BALTIC TOURS

Baltic Tours Group, UAB
VEIKLOS ATASKAITA

2021

2021–ieji turizmui buvo ypatingi metai – amerikietiškų kalnelių laikas, kai pandeminius ribojimus keitė dar griežtesni ribojimai, kai gerėjantys sergamumo rodikliai leido pamažu sutirpti turizmą kausčiusiam ledynui.

Tai, drįsčiau pavadinti, didžiausi tolerancijos metai, kai išgyvenome turizmo industrijos nesusipratimų virtinę. Atsigavimo laikas pareikalavo kantrybės, pastangų ir supratingumo.

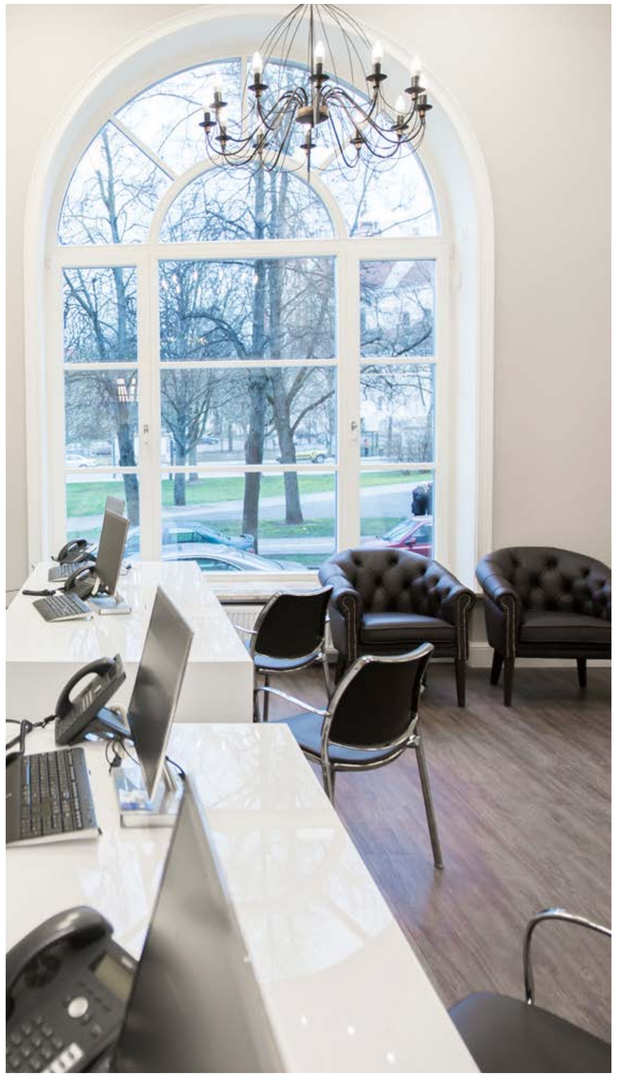
Įmonės vardu dėkoju mūsų ištikimiems klientams. Jūsų palaikymas leido mums nuosekliai dirbti.

Dėkoju komandai – nuostabiems turizmo profesionalams, kurių dėka buvo atverstas naujas turizmo istorijos lapas.

Linkiu keliauti!

Nesustok. Pasaulis – platus!

Sigitas Fabijonavičius
Generalinis direktorius



Baltic Tours Group, UAB

valdo prekės ženklus:

Baltictours.lt, Baltictours.com, Lektuvubilietai.lt, Skrendu.lt, Aero.lv

Įmonės veikla apima penkias sritis:

- Lėktuvo bilietų pardavimas B2C ir B2B klientams
- Su lėktuvo bilietais ir kelionėmis susijusių paslaugų pardavimas
- Išvykstamasis turizmas (poilsinės, pažintinės, tarnybinės ir verslo kelionės)
- Atvykstamasis turizmas į Baltijos šalis
- Kūryba, edukacija ir turizmo verslo projektai

Dirbame skubantiems

Pažinimo džiaugsmas, turiningos atostogos ir kokybiškas poilsis. Esame reikalingi skubančiam žmogui.

