

(Savivaldybės biudžeto asignavimų valdytojo / biudžetinių įstaigų veiklos plano 1 a forma)

## ŠIAULIŲ TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS, kodas 145398346

(Savivaldybės biudžeto asignavimų valdytojo pavadinimas / biudžetinės įstaigos pavadinimas ir kodas)

PATVIRTINTA  
Šiaulių turizmo informacijos  
centro direktoriaus  
2024 m. vasario 07 d. įsakymu  
Nr. I-24-012

### 2024-ŪJŲ METŲ VEIKLOS PLANAS

#### I SKYRIUS VEIKLOS KONTEKSTAS

**Šiaulių turizmo informacijos centro veiklos tikslas** – stiprinti Šiaulių miesto ir regiono ekonominę, sociokultūrinę, rekreacinę gerovę per turizmo informacijos skleidimą (skatinimą) ir vietos rinkodarą. Kiti centro tikslai: rinkti, kaupti ir turistams bei Šiaulių miesto svečiams teikti informaciją apie teikiamas turizmo paslaugas, lankytinas Šiaulių vietas ir objektus, skleisti informaciją apie Šiaulius mieste, regione, šalyje, užsienyje, plėtoti turizmo sektorių, reprezentuoti miestą pagal savo kompetenciją.

Siekiant užtikrinti stabilius vietinių ir užsienio turistų srautus ir būti konkurencingu miestu bei regionu tiek Lietuvoje, tiek Europoje, Centras nuosekliai vysto numatytas kryptis plėtojant turizmo išteklių, turizmo produktų, paslaugų ir infrastruktūros, turizmo rinkodaros, turizmo koordinavimo ir administravimo sritis.

2023 metai Centrai ir visam turizmo sektoriui buvo didelių iššūkių metai dėl nepaprastosios padėties paskelbimo šalyje, karo Ukrainoje, kai kuriose šalyse besitęsiančios pandemijos; buvo didelių darbų metai, susiję su darbu naujose patalpose, baigiamais vykdyti dviem ES fondų finansuojamais projektais.

Daugelis darbų tęsis 2024 ir tolesniais metais. Bus pradėtas vykdyti laimėtas LATLIT projektas; vykdomos turizmo skatinimo veiklos, kuriami nauji turizmo maršrutai, kurie skatintų atvykti šalies ir užsienio keliautojus, plėtotų kultūrinį-pažintinį ir aktyvųjį laisvalaikį, kurtų patrauklų miesto įvaizdį, stimuliuotų smulkųjį verslą.

2024 metais bus siekiama toliau populiarinti tarptautinį kultūros kelią „Baltų kelias“ ir inovatyvaus projekto centro veiklas, vesti edukacinius užsiėmimus, įveikinti multifunkcinę erdvę, tęsti religinio turizmo skatinimo priemonių darbus.

Vykdydamas veiklą, Centras siekia intensyvesnės turizmo sektoriaus plėtos, kuri yra tiesiogiai susijusi su miesto sociokultūrine, ekonomine plėtra, skatinanti žmonių užimtumą, turiningo laisvalaikio galimybes, privačių turizmo paslaugų teikėjų pajamas. Teikiamų turizmo paslaugų plėtos skatinimas, miesto žinomumo vietos ir užsienio turizmo rinkose didinimas garantuoja atvykstamojo turizmo srautų augimą, miesto sėkmingą prisistatymą ir įvaizdį vietiniu ir tarptautiniu mastu.

Šiaulių turizmo informacijos centro veiklos kokybė tiesiogiai priklauso nuo finansavimo šaltinių, Centro organizacinės vadybos, bendradarbiavimo tarp turizmo ir kt. paslaugų sektoriaus, politinių, ekonominių ir kt. sąlygų.

**Centro strateginiai tikslai ir uždaviniai remiasi nacionalinio, regioninio ir vietos lygmens strateginiais planavimo dokumentais:** Šiaulių miesto savivaldybės strateginiais plėtos ir veiklos planais, Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“, LR teritorijos bendruoju planu „Lietuva 2030“, Nacionalinės regioninės politikos prioritetais iki 2030 m. (projektas).

Dalis **Centro** veiklų ir priemonių, ypatingai kurios susijusios su miesto turizmo išteklių rinkodaros, viešinimo ir komunikacijos kampanijomis, atsispindi **Šiaulių miesto ekonominės**

**plėtos ir investicijų pritraukimo strategijos priemonių plane, Šiaulių miesto įvaizdžio rinkodaros priemonių plane, Šiaulių – išmanaus miesto – koncepcijos sprendinių įgyvendinimo plane.**

Studijos, tyrimai, strateginio plano paruošiamieji darbai suponavo tęstines ir naujas 2024 metų Centro veiklos kryptis, ir uždavinius.

