lietuva/trakai/lankytinos-vietos-trakuose/>.

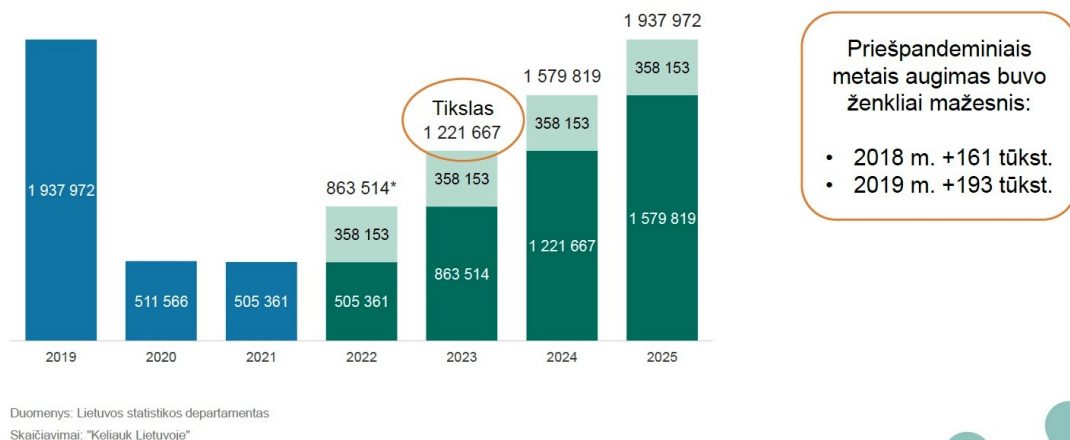
V. TRAKŲ KRAŠTO TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS PRIORITETINĖSE LIETUVOS IR UŽSIENIO RINKOSE

2024 m. Lietuvos turizmo statistika už III ketv.: <https://www.lithuania.travel/lt/news/turizmo-statistika>.

Atvykstamojo į Lietuvą turizmo atsigavimo prognozės

Kad iki 2025 m. pasiektume 2019 m. skaičių, turime 2023 m. pritraukti 1,2 mln. turistų

KELIAUK LIETUVOJE



Įgyvendinant šią priemonę maksimaliai buvo bendradarbiauta su partneriais: Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų asociacijai priklausančių savivaldybių TIC-ais, Nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, Vilniaus miesto plėtros agentūra „GoVilnius“, Lietuvos turizmo rūmais, Gidų gildija, Lietuvos ambasadomis ES šalyse.

Iš viso 2024 metų biudžete turizmo rinkodaros priemonėms buvo skirta 30400 eurų: 25200 eurų pristatymams parodose, festivaliuose, žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose ir pan. ir 5200 eurų leidybai.

Strategijoje patvirtinta kaip procentais paskirstyti lėšas tarp šių rinkų:

Iš jų paskirstyta rinkodarai pagal šalis/kalbas – eurų

Lietuva 20%	Lenkija 10%	Latvija 5%	Estija 5%	Vokietija 40 %	Prancūzija 20 %
6080	3040	1520	1520	12160	6080

Lėšos apjungiamos abiem šalims, kadangi Latvijos ir Estijos rinkoms pasirinkti tie patys sklaidos kanalai: parodos, Facebook ir „Baltic Travelnews“.

Rinkodaros biudžeto paskirstymas pagal metus ir prioritetines 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

5.1. Centro lankytojų 2024 m. apžvalga

2024 metais centrą aplankė rekordinis lankytojų skaičius (lyginant su 2015 metais, kai Centras persikėlė į patalpas Karaimų g. 41) – 172470 žmonių, iš kurių:

- Lietuvos gyventojai: 30228 (17,5 %)
- Užsienio turistai: 142242 (82,5 %)

Lyginant su 2023 m., bendras lankytojų skaičius išaugo 35,4 % (nuo 127346 iki 172470).

1 lentelė
Centro lankytojų statistika

Metai	Iš viso	Lietuvos	Užsienio šalių
2019	137376	22391	114985
2020	29241	9872	19369
2021	62860	22860	40000
2022	76424	25627	50797
2023	127346	27683	99663
2024	172470	30228	142242

5.2. CENTRO VYKDYTOS RINKODAROS PRIEMONĖS LIETUVOJE

- „**Kelionės tikslas**“. „Lietuvos ryto TV“ vasaros kelionių laida – 22 min. trukmės reportažas iš Trakų: <https://shorturl.at/OGntt>.
- „**Makaliaus Lietuva**“ – straipsniai apie Trakus (2 publikacijos). „Makaliaus“ konkursas: https://www.instagram.com/makaliauslietuva/p/C5vAF6ztWtm/?img_index=1. Vaizdo klipas 126s. trukmės: <https://www.youtube.com/watch?v=Mc6r7cUOz3w>.
- 20 pranešimų platformoje „**We love Lithuania**“: <https://welovelithuania.com/lietuva/trakai/>.
- Infoturai **Lietuvos gidams** kartu su Trakų istoriniu nacionaliniu parku ir Trakų krašto tradicinių amatų asociacija – 2 infoturai Trakuose ekskursijas vedantiems gidams – iš viso 23 dalyviai: <https://www.trakai-visit.lt/naujienos/gidu-vedanciu-ekskursijas-uzutrakio-dvaro-sodyboje-akreditacijos-mokymai/>.
- **Lietuvos keliautojo, tinklaraštininko ir nuomonės formuotojo** Manto Brazdžionio straipsnis „Neatrasta Lietuva: 4 įsimintinos vietos Trakų rajone“: <https://www.trakai-visit.lt/naujienos/4-unikalios-ir-turistu-mazai-pazintos-vietos-traku-periferijoje/>.
- **Walk15 iniciatyva** – 10 keliavimo maršrutų su programėle po Trakų rajoną – iš jų 2 Trakų maršrutai pritaikyti judėjimo negalią turintiems keliautojams. Spalio mėn. bendra akcija su LR Prezidentūra „Nacionalinis judumo iššūkis“ – <https://www.trakai.lt/naujienos/6178/nacionalinis-judumo-issukis-jau-ipusejo-4748>.
- 9 radijo laidų ciklas „**Radijas kelyje**“ birželio-rugpjūčio mėn. Ketvirtadieniais tiesioginiai telefoniniai pasijungimai į Trakus rubrikoje „Tiesiogiai iš Trakų“ – informacija, ką veikti artėjant savaitgaliui, poilsis su šeima, aktyvus poilsis, maršrutai, žaidimai su prizais.
- Tarptautinis gatvės festivalis „**Sostinės dienos**“ vyksta rugsėjo pirmąjį savaitgalį. Per 3 dienas Trakų krašto stendą aplankė virš 80000 lankytojų. <https://www.facebook.com/trakaivisit/posts/sostin%C4%97s-dienos-2024-trak%C5%B3-turizmo-informacijos-centras-stend%C4%85-turizmo-gatv%C4%97je-a/1022956646505096/>.
- „**Trakų vasara 2024**“ – pristatytas sukurtas naujas pažintinis orientacinis žaidimas „Trakio kodas“: <https://www.trakai-visit.lt/pazintinis-orientacinis-zaidimas-trakio-kodas/>.
- Bendradarbiavimas su Lietuvos turizmo skatinimo agentūra VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, Lietuvos kurortų asociacijos TIC/TVIC:
Publikacija „Pramogos žiemos metu“ <https://www.15min.lt/gyvenimas/naujiena/keliones/keliauk-lietuvoje-kviecia-ruostis-neistirpdomu-patirciu-sezonui-1630-2341134>.
- Teminiai pasiūlymai „Ką nuveikti“ <https://lithuania.travel/lt/ka-nuveikti/teminiai-pasiulymai>.

5.3. PRIORITETINIŲ UŽSIENIO RINKŲ ANALIZĖ

Pagal 2018–2025 m. Trakų rajono turizmo rinkodaros strategiją prioritetinės rinkos:

- Kaimyninės šalys: Lenkija, Latvija, Estija.
- Aukštos perkamosios galios Europos šalys: Vokietija, Prancūzija.

Centro lankytojai iš prioritetinių rinkų 2024 m. sudarė:

- **Lenkija:** 49320 lankytojų (+15,1 % lyginant su 2023 m.);
- **Vokietija:** 29947 lankytojų (+65,7 %);
- **Latvija:** 3460 lankytojų (+9,7 %);
- **Prancūzija:** 7399 lankytojų (+49,5 %);
- **Estija:** 1670 lankytojų (+21,9 %).

Išvalgos

- **Rinkos atsigavimas**

Lankytojų srautai viršijo 2019 m. (ikipandeminį) lygį.

Bendras augimas rodo sėkmingą atsigavimą po COVID-19 pandemijos.

Vokietijos rinka 2024 m. demonstravo ypač stiprų augimą.

- **Latvijos rinkos iššūkiai**

Latvijos turistų skaičius auga lėčiau nei kitų tikslinių rinkų.

Pagrindinės priežastys:

- **„Apgyvendinimo infrastruktūros praradimai**

- „Trasalis“ uždarymas (2022 m. pabaigoje):

- Prarastos 200 apgyvendinimo vietų;

○ Latvių turistų poreikius atitinkantis viešbutis, SPA ir laisvalaikio centras buvo ypač populiarius tarp Latvijos šeimų su vaikais;

- „Esperanza Resort“ veiklos nutraukimas:

- Prabangus viešbutis, SPA scentras, aktyvaus poilsio galimybės – orientuotas į Premium segmentą;

- Latvijos verslo turistų ir turtuolių pamėgta vieta;

- Unikalus paslaugų paketas, neturintis analogų regione.

Struktūrinės problemos

- Verslo ir aukštos klasės apgyvendinimo vietų (4*–5*) Trakų rajone trūkumas:

- Praradus du pagrindinius objektus, nebuvo atidaryta alternatyvių šio segmento variantų;

○ Esami keli viešbučiai (4*) Trakų rajone – dažnai visą turistinį sezoną užimti Lenkijos turistų grupėmis arba organizuojamų verslo ir šeimyninio pobūdžio renginių.

Latvijos rinkos specifika

- Prioritetas teikiamas aukštos kokybės apgyvendinimui;

- Didelis dėmesys SPA ir sveikatinimo paslaugoms;

- Mėgsta ilgesnius savaitgalio vizitus (2–3 nakvynės);

- Vertina kompleksines paslaugas vienoje vietoje.

Konkurencinės aplinkos pokyčiai

- Išaugusi konkurencija iš kitų Lietuvos kurortų:

- Druskininkai ir Birštonas siūlo modernią SPA infrastruktūrą;

- Palanga ir Nida pritraukia vasaros poilsiautojus;
- Vilnius stiprina savo, kaip savaitgalio kelionių krypties, pozicijas.

Centro veiklos planai Latvijos rinkos atgaivinimui

1. Rinkodaros strategija

- Stiprinti komunikaciją apie esamus aukštos kokybės apgyvendinimo objektus;
- Vystyti bendradarbiavimą su Latvijos kelionių agentūromis;
- Kurti specialius pasiūlymus ilgiems savaitgaliams.

2. Paslaugų paketai

- Formuoti kompleksinius pasiūlymus, įtraukiant apgyvendinimą ir pramogas;
- Vystyti naujas pramogų galimybes, kompensuojančias prarastų objektų paslaugas;
- Stiprinti bendradarbiavimą tarp verslo subjektų kuriant bendrus pasiūlymus.

Ši detali analizė atskleidžia, kad Latvijos rinkos lėto atsigavimo priežastys yra kompleksinės ir susijusios ne tik su infrastruktūros praradimais, bet ir su specifiniais šios rinkos poreikiais.

Išvada

2024 metai parodė reikšmingą turizmo sektoriaus augimą Trakuose. Nors kai kurios rinkos (ypač Latvija) susiduria su infrastruktūros iššūkiais, bendros tendencijos yra teigiamos. Ypač džiugina Vokietijos ir Prancūzijos rinkų augimas, rodantis sėkmingą aukštesnės perkamosios galios turistų pritraukimą.

STRATEGINĖS TARPTAUTINĖS RINKOS

- „Lonely Planet“ išrinkta 2025 m. TOP 1 kelionių kryptis Europoje ir antra pasaulyje: <https://www.lonelyplanet.com/best-in-travel>.

Kelionių agentūros

- „Expedia“ – didžiausia rezervavimo sistema vokiškai kalbančiai rinkai.
- „Baltic Travelnews“ – 40 straipsnių.
- DFDS keltų kompanija – 2 publikacijos:
 1. <https://www.dfds.com/lt-lt/keleiviniai-keltai/kelioniu-gidas/lietuva>
 2. <https://www.dfds.com/en/passenger-ferries/ferry-crossings/ferries-to-the-baltics>
- „BalticHolidays“ kelionių gidas – 3 straipsniai:
 1. <https://www.balticholidays.com/destinations/lithuania-holidays/>
 2. <https://www.balticholidays.com/tours/baltic-capitals-and-coast-group-tour-2025/>
 3. <https://www.baltictravelcompany.com/baltic/>

Tinklaraščiai ir kelionių dienoraščiai

5 publikacijos įvairiuose tinklaraščiuose, įskaitant:

- Baltic Odyssey: <https://balticodyssey.eu/product/vilnius-and-trakai-all-day/>
- Travel Addicts: <https://traveladdicts.lt/day-tours/>
- Kirker Holidays: <https://www.kirkerholidays.com/holidays/the-baltic-states/>
- Tuljak: <https://www.tuljak.com/blog/trakai-somewhere-between-history-and-fantasy>
- Agate Travel: <https://www.agatetravel.com/lithuania-tours.html>

Infoturai

Dalyvavo 6 Vokietijos kelionių organizatoriai: „Lernidee Erlebnisreisen“, „Chamäleon Reisen“, „Terranova Touristik“.

Straipsniai:

1. <https://adventures.com/baltic-countries/attractions/cities-towns/trakai/>
2. <https://www.tourradar.de/i/europa-selbstgefuhrte-radtour>
3. <https://www.reiseziel-litauen.de/rajongemeinde-trakai.html>
4. <https://www.berge-meer.de/ziel/litauen>
5. <https://www.chamaeleon-reisen.de/Europa/Litauen>

Bendradarbiaujant su užsienio partneriais žurnalistinės publikacijos

- DE MEDIAN agentūra – 4 publikacijos:
 1. <https://thirdeyetraveller.com/trakai-island-castle-things-to-do-in-trakai/>
 2. <https://www.travelonabudget.co.uk/european-short-breaks/vilnius-to-trakai-lithuania-how-to-get-there-and-what-to-do/>
 3. <https://www.vjv.com/europe-tours/lithuania/baltic-capitals/>
 4. <https://wanderitall.com/road-trips/what-to-do-in-lithuania/>
- „The Times“ – žurnalistės pažintinis turas:
<https://www.thetimes.com/article/b307162b-29ce-48e7-adfa-6e97e716f12b>
- 2 žurnalistai iš Vokietijos:
<https://www.studienreisen.de/laender/Litauen>
<https://thesanetravel.com/travels/lithuania/trakai-vilnius>
<https://www.diamir.de/litauen>
- Lonely Planet straipsnis „A First-Time Guide to Lithuania“ <https://www.lonelyplanet.com/articles/guide-to-lithuania>
- „Euronews“: https://www.euronews.com/travel/2024/11/12/bird-watching-hiking-and-history-escape-to-nature-on-a-trip-to-lithuanias-tranquil-nationa?fbclid=IwY2xjawGi0MlleHRuA2FlbQIxMQABHclhl--5G817SyVjUGybQ-H5nn3J8ZfDPHGE07HDkKOeXEIgaAi1fH3WcjA_aem_GdYrpRx45iEam_q18U9VXg
- Straipsnis prancūzų kalba – apie Trakus:
https://visitworldheritage.com/fr/eu/trakai-l%E2%80%99ancienne-capitale-de-la-lituanie/6826ddf9-a346-479d-bd4b1c739cacc189?fbclid=IwY2xjawE7pU9leHRuA2FlbQIxMQABHZOmNqRqR2iWIL8jp3fwrX8UJ8XSVzpu3icZhcISKtFwLWMLBsGOQ49EoA_aem_VAGfNUhcRWfs8mG_LFLI2Q
- „BikeTours.com“ – straipsnis apie Trakus:
https://bikebaltic.com/st_tour/self-guided-bike-tour-in-trakai/

Įrašai / paminėjimai partnerių socialiniuose tinkluose

- „Friendly Planet Travel“ – 65000 sekėjų
 1. <https://www.friendlyplanet.com/vacation-packages/europe/lithuania.html>
 2. <https://www.friendlyplanet.com/vacation-packages/highlights-baltics.html>
- Užsienio tikslinėms rinkoms sukurtas ir administruojamas „Facebook“ puslapis „Trakai Visit“, turintis beveik 5 tūkst. sekėjų. Puslapyje informacija pateikiama anglų, vokiečių, lenkų ir latvių kalbomis. 2024-11-28 d. 56 mokamos, pasiekta 615000, kainavo 950 EUR – arba, kad pasiekti vieną tikslinės rinkos sekėja 0,0015 EUR.
<https://www.facebook.com/Trakai4you>

Tarptautiniai renginiai ir parodos

- Kartu spalio 24 d. – „BUY Lithuania“ renginys (24 turizmo operatoriai iš 10 šalių).
- Spalio 6–7 d. – „Gebeco“ kelionių agentų turas.
- „Balttour 2024“ paroda – individualus 9 kv.m. standas
<https://www.facebook.com/watch/?v=1057565118808092>
- Dalyviai iš 34 šalių, virš 25000 lankytojų, Trakai pristatyti 9 kv.m. stende (kaina 2 250 EUR)
- Tarptautinė turizmo paroda Hamburge Reise&Caravaning – bendras 18 kv.m. Lietuvos standas

<https://www.trakai-visit.lt/de/naujienos/besuchen-sie-uns-am-7-11-februar-litauens-stand-auf-der-internationalen-tourismusmesse-reisen-und-caravaning-messe-in-hamburg/>

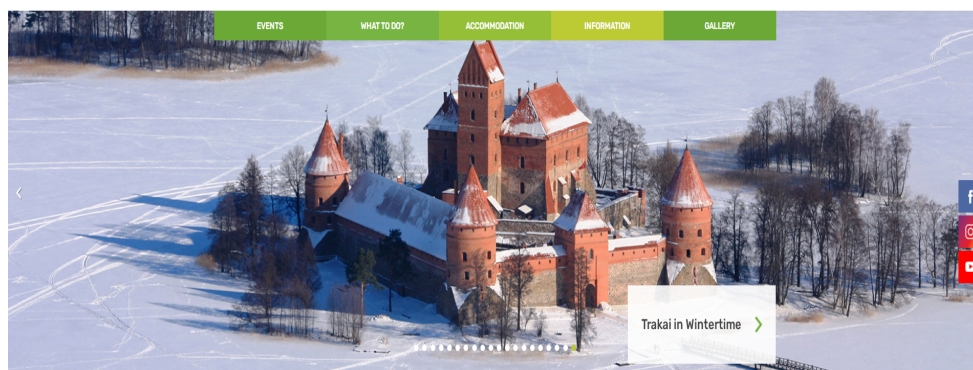
- 850 dalyvių, 10 parodinių salių, ~73000 lankytojų. Kaštai (įskaitant plotą, darbuotojo išsiuntimo) – 3 500 EUR
- Tarptautinis gatvės festivalis „Sostinės dienos 2024“ – vyksta kiekvienais metais pirmąjį rugsėjo savaitgalį. Trakų krašto turizmo ištekliai pristatyti Turizmo gatvėje, kuri festivalio metu įsikūrė Lukiškių aikštėje, Vilniuje. Per 3 festivalio dienas Trakų stendą aplankė virš 100 000 besidominčių ką galima veikti Trakuose. Kartu su Trakų istoriniu nacionaliniu ir Aukštadvario regioniniais parkais pristatytos rudens žiemos sezono naujienos, renginiai, naujas interaktyvus pažintinis maršrutas – žaidimas „Trakio kodas“. Turizmo gatvėje – 16 TIC/TVIC Lietuvos, 78 000 lankytojų. Kaštai (įskaitant plotą, darbuotojų išsiuntimo, reprezentacijai suvenyrai) – 1500 EUR.

Kitos veiklos

- Vebinaras Vokietijos kelionių organizatoriams (24 dalyviai);
- Britų kelionių vadovas „Bradt Guides“ – straipsnis apie įdomiausias Lietuvos pilis:
<https://www.bradtguides.com/most-interesting-castles-lithuania/>;
- „GuideEurope“:
https://guidetoeurope.com/lithuania/bestvacationpackages?fbclid=IwY2xjawGxE5lleHRuA2FlbQIxMAABHaQymJvDLxqMLazVg88IEUaCfwWBtxICKrfwV7vXDT-X-nsIANd4EIAuuQ_aem_PTLZW8h-rL3Qf0FC36wHjw.