Randame optimaliausius verslo, tarnybinių, atostogų, laisvalaikio ir proginių kelionių pasiūlymus. Ilgametė įmonės strategija yra grindžiama pamatuota verslo rizika ir lyderyste Lietuvos turizmo rinkoje.

APYVARTA

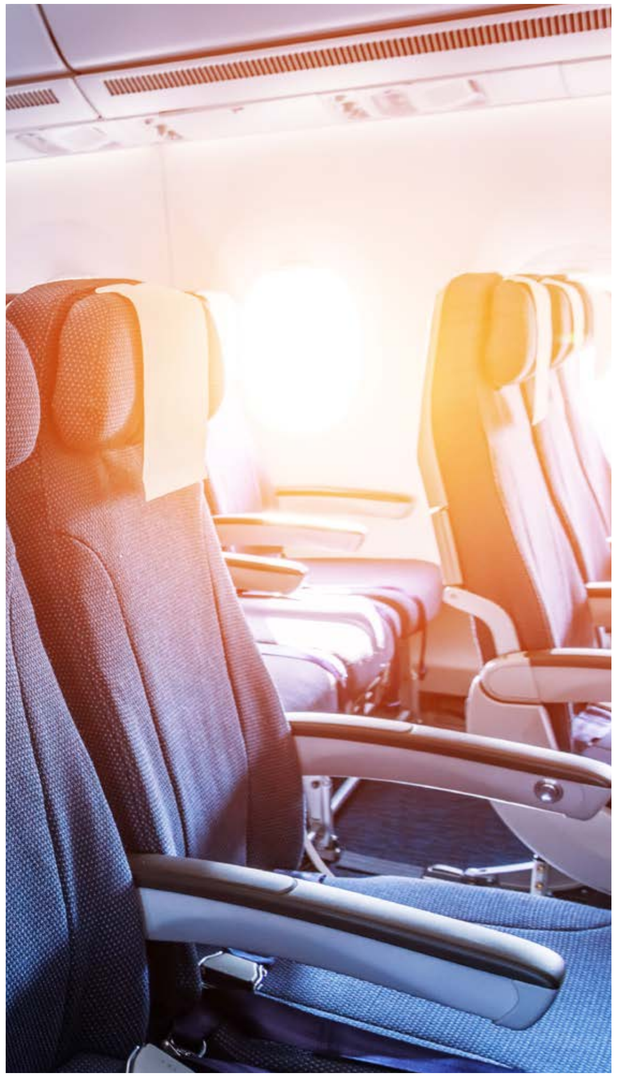
13,38 mln. Eur (2021)
14,21 mln. Eur (2020)
40,77 mln. Eur (2019)

DARBUOTOJAI

22 profesionalai (2021)
18 profesionalų (2020)
42 profesionalai (2019)

VEIKLOS GEOGRAFIJA

95 šalys (2021)
87 šalys (2020)
98 šalys (2019)



2021-ieji kelionių ilgesio metai

Per pandeminius metus visas turizmo ir svetingumo sektorius pasaulyje neteko apie 200 mln. darbuotojų, dalis – persikvalifikavo, dalis laukė pandemijos pabaigos, tačiau iš esmės paslaugų, darbuotojų ir infrastruktūros tinklas dramatiškai sutrūko.

Šiam tinklui atkurti reikalingi papildomi resursai, todėl ir dėl popandeminės infliacijos, ir dėl nesubalansuotų resursų, kelionių kainos turėjo tendenciją augti. Nepaisant augančių kaštų, kelionių ilgesys skatino keliautojus grįžti prie senųjų įpročių ir paskambinti savo kelionių agentui.