**Prioritetinės Šiaulių miesto turizmo rinkos iki pandemijos ir karo Ukrainoje,** remiantis Centro lankytojų duomenimis bei VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ tyrimo rezultatais, yra Latvija, Estija, Lenkija, Vokietija, Jungtinė Karalystė, Italija, Ispanija, Prancūzija, Švedija, Norvegija.

Dėl nestabilios Europoje ir regione situacijos vykstant karui Ukrainoje, labai sunku numatyti prioritetines turizmo rinkas, nes kardinaliai yra pasikeitusios galimybės keliauti, visiškai kitaip veikia sienų kirtimo politika. Absoliučiai pasikeitusi turistų srautų dinamika iš trečiųjų šalių – Azijos regionas, nebėra turistų iš Rusijos, Baltarusijos.

**Pagrindiniai turizmo ištekliai** mieste ir regione yra susiję su kultūriniu – pažintiniu ir gamtiniu turizmu, išplėtotą sporto infrastruktūra, apgyvendinimo ir maitinimo sektoriaus įvairove, nacionalinės ir tarptautinės reikšmės renginiais.

**Remiantis pagrindiniais turizmo ištekliais Šiaulių mieste, numatoma vystyti šių turizmo rūšių (pagal tikslą) veiklą 2024 metais:**

1. kultūrinis – pažintinis turizmas;
2. sakralinis turizmas;
3. aktyvus/gamtinis/sporto turizmas.

Siekiant užtikrinti stabilius vietinių ir užsienio turistų srautus ir būti konkurencingu miestu bei regionu tiek Lietuvoje, tiek Europoje, reikėtų **vystyti numatytas kryptis plėtojant turizmo paslaugas, rinkodarą, infrastruktūrą.**

#### Išteklų sritis

- reprezentuoti kultūrinius, sakralinius išteklius, įtraukiant juos į Pasaulinės svarbos turistinius maršrutus, pvz: Baltų kelias, Šv. Jokūbo kelias, Camino Lituano, Jono Pauliaus II kelias, Malonių kelias (Via Gratiarum), Saulės kelias ir kt.;
- reprezentuoti ir panaudoti gamtinius išteklius aktyvaus poilsio reikmėms.

#### Turizmo produktų, paslaugų ir infrastruktūros sritis

- plėtoti patrauklius turistinius maršrutus. Pasaulinės turizmo plėtos tendencijos rodo, kad teminiai turistiniai maršrutai, jungiantys kelias valstybes, paprastai populiariesni ir patrauklesni. Šiauliai turi palankias sąlygas plėtoti tematinius turistinius kelius – Baltų kelią, Via Gratiarum (Malonių kelią), Šv. Jokūbo kelią, Camino Lituano, Jono Pauliaus II kelią, XX a. tarpukario architektūros, Žydų kultūros kelią, Saulės kelią ir kt.;
- inovatyviomis paslaugomis bei techninėmis priemonėmis siekti pritraukti turistus į Šiaulių miestą ir regioną;
- mažinti turistinį sezoniškumą, didinant kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu, didinti aktyvaus žiemos poilsio turizmo paslaugų pasiūlą ir galimybes Šiaulių regione ir mieste;
- skatinti turizmo paslaugų tiekėjus ir turistinio nesezono metu teikti paslaugas, dirbti savaitgaliais (ypač sekmadienį). Turizmo poreikiai ir galimybės plečiasi, tačiau ne visi traukos centrai geba prisitaikyti prie kintančių sąlygų. Tyrimai rodo, kad lietuviai ir latviai renkasi keliones tiek savo šalyje, tiek kaimyninėje, bet susiduria su problemomis, kai muziejai ir kiti lankytini objektai, turizmo informacijos centrai keliautojams būna neprieinami: trūksta darbuotojų, savaitgaliais (ypač sekmadieniais) nedirba. Todėl planuojant miesto ir regiono turizmo plėtrą, reikia spręsti būtent šią problemą.
- bendradarbiauti su Savivaldybe vykdant viešosios infrastruktūros gerinimo projektus (svarbiausi miesto keliai ir dviračių maršrutai) siekiant pritaikyti ją turizmo reikmėms: turizmo informacijos infrastruktūra (informaciniai stendai, ženklai, nuorodos į lankytinas vietas ir paslaugų objektus);
- aktyvinti daugiau negu vienai dienai atvykstančių turistų srautą.

#### Turizmo rinkodaros sritis

- kurti, formuoti patrauklų Šiaulių miesto ir regiono turistinį įvaizdį;

- nuosekliai didinti miesto ir regiono žinomumą užtikrinant aktyvią informacijos sklaidą šiuolaikiškais informacinių technologijų priemonėmis: skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros priemones;
- vykdyti rinkodaros priemones Lietuvos mastu, prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose (Latvijoje, Estijoje, Lenkijoje). Ateityje tikslinga pradėti pristatyti Šiaulių regioną ir kitose Europos valstybėse (Vokietija, Prancūzija, Italija, Ispanija, Švedija, Norvegija, Jungtinė Karalystė), kurios pagal atvykstančių turistų skaičių jau dabar patenka tarp populiariausių dešimties valstybių;
- 2024 metais bus vykdomos rinkodaros priemonės siekiant didinti Šiaulių miesto ir regiono žinomumą, pristatant konkurencingus turizmo produktus, informaciją apie turizmo galimybes: dalyvavimas parodose, leidinių leidyba, e-rinkodara, reklamos kompanijos, informacijos sklaida žiniasklaidos atstovams ir kt.;

#### Turizmo koordinavimo ir administravimo sritis

- skatinti Šiaulių regiono/Šiaurės Lietuvos turizmo bendradarbiavimą, siekiant bendro visų 7 savivaldybių, viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektų įgyvendinimo. Dabar regiono turizmo sektoriaus institucijos ir organizacijos bendradarbiauja per mažai, sulaukiama ne tiek daug turistų, kiek norėtusi, nes rūpinamasi, viešinami tik atskiros savivaldybės turistiniai išteklių, produktai, o ne destinacija – Šiaulių kraštas, Šiaurės Lietuva. Viena iš priemonių - suorganizuoti VIII Šiaulių krašto turizmo forumą.
- skatinti Šiaulių miesto/regiono turizmo konkurencingumą formuojant ir įgyvendinant vieningą regioninę turizmo plėtros politiką. Pagrindinis dėmesys turi būti skiriamas miesto ir regiono savivaldybių tarpusavio bendradarbiavimo skatinimui, bendros regiono turizmo politikos formavimui ir už tai atsakingos institucijos ar jungtinės veiklos sutarties veiklai, turizmo produktų rinkodaros / viešinimo / informavimo kampanijų įgyvendinimui. Svarstyti apie galimybę atnaujinti Šiaulių regiono turizmo politiką formuojančio darinio – Šiaulių regiono turizmo tarybos – veiklą;
- siekti efektyvesnio visų kitų su turizmo sektoriaus susijusių įstaigų bendradarbiavimo koordinavimo. Sąveika tarp TIC, turizmo operatorių, papildomų paslaugų teikėjų, bendruomenių, mokslo institucijų gali pasireikšti įvairiomis formomis: organizuojant bendrus seminarus, konferencijas, forumus, diskusijas, mokymus, informacijos sklaidos renginius, keičiantis informacija, rengiant ir įgyvendinant bendrus projektus, nemokamas konsultacijas ir pan., o visų pirma – vykdant bendras rinkodaros priemones;
- glaudžiau bendradarbiauti su apgyvendinimo įstaigomis siekiant aktyvinti turistų skaičius, miesto patrauklumą ir svetingumą: teikti nemokamą informacinę medžiagą, organizuoti darbinis susitikimus su aptarnaujančiu personalu, teikti konsultacijas;
- inicijuoti ir skatinti bendradarbiavimą su verslo įmonėmis siekiant aktyvinti miesto turistinį patrauklumą: sudaryti verslo turistams specialius (pagal jų poreikius) maršrutus/paslaugų paketus, teikti nemokamai informacinę medžiagą, konsultuoti;
- tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją ir gerinti turizmo srities verslumo įgūdžius. Turizmo sektoriaus darbuotojai kuria Šiaulių ir šalies turizmo ir jos svetingumo įvaizdį, o svetingumas – sudėtinė turizmo sektoriaus konkurencingumo dalis. Daugėja inovacijų, sparčiai modernizuojami procesai, atsiranda naujų turizmo plėtros iššūkių, taigi reikia aukštos kvalifikacijos specialistų.

#### VEIKSNIAI, TURINTYS ĮTAKOS CENTRO VEIKLAI IR VEIKLOS REZULTATAMS

- Geopolitinė šalies situacija. Saugumas – vienas iš svarbiausių veiksnių renkantis keliones. Turistai yra labai gerai informuoti apie įvykius pasaulyje, todėl, jei šalis ar vietovė nėra saugi, turistai tuoj pat renkasi kitą vietovę. Dėl karo Ukrainoje paskelbus nepaprastąją padėtį Lietuvoje, turistų srautai yra ženkliai sumažėję visoje šalyje, lyginant su kitomis Europos šalimis, labiau atsigavusiomis 2022 m. po dviejų metų pandemijos. Akivaizdu, kad tęsiantis karui ir 2024 metais, šalyje nebus ženklaus užsienio turistų augimo.
- Visuotinė pasaulyje pripažįstama, kad Turizmo informacijos centrų veiklai būdingas teikiamų paslaugų sukuriama ekonominio efekto neapčiuopiamumas. Dažniausiai Centro veiklos ekonominiai rezultatai išlieka už įstaigos ribų, o ne jos viduje: įvairiomis komunikacinėmis formomis informuodami turistus apie lankytinas vietas, objektus, maitinimo ar nakvynės

galimybes ir pan., skleisdami informaciją, neįmanoma gauti visapusiškos grįžtamosios informacijos, kur turistai apsilankė, kokioje įstaigoje paliko pinigus ir pan. Už pavienių ar organizuotų turistų, turizmo agentūrų ir visas kitas informavimo paslaugas, kurios yra pagrindinis Centro veiklos tikslas, Centras neima jokie mokesčio.

- Centro lankytojų statistika. Užsukančių turistų į Centrą statistika atspindi pavienių, individualių, neorganizuotų turistų skaičius. Remiantis Lietuvos ir pasaulio turizmo tyrimais, užsukančių į Centrus turistų skaičius dažniausiai sudaro apie 29 % nuo bendro miestą aplankiusių turistų skaičiaus. Šiaulių turizmo informacijos centras yra vienintelė įstaiga, fiksuojanti statistinius duomenis apie į miestą atvykstančius turistus (apsilankančius Šiaulių turizmo informacijos centre).

## II SKYRIUS TIKSLAS (KODAS 02)

### TIKSLAS (KODAS 02) – STIPRINTI MIESTO ĮVAIZDĮ PLĖTOJANT TURIZMO SEKTORIŲ

2015-2024 metų Šiaulių miesto strateginio plėtros plane patvirtintas 2 miesto ilgalaikis prioritetas – „Veržlus – konkurencinga verslo aplinka“; vienas strateginių tikslų, susijusių su turizmu – „stiprinti miesto įvaizdį plėtojant turizmo sektorių“. Šiam strateginiam tikslui įgyvendinti suformuoti 2 uždaviniai:

1. Vystyti Šiaulių miesto turizmo sektorių.
2. Vykdyti nekilnojamo kultūros paveldo pažinimo sklaidą ir atgaivinimą.

Šiaulių turizmo informacijos centro (toliau Centras) tikslas – stiprinti Šiaulių miesto ir regiono ekonominę, sociokultūrinę, rekreacinę gerovę per turizmo informacijos sklaidimą (skatinimą) ir vietos rinkodarą. Kiti centro tikslai: rinkti, kaupti ir turistams bei Šiaulių miesto svečiams teikti informaciją apie teikiamas turizmo paslaugas, lankytinas Šiaulių vietas ir objektus, skleisti informaciją apie Šiaulius mieste, regione, šalyje, užsienyje, plėtoti turizmo sektorių, reprezentuoti miestą pagal savo kompetenciją.

Eil. Nr.	Rezultato vertinimo kriterijaus pavadinimas ir matavimo vienetas	2022 metų faktas	2023 metų faktas	2024 metų planas	2025 metų planas	2026 metų planas
1.	TIC ir „Baltų kelio“ centro lankytojai (turistai) Šiaulių mieste, vnt.	38 348	37 490	37 500*	38 000*	38 500*
2.	Šiaulių turizmo informacijos centro ir „Baltų kelio“ centro interneto svetainių lankytojų (iš viso)	209 122	233 695	234 300*	234 900*	235 500*
2.1.	Iš jų: <a href="http://www.visitsiauliai.lt">www.visitsiauliai.lt</a> (naudotojų skaičius)	185 798	208 097	208 500*	208 900*	209 300*