Visi šie veiksmai ir renginiai prisidėjo prie Lietuvos turizmo populiarinimo ir informacijos sklaidos tarptautinėje erdvėje.

VI. TRAKŲ KRAŠTO TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS INTERNETO SVETAINĖJE WWW.TRAKAI-VISIT.LT



Priedai Nr. 4

Trakų krašto turizmo išteklius pristatančios svetainės www.trakai-visit.lt lankytojų skaičius per metus išaugo ~ 12 %

Svetainės kalbos ir tikslinės auditorijos

Svetainė prieinama šešiomis kalbomis: lietuvių, lenkų, anglų, vokiečių, latvių ir rusų. Kiekvienos kalbos versijos turinys pritaikytas konkrečios rinkos specifikai, atsižvelgiant į šalių turistų interesus, pomėgius bei amžiaus grupes.

Lankytojų geografija

Daugiausiai informacijos ieškančių šalių dešimtukas (įskaitant 6 tikslines Trakų turizmo rinkas): Lietuva, Lenkija, Vokietija, Latvija, Jungtinė Karalystė, JAV, Nyderlandai, Kinija, Prancūzija, Estija.

Aktyviausi miestai, iš kurių ieškoma informacijos apie Trakus: Vilnius, Kaunas, Ryga, Varšuva, Klaipėda, Londonas, Frankfurtas, Berlynas, Talinas. Iš viso užfiksuoti lankytojai iš daugiau nei 4500 pasaulio miestų.

- **Lankytojų charakteristika**

Pasiskirstymas pagal lytį: 60% moterų, 40% vyrų;

Dominuojantys pomėgiai: kelionės, maistas ir maitinimas, žiniasklaida ir pramogos, gyvenimo būdas ir hobiai, sportas ir sveikatingumas.

- **Svetainės lankomumo statistika**

2024 m. svetainę aplankė apie 200 tūkst. unikalių vartotojų (10 % daugiau nei 2023 m.);

Užfiksuota beveik 1,5 mln. prisijungimų;

Vidutiniškai per dieną – 550 vartotojų;

Vasaros sezonu ir prieš didžiuosius renginius lankytojų skaičius išauga iki kelių tūkstančių;

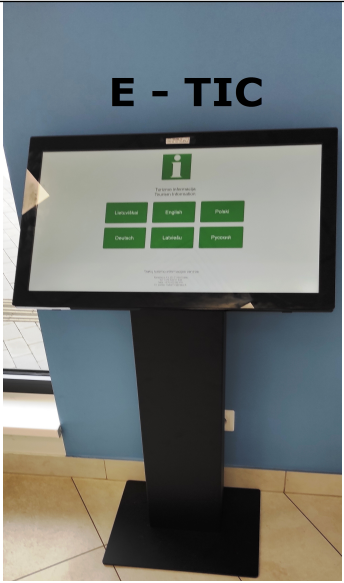
Populiariausia informacija – renginiai, ypač lapkričio-gruodžio mėn. (88 % lankytojų domisi kalėdiniais renginiais).

Įrenginių naudojimas informacijai gauti:

- Mobilieji telefonai: 70 %
- Planšetiniai kompiuteriai: 1 %
- Stacionarūs kompiuteriai: 29 %

Svetainės išlaikymo kaštai

- Mėnesinė priežiūra ir atnaujinimai: 1920 EUR per metus (160 EUR/mėn.)
- Serverio nuoma: 400 EUR/m.
- Domeno mokestis: 50 EUR/m.
- Iš viso 2370 EUR/m.
- Vienam vartotojui: 0,01 EUR.
- Vienam prisijungimui: 0,02 EUR.

	ELEKTRONINIS TIC TRAKŲ AUTOBUSŲ STOTYJE Įrengtas 2023 m. balandžio mėnesį. Informacija teikiama 6 kalbomis. Teikiama informacija: • Viešasis transportas, „Trakiečio kortelė“, renginiai, poilsio ir pramogų galimybės, turizmo infrastruktūra; • Nuo 2024 m. gruodžio pridėta nauja rubrika „Trakų verslui“; • Galimybė įsigyti transporto ir renginių bilietus internetu; • Integruotas ChatBot su TVIC darbuotojų konsultacijomis darbo metu. Statistika ir kaštai: • 2024 m. pasinaudojo beveik 30000 lankytojų; • Kasdien gaunama po keletą užklausų per ChatBot; • Techninis aptarnavimas ir priežiūra: 570 EUR/m.; • Kaina vienam vartotojui: 0,02 EUR.
	INFORMACIJOS SKLAIDOS PLĖTRA • QR kodų sistema. Siekiant pagerinti Trakų krašto turizmo informacijos prieinamumą, specialūs QR kodai, nukreipiantys į svetainę www.trakai-visit.lt, buvo įrengti šiose vietose: degalinėse, BOLT paspirtukų įkrovimo ir stovėjimo terminaluose, viešojo transporto priemonėse, renginių informaciniuose stenduose, prie lankytinų objektų – Trakų miesto ir seniūnijose turizmo informaciniuose stenduose, verslo objektuose – kai kuriuose pramoginiuose laivuose ir maitinimo įstaigose;

	Ši sistema užtikrina patogią ir greitą ir 24 / 365 prieigą prie išsamios informacijos apie Trakų krašto turizmo išteklius, pramogas ir paslaugas ir kitą aktualią keliautojams informaciją.
--	--

VII. TRAKŲ KRAŠTO TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS SOCIALINIUOSE TINKLUOSE

Detaliai 3 priedas

Į socialinius tinklus pradėjus keltis verslų puslapiams, šis kanalas iš pažintinio ir pramoginio iš dalies virto reklaminio ir informacinio.

- Vartotojai ieško, domisi, skaito, dalinasi ir su kiekvienu žingsniu palieka didžiulius informacijos srautus, kuriuos verslui reikia mokėti panaudoti ir tuomet visos žinios apie savo tikslinę auditoriją taps ranka pasiekiamos.
- Skirtingi socialiniai tinklai auga ir populiarėja itin dinamiškai. Prieš keletą metų visų garbintas „Facebook“ tarp jaunesnių vartotojų jau užleidžia pozicijas gražių vaizdų pripildytam „Instagram“ ir pan. Šie procesai vyksta nuolat.
- „Facebook“ krenta visose amžiaus grupėse iki 55 metų.
- „Instagram“ auga visose amžiaus grupėse ir esminės grupės yra 25–34 m., panašius skaičius turi 18–24 ir 35–44 m. amžiaus grupės.
- „YouTube“ dienos pasiekimas amžiaus grupėje iki, rodos, 35 m. didesnis nei TV.
- „TikTok“ auditorija pastaruosius keletą metų labai kinta ir vis didesnis procentas 25+ auditorija.

Socialinis tinklas	Paskyra	Stebėtojų	Įrašų 2024 m. skaičius	Reakcijų skaičius ~
 Viso mokamos reklamų kampanijos 370 Biudžetas Pasiekta auditorija ir reakcijų skaičius 1875 eurų Priedai Nr. 3	<u>„Facebook“ puslapiai:</u>			2 537 500
	@Trakų Turizmo ir Verslo Informacijos Centras	~ 19000	~ 1300	
				25000
	@TrakųTurizmas	904	252	552000
	@TrakaiVisit (užsienio rinkoms)	4400	428	1730700
	@ExploreTrakaiVilnius	5000	160	74500
	@BaltTravelNews.com	3780	63	27000
	@TrakiečioKortelė	2200	36	36000
		911	103	93800
	<u>FB grupės pagal tikslines auditorijas, grupes ir pomėgius:</u>			
	@RenginiaiTrakuose	13980	4418	1430300
	@KalėdosTrakuose2024/202	8000	2884	902000
	@PoilsisTrakuose	480	435	217500
	@PramogosTrakuose	1100	75	13000
	@Trakų skoniai	1800	144	49000
	@AšMyliuTrakus	400	495	15300
	(Apsilankiusiųjų Trakuose nuotraukos)	2200	385	12500
				221000

	visit_trakai explore.trakai.vilnius	2200 550	81 127	178200 3800
	@Trakai_WOW	4500	300	160600

2024 m. Trakų turizmo ir verslo informacijos centro reklamos kampanijų socialiniuose tinkluose efektyvumo analizė

Reklaminės kampanijos vykdomos Centro administruojamose FB puslapiuose ir Instagram.

FB puslapiai ir Instagram:

- Trakų turizmas, Trakai visit, Trakų turizmo ir verslo informacijos centras, ExploreTrakaiVilnius, Trakiečio kortelė.
- „Instagram“: visit_trakai.

Finansinis efektyvumas

- Viso į reklamai investuota: 1841 EUR;
- Reklaminius įrašus pasiekta auditorija – beveik 2 mln. reakcijų;
- Vidutinė vienos reakcijos kaina: 0,0009 EUR.

Reklaminių įrašų skaida – rinkų pasiskirstymas:

- Lietuvos rinka dominuoja su 60 % biudžeto (1104,6 EUR);
- Prancūziškai kalbančios šalys – 12 % (22092 EUR);
- Latvija ir Estija – 10 % (184,1 EUR);
- Vokietija – 9,3 % (171,21 EUR).

Sėkmingiausios reklaminės kampanijos:

- „Trakai historical national park“ – 77500 reakcijų;
- „Trakai pasaulio paveldas“ (prancūzų k.) – 58500 reakcijų;
- Pasaulinės turizmo dienos renginiai – 51000 reakcijų.

Auditorijos amžiaus profilis:

- Dominuoja 45-64 m. amžiaus grupė (48 % visų reakcijų);
- Pastebimas tolygus pasiskirstymas tarp vyresnių amžiaus grupių;
- Jaunesnė auditorija (iki 24 m.) sudaro tik 2,3 %.

Įžvalgos ir planai 2025 m.:

- Kampanijų efektyvumas yra aukštas – vidutinė reakcijos kaina yra labai žema.
- Tarptautinės kampanijos („Trakai historical national park“, „Trakai pasaulio paveldas“) rodo ypač gerus rezultatus. 2025 m. planuojama didinti rinkodaros investicijas į Vokietijos rinką, nes tai perspektyvi, daug keliaujančių ir aukšto mokumo turistų rinka.

Detaliai 3 priede

Vaizdo dienoraštis Trakai_WOW

Paskyra	Paskyros stebėtojų amžius, lytis	TOP 10 šalys	TOP 10 miestai
Analytics Overview Video Audience LIVE Nov 30, 2023 — Nov 30, 2024 Last 12 months Performance Reach Engagement Conversions Video views 219,684 +7.07% Reached audience 177,406 +44.11% Profile views 1,090 +5.60%	Age 45-54 26.9% 35-44 25.5% 55+ 24.4% 25-34 13.7% 18-24 9.5% Gender 39.4% Male 60.6% Female	Followers Top 10 countries Lithuania 34.9% Germany 14% Latvia 5.3% United Kingdom 5.1% Norway 3.8% Italy 3.3% Romania 2.9% Poland 2.5% Switzerland 2.2% Austria 1.7% Others 24.3%	Reached audience Top 10 cities Vilnius 44.2% Kaunas 10.4% Riga 7.1% Klaipėda 3% Šiauliai 2.2% Panevezys 1.4% Dublin 1.2% Tallinn 1.2% Alytus 0.9% Budapest 0.9% Others 27.5%
Paskyra veikia jau 4 metai	90,5 % vyresni nei 25 metai amžiaus	iš Trakų prioritетinių turizmo rinkų: LT, LV, EST, DE, PL – 87 %	Per metus sekėjų skaičius išaugo

2024 m. Trakų turizmo ir verslo informacijos centro vykdyta skaitmeninė komunikacija socialiniame tinkle TikTok

(@TrakaiTikTok) vaizdo dienoraštis pasiteisino, kaip efektyvi priemonė Trakų krašto turizmo įvaizdžiui formuoti ir tikslinėms auditorijoms Lietuvoje ir užsienyje pasiekti.

Komunikuoti per „TikTok“ pradėjome per pandeminius metus, kurdami video apie Trakus – taip virtualiai primindami pasauliui apie unikalų Trakų kraštą.

Per pastaruosius 4 m. Trakai_WOW ženkliai pasikeitė sekėjų auditorija ir dabar vyrauja virš 25 m. (90,5 proc.) Video dienoraščio rezultatai rodo išskirtinį augimą ir platų pasiekiamumą:

- Bendras peržiūrų skaičius: 219600
- Sekėjų bazė: beveik 4500
- Įsitraukimas: beveik 160000 „patiktukų“

Geografinė auditorijos analizė rodo, kad turinys sėkmingai pasiekia ne tik vietinę, bet ir tarptautinę auditoriją. Dominuojančios strateginės Trakų rinkos:

Lietuva (ypač Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai), Latvija (ypač Ryga), Vokietija, Jungtinė Karalystė

Demografinė auditorijos analizė atskleidžia platų amžiaus grupių spektrą:

- 45– 4 m.: 26,9 %
- 35– 44 m.: 25,5 %
- 55+ m.: 24,4 %
- 25– 34 m.: 13,7 %
- 18– 24 m.: 9,5 %

Išvalgos ir planai 2025 m. veiklai gerinti:

- „TikTok“ platformos efektyvumas Trakų turizmo skatinimui yra akivaizdus. Ypač vertinga, kad pasiekama vyresnioji auditorija (45+ m. sudaro daugiau nei 50 % sekėjų), kuri tradiciškai turi didesnes finansines galimybes keliauti ir ilgiau apsisotiti turistinėse vietovėse.
- Platformos populiarumas tarp jaunesnės auditorijos (18-34 m. sudaro 23,2 %) užtikrina ilgalaikę komunikacijos perspektyvą ir padeda formuoti Trakų, kaip patrauklios turistinės krypties, įvaizdį tarp būsimų keliautojų.
- Tarptautinės auditorijos pasiekimas, ypač kaimyninėse šalyse ir svarbiose Vakarų Europos rinkose, rodo, kad video turinys sėkmingai peržengia kalbos barjerus ir efektyviai komunikuoja Trakų, kaip turistinės vietovės, patrauklumą.

- 2025 m. bus tęsiama „TikTok“ komunikacija, ypatingą dėmesį skiriant turinio pritaikymui įvairioms amžiaus grupėms ir tarptautinei auditorijai.

VIII. STRATEGINĖ PARTNERYSTĖ IR BENDRI PROJEKTAI

1. Bendradarbiavimas su nacionalinėmis institucijomis

1.1. Lietuvos kurortų asociacija (LKA)

- Palaikoma bendra Facebook paskyra „Kurortų Litvy“ (<https://www.facebook.com/kurortiLitvi>);
- Paskelbti 5 pranešimai apie poilsio Trakuose galimybes;
- Dalyvauta Europos kurortų ir SPA asociacijos kongrese Druskininkuose;
- Administravimą vykdo Latvijos viešųjų ryšių kompanija, finansuoja LKA.

1.2. Nacionalinės turizmo informacijos sistemos (NTIS) projektas

- Įgyvendinamas 2023–2025 m. turizmo apskaitos ir skaitmenizacijos projektas;
- Sukurta API sąsaja su www.trakai-visit.lt (1000 EUR ES finansavimas);
- Automatinis renginių ir lankytinų objektų duomenų atnaujinimas NTIS.lt sistemoje;
- E-Turisto sistemos paleidimas numatytas 2025 m. I ketvirtį.

1.3. Lietuvos turizmo informacijos centrų asociacija

Su turizmu susijusių teisės aktų pataisų inicijavimas, Teisinis atstovavimas Valstybės institucijose ir Turizmo taryboje.

2. Bendradarbiavimas transporto srityje

2.1. LTG LINK partnerystė

- Informacijos apie traukinių tvarkaraščius viešinimas svetainėje ir E-TIC stotyje;
- Sukurti bendri maršrutai kelionėms dviračiais-traukiniu;
- Įgyvendintas projektas „Keliauk į Trakus Kalėdų traukiniu“.

2.2. Trakiečio kortelės projektas

- Bendradarbiaujama su Trakų rajono savivaldybe ir „Trakų autobusais“;
- Kortelių platinimas vykdomas TIC ir Trakų autobusų stotyje;
- E-TIC nemokamai suteiktos patalpos, elektra Trakų autobusų stotyje;
- QR nuorodos partnerio autobusuose, informacija apie renginius – stoties skelbimų lentoje. Turistinė informacija – stoties lankytojams.

3. Kultūros ir turizmo projektai

3.1. Lentvario miesto bibliotekos projektai:

- „Interaktyvus Lentvaris QR-2“;
- „Lentvario paveldo legendos: grafų Tiškevičių gyvenimo keliai“;
- Projektų pristatymas „Sostinės dienose“ Vilniuje;
- Informacijos viešinimas www.trakai-visit.lt.

3.2. Šv. Jokūbo kelio projektas

- Onušio stotelės informacijos atnaujinimas;
- Maršruto viešinimas ir duomenų sistemos palaikymas;
- Viešinimas <https://www.trakai-visit.lt/sv-jokubo-kelio-marsrutas-traku-rajone/>.

3.3. Bendradarbiavimas su Prienų A. Mickevičiaus biblioteka

- Regioninio turistinio maršruto „Justino Marcinkevičiaus kelias“ įgyvendinimas <https://www.justinomarcinkeviciauskeliu.lt/renginiai/kulturinio-turizmo-marsruto-justino-marcinkeviciaus-keliu-pristatymas/>;
- Viešinimas <https://www.trakai-visit.lt/category/marsrutai/page/2/>.

4. Žiniasklaidos ir media projektai

4.1. Radijo projektas „Tiesiogiai iš Trakų“

- Vasaros sezono tiesioginiai reportažai (birželis-rugpjūtis);
- 10-15 min. reportažai ketvirtadieniais su pakartojimu šeštadieniais.

4.2. Skaitmeninės platformos ir leidiniai

- Bendradarbiavimas su www.trip.lt maršrutų kūrimo portalu;
- BRADT Travel Guide medžiagos apie Trakų pilis parengimas;
- „Makaliaus Lietuva“ projektas:

2 min. trukmės video klipas

Straipsnis „Kitą savaitę į Trakus“

Lonely Planet 2025 m. gidas:

- Trakai įtraukti į „A first-time guide to Lithuania“;
- Pripažintas TOP kryptimi Europoje ir pasaulyje.

4.3. Mobiliosios aplikacijos

- „Trakai: Self-Guided Walk“ programėlės kūrimas;

GPS navigacija ir maršrutų sudarymo galimybės;

Veikimas be interneto ryšio.

5. Bendradarbiavimas su saugotinių teritorijų parkų direkcijomis

5.1. Trakų istorinio nacionalinio parko direkcija

- Pasirašyta strateginės partnerystės – bendradarbiavimo sutartis;
- Bendri viešinimo projektai;
- Savanorystės programos;
- Ekskursijų organizavimas;
- Maršrutų kūrimas;
- Bendri pristatymai „Sostinės dienos“.

5.2. Aukštadvario regioninio parko direkcija

Informacijos mainai;

Bendri renginiai ir projektai – „Sostinės dienos“.



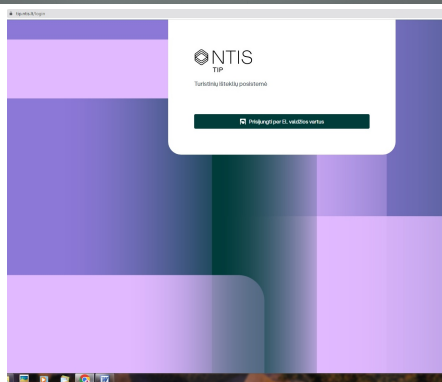
Trakų pils un Enģelu pakalns

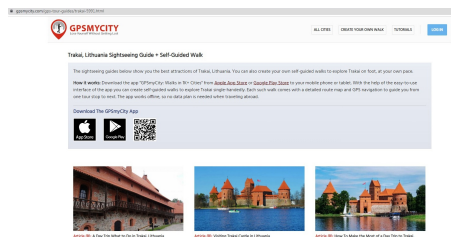


Trakų pils Lietuvā.
Publicitātes foto

Trakų pilsaista ar savu unikālo, ezeriem bagāto ainavu un viduslaikos būveto, pagājušajā gadsimtā no gruvēšiem piecelto pilsu kompleksu. Vectrakų, Trakų pussalas un salas pils ir šis kūrta teritorijas vizitkarte, kas atspoguļo ne tikai materiālo (arhitektūras), bet arī garīgo Lietuvas tautas mantojumu.

