



PALANGOS MIESTO SAVIVALDYBĖS TARYBA

**SPRENDIMAS
DĖL PRITARIMO BĮ PALANGOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO 2021 METŲ
VEIKLOS ATASKAITAI**

2022 m. balandžio 28 d. Nr. T2-109
Palanga

Vadovaudamasi Lietuvos Respublikos vietos savivaldos įstatymo 16 straipsnio 2 dalies 19 punktu ir atsižvelgdama į Palangos turizmo informacijos centro 2022 m. vasario 11 d. raštą Nr. TIC1-14 „Dėl 2021 m. Palangos turizmo informacijos centro veiklos ataskaitos pateikimo“, Palangos miesto savivaldybės taryba **n u s p r e n d ž i a**:

Pritarti BĮ Palangos turizmo informacijos centro 2021 metų veiklos ataskaitai (pridedama).

Šis sprendimas gali būti skundžiamas Regionų apygardos administracinio teismo Klaipėdos rūmams (Galinio Pylimo g. 9, LT-91230 Klaipėda) Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka per 1 (vieną) mėnesį nuo šio teisės akto paskelbimo dienos.

Meras

Šarūnas Vaitkus

PRITARTA

Palangos miesto savivaldybės tarybos

2022 m. balandžio 28 d. sprendimu Nr. T2-109



PALANGOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO VEIKLOS ATASKAITA 2021 M.

TURINYS

Turinys

BENDROJI DALIS	1
<i>Informacija apie įstaigą</i>	2
<i>Informacija apie įstaigos veiklą</i>	12
Kontaktinė informacija	49

BENDROJI DALIS

BENDROJI DALIS

Palangos m. savivaldybės biudžetinė įstaiga Palangos turizmo informacijos centras (toliau – Palangos TIC) įstaigos kodas 124720961.

Įstaiga 2015 m. sausio 7 d. įregistruota Juridinių asmenų registre, teikia turizmo informacijos ir kitas paslaugas, numatytas įstaigos nuostatuose, patvirtintuose Palangos miesto savivaldybės tarybos 2014 m. lapkričio 27 d. sprendimu Nr. T2-357 „Dėl Viešosios įstaigos Palangos turizmo informacijos centro pertvarkymo į biudžetinę įstaigą Palangos turizmo informacijos centrą“. Palangos TIC yra juridinis asmuo, turintis savo nuostatus, einamąją, specialiųjų programų lėšų, pavedimų lėšų nacionaline valiuta sąskaitas. Palangos TIC pareigybių skaičių steigia ar naikina steigėjas – Palangos miesto savivaldybės Taryba. Palangos TIC vadovauja direktorius, kuris atskaitingas steigėjui. Įstaiga finansuojama iš Palangos miesto savivaldybės biudžeto, taip pat gali turėti ir nebiudžetinių lėšų.

Centro steigėja – Palangos miesto savivaldybė, savininko teise įgyvendina – Savivaldybės taryba (toliau tekste – Taryba).

Palangos TIC buveinė – Vytauto g. 94, Palanga, Lietuvos Respublika.

Centro veiklos laikotarpis neribotas. Centro finansiniai metai yra kalendoriniai metai.

Palangos miesto savivaldybės tarybos 2015 m. sausio 29 d. sprendimu Nr. T2-14 „Dėl didžiausio leistino darbuotojų pareigybių skaičiaus Palangos turizmo informacijos centre patvirtinimo“, Palangos turizmo informacijos centre nustatytas didžiausias leistinas pareigybių skaičius – 10 (8,75 etato).

Įstaigos vadovas. Palangos turizmo informacijos centro direktorė – Rasa Kmitienė, bendras darbo stažas turizmo paslaugų sektoriuje 29 metai, vadybinis stažas – 16 metų, Palangos turizmo informacijos centrui vadovauja nuo 2017 m. birželio 30 d. Išsilavinimas – aukštasis universitetinis su magistro kvalifikaciniu laipsniu.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

Informacija apie įstaigą

Įstaigos tikslai, uždaviniai ir veiklos pobūdis:

Pagrindinis Palangos TIC veiklos tikslas – turizmo informacijos teikimas bei vietinio ir atvykstamojo turizmo Palangos miesto savivaldybėje skatinimas.

Veiklos specialusis tikslas – stiprinti Palangos miesto ekonominę ir aplinkos gerovę per turizmo informacijos skleidimą (skatinimą) ir vietos rinkodarą.

Palangos TIC veikla:

1. Reprezentuoja Palangos kurortą, reklamuoja lankomus objektus Lietuvoje bei užsienyje;
2. Renka, kaupia, parengia ir teikia informaciją apie kultūrinio turizmo išteklius savivaldybės teritorijoje turistams, rajono gyventojams;
3. Rengia, leidžia ir platina informacinius bei kartografinius leidinius apie turizmo paslaugas ir išteklius;
4. Kaupia, tvarko ir teikia turizmo paslaugų ir išteklių duomenis Lietuvos turizmo informacijos sistemai;
5. Kaupia statistinę informaciją apie Palangos TIC lankytojus ir kiekvieną mėnesį pateikia nustatytos formos suvestines VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“;
6. Kuria ir plėtoja turizmo reikmėms skirtas duomenų bazes, informacines sistemas, interneto puslapius, įsijungia į tarptautinius turizmo interneto portalus, duomenų bazes ar interneto puslapius, siekiant pagerinti informacijos teikimą bei skatinti turizmo paslaugų ir produktų vartojimą;
7. Rengia ir vykdo įvairias turizmo rinkodaros priemones, turizmo viešinimo, populiarinimo kampanijas ir renginius siekiant Palangos miesto savivaldybės, kaip turizmo traukos objekto, įvaizdžio gerinimo;
8. Vykdo turizmo informacijos sklaidą ir viešinimą Lietuvos ir tarptautinėse rinkose;
9. Vykdo kitą turizmo informacijos paslaugų teikimo ir rinkodaros veiklą, susijusią su Palangos TIC tikslų įgyvendinimu;
10. Teikia pasiūlymus Palangos miesto savivaldybei ir VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ dėl turizmo plėtojimo;
11. Rengia ir (ar) dalyvauja rengiant turizmo plėtros programas ir projektus;

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

12. Atlieka turistų, lankytojų pasitenkinimo tyrimus ir kitus turistinius tyrimus, siekiant aukštesnės teikiamų turistinių paslaugų ir produktų kokybės;

13. Kitose srityse:

13.1. teikia kelionės organizavimo paslaugas Kelionių organizavimo paslaugų taisyklių nustatyta tvarka;

13.2. teikia renginių organizavimo, renginių aptarnavimo paslaugas, organizuoja pramoginius, kultūrinius renginius miesto bendruomenei;

13.3. sudaręs sutartis su paslaugų teikėjais, užsako vietas apgyvendinimo ir paslaugų teikimo įmonėse, parduoda kelionės bilietus, taip pat bilietus į kultūros, sporto ir kitus renginius;

13.4. parduoda įvairius leidinius, suvenyrus, meno dirbinius ir kitus gaminius;

13.5. sudaręs sutartis su bilietų platinimo įmonėmis, parduoda bilietus į renginius;

13.6. organizuoja parodas, leidinių bei kultūrinio turizmo objektų pristatymus.

Savo tikslams pasiekti Palangos TIC verčiasi įstatymų nedraudžiama šių rūšių ūkine komercine veikla, kuri yra neatsiejamai susijusi su Palangos TIC veiklos tikslais.

Pastatai/Patalpos

Palangos turizmo informacijos centras pagal 2016 m. liepos 28 d. Palangos m. savivaldybės tarybos sprendimą Nr.T2-207 „Dėl materialiojo turto perdavimo valdyti, naudoti ir disponuoti juo patikėjimo teise Palangos turizmo informacijos centrui“ 1.1 ir 1.2 punktais, disponuoja patalpomis: Vytauto g. 94–9, Palangoje, unikalus Nr. 4400-2071-2956:6636, bendras plotas 80,46 kv. m. – 38200 eurų, ir patalpomis 2021 Vytauto g. 94–10, Palangoje, unikalus Nr.4400-2071-2978:6637, bendras plotas 135,06 kv. m. – 13900 eurų.

Palangos turizmo informacijos centras disponuoja ilgalaikiu nematerialiuoju turtu įsigytu už savivaldybės ir nuosavas lėšas 2015–2021 metais: buhalterinė programa Finas; internetine svetaine; Mobilusis gidas; bendra nematerialaus turto įsigijimo vertė: 13 420,04 Eur, likutinė vertė 5031,40 Eur. 2021 m. nematerialaus turto įsigyta nebuvo. Visiškai nudėvėtas naudojamas nematerialus turtas – buhalterinė programa „Finas“, galutinio nusidėvėjimo data 2018-02-28.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

Palangos turizmo informacijos centras disponuoja ilgalaikiu materialiuoju turtu:

- Biuro baldai. Įsigijimo 2010 m. vertė 3745,95 Eur, likutinė vertė 159,49 Eur;
- Kompiuterinė įranga: Bendra įsigijimo vertė 11 998, 06 Eur, likutinė vertė: 1 136,31 Eur, iš jų: 2015-06-03 įsigyti infoterminalai, bendra vertė: 3 965,00 PC Lenovo Idea AIO B50-30Core du buvo naudojami Palangos oro uoste lankytojų salėje, vienas infocentras PC Lenovo Think Centre Edge 93z AIO yra naudojamas autobusų stotyje - galutinio nusidėvėjimo data 2018-06-03, likutinė vertė 0,00 Eur; Kompiuteriai stacionarūs :Lenovo Intel 4GB, Nuklonas „Deka H730a, PCA suintegruotas HP EliteOne, Lenovo V520 Intel Celeron, bei nešiojamas kompiuteris „HP Probook 470“ įsigyti 2016-11-15 – 2019-12-30, bendra įsigijimo vertė 7033,07 Eur, likutinė vertė 164,10 Eur; 2021 m. įsigytas naujas nešiojamas kompiuteris HP ProBook Intel Celeron, įsigijimo vertė 999,99 Eur, nudėvėta 27,78 Eur, likutinė vertė 972,21 Eur.
- Kita biuro įranga. Bendra įsigijimo vertė: 5 631,89 Eur, bendra likutinė vertė 1 528,94 Eur. Palangos turizmo informacijos centras pagal 2016 m. liepos 28 d. Palangos m. savivaldybės tarybos sprendimą Nr.T2-207 „Dėl materialiojo turto perdavimo valdyti, naudoti ir disponuoti juo patikėjimo teise Palangos turizmo informacijos centrui“ 1.3 punktą, disponuoja materialiniu turtu: Multimedija projektorius „Mitsubishi“, GPS imtuvas „Garmin Dakota“, du Multifunkciniai spausdintuvai „HP LJ“. Už nuosavas lėšas 2019 m. įsigytas daugiafunkcinis spalvotas kopijuoklis Konica Minolta C227.
- Įrengimai ir įrenginiai. Bendra įsigijimo vertė 27 392,92 Eur, likutinė vertė 26 928,10 Eur, iš jų: telefonas Samsung G975 S10+128GB įsigytas 2019 m. rugpjūčio 27 d., likutinė vertė 475,68 Eur; 2021 m. įsigyta: iš biudžeto lėšų įsigyta audiogido įranga 3 komplektai, bendra įsigijimo vertė 4 738,97 Eur, bei daugiafunkcinės saulės baterija įkraunamos viešųjų erdvių paslaugų stotelės 2 vnt., bendra įsigijimo vertė 21 713,45 Eur, iš kurių 10% 2 171,35 Eur finansuota iš savivaldybės biudžeto skirtų lėšų projektui vykdyti, 90% 19 542,10 Eur finansuota iš ES projekto Nr.LT-RU-2-079 "Gintaro krantas - tarpreregioninės kultūrinio, pažintinio turizmo plėtros skatinimas ". Iš viso naujos įrangos 2021 m. įsigyta už 26 452,42 Eur.
- Kitas ilgalaikis materialusis turtas. Bendra įsigijimo vertė: 11 812,23 Eur, likutinė vertė 1 627,31Eur, iš jų: oro kondicionierius įsigytas už 3 902,25 Eur 2015-05-29, likutinė vertė 1 333,17 Eur. Apsaugos ir gaisro signalizacijos įranga įsigyta 2016-08-31 vertė 598,38, likutinė vertė 120,68 Eur. Pagal Palangos m. savivaldybės tarybos 2015 m. lapkričio 26 d. sprendimą Nr.T2-321 „Dėl turto

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

perdavimo Palangos turizmo informacijos centrui“ 1 p., Palangos turizmo informacijos centras disponuoja informaciniais stendais: 1 informacinis stendas su Palangos miesto turistine schema, 1 stendas Šventojoje, 3 stendai Palangos mieste. Įsigijimo vertė – 6 791,30 Eur, likutinė vertė – 0,00 Eur. Reklaminės medžiagos stovas su grąžinimo funkcija, įsigijimo savikaina 520,30 Eur, likutinė vertė 173,46 Eur.

- Palangos m. savivaldybės tarybos 2021 m. vasario 04 d. sprendimu Nr.T2-11 „Dėl turto perdavimo BĮ Palangos turizmo informacijos centrui valdyti, naudoti ir disponuoti juo patikėjimo teise“. Palangos miesto savivaldybė 2021 m. vasario 17 d. Dėl savivaldybės turto, perduodamo valdyti, naudoti ir disponuoti juo patikėjimo teise perdavimo – priėmimo aktu Nr.2, perdavė turto, kurio įsigijimo vertė su PVM už 89 150,00 Eur, iš jo:

- kryprodės su krypties rodyklėmis 53 vnt. priskirtas trumpalaikiams turtui bendra vertė 6 001,51 Eur;

- 83 148,49 Eur kito ilgalaikio materialaus turto:

1. Palangos Birutės parko taktilinis žemėlapis: akmuo, plastikas, garsinis švyturys 8 036,66 Eur;
2. Palangos Birutės parko taktilinis žemėlapis: akmuo, plastikas, garsinis švyturys 19 770,34 Eur;
3. Infoterminalas 16 789,16 Eur;
4. Kryprodės stovas, Lino takas/Naglio al. Palanga (2 rodyklės) 651,14 Eur;
5. Kryprodės stovas, Žvejų g./Naglio al. Palanga (2 rodyklės) 651,14 Eur;
6. Kryprodės stovas, Jūratės g./Naglio al., Palanga (2 rodyklės) 651,14 Eur;
7. Kryprodės stovas, Kęstučio g./Birutės al., Palanga (5 rodyklės) 651,14;
8. Kryprodės stovas, S. Dariaus ir S. Girėno g./Meilės al. Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
9. Kryprodės stovas, Kretingos g./Vytauto g. Palanga (6 rodyklės) 651,14 Eur;
10. Kryprodės stovas, Ganyklų g./Kretingos g. Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
11. Kryprodės stovas Klaipėdos pl./Virbališkės takas, Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
12. Kryprodės stovas, Vytauto g./Žvejų g., Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
13. Kryprodės stovas, J. Basanavičiaus g./S. Daukanto g., Palanga (4 rodyklės) 651,14 Eur;
14. Kryprodės stovas, Vytauto g./Kęstučio g., Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
15. Kryprodės stovas, Šventosios g./Jūros g., Palanga (7 rodyklės) 651,14 Eur;
16. Kryprodės stovas, Mokyklos g./Šventosios g., Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
17. Kryprodės stovas, Jūros g./Prieklaikos g., Palanga (4 rodyklės) 651,14 Eur;

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGA

18. Kryprodės stovas, Jūros g./Ošupio g., Palanga (3 rodyklės) 651,14 Eur;
 19. Informacinis stendas-kolona, Kopų g./Šventosios g., Šventoji (prie Eldijos) 3 255,78 Eur;
 20. Informacinis stendas-kolona, Vytauto g./J. Basanavičiaus g., Palanga 3 255,78 Eur;
 21. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu, Jūratės g. prie muzikinio fontano 1 302,29 Eur;
 22. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu. Jūratės ir Kastyčio skveras 1 302,29 Eur;
 23. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu, centrinė miesto aikštė Vytauto g. 1 302,29 Eur;
 24. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu, miesto stadionas, Sporto g. 1 302,29 Eur;
 25. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu, Vytauto g./S. Dariaus ir S. Girėno g. 1 302,29 Eur;
 26. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu, Vytauto g./ Vanagupės g., Palanga 1 302,29 Eur;
 27. Informacinis stendas su žemėlapiu ir aprašymu "Pasaulio kraštas", dviračių takas 1 302,29 Eur;
- kurio bendra perdavimo likutinė vertė 69 990,85 Eur.

Bendra Palangos turizmo informacijos centro viso ilgalaikio materialaus turto įsigijimo savikaina, be kultūros paveldo statinių – 129 631,40 Eur, likutinė vertė 94 441,88 Eur.

Visiškai nudėvėto ir naudojamo materialaus turto įsigijimo vertė 17 297,14 Eur:

1. stendas Šventojoje, informaciniai stendai Palangos mieste, galutinio nusidėvėjimo data 2016-03-30,
2. infoterminalai Palangos oro uoste ir Palangos autobusų stotyje galutinio nusidėvėjimo data 2018-06-03,
3. du stacionarūs kompiuteriai Lenovo Intel 4GB galutinio nusidėvėjimo data 2019-11-15,
4. nešiojamas kompiuteris HP Probook 470 galutinio nusidėvėjimo data 2020-10-30,
5. kompiuteris Nuklonas Deka H730a galutinio nusidėvėjimo data 2020-11-30,
6. PCA suintegruotas kompiuteris HP EliteOne galutinio nusidėvėjimo data 2021-12-31.

Finansinė situacija:

Palangos turizmo informacijos centro biudžeto suvestinė pateikta lentelėje Nr. 1:

	Pavadinimas (Priemonė)	Patvirtinti ataskaitinio laikotarpio asignavimai	Gauti asignavimai	Panaudoti asignavimai	Gražinta į savivaldybės biudžetą 2021 12 31
1	Savivaldybės biudžetas (3.1.2.5.1.)	4 500,00	665,50	665,50	0,00

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

2	Savivaldybės biudžetas (3.1.2.6.)	50 600,00	50 513,39	50 513,39	0,00
3	Savivaldybės biudžetas (3.2.1.1.)	5 000,00	4 971,73	4 971,73	0,00
4	Savivaldybės biudžetas (4.2.1.3.1.)	101 073,00	101 031,82	101 027,01	4,81
5	Savivaldybės biudžetas (1.4.2.8.10.)	20 995,00	5 260,34	5 260,34	0,00
6	Savivaldybės biudžetas (1.4.2.8.9.)	14 300,00	2 756,52	2 756,52	0,00
Iš viso:		196 468,00	165 199,30	165 194,49	4,81
7	Pajamos už patalpų nuomą (4.2.1.3.1.N)	3 369,00	3 369,00	3 035,79	333,21
8	Pajamos už teikiamas paslaugas (4.2.1.3.1. S) Likutis 2021 12 31: nepaprašytas likutis 300,00 Eur; grąžintas nepanaudotas likutis 612,91 Eur; papildomai gautų pajamų lik. 4652,34 Eur.	8 800,00	8 500,00	7 887,09	5 565,25
9	Nepanaudotų gautų pajamų lėšų likutis (4.2.1.3.1. L)	590,00	590,00	590,00	0,00
Iš viso:		12 759,00	12 459,00	11 512,88	5 898,46

1. Informacinių stendų ir nuorodų su turizmo informacija įrengimas ir atnaujinimas: kitų prekių ir paslaugų įsigijimui skirta 4 500,00 Eur, gauta ir panaudota 665,50 Eur kasinių išlaidų reklaminės medžiagos stovams atnaujinti.

2. Turizmo informacijos teikimas turistams bei turistines paslaugas teikiantiems subjektams skirta 50 600,00 Eur gauta ir panaudota 50 513,39 Eur kasinių išlaidų, iš jų: kitų prekių ir paslaugų įsigijimo išlaidos: Nacionalinė sanatorijų ir reabilitacijos įstaigų asociacija 150 Eur Palangos turizmo išteklių pristatymas Vokietijos rinkos operatoriams liepos 07 d.; UAB „Expoera“ Jūros šventės standas 302,30 Eur; VšĮ Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centras regiono rinkodaros priemonių įgyvendinimas 600,00 Eur; žiniasklaidai: portalas „Lrytas.lt“ 8 712,00 Eur; Lietuvos rytas UAB 11 011,00 Eur; UAB „Delfi“ rinkodaros paslaugos Latvijoje ir Estijoje 10 466,50 Eur; UAB „Delfi“ rinkodaros paslaugos portaluose 9 389,60 Eur; „Lietuvos pajūris“ maketas žurnale 300,00 Eur; UAB Rinkodara paslaugos 759,88 Eur; reklama UAB Saulės spektras 84,70 Eur; apgyvendinimo paslaugos 237,00 Eur; suvenyrai :UAB Rimilė 2 125,37, UAB „EchoStamp“ 72,62 Eur, UAB Sistemų priežiūra prekės 364,03 Eur; transporto kuro išlaidos 199,43 Eur. Ilgalaikis turtas

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

: UAB „Radijo ryšio sistemos“ - 3 komplektai audiogido vertė 4 738,97 Eur; įsigytas naujas kompiuteris 999,99 Eur.

3. Kurorto pristatymas tarptautinėse turizmo parodose ir verslo misijose skirta 5 000,00 Eur, gauta ir panaudota 4 971,73 Eur kasinių išlaidų, iš jų: komandiruočių išlaidoms 695,60 Eur, kitų prekių ir paslaugų įsigijimo išlaidoms: renginys „Sostinės dienos 2021“ Vilniuje UAB „Expoera“ 663,78 Eur; parodos plotas, įrengimas, registracijos mokestis „Balttour 2022“ VšĮ Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centras 545,00Eur; suvenyrai UAB „EchoStamp“ 1 373,35 Eur, reklaminė kampanija - UAB APG Media 1 694,00 Eur.

4. Biudžetinės įstaigos išlaikymas: gauta 101 031,82 Eur, panaudota 101 027,01 Eur.:

- Kasinių išlaidų, iš jų: darbo užmokestis 94 259,46 Eur, darbdavio socialinis draudimas 1 742,00 Eur; darbdavio socialinė parama pinigais 320,52 Eur (už pirmas ligos 2 d. d.).
- Ryšių įrangos ir ryšių paslaugų įsigijimo išlaidos - 899,00 Eur;
- Kvalifikacijos kėlimo išlaidos - 100,00 Eur;
- Komunalinių paslaugų įsigijimo išlaidos - 1 121,00 Eur;
- Informacinių technologijų paslaugų - buhalterinės programos priežiūra - 972,84 Eur;
- Kitų prekių ir paslaugų įsigijimo išlaidos - 1 612,19 Eur. (apsauga 228 Eur, kelionių organizatoriaus draudimas 150,00 Eur, turto draudimas 275,00 Eur, kilimėlių keitimas 97,50 Eur, spausdintuvo kasečių keitimas 125,05 Eur, Microsoft 365 Family 99,00 Eur, ūkinės-sanitarinės ir švaros palaikymo prekės 209,95 Eur, apsauginės kaukės 34,99 Eur, Rašalo toneriai Minolta 318,23 Eur, banko paslauga 74,47 Eur).

5. Savivaldybės kuruojamų įstaigų įgyvendinamų Europos Sąjungos projektų įgyvendinimo užtikrinimas. 2020 m.- 2022 m. Palangos turizmo informacijos centras įgyvendina projektus:

5.1. Projektas „Gintaro krantas - tarpregioninės kultūrinio, pažintinio turizmo plėtros skatinimas vakarų Lietuvos ir Kaliningrado srities regionuose“ Nr. LT-RU-2-079 finansavimo - administravimo sutartis pasirašyta 2020 m. birželio 10 d. Nr.1S-199. 2021 m. gauta ir panaudota biudžeto lėšų 10% projekto kofinansavimui 5 260,34 Eur, iš jų: apmokėta už daugiafunkcinės saulės baterija įkraunamos viešųjų erdvių paslaugų stotelės 2 vnt. 2 171,35 Eur, audito paslaugos 60,08 Eur, konferencija, išoriniai ir vidiniai mokymai 770,60 Eur; Video filmo koncepcijos kūrimas 200,00 Eur, 2 058,31 Eur projekto darbo užmokesčio išlaidos.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

5.2. Projektas „Baltijos jūros kurortų istorinio ir kultūrinio paveldo išsaugojimas, bei kultūrinio turizmo plėtra vakarų Lietuvos ir Kaliningrado srities regionuose“ Nr. LT-RU-2-065 finansavimo – administravimo sutartis pasirašyta 2020 m. rugpjūčio 14 d. Nr.1S-279. Gauta ir panaudota biudžeto lėšų 10% projekto kofinansavimui 2 756,52 Eur, iš jų: 57,48 Eur audito paslaugos, 440,00 medžiagos parengimas apie Palangos istorinio – kultūrinio paveldo raidą, 317,63 prekės – suvenyrai projekto viešinimui, 1 941,41 Eur projekto darbo užmokesčio išlaidos.

7. Faktiškos įmokos už patalpų nuomą surinkta ir pervesta į savivaldybės biudžetą: 3 369,00 Eur, gauta ir panaudota 3 035,79 Eur kasinių išlaidų, iš jų:

- komunalinėms išlaidoms: 2 176,14 Eur,
- ryšių paslaugoms 117,61 Eur;
- kitų prekių ir paslaugų įsigijimo išlaidoms 742,04 Eur, (patalpų apsauga 114,30 Eur, suvenyrai – Palangos miesto vėliavos 105,88 Eur, inventorių - ventiliatoriai 125,98 Eur, buhalterinės programos priežiūros paslaugos 162,14 Eur, švaros palaikymo – kilimėlių keitimas 30,00 Eur, rinkodaros paslaugos 72,60 Eur, energijos skirstymo ESO paslaugos 124,44, Eur, banko paslaugos 6,70 Eur).

Bendras nepanaudotas pajamų už patalpų nuomą likutis 333,21 Eur.

8. Faktiškos įmokos už paslaugas sukauptos ir pervestos į savivaldybės biudžetą 13452,34 Eur, iš jų:

- palangiškio kortelės platinimas 873,00 Eur,
- suvenyrų pardavimas 5708,57 Eur,
- ekskursijų organizavimas 1781,73 Eur,
- bilietų į renginius pardavimo komisinis mokestis 405,49 Eur,
- biuro paslaugos 183,55 Eur,
- konferencijų organizavimas 4500,00 Eur.

Gauta sukauptų pajamų už parduotas prekes, paslaugas 8500,00 Eur, panaudota 7887,09 Eur kasinių išlaidų, iš jų:

- remonto prekės ir paslaugos – užtvaro remontas 139,15 Eur,
- kvalifikacijos kėlimo išlaidos 74,00 Eur,
- kitoms prekėms ir paslaugoms 7673,94 Eur, iš jų:
- apsauginės kaukės 17,85 Eur,

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

suvenyrai: (Palangos miesto vėliavos 1931,18 Eur, ženkliai „Palanga“ 1452,00 Eur, medžiaginiai maišeliai su Palangos reklama 1521,33 Eur,)

- kasos aparatų priežiūros mokestis 170,00 Eur,
- marškinėliai su Palangos kurorto logotipais 897,52 Eur,
- suvenyrai (raktų pakabukai, puodeliai, skėčiai, gertuvės) su Palangos logotipais 1061,17 Eur,
- lipdukai „Palanga išsirink ką myli“ 36,30 Eur,
- banko kortelių skaitytuvo mokestis 87,12 Eur,
- biuro popierius 254,10 Eur,
- darbo kalendoriai 41,46 Eur,
- visuomenės sveikatos priežiūros kursai 30,00 Eur,
- mažos Palangos miesto vėliavėlės 42,35 Eur,
- buhalterinės programos priežiūros paslaugos 81,07 Eur,
- rinkodaros paslaugos 24,20 Eur,
- palangatic.lt domeno pratęsimas 12,10 Eur,
- banko paslaugos 14,19 Eur.

Grąžintinas sukauptų pajamų už paslaugas likutis 612,91 Eur pervestas į savivaldybės biudžetą. Bendras pervestų nepanaudotų pajamų už paslaugas likutis 5565,25 Eur.

9. Nepanaudotų pajamų už teikiamas paslaugas 2021 metų pradžioje pajamų likutis buvo 590,00 Eur, gauta ir panaudota:

- inventoriui: 415,00 Eur (žaliuzėms 1 kabinete),
- krovinų pervežimo paslauga 45,00 Eur,
- rinkliavų centrui rinkliava už komunalines atliekų surinkimą ir tvarkymą 50,77 Eur,
- rinkodaros paslaugos 72,60 Eur,
- pašto ir banko paslaugos 6,63 Eur.

Darbuotojai ir jų kvalifikacija:

Įstaigos veiklos efektyvumas ir nustatyti tikslai gali būti pasiekti tik darnaus ir komandinio darbo dėka, veiklos rezultatai labai priklauso nuo kolektyve vyraujančio psichologinio klimato,

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

glaudaus vadovo ir darbuotojų bendradarbiavimo, operatyvaus informacijos perdavimo ir tinkamo darbuotojų skatinimo už darbo indėlį bei pasiektus rezultatus. Palangos TIC suformuotas stabilus kvalifikuotų, turinčių aukštąjį universitetinį ar neuniversitetinį išsilavinimą, darbuotojų kolektyvas.

2021 m. pradžioje Palangos TIC dirbo 9 darbuotojai, pabaigoje – 8 darbuotojai: direktorė, vyr. buhalterė, du turizmo vadybininkai, IT specialistas, turizmo informacijos specialistas, energetikas, valytoja.

Įstaigos direktorė Rasa Kmitienė 2021 m. birželio mėn. dalyvavo mokymuose „Mažos vertės pirkimų vykdymo matrica – priemonė kaip palengvinti ir pagreitinti mažos vertės pirkimų vykdymą“;

2021 m. gruodžio 5 d. – „Vietiniai prekių ženklai – kulinarinio turizmo pagrindas“

2021 m. gruodžio 7 d. – „Turizmo naujovės 2021 m.“ ir „Vartotojo kelias turizmo versle“

2021 m. gruodžio 8 d. – „Turizmo produktų marketingas socialiniuose tinkluose“;

Palangos turizmo vadybininkai Alma Slaboševičienė ir Mindaugas Surblys dalyvavo mokymuose:

2021 m. gruodžio 5 d. – „Vietiniai prekių ženklai – kulinarinio turizmo pagrindas“

2021 m. gruodžio 7 d. – „Turizmo naujovės 2021 m.“ ir „Vartotojo kelias turizmo versle“

2021 m. gruodžio 8 d. – „Turizmo produktų marketingas socialiniuose tinkluose“;

Vyr. buhalterė Laima Matulionė 2021 m. balandžio mėn. dalyvavo nuotoliniame seminare „Viešojo sektoriaus subjektų turto valdymas ir apskaita“.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Informacija apie įstaigos veiklą

Palangos miesto savivaldybės Strateginio plėtros plano iki 2020 metų įgyvendinimas:

2021 kalendoriniais metais BĮ Palangos turizmo informacijos centro veikla orientuota į Palangos miesto strateginio plėtros plano iki 2020 metų įgyvendinimą. Šiame plėtros plane Palangos turizmo informacijos centro veikla suteikta III strateginės srities „Kurorto patrauklumo didinimas. 3.1. tikslo „Palankios sąlygos verslo ir turizmo paslaugų plėtrai“ ir 3.2. tikslo „Patrauklus kurorto įvaizdis“ uždaviniuose:

3.1.2.5 Informacinių stendų ir nuorodų su turizmo informacija įrengimas ir atnaujinimas;

3.1.2.6 Turizmo informacijos teikimas turistams bei turistines paslaugas teikiantiems subjektams;

3.2.1.1 Kurorto pristatymas tarptautinėse turizmo parodose ir verslo misijose;

4.2.1.3 Skyrių kuruojamos biudžetinės įstaigos darbo organizavimas;

4.1.4.7 Paraiškų siekiant gauti ES ir kitų finansinių institucijų lėšas rengimas ir projektų administravimas;

Palangos turizmo informacijos centras teikia įvairiapusę informaciją bei pagalbą tiek paslaugų gavėjams, tiek jų teikėjams. Palangos turizmo informacijos centras – turizmo verslo atstovas, prisidedantis prie paslaugų viešinimo ir rėmimo. Palangos TIC tinklapyje sukoncentruota informacija apie Palangos miesto savivaldybės teritorijoje teikiamas paslaugas, prieinamus maršrutus, pateikti konkretūs pasiūlymai maršrutų planavimui ir pan.

Įstaigos veiklos rezultatai:

3.1.2.5 Informacinių stendų ir nuorodų su turizmo informacija įrengimas ir atnaujinimas:

Palangos TIC nuolat prižiūri ir esant reikalui atnauja įstaigai priklausančius miesto informacinius stendus: 4 informaciniai stendai su Palangos miesto turistine schema Palangoje ir 1 stendas Šventojoje.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Nuolat prižiūrimi 1 infoterminalas su informacija apie Palangos miesto savivaldybės turizmo išteklius, poilsio bei sveikatinimo galimybes Palangos autobusų stotyje. Siekiant, kad Palangos kurorto svečiai turėtų galimybę gauti turistinę informaciją nuolat t. y. 24 val. 7 dienas per savaitę, Palangos turizmo informacijos centras atnaujino 4 informacinius standus – spintas, kuriuose Palangos svečiai galės pasiimti informaciją (Palangos miesto žemėlapius) 24 val. 7 dienas per savaitę ištisus metus. Prie Palangos turizmo informacijos centro patalpų yra pastatyta ir panaudotos turistinės informacijos grąžinimo spinta, taip Palangos turizmo informacijos centras įgyvendinti Tvaraus turizmo principus ir įgyvendina gamtosauginius tikslus.

3.1.2.6 Turizmo informacijos teikimas turistams bei turistines paslaugas teikiantiems subjektams:

2021 metų pirmasis pusmetis turizmui, tiek atvykstamajam, tiek vietiniam dėl pasaulinės Covid - 19 epidemijos, buvo nepalankus. Nuo 2020 m. lapkričio 7 d. 00:00 val. iki 2021 m. birželio 30 d. 24:00 val. visoje Lietuvoje buvo paskelbtas karantinas. Jo metu buvo draudžiamas arba ribojamas užsienio turistų atvykimas. Dar griežtesnė priimta priemonė – draudžiamas gyventojų judėjimas tarp skirtingų Lietuvos savivaldybių iki 2021m. balandžio 7 d.

Atšaukus karantiną, nuo 2021 m. liepos 1 d. visoje šalyje paskelbta valstybės lygio ekstremalioji situacija, dalis veiklų, tokių kaip masiniai renginiai, draudžiami arba ribojami. Šie faktai lėmė apsilankiusių Palangos turizmo informacijos centre turistų netolygų pasiskirstymą per metus.

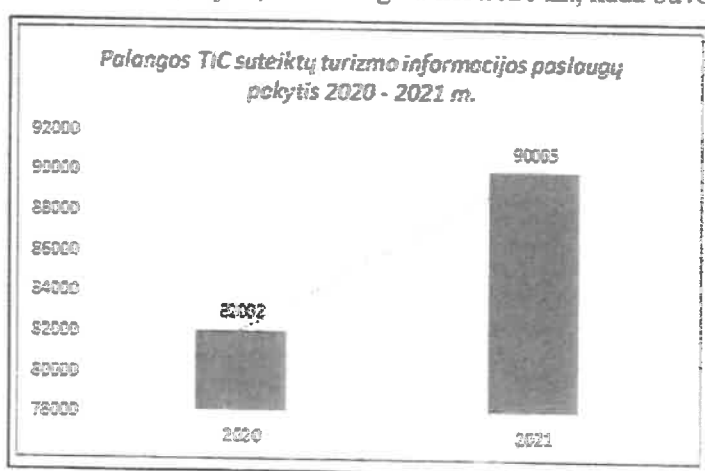
2021 m. sausio - gegužės mėnesiais darbuotojai dirbo nuotoliniu būdu, turizmo informacijos centre dirbdavo po vieną darbuotoją, siekiant užtikrinti nenutrūkstamą turizmo informacijos teikimą. Dėl įvairių suvaržymų, fiksuotas gerokai mažesnis apsilankiusiųjų skaičius pačiame Turizmo informacijos centre. Turizmo informacijos paslaugos buvo teikiamos priimant lankytojus, bet ribojant jų skaičių vienu metu, taip pat el. paštu, telefonu, aktyviai atsakinėjama į užklausas socialiniuose tinkluose.

Apsilankę Palangos TIC vietiniai turistai tradiciškai domėjosi lankytinomis vietomis – tiek Palangoje, tiek visame Klaipėdos regione, pramogomis, ekskursijomis, naujai atsiradusiais objektais, galimybe įsigyti nemokamos turistinės literatūros, suvenyrų ir bilietų į renginius. Sezono pradžioje vietiniai turistai domėjosi labiau individualiais maršrutais, galimybėmis praleisti laiką gamtoje.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Iki pat karantino pabaigos birželio 30 d. lankytojų sulaukta mažiau, o atšaukus karantiną, skaičiai ženkliai padidėjo. Kadangi 2021 m. dar buvo daug ribojimų išvykstamajam turizmui, tikėtina kad dėl šios priežasties stebėtas labai ryškus vietinio turizmo augimas, ypač Lietuvos pajūryje. Vasaros mėnesiais Palangoje lankytojų netrūko.

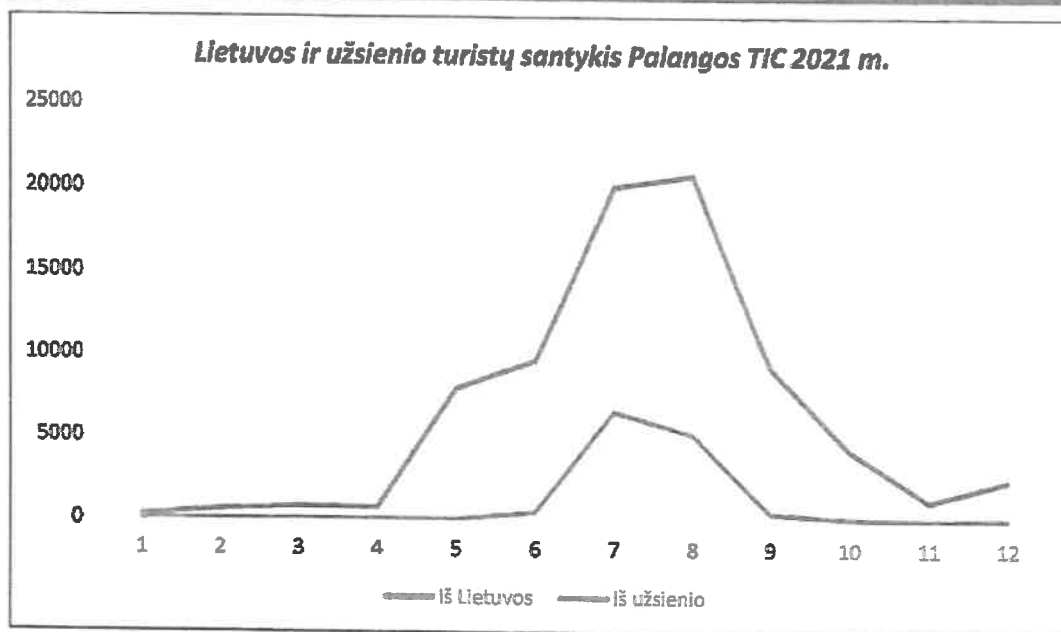
2021 m. Palangos turizmo informacijos centras suteikė turizmo informaciją 90 005 centre apsilankiusiems turistams, t. y. 9,76 % daugiau nei 2020 m., kada buvo aptarnauti 82 002 turistai.



Karantinų apribojimai lėmė tai, kad Palangos TIC turistų iš Lietuvos apsilankė daugiau nei užsienio turistų. Užsienio turistai sudarė tik kiek daugiau nei 16 % nuo bendro atvykusiųjų skaičiaus. Turistų iš užsienio sulaukta dar mažiau nei 2020 m., jie sudarė tik kiek daugiau nei 16 % nuo bendro apsilankusių turistų skaičiaus. 2020 m. užsienio turistai sudarė 20 % nuo viso lankytojų skaičiaus.

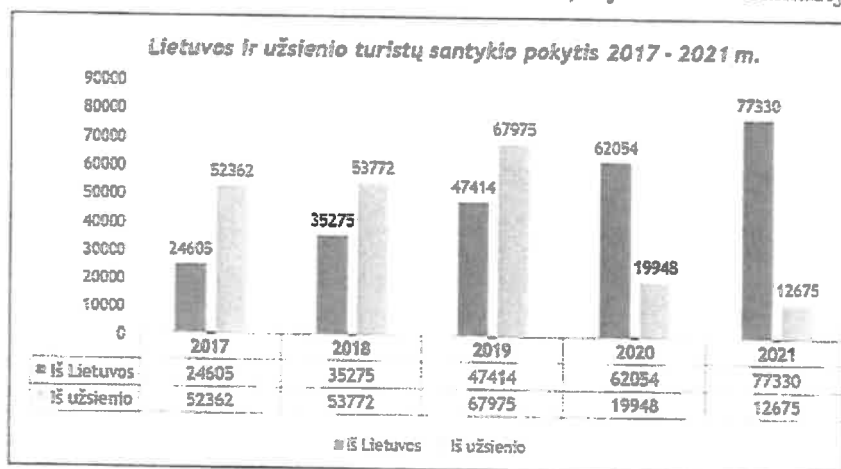
Dėl sumažėjusių galimybių išvykti ilsėtis į užsienį bei saugumo daug vietinių turistų iš naujo atrado Palangą ir pajūrį.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ



Apsilankę Palangos TIC vietiniai turistai domėjosi lankytinomis vietomis, išskirtinėmis maitinimo įstaigomis, pramogomis, ekskursijomis, galimybe įsigyti nemokamos turistinės literatūros, suvenyrų ir bilietų į renginius. Galima teigti, jog vietiniai turistai domėjosi labiau individualiomis, saugiomis kelionėmis, poilsio galimybėmis gamtoje, dviračių takais, daug sulaukta Palangos istorijos gerbėjų – populiarūs buvo individualūs maršrutai. Taip pat didelio susidomėjimo sulaukė SPA centrai, sveikatinimo procedūros, baseinai.

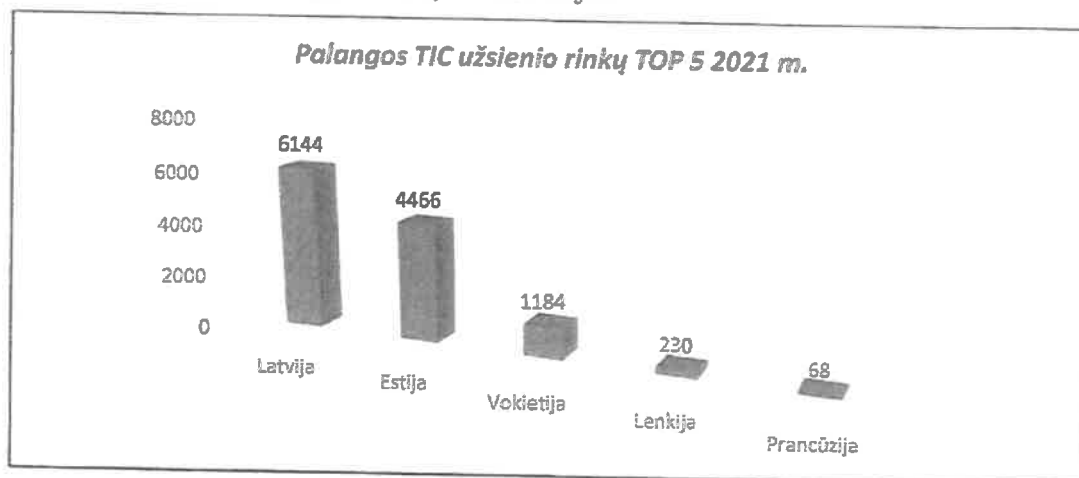
Jei lygintume iki pandeminio lygio skaičius, tai antri metai stebimas visiškas užsienio ir vietinių turistų santykio pasikeitimas - jei 2017 m. Palangos turizmo informacijos centre apsilankė 52 362 turistai iš užsienio, tai 2021 m. - 12 675, t. y. stebimas sumažėjimas net 75,79 %.



INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

2021 m., dėl pasaulyje susiklosčiusios padėties į Palangą atvyko turistai iš tų šalių, iš kurių buvo galima atvykti ir nereikėjo laikytis izoliacijos nurodymų. Svarbiausia sąlyga buvo saugumas. Dar viena priežastis - prasidėjus masiniam gyventojų vakcinavimui daugelyje šalių, ypač vasaros sezono metu, atsirado galimybė keliauti, todėl vasarą stebimas turistų iš užsienio šalių suaktyvėjimas.

Iš pateiktos lentelės matosi, kad daugiausia turistų atvyko iš kaimyninių šalių – Latvijos ir Estijos. Penketuke išlieka Vokietija, lyginant su 2020 metais, turistų iš Vokietijos nežymiai padaugėjo (apie 10 %). Nors ir stebimas sumažėjimas, tačiau penketuke išlieka ir turistai iš Lenkijos. Šiek tiek netikėtai padaugėjo turistų iš Prancūzijos.



Tikėtina, kad prie padidėjusio turistų iš Lietuvos skaičiaus, be susiklosčiusios situacijos dėl pandemijos, prisidėjo tiek Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros „Keliauk Lietuvoje“ aktyviai propaguojamos vietinio turizmo kompanijos, tiek Lietuvos savivaldybių, vietinių turizmo centrų į vietinį turistą nukreiptos rinkodaros priemonės. Visiems turizmo rinkos dalyviams teko perorientuoti naudojamas rinkodaros priemones nuo atvykstamojo į vietinį turizmą.

Taip pat fiksuoti nedideli turistų srautai iš Italijos, Ispanijos, Nyderlandų. Tuo tarpu priešingai nei tikėtasi, tradiciniai turistų srautai iš Rusijos ir Baltarusijos dėl pandemijos ir politinių priežasčių, ne tik negrįžo, bet ir dar sumažėjo.

Planuojant ateinančių metų veiklos kryptis, galima remtis keletu 2021 m. atliktų tyrimų. 2021 m. rugpjūčio–rugsėjo mėnesiais Nacionalinė turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“, siekdama išsiaiškinti į Lietuvą atvykusių užsienio turistų keliavimo Lietuvoje motyvus, kelionės planavimo, informacijos paieškos ypatumus, kelionių tipus, patirtį, įspūdžius, atliko užsienio turistų Lietuvoje apklausą. Iš viso apklausoje dalyvavo 1926 į Lietuvą iš Latvijos, Vokietijos, Lenkijos,

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Estijos ir Jungtinės Karalystės atvykę turistai. Tyrimas vykdytas didžiausiuose šalies turistų traukos objektuose Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliu r., Trakuose, Palangoje ir Birštone.

Trumpai aptariant šio tyrimo rezultatus stebima, jog turistus atvykti į Lietuvą traukia geras susisiekimas, infrastruktūra, galimybė susipažinti su Lietuvos kultūra, išbandyti vietinį maistą ir gėrimus, patirti socialinėje medijoje matytus dalykus, vilioja Lietuvos gamta.

Galima daryti išvadą, jog ir ateinančiais metais bus populiarūs socialinių tinklų projektai, supažindinantys su vietovėmis ir kviečiantys atvykti. Taip pat reikėtų tęsti gastrominio turizmo projektus.

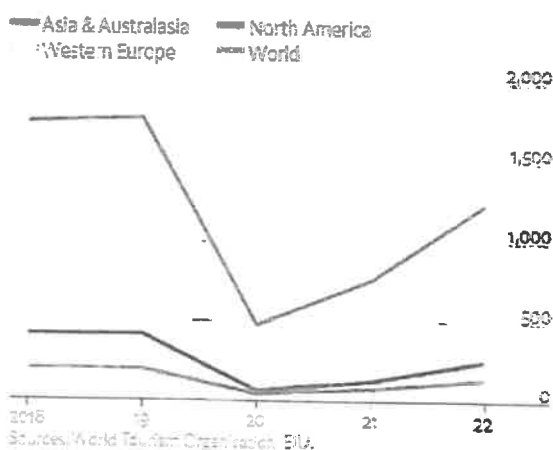
Atvykstančių iš užsienio šalių turistų srautus nulems tiek valstybių sugebėjimas valdyti Covid - 19 situaciją, masinė vakcinacija, tiek vieningi ir aiškūs reikalavimai keliaujantiems. Prioritetas išliks saugumas ir tos valstybės, į kurią ketinama vykti, gebėjimas valdyti pandemiją šalyje ir užtikrinti keliautojams kuo didesnę saugumą. Keliami saugumo reikalavimai nakvynės vietoms, todėl džiugu, kad ir Palangoje atsiranda viešbučių, teikiančių bekontaktes paslaugas, maksimaliai besirūpinančių poilsiaujančių saugumu.

Pasidomėjus keletu užsienio šalių šaltinių, aiškėja prognozės turizmo sektoriui 2022 m. EIU („The Economist“ dukterinė bendrovė, tyrimų ir analizės padalinys) prognozuoja, jog turizmas ir toliau liks vienu iš labiausiai nuo koronaviruso pandemijos nukentėjusių sektorių, o 2022 m. tarptautinių kelionių skaičius išliks bent 30 % mažesnis nei 2019 m. Skirtingi sienų kontrolės lygiai ir skiepų pasų skirtumai ir toliau apsunkins tarptautines keliones, praradimus dalinai kompensuos tik suaktyvėjęs vietinis turizmas. Verslo kelionės išliks apribotos, kompanijos vengs rizikuoti savo darbuotojų sveikata, tačiau reikia stiprinti santykius su klientais kitomis priemonėmis.

EIU teigia, jog galima kalbėti apie naujas turizmo tendencijas, kurios, tikėtina, išryškės ateinančiais metais: tarptautinės kelionės vyks su apribojimais, siekiant užtikrinti 100 % saugumą vartotojui; COVID-19 testavimo sustiprinimas. Praėjus dvejiems metams po pandemijos, kaip prevencinė priemonė vis dar bus atliekami COVID tyrimai, privalomas kaukių dėvėjimas. Prognozuojamas tarptautinių kelionių atsigavimas pateikiamas diagramoje:

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Tourism will not recover fully in 2022
(international arrivals; '000)



Bus propaguojamos sąmoningos kelionės, skatinančios vykti į tolimesnes vietas, tačiau viešnagės trukmė ilgės, nes vartotojai norės kuo daugiau mėgautis kiekviena lankoma vieta. Vis daugiau keliautojų rinksis darnaus turizmo, propaguojančias eko turizmą, vietas. Naujausia tendencija - „ed-ventures“. Tai yra mokymosi ir atostogų derinimas jauniausiems šeimos nariams. Kol suaugusieji dirbs nuotoliniu būdu arba dalyvaus susitikimuose, jų vaikai mokytis žaismingai, dalyvaudami įvairiose veiklose.

Vokietijos kelionių asociacijos (DRV) prezidentas Norbertas Fiebigas teigia, jog „atsižvelgiant į besitęsiančią Corona pandemiją, naujieji metai kelionių industrijai vis dar bus sudėtingi, viltys dedamos į ateinančios vasaros sezoną“.

Pasaulio turizmo organizacijos duomenys rodo, kad pernai tarptautinių turistų skaičius sumažėjo 73 %, dėl pandemijos buvo prarasta daugiau nei 100 milijonų darbo vietų turizmo srityje arba jiems iškilo pavojus, todėl vienas iš neatidėliotinų prioritetų – atkurti pasitikėjimą tarptautinėmis kelionėmis.

Galima prognozuoti, jog turistų iš užsienio, ypač kaimyninių šalių skaičius šiek tiek padidės, ypač vasarą. Mažai tikėtinas rinkų iš Rusijos ir Baltarusijos atsigavimas – tiek dėl pandemijos, tiek dėl politinių priežasčių.

Tuo tarpu vietinio turizmo skaičiai 2021 m. džiugino – jei 2017 m. Palangos TIC apsilankė 24 605 lankytojai, tai 2021 m. - 77 330 lankytojai, kas sudaro beveik 70 % augimą. Tikėtina, kad prie padidėjusio turistų iš Lietuvos skaičiaus, be susiklosčiusios situacijos dėl pandemijos, prisidėjo tiek Nacionalinės turizmo skatinimo agentūros „Keliauk Lietuvoje“ aktyviai propaguojamos

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

vietinio turizmo kompanijos, tiek Lietuvos savivaldybių, turizmo informacijos centrų į vietinį turistą nukreiptos rinkodaros priemonės. Daugeliui turizmo rinkos dalyvių jau antri metai tenka perorientuoti naudojamą rinkodaros priemones nuo atvykstamojo į vietinį turizmą.

Siekdama įvertinti ir pamatuoti keliautojų elgsenos ir įpročių pokyčius, nacionalinė turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“ 2021 m. birželio mėnesį atliko vietinio turizmo tyrimą. Internetinės apklausos tikslas buvo atlikti palyginamąją analizę su 2020 m. atlikto vietinio turizmo tyrimo rezultatais.

Lietuvos vietinio turizmo kartotinis tyrimas atskleidė, kad keliautojų su nakvyne Lietuvoje dalis, lyginant su pernai metų rezultatais, kiek susitraukė 9 %. Vienadienių keliautojų, keliaujančių be nakvynės, išvykų dažnis taip pat šiek tiek sumažėjo 7 %. Pandemijos kontekste dėl taikomų mobilumo apribojimų ne tik šalių viduje, bet ir keliaujant į kitas užsienio valstybes, didesnė dalis Lietuvos gyventojų rinkosi poilsį Lietuvoje – 79 %. lietuvių ilgasias metų atostogas pandemijos laikotarpiu praleido savo gimtoje šalyje.

Dažniausia vietinių turistų 2021 metų kelionių kryptis buvo Klaipėdos apskritis. Ypač suintensyvėjo kelionės į Palangą. Pajūrio regionas 2021 metais išliko populiariausia kryptis kaip ir pernai. Visgi, didesnė žmonių dalis poilsį pajūryje rinkosi ne tik kasmetinėms atostogoms, bet ir ilgojo ar paprasto savaitgalio išvykoms.

Dažniausiai pasitaikančios veiklos kelionių metu yra susijusios su gamtos teikiamais malonumais – vietiniams turistams svarbiausia ramus poilsis gamtoje (55 %), gamtos objektų lankymas (51 %). Ramus poilsis gamtoje (prie jūros ar kito vandens telkinio, sodyboje) sudarė ir didžiausią dalį kaip pagrindinė kelionės veikla (41 %). Nakvynės tipų pasirinkimo atžvilgiu pokyčių nestebima – trys populiariausios vietos nakvynei išliko privačių asmenų būstai, viešbučiai ir svečių/poilsio namai.

Vidutinės išlaidos vienam žmogui, nepriklausomai nuo kelionės tipo, išaugo nuo 130 EUR iki 145 EUR. Kelionės metu patirtų išlaidų dinamika lyginant su 2020 m. atliktu tyrimu buvo panaši - didžiausia išlaidų dalis teko apgyvendinimui, toliau rikiuojasi maitinimas bei transportas.

Tyrimo rezultatai parodė, kad vietinių turistų pasitenkinimas kelionėmis Lietuvoje išliko toks pat aukštas kaip ir prieš metus. Praktiškai tokia pati dalis, t. y. 92 % gyventojų, liko patenkinti savo paskutine kelione su nakvyne Lietuvoje.

Pagrindinės veiklos vienadienių kelionių metu nelabai skyrėsi nuo vietinių turistų – dažniausiai tai gamtos objektų lankymas, ramus poilsis gamtoje. Vienadieniai turistai rečiau nei pernai

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

lankėsi restoranuose, kavinėse, kultūros renginiuose, uždarų vandens pramogų zonose, sanatorijose/SPA, rečiau rinkosi ramų poilsį gamtoje ar kultūrinių objektų lankymą.

2021 metais, lyginant su 2020 keliautojams planuojant keliones buvo ypač aktualios galimybės atšaukus rezervaciją atgauti visus pinigus ar perkelti rezervaciją kitai datai. Visgi, keliautojai ramiau nei pernai jautėsi dėl saugumo užtikrinimo nakvynių vietose – panašu, kad šie aspektai kėlė mažiau baimių ir nerimo keliautojams.

Šio tyrimo rezultatus galima palyginti su 2021 m. Palangos turizmo informacijos centro organizuota apklausa. Apklausa buvo internetinė, apklausta 221 respondentas ir 13 šalių.

Išsiaiškinta, jog net 80 % apklausos dalyvių Palangoje vieši poilsiniais tikslais, draugus ir giminaičius lanko 10 %, pažintiniais tikslais vieši 7 % ir darbo reikalais Palangoje vieši 3 % respondentų.

Viešnagai Palangoje net 44 % renkasi privatų sektorių, 24 % viešbučius, 15 % svečių namus, 9 % viešint Palangoje gyvena savo nuosavame būste, 7 % vieši pas giminaičius ar draugus ir 1 % sanatorijoje.

Didžioji dalis apklaustųjų – 64 % laisvalaikį Palangoje leidžia kartu su šeima, po 13 % lygiomis dalimis pasidalino laisvalaikio praleidimas su draugais ir porose, 8 % laiką leidžia vieni ir 2 % su kolegomis. Remiantis respondentų nuomone, Palanga – poilsiaujančių šeimų kurortas. Palangoje ramų poilsį, kurį sudaro pasivaikščiojimai, buvimas gamtoje, knygų skaitymas, pliažas ir pan. renkasi 49 % turistų.

Aktyvaus laisvalaikio pramogos, kurias sudaro dviračių, riedučių pramogos, sporto žaidimai, plaukimas baseine ir pan. renkasi 28 % apklaustųjų. Lankytis kavinėse, klubuose, koncertuose ir spektakliuose renkasi 16 %, o sveikatingumo ir grožio paslaugas 7 % apklausos dalyvių. Daugiausiai Palangos turistai renkasi ramų poilsį, mažiausiai sveikatingumo ir grožio paslaugas.

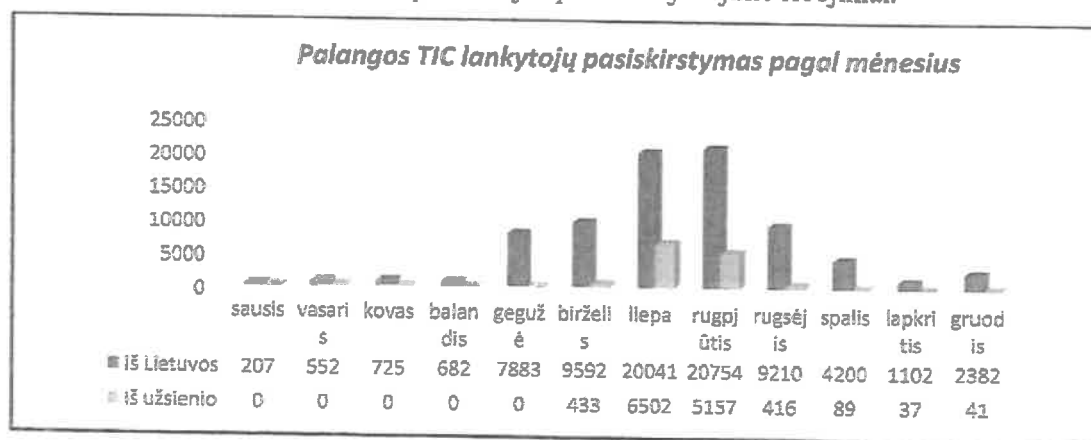
Remiantis respondentų nuomone, Palangos turistinį patrauklumą teigiamai vertina net 81 % dalyvavusiųjų apklausoje, iš jų labai gerai vertina 44 %, gerai 37 %. Vidutiniškai Palangos miesto turistinį patrauklumą vertina 18 %, labai blogai 1 % apklaustųjų.

Atvykus į Palangą laisvalaikio praleidimo galimybės domina 37 % apklausos dalyvių, informacijos apie renginius ieško 29 %, apie lankomus objektus 23 %, apie apgyvendinimą 9 %, po 1 % respondentų pasidalina paieškomis apie maitinimo ir kelionių paslaugas. Labiausiai ieškoma informacija Palangoje yra apie laisvalaikio praleidimo galimybes.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Taigi, apibendrinus dviejų tyrimų rezultatus galima teigti, jog vietinis turizmas bus populiarus ir 2022 metais, turistai važiuos ilsėtis į jų nuomone saugias vietas, todėl Palangoje vietinių turistų turėtų sulaukti galbūt net daugiau nei 2021 m. Jiems reikės pasiūlyti naujų maršrutų, pramogų, ekskursijų, įvairių edukacijų. Populiarus turėtų būti pagal stebimas tendencijas sveikatos turizmas, įvairios SPA procedūros, užsiėmimai gryname ore.

Analizuojant duomenis pagal turistų srautų pasiskirstymą pagal mėnesius pastebimas tradiciškai didžiausias turistų srautas liepos ir rugpjūčio mėnesiais, nors galima teigti, jog sezonas vis ilgėja. 2021 m. pastebimas labai ryškus lankytojų skaičiaus augimas birželio, liepos, rugpjūčio mėnesiais, kad buvo atlaisvinti dėl pandemijos paskelbti judėjimo ribojimai.



Per 3 vasaros mėnesius aptarnauta 62 479 lankytojai, tai yra daugiau nei pusė viso metų lankytojų skaičiaus. Kaip ir praėjusiais metais, didesnė pusė lankytojų buvo lietuviai, didelė dalis estų ir latvių, iš kitų užsienio šalių, prastėjant padėčiai dėl Covid - 19, lankytojų sulaukta dar mažiau nei 2020 m.

Dėl besikeičiančių keliautojų įpročių, jau susiformavusio ilgesnio turistinio sezono, Palangos TIC teikiamų papildomų paslaugų, išaugo lankytojų srautai ne sezono metu. Rugsėjo mėnesį dar buvo organizuojamos ekskursijos, kadangi jos buvo gana populiarios, galima daryti išvadą, kad sezonas prasižėdė, daug žmonių dar poilsiauja Palangoje. Spalio – gruodžio mėnesiais papildomos TIC teikiamos paslaugos, tokios kaip bilietų į renginius platinimas, galimybė įsigyti populiarių suvenyrų, palangiškio kortelė, pritraukia taip pat nemažus lankytojų srautus.

2021 m. stebėta nauja tendencija - dalis lankytojų naudojami galimybe dirbti ne iš namų ar ofiso, populiarios tampa vadinamosios „darbostogos“, kai derinama darbo ir poilsio galimybė.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

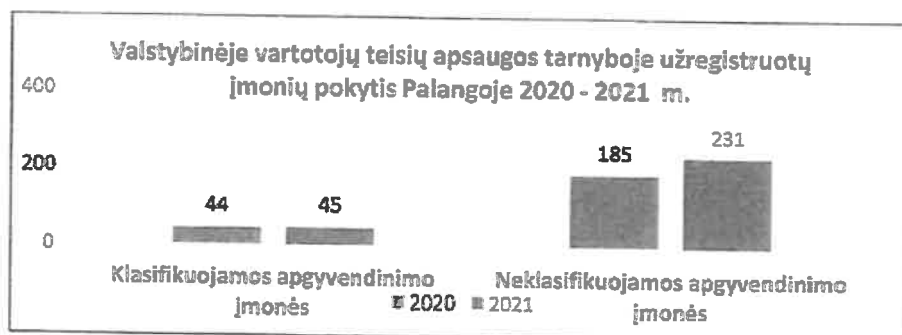
Tikėtina, kad ši kryptis bus populiari ir kitais metais, todėl reikėtų orientuotis į darbo ne ofise galimybių viešinimą.

Remiantis LR Turizmo įstatymo 31 str. 1 d., kiekvienas Apgyvendinimo paslaugų teikėjas, prieš pradėdamas savo veiklą, privalo pateikti Valstybinei vartotojų teisių apsaugos tarnybai nustatytos formos pranešimą apie apgyvendinimo paslaugų teikimą. Apgyvendinimo paslaugos skirstomos į: klasifikuojamąsias ir neklasifikuojamąsias apgyvendinimo paslaugas. Klasifikuojamąsias apgyvendinimo paslaugas sudaro: viešbučio paslaugos, svečių namų paslaugos, motelio paslaugos, kempingo paslaugos. Minimalus apgyvendinti skirtų kambarių skaičius – ne mažiau kaip 5 (išskyrus kempingo paslaugas)

Neklasifikuojamąsias apgyvendinimo paslaugas sudaro: apartamentų komplekso paslaugos, kaimo turizmo paslaugos, nakvynės namų paslaugos, nakvynės ir pusryčių paslaugos, poilsio namų paslaugos, turistinio laivo apgyvendinimo paslaugos, turistinės stovyklos paslaugos, sanatorijos apgyvendinimo paslaugos, trumpalaikio apgyvendinimo paslaugos. Neklasifikuojamosioms apgyvendinimo paslaugoms netaikomas minimalus apgyvendinti skirtų kambarių skaičius.

Apgyvendinimo paslaugų veikla yra licencijuojama. Visos vartotojams teikiamos apgyvendinimo paslaugos privalo būti klasifikuojamos arba registruojamos. Licenzijuoja Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba.

Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos duomenimis, 2021 m. Palangoje užregistruotos 276 apgyvendinimo įstaigos. Iš jų - 45 klasifikuojamosios apgyvendinimo įstaigos ir 231 neklasifikuojamos.



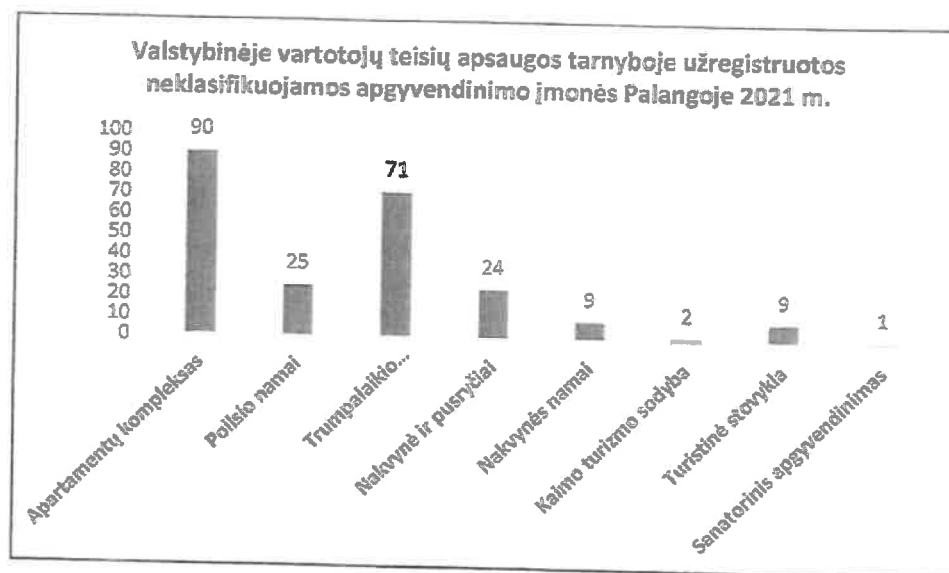
INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

2021 m. Valstybinėje vartotojų teisių apsaugos tarnyboje užregistruotos 45 klasifikuojamosios apgyvendinimo įstaigos. Iš jų - 31 skirtingos kategorijos viešbutis: 2 viešbučiai 5*Plus kategorijos, 2 viešbučiai 5* kategorijos, 2 viešbučiai 4* Plus kategorijos, 9 viešbučiai 4* kategorijos, 3 viešbučiai 3*Plus kategorijos, 11 viešbučių, turinčių 3* kategoriją, 1 viešbutis 2*Plus kategorijos ir 1 viešbutis, atitinkantis 2** kategoriją.

Svečių namų Palangos miesto savivaldybėje užregistruota 13, iš jų 7 svečių namai atitinka 4* kategoriją, 4 suteikta 3* kategorija ir 2 svečių namams suteikta 2** kategorija.

Iš klasifikuojamųjų apgyvendinimo įstaigų turime 1 kempingą, kuriam suteikta 4* kategorija.

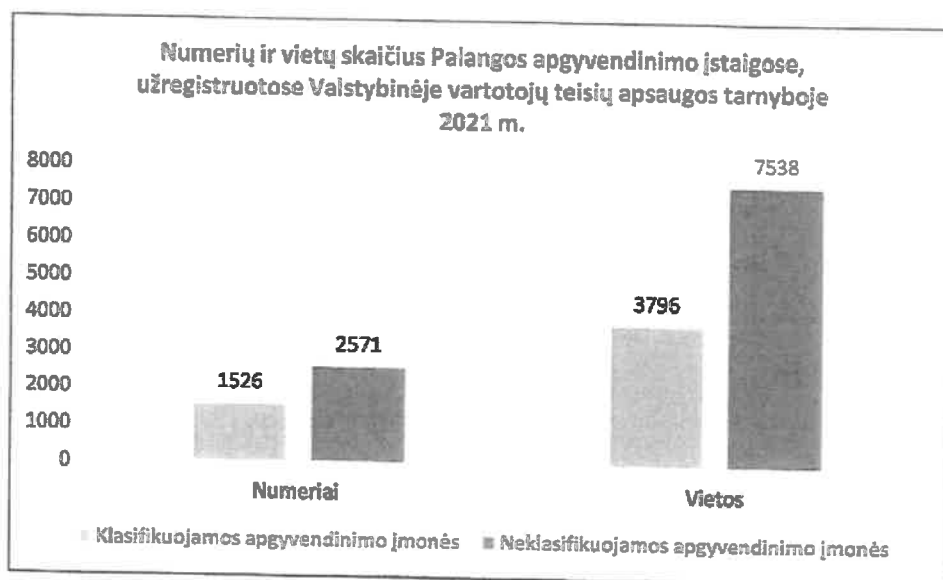
Tuo tarpu neklasifikuojamųjų apgyvendinimo įstaigų užregistruota 231, iš jų: 90 apartamentų kompleksų, 25 poilsio namai, 71 trumpalaikio apgyvendinimo įstaiga, 24 įstaigos teikiančios nakvynės ir pusryčių paslaugą, 9 nakvynės namai, 2 kaimo turizmo sodybos, 9 turistinės stovyklos, 1 sanatorinio apgyvendinimo paslauga.



Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos duomenimis, 2021 m. apgyvendinimo įstaigose buvo 4097 numeriai. Iš jų: 1526 numerių klasifikuojamosiose apgyvendinimo įstaigose ir 2571 neklasifikuojamosiose apgyvendinimo įstaigose.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

2021 m. licenzijuotose apgyvendinimo įstaigose buvo viso 11 334 vietos, iš jų: klasifikuojamosiose apgyvendinimo įstaigose 3796 vietos, neklasifikuojamosiose – 7538 vietų.



Iš pateiktų duomenų matosi, jog 2021 m., nepaisant nelabai palankių turizmui pandeminių sąlygų, apgyvendinimo įstaigų skaičius Palangoje augo, ypač ryškus pokytis neklasifikuojamųjų apgyvendinimo įmonių – augimas sudaro 24,6 proc.

Išskiriant pagrindines rinkas vykdomos šios rinkodaros priemonės:

Lietuva – aktyviai skatinamas vietinis turizmas, kuriami nauji turistiniai maršrutai, kurortas pristatomas Lietuvos žiniasklaidos kanalais; leidžiami viešinimo straipsniai respublikinėje, regioninėje spaudoje; TV ir radijo laidose; organizuojamos viešinimo kampanijos soc. tinkluose; internetinėje erdveje.

Latvija, Estija – kaimyninės valstybės, kuriose dalyvaujama turizmo parodose, organizuojamos verslo misijos, bendradarbiaujama su žurnalistais, organizuojami pažintiniai turai, reklaminiai straipsniai; viešinimo kampanijos soc. tinkluose. 2021 m. aktyviai bendradarbiauta su žiniasklaidos priemonėmis ir viešinami Palangos kurortą reprezentuojantys straipsniai.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Didžioji Britanija – kurortas pristatomas Tarptautinėje turizmo parodoje „Destination“, organizuojamos viešinimo kampanijos soc. tinkluose; internetinėje erdvėje, organizuojami infoturais žurnalistams.

Suomija – kurortas pristatomas Tarptautinėje turizmo parodoje „MATKA“, organizuojamos viešinimo kampanijos soc. tinkluose; internetinėje erdvėje; bendradarbiaujama su Lietuvos ambasada Suomijoje.

Vokietija, Olandija – Dalyvauta turizmo verslo misijose ir Turizmo parodose Utrechte, Hamburge, ir vykdoma viešinimo veikla soc. tinkluose;

Švedija, Norvegija – Dalyvauta turizmo verslo misijoje Švedijos ir Norvegijos ambasadose, suorganizuotas 1 infoturas žurnalistams ir vykdoma viešinimo veikla soc. tinkluose;

Lenkija – kaimyninė valstybė, kurioje organizuojamos verslo misijos, bendradarbiaujama su žurnalistais, organizuojami pažintiniai turai, reklaminiai straipsniai; viešinimo kampanijos soc. tinkluose;

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų analizė

Šiuolaikinėje visuomenėje žmonės praleidžia vis daugiau laiko interneto erdvėje. Kiekvienas ieško sau reikiamos informacijos, ar tai būtų susiję su darbu, ar su pomėgiais. Pavyzdžiui, planuojant atostogas dauguma ieškome tam tikrų kelionių idėjų, kur nuvykti, ką aplankyti, kokie laisvalaikio ir ekskursijų pasiūlymai. Interneto svetainė turi būti inovatyvi ir draugiška vartotojui, kad jis norėtų grįžti. Todėl labai svarbu pateikti aktualią informaciją, kuri nuolat naujinama, tobulinama ir taip išskirti iš kitų.

BĮ Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė yra lanksti vartotojui ir yra viena iš rinkodaros priemonių, leidžiančių pritraukti potencialių lankytojų. Tai įstaigos ir viso Palangos kurorto įvaizdžio dalis, todėl svarbu pateikti aktualią informaciją, kuri būtų naudinga Lietuvos bei užsienio turistams.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė www.palangatic.lt viešai prieinama trejomis kalbomis: lietuvių, anglų ir rusų. Interneto svetainės struktūra turi tam tikras skiltis. Vieną jų – „Ką veikti?“, joje siūloma pasirinkti įvairias grafas susijusias su poilsio ir pramogų bei aktyvaus laisvalaikio praleidimo galimybėmis Palangos kurorte – „Renginiai“, „Lankytinos vietos“,

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

„Aktyvus laisvalaikis“, „Ekskursijos“, „Konferencijų galimybės“, „Mobili programėlė“, „E-projektai“.

Antroji skiltis – „Kur apsistoti?“. Šioje dalyje pateikiama platus apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių sąrašas Palangos miesto savivaldybės teritorijoje. Filtro pagalba, galima pasirinkti ir susigrupuoti pageidaujamas apgyvendinimo įmones – pagal tipą, patogumus ar apgyvendinimo klasę.

Trečioji dalis – „Kur pavalgyti?“. Šioje skiltyje pateikiamas platus maitinimo paslaugas teikiančių įmonių sąrašas. Filtro pagalba, galima pasirinkti ir susigrupuoti pageidaujamas maitinimo įmones – pagal tipą ar virtuvę.

Paskutinioji skiltis – Informacija. Joje pateikiama pagrindinė informacija susijusi su kurorto turizmu ir BĮ Palangos turizmo informacijos centro vykdoma veikla.



Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės duomenų bazė nuolat atnaujinama: tikslinama informacija apie lankytinas vietas, teikiamas paslaugas, laisvalaikio ir pramoginio pobūdžio vietas. Nuolat yra talpinamos, aktualios turizmo ir ne tik, naujienos skiltyje Informacija – Naujienos.

Apibendrinant galima teigti, jog Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės informacijos pateikimas priklauso nuo jos išdėstymo, atsižvelgiant į pateikiamo puslapio

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

struktūrą ir į rezoliuciją. Visuose mobiliuosiuose įrenginiuose lankytojams yra pateikimas kokybiškas atvaizdavimas. Palangos TIC interneto svetainė pasižymi tuo, jog turi aiškia tinklapio struktūrą su įdiegta objektų filtravimo galimybe, kuri neapsunkina naudotojų ieškant norimos informacijos.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų lyginamoji analizė

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės www.palangatic.lt duomenys pateikiami remiantis „Google“ paketo siūlomu rinkodaros įrankiu „Google Analytics“.

„Google Analytics“ – tai plačiausiai pasaulyje naudojamas galingas interneto rinkodaros ir srauto analizės įrankis, kurio pagalba galima rinkti įvairaus pobūdžio statistinę informaciją, susijusią su lankytojų judėjimu tinklapyje. Tai duomenų ataskaitas teikianti platforma, kurią naudojant galima sužinoti ne tik pavienius faktus, bet ir gauti naujų įžvalgų, ką lankytojai veikia tinklapyje, kaip jie atkeliavo į jį ir kaip galima paskatinti, kad jie sugrįžtų. Šis „Google“ paketo įrankis leidžia stebėti lankytojų srautus ir elgseną tinklapyje, padeda įvertinti tinklalapio efektyvumą.

Sistemos „Google Analytics“ duomenys per 2021 metus parodė, kad Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė aplankė 253 642 tūkst. naudotojų, kurie dienų sekoje inicijavo bent vieną seansą. Naujų naudotojų skaičius per nurodytą dienų seką yra 248 929 tūkst.

Lyginant su paskutiniaisiais metais Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankomumas šiek tiek sumažėjo. Per 2020 metus Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainę aplankė 261 510 tūkst. naudotojų, kurie dienų sekoje inicijavo bent vieną seansą. Naujų naudotojų skaičius per nurodytą dienų seką buvo 257 000 tūkst. Per 2019 m. naudotojų, kurie dienų sekoje inicijavo bent vieną seansą buvo 286 272 tūkst., naujų naudotojų skaičius siekia 284 938 tūkst. Lyginant su 2018 m. laikotarpiu skaičius augo. Per 2018 m. naudotojų, kurie dienų sekoje inicijavo bent vieną seansą buvo 232 457 tūkst., naujų naudotojų skaičius siekė 228 435 tūkst.

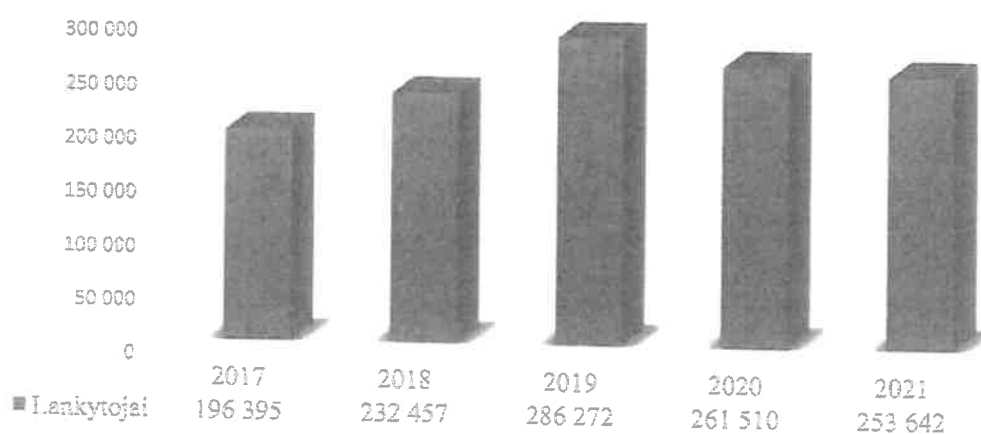
Seansas – tai laikotarpis, kai naudotojas aktyviai sąveikauja su svetaine ar programa. Visi naudojimo duomenys (ekrano peržiūros, įvykiai ir kt.) yra susieti su seansu. Palangos turizmo informacijos interneto svetainės seansų skaičius per 2021 metus siekia 336 153 tūkst. Vidutinė seanso trukmė – 1:19 sekundės. Puslapių peržiūrų skaičius siekia – 644 575 tūkst. Puslapių peržiūros – tai bendras peržiūrėtų puslapių skaičius. Skaičiuojamos pakartotinės vieno puslapio peržiūros.

Lyginant su 2020 m. seansų skaičius šiek tiek sumažėjo. 2020 m. dienomis seansų skaičius siekia 353 215 tūkst. 2019 m. dienomis seansų skaičius siekė 413 440 tūkst. Vidutinė seanso trukmė taip pat krito 0:16 sekundžių. 2019 m. vidutinė seanso trukmė buvo – 1:33 sekundės. Ypač sumažėjo

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

puslapių peržiūrų skaičius, kuris per 2019 m. laikotarpį siekė – 1 108 205 mln. 2018 m. visų seansų skaičius siekė 336 471 tūkst. Vidutinė seanso trukmė - lygiai 2 minutės. Pusrapių peržiūrų skaičius siekė – 1 655 459 mln.

Palangos TIC interneto svetainės lankomumas 2017-2021 m.



Šaltinis: Google Analytics sistema

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės Lankomumo duomenys už 2017 - 2020 m.					
	2017 m.	2018 m.	2019 m.	2020 m.	2021 m.
Unikalių naudotojų, kurie dienų sekoje inicijavo bent vieną seansą	196 395	232 457	286 272	261 510	253 642
Naujų naudotojų skaičius per nurodytą dienų seką	197 393	228 435	284 938	257 000	248 929
Seansai. Tai laikotarpis, kai naudotojas aktyviai sąveikauja su jūsų svetaine, programa ir kt. Visi naudojimo duomenys (ekrano peržiūros, įvykiai ir kt.) yra susieti su seansu	292 894	336 471	413 440	353 215	336 153
Pusrapių rodiniai. Pusrapių peržiūros tai bendras peržiūrėtų	906 766	1 655 459	1 108 205	672 955	644 575

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

puslapių skaičius. Skaičiuojamos pakartotinės vieno puslapio peržiūros					
--	--	--	--	--	--

Šaltinis: Google Analytics sistema

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų geografinių rodiklių apžvalga

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų prioritetinės turizmo rinkos ir toliau tendencingai išlieka panašios užsienio valstybės, kaip ir 2020 m., 2019 m., 2018 m. Tačiau lankytojų srautas iš kiekvienos šalies pasiskirsto ne tolygiai. Apžvelgus dešimt valstybių pagal svetainės lankomumą rodikliai yra tokie:

2021 m. lankytojų iš Lietuvos skaičius išaugo ir siekia – 253 642 tūkst. per metus. Antroje vietoje Jungtinė Karalystė – 4 649 tūkst., trečioje vietoje Jungtinė Amerikos Valstijos – 3 317 tūkst., toliau rikiuojasi Vokietija – 2 323 tūkst., Latvija – 2 258 tūkst., Norvegija – 1 787 tūkst., Indonezija – 1 554 tūkst., Rusija – 1 413 tūkst., lankytojai, kurių vietos nenustatytos – 1 371 tūkst., Estija – 1 219 tūkst.

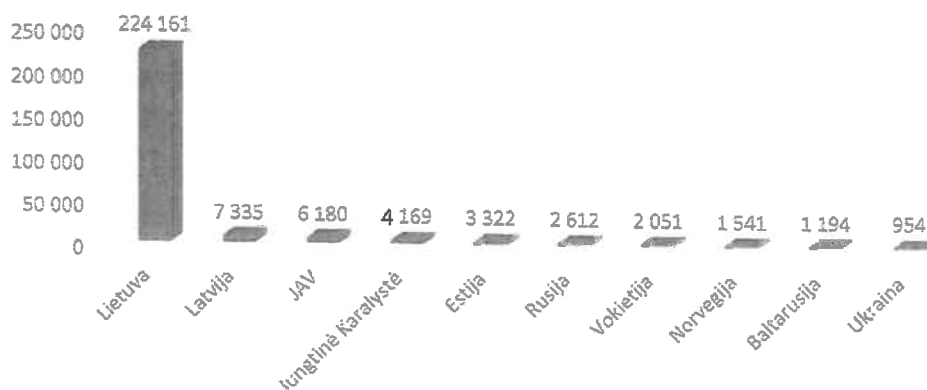
2020 m. lankytojų iš Lietuvos skaičius siekia – 224 161 tūkst. per metus. Antroje vietoje Latvija – 7 335 tūkst., toliau rikiuojasi Jungtinės Amerikos Valstijos – 6 180 tūkst., Jungtinė Karalystė – 4 169 tūkst., Estija – 3 322 tūkst., Rusija – 2 612 tūkst., Vokietija – 2 051 tūkst., Norvegija – 1 541 tūkst., Baltarusija – 1 194 tūkst., Ukraina – 954.

2019 m. lankytojų iš Lietuvos skaičius siekė – 235 420 tūkst. per metus. Antroje vietoje Jungtinės Amerikos Valstijos – 8 651 tūkst., toliau rikiuojasi Latvija – 8 142 tūkst., Jungtinė Karalystė – 5 313 tūkst., Rusija – 5 284 tūkst., Baltarusija – 4 597 tūkst., Vokietija – 3 001 tūkst., Norvegija – 2 334 tūkst., Estija – 2 193 tūkst., Indija – 1 773 tūkst.

2018 m. lankytojų iš Lietuvos skaičius siekė – 187 197 tūkst. per metus. Antroje vietoje Latvija – 7 908 tūkst., toliau rikiuojasi Vokietija – 4 956 tūkst., Jungtinė Karalystė – 4 952 tūkst., Rusija – 3 738 tūkst., Baltarusija – 3 697 tūkst., Jungtinės Amerikos Valstijos – 3 007 tūkst., Estija – 2 493 tūkst., Norvegija – 1 953 tūkst., Indija – 1 685 tūkst.

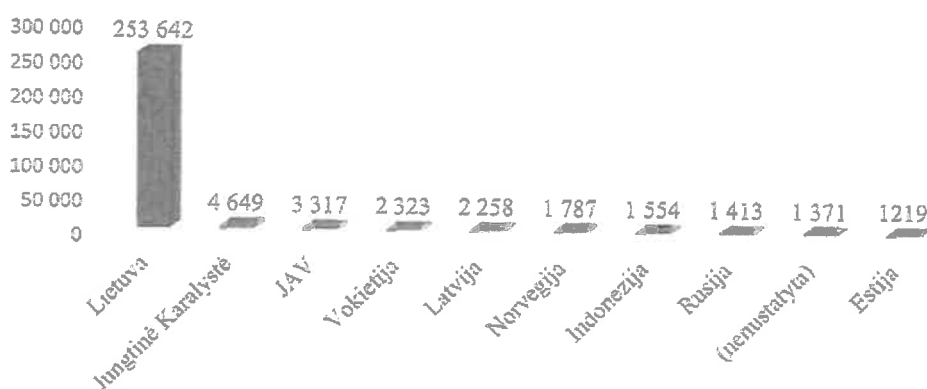
INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų statistika už 2020 metus / TOP 10 valstybių



Šaltinis: „Google Analytics“ sistema

Palangos TIC interneto svetainės lankytojų statistika 2021 m. / TOP 10 valstybių



Šaltinis: Google Analytics sistema

Apibendrinant, galima prieiti prie išvados, kad 2021 metais tendencingai, kaip ir ankstesniais metais išlieka tos pačios valstybės – Lietuva, Jungtinė Karalystė Jungtinės Amerikos Valstijos, Vokietija, Latvija, Norvegija, Rusija, Estija. Pastebima, kad 2021 m. vietoje Baltarusijos ir Ukrainos į populiariausių valstybių pirmąjį dešimtuką patenka Azijos šalis – Indonezija, o net 1 371 tūkst. interneto svetainės lankytojų nenurodo savo geografinės vietos.

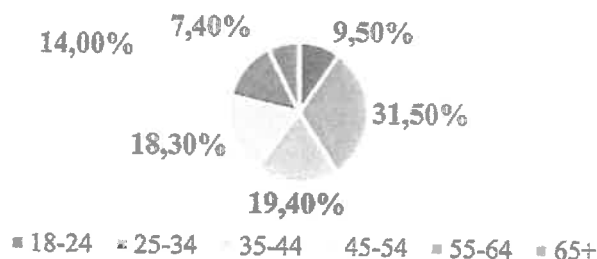
Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų demografinių rodiklių apžvalga

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Demografinių rodiklių duomenys nurodo naudotojų amžių ir lytį, taip pat pomėgius, kurie išreiškiami jų veiksmiais naršant Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainėje.

Palangos TIC interneto svetainės lankytojų statistiniai duomenys pagal amžių 2021 m.

Palangos TIC interneto svetainės lankytojai pagal amžių / 2021 m.



Šaltinis: Google Analytics sistema

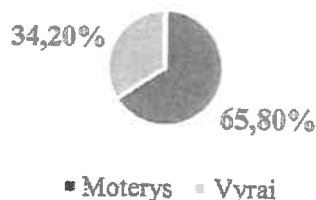
Diagramoje, kurioje pateikiami Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės statistiniai duomenys pagal amžių pastebima, kad didžiausia yra 25-34 metų amžiaus vartotojų grupė.

Visų duomenų išsidėstymas procentas atrodo taip:

- 31,47% naudotojų sudaro - 25-34 m. amžiaus grupė;
- 19,35% naudotojų sudaro - 35-44 amžiaus grupė;
- 18,34% naudotojų sudaro – 45-54 amžiaus grupė;
- 13,96% naudotojų sudaro – 55-64 amžiaus grupė;
- 9,50% naudotojų sudaro – 18-24 amžiaus grupė;
- 7,38% naudotojų sudaro – 65+ mažiaus grupė;

Palangos TIC interneto svetainės lankytojų statistiniai duomenys pagal lytį 2020 m.

Palangos TIC interneto svetainės lankytojai pagal lytį / 2021 m.



Šaltinis: Google Analytics sistema

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Diagramoje, kurioje pateikiami Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės statistiniai duomenys pagal lytį pastebima, kad didžioji vartotojų dalis yra moterys – 65,80%, vyrai sudaro – 34,30%.

Vartotojų elgsena Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainėje

Vartotojų elgsenos apžvalga padeda nustatyti, kurios interneto svetainės skiltys yra populiariausios ir pasiekia didžiausią auditoriją. Lentelėje pateikiama dešimt Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės puslapių nuorodų, kurios sulaukė didžiausio pasiekiamumo per 2020 ir 2021 metus. Taip pat pateikiami puslapių rodinių skaičiai bei vidutinis laikas praleistas nurodytame puslapyje. Lentelės sudarytos pagal „Google Analytics“ sistemos pateiktus duomenis.

PALANGOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO INTERNETO SVETAINĖS PUSLAPIŲ PERŽIŪROS UŽ 2021 M.			
Eil. Nr.	Puslapis	Puslapių rodiniai	Vidutinis laikas puslapyje
1.	https://www.palangatic.lt/renginiai	61 705	00:01:14
2.	https://www.palangatic.lt	37 966	00:00:53
3.	https://www.palangatic.lt/mokesciai-ir-rinkliavos	31 705	00:04:41
4.	https://www.palangatic.lt/lankytinos-vietos	26 000	00:01:24
5.	https://www.palangatic.lt/lankytinos-vietos/palangos-gintaro-muziejus	9 919	00:02:54
6.	https://www.palangatic.lt/pramogos-ka-veikti	9 159	00:01:06
7.	https://www.palangatic.lt/naulienos/2021-m-kulturiniai-ir-pramoginiai-renginiai-palangoje	8 617	00:02:53
8.	https://www.palangatic.lt/maistas	7 875	00:01:15
9.	https://www.palangatic.lt/events-list	6 763	00:00:52
10.	https://www.palangatic.lt/renginys/2021-metu-renginiai	6 271	00:00:54

Šaltinis: Google Analytics sistema

Palangos turizmo informacijos centro svetainės naudotojai per 2020 metus informacijos labiausiai ieškojo skiltyse: „Renginiai“, populiarius buvo titulinis puslapis, „Mokesciai ir rinkliavos“,

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

„Lankytinos vietos“, „Aktyvus laisvalaikis“, „Kur pavalgyti?“. Iš konkrečių turizmo traukos objektų didžiausią susidomėjimą buvo: Palangos gintaro muziejumi, Palangos kempingu ir Palangos Švč. Mergelės Marijos Ėmimo į dangų bažnyčia.

Per 2021 metus informacijos labiausiai ieškojo skiltyse: „Renginiai“, populiarius buvo titulinis puslapis, „Mokesčiai ir rinkliavos“, „Lankytinos vietos“, „Palangos gintaro muziejus“, „Aktyvus laisvalaikis“, 2021 m. kultūrinių ir pramoginių renginių sąrašas, „Kur pavalgyti?“, 2021 m. renginių kalendorius anglų kalba ir 2021 m. renginių kalendorius lietuvių kalba. Iš konkrečių turizmo traukos objektų didžiausią susidomėjimą buvo Palangos gintaro muziejumi.

Apibendrinant galima teigti, jog tendencingai išlieka tos pačios interneto svetainės puslapio skiltys, nes jose pateikiama svarbiausia ir aktualiausia informacija turistui.

Palangos turizmo informacijos centro svetainės lankomumo skatinimo priemonės

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės informacijos pateikimas priklauso nuo informacijos išdėstymo ir lankstumo. Svetainės dizainas yra orientuotas į tikslinius naudotojus – potencialius turistus, jų įpročius, naudojamas technologijas. Palangos TIC svetainė yra pritaikyta naršymui tiek kompiuteriu, tiek mobiliaisiais įrenginiais ir yra prieinama trejomis kalbomis. Kuriant svetainę atsižvelgta į pateikiamo puslapio struktūrą ir į rezoliuciją, kad visuose prietaisuose lankytojams būtų pateikimas kokybiškas atvaizdavimas.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės turinys susideda iš įvairios informacijos, kurią sudarant remiamasi tokiais aspektais: informacija apie Palangos turizmo traukos objektus, lankytinus objektus, aktyvaus laisvalaikio ir poilsio praleidimo galimybes, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančias įmones ir visų objektų kontaktinę informaciją. Pateikiamos turizmo ir aktualios naujienos. Taip pat pateikiama svarbi ir naudinga informacija atvykstantiems vietos ir užsienio turistams. Interneto svetainėje yra panaudoti konkretūs turinio elementai, kurie yra palankūs paieškos sistemoms internete.

Nuo 2017 m. iki 2019 m. Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų srautas augo. 2017 m. – 196 395 tūkst., 2018 m. – 232 457 tūkst., 2019 m. – 286 272 tūkst. lankytojų. 2020 m. sulaukta – 261 510 tūkst. ir 2021 m. – 253 642 tūkst. lankytojų. Lyginant 2021 m. su 2020 m. svetainės lankytojų skaičius nežymiai sumažėjo. Tikėtina, jog tam įtakos turėjo COVID-19 pandemija ir jos sukelti iššūkiai visame pasaulyje. Visų 2021 metų laikotarpyje Lietuvos turizmo

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

ir verslo sektorius patyrė nuostolių. Karantino metu Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbti laisvo judėjimo apribojimai, kelionių draudimai ir nustatyti suvaržymai galėjo turėti įtakos kelionių nesidomėjimui. Todėl mažiau buvo ieškota su turizmu susijusios informacijos internete, kas galėjo lemti Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės naudotojų nežymų sumažėjimą.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė, tai viena iš pagrindinių rinkodaros priemonių, kuriančių klientų lojalumą ir esamų klientų išlaikymą. Apžvelgus interneto svetainės lankytojų prioritetinės turizmo rinkas „Google Analytics“ sistemos pagalba nustatyta, jog tendencingai išlieka tos panašios užsienio valstybės, kaip ir anksčiau. Todėl tikslinga išlaikyti šias turizmo rinkas įgyvendinant tolimesnius projektus, rinkodaros priemones, garsinant Palangos kurorto vardą ir jo turizmo išteklius.

Klientų pasitenkinimas laikomas vienu iš svarbiausių rinkodaros tikslų ir vaidina labai svarbų vaidmenį, o interneto svetainė padeda sukurti klientų pasitikėjimą. Palangos turizmo informacijos centro svetainės interneto svetainės dizainas yra orientuotas į tikslinius naudotojus – potencialius turistus, jų įpročius, naudojamas technologijas. Ji yra adaptuota ir pritaikyta naršymui su kompiuteriais ir mobiliaisiais įrenginiais. Visa patiekiamą informaciją reguliariai naujinama ir prieinama lietuvių ir užsienio (anglų, rusų) kalbomis. Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė, tai viena iš rinkodaros priemonių, kuriančių klientų lojalumą ir esamų klientų išlaikymą. Interneto puslapis gali būti efektyvi ir veiksminga priemonė parduoti turizmo produktus arba suteikti naujas turizmo paslaugas savo klientams, todėl aktualu tobulinti ir kurti modernią komunikaciją su lankytojais.

Palangos turizmo informacijos centro svetainės lankytojų srauto didinimo priemonės

Atsižvelgiant į Palangos turizmo užsienio turizmo rinkas ir siekiant didinti jų srautus siūlytinos šios papildomos rinkodaros priemonės:

Įkvepiančios patirties pastebėjimas ir Palangos kurorte apsilankiusių turistų rekomendacijos.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainėje sukuriama skiltis arba įdiegiama platforma, kurioje turistai gali dalintis Palangos kurorto nuotraukomis ir video reportažais. Prieš paviešinant įrašą interneto svetainės administratorius turi peržiūrėti ir patvirtinti užklausą.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Paviešintas Palangos nuotraukas Instagram tinkle su grotelėmis #VisitPalanga ir #Palanga galima matyti www.palangatic.lt

Vietos ir užsienio turistų ir tinklaraštininkų efektas.

- Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainėje sukurama kelionių tinklaraštininkams (blog'ų rašytojams) skirta skiltis arba platforma, kurioje įdiegta galimybė talpinti savo kelionės dienoraščius, rekomendacijas ir sukurtus video apie Palangą ir Lietuvos pajūrio regioną.
- Siūlytina sukurti skiltį, kurioje vietiniai palangiškiai arba gidai iš Lietuvos dalinasi savo rekomendacijomis ir įspūdžiais apie Palangą.

Apibendrinant galima teigti, jog svetainės dizainas turi būti orientuotas į tikslinius naudotojus – potencialius turistus, jų įpročius, naudojamą technologiją. Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė yra pritaikyta naršymui įvairiais mobilieisiais įrenginiais ir yra prieinama trejomis kalbomis (lietuvių, anglų, rusų). Kuriant svetainę atsižvelgta į pateikiamo puslapio struktūrą ir į rezoliuciją, kad visuose prietaisuose lankytojams būtų pateikimas kokybiškas atvaizdavimas.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės turinys susideda iš įvairios informacijos, kurią sudarant remiamasi tokiais aspektais: informacija apie Palangos turizmo traukos objektus, lankytinus objektus, aktyvaus laisvalaikio ir poilsio praleidimo galimybes, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančias įmones ir visų objektų kontaktinę informaciją. Pateikiamos turizmo ir aktualios naujienos. Taip pat pateikiama svarbi ir naudinga informacija atvykstantiems vietos ir užsienio turistams. Interneto svetainėje yra panaudoti konkretūs turinio elementai, kurie yra palankūs paieškos sistemoms internete.

Nuo 2017 m. iki 2019 m. Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės lankytojų srautas augo. 2017 m. – 196 395 tūkst., 2018 m. – 232 457 tūkst., 2019 m. – 286 272 tūkst., 2020 m. – 261 510 tūkst. lankytojų. 2021 metais Palangos TIC interneto svetainę aplankė – 253 642 tūkst. Lyginant 2021 m. su 2020 m. svetainės lankytojų skaičius nežymiai sumažėjo. Tikėtina, jog tam įtakos turėjo COVID-19 pandemija ir jos sukelti iššūkiai visame pasaulyje. Kelionių draudimas ir nustatyti keliavimo tarp valstybių suvaržymai galėjo turėti įtakos kelionių nesidomėjimui. Todėl mažiau buvo ieškota su turizmu susijusios informacijos internete, kas galėjo lemti Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainės naudotojų nežymų mažėjimą.

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainė, tai viena iš pagrindinių rinkodaros priemonių, kuriančių klientų lojalumą. Apžvelgus interneto svetainės lankytojų prioritetinės

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

turizmo rinkas „Google Analytics“ sistemos pagalba nustatyta, jog tendencingai išlieka tos panašios užsienio valstybės, kaip ir ankstesniais metais. Todėl tikslinga išlaikyti šias turizmo rinkas įgyvendinant tolimesnius projektus, rinkodaros priemones, garsinant Palangos kurorto vardą ir jo turizmo išteklius.

Įgyvendintos priemonės:

Palangos turizmo informacijos centro interneto svetainėje patalpinta:

skiltyje – „Ką veikti?“ – Renginiai per 2021 m. patalpinta 523 renginiai.

skiltyje – Naujienos per 2021 m. patalpinta 462 naujienos.

Per 2021 m. sukurta ir išsiųsta 14 teminių naujienlaiškių su Palangos kurorte organizuojamais renginiais, turizmo aktualijomis, naujovėmis.

Palangos TIC „Facebook“ paskyra „Visit Palanga“

Palangos TIC „Facebook“ paskyra „Visit Palanga“ analizė

2021 metais pasaulyje yra kiek daugiau nei 2.8 mlrd. gyventojų, besinaudojančių bent vienu iš socialinių tinklų. Naujausia statistika rodo, kad „Facebook“ ir toliau stipriai karaliauja kaip socialinės žiniasklaidos karalius – 2021 m. sausio mėn. su 2,80 mlrd. aktyvių vartotojų. Tai reiškia, kad beveik du iš trijų iš 4,2 mlrd. aktyvių socialinės žiniasklaidos vartotojų yra aktyvūs „Facebook“ vartotojai. Galima drąsiai teigti, kad „Facebook“ yra pagrindinis pasirinkimas kiekvienam socialinių tinklų vartotojui. „Facebook“ vartotojai gali dalintis įvairias pranešimais, nuorodomis, nuotraukomis ir video medžiaga. Tuo tarpu „Facebook“ reklama daugeliui pasaulio įmonių ir prekinių ženklų leidžia pasiekti būti matomiems, pristatyti savo prekes ar paslaugas tikslinei, būtent tam verslui būdingai auditorijai.

BĮ Palangos turizmo informacijos centras yra aktyviai įsitraukęs į socialinių tinklų platformas ir juose vykdo informacijos sklaidą. Viena jų – populiariausias socialinis tinklas pasaulyje „Facebook“. Šio socialinio tinklo paskyros pavadinimas – „Visit Palanga“. Šiuo metu paskyra turi 10 170 tūkstančių nuolatinių sekėjų ir 9 651 tūkstančius „patinka“ paspaudimų. Per 2021 metus Palangos TIC „Facebook“ paskyros „Visit Palanga“ pasiekiamumas yra – 299 671 tūkst. Lyginant paskyros 2021 metų pasiekiamumo duomenis su 2020 metais, skaičius išaugo daugiau nei 50 proc. 2020 metų pasiekiamumas yra – 142 846 tūkst.

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ



Visit Palanga

@PalangaTIC Turist. informacijos centras

Redaguoti „Susisiekite su mu..."

Pradžiai Įvydai Nuotraukos Daugiau

Reklamuoti



Bū Palangos turizmo informacijos centro „Facebook“ paskyros „Visit Palanga“ pagrindinio puslapio vizualas. Nuoroda - www.facebook.com/PalangaTIC

„Facebook“ paskyros statistiniai duomenys

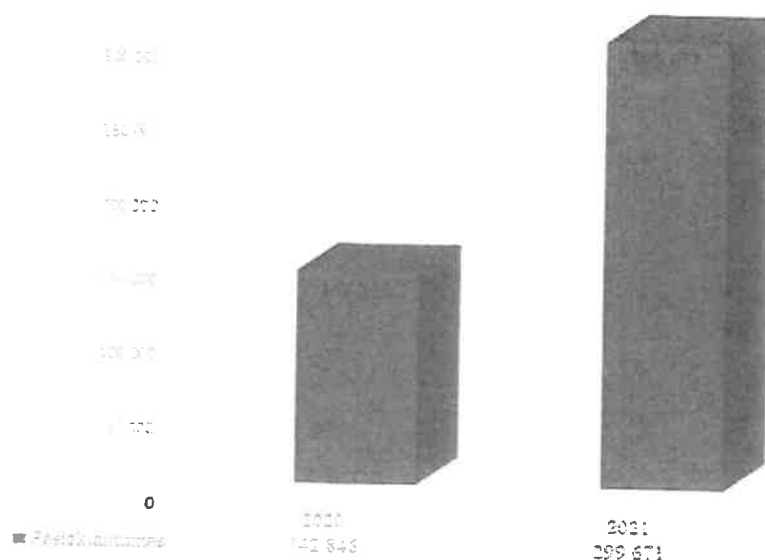
PALANGOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO SOCIALINIO TINKLO „FACEBOOK“ PASIEKIAMUMO DUOMENYS		
	2020 m.	2021 m.
Pasiekti žmonės. <i>Žmonių, kurie bent kartą matė jūsų turinį, skaičius.</i>	142 846	299 671
Susidomėjimas. <i>Kiek kartų žmonės naudojo jūsų įrašus per reakcijas, komentarus, bendrinimus ir paspaudimus.</i>	90 769	71 425
Nuorodų spustelėjimai.	11 168	10 723

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

<i>Nuorodų, nukreiptų į paskirties vietas ar patirtį, paspaudimų skaičius „Facebook“ ar už jo ribų.</i>		
Komentarai. <i>Bendras įrašų komentarų skaičius.</i>	1 673	1 189
Akcijos. <i>Bendras įrašų bendrinimų skaičius.</i>	2 717	1 706
Reakcijos. <i>Bendras įrašų reakcijų skaičius.</i> <i>Reakcijos mygtukas įrašė leidžia žmonėms pasidalinti skirtingomis reakcijomis į jo turinį: „Patinka“, „Meilė“, „Haha“, „Oho“, „Liūdnas“ ar „Piktas“.</i>	30 850	20 737
Nauji stebėtojai. <i>Žmonės, kurie per tam tikrą laikotarpį stebėjo jūsų puslapį.</i>	1 227	628

Šaltinis: „Meta Business Suite“ sistema

Palangos TIC „Facebook“ paskyros „Visit Palanga“ pasiekiamumas



INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

BĮ Palangos turizmo informacijos centro „Facebook“ paskyroje „Visit Palanga reguliariai viešinama įvairi informacija susijusi su Palangos kurortu, Lietuvos pajūrio regionu, kiek rečiau visos Lietuvos turizmo aktualijomis. Viešinamą turinį sudaro: Palangos kurorto turizmo ištekliai ir poilsio galimybės, turizmo naujovės, artimiausi renginiai bei aktuali informacija turistams.

Pastaraisiais metais yra rengiami ir viešinami įvairūs - Palangos kurorto poilsio ir aktyvaus laisvalaikio galimybes pristatantys ir su kurorto istorija supažindinantys informaciniai projektai. 2020 m. parengta ir publikuota – 13 informacinių projektų. 2021 m. parengta ir paviešinta – 18 įvairaus turinio informacinių projektų.

PALANGOS TIC „FACEBOOK“ PASKYROS INFORMACINIO TURINIO PROJEKTAI 2021 M.			
Eil. Nr.	Projekto pavadinimas	Įrašų skaičius	Pasiekiamumas
1.	„Šventės, minėjimai ir sveikinimai“	85	76 260
2.	„Iš Palangos istorijos puslapių...“	8	12 730
3.	„Palanga detalėse“	16	16 487
4.	„Palangos gražinimo Lietuvai šimtmetis“	5	7 195
5.	„Palanga'80“	22	51 162
6.	„Palangos viktorinos“ („Quiz'ai“)	10	17 617
7.	„Palangos TIC Suvenyrų reklama“	44	29 003
8.	„Kultūros ir meno Palanga“	19	21 685
9.	„Atrask Šventąją“	21	27 833
10.	„Pamiršta Palanga“	14	59 095
11.	„Gastronominė Palanga“	44	49 083
12.	„Pailsėk Palangoje“	31	32 121
13.	„Ar gerai pažįsti Palangos gatves?“	18	16 235
14.	„Šios savaitės kadras“	10	16 559
15.	„Walk'15 trasos“	9	6 844
16.	„Laiškai iš Palangos“	9	17 580

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

17.	„Advento kalendorius“	25	42 033
18.	„Palangos gyvenvietės“	2	2 308
Iš viso	17 projektų	391	

2021 m. gruodžio 1 – 30 dienomis Palangos turizmo informacijos centras vykdė reklaminę kampaniją socialiniuose tinkluose kurios tikslas – pasyviojo turizmo sezono laikotarpiu pritraukti didesnius turistų srautus į Palangos kurortą.

395 tūkst. parodymų (2x daugiau, negu prognozuota)

6 tūkst. paspaudimų (3x daugiau, negu prognozuota)

1.52% paspaudimų dažnis

Off / On	Ad Set Name	Impressions	Link clicks	CTR (link clicks-through rate)	Frequency	Post shares	Post reactions	Post comments	Post engage
	Advent calendar	228 703	3 542	1.55%	2.93	2	200	3	
	Palanga	42 033	2 317	5.51%	2.31	2	176	3	
	Palanga	20 553	404	1.96%	2.33		20	3	
	Palanga	1 000	21	2.1%	2.92		7		
	Palanga	1 000 000	2 456	0.24%	1.30		73	1	
	Palanga	1 000 000	1 017	0.10%	1.76		43		
	Palanga	71 790	126	0.17%	1.22		41		
	Palanga	826	14	1.69%	2.94				
	Palanga	10 440	131	1.25%	1.00				
	Palanga	487	6	1.23%	1.14				
	Palanga	1	1	0.77%	1.29				
	Results from 3 ad sets	315 075	6 012	1.94%	2.60	2	284	4	

Auditorijos duomenys:

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Resource Center									
Campaigns									
Ad sets for 1 Campaign									
Ad sets for 1 Campaign									
Off / On	Ad Set Name	Impressions	Link clicks	CTR (link click-through rate)	Frequency	Post shares	Post reactions	Post comments	Post engagements
	25-34	237,106	3,542	1.49%	2.59	2	227	2	
	35-44	98,112	2,117	1.95%	2.31	2	173	1	
	45-54	43,884	454	0.92%	2.24		35		
	55-64	1,108	31	1.51%	2.48		2		
	65-74	186,421	2,455	1.57%	1.80		75	2	
	75-84	89,859	1,517	1.62%	1.76		44	2	
	85-94	72,280	929	1.28%	1.88		31		
	95-104	855	14	1.58%	2.27				
	105-114	1,348	14	0.76%	1.11		1		
	115-124	357	5	0.75%	1.04				
	125-134	1,170	9	0.77%	0.98		1		
	135-144	17			0.17				
Results from 2 ad sets		235,275	4,012	1.52%	2.53	2	284	4	

Moterys 2x aktyviau įsitraukdavo į reklamą. Šiai auditorijai reklama dėl to buvo parodyta daugiau kartų nei vyrams. Tęsiant panašias kampanijas rekomenduojama atskira kampanija moterų segmentui.

35+ auditorija reklamą spaudė aktyviausiai. Tęsiant panašias kampanijas, rekomenduojama ateityje sukurti atskirą kampaniją 35+ auditorijai arba apskritai reklamą rodyti tik asmenims nuo 35 metų.

Off / On	Ad Set Name	Impressions	Link clicks	CTR (link click-through rate)	Frequency
	25-34	237,106	3,542	1.49%	2.59
	35-44	98,112	2,117	1.95%	2.32
	45-54	43,884	454	0.92%	2.25
	55-64	1,108	31	1.51%	2.48
	65-74	186,421	2,455	1.57%	1.80
	75-84	89,859	1,517	1.62%	1.76
	85-94	72,280	929	1.28%	1.88
	95-104	855	14	1.58%	2.27
	105-114	1,348	14	0.76%	1.11
	115-124	357	5	0.75%	1.04
	125-134	1,170	9	0.77%	0.98
	135-144	17			0.17
Results from 3 ad sets		235,275	4,012	1.52%	2.53

Efektyviausi reklamos tekstai

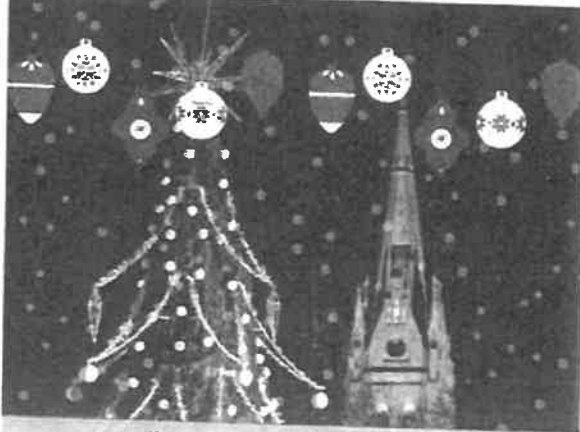
INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Ad Set Name	Impressions	Link clicks	CTR (link click-through rate)	Frequency
šventinis laikotarpis	237,106	3,542	1.49%	2.69
Tema				
"Šventinis laikotarpis Palangoje - išties magiškas. Sutik šventes Palan...	109,582	1,616	1.47%	2.03
Tema				
"Atrask žiemą ir šventes Palangoje. Šis laikotarpis Palangoje yra tikrai...	107,765	1,624	1.41%	2.09
Tema				
"Arask šventinę Palangą	10,469	218	2.08%	1.41
Tema				
"Švęsk kitaip"	9,289	184	1.98%	1.38
nuotoliniu darbu	156,421	2,456	1.57%	1.80
Tema				
"Kam sėdėti namuose, jei gali dirbti iš Palangos? Čia grynas oras ir jūr...	79,795	1,191	1.49%	1.56
Tema				
"Pasilgai gryo oro ir ramybės? Atvyk į Palangą ir darbuokis nuotoliniu...	63,276	954	1.52%	1.43
Tema				
"Darbostogos Palangoje"	6,856	137	2.00%	1.25
Tema				
"Pabėk dirbti į Palangą"	6,494	164	2.53%	1.19
Tema				
Pabėk nuo miesto triukšmo	1,348	14	0.76%	1.11
Tema				
"Pasilgai gryo oro ir ramybės? Pabėk nuo miesto triukšmo ir atvyk į...	1,685	13	0.77%	1.11
Tema				
"Kam sėdėti kamščiuose, jei gali pabėgti nuo miesto triukšmo ir būti s...	157	1	0.64%	1.04
Tema				
"Pabėk nuo miesto triukšmo"	5	—	—	1.00
> Results from 3 ad sets	398,375	5,012	1.52%	2.58

„PABĖK Į ŠVENTINĘ PALANGĄ“ ir „DARBOSTOGOS PALANGOJE“ turėjo didžiausius paspaudimo dažnius – net 2%, kas yra 2x geriau nei kampanijos vidurkis, ir 3-4x geriau nei tradicinių kampanijų vidurkis.

Efektyviausi reklamos vizualai:

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

 ŠVĘSK KITAIP! BŪTIK ŠVENTES PALANGOJE. STIPRINK SEIMOS VERTETĄ - RINKIS POLSĄ PALANGOJE IALANGA	18 000 parodymų 280 paspaudimų 1.51% paspaudimų dažnis
 ŠVENTINIS LAIKOTARPIS PALANGOJE IŠTIES MAGIŠKAS IALANGA	124 000 parodymų 1400 paspaudimų 1.16% paspaudimų dažnis

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ



154 000 parodymų
1400 paspaudimų
1.16% paspaudimų dažnis

Socialinis pasiekiamumas – pasiekta vartotojų per netiesioginę reklamą – 153 206.

Pagalbiniai paspaudimai – paspaudimai per netiesioginę reklamą – 11 761.

Sesijos pagal miestą:

Vilnius	10 924
Nenustatyta	3 136
Klaipėda	2 140
Kaunas	1 495
Palanga	900
Šiauliai	687
Panevėžys	282
Mažeikiai	223
Riga	160
Ashburn	134
Maskva	129
London	94

Kampanijos rezultatai:

Adset Name: „Šventinis laikotarpis“ Reach: 88,243 Impressions: 237,106 Post engagement: 4,655	Adset Name: „Nuotolinis darbas“ Reach 86,858 Impressions 156,421 Post engagement 2,544	Adset Name: „Pabėk nuo miesto triukšmo“ Reach 1,667 Impressions 1,848 Post engagement 15
--	---	---

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

Link clicks; 3,542 CTR (all) 2.58%	Link clicks 2,456 CTR (all) 3.59%	Link clicks 14 CTR (all) 1.19%
---------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

Socialinio tinklo paskyroje „Visit Palanga“ Paviešinta pasaulinio lygo reklaminė kampanija „Bernie Sanders meme“. Parengtas ir paviešintas maketas „Facebook“ ir „Instagram“ paskyrose. „Facebook“ paskyroje sulaukta 115 reakcijų, pasiekta 2 619 tūkst. profilių. „Instagram“ paskyroje sulaukta 248 reakcijų.

3.2.1.1. Kurorto pristatymas tarptautinėse turizmo parodose ir verslo misijose:

Bendraujant su Palangos miesto svetingumo verslo atstovais suorganizuotos 3 tarptautinės turizmo verslo misijos:

1. 2021 m. sausio 30 d. Palangos kurorto pristatymas Londone (D. Britanija) pristatymas vyko nuotoliniu būdu ZOOM platformoje;
2. 2021 m. kovo 10 d. Palangos kurorto pristatymas Suomijos kelionių agentūrų darbuotojams bei turizmo veiklų organizatoriams – nuotoliniu būdu;
3. 2021 m. liepos 7 d. Palangos kurorto pristatymas „Atvira diena – Lietuvos kurortai Vokietijos kelionių operatoriams. Renginys vyko nuotoliniu būdu;

Šios verslo misijos suorganizuotos bendradarbiaujant su Palangos miesto turizmo paslaugų teikėjais siekiant kuo plačiau pristatyti Palangos kurortą, didinti atvykstančių turistų srautus ir praplėsti turizmo paslaugų teikėjų galimybes skleisti informaciją apie teikiamas paslaugas.

Kitos planuotos verslo misijos neįvyko dėl COVID 19 viruso protrūkio, todėl jų įgyvendinimas perkeltas į artimiausią laikotarpį.

Bendradarbiaujant su Palangos miesto svetingumo verslo atstovais dalyvauta 2 renginiuose, kuriuose pristatytas Palangos kurortas:

- 2021 m. liepos 22-25 d. dalyvauta „Jūros šventė“ Turizmo skvere Klaipėdoje;
- 2021 m. rugsėjo 3-5 d. dalyvauta „Sostinės dienos“ Turizmo skvere Vilniuje;

Suorganizuoti renginiai Tarptautinei turizmo dienai paminėti:

2021-09-19 Ekskursija-žygis dviračiais „Palanga 1921-nauja siena per daržus“, dalyvavo 12 žmonių

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

2021-09-20 Ekskursija po Palangos koncertų salę su architektė Evelina Leišyte, dalyvavo 25 žmonės

2021-09-25 Ekskursija „Palanga-tobulas Tiškevičių verslo planas“, dalyvavo 30 žmonių.

Mobilioje programėlėje „Walk 15“ organizuota akcija „Keliauk po Palangą“ iššūkį priėmė 15 asmenų, kurie keliavo po Palangą Pasaulinės turizmo dienos proga.

Facebook“ ir „Instagram“ suorganizuota ir paviešinta virtuali paroda „Rytas Palangoje“ :

„Facebook“ paskyroje sulaukta 29 nuotraukų su grotaziyme #RytasPalangoje.

„Instagram“ paskyroje sulaukta 15 nuotraukų su grotaziyme #RytasPalangoje.

Palangos kurorta reprezentuojantys leidiniai:

1. „Dviračiu po Palangą ir apylinkes“, išleistas leidinys 3 kalbomis, A3 formato informacinis žemėlapis, Tiražas – LT-8000 vnt.; RU-4000 vnt.; EN-4000 vnt.; **Bendras tiražas: 16000 vnt.**
2. „Palanga lietui lyjant“, išleistas leidinys 3 kalbomis, A3 formato informacinis žemėlapis, Tiražas – LT-3000 vnt.; RU-2000 vnt.; EN-2000 vnt.; **Bendras tiražas: 7000 vnt.**
3. „Žemėlapis Palanga“ plėšomas, A4 formato Palangos miesto planas su turizmo informacija; **Tiražas: 25000 vnt.**
4. „Žemėlapis Šventoji“ plėšomas, A4 formato Šventosios planas su turizmo informacija; **Tiražas: 15000 vnt.**
5. E-leidiny „Kultūros ir meno Palanga“ – leidinys publikuojamas Palangos TIC svetainėje www.palangatic.lt;
6. E-leidiny „Palangos maitinimo įstaigų gidas“ – leidinys publikuojamas Palangos TIC svetainėje www.palangatic.lt;
7. Atnaujintas leidiny Turistinis maršrutas „Kelionė po grafų Tiškevičių Palangą“ (medžiaga atnaujinta (LT; EN; PL; RU), A5 formato 32 pl. Informacinis leidiny, Tiražas – LT-3000 vnt.; RU-2000 vnt.; EN-2000 vnt.; PL-1000 vnt. **Bendras tiražas: 8000 vnt.**
8. Atnaujintas leidiny Turistinis maršrutas „Atrask senąsias Palangos vilas“ (medžiaga atnaujinta, leidiny 4 kalbomis (LT; EN; DE; RU), A5 formato 32 pl. Informacinis leidiny, Tiražas – LT-3000 vnt.; RU-2000 vnt.; EN-2000 vnt.; DE-2000 vnt. **Bendras tiražas: 9000 vnt.**

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

9. Atnaujintas leidinys Turistinis maršrutas „Žydų paveldo pėdsakais Palangoje“ leidinys 3 kalbomis (LT; EN; RU), A5 formato 32 pl. Informacinis leidinys, Tiražas – LT-3000 vnt.; RU-2000 vnt.; EN-1000 vnt.; **Bendras tiražas: 6000 vnt.**

Palangos turizmo informacijos centras naudoja tris leidinių formatus:

- Leidiniai – katalogai, skirti reprezentuoti – informuoti įvairias paslaugas, teikiamas Palangos kurorte (Labiausiai skirti parodoms).
 - Istoriniai – turistiniai maršrutai – leidiniai skirti supažindinti skaitytoją su kurorto istoriniais faktais, sudominti ir populiarinti kurorto istoriją, skatinti aktyviai leisti laiką.
 - Informaciniai leidiniai – skirti Palangos TIC lankytojiui, kuris nori įdomiai praleisti laiką Palangoje, šie leidiniai skirstomi ir ruošiami pagal lankytojų tikslines grupes.
 - Žemėlapiai ir kt. leidiniai.
- Suorganizuoti pažintiniai 4 turai užsienio šalių žurnalistams; (Iš viso pažintiniuose turuose dalyvavo 10 žurnalistai)
 - Informacijos prieinamumas kiekvienam 24 val. 7 dienas per savaitę (Informacinių dėžių su žemėlapiais). Įrengti „INFO TAŠKAI“, kuriuose Palangos miesto svečiai turi galimybę gauti informaciją.
 - Suvenyrų asortimento plėtra ir nuolatinis teikiamų turizmo informacijos paslaugų kokybės tobulinimas ir naujų formų ieškojimas.

4.1.4.7 Paraišku siekiant gauti ES ir kitų finansinių institucijų lėšas rengimas ir projektu administravimas

Įgyvendinamas Projektas „Amber coast - promotion of interregional cultural and cognitive tourism development in West Lithuania and kaliningrad regions“ – priimtas sprendimas suteikti paramą – 2020 m. birželio 11 d. pasirašytas finansavimo – administravimo sutartis.

Įgyvendinamas Projektas „Preservation of historical heritage in Baltic Sea region and development of cultural tourism in West Lithuania and Kaliningrad district regions“ paraiška -

INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS VEIKLĄ

priimtas sprendimas suteikti paramą – 2020 m. rugpjūčio mėn. pasirašyta finansavimo administravimo sutartis.

Dalyvavimas asociacijose, tarybose ir kt. veikloje

Palangos turizmo informacijos centras – aktyviai dalyvauja Lietuvos turizmo informacijos centrų asociacijos, Lietuvos kurortų ir kurortinių teritorijų asociacijų veiklose.

Klaipėdos regiono turizmo tarybos veikloje.

Palangos TIC vienas iš Klaipėdos universiteto Rekreacijos ir turizmo katedros socialinių partnerių, aktyviai dalyvauja veikloje. Nuolat bendradarbiauja su Rekreacijos ir turizmo katedra, organizuoja išvykstamąsias paskaitas taip pat sudaro sąlygas studentams įgauti praktinių žinių gamybinės praktikos metu.

Direktorė



Rasa Kmitienė