Eil. Nr.	Rezultato vertinimo kriterijaus pavadinimas ir mato vienetas	2022 metų faktas	2023 metų faktas	2024 metų planas	2025 metų planas	2026 metų planas
2.2.	Iš jų: www.baltukelias.lt (naudotojų skaičius)	23 324	25 598	25 800*	26 000*	26 200*
3.	Facebook „Visit Šiauliai“ paskyra, vartotojų sk.	7 175	7 897	8 000*	8 200*	8 400*
4.	Facebook „Baltų kelias“ paskyra, vartotojų sk.	2 083	2 765	2 900*	3 100*	3 300*
5.	Surengtų ekskursijų gyvai (iš viso)	268	262	265*	270*	275*
6.	Centro suorganizuotų ekskursijų dalyvių skaičius; žm. sk.	5678	5363	5450*	5600*	5750*
7.	Surengtų edukacijų gyvai, sk.	35	83	85*	90*	95*
8.	Edukacijų dalyviai gyvai, sk.	881	1726	1770*	1870*	1970*
9.	Surengtų parodų gyvai (profesionaliųjų vizualiųjų menų; viešosiose miesto erdvėse), vnt.	-	3	2	2	2
10.	Surengtų renginių gyvai (koncertų, parodų atidarymų, spektaklių, etninės kultūros, mėgėjų meno, literatūrinių, kino meno, dizaino, architektūros, kultūros paveldo, tarpsritinių, socialinės atskirties renginių, susitikimų, akcijų ir pan.), vnt.	-	46	47	48	49
11.	Lankytojų gyvai (renginių, parodų, projektų ir kt. lankytojų, žiūrovų, klausytojų, skaitytojų, paslaugų vartotojų ir pan.), sk.	-	13 118	13 150	13 200	13 250
12.	Dalyvių (renginyje / parodoje / koncerte / projekte / festivalyje ir pan. gyvai dalyvavusių kūrėjų, atlikėjų, organizatorių, savanorių ir kt.), sk.	-	225	225	225	225
13.	Įgyvendintų projektų (LKT, VB, ES)	3	2	2	2	2
14.	Įgyvendinti miesto įvairzdžio rinkodaros strategijos gairių priemonių plano veiklą, vnt.		9	11	10	10
15.	Suorganizuotų Europos paveldo dienų renginių ciklą, vnt.	1	1	1	1	1
16.	Įvykdytų religinio turizmo skatinimo programų, vnt.	4***	9***	1	1	1

\*skaičiai gali būti mažesni dėl nenumatytų ekstremalių situacijų, lemiančių turistų srauto akivaizdų sumažėjimą. Pagrindinė prognozuojamo turistų/lankytojų skaičiaus kritimo priežastis – nepaprastoji padėtis dėl karo Ukrainoje. Taip pat turistų skaičių ženkliai lemia nauji, unikalūs ir patrauklūs objektai Šiaulių mieste (pvz. 2022 m. proveržį lėmė atidarytas objektas – ekskursijos į Katedros bokštą ir atviros architektūros savaitgalis „Pastatai kalba“). Pagal pasaulines turizmo ekspertų prognozes, turizmo sektoriaus atsigavimas geriausiu atveju planuojamas tik po 2024 - 2026 m., su sąlyga, jeigu pavyks išvengti nenumatytų globalinių krizių, sukrėtimų, naujų pandemijos bangų. \*\*\* 2022 ir 2023 metais rodikliai buvo: religinio turizmo skatinimo veiklos, o nuo 2024 metų – programos.

### III SKYRIUS TIKSLUI ĮGYVENDINTI SKIRTI UŽDAVINIAI IR PRIEMONĖS

**UŽDAVINYS (KODAS 02.02.02) Vystyti Šiaulių miesto turizmo sektorių**  
Uždaviniui realizuoti numatomos šios priemonės ir veiklos:

Kodas	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuojama reikšmė, 2024 metai
02.02.02.04	ĮGYVENDINTI MIESTO ĮVAIRZDŽIO RINKODAROS STRATEGIJOS GAIRIŲ PRIEMONIŲ PLANĄ	Įgyvendinta strategijos veiklą	Sk.	11
Eil. Nr.	Veiklos pavadinimas	Veiklos vertinimo pavadinimas	Mato vnt.	Sk.

1.	Informacinių ženklų, stendų, stulpų, nuorodų, infoterminalų ir kt. atnaujinimas	Atnaujinti informaciniai ženklai, stendai, stulpai, nuorodos	Pasl. Sk.	1
2.	Tarpdisciplininių renginių (mokslinių konferencijų, seminarų ir kt.) apie miestą organizavimas, pranešimų/straipsnių leidyba.	Suorganizuota tarpdisciplininių renginių, parengta pranešimų/straipsnių	Sk.	8
3.	Komunikacija per nuomonės formuotojus, žurnalistus, tinklaraštininkus ir pan.	Įrašai socialiniuose tinkluose	Sk.	8
4.	Reklaminių ploto/eterio (spaudos ar reklaminių pranešimų, reportažų ir kt.) kūrimas ir pirkimas užsienio ir šalies žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose.	Reklaminiis plotas/eteris	Sk.	30
5.	Dalyvavimas nacionalinėse, tarptautinėse turizmo, studijų, sporto, kultūros ir kitose parodose, renginiuose, šventėse, verslo misijose ir kt.	Renginiai (turizmo parodos, nacionalinės šventės, verslo misijos), kuriuose pristatytos Šiaulių miesto turizmo galimybės ir ištekliai	Sk.	7
6.	Turistiniai informaciniai ir reprezentaciniai leidiniai lietuvių ir užsienio kalbomis (popieriniai ir skaitmeniniai)	Turistine tematika išleisti spaudiniai	Sk.	2
7.	Miesto istorijų, sėkmės istorijų ir pan. ciklai (interviu, tinklalaidės, akcijos, fotoreportažai ir kt.);	Istorijų ciklas, apimantis nusimatytą komunikacijos vnt.	Sk.	1
8.	Edukacinių, rinkodarinių priemonių kūrimas (animaciniai filmukai, žaidimai, komiksai, piešinių konkursai ir kt.).	Sukurtos edukacinės, rinkodarinės priemonės	Sk.	1
9.	Reprezentaciniai suvenyrai, apranga.	Įsigyta reprezentacinė miesto apranga (naudojama atstovaujant miestą šalies ir tarptautiniuose renginiuose), suvenyrai-dovanos	Kompl.	1
10.	Internetinių puslapių <a href="http://visitsiauliai.lt">visitsiauliai.lt</a> ir <a href="http://baltukelias.lt">baltukelias.lt</a> palaikymas ir atnaujinimas.	Atnaujinta turizmo informacija interneto svetainėje ir kt. priemonėse, Facebook ir kt.	Sk.	5
		<a href="http://www.visitsiauliai.lt">www.visitsiauliai.lt</a>	Sk. (tūkst.)	190
		<a href="http://www.baltukelias.lt">www.baltukelias.lt</a>	Sk. (tūkst.)	24
		Facebook „Visit Šiauliai“ paskyra	Sk. (tūkst.)	8
		Facebook „Baltų kelias“ paskyra	Sk. (tūkst.)	2,7
11.	Informacinių – pažintinių turų organizavimas.	Suorganizuoti informaciniai – pažintiniai turai Lietuvos ir užsienio žiniasklaidos atstovams, turizmo sektoriaus specialistams	Sk.	2

Kodas	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato sk.	Planuojama reikšmė, 2024 metai
02.02.0 2.06	ĮGYVENDINTI PROJEKTĄ „KOKYBĖ KONTROLIUOJAMA“	Įgyvendinta projekto veiklą	Proc.	31

**UŽDAVINYS (KODAS 02.02.04) – Vykdyti nekilnojamo kultūros paveldo pažinimo sklaidą ir atgaivinimą.**

Uždaviniui realizuoti numatomos šios priemonės ir veiklos:

Kodas	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato sk.	Planuojama reikšmė, 2024 metai
02.02.0 4.03	DIDINTI RELIGINIO TURIZMO PRIEINAMUMĄ	Įvykdytos religinio turizmo skatinimo programos	Sk.	1
02.02.0 4.02	ORGANIZUOTI EUROPOS PAVELDO DIENŲ RENGINIUS	Suorganizuotų Europos paveldo dienų renginių ciklą	Sk.	1

**UŽDAVINYS (KODAS 02.03) – UŽTIKRINTI ĮSTAIGOS VEIKLĄ.**

Uždaviniui realizuoti numatomos priemonės ir veiklos

Eil. Nr.	Priemonės pavadinimas	Vertinimo priemonės pavadinimas	Mato vnt.	Planuojama reikšmė, 2024 metai
	<b>PRIEMONĖS</b>			
1.	Įstaigos išlaikymas ir darbuotojų samda	Etatų skaičius	Sk.	10,75
		Seminarų skaičius	Sk.	10
		Dalyvių seminaruose skaičius	Sk.	9
2.	Materialinės bazės stiprinimas: baldai, dviračiai, įvairi įranga ir priemonės.	Įsigyti baldai, dviračiai, įvairi įranga ir priemonės, sk.	Sk.	1

Direktorė

Rūta Stankuvienė

(Asignavimų valdytojo suderinimo žyma)

PATVIRTINTA

Šiaulių miesto savivaldybės administracijos direktoriaus  
2023-04-19 įsakymu Nr. A-625

Šiaulių miesto savivaldybės administracijos  
metinio veiklos plano rengimo tvarkos aprašo  
I priedas

ŠIAULIŲ TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO 2024 METŲ VEIKLOS PLANAS

Kodas	Pavadinimas	Vykdytojas	Atsakingas (-i) asmuo (-ys)	SP lėšos	2024 metų asignavima	Efekto/Rezultato/Produkto/Indėlio		2024 metai Planas
						Rodiklis	Mato vnt.	
02	<b>PROGRAMOS PAVADINIMAS - KULTŪROS PLĖTROS PROGRAMA</b>							
02 02	<b>PROGRAMOS TIKSLAS - STIPRINTI Miesto ĮVAIZDĮ PLĖTOJANT TURIZMO SEKTORIŲ</b>							
02 02 02	<b>UŽDAVINYS - VYSTYTI ŠIAULIŲ Miesto TURIZMO SEKTORIŲ</b>							
02 02 02 04	<b>ĮGYVENDINTI Miesto ĮVAIZDŽIO RINKODAROS STRATEGIJOS GAIRIŲ PRIEMONIŲ PLANĄ</b>	Šiaulių TIC	R. Stankuvienė	1.01	105,7		Sk.	11
02 02 02 04 01	Informacinių ženklų, stendų, stulpų, nuorodų, infoterminalų ir kt. atnaujinimas.	Šiaulių TIC	G. Tumulis, R. Stočkus	1.01	2,2		Pasl. sk.	1
02 02 02 04 02	Tarpdisciplininių renginių (mokslinių konferencijų, seminarų ir kt.) apie miestą organizavimas, pranešimų/straipsnių leidyba.	Šiaulių TIC	R. Stankuvienė, A. Valentėlis, V. Staševičiūtė, A. Sipavičienė	1.01	15,5		Sk.	8
02 02 02 04 03	Komunikacija per nuomonės formuotojus, žurnalistus, tinklaraštininkus ir pan.	Šiaulių TIC	R. Valančiūtė-Stupelienė, A. Valentėlis	1.01	3,0		Sk.	8
02 02 02 04 04	Reklaminio ploto/eterio (spaudos ar reklaminių pranešimų, reportažų ir kt.) kūrimas ir pirkimas užsienio ir šalies žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose.	Šiaulių TIC	A. Valentėlis, R. Valančiūtė-Stupelienė	1.01	12,0		Sk.	30

tūkst. Eur



02 02 02 04 05	Dalyvavimas nacionalinėse, tarptautinėse turizmo, studijų, sporto, kultūros ir kitose parodose, renginiuose, šventėse, verslo misijose ir kt.	Šiaulių TIC	A. Valentėlis, R. Stankuvienė	1.01	34,0	Renginiai (turizmo parodos, nacionalinės šventės, verslo misijos), kuriuose pristatytos Šiaulių miesto turizmo galimybės ir ištekliai.	Sk.	7
02 02 02 04 06	Turistiniai informaciniai ir reprezentaciniai leidiniai lietuvių ir užsienio kalbomis (popieriniai ir skaitmeniniai).	Šiaulių TIC	A. Valentėlis, R. Valančiūtė- Stupelienė, R. Šeikuvienė	1.01	12,5	Turistine tematika išleisti spaudiniai.	Sk.	2
02 02 02 04 07	Miesto istorijų, sėkmės istorijų ir pan. ciklai (interviu, tinklalaidės, akcijos, fotoreportažai ir kt.).	Šiaulių TIC	A. Valentėlis, R. Valančiūtė- Stupelienė,	1.01	8,0	Istorijų ciklas, apimantis nusimatyta komunikacijos vnt.	Sk.	1
02 02 02 04 08	Edukacinių, rinkodarinių priemonių kūrimas (animaciniai filmukai, žaidimai, komiksai, piešinių konkursai ir kt.).	Šiaulių TIC	A. Sipavičienė, G. Tumulis	1.01	10,0	Sukurtos edukacinės, rinkodarinės priemonės.	Sk.	1
02 02 02 04 09	Reprezentaciniai suvenyrai, apranga.	Šiaulių TIC	I. Vozgirdienė, R. Stankuvienė	1.01	0,5	Išgyta reprezentacinė miesto apranga (naudojama atstovaujant miestą šalies ir tarptautiniuose renginiuose), suvenyrai-dovanos.	Kompl.	1
02 02 02 04 10	Internetinių puslapių visitisiauliai.lt ir baltukelias.lt palaikymas ir atnaujinimas.	Šiaulių TIC	I. Pilypas, A. Valentėlis, I. Vozgirdienė, R. Valančiūtė- Stupelienė	1.01	5,0	Atnaujinta turizmo informacija interneto svetainėje ir kt. priegose, Facebook ir kt. Interneto svetainės ir Facebook paskyros vartotojų sk. (tūkst.) www.visitisiauliai.lt, www.baltukelias.lt, FB paskyra "Visit Šiauliai", FB paskyra "Baltų kelias".	Sk.	5 190 (tūkst.) 24 (tūkst.) 8 (tūkst.) 2,7 (tūkst.)
02 02 02 04 11	Informacinių – pažintinių turų organizavimas	Šiaulių TIC	A. Valentėlis, V. Staševičiūtė	1.01	3,0	Suorganizuoti informaciniai – pažintiniai turai Lietuvos ir užsienio žiniasklaidos atstovams, turizmo sektoriaus specialistams.	Sk.	2
02 02 02 06	<b>ĮGYVENDINTI PROJEKTĄ „KOKYBĖ KONTROLIUOJAMA“</b>	Šiaulių TIC	R. Stankuvienė, V. Pervainė	1.01	41,8	Igyvendinta projekto veiklų	Proc.	31
<b>02 02 04</b>	<b>UŽDAVINYS - VYKDYTI NEKILNOJAMO KULTŪROS PAVELDO PAŽINIMO SKLAIDA IR ATGAIVINIMA</b>							
02 02 04 03	<b>DIDINTI RELIGINIO TURIZMO PRIEINAMUMĄ</b>	Šiaulių TIC	V. Staševičiūtė, R. Stankuvienė	1.01	10,0	Ivykdytos religinio turizmo skaitinimo programos	Sk.	1

02 02 02 03	<b>ORGANIZUOTI EUROPOS PAVELDO DIENŲ RENGINIUS</b>	Šiaulių TIC	V. Staševičiūtė, G. Tumulis	1.01	1,5	Suorganizuotų Europos paveldo dienų renginių ciklų	Sk.	1
<b>02 02 03</b>	<b>UŽDAVINYS - UŽTIKRINTI ĮSTAIGOS VEIKLĄ</b>							
02 02 03 01	Įstaigos išlaikymas ir darbuotojų samda	Šiaulių TIC	R. Stankuvienė	1.01	275,4	Etatų skaičius	Sk.	10,75
						Seminarų skaičius	Sk.	10
02 02 03 02	Materialinės bazės stiprinimas: baldai, dviračiai, įvairi įranga ir priemonės.	Šiaulių TIC	R. Stankuvienė	1.09	35,0	Dalyvių seminaruose skaičius	Sk.	9
						Įsigyti baldai, dviračiai, įvairi įranga ir priemonės, sk.	Sk.	1

#### FINANSAVIMO ŠALTINIŲ SUVESTINĖ

Kodas	Pavadinimas	2024 metų asignavimai
<b>1.</b>	<b>SAVIVALDYBĖS BIUDŽETAS IŠ VISO, IŠ JO:</b>	
1.01.	Savivaldybės biudžeto lėšos (SB)	434,4
1.02.	Skolintos lėšos (PS)	
1.03.	Lėšos ugdymo reikmėms VB (UR)	
1.04.	Lėšos valstybinėms funkcijoms VB (VF)	
1.05.	Valstybės biudžeto lėšos (VB)	
1.06.	Kelių priežiūros ir plėtros programos lėšos VB (KPPP)	
1.07.	Valstybės investicijų projektų lėšos VB (VIP)	
1.08.	Europos Sąjungos lėšos (ES)	
1.09.	Įstaigos pajamų lėšos (PL)	35,0
1.10.	Lėšų likutis ataskaitinio laikotarpio pabaigoje (LIK)	