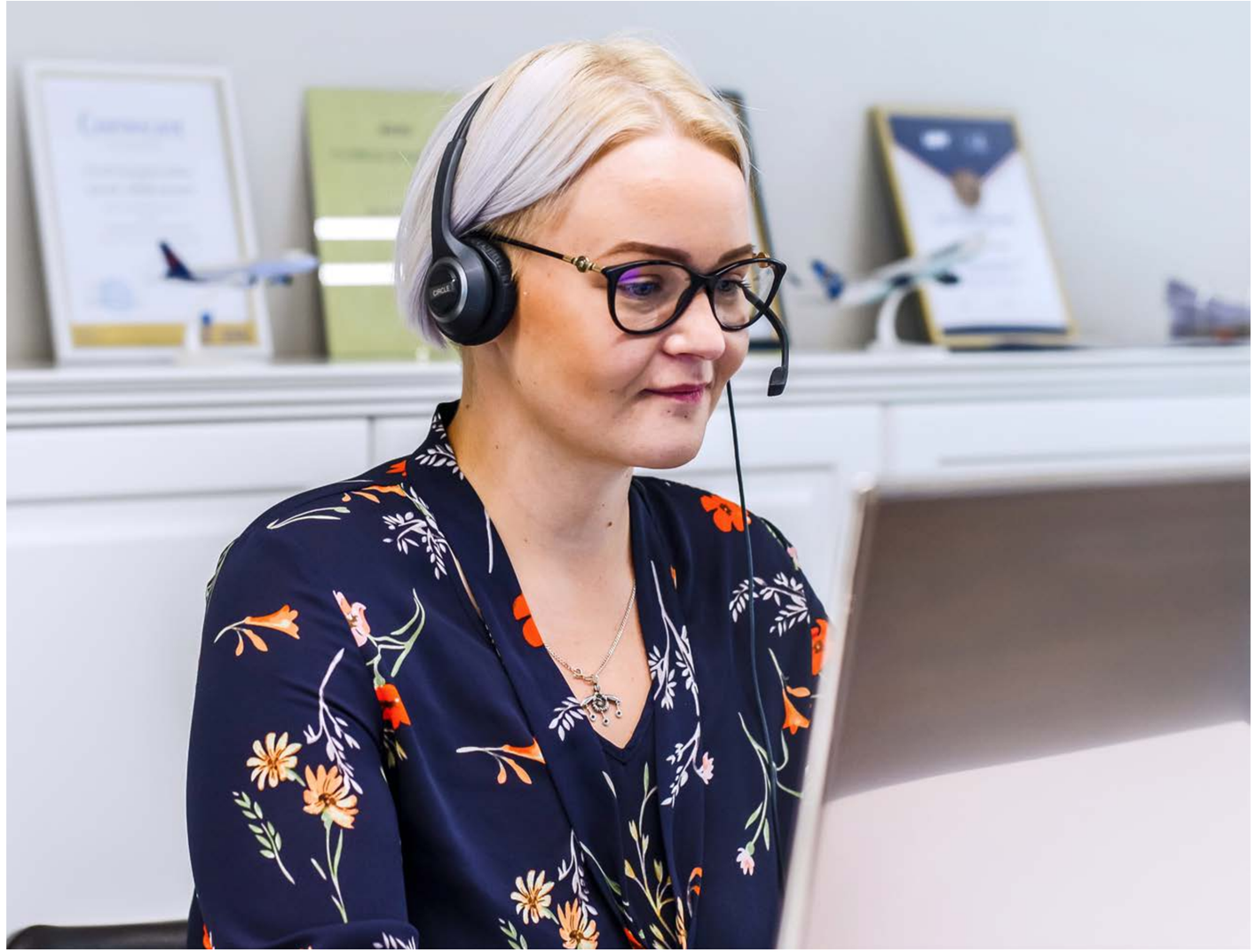
Baltic Tours 2021 m. didžiuojasi, nes:

- pavyko užtikrinti **verslo tęstinumą,**
- turėjome ypatingai susitelkusią **komandą,**
- **visiškai atsiskaitėme su klientais** už neįvykusias organizuotas keliones.

Patirtys

Metai mūsų įmonę užgrūdino, vertė kūrybiškai mąstyti, elgtis netradiciškai, gerokai peržengti buvusias komforto ribas.