Viesojoties Trakos, jums noteikti ir jāapmeklē Trakų salas pils, kas tiek uzskatīta par viduslaiku aizsardzības šedevru.

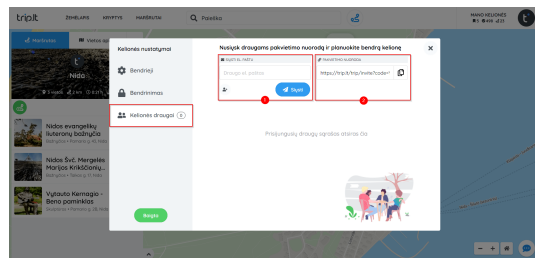




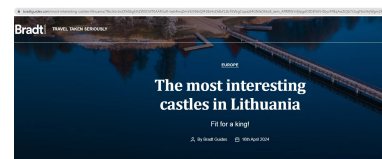
<https://www.gpsmycity.com/gps-tour-guides/trakai-5991.html>



<https://www.justinomarcinkeviciauskeliu.lt/renginiai/kulturinio-turizmo-marsruto-justino-marcinkeviciaus-keliu-pristatymas/>



<https://www.trakai-visit.lt/category/kaip-atvykti/>
<https://ltglink.lt/en/around-trakai-by-bike>
<https://ltglink.lt/kalediniai-traukiniai>



From medieval fortresses to 19th-century palaces, the most interesting castles in Lithuania will have you feeling like royalty in no time. Who would have thought that a small country in the Baltic States could hold so many beautiful castles? From the ruins of the "Land of Castles" to the ruins of the "Land of Castles", Lithuania has once a place where knights and princesses roamed.

<https://shorturl.at/rNINB>



<https://www.youtube.com/watch?v=Mc6r7cUOz3w>
<https://www.makaliauslietuva.lt/?s=Trakai>



When should I visit Lithuania?

It's possible to visit Lithuania year-round, though the country is at its best (and busiest) in high summer, when days are long, nights are short and mild, and the Baltic Sea is relatively warm. Lithuanians become exuberant during numerous summer festivals: highlights include Klaipėda's nautical-themed, 4-day Sea Festival; the Lithuanian Song and Dance Festival in Vilnius; Palanga's Festival of the Sea; and the medieval frolics of the midsummer Rasos Feast at Kernavė. Since July and August bring crowds to the supremely scenic beaches and forests of the Curonian Spit, consider staying in the smaller villages of Preila and Pervalka rather than the tourist hotspots of Nida.

Late spring is a delight, with a proliferation of wildflowers in the countryside. September through November

<https://www.lonelyplanet.com/articles/guide-to-lithuania>



IX. REPREZENTACINIAI LEIDINIAI

Reprezentaciniai leidiniai apie Trakus yra efektyvi priemonė turizmo skatinimui, plėtrai, svetingumui didinti, nes jie padeda pritraukti potencialių turistų dėmesį.

Turistiniai leidiniai didina žmonių pažinimą apie Trakus ir suteikti platesnį vaizdą apie tai, ką mūsų regionas gali pasiūlyti turistui: tai ne tik unikali istorija, bet gamtos ir kulinarinis paveldas.

Turistiniai leidiniai ypač svarbūs ir naudingi mažai žinantiems ar dar tik planuojantiems keliauti į Trakų kraštą.

E-leidiniai pasiekiami visame pasaulyje 24/365.

Turistiniai leidiniai taip pat padeda vietos verslininkams, skatinant juos plėsti savo paslaugas ta ar ana linkme.

Bendras 2024 m. centro išleistų, sumaketuotų e-versijų leidinių tiražas **24500 tūkst. (116,6 % planuoto skaičiaus)**, kurie buvo dalijami parodose ir pristatomuosiuose renginiuose, Centre, el. versijos patalpintos įvairiose interneto svetainėse ir prieinamos turistams 24 / 365, taip pat naudojamos rinkodarai socialiniuose tinkluose.

Lietuvių kalba: <https://www.trakai-visit.lt/category/leidiniai/>



Bendras biudžetas 2024 m.: 5200 EUR

Leidiniai ir informacinės priemonės

1. Trakų miesto žemėlapis

Formatas: A3

Kalbos: 8 kalbos (lietuvių, anglų, vokiečių, lenkų, italų, prancūzų, ispanų, rusų)

Tiražas: 20000 egzempliorių

Išlaidų suma: 1800 EUR

Ypatybės:

Turistinis žemėlapis

Papildoma informacija apie TOP 11 objektus kitoje pusėje

2. „Trakų dvarai ir pilys“

Formatas A5

Kalbos: prancūzų, lenkų, anglų

Tiražas: 1500 egzempliorių

Išlaidų suma: 1000 EUR

Papildoma versija: elektroninė (internete)

3. „Trakų skoniai“

Formatas: A5

Kalbos: lenkų, vokiečių, latvių, anglų

Tiražas: 2000 egzempliorių

Išlaidų suma: 1500 EUR

Papildoma versija: elektroninė (internete)

4. „Romantiškasis Užutrakis“

Formatas: A5 atvirlaiškis

Kalbos: lietuvių, anglų, vokiečių, lenkų

Tiražas: 500 egzempliorių

Išlaidų suma: 250 EUR

Papildoma versija: elektroninė (internete)

Papildomos priemonės

Lauko informaciniai stendai:

20 plakatų

Tema: Renginiai Trakuose, Trakių kodas, Romantiškasis Užutrakis

Išlaidų suma: 400 EUR

Vertimo paslaugos:

Apimtis: 30 A4 lapų (su redagavimu)

Išlaidų suma: 250 EUR

Elektroninė sklaida:

Kalbos: lietuvių, lenkų, vokiečių, anglų, latvių, rusų

Platformos:

www.trakai-visit.lt

www.baltictravelnews.com

Pasiekta auditorija: virš 400000

Prieinamumas: 24 / 7

Bendri rezultatai:

Bendras leidinių tiražas: 24500 egzempliorių (116% plane numatyto tiražo)

Sukurta 11 elektroninių leidinių

X. SOCIALINIO PROJEKTO „TRAKIEČIO KORTELĖ“ ADMINISTRAVIMAS

Trakų rajono savivaldybės socialinis projektas „Trakiečio kortelė“, pradėtas įgyvendinti 2022 m. kovo 14 d., sėkmingai tęsiamas ir 2024 m.

Projektas skirtas Trakų rajono gyventojams, vyresniems nei 7 m. amžiaus, kurie yra deklaravę savo gyvenamąją vietą rajone.

Projekto komunikacija vykdoma:

** per specialiai sukurta internetinę svetainę www.trakieciokortele.lt;

** mobiliąją programėlę „Trakiečio kortelė“;

** Facebook socialinį tinklą.

Sutartys nuolaidoms su Trakų krašto verslu :

** 2024 m. projekto dalyviams buvo teikiama 13-14 skirtingų nuolaidų įvairioms paslaugoms;

** Didžiausią populiarumą įgavo „Trakų paslaugos“ teikiamos pervežimo Trakų rajone paslaugos, kuriomis naudojasi beveik 100 proc. kortelės turėtojų;

** Taip pat nuolaidos taikomos Trakų maitinimo įstaigose, vasaros poilsio pramogoms, automobilių nuomai bei servisui.

2024 m. projekto statistika:

- Per metus išduotos 944 kortelės (nuo projekto pradžios kortelės jau išgijo 4486 asmenys);
- Surinkta lėšų ir perduota savivaldybei: 4720 EUR (nuo projekto pradžios 2243 EUR);

- Metų pabaigoje kortelių likutis: 514 vnt.

Reikšmingi projekto pokyčiai:

- Nuo 2023 m. vasaros kortelę gali įsigyti ir nepilnamečiai, deklaruoję gyvenamąją vietą Trakų rajone, kas ypač aktualu vasaros atostogų metu, kai nealioja moksleivių pažymėjimai;
- 2023–2024 m. kortelėmis daugiausia naudojosi naujai į rajoną atvykę gyventojai, pilnametystės sulaukę asmenys bei pamestų kortelių pakeitimo atvejai;
- 2024 m. korteles savivaldybė teikė ir socialiai remtiniams, darbo biržoje registruotiems asmenims, kad pastarieji galėtų atvykti į organizuojamus mokymus ir konsultacijas;
- Kasmet kortelių galiojimas pratęsiamas visiems kortelių naudotojams nemokamai;
- Detalesnė projekto statistika ir informacija pateikiama 5 priede.

XI. CENTRO ŽMOGIŠKŲJŲ IŠTEKLIŲ UGDYMAS

- Centre dirba 5 darbuotojai, 4.5 etato.
- Visi Trakų turizmo ir verslo informacijos centro darbuotojai atitinka Turizmo įstatyme bei Ekonomikos ir inovacijų ministerijos licencinėje sutartyje nustatytus profesinius reikalavimus.

2024 m. centro darbuotojai sistemingai kėlė profesinę kvalifikaciją dalyvaudami įvairiuose mokymuose, kuriuos organizavo Ekonomikos ir inovacijų ministerija, Lietuvos turizmo informacijos centrų asociacija, Trakų rajono savivaldybė, įstaiga taip pat siuntė darbuotojus kelti kvalifikaciją pagal jų vykdomas veiklas.

Kvalifikacijos tobulinimo programos apėmė šias sritis – vidaus kontrolė, viešieji pirkimai, apmokėjimo politika, darbuotojų sauga, e-rinkodara, dirbtinio intelekto taikymas, kibernetinis saugumas, finansų ir personalo valdymas, „TravelTech“ technologijos.

Per metus įstaigos darbuotojai dalyvavo 10-yje mokymų programų, kiekvienas specialistas kvalifikaciją kėlė keliuose mokymuose.

Paslaugų kokybės vertinimas

Centro lankytojai – apie 80 % užsienio piliečiai, todėl Centro veiklos kokybė vertinama remiantis dviem šaltiniais:

- **„Google“ platformos vartotojų vertinimai:**

Surinkta virš 1100 atsiliepimų;

Bendras įvertinimas – 4,5 iš 5 galimų žvaigždučių;

Ypač teigiamai vertinamas darbuotojų profesionalumas teikiant informaciją ir pagalbą lankytojams.

- **Centro vykdytos apklausos Lietuvos rinkoje rezultatai:**

70 % respondentų centro veiklą vertina labai gerai ir gerai.

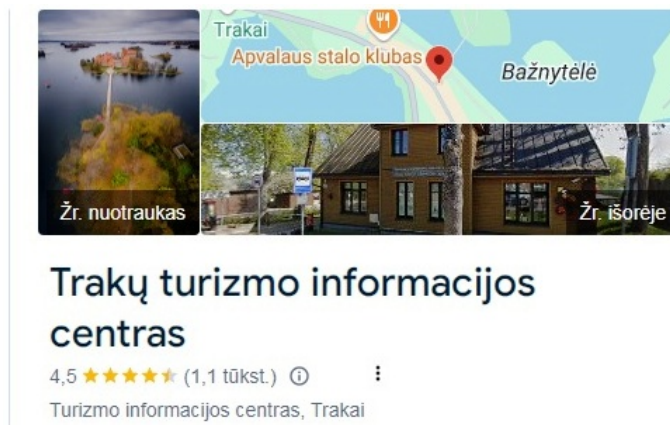
30 % respondentų veiklą vertina vidutiniškai.

<https://apklausa.lt/private/forms/276970/answers>

Neigiamų vertinimų nefiksuota.

Detalūs apklausų rezultatai viešai prieinami centro interneto svetainėje:

<https://www.trakai-visit.lt/category/apie-mus/apklausa/>.



XII. TRAKŲ TURIZMO IR VERSLO INFORMACIJOS CENTRO 2024 M. FINANSINĖ VEIKLA

Finansavimo šaltiniai ir programos

Išstaiga vykdė veiklą pagal „Kultūros puoselėjimo, kultūros paslaugų ir viešosios turizmo infrastruktūros bei paslaugų teikimo“ programą, patvirtintą Trakų rajono savivaldybės tarybos 2024 m. vasario 14 d. sprendimais Nr. SE1-2 ir Nr. SE1-1. Programos įgyvendinimui pagal 2024-02-19 finansavimo sutartį Nr. T4-1 skirta 157330 EUR.

1. Lėšų panaudojimas

- TVIC veiklos organizavimas: 126930 EUR;
- Darbo užmokestis ir socialinio draudimo įmokos: 121630 EUR;
- Administravimo išlaidos: 5300 EUR.

2. Rinkodaros ir reprezentacinė veiklai 25200 EUR

- Tarptautinės parodos ir renginiai;
- Reklamos paslaugos;
- Internetinės svetainės priežiūra;
- Leidinių maketavimas;
- Vertimo paslaugos;
- Reprezentacinės išlaidos.

3. Informacinių leidinių leidybai 5200 EUR:

- Trakų miesto turistinis žemėlapis (15000 vnt.);
- Brošiūra „Trakų krašto pilys ir piliavietės“ (400 vnt.);
- Brošiūra „Trakų krašto skonio spalvos“ (1000 vnt.);
- Plakatai miesto stendams;
- Vertimo, maketavimo ir spaudos darbai.

4. Pajamos iš papildomos veiklos

4.1. Prekybos veikla:

- Bendros pajamos: 29900 EUR
- Savikaina: 20500 EUR
- Grynasis pelnas: 9400 EUR

4.2. Ekskursijų organizavimas:

- Bendros pajamos: 3350 EUR
- Išmokos gidams: 2340 EUR
- Grynasis pelnas: 1010 EUR

5. Bendros įstaigos lėšos 2024 m.

Iš viso: 167740 EUR, iš kurių:

- Biudžeto programos asignavimai: 157330 EUR
- Pajamos iš papildomos veiklos: 10410 EUR

6. „Trakiečio“ kortelės pardavimai

- Parduota TVIC: 88 vnt.;
- UAB „Trakų paslaugos“ pardavė: 856 vnt.;
- Likutis TVIC: 386 vnt.;
- Likutis UAB „Trakų paslaugos“: 128 vnt.

7. Papildoma informacija

- Įstaiga neturi ilgalaikių įsipareigojimų;
- 2024 m. paramos negauta;
- Detali finansinė ataskaita bus pateikta VSAKIS sistemoje 2025 m. vasario 28 d.

Ataskaitą parengė: direktorė Laima Balčytienė

Trakų rajono turistų apgyvendinimo statistikos analizė 2017–2024 m. ir tendencijos

Bendra situacija ir tendencijos

Trakų rajonas išlieka viena iš svarbiausių turistinių teritorijų Lietuvoje, užimanti penktą vietą tarp visų Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų bei lyderiaujanti tarp kurortinių teritorijų Vilniaus regione (antra vieta po Vilniaus miesto).

Pagrindiniai iššūkiai:

- Nakvynių skaičiaus atsigavimas – bendras nakvynių skaičius vis dar 26,6 % mažesnis nei 2019 m. (ikipandeminis lygis);

- Šį atotrūkį iš dalies lemia reikšmingas apgyvendinimo infrastruktūros sumažėjimas.

- Apgyvendinimo infrastruktūros pokyčiai:

** „Esperanza Resort“ viešbučio uždarymas rekonstrukcijai (planuojama atidaryti 2025 m. vasarą)

** „Trasalis“ poilsio ir pramogų centro uždarymas

Bendras lovų skaičiaus sumažėjimas: -23% (240 lovų)

Prarastas pajėgumas: apie 46600 lovadienių per metus

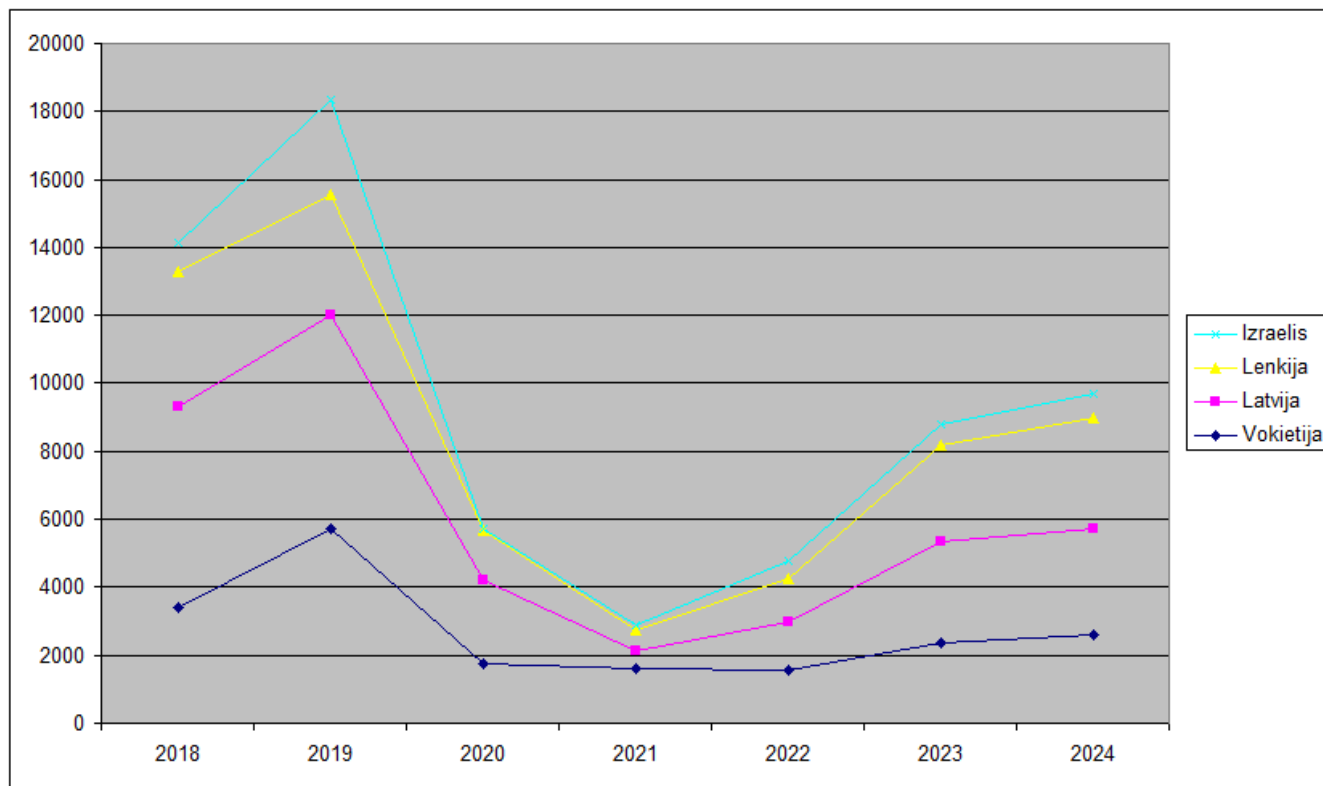
Turistų struktūra ir tendencijos

Lietuvos gyventojai: 85%

Užsieniečiai: 15%

Užsienio turistų dinamika 2018–2024 m.; ikipandeminiai: 2018–2019 m., pandeminiai: 2020–2021

3 grafikas: Išėjimo iš pandemijos sukeltos krizės (pagal turizmo rinkodaros strategiją)



Pagrindinės rinkos ir jų augimas:

- **Latvija**

2019 m. pikas: 6277 nakvynės

2024 m.: 3115 nakvynių

Nuo ikipandeminio 2019 m. apgyvendinimo lygio vis dar atsilieka ~50% (sumažėjo Latvijos rinkoje populiarių apgyvendinimo vietų skaičius („Trasalis“, „Esperanza resort“).

- **Vokietija**

2019 m. pikas: 5717 nakvynių

2024 m.: 2594 nakvynės

Vis dar atsilieka nuo ikipandeminio lygio (apie 45 %), nes sumažėjo Vokietijos rinką tenkinusių apgyvendinimo vietų skaičiaus. Vokiečiai renkasi verslo arba Premium klasės apgyvendinimo vietas.

Lenkija

Stabilesnė ir sparčiai auganti dinamika

2024 m.: 3297 nakvynės

Beveik pasiektas 2018 m. lygis

- **Izraelis**

Mažesni, bet augantys skaičiai

2024 m.: 681 nakvynė

Duomenų patikimumo problematika**Sisteminiai iššūkiai:**

- Valstybės duomenų agentūros vėlavimas (1–2 ketvirčiai)
- Ribota duomenų teikėjų aprėptis (iki 2024-12-31 privalomai buvo deklaruojami tik klasifikuojamų apgyvendinimo vietų duomenys).
- Neklasifikuojamam apgyvendinimo vietų segmentui prievolės teikti duomenis iki 2025-01-01 nebuvo.
- Apie 30 % Trakų rajono apgyvendinimo paslaugų teikėjų neregistruoti oficialiame Vartotojų teisių apsaugos tarnybos registre.

Nauji pokyčiai:

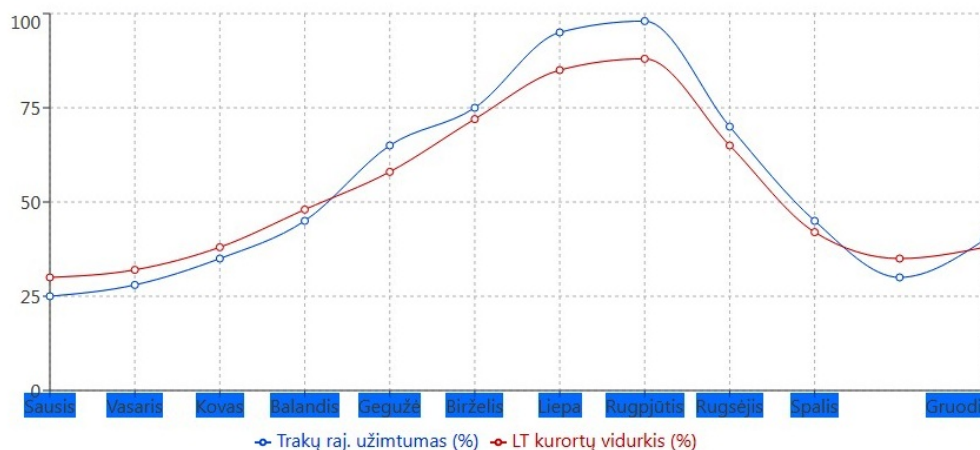
- Nuo 2025-01-01 pradeda veikti NTIS (Nacionalinė turizmo informacinė sistema).

-

Išvados ir perspektyvos**Pozityvios tendencijos:**

- Augantis užsienio turistų nakvynių skaičius
- Lyderiaujanti pozicija tarp kurortinių teritorijų
- Planuojamas modernaus SPA centro po rekonstrukcijos atidarymas (2025 m.)

Trakų rajono apgyvendinimo sezoninis svyravimas



Iššūkiai:

- Sezoninis svyravimas
- Verslo klasinės apgyvendinimo vietų grupėms apgyvendinti trūkumas dėl uždarytų objektų
- Nepatikima statistika dėl sisteminių problemų
- Kontrolės mechanizmų trūkumas – nėra įstatymais numatyta, kad bus jei nesiregistruos Vartotojų teisių apsaugos tarnybos registre ir / arba neteiks statistinių duomenų.

•

Ateities galimybės:

- NTIS <https://ntis.lt/> sistema pagerins duomenų kokybę;
- „Esperanza Resort“ atidarymas 2025 m. sustiprins Premium segmentą;
- Potencialas didinti užsienio turistų dalį (ypač iš kaimyninių šalių).

Trakų ir Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų (toliau LKK) statistika

- Bendras visų LKK nakvynių skaičius vis dar 26,6 % atsilieka nuo ikipandeminio 2019 m. lygio

Turistų, nakvojusių Lietuvos kurortuose ir kurortinėse teritorijose, struktūra:

- Užsieniečiai: 15 % , lietuviai: 85 %

2023 m. pabaigoje „Esperanza Resort“ viešbučio uždarymas rekonstrukcijai. Komplexą numatoma atidaryti 2025 m. vasarą ir planuojama, kad tai bus moderniausias SPA centras Baltijos šalyse.

Nuo 2022 m. nutraukė veiklą arba laikinai uždarytos rekonstrukcijai kelios didelės apgyvendinimo paslaugas teikusios įmonės. Iš viso sumažėjo ~240 lovų, o naujų apgyvendinimo vietų nebuvo atidaryta.

Objektyvus nakvynės vietų sumažėjimas: apie 23 %, prarasta apie 46600 lovadienių.

- **Pozityvios tendencijos – užsieniečių nakvynių augimas**

3 lentelė: nakvynų Trakų apgyvendinimo skaičiaus pagal tikslines rinkas statistika ikipandeminiais 2018 ir 2024 m.

TRAKAI	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vokietija	3413	5717	1746	1594	1573	2358	2594
Latvija	5891	6277	2439	557	1402	2963	3115
Lenkija	3985	3566	1492	580	1271	2867	3297
Izraelis	865	2793	57	149	548	603	681
VISO	14154	18353	5734	2880	4794	8791	9687

Kaip matyti, iš grafiko: apgyvendinimo tempai 2023–2024 metais Trakų apgyvendinimo įstaigose yra augantys bet tempas lėtokas, nes užsidarė dvi labai populiarios ir turinčios savo vartotoją įstaigos: ekonominės klasės turistams (ypač latviams ir lenkams) – 200 vietų turėjęs poilsio ir pramogų centras „Trasalis“ ir Premium klasės vartotojo poreikius tenkinęs „Esperanza Resort“. Šių nakvynės vietų apkrovimas per metus sudarytų apie 42000 lovadienių.

- **Džiugu tai, kad esame lyderiai tarp penkių Lietuvos kurortinių teritorijų ir Vilniaus regione** – antroje vietoje, po Vilniaus miesto.
- Tarp 9 Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų esame penktoje vietoje po Lietuvos kurortų ir pirmi tarp Lietuvos kurortinių teritorijų.

TRAKŲ RAJONO SAVIVALDYBĖS SOCIALINIO PROJEKTO „TRAKIEČIO KORTELĖ“ ADMINISTRAVIMAS

Trakų rajono savivaldybės socialinis projektas „Trakiečio kortelė“, pradėtas įgyvendinti 2022 m. kovo 14 d., sėkmingai buvo tęsiamas 2024 metais. Projektas skirtas Trakų rajono gyventojams, vyresniems nei 7 metų amžiaus, kurie yra deklaravę savo gyvenamąją vietą rajone.

Projekto komunikacija vykdoma:

- ** per specialiai sukurtą internetinę svetainę www.trakieciokortele.lt;
- ** mobiliąją programėlę „Trakiečio kortelė“;
- ** Facebook socialinį tinklą.

Sutartys nuolaidoms su Trakų krašto verslu:

- ** 2024 metais projekto dalyviams buvo teikiama 13–14 skirtingų nuolaidų įvairioms paslaugoms.
- ** Populiariausia UAB „Trakų paslaugos“ teikiama pervežimo Trakų rajone paslauga, kuria naudojasi beveik 100 proc. kortelės turėtojų.
- ** Taip pat nuolaidos taikomos Trakų maitinimo įstaigose, vasaros poilsio pramogoms, automobilių nuomai bei servisui.

2024 metų projekto statistika:

- Per metus išduotos **944** kortelės (nuo projekto pradžios kortelės jau įsigijo 4486 asmenys)
- Surinkta lėšų ir perduota savivaldybei: **4720 EUR** (nuo projekto pradžios 2243 eurai)
- Metų pabaigoje kortelių likutis: **514** vnt.

Reikšmingi projekto pokyčiai:

- Nuo 2023 m. vasaros kortele gali naudotis ir nepilnamečiai, deklaravę gyvenamąją vietą Trakų rajone, kas ypač aktualu vasaros atostogų metu, kai nebegalioja moksleivių pažymėjimai.
- 2023–2024 metais kortelėmis daugiausia naudojosi naujai į rajoną atvykę gyventojai, pilnametystės sulaukę asmenys bei pamestų kortelių pakeitimo atvejai.
- 2024 metais kortelės savivaldybė teikė ir socialiai remtiniams, darbo biržoje registruotiems asmenims, kad pastarieji galėtų atvykti į organizuojamus mokymus ir konsultacijas.
- Kasmet kortelių galiojimas pratęsiamas visiems kortelių naudotojams nemokamai.

1 lentelė
„Trakiečio kortelės“ pardavimai ir likutis 2024-12-31d.

1						Priedas Nr. Prie TVIC veiklos ataskaitos						
2						Trakiečio kortelė Trakų paslaugos						
3	4		5		6		7		8		9	
10	11		12		13		14		15		16	
17	18		19		20		21		22		23	
24	25		26		27		28		29		30	
31	32		33		34		35		36		37	
38	39		40		41		42		43		44	
45	46		47		48		49		50		51	
52	53		54		55		56		57		58	
59	60		61		62		63		64		65	
66	67		68		69		70		71		72	
73	74		75		76		77		78		79	
80	81		82		83		84		85		86	
87	88		89		90		91		92		93	
94	95		96		97		98		99		100	
101	102		103		104		105		106		107	
108	109		110		111		112		113		114	
115	116		117		118		119		120		121	
122	123		124		125		126		127		128	
129	130		131		132		133		134		135	
136	137		138		139		140		141		142	
143	144		145		146		147		148		149	
150	151		152		153		154		155		156	
157	158		159		160		161		162		163	
164	165		166		167		168		169		170	
171	172		173		174		175		176		177	
178	179		180		181		182		183		184	
185	186		187		188		189		190		191	
192	193		194		195		196		197		198	
199	200		201		202		203		204		205	
206	207		208		209		210		211		212	
213	214		215		216		217		218		219	
220	221		222		223		224		225		226	
227	228		229		230		231		232		233	
234	235		236		237		238		239		240	
241	242		243		244		245		246		247	
248	249		250		251		252		253		254	
255	256		257		258		259		260		261	
262	263		264		265		266		267		268	
269	270		271		272		273		274		275	
276	277		278		279		280		281		282	
283	284		285		286		287		288		289	
290	291		292		293		294		295		296	
297	298		299		300		301		302		303	
304	305		306		307		308		309		310	
311	312		313		314		315		316		317	
318	319		320		321		322		323		324	
325	326		327		328		329		330		331	
332	333		334		335		336		337		338	
339	340		341		342		343		344		345	
346	347		348		349		350		351		352	
353	354		355		356		357		358		359	
360	361		362		363		364		365		366	
367	368		369		370		371		372		373	
374	375		376		377		378		379		380	
381	382		383		384		385		386		387	
388	389		390		391		392		393		394	
395	396		397		398		399		400		401	
402	403		404		405		406		407		408	
409	410		411		412		413		414		415	
416	417		418		419		420		421		422	
423	424		425		426		427		428		429	
430	431		432		433		434		435		436	
437	438		439		440		441		442		443	
444	445		446		447		448		449		450	
451	452		453		454		455		456		457	
458	459		460		461		462		463		464	
465	466		467		468		469		470		471	
472	473		474		475		476		477		478	
479	480		481		482		483		484		485	
486	487		488		489		490		491		492	
493	494		495		496		497		498		499	
500	501		502		503		504		505		506	
507	508		509		510		511		512		513	
514	515		516		517		518		519		520	
521	522		523		524		525		526		527	
528	529		530		531		532		533		534	
535	536		537		538		539		540		541	
542	543		544		545		546		547		548	
549	550		551		552		553		554		555	
556	557		558		559		560		561		562	
563	564		565		566		567		568		569	
570	571		572		573		574		575		576	
577	578		579		580		581		582		583	
584	585		586		587		588		589		590	
591	592		593		594		595		596		597	
598	599		600		601		602		603		604	
605	606		607		608		609		610		611	
612	613		614		615		616		617		618	
619	620		621		622		623		624		625	
626	627		628		629		630		631		632	
633	634		635		636		637		638		639	
640	641		642		643		644		645		646	
647	648		649		650		651		652		653	
654	655		656		657		658		659		660	
661	662		663		664		665		666		667	
668	669		670		671		672		673		674	
675	676		677		678		679		680		681	
682	683		684		685		686		687		688	
689	690		691		692		693		694		695	
696	697		698		699		700		701		702	
703	704		705		706		707		708		709	
710	711		712		713		714		715		716	
717	718		719		720		721		722		723	
724	725		726		727		728		729		730	
731	732		733		734		735		736		737	
738	739		740		741		742		743		744	
745	746		747		748		749		750		751	
752	753		754		755		756		757		758	
759	760		761		762		763		764		765	
766	767		768		769		770		771		772	
773	774		775		776		777		778		779	
780	781		782		783		784		785		786	
787	788		789		790		791		792		793	
794	795		796		797		798		799		800	
801	802		803		804		805		806		807	
808	809		810		811		812		813		814	
815	816		817		818		819		820		821	
822	823		824		825		826		827		828	
829	830		831		832		833		834		835	
836	837		838		839		840		841		842	
843	844		845		846		847		848		849	
850	851		852		853		854		855		856	
857	858		859		860		861		862		863	
864	865		866		867		868		869		870	
871	872		873		874		875		876		877	
878	879		880		881		882		883		884	
885	886		887		888		889		890		891	
892	893		894		895		896		897		898	
899	900		901		902		903		904		905	
906	907		908		909		910		911		912	
913	914		915		916		917		918		919	
920	921		922		923		924		925		926	
927	928		929		930		931		932		933	
934	935		936		937		938		939		940	
941	942		943		944		945		946		947	
948	949		950		951		952		953		954	
955	956		957		958		959		960		961	
962	963		964		965		966		967		968	
969	970		971		972		973		974		975	
976	977		978		979		980		981		982	
983	984		985		986		987		988		989	
990	991		992		993		994		995		996	
997	998		999		1000		1001		1002		1003	
1004	1005		1006		1007		1008		1009		1010	
1011	1012		1013		1014		1015		1016		1017	
1018	1019		1020		1021		1022		1023		1024	
1025	1026		1027		1028		1029		1030		1031	
1032	1033		1034		1035		1036		1037		1038	
1039	1040		1041		1042		1043		1044		1045	
1046	1047		1048		1049		1050		1051		1052	
1053	1054		1055		1056		1057		1058		1059	
1060	1061		1062		1063		1064		1065		1066	
1067	1068		1069		1070		1071		1072		1073	
1074	1075		1076		1077		1078		1079		1080	
1081	1082		1083		1084		1085		1086		1087	
1088	1089		1090		1091		1092		1093		1094	
1095	1096		1097		1098		1099		1100		1101	
1102	1103		1104		1105		1106		110			

- **Socialiniai tinklai:** trijų Facebook paskyrų ir dviejų „Instagram“ profilių integracija efektyviai paskirsto turinį skirtingoms auditorijoms. Naudojami „Story“ ir „Reels“ formatai didina vizualinio turinio pasiekiamumą.

Socialinių tinklų efektyvumas

1. Facebook

- Šios platformos paskyros pasiekia plačią auditoriją.
- „Story“ ir „Reels“ formato turinys yra efektyvus, tačiau reikėtų daugiau dėmesio skirti Instagram integracijai į Facebook, kad būtų užtikrintas didesnis tarptautinis pasiekiamumas.

2. Instagram

- „Travelnews.lv“ paskyros „Story“ ir „Reels“ turinys generuoja vidutiniškai 500 peržiūrų, tačiau planuojamas Facebook auditorijos įtraukimas galėtų padvigubinti šiuos rodiklius.
- Prioritetas turėtų būti vizualinio turinio, atspindinčio Trakų autentiškumą, kūrimas.

3. BalticTravelNews.com

- Angliška portalų versija pasiekia įvairiapusę auditoriją, įskaitant užsienio studentus, karius, verslininkus ir turizmo sektoriaus atstovus.

Latvijos ir Estijos turistų pasirinkimo motyvai

1. Artumas ir patogumas

- Vos kelių valandų kelionė automobiliu daro Trakus lengvai pasiekiamą vietą.

2. Unikali patirtis

- Trakai siūlo istorinę pilį, kultūrinį paveldą, įspūdingą gamtą ir išskirtinius kulinarinius patiekalus.

3. Dėmesys poreikiams

- Trakų pasiūlymai orientuoti į šeimas, patogumą ir įvairių pramogų įvairovę.

Turinį įtakojantys veiksniai

1. Gastronomija ir istorija

- Populiariausios temos: Trakų kulinarinis paveldas ir istoriniai objektai rodo, kad šių šalių turistai vertina autentiškumą.

2. Tikslinis turinys

- Straipsniai, skirti savaitgalio išvykoms ar vaikų atostogoms, atitinka Latvijos ir Estijos rinkos poreikius.

Apibendrinimas

Trakų turizmo ir verslo informacinio centro eilę metų pasirinktas komunikacijos Latvijos ir Estijos auditorijai BalticTravelnews informavimo kanalas jau pasiekė reikšmingų rezultatų šių šalių rinkoje.

Tolėsnei rinkodaros investicijos turėtų būti orientuotos į turinio kokybę, sezoniškumo valdymą ir socialinių tinklų integraciją galėtų dar labiau padidinti šio regiono populiarumą ir pritraukti dar daugiau turistų.

Trakų turizmo ir verslo informacijos centro lankytojų statistika: Latvijos ir Estijos rinkų apžvalga

Lankytojų skaičiaus dinamika (2019–2024 m.)

Metai	Latvija	Augimas / atsilikimas nuo 2019 m. %	Estija	Augimas / atsilikimas nuo 2019 m. %
2019	5968	-	1097	-
2020	1908	-68	842	-23
2021	1010	-83	347	-68
2022	1211	-80	1108	1
2023	3154	-47	1370	25
2024	3460	-42	1670	52

Estijos rinkos analizė

Estijos turistų srautai per 2024 m. viršijo priešpandeminius 2019 m. rodiklius **52 %**, o lyginant su 2023 m., augimas siekia **21 %**. Šis augimas demonstruoja stabilų susidomėjimą Trakų kraštu iš Estijos rinkos ir veiksmingą komunikaciją, orientuotą į šią auditoriją.

Veiksniai, prisidėję prie Estijos rinkos augimo:

- **Efektyvi komunikacija** apie Trakų gamtos grožį, kulinarinį paveldą ir istorinius objektus.
- Geresnis susisiektas ir auganti Baltijos šalių vidinė turistų mobilizacija.
- Didėjantis Trakų populiarumas tarp vienadienių keliautojų.

Latvijos rinkos analizė

Turistų iš Latvijos srautai dar nepasiekė priešpandeminių 2019 m. rodiklių. 2024 m. lankytojų skaičius iš Latvijos buvo **42 % mažesnis nei 2019 m.**, tačiau lyginant su 2023 m. augimas siekė **10 %**.

Priežastys, dėl kurių Latvijos turistų skaičius nepasiekia priešpandeminį lygį:

1. Apgyvendinimo vietų sumažėjimas:

- 2022 m. užsidarė Latvijos turistų pamėgtos apgyvendinimo įstaigos: „Trasalis“ ir „Esperanza Resort“ (apie 250 lovų).
- Dėlto kasmet prarandama apie **45000 lovadienių**.
- Nors dalis turistų pasirinko kitas apgyvendinimo vietas, kaip „TonyResort“ ir „Margis“, apie **25000 nakvynių** buvo pasirinkta Birštone ar kitose Vilniaus regiono vietose.

2. Latvių lojalumo įtaka:

- Latvijos turistai yra lojalūs: jeigu jiems patinka paslaugos, jie dažnai grįžta. Praradus jų pamėgtas vietas, dalis keliautojų pasirinko kitas kryptis.

Išvados ir rekomendacijos

1. Estijos rinkos potencialas:

- Estijos rinkos augimas rodo, kad tęstinė komunikacija apie Trakų kraštą yra efektyvi. Reikėtų toliau investuoti į šią rinką, ypatingą dėmesį skiriant sezoniniams pasiūlymams, šeimoms ir kulinarinio paveldo reklamai.

2. Latvijos rinkos atgaivinimas:

- Reikia aktyvesnės rinkodaros strategijos, orientuotos į Latvijos turistų lojalumą.
- Skatinti naujų apgyvendinimo vietų plėtrą ir stiprinti vienadienio turizmo pasiūlymus.
- Akcentuoti patirtinius ir kulinarius išskirtinumus, kurie Latvijos turistams yra itin svarbūs.

3. Sezoniškumo valdymas:

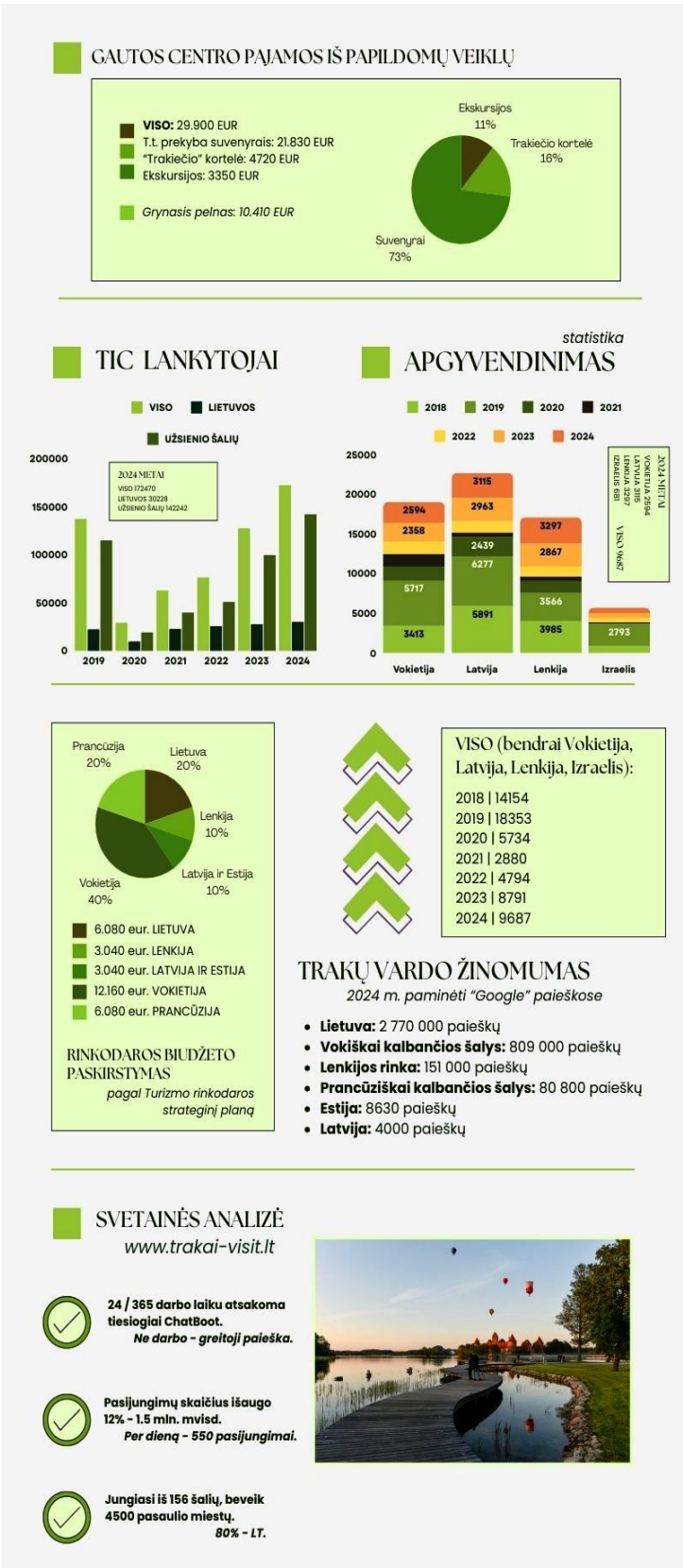
- Skatinti lankymąsi Trakuose ne sezono metu, siūlant žiemos pramogas ir renginius.

4. Bendradarbiavimas su Latvijos rinka:

- Didesnis dėmesys bendradarbiavimui su Latvijos kelionių agentūromis bei žiniasklaida galėtų padėti atkurti Latvijos turistų srautus.

Apibendrinant, nors Latvijos turistų srautas dar negrįžo į priešpandeminius rodiklius, augimo tendencijos ir Estijos rinkos rezultatai rodo, kad Trakų kraštas išlieka patrauklia turizmo kryptimi Baltijos regione.

Trakų TVIC 2024 metų veikla infografikoje



INFORMACIJOS sklaida

12 informacinių stotelių



INFORMACIJOS sklaida

18 Nukreipiamųjų
nuorodų

24 / 365

QR kodai

autobusuose, stotyje, BOLT
stotelėse, laivuose,
maitinimo įstaigose, prie
lankytinų objektų.

TIKTOK

Trakai_WOW

- 4500 sekėjų
- ~ 300 įrašų
- 160 tūkst. reakcijų

- 2750 sekėjų
- 181 tūkst. reakcijų



INSTAGRAM

2 paskyros

ĮRAŠAI SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE

"Facebook" | "Instagram" | video dienoraštis



6 "Facebook" puslapiai ir
6 "Facebook" grupės.

32 tūkst. sekėjų
Bendras įrašų skaičius 1300 /
~ 2,57 mln. reakcijų



FACEBOOK

REKLAMA

ADS reklamos "Facebook" ir
"Instagram" efektyvumas



VISO IŠLEISTA: 1841 EUR.



PASIEKTA BEVEIK 2 MLN. REAKCIJŲ.



VIDUTINĖ VIENOS REAKCIJOS KAINA:



tarptautinės
PARODOS



 24 tūkst. lankytojų
kaštai: 2.5 tūkst. eur.



infoturui, reportažai
PRISTATYMAI

LIETUVOJE **53**

UŽSIENYJE **51**

INFOTURAI **3** 31 dalyvis

VEBINARAI **2** LV / DE rinkoms
36 dalyv

 80 tūkst. lankytojų
kaštai: 3 tūkst. eur.

BENDRI PROJEKTAI

Strateginės partnerystės

2024 metais Trakų turizmo ir verslo informacijos centras aktyviai bendradarbiauja su šešiomis pagrindinėmis institucijomis:

-  NTIC | Nacionalinė turizmo informacijos centrų asociacija
-  LKA | Lietuvos kariuomenės akademija
-  TINP | Trakų istorinio nacionalinio parko direkcija
-  Trakiečio kortelė
-  Lentvario biblioteka
-  Trakų krašto tradicinių amatų asociacija



NAUJI TURISTINIAI MARŠRUTAI

2024 metais sukurti 6 nauji teminiai maršrutai:

-  TRAKŲ SKONIAI (LV, DE, EN, PL)
-  TRAKŲ KALĖDINIAI SKONIAI
-  ROMANTIŠKAS UŽUTRAKIS (LT, LV, DE, EN, PL)
-  TRAKŲ PILYS IR PILIAVIETĖS (FR, LV, DE, EN, PL)
-  KARAIMŲ MAŽASIS MIESTAS (LT, PL, EN, DE)
-  INFORMACINIS-ORIENTACINIS ŽAIDIMAS "TRAKIO KODAS" (LT)

2024 metų Trakų turizmo ir verslo informacijos centro reklamos kampanijų socialiniuose tinkluose efektyvumo analizė

Reklaminės kampanijos vykdomos Centro administruojamuose Facebook ir Instagram puslapiuose.

FB puslapiai:

Trakų turizmas, Trakai Visit, Trakų turizmo ir verslo informacijos centras, ExploreTrakaiVilnius, Trakiečio kortelė.

Instagram: visit_trakai

1. Finansinis efektyvumas:

- **Iš viso investuota: 1841 EUR**
- Pasiekta beveik 2 mln. reakcijų
- Vidutinė vienos reakcijos kaina: 0,0009 EUR

2. Rinkų pasiskirstymas:

- Lietuvos rinka dominuoja su 60 % biudžeto (1104,6 EUR)
- Prancūziškai kalbančios šalys 12 % (220,92 EUR)
- Latvija ir Estija 10% (184,1 EUR)
- Vokietija 9,3 % (171,21 EUR)

3. Sėkmingiausios kampanijos:

- „Trakai historical national park“ – 77500 reakcijų
- „Trakai pasaulio paveldas“ (prancūzų k.) – 58500 reakcijų
- Pasaulinės turizmo dienos renginiai – 51000 reakcijų

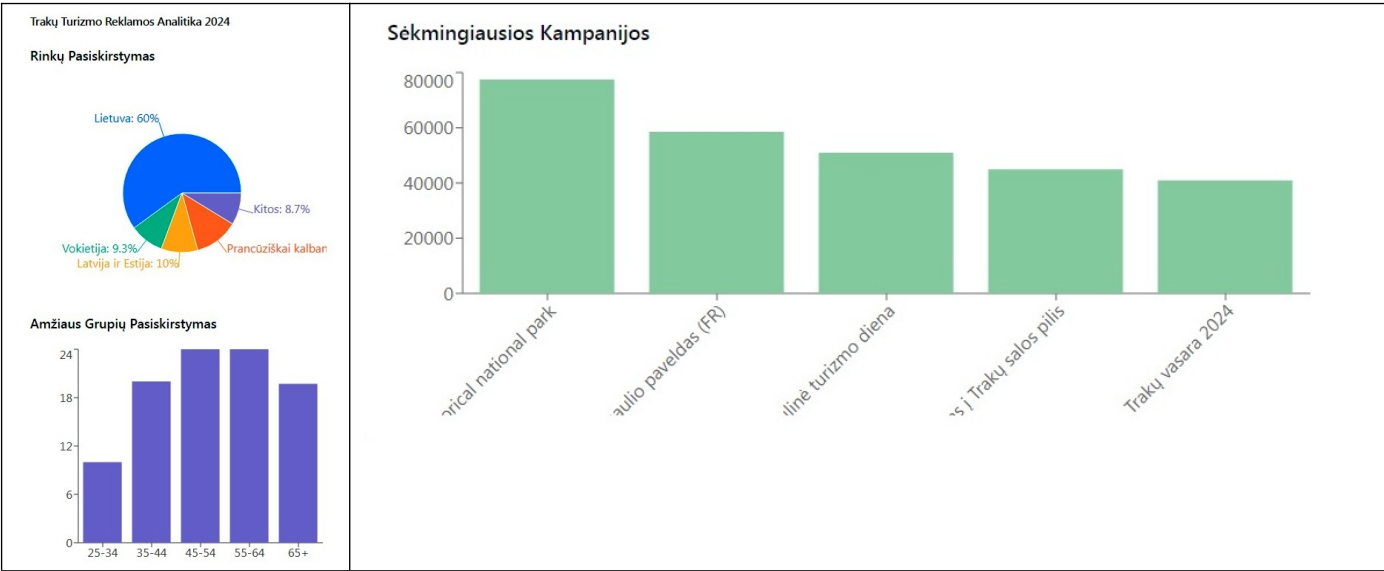
4. Auditorijos amžiaus profilis:

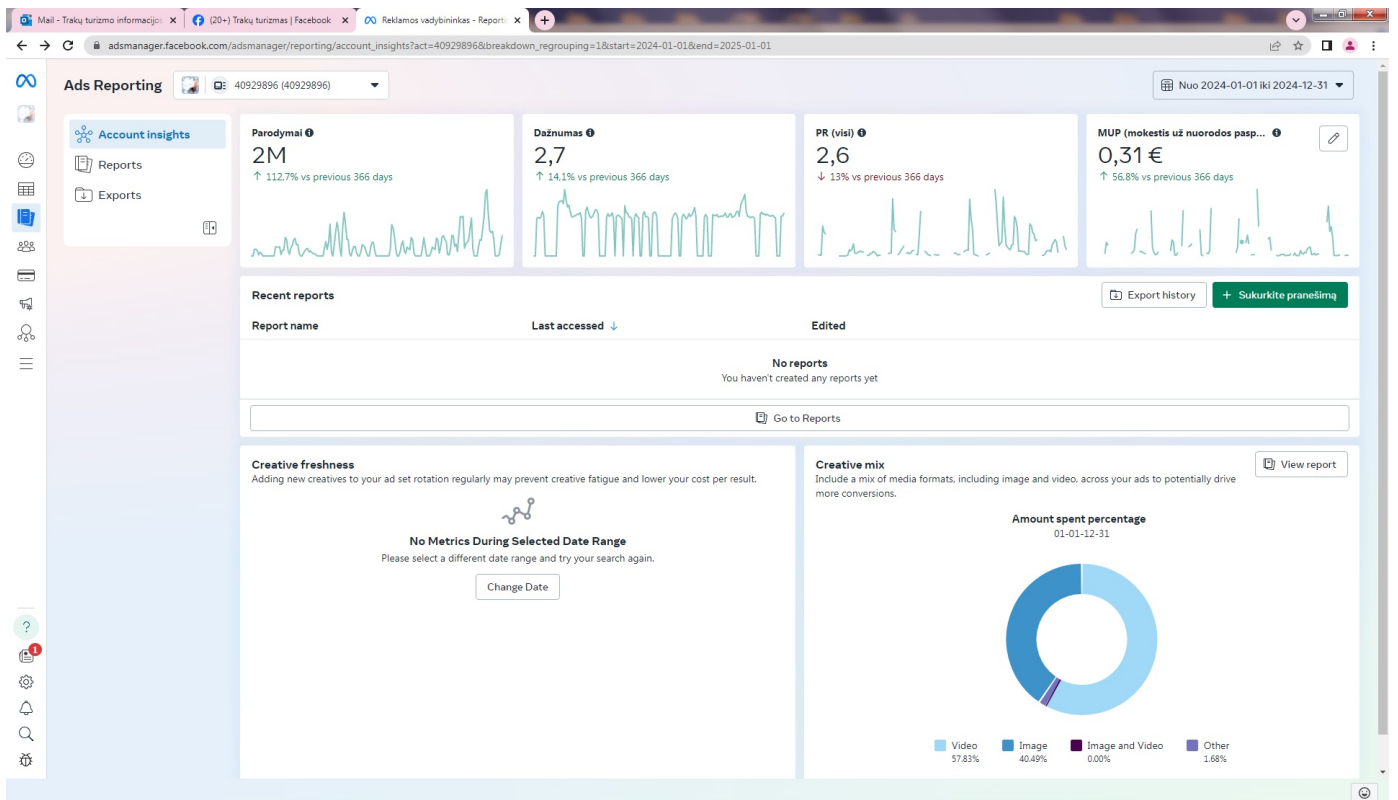
- Dominuoja 45–64 m. amžiaus grupė (48 % visų reakcijų)
- Pastebimas tolygus pasiskirstymas tarp vyresnių amžiaus grupių
- Jaunesnė auditorija (iki 24 m.) sudaro tik 2,3 % visų reakcijų

Išvalgos:

Kampanijų efektyvumas yra aukštas – rekomenduojama didinti investicijas į Vokietijos rinką, nes tai perspektyvi turistų rinka;

1. Verta apsvarstyti strategijas jaunesnės auditorijos pritraukimui;
2. Tarptautinės kampanijos („Trakai historical national park“, „Trakai pasaulio paveldas“) rodo ypač gerus rezultatus.





reginiai.png

adsmanger.facebook.com/adsmanger/reporting/view?act=40929896&event_source=...&time_range=2024-01-01_2025-01-01

Untitled report

Laima Balcytiene

1 Ad account

Jūs turite neišsaugotų pakeitimų.
Data refreshed less than 1 minute ago

Išsaugoti Atnaujinti Share Eksportuoti

Had delivery Search and filter

Pivot table Group breakdowns

Šalis	Pristatymas	Pasiekti	Parodymai	Dažnumas	Priskyrimo nustatymas	Rezultatai	Išleista suma	Mokestis už rezultatą	Tvarkaraštis
Belgija		3 063	3 063	1.00	7-day click or 1-day view	—	4.22 €	—	—
Baltarusija		—	1	—	7-day click or 1-day view	—	0.00 €	—	—
Vokietija		37 126	49 056	1.32	7-day click or 1-day view	—	171.86 €	—	—
Estija		26 500	49 712	1.88	7-day click or 1-day view	—	64.87 €	—	—
Suomija		1 408	1 516	1.08	7-day click or 1-day view	—	3.50 €	—	—
Prancūzija		48 520	69 928	1.44	7-day click or 1-day view	—	64.58 €	—	—
Jungtinė Karalystė		2 560	5 213	2.04	7-day click or 1-day view	—	24.73 €	—	—
Lietuva		358 584	1 381 418	3.85	7-day click or 1-day view	—	1 099.94 €	—	—
Latvija		82 829	154 576	1.87	7-day click or 1-day view	—	171.00 €	—	—
Lenkija		162 073	233 948	1.44	7-day click or 1-day view	—	208.21 €	—	—
Švedija		8 961	13 651	1.52	7-day click or 1-day view	—	33.11 €	—	—
Pietų Afrika		—	1	—	7-day click or 1-day view	—	0.00 €	—	—
unknown		—	5	—	7-day click or 1-day view	—	0.01 €	—	—
Total results 13 / 13 rows displayed		731 762 Paskynų centro paskyros	1 962 088 16 viso	2.68 už Paskynų centro paskyrą	7-day click or 1-day vi...	Multiple conversions	1 846.37 € Bendros išlaidos	Multiple conversions	—

Savaitė
View your data by each week that your ads were active. These values are estimated.

Customize pivot table

Breakdo... Metrics

Kampanijos ID

Reklamų rinkinio ID

Reklamos ID

Puslapio ID

Reklamos failas

Laikas

Diena

Savaitė

2 sav.

Mėnuo

Pristatymas į namus

Šalis

Veiksmo

Pranešimų siuntimo rezultatų paskirties vieta

Pirkinių iš susirašijimo šaltinis

Paskirties vieta

Vaizdo įrašo peržiūros tipas

Karuselės kortelė

Category (Onsite)

Brand (Onsite)

Nustatymai

Tikslas

reginiai.png

11:51
2025.03.03

Mail - Trakų turizmo informacija x Facebook x Rėkamos vadybininkas - Report x

admanager.facebook.com/admanager/reporting/view?act=40929896&event_source=AUTO_REDIRECT&breakdowns=age&empty_comparison_time_range=true&locked_dimensions=D&sort_spec=results~desc&time_range=2024-01-01_2025-01-01%3C

Untitled report Laima Balytyiene 1 Ad account Jūs turite neįsaugotų pakeitimų. Data refreshed less than 1 minute ago Išvaizd Atnaujinti Share Eksporuoti

Had delivery Search and filter Išvaizd Nuo 2024-01-01 iki 2024-12-31

Pivot table Group breakdowns

Amžius	Pristatymas	Pasiekti	Parodymai	Dažnumas	Priskyrimo nustatymas	Rezultatai	Išleista suma	Mokėstis už rezultata	Tvarkaraktis
18-24		16 643	34 901	2.10	7-day click or 1-day view	—	33.20 €	—	—
25-34		70 027	136 825	1.95	7-day click or 1-day view	—	132.44 €	—	—
35-44		143 510	314 435	2.19	7-day click or 1-day view	—	290.42 €	—	—
45-54		175 003	437 928	2.50	7-day click or 1-day view	—	387.48 €	—	—
55-64		176 540	521 131	2.95	7-day click or 1-day view	—	469.65 €	—	—
65+		150 039	516 863	3.44	7-day click or 1-day view	—	533.17 €	—	—
Uncategorized		—	5	—	7-day click or 1-day view	—	0.01 €	—	—
Total results 7 / 7 rows displayed		731 762	1 962 088	2.68	7-day click or 1-day vi...	Multiple conversions	1 846.37 €	—	—
		Paskyru centro paskyros	15 viso	—	—	—	Bendros išlaidos	Multiple conversions	—

Customize pivot table

Breakdown Metrics

Amžius

Lytis

Veikimo

Pranešimų siuntimo rezultatai paskirties vieta

Priskyrimo išsiaiškinimo šaltinis

Pasirinktas vieta

Vaidio įrašo perdūros tipas

Kanaleles kortelė

Category (Onsite)

Brand (Onsite)

Nustatymai

Tikslas

Dynamic creative asset

Ragijimas veikti

Aptarimas

Antraštė (reklamų nustatymai)

Tekstas

Svetainės URL

admanager.facebook.com/admanager/manage/campaigns?act=40929896&nav_entry_point=lap_123&date=2024-01-01_2025-01-01&insights_date=2024-01-01_2025-01-01&page_id=671254209618561&breakdown_regrouping=true&nav_source=kw_ad...

Campaigns Updated ką tik Atšimti juodraščius Review and publish (2)

All ads Had delivery Active ads + See more Create a view

Search and filter

Campaigns Reklamų rinkiniai Reklamos 1-200 of 370 Nuo 2024-01-01 iki 2024-12-31

+ Sukurti Duplicate Edit A/B test More Columns: Naštumas Breakdown Pranešimai Eksporuoti Charts

Kampanija	Pristatymas	Stilomos kainos strategija	Biudžetas	Pris mas	Rezultatai	Pasiekti	Parodymai	Mokėstis už rezultata	Išleista suma	Pabaiga
Skelbimas „[] didžiausių metų šventę Trakų vas...	Baigta	Highest volume	14.00 €	7...	671	13 904	16 680	0.02 €	14.00 €	2024-05-24
Skelbimas „Dar nežinoite, ką veiksite Joninių savai...	Baigta	Highest volume	20.00 €	7...	982	10 680	16 488	0.02 €	20.00 €	2024-06-21
Skelbimas „Prėjusį savaitgalį atėjusiai Pusiaslė...	Baigta	Highest volume	20.00 €	7...	619	11 255	16 448	0.03 €	19.99 €	2024-12-31
Skelbimas „Trakų vasara 2024“	Baigta	Highest volume	11.00 €	7...	2 132	13 675	16 422	0.01 €	11.00 €	2024-05-11
Skelbimas „00000000“	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	5 259	11 055	16 398	0.002 €	10.00 €	2024-07-11
Skelbimas „Škani kelionė Trakų kraštu atvykite ...	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	4 300	11 195	16 398	0.002 €	10.00 €	2024-06-11
Skelbimas „Ši Trakai est l'ancienne capitale de la ...	Baigta	Highest volume	25.00 €	7...	1 582	12 241	16 012	0.02 €	25.00 €	2024-08-26
Skelbimas „OrExplore and discover Trakai Island ...	Baigta	Highest volume	15.00 €	7...	999	12 634	15 794	0.02 €	15.00 €	2024-07-11
Skelbimas „Pristatome šios vasaros turistinio S...	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	4 101	10 504	15 754	0.002 €	10.00 €	2024-06-11
Skelbimas „D K kvietame jungtis prie Trakų vis...	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	3 387	10 594	15 742	0.003 €	10.00 €	2024-03-09
Skelbimas „TOP TENS RINKINIAI SAVAITGALIUI T...	Baigta	Highest volume	12.00 €	7...	3 851	10 305	15 461	0.003 €	12.00 €	2024-05-11
Skelbimas „“	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	2 420	14 488	15 320	0.004 €	10.00 €	2024-03-04
Skelbimas „Trakų vasara 2024“	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	3 173	8 202	15 306	0.003 €	10.00 €	2024-05-27
Skelbimas „J Šiandien Trakai turistus pasitinka sa...	Baigta	Highest volume	10.00 €	7...	749	9 164	15 207	0.01 €	9.98 €	2024-09-21
Results from 370 campaigns Excludes deleted items				M...	—	731 802	1 962 088	—	1 846.37 €	
						Paskyru centro paskyros	15 viso		Bendros išlaidos	

facebook.com/professional_dashboards/insights/audience/?ref=comment_direct_url_navigation

Įeikite sistemoje „Facebook“

Profesionalusis valdymo skydelis

Apžvalga

Išvaigos

Pagrindinis puslapis

Jūsų puslapis

Content

Auditorija

Pakvieskite žmonių prisijungti

Jūsų įrankiai

Levels progress

Earn achievements for creating reels

Išvepliančių idėjų centras

Komentarų tvarkymo priemonė

Renginiai

Prieiga prie puslapio

Moderavimo pagalbos įrankis

Žvaigždutes

Susietos paskyros

Gerbėjų sudominimas

472329912_11344...jpg

Auditorija

Sus vertę pagrįstus bendrų jūsų puslapio ar profilio stebėtojų skaičius.

Create a post

Age and gender

Vyras 21.10%

Moterys 78.90%

Vieta

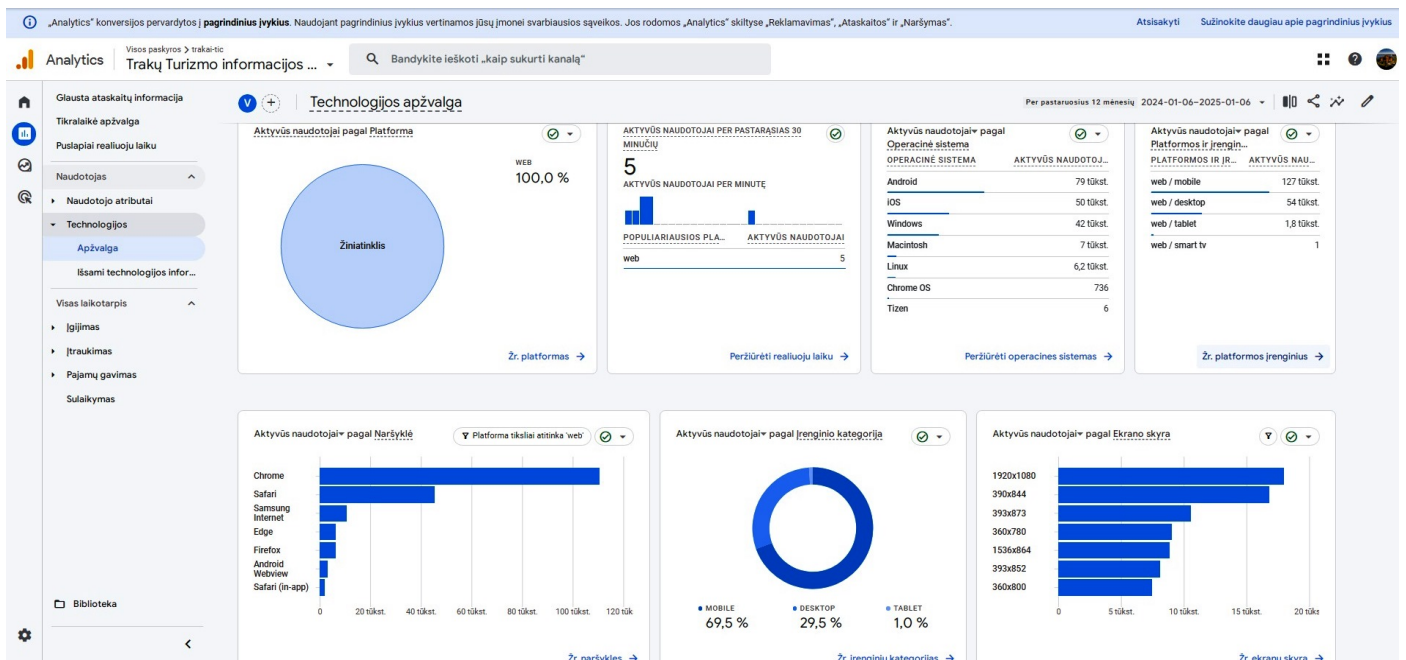
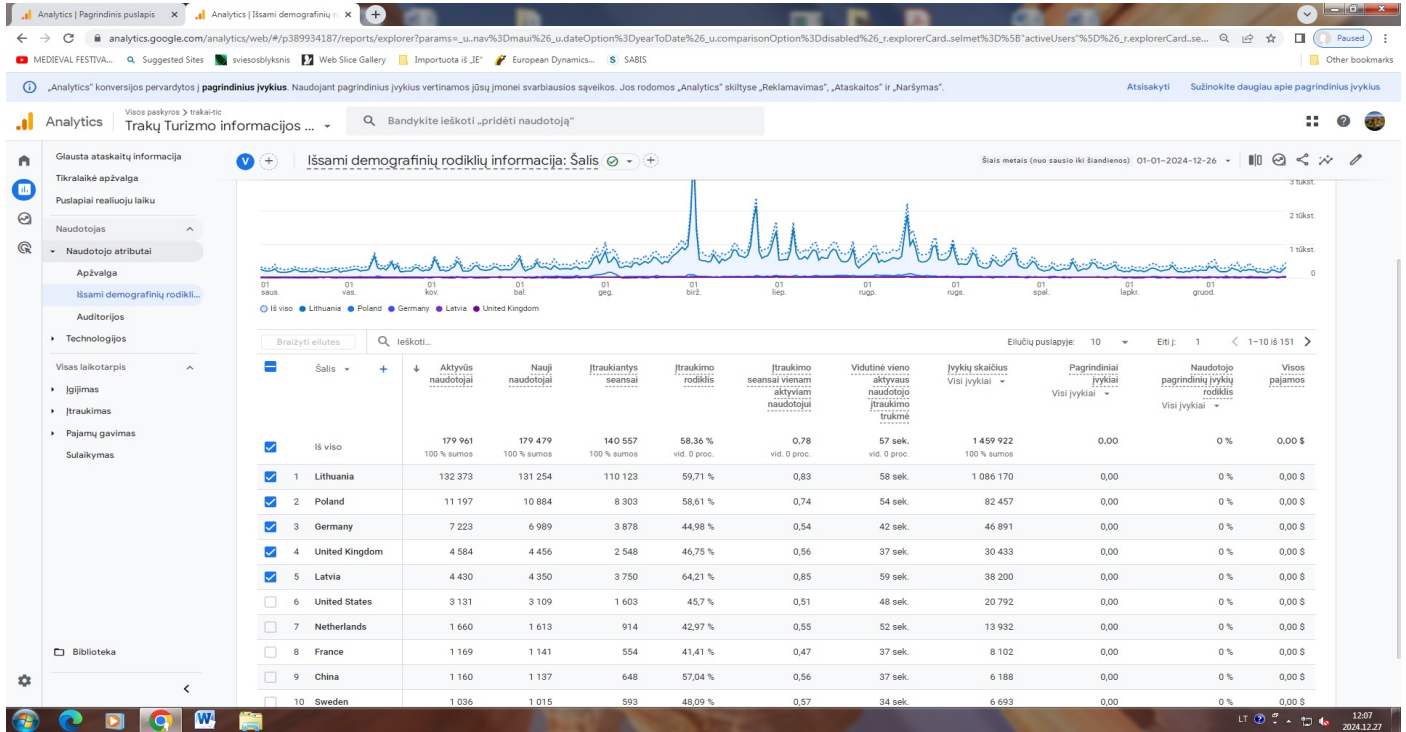
Cities Salys

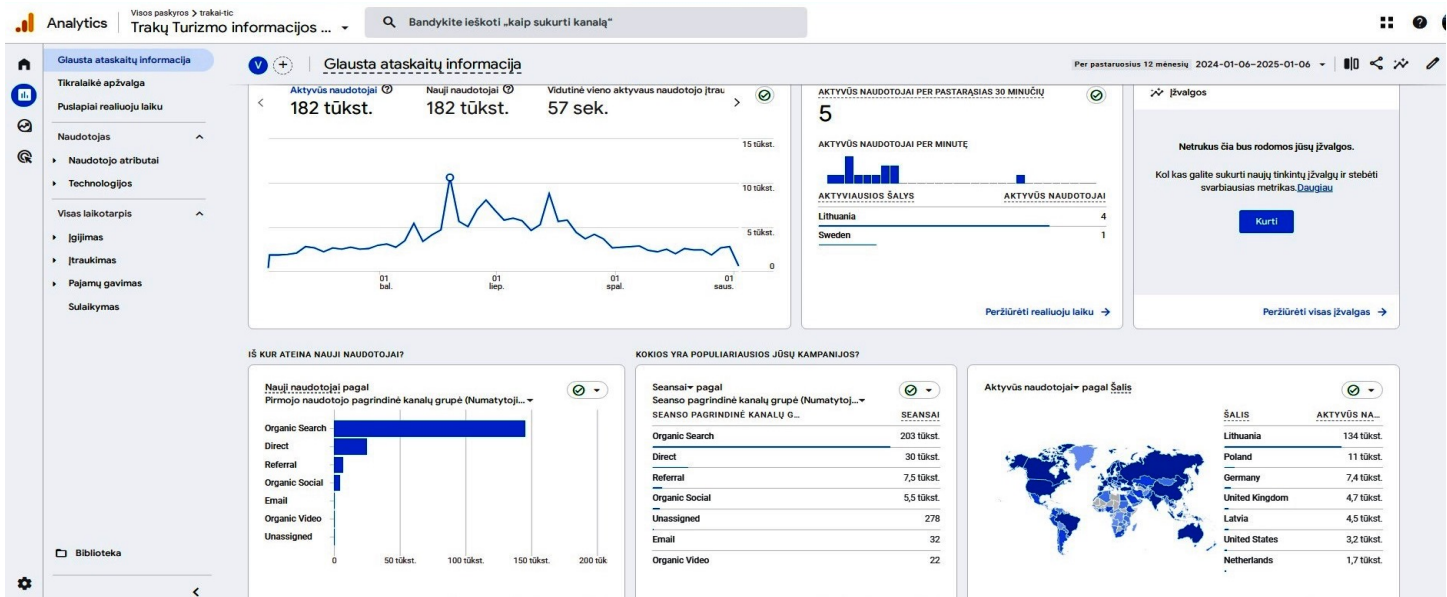
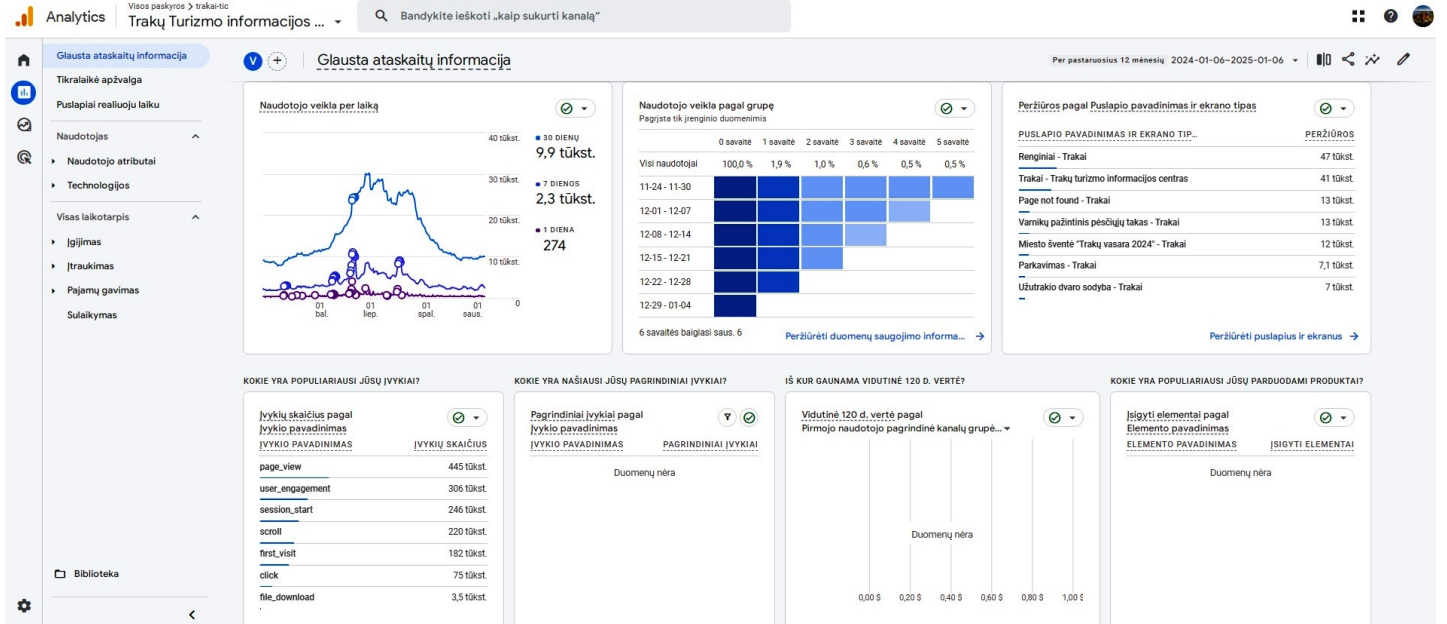
Vilnius	1 839
Trakai	538
Kaunas	310
Lentvaris	240
Elektrėnai	162
Klaipėda	78
Panevėžys	72
Alytus	64
Rudiskės	61
Šiauliai	56

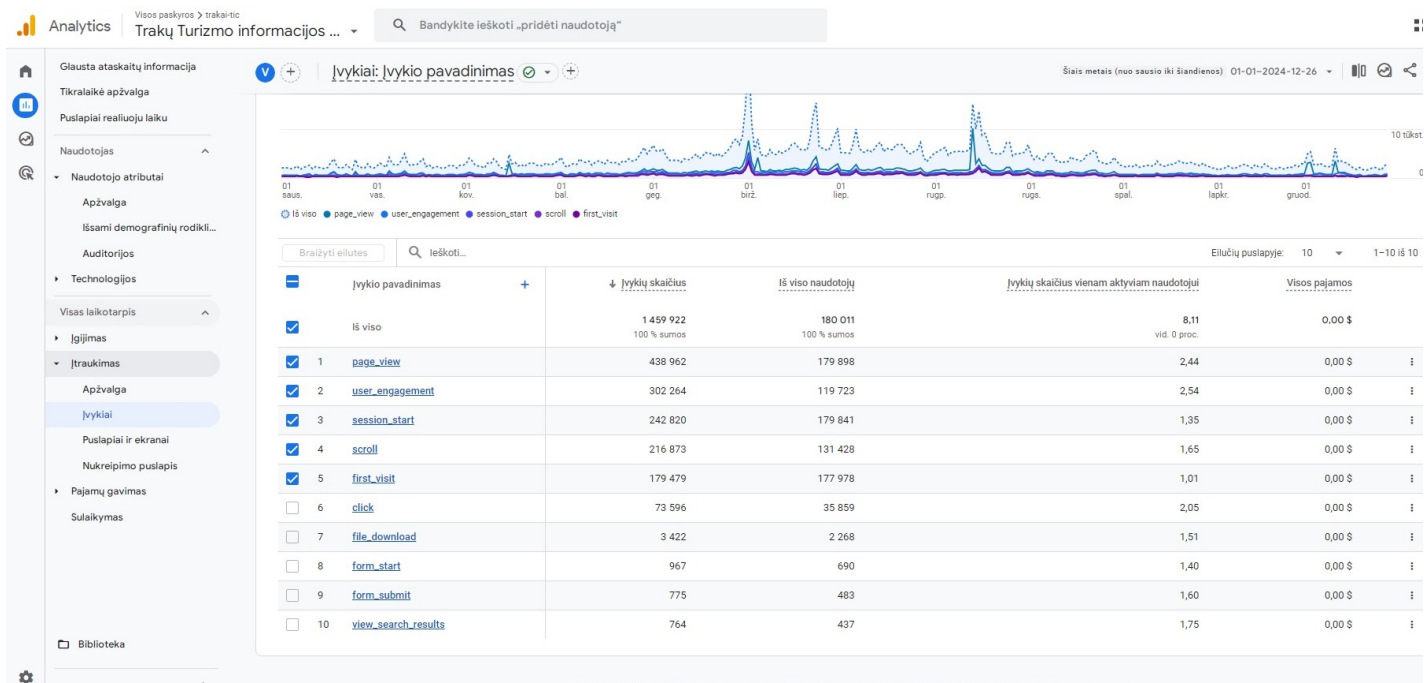
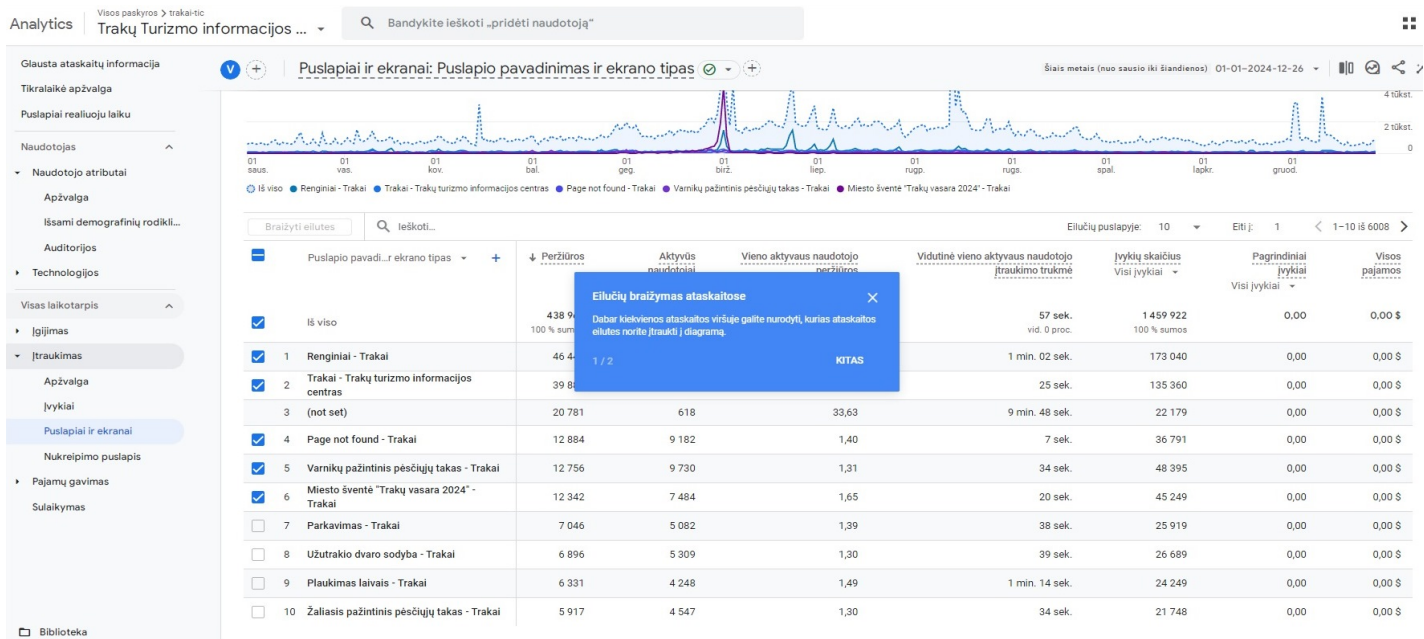
Your data will be available within the next 24 hours. Please check back later.

4 priedas prie Trakų TVIC
2024 metų veiklos ataskaitos

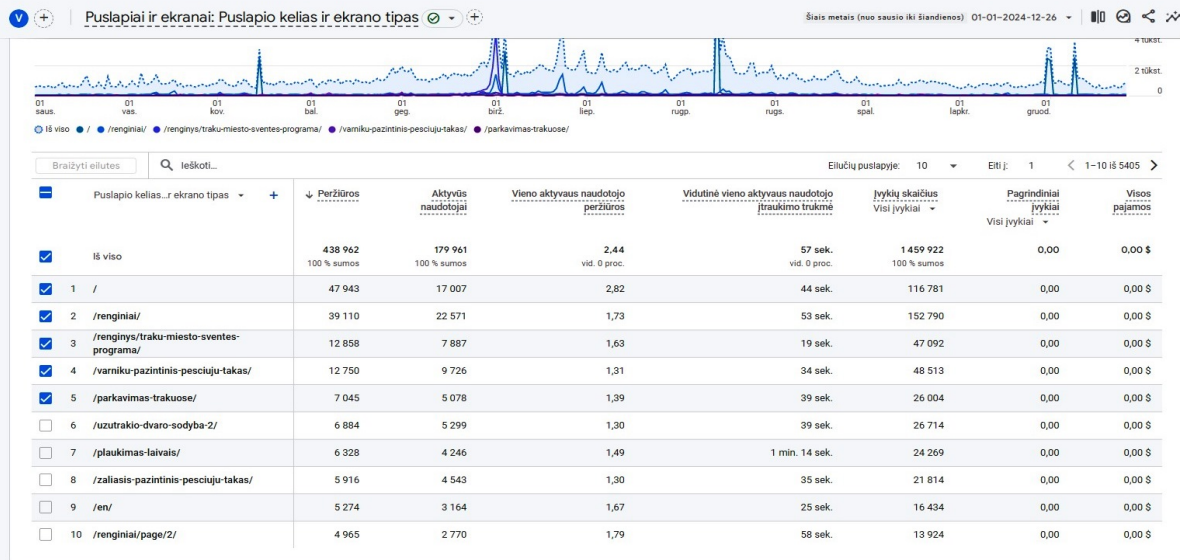
Interneto svetainės www.trakai-visit.lt google analytics rodikliai







- Glausta ataskaitų informacija
- Tikrąsiai apžvalga
- Puslapiai realiuoju laiku
- Naudotojas
 - Naudotojo atributai
 - Apžvalga
 - Išsamūs demografinių rodikli...
 - Auditorijos
 - Technologijos
 - Visas laikotarpis
 - Išėjimas
 - Įtraukimas
 - Apžvalga
 - Ivykliai
 - Puslapiai ir ekranai
 - Nukreipimo puslapis
 - Pajamų gavimas
 - Sulaikymas
- Biblioteka



Viešojo įstaiga Trakų turizmo ir verslo informacijos centras, 181617868, Karaimų g. 41, Trakai

2024 M. GRUODŽIO 31 D. pasibaigusį metų FINANSINIŲ ATASKAITŲ RINKINYS
(Visos sumos eurai, jei nenurodyta kitaip)

ID: -2147359078
D/L: --

FINANSINĖS BŪKLĖS ATASKAITA
PAGAL 2024 M. GRUODŽIO 31 D. DUOMENIS

(data) Nr. _____

Pateikimo valiuta ir tikslumas: eurai				
Eil. Nr.	Straipsniai	Pastabos Nr.	Paskutinė ataskaitinio laikotarpio diena	Paskutinė praėjusio ataskaitinio laikotarpio diena
1	2	3	4	5
A	ILGALAIKIS TURTAS		4.418,06	3.182,33
I	Nematerialusis turtas			
I.1	Plėtros darbai			
I.2	Programinė įranga ir jos licencijos			
I.3	Kitas nematerialusis turtas			
I.4	Nebaigti projektai ir išankstiniai mokėjimai			
I.5	Prestižas			
II	Ilgalaikis materialusis turtas	P04	4.418,06	3.182,33
II.1	Žemė			
II.2	Pastatai			
II.3	Infrastruktūros statiniai			
II.4	Kiti statiniai			
II.5	Mašinos ir įrenginiai		2.048,98	2.675,26
II.6	Transporto priemonės			
II.7	Baldai, biuro įranga ir kitas ilgalaikis materialusis turtas		2.369,08	507,07
II.8	Kultūros ir kitos vertybės			
II.9	Nebaigta statyba ir išankstiniai mokėjimai			
III	Ilgalaikis finansinis turtas			
IV	Mineraliniai ištekliai			
V	Kitas ilgalaikis turtas			
B	BIOLOGINIS TURTAS			
C	TRUMPALAIKIS TURTAS		47.059,77	44.278,82
I	Atsargos			
I.1	Strateginės ir neliečiamosios atsargos			
I.2	Medžiagos, žaliavos ir ūkinis inventorių			
I.3	Nebaigta gaminti produkcija ir nebaigtos vykdyti sutartys			
I.4	Pagaminta produkcija, atsargos, skirtos parduoti (perduoti)			
I.5	Ilgalaikis materialusis ir biologinis turtas, skirtas parduoti			
II	Išankstiniai apmokėjimai	P09	2.654,85	2.807,09
III	Per vienus metus gautinos sumos	P10	38.652,31	39.110,73
III.1	Gautinos trumpalaikės finansinės sumos			
III.2	Gautini mokesčiai ir socialinės įmokos			
III.3	Gautinos finansavimo sumos			
III.4	Gautinos sumos už turto naudojimą, parduotas prekes, turtą, paslaugas	P10	151,91	151,91
III.5	Sukauptos gautinos sumos			
III.6	Kitos gautinos sumos		38.500,40	38.958,82
IV	Trumpalaikės investicijos			
V	P pinigai ir pinigų ekvivalentai	P11	5.752,61	2.361,00
	IŠ VISO TURTO:		51.477,83	47.461,15

(tęsinys kitame puslapyje)

Viešoji įstaiga Trakų turizmo ir verslo informacijos centras, 181617868, Karaimų g. 41, Trakai

2024 M. GRUODŽIO 31 D. pasibaigusį metų FINANSINIŲ ATASKAITŲ RINKINYS

(Visos sumos eurai, jei nenurodyta kitaip)

FINANSINĖS BŪKLĖS ATASKAITA
PAGAL 2024 M. GRUODŽIO 31 D. DUOMENIS (tęsinys)

Eil. Nr.	Straipsniai	Pastabos Nr.	Paskutinė ataskaitinio laikotarpio diena	Paskutinė praėjusio ataskaitinio laikotarpio diena
1	2	3	4	5
D	FINANSAVIMO SUMOS	P12	7.072,91	5.989,42
I	Iš valstybės biudžeto			
II	Iš savivaldybės biudžeto		6.728,20	5.482,35
III	Iš Europos Sąjungos, užsienio valstybių ir tarptautinių organizacijų			
IV	Iš kitų šaltinių		344,71	507,07
E	ĮSIPAREIGOJIMAI		12.303,56	13.971,57
I	Ilgalaikiai įsipareigojimai			
I.1	Ilgalaikiai finansiniai įsipareigojimai			
I.2	Ilgalaikiai atidėjiniai			
I.3	Kiti ilgalaikiai įsipareigojimai			
II	Trumpalaikiai įsipareigojimai		12.303,56	13.971,57
II.1	Ilgalaikių atidėjinių einamųjų metų dalis ir trumpalaikiai atidėjiniai			
II.2	Ilgalaikių įsipareigojimų einamųjų metų dalis			
II.3	Trumpalaikiai finansiniai įsipareigojimai			
II.4	Mokėtinų subsidijos, dotacijos ir finansavimo sumos			
II.5	Mokėtinų sumos į Europos Sąjungos biudžetą			
II.6	Mokėtinų sumos į biudžetus ir fondus			
II.6.1	Grąžintinos finansavimo sumos			
II.6.2	Kitos mokėtinų sumos biudžetui			
II.7	Mokėtinų socialinės išmokos			
II.8	Grąžintini mokesčiai, įmokos ir jų permokos			
II.9	Tiekėjams mokėtinų sumos	P17	763,95	443,85
II.10	Su darbo santykiais susiję įsipareigojimai			
II.11	Sukauptos mokėtinų sumos	P17	11.539,61	13.527,72
II.12	Kiti trumpalaikiai įsipareigojimai			
F	GRYNASIS TURTAS	P18	32.101,36	27.500,16
I	Dalininkų kapitalas			
II	Rezervai			
II.1	Tikrosios vertės rezervas			
II.2	Kiti rezervai			
III	Nuosavybės metodo įtaka			
IV	Sukauptas perviršis ar deficitas		32.101,36	27.500,16
IV.1	Einamųjų metų perviršis ar deficitas		4.601,20	5.800,21
IV.2	Ankstesnių metų perviršis ar deficitas		27.500,16	21.699,95
G	MAŽUMOS DALIS			
	IŠ VISO FINANSAVIMO SUMŲ, ĮSIPAREIGOJIMŲ, GRYNOJO TURTO IR MAŽUMOS DALIES:		51.477,83	47.461,15

Direktorė
(viešojo sektoriaus subjekto vadovo arba jo įgalioto administracijos vadovo pareigų pavadinimas)

(parašas)

Laima Balčytienė
(vardas ir pavardė)

Finansininkė
(ataskaitą parengusio asmens pareigų pavadinimas)

(parašas)

Nijolė Pugauskienė
(vardas ir pavardė)

PATVIRTINTA:
VšĮ Trakų turizmo ir verslo
informacijos centro direktoriaus
2025 m. _____ mėn. ____ d.
įsakymu Nr.

**Viešosios įstaigos Trakų turizmo ir verslo informacijos centro
2025 m.**

VEIKLOS PLANAS

Įstaigai keliami tikslai:

1. formuoti Trakų rajono savivaldybės kaip turistinės vietovės įvaizdį, plėsti turizmo informacines ir rinkodaros paslaugas, skleidžiant informaciją apie turistinius išteklius šalies ir tarptautiniu mastu, siekiant didinti turistų srautus Trakų rajono savivaldybėje. Rinkti, kaupti ir nemokamai teikti informaciją apie turizmo paslaugas turistams bei Trakų rajono savivaldybės svečiams;
2. prisidėti prie Trakų rajono savivaldybės ekonominio patrauklumo kūrimo, analizuojant turizmo rinkas, planuojant, rengiant ir įgyvendinant projektus. Vykdyti visuomenei naudingą veiklą, teikiant verslo mokymo ir konsultavimo paslaugas, kitą įstatymų bei teisės aktų nedraudžiamą visuomenei naudingą veiklą, skatinti naujo verslo kūrimąsi, padėti jau veikiantiems verslo subjektams plėtoti verslą, prisitaikyti prie kintančių rinkos sąlygų, didinant jų veiklos konkurencingumą ir efektyvumą.

Įstaigai keliami uždaviniai:

1. sąlygų verslo ir turizmo plėtrai sudarymas ir šios veiklos skatinimas;
2. žinomumo ir patrauklumo didinimo priemonių, skatinančių atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtrą savivaldybės teritorijoje, įgyvendinimas;
3. efektyvios turizmo informacijos sklaidos savivaldybės teritorijoje užtikrinimas – informuoja keliautojus, turistus, lankytojus ir verslo subjektus apie turizmo paslaugas, turizmo išteklius, viešąją turizmo ir poilsio infrastruktūrą;
4. svarbiausių sprendimų savivaldybės teritorijoje turizmo sektoriaus uždavinių nustatymas, išvalgų rengimas, aktualių užsienio turizmo rinkų analizės atlikimas, turizmo rinkų monitoringas ir stebėsenos metu surinktų duomenų analizė, informacijos valstybės institucijoms, įstaigoms ir tarptautinėms organizacijoms teikimas;
5. savivaldybės strateginiuose planavimo dokumentuose numatytų priemonių įgyvendinimas, siekiant užtikrinti turizmo paslaugų ir turizmo išteklių plėtrą;
6. kitų funkcijų, susijusių su Trakų rajono savivaldybės, kaip turistinės vietovės, žinomumo didinimu, atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtra savivaldybės teritorijoje, atlikimas.

I. VEIKLOS PLANAVIMO DOKUMENTAI

Veiklos planavimo dokumentai	Programos pavadinimas ir kodas	Programos tikslas	Numatyta metams skirti tūkst. eurų
2016–2025 m. Trakų rajono strateginės plėtros planas	1. PRIORITETINĖ SRITIS. TURISTINIO POTENCIALO DIDINIMAS IR EKONOMINĖS PLĖTROS SKATINIMAS 1. Kurti aplinką, palankią verslo plėtrai ir investicijų pritraukimui: 1.1. Gerinti verslo ir investavimo sąlygas rajone;	Plėtoti ir tobulinti verslo rėmimo sistemą skatinant naujų įmonių kūrimąsi ir esamų plėtrą, naujų darbo vietų kūrimąsi.	30
		1.1.1. Atlikti verslo aplinkos ir verslo subjektų poreikių tyrimus.	4
		1.1.2. Skleisti verslui skirtą informaciją bei užtikrinti jos prieinamumą.	5
		1.1.3. Stiprinti verslo ir viešojo sektoriaus partnerystę.	5
		1.1.4. Formuoti patrauklų investuotojams savivaldybės įvaizdį.	4

		1.2.1. Įgyvendinti gyventojų verslumą skatinančius projektus.	10
		1.2.2. Skatinti įstaigų bendradarbiavimą su verslo struktūromis ugdant ir šviečiant visuomenę verslumo ir užimtumo klausimais.	5
		1.2.3. Skatinti socialinio verslumo formas rajone.	3,5
		1.2.4. Skatinti įvairias savanorystės formas rajone kaip priemonę verslumui ugdyti.	3
	1.2. Remti gyventojų verslumą ir užimtumą;	1.3.1. Skleisti informaciją apie turizmo traukos objektus, pritaikytus lankymui ir turizmui.	3
	1.3. Išnaudojant aukštą Trakų miesto turistinį potencialą, skatinti turizmą visame rajone.	1.3.2. Gerinti turizmo paslaugų kokybę.	30
		1.3.3. Kurti naujus turistinius maršrutus.	3,5
		1.3.4. Plėtoti tematinius turistinius kelius: Jono Pauliaus II kelią, Gediminaičių kelią, Žydų kelią, piligrimų kelią ir pan.	50
		1.3.5. Stiprinti Trakų turizmo ir verslo informacijos centro žmogiškuosius išteklius.	25
Trakų rajono 2024–2026 m. Strateginis veiklos planas	VIEŠOSIOS INFRASTRUKTŪROS PRIEŽIŪROS IR PLĖTROS PROGRAMA Kodas 2	1. Gerinti, modernizuoti ir plėtoti verslo aplinką.	500
	INVESTICIJŲ PROGRAMA Kodas 5	2. Didinti Trakų kurortinės teritorijos patrauklumą – įvaizdį	160
	KULTŪROS IR TURIZMO, JAUNIMO IR BENDRUOMENIŲ VEIKLOS AKTYVINIMO PROGRAMA Kodas 6	3. Didinti kultūrinį ir turistinį potencialą	238
		4. Plėtoti turizmą ir turizmo paslaugas rajone	186,6
Trakų rajono turizmo rinkodaros 2022–2026 m. strategija			Rinkodarai skiriamų lėšų augimas – ne mažiau 5 % kasmet. Iš jų prioritetinėms rinkoms: Lietuva 30 %, Lenkija 15 %, Latvija ir Estija po 5 %, Vokietija 25 %, Prancūzija 20 %

Sutrumpinimai:

TVIC – Trakų turizmo ir verslo informacijos centras, SB – Savivaldybės biudžetas, PL – projektų lėšos.

II. TURIZMO INFORMACIJOS IR RINKODAROS PROGRAMA

PRIORITETINĖS TURIZMO RINKOS: Trakų rajono prioritetinės 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“).

1 lentelė.

Galimi rinkodaros veiklos scenarijai

Rinka	Turistų skaičius Lietuvos apgyvendinimo įstaigose		Lankytojų skaičius Trakų TIC		Siūlomas scenarijus Trakų r. savivaldybei		Lietuvos prioritetinių rinkų grupė
	2019	2020	2019	2020	A	B	
Lietuva	2099777	1659641	22391	9872	√	√	Vietinis turizmas
Lenkija	199651	49827	22492	5027	√	√	Pirma grupė
Latvija	168925	69809	5068	1908	√	√	Antra grupė
Vokietija	233.407	46844	17663	2733	√	√	Pirma grupė
Baltarusija	181074	42458	4418	599			Antra grupė
Estija	68302	41600	1097	842	√	√	Antra grupė
Rusija	196540	40003	10764*	2344			Antra grupė
JK	83154	21439	3422	344			Pirma grupė
Suomija	49937	16540	401	216			Trečia grupė
JAV	54068	11733	1418	66			Trečia grupė
Italija	48994	9324	2692	210			Trečia grupė
Prancūzija	48942	8876	8947	594	√	√	Trečia grupė

* *pirma grupė* – intensyvi, įvairiapusiška rinkodara** *antra grupė* – palaikomoji rinkodara*** *trečia grupė* – perspektyviai auganti, intensyvi rinkodara

2 lentelė.

Rinkodaros biudžeto paskirstymas % pagal metus ir prioritetines 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 – 2024 metais jau viršijami ikipandeminiai turistų srautai.

TVIC lankytojų iš prioritetinių turizmo rinkų statistika ir planas

TVIC lankytojai iš	2019	2022 + / - lyginant su ikipandeminiais 2019 m.	2023 11 mėn. + / - lyginant su 2022 m. ir 2019 m.	2024 Faktas lyginant su 2023 m. ir 2019 m.	2025 TVIC Planas Planuojamas 10 % augimas
Bendras TVIC lankytojų sk.	137376	76424 55 %	123507 162 % 90 %	172470 39,6 % 25,5 %	189700
t. t. Lietuvos	22391	25627 14 %	26443 103 % 118 %	29700 12,3 % 32,6 %	32670
Lenkijos	22492	13120 58 %	42226 3,22 karto 1,87 karto	49210 16,5 % 2,19 karto	54131
Vokietijos	17663	10216 58 %	18035 177 % 102 %	29900 65,8 % 69,3 %	32890
Latvijos	5968	1554 26 %	3004 193 % 50 %	3357 11,8 % -30 %	3690
Estijos	1097	1250 113 %	1318 105 % 120 %	1623 23,1 % 47,94 %	1785
Prancūzijos	8947	4631 52 %	4768 103 % 53 %	7376 54,7 % -17,5 %	8100

Statistiniai duomenys rodo, kad kiek mažesniais tempais auga turistų srautai iš Latvijos ir Prancūzijos ir dar vis atsilieka nuo ikipandeminių srautų. Taip pat ir nakvynių skaičius apgyvendinimo vietose, nors šiam rodikliui Trakų rajone įtakos turi tai, kad 2022 m. rudenį keletas labiausiai mėgstamų turistų tarpe nakvynės vietų buvo uždaryta rekonstrukcijai ir neatsidarė iki šiol („Trasalis“, „Esperanza Resort“, keletas kaimo turizmo sodybų –skaičiuojant 40 % metinį apkrovimą tai sudarytų apie 5000 nakvynių).

Todėl tikslinga tęsti suplanuotas strateginiame plane rinkodaros priemones.

Turizmo rinkodaros strategijoje patvirtinta nuostata – jei rodikliai iš prioritetinių rinkų didėja, t.y. duoda teigiamą ekonominį efektą, **rinkodaros biudžeta tikslinga didinti bent po 10 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 30400 eurų**
- **2025 m. planuojama 34500 eurų**

Patvirtinto 2022–2026 m. Trakų rajono turizmo rinkodaros plano B (REALISTINIS) 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.

2025 metų PRIORITETINĖS TURIZMO RINKODAROS 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+).

2025 m. Trakų rajono turizmo produktai 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	Gastro-nominis turizmas	Nuotykių turizmas
Geografinis kriterijus	Lietuva	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
	Lenkija			✓		✓	✓			
	Latvija	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	Estija	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
	Vokietija	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
	Prancūzija		✓	✓		✓		✓	✓	✓
Amžiaus kriterijus	Jaunimas (18–30 m.)		✓		✓			✓		✓
	Dirbantieji (30–55 m.) ir šeimos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
	Vyresnio amžiaus žmonės (55+)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓

5 lentelė.

Patrauklių tikslinėms grupėms turizmo produktų vystymas (2025 metais paryškinta)

Priemonė	Priemonių detalizavimas	B scenarijus Priemonių įgyvendinimo laikotarpis
1. Ekologinio turizmo produktų vystymas ir šiuolaikines tendencijas atitinkančio turinio kūrimas. Kurti ir populiarinti Trakų, kaip saugiam ir ekologiškam poilsiui patrauklios turistinės vietovės, įvaizdį. Stiprinti gamtos (miškų ir ežerų) ir lėtojo turizmo, sveikatingumo, kaimo turizmo produktus, jų pristatymą. Pagrindinis akcentas – du parkai: * vienintelis Europoje tokio pobūdžio Trakų istorinis NP * Aukštadvario RP	1.1. Vaizdinės medžiagos (nuotraukų ir vaizdo klipų), pristatančios Trakų rajono gamtą, tylą, ramybę, miško terapiją ir pan., sukūrimas.	2022–2023–2024– 2025 –2026
	1.2. Turizmo maršrutų pėsčiomis ir dviračiais, lėto maisto ragavimo, kraštovaizdžio stebėjimo produktų sukūrimas solo keliautojams, šeimoms ir vyresnio amžiaus žmonėms (savaitgalio ir atostogų pasiūlymai).	2022–2023–2024– 2025 –2026
	1.3. Sveikatingumo produkto , kuris apimtų ekologiškų produktų augintojus ir pardavėjus, maitinimo įstaigas, kaimo turizmo sodybas, pirčių ir kitas paslaugas, sukūrimas.	2022–2023–2024– 2025 –2026
2. Kultūrinio turizmo produktų, atitinkančių dabartinius vartotojų poreikius, sukūrimas	2.1. Išankstinis renginių, patrauklių vietiniams ir užsienio turistams, kalendoriaus sudarymas ir populiarinimas.	2024– 2025 –2026
	2.2. Pasiūlymo, apimančio vietoves ir objektus, kuriuose individualiai keliaujantys turistai jausis saugiai ir patogiai, sukūrimas.	2024– 2025 –2026

3. Populiarinti nišinio turizmo produktus	3.1. Gastronominė patirtis – Trakų kraštą reprezentuojančio ir autentišką kulinarinę patirtį pristatančio meniu sukūrimas ir populiarinimas.	2024– 2025 –2026
	3.2. Nuotykių turizmo maršrutų kūrimas , papildant virtualia realybe.	2024– 2025 –2026

II. UŽDAVINYS: Turizmą skatinančios integruotos rinkodaros komunikacijos įgyvendinimas.
Šiuo strateginiu uždaviniu siekiama stiprinti Trakų, kaip turizmui patrauklios turistinės vietovės žinomumą ir didinti turistų srautus. Pažįstamų žmonių, artimųjų rekomendacijos ir Google paieška yra labiausiai paplitę informacijos šaltiniai, kuriais šiuo metu naudojami turistai.

- **PRIORITETINĖS TRAKŲ TURIZMO 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+).
- **PAGRINDINĖS RINKODAROS PRIEMONĖS:** Tradicinės rinkodaros priemonės (parodos, renginiai, pažintiniai turai, leidiniai) tikslinėse rinkose, elektroninė rinkodara tikslinėms rinkoms ir segmentams.

6 lentelė.

TVIC turizmo rinkodaros priemonių įgyvendinimas (2025 metais paryškinta)

Priemonė	Priemonių detalizavimas	B scenarijus Įgyvendinimo laikas
1. Tradicinių rinkodaros priemonių įgyvendinimas (Priemonės yra tęstinės, nes tik per keletą metų galima pasiekti ženklus rezultatus)	Tradicionių rinkodaros priemonių įgyvendinimas: 1.1. Leidinio, pristatančio Trakų rajoną ir turizmo produktus, leidyba (anglų, latvių, vokiečių ir prancūzų kalbomis). 1.2. Keturių teminių leidinių: „Trakų skoniai“, „Trakų krašto sakralaus paveldo lobynas“, „Trakų krašto gamta“, „Poilsiauk su šeima ir augintiniu“, skirtų kultūrinio turizmo pažinimui ir poilsiui su šeima (lietuvių, lenkų, anglų, latvių, prancūzų, vokiečių kalbomis) leidyba. 1.3. Reprezentaciniai plakatai naujuose miesto reklamos stenduose – tematika Trakai 24 / 365 (1,20 x 1,70 m.).	2022–2023–2024– 2025
	1.4. Dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose, festivaliuose, tiesioginiuose ir nuotoliniuose pristatymuose: Lietuvoje „Turizmo gatvė“ festivalyje „Sostinės dienos“ 2025 m. rugpjūčio paskutinis savaitgalis. * www.vilniusfestivalis.lt * per 3 festivalio dienas, virš 100000 lankytojų • Lenkija ** Kooperuojant lėšas , bendras Lietuvos kurortų asociacijos TIC-ų (toliau LKA) stendas tarptautinėje turizmo parodoje TT Warsaw ; ** twarsaw.pl virš 25000 lankytojų ** kartu su LKA bendrai dalyvauti kelių Lenkijos regionų didžiausiuose gatvės festivaliuose: „Piknik na Odri“, Ščecyn (gegužė 2025 m., virš 100000 lankytojų) „Zabrze na CARBON Silesia Festival“ (balandis 2025, virš 100000 lankytojų)	2022–2023–2024– 2025

	• Latvija Dalyvauti individualiu stendu tarptautinėje turizmo parodoje „Balttour“ (Ryga) 2025 ir pasiruošimas 2026 metų parodai. balttour.lv/eng/ virš 30000 lankytojų. • Vokietija ** Kartu su „Keliauk Lietuvoje“, „Lietuvos kurortų asociacijos TIC ir pajūrio regiono TIC-ais, dalyvauti tarptautinėje turizmo parodoje „Hamburg Reisen & Carawaning“ 2025 ir pasiruošimas kartu su LKA 2026 metų parodai. www.messen.de/de/19508/hamburg/carawaning-hamburg/info Virš 80000 lankytojų. Kartu su LKA ir „Bielefeld Healt“ sveikatinimo paslaugų pristatymo verslo misija (apie 400 dalyvių).	
	1.5. Pristatymų (tiesioginių ir / ar nuotolinių), pažintinių turų žiniasklaidos atstovams, tinklaraštininkams organizavimas: • Lietuvoje – nuomonės formuotojų, žymių tinklaraštininkų – pristatymai didžiausiuose Lietuvoje žiniasklaidos priemonėse. (Delfi, lrytas.lt, 15 min. WeLoveLithuania, dalyvauti LRT vasaros laidoje, „Radijas Kelyje“ radijo laikų cikle „Tiesiogiai iš Trakų“ ir pan.). • Latvijoje – nuotoliniai ir tiesioginiai pristatymai Rygoje „Balttour“ parodos metu, tęstinė rinkodara BalticTravelNews ir socialiniuose tinkluose tiesiogiai ir kartu su LKA. • Estijoje – nuotoliniai ir tiesioginiai pristatymai Rygoje „Balttour“ parodos metu, tęstinė rinkodara BalticTravelNews ir socialiniuose tinkluose tiesiogiai ir kartu su LKA. • Lenkijoje – nuotoliniai ir tiesioginiai pristatymai Varšuvos parodos ir regionų gatvės švenčių, festivalių metu, Lietuvos Respublikos ambasadoje Varšuvoje, 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 „Keliauk Lietuvoje“ (toliau KL) ir LKA TIC-ais dalyvauti turizmo parodoje Hamburg „Reisen & Carawaning“, su KL ir GoVilnius – nuotoliniai pristatymai / vėbinarai turizmo verslo atstovams, žurnalistų infoturai Lietuvoje / Trakuose.	2022–2023–2024–20
2. Elektroninių rinkodaros priemonių įgyvendinimas	2.1. Reklamos vykdymas interneto kanaluose: • Trakų TVIC interneto svetainės trakai-visit.lt nuolatinis atnaujinimas, modernizavimas, reklama paieškos sistemose Lietuvos ir užsienio rinkose, atitikimas ES interneto svetainių saugumo ir asmens duomenų apsaugos direktyvoms. • Dirbtinio intelekto galimybių trakai-visit.lt pritaikymas neįgaliesiems: nuotraukų vaizdo garsinis atpasakojimas, naujienų garsinis skaitymas. • E-TVIC Trakų autobusų stotyje (LT, PL, EN, DE, RU, LV) informacinis ir techninis palaikymas – planuojama papildomai įvesti informaciją sparčiai augančios tikslinės rinkos – prancūzų ir dirbtinio intelekto galimybių pritaikymas neįgaliesiems. • Straipsniai ir banerinė reklama skaitomiausiuose informaciniuose portaluose WeLoveLithuania, lrytas.lt, Delfi, 15min. ir pan., įskaitant kelionių tinklaraštininkų (angl. <i>influencers</i>) paslaugas. • Informacijos pateikimas didžiausioje Baltijos regione turizmo	2022–2023–2024–20

	profesionalų ir verslo interneto svetainėje: https://travelnews.lv/	
	2.2. Aktyvi komunikacija socialiniuose tinkluose: • Komunikacija lietuvių ir anglų kalba TVIC administruojamuose socialiniuose tinkluose: ** Instagram/: Visit_Trakai ** FB puslapiuose: @TrakaiVisit, @TrakiečioKortelė, @TrakųTurizmas, @ExploreTrakaiVilnius, @BalticTravelNews ir TVIC ** TVIC administruojamose FB grupėse: Renginiai Trakuose, Poilsis Trakuose, Pramogos Trakuose, Apgyvendinimas Trakuose, Trakų skoniai, Renginiai ir poilsis Lentvario seniūnijoje, Kalėdos Trakuose. ** Facebook paskyras naudoti kaip klientų aptarnavimo platformą „klausimai / atsakymai gyvai“. ** TikTok: Trakai_WOW ir Trakai_Visit • Prireikus teikti informaciją keliautojams anglų, lenkų, latvių, vokiečių ir prancūzų kalbomis, socialiniuose tinkluose (Facebook ir Instagram), pristatant Trakų rajono turizmo naujienas ir produktus, skirtingų viešųjų ryšių kampanijų įgyvendinimas. • Skatinti vartotojų įsitraukimą ir dalijimąsi patirtimi bei rekomendacijomis. • <i>Storytelling</i> technikos, informacijos pateikimas keliautojo akimis, naudojimas. • Organizuoti konkursus, žaidimus.	2022–2023–2024–20

1. Programos detalizavimas

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Priemonės aprašymas	Pasiekimo indikatorius	Igyvend. ketv.	Planuojamas biudžetas (tūkst. EUR)
1.	Verslo aplinkos ir verslo subjektų poreikių tyrimai	Anketinių apklausų vykdymas verslo aplinkos gerinimo ir verslumo skatinimo klausimais	2 tyrimai per metus	II–IV	5,0
2.	Investavimo skatinimo priemonių įgyvendinimas	1. www.trakai-visit.lt svetainės atnaujinimas 2. Verslo sėkmės istorijų viešinimas 3. Verslo konsultacijų teikimas 4. Verslumo skatinimo strategijos kūrimas	3 viešinimo kanalai 3 sėkmės istorijos 200 konsultacijų 200 FB žinučių 60 naujienų verslui 5 metų strategija	Ištisus metus	10,0
3.	Verslo ir viešojo sektoriaus partnerystės stiprinimas	Bendradarbiavimas su savivaldybe, „Investuok Lietuvoje“, užimtumo tarnyba ir kitomis institucijomis	4 bendri renginiai	Ištisus metus	2,5
4.	Investuotojams patrauklaus įvaizdžio formavimas	Pozityvios informacijos sklaida įvairiose žiniasklaidos priemonėse	7 informaciniai pranešimai LT žiniasklaidoje	Ištisus metus	2,5
5.	Verslumo skatinimo projektų įgyvendinimas	Verslo nominacijų apdovanojimai	2 renginiai	II–III	5,0
6.	Bendradarbiavimo su verslo struktūromis skatinimas	Verslo pusryčiai, susitikimai, atvirų durų dienos	4 renginiai	Ištisus metus	2,5
IŠ VISO:					27,5

2. Bendradarbiavimo su rajono verslo struktūromis veiklų ketvirčiais detalizacija

Ketvirtis	Renginys	Pagrindinės temos	Tikslinė auditorija
I ketv.	Turizmo ir aptarnavimo sektoriaus verslo pusryčiai	Turistinis Sezonas Aptarnavimo kokybės standartai Rinkodara Srautų valdymas	Viešbučiai ir restoranai Muziejai Gidai
II ketv.	Gamybos ir pramonės atviros dienos	Gamybos procesai Karjeros galimybės	Mokymo įstaigos Potencialūs darbuotojai
III ketv.	Inovacijų ir technologijų pusryčiai	Skaitmeninė transformacija DI ir IT sprendimai Žaliosios technologijos	Technologijų įmonės Startuoliai IT specialistai
IV ketv.	Prekybos ir paslaugų sektoriaus susitikimai	Kalėdinis Sezonas Amatai Vietiniai produktai	Prekybininkai Amatininkai Paslaugų teikėjai Rinkodaros specialistai

2.1. Stebėsenos rodikliai

Rodiklio tipas	Vertinimo kriterijai
Kiekybiniai	Min. 10 dalyvių renginyje Naujų iniciatyvų skaičius
Kokybiniai	Tinklaveikos efektyvumas

2.2. Biudžeto paskirstymas renginiams

Išlaidų kategorija	Suma (tūkst. EUR)
Patalpų nuoma	0,15
Maitinimas	0,375
Organizacinės išlaidos	0,10
Iš viso vienam renginiui	0,625

3. Verslumo skatinimo projektai (5,0 tūkst. EUR):

- Rugsėjo 27 d. renginys: 2,5 tūkst. EUR
Organizavimas ir patalpų nuoma: 1,0 tūkst. EUR
Apdovanojimai ir prizai: 0,8 tūkst. EUR
Komunikacija ir viešinimas: 0,5 tūkst. EUR
Dokumentavimas: 0,2 tūkst. EUR
- Verslumą skatinis renginys (lapkritis-gruodis): 2,5 tūkst. EUR
Organizavimas ir patalpų nuoma: 1,0 tūkst. EUR
Prizai: 0,8 tūkst. EUR
Komunikacija ir viešinimas: 0,5 tūkst. EUR
Dokumentavimas: 0,2 tūkst. EUR

III. UŽDAVINYS: TRAKŲ TVIC FUNKCIJŲ STIPRINIMAS IR 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 tobulindamos turizmo produktų ir jų elementų (traukos objektų, paslaugų, patogumų, infrastruktūros, sukurtos aplinkos ir pan.) kokybę, nes būtent jie lemia turisto 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.
- 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, kurti aplinką, palankią verslo plėtrai ir investicijų pritraukimui.

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.

7 lentelė. TVIC funkcijų stiprinimas, siekiant kurti palankią aplinką verslumui skatinti rajone

Priemonė	Priemonių detalizavimas	Laikotarpis
1. TVIC funkcijų stiprinimas	1.1. Informacijos paslaugos: • Teikti informaciją turistams ir rajono verslininkams apie Trakų rajono turizmo paslaugas ir traukos objektus tiesiogiai ir nuotoliu (E-TVIC). • Teikti konsultacijas pradedantiems turizmo ir verslo paslaugų teikėjams ir jau veiklą vykdančioms turizmo ir verslo atstovams (dalinimasis sėkmės pavyzdžiais: maitinimas, apgyvendinimas, rinkodaros projektai). • TVIC darbuotojų kvalifikacijos tobulinimas, siekiant Trakų kraštą pristatyti svetingai, veikloje pritraukti inovatyvius informacijos sklaidos metodus.	I–IV ketv.

	Pagal nacionaliniu lygiu atliktą turizmo infrastruktūros vertinimo auditą, inicijuoti susitikimus su nuosavybės valdytojais ir spręsti, kaip būtų galima gerinti turistinės vietovės patrauklumą.	III–IV ketv.
2. Verslo sektoriaus bendradarbiavimo skatinimas	2.2. Bendradarbiauti su kelionių agentūromis (KA) ir kelionių organizatoriais (KO), „Versli Lietuva“, „Investuok Lietuvoje“ – parengti pasiūlymus, pristatančius Trakų rajoną, kaip atostogų kryptį ir galimybes plėsti verslą rajone.	II–III ketv.
	2.3. Aktyviai bendradarbiauti su nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, LKA, kitais Lietuvos TIC-ais / TVIC-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. 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.
	2.5. Organizuoti LKA, regiono TIC / TVIC-ų partnerių dienas.	IV ketv.

IV. TVIC VEIKLOS PLANO VYKDYMO EFEKTYVUMO RODIKLIAI

- Trakų TVIC lankytojų skaičius, augimas prioritetinėse turizmo rinkose rinkose – 10 proc.
- Verslo duomenų bazės sukūrimas – 1 Trakų rajono verslo duomenų bazė.
- Informacinių pranešimų apie teikiamas turizmo paslaugas, renginius skaičius interneto svetainėje ir socialiniuose tinkluose – ne mažiau 350.
- Reprezentacinių, Trakų rajono turizmą ir verslą pristatančių, straipsnių Lietuvos žiniasklaidoje skaičius – 7.
- Suteikta verslo informacija tiesiogiai ir elektroninėmis priemonėmis skaičius – 200.

1. Duomenimis pagrįstas planavimas:

- Aiškiai remiamasi eilę metų lankytojų srautų duomenimis;
- Atsižvelgiama į 2019–2024 m. tendencijas;
- Nustatyti konkretūs, išmatuojami tikslai (pvz., 10% augimas prioritetinėse rinkose).

2. Tikslingas rinkų segmentavimas:

- Aiškiai identifikuotos prioritetinės turizmo rinkos (Lietuva, Lenkija, Latvija, Estija, Vokietija, Prancūzija);
- Tikslinis demografinis skirstymas (šeimos, jaunimas 18–30 m., dirbantieji 30–55 m., 55+);
- Produktų pritaikymas skirtingiems verslo ir turizmo segmentams.

3. Kompleksinė rinkodaros strategija:

- Balansuojama tarp tradicinių ir skaitmeninių rinkodaros kanalų;
- Stiprus dėmesys socialiniams tinklams;
- Integruotas požiūris į komunikaciją.

DETALŪS METADUOMENYS	
Dokumento sudarytojas (-ai)	Trakų rajono savivaldybės administracija
Dokumento pavadinimas (antraštė)	DĖL VŠĮ TRAKŲ TURIZMO IR VERSLO INFORMACIJOS CENTRO METINIŲ ATASKAITŲ RINKINIO TVIRTINIMO
Dokumento registracijos data ir numeris	2025-02-28 Nr. P1E-73
Dokumento gavimo data ir dokumento gavimo registracijos numeris	-
Dokumento specifikacijos identifikavimo žymuo	ADOC-V1.0
Parašo paskirtis	Pasirašymas
Parašą sukūrusio asmens vardas, pavardė ir pareigos	Andrius Šatevičius Meras
Parašo sukūrimo data ir laikas	2025-02-28 12:28
Parašo formatas	Einamojo galiojimo (XAdES-EPES)
Laiko žymoje nurodytas laikas	
Informacija apie sertifikavimo paslaugų teikėją	RCSC IssuingCA-2
Sertifikato galiojimo laikas	2025-01-02 10:57 - 2027-01-02 10:57
Informacija apie būdus, naudotus metaduomenų vientisumui užtikrinti	-
Pagrindinio dokumento priedų skaičius	10
Pagrindinio dokumento priedamų dokumentų skaičius	0
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	TIC 2024 ataskaita.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	1 priedas Apgyvendinimo statistikos analizė 2017 2024.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	5 priedas Trakiečio kortele administravimas.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	2 priedas BalticTravelNews.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	6 priedas 2024 m veikla infonografikoje.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	3 priedas 2024 metų Trakų turizmo ir verslo informacijos centro reklamos kampanijų efektyvumo analize.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	4 priedas prie Interneto svetainės Google Analytics.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	TVIC Finansinės būklės ataskaita1.pdf
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	TVIC Finansinės būklės ataskaita2.pdf
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-

Priedamo dokumento sudarytojas (-ai)	-
Priedamo dokumento pavadinimas (antraštė)	TVIC 2025 veiklos planas.docx
Priedamo dokumento registracijos data ir numeris	-
Programinės įrangos, kuria naudojantis sudarytas elektroninis dokumentas, pavadinimas	Elpako v.20250226.1
Informacija apie elektroninio dokumento ir elektroninio (-ių) parašo (-ų) tikrinimą (tikrinimo data)	Tikrinant dokumentą nenustatyta jokių klaidų (2025-02-28)
Elektroninio dokumento nuorašo atspausdinimo data ir ją atspausdinęs darbuotojas	2025-02-28 nuorašą suformavo Asta Lipkevičienė
Paieškos nuoroda	-
Papildomi metaduomenys	-