

PATVIRTINTA
Lietuvos Respublikos finansų ministro
2024 m. liepos 11 d. įsakymu Nr. 1K-234

Viešoji įstaiga Druskininkų turizmo ir verslo informacijos centras
(viešosios įstaigos pavadinimas)

2025 M. VEIKLOS ATASKAITA
(ataskaitinis laikotarpis)

_____ Nr. _____
(data)

I SKYRIUS INFORMACIJA APIE VEIKLĄ ATASKAITINIŲ LAIKOTARPIŲ
1. Veiklos tikslai:
1.1. Tarptautinio Druskininkų įvaizdžio formavimas ir rinkodaros komunikacija su tikslinėmis grupėmis.
1.2. Atvykstamojo ir vietinio turizmo vystymas.
1.3. Verslumo skatinimas bei parama verslui.
2. Uždaviniai:
2.1. Įgyvendinti Druskininkų turizmo rinkodaros planą.
2.2. Prisidėti prie Druskininkų ekonominio patrauklumo kūrimo (turizmo rinkų analizė, planavimas, projektų rengimas ir įgyvendinimas).
2.3. Rinkti, kaupti ir turistams bei Druskininkų svečiams nemokamai teikti informaciją apie teikiamas turizmo paslaugas, lankytinas Druskininkų savivaldybės vietas ir objektus.
2.4. Organizuoti verslumo kvalifikacijos kėlimo kursus, seminarus, konsultuoti verslo klausimais.
3. Siekiant veiklos tikslų atlikti darbai:
3.1. Vykdyta el. rinkodara: socialinių tinklų administravimas ir komunikacija, internetinės svetainės druskininkai.lt ir renginių polapio renginiai.druskininkai.lt administravimas, suvenyrų pardavimų organizavimas el. parduotuvėje drushop.lt; „META Ads“ ir „Google Ads“ reklamos organizavimas, reklama turizmo ir naujienų interneto svetainėse Lietuvoje ir užsienyje.
3.2. Užsakomųjų straipsnių viešinimas žurnaluose ir interneto svetainėse Lietuvoje ir užsienyje.
3.3. Išsiųsta 12 naujienlaiškių.
3.4. Druskininkuose apsilankė 14 nuomonės formuotojų iš Lietuvos ir užsienio, kurie socialiniuose tinkluose skleidė informaciją apie kurortą.
3.5. Įgyvendintos 2 reklaminės kampanijos Lietuvoje ir užsienyje, pasitelkiant lauko reklamą (Vilniuje ir Lenkijoje).
3.6. Įgyvendintos 2 reklaminės kampanijos Lietuvos ir užsienio oro uostuose (Kaune ir Rygoje).
3.7. Įgyvendintos 4 reklaminės kampanijos verslo centruose, privačiose klinikose, sporto klubuose ir teniso klube „ENRI“ skaitmeniniuose ekranuose Lietuvoje ir užsienyje (Vilniuje ir Rygoje).
3.8. Įgyvendintos 2 reklaminės kampanijos radijo stotyse Lenkijoje ir Latvijoje.
3.9. Išversti ir išleisti 2 leidiniai tikslinėms rinkoms (latvių ir vokiečių k.), taip pat atnaujinti bei pakartotinai išleisti 6 informaciniai leidiniai (teminiai maršrutų žemėlapiai, įvaizdiniai katalogai, laisvalaikio ir apgyvendinimo katalogai).

3.10. Suorganizuota 19 skirtingų pozicijų suvenyrų su „Druskininkai - Lietuvos kultūros sostinė 2025“ ir „Druskininkai“ logotipais gamyba ir platinimas.
3.11. Apsilankė 12 500 lankytojų turizmo centruose Gardino g. 3 ir M. K. Čiurlionio g. 65.
3.12. Darbuotojai dalyvavo 15 turizmo ir teminėse parodose bei miestų šventėse Lietuvoje ir užsienyje (10 tarptautinės parodos, 5 miesto šventės).
3.13. Suorganizuota 13 pažintinių turų žurnalistams ir turizmo agentūrų atstovams Druskininkuose.
3.14. Atlikta 1 rinkų analizė pagal Nacionalinės turizmo informacinės sistemos (E. turistas) statistinius duomenis.
3.15. Druskininkų kempingo administravimas.
3.16. Pažintinio Druskininkų traukinuko administravimas.
3.17. Įgyvendintas 1 Interreg projektas „Supraslio ir Druskininkų kurortų turistinių vertybių atradimas ir populiarinimas“, kurio metu kurio metu įvykdyti šie įsipareigojimai: <ul style="list-style-type: none"> • Turistinio katalogo ir Turistinio žemėlapių sukūrimas ir spausdinimas (LT, EN, PL ir DE kalbomis); • Bendros dviejų kurortų mobilios turistinės aplikacijos sukūrimas (LT, EN, PL ir DE kalbomis); • Nufilmuoti 20 trumpų reklaminių klipų (po 10 kiekvienam miestui); • Nufilmuotas 3 min. įvaizdinis video apjungiant abu kurortus ir kultūras; • Surengtos dvi konferencijos (Druskininkų ir Supraśl miestuose).
3.18. Suteiktos 212 verslo konsultacijų interesantams.
3.19. Įvyko 31 verslo renginiai bei mokymai.
3.20. Įgyvendintos 2 verslumo programos „Verslo skrydis“ bei „Startup_Lab“.
3.21. Įvyko 2 verslo misijos į Jungtinę Karalystę bei Jungtines Amerikos Valstijas
4. Siekiant veiklos tikslų pasiekti rezultatai:
4.1. Apie 10 proc. socialinių tinklų sekėjų augimas.
4.2. „Google Analytics“ duomenis interneto svetainėje druskininkai.lt užfiksuota beveik 125 tūkst. aktyvių vartotojų ir daugiau nei 122 tūkst. naujų lankytojų.
4.3. Nacionalinės turizmo informacinės sistemos (E. turistas) duomenimis, 2025 m., palyginti su 2024 m., turistų skaičius Druskininkuose išliko stabilus – apsistojo 367 893 turistai, fiksuotas tik 0,16 % sumažėjimas. Tuo tarpu bendras nakvynių skaičius augo 1,06 %.
4.4. Druskininkų kempingas sulaukė 3525 turistų, skaičius išaugo net 16,6 %.
4.5. Druskininkų verslumo centras subūrė daugiau kaip 800 verslo bendruomenės narių.
4.6. Partnerystė su Lordu ir Lady Rangers pritraukė 5000 eur paramos Druskininkų socialiniam verslui remti.
4.7. Verslumo programos „Verslo skrydis“ bei „Startup_Lab“ baigė 12 Druskininkų jaunų verslų, padidino savo žinomumą, pajamas, verslo apimtis.
II SKYRIUS
INFORMACIJA APIE PLANUOJAMĄ VEIKLĄ ATEINANČIAIS FINANSINIAIS METAIS
5. Veiklos tikslai:
5.1. Tarptautinio Druskininkų įvaizdžio formavimas ir rinkodaros komunikacija su tikslinėmis grupėmis.
5.2. Atvykstamojo ir vietinio turizmo vystymas.
5.3. Verslumo skatinimas bei parama verslui.
6. Uždaviniai:
6.1. Įgyvendinti Druskininkų turizmo rinkodaros planą.
6.2. Prisidėti prie Druskininkų ekonominio patrauklumo kūrimo (turizmo rinkų analizė, planavimas, projektų rengimas ir įgyvendinimas).

6.3. Rinkti, kaupti ir turistams bei Druskininkų svečiams nemokamai teikti informaciją apie teikiamas turizmo paslaugas, lankytinas Druskininkų savivaldybės vietas ir objektus.
6.4. Organizuoti verslumo kvalifikacijos kėlimo kursus, seminarus, konsultuoti verslo klausimais.
7. Siekiant veiklos tikslų planuojami atlikti darbai:
7.1. Komunikacija socialiniuose tinkluose (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok).
7.2. Interneto svetainės druskininkai.lt ir renginių polapio renginiai.druskininkai.lt administravimas.
7.3. Reklamos organizavimas ir administravimas „Google Ads“ ir „META Ads“.
7.4. Naujienlaiškių siuntimas.
7.5. Straipsnių rengimas ir platinimas interneto portaluose bei spaudoje.
7.6. Kartografinių ir informacinių leidinių rengimas, leidimas ir platinimas.
7.7. Druskininkų kurorto reprezentavimas tarptautinėse turizmo parodose, kontaktų mugėse, miestų šventėse.
7.8. Pažintinių turų organizavimas žurnalistams ir kelionių organizatoriams.
7.9. Kurorto įvaizdžio formavimas bei viešinimas nuomonės formuotojų pagalba.
7.10. Kurorto įvaizdžio formavimas pasitelkiant tradicinius reklamos kanalus: lauko reklamą, radiją, televiziją ir kitas medijas.
7.11. Suvenyrų gamybos organizavimas su „Druskininkai“ logotipu ir jų pardavimas el. parduotuvėje drushop.lt bei turizmo centruose Gardino g. 3 ir M. K. Čiurlionio g. 65.
7.12. Tęstiniai (4-6 dienų) verslumo mokymai: Dirbtinio intelekto; Tinklaveikos, Viešojo kalbėjimo.
7.12. Verslo misijos (darbas su diaspora) į naujas šalis – Škotija, Liuksemburgas, JAV.
7.13. Tinklaveikos renginiai ir konferencijos (smulkaus verslo forumas, Mero pietūs, tęstinė tarptautinė konferencija „Druskininkai IN: verslauk ir atostogauk“ ir kt.).
7.14. Verslumo programų tęstinumas: „Verslo skrydis“ – nauja jaunų verslų grupė (10 verslų); „Startup Lab“ startuolių projektas - 4 komandos.
7.15. Nauja verslumo programa „Startuok 50+“
7.16. Jaunimo karjeros savaitė.
7.17. Partnerystė su VU verslo mokykla, verslumo skatinimo projektai, bendrystė tarp verslo ir akademinės bendruomenės.
7.18. Junior achievement mokomųjų bendrovių mugė - dirbtuvių, seminarų organizavimas.

III SKYRIUS INFORMACIJA APIE DALININKUS

8.	Informacija apie dalininkus:		
	Dalininkas	Įnašo vertė finansinių metų pabaigoje	Įnašo vertė praėjusių finansinių metų pabaigoje
	1	2	3
8.1.	Druskininkų savivaldybės taryba	202773,40	202773,40

IV SKYRIUS KITA INFORMACIJA

Centro komandą sudaro ilgametę patirtį turizmo srityje turintys specialistai bei jauni, šiuolaikines technologijas išmanantys darbuotojai. 2025 metais, stiprinant darbą su užsienio rinkomis, kolektyvą papildė ilgametę patirtį turizme turinti vadybininkė užsienio rinkoms. Tai sudarė sąlygas nuosekliai ir kryptingai plėtoti veiklą prioritetingose užsienio rinkose. 2025 m. metų pradžioje Centre dirbo 11 darbuotojų, metų pabaigoje – 12 darbuotojų.

Kempingo darbo sezono metu (nuo gegužės 1 d. iki rugsėjo 30 d.) Centras įdarbino 3 kempingo administratorius ir 2 pagalbinius darbininkus. Taip pat sezono metu buvo įdarbintas traukinuko vairuotojas ir darbuotojas informacijos teikimui M. K. Čiurlionio g. 65 esančiame padalinyje.

Formuojant Druskininkų įvaizdį Lietuvos ir užsienio rinkose, reikalingos naujos žinios, todėl Centro darbuotojai 2025 m. savo kvalifikaciją kėlė socialinių tinklų komunikacijos ir rinkodaros mokymuose, viešųjų pirkimų, finansų valdymo ir kitomis temomis.

2026 metais Druskininkų kurorto rinkodaros veiksmai bus orientuoti į nuoseklų žinomumo didinimą Lietuvoje ir užsienio rinkose, pasitelkiant integruotą skaitmeninės ir tradicinės rinkodaros derinį. Didelis dėmesys bus skiriamas tikslinėms kampanijoms „Meta Ads“ ir „Google Ads“ platformose, turinio rinkodarai, bendradarbiavimui su nuomonės formuotojais bei kryptingai komunikacijai socialiniuose tinkluose. Taip pat bus rengiami užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje, stiprinant kurorto reputaciją ir formuojant kokybiško sveikatinimo ir poilsio įvaizdį. Tradicinės rinkodaros srityje numatoma lauko reklama strategiškai svarbiose lokacijose, radijo reklamos kampanijos bei aktyvus dalyvavimas turizmo parodose ir renginiuose. Kompleksinis šių priemonių taikymas leis stiprinti Druskininkų, kaip modernios sveikatinimo, kultūros ir poilsio krypties poziciją bei skatinti tvarių turistų srautų augimą ištikus metus.

2026 metais Centras planuoja skirti ypatingą dėmesį ilgalaikių turistų srautų pritraukimui, siekiant didinti užimtumą darbo dienomis. Kurorto komunikacija bus grindžiama ilgaamžiškumo (longevity) tematika, akcentuojant sveikatinimo programų ir procedūrų naudą. Šia kryptimi bus siekiama skatinti turistus rinktis ilgesnės trukmės viešnages bei kompleksiskai naudotis kurorto teikiamomis sveikatinimo paslaugomis.

2025 metais Centras įgyvendino įvairiapuses rinkodaros veiklas, kurios reikšmingai prisidėjo prie kurorto žinomumo ir patrauklumo didinimo. Buvo nuosekliai stiprinama komunikacija oficialioje svetainėje, socialiniuose tinkluose, naujienlaiškiuose bei naujienų portaluose, taip užtikrinant nuolatinę informacijos pasiekiamumą tiek Lietuvos, tiek užsienio auditorijai. Didelis dėmesys skirtas tarptautinėms rinkoms – dalyvauta 7 turizmo parodose, organizuoti pažintiniai turai užsienio agentūroms ir nuomonės formuotojams, vykdyta lauko ir skaitmeninė reklama Lenkijoje, Latvijoje bei Lietuvos didmiesčiuose. Didelis dėmesys skirtas Vokietijos rinkai. Interneto svetainė www.druskininkai.lt išversta į vokiečių kalbą, informacija joje nuolat atnaujinama. Parengti nauji leidiniai vokiečių kalba – laisvalaikio katalogas ir informacinis lankstinukas, skirti stiprinti Druskininkų pristatymą Vokietijoje. Taip pat dalyvauta turizmo parodoje, sulaukta Vokietijos nuomonės formuotojų vizitų. Dėl šių veiksmų 2025 m., palyginti su 2024 m., vokiečių turistų skaičius išaugo net 29 %. Visi šie veiksmai rodo nuoseklų ir efektyvią rinkodaros strategiją, kurios dėka Druskininkai išlieka viena patraukliausių turizmo krypčių Baltijos regione.

2025 metais suorganizuota 31 verslo renginys bei mokymai, subūrę daugiau kaip 800 verslo bendruomenės narių. Įgyvendintos 2 verslumo programos „Verslo skrydis“ bei „Startup_Lab“, kurias baigė 12 Druskininkų jaunų verslų. Suorganizuotos dvi verslo misijos į Jungtinę Karalystę bei Jungtines Amerikos Valstijas. 2 kartą suorganizuota tarptautinė lietuvių verslų diasporos konferencija „Druskininkai IN: verslauk ir atostogauk“, subūrusi daugiau kaip 80 verslo atstovų iš visos Lietuvos bei užsienio.

Centro veikla finansuojama iš Druskininkų savivaldybės biudžeto pagal finansavimo sutartį 2025 m. vasario 17 d. Nr. 26-107 ir papildomą susitarimą 2025-12-02 Nr. 26-740 su Druskininkų savivaldybės administracija, finansuojama suma priemonės įgyvendinimui 807200 eurų (Aštuoni šimtai septyni tūkstančiai du šimtai eurų, 00 euro centų), iš jų: 465500 eurų (keturi šimtai šešiasdešimt penki tūkstančiai penki šimtai eurų, 00 euro centų) iš savivaldybės biudžeto lėšų,

300000 eurų (trys šimtai tūkstančių eurų, 00 euro centų) iš vietinės rinkliavos už naudojimąsi kurorto viešąjį turizmo ir poilsio infrastruktūra lėšų ir 41700 eurų (keturiasdešimt vienas tūkstantis septyni šimtai eurų 00 centų) verslumo programai. Visas finansavimas įsisavintas.