Esame labai dėkingi mus palaikiusiems lojaliems klientams – visiškai sustabdžius atvykstamojo turizmo ir kūrybos skyriaus veiklas, sėkmingai tęsėme lėktuvo bilietų ir organizuotų poilsinių bei pažintinių kelionių pardavimus.



Naujieji keliautojų tipai

Mes kartojome, kad kelionės – tai galimybė nestovėti vietoje, atsikratyti klaidingų stereotipų ir vienas esminių dalykų – sukaupti neįkainojamą turtą, apsivalyti nuo kasdienybės monotonijos, gerinti psichinę sveikatą, kolekcionuoti svajones ir prisiminimus.

Rūpindamiesi savimi, turime saugoti ir fizinę, ir psichinę savijautą, o kelionės daugeliui yra geriausias vaistas nuo nerimo, nuovargio ir rutinos.

Metai – pakankamas laikotarpis susiformuoti naujiems įpročiams. Kaip stebėjome, keliautojai pasidalijo į tris grupes:

PAŽEIDŽIAMIEJI, kurie ypatingai saugosi viruso ir visiškai užsidarė namuose

NAUJIEJI „NAMINUKAI“ – tai buvę aktyvūs žmonės, kurie susitaikė su namine realybe ir vis vangiau kelia koją į lauką

„GYVIEJI“ – ypatingai išsiilgę gyvo kontakto ir aplinkos pakeitimo

Verslo diskusija „ReThink! Business“

2021 m. spalio 20 d. vykusioje „Verslo žinios“ organizuotoje verslo diskusijoje „ReThink! Business“ įmonės atstovė Rasa Levickaitė pristatė verslo atvejį „Pandeminė sumaištis turizmo versle: grąžinkite mums keliones!“

“ Pranešimo metu Rasa pasakojo, kaip pandeminis įšalas turizmo sektorių įspraudė į veiklos spąstus, kaip įmonės strategija per kelias savaites neteko prasmės, tačiau virto juodraščiu akimirkos aktualumo darbų planui, kuris padėjo nesiblaškyti ir įgyvendinti tai, kas padėtų išsaugoti verslą.

Tourism Innovation Summit (TIS) Seville

2021 m. lapkričio 10–12 d. Sevilijoje vyko kasmetinis Turizmo inovacijų forumas. Šiais metais renginyje dalyvavo įmonės atstovė Rasa Levickaitė. Renginyje mišriu būdu dalyvavo 5000+ klausytojų ir 400+ pranešėjų.

“ Vėlyvas ruduo Sevilijoje verslo pietus džiugino grynu oru, saule ir palmių pavėsiu.

Ispanija yra vienas iš tų pavyzdžių, kur kartotinių turistų skaičius į šią šalį yra vienas didžiausių. Gįžimo į jau viešėtas šalis, o ne naujų krypčių paieškos motyvas šiais metais yra ypatingai aktualus.

Tourism Innovation Summit (TIS) Seville

Turizmo profesionalų renginio metu diskutuoti faktai, kuriais dalijasi Rasa.

1. SOCIALINĖS MEDIJOS

Reikia pripažinti, kad socialinės medijos nebėra įkvėpimo šaltinis. Švedų kuriama gatvių kamerų fotografavimo infrastuktūra turistams leis nebesidaryti neproporcingų asmenukių, o turėti kataloguotų vaizdų pasirinkimus pasidaryti ultra gražias nuotraukas, kurias sistema iš karto siųs į vartotojo įrenginį su pasiūlomais soc. medijų įrašo tekstais. Grįžtant prie realybės, per pandemiją turizmo socialinės medijos tapo integruotu skundų kanalu...

2. PASITIKĖJIMAS

Turizmas per pandemiją susidūrė su pasitikėjimo klausimu, neanalizuojant, skolos grandinės priežasčių, nes vartotojui kaip ir nerūpi. Bet! Atsakomybės ir lėšų grąžinimo klausimai yra reglamentuojami valstybių įstatymais ir draudimo bendrovių taisyklėmis, tačiau bet kokios praktikos įveiklinimui reikia laiko. Po pandeminio košmaro pasitikėjimas yra rimta priežastis, dėl kurios pakito lojalumas kelionių agentūroms, viešbučių tinklams, skrydžių bendrovėms. Nes visada gera ten, kur manęs nėra (nebuvo).

3. IŠSKYDUSI AIŠKUMO RIBA

Kelionių verslo subjektams Covid-19 dokumentacija, nuolatiniai pokyčiai dėl šalių taikomų taisyklių sukelia dvigubai daugiau darbo. Keliautojai neretai numoja ranka, pamatę oficialiuose šalių puslapiuose reikalaujamų dokumentų sąrašus ir atideda keliones. Didžiausias pasiekimas – nuo vasaros daugmaž suvienodintas kelionių taisyklių taikymas ES erdvėje. Tačiau, norintiems keliauti ir nenuleisti rankų patariama tiesiog skirti papildomą valandą, pasiskaityti taisykles ir nebebus taip baisu. Skiepytiems turistams sąlygos paprastėja ir atsiveria vis daug šalių.

Tourism Innovation Summit (TIS) Seville

4. PRISITAIKYMAS

Psichologai sako, jei negali prisitaikyti – susitaikyk. Šiai dienai kito pasirinkimo nėra. Pavyzdžiui, viešbučiai nebepardavinėja kambarių, o parduoda patirtis, siūlo integruotus pandeminius paketus (Tailando atvejis). Skrydžio bendrovės taiko kovidines išimtis, muziejai – prašo iš anksto suplanuoti atvykimo laiką. Anksčiau mąstėme, kad mano atostogos ir darau, ką noriu. Dabar – tai mūsų atostogos ir drauge darome, kad abiems pusėms būtų gerai.

5. ATSPARUMAS

Tai aukščiausios prabos verslo savybė. Niekas tiek nebevertina patirties, inovatyvumo, reklaminio veido. Atsparumas tiek individualiu, tiek organizaciniu lymeniu suformuoja naują verslų pamatą, ant kurio statysime atsigaunantį turizmą.

6. PROBLEMOS

Turizmo ir svetingumo problema išlieka ribojimai, sunkiai prognozuojami turistų srautai, keliautojų baimė rizikuoti (susirgsiu prieš kelionę, keliaujant ar išvykus į svečią šalį). Dar didesnė problema – iširęs partnerystės tinklas, tebesitęsianti skolos grandinė, prarastas pasitikėjimas ir pats didžiausias galvos skausmas – personalas.

7. VADYBA

Daug metų akcentuojant prekės ženklo ir marketingo svarbą, krizės metu išgyvenusioms turizmo įmonėms labiausiai padėjo finansų, personalo, pokyčių vadybos ir verslo administravimo įgūdžiai. Kokia klasika!

Tourism Innovation Summit (TIS) Seville

8. ATSIGAVIMAS

Per 2021 m. I pusm. pasaulyje į užsienio šalis keliavo apie 54 mln. turistų. Tai yra 67 proc. mažiau lyginant su tuo pačiu 2019 metų laikotarpiu. Šie skaičiai yra ženklas, kad turizmo industrija nuosekliai atsigauna, o 2022 metai tikimasi, kad bus proveržio laikas, kada turizmas pradės grįžti į priešpandeminę situaciją.

9. KONKURENCINGUMAS

Naujasis turizmo atsigavimo kursas yra grindžiamas vieningų technologijų taikymu šioje industrijoje. Akcentuojami veiksniai – pasitikėjimas, tvarumas, įtraukus turinys, skaitmeniniai įrankiai, technologijos – darysiantys lemiančią įtaką turizmo konkurencingumo didinimui artimiausioje ateityje.

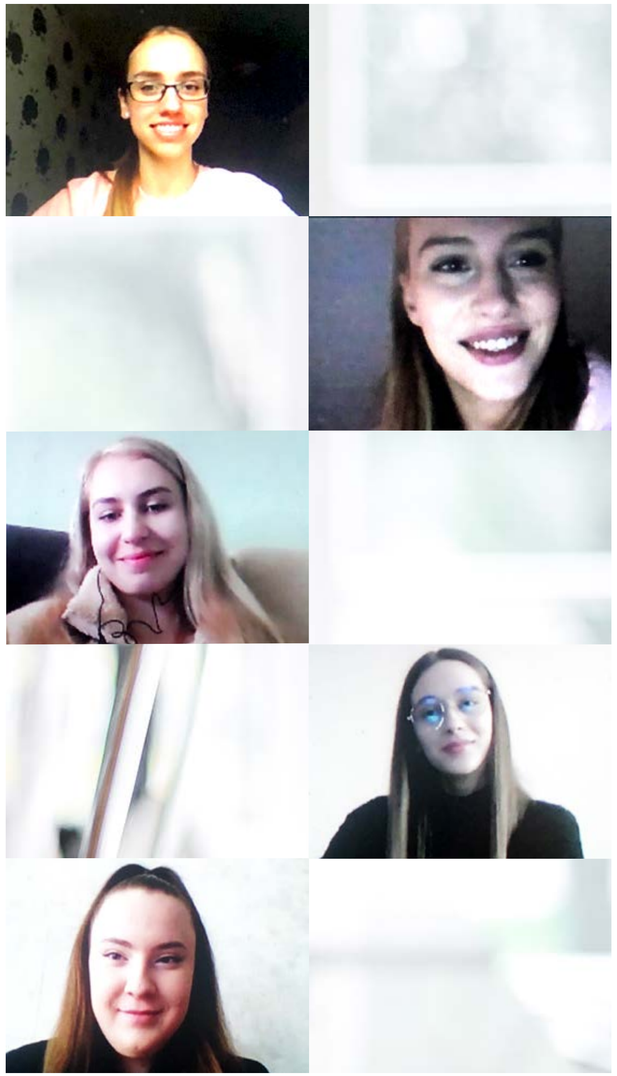
10. VERTA ŽINOTI

Masinis turizmas jau seniai yra orientuotas į vidutinį, o ne unikalų vartotoją. Unikalaus turizmo koncepcija popandeminiu laikotarpiu pereina į visiškai kitą finansinę kategoriją nei buvo iki šiol.

„Tourism Innovation Summit ‘21“ pagrindinės popandeminės situacijos sprendimo temos – skaitmeninimas ir inovacijos, psichinė sveikata ir įkvėpimas veikti, grįžimas prie off-line turizmo modelio ir klasikinio darbo įgūdžių lavinimas, priauginta realybė ir futuristinė perspektyva.

„Covid-19 is not an excuse anymore!“ – tai buvo „Tourism Innovation Summit ‘21“ fabula. Turizmas pagaliau įsitikino, kad yra sudėtingos ekosistemos dalimi, o ne fragmentiškas įrašas Rekvizitai.lt.

Kūrybinė praktika



Šiais metais Baltic Tours atnaujino kūrybinę praktiką – tai laisvo susitarimo mokymosi ir idėjų dalijimosi programa, kurios metu keičiamasi kūrybinėmis patirtimis, vykdomi kūrybiniai projektai ir tobulinami marketingo, skaitmeninio turinio, kūrybinio turinio gamybos įgūdžiai pritaikant juos praktiškai.

- Kūrybinės praktikos metu dirbama su 6 prekės ženklais.
- Rekomenduojamas laisvanoriškos praktikos laikas – 2 mėn.
- Programos pabaigoje praktikos vadovas pateikia rekomendaciją.

Per 2021 metus įvairios trukmės kūrybinę praktiką sėkmingai baigė 8 praktikantai, 2 iš jų buvo pakviesti įsidarbinti įmonėje. Per tuos pačius metus 6 studentai įmonėje atliko universitetinę praktiką, 1 iš jų buvo pakviestas tęsti darbus klientų aptarnavimo skyriuje.

Per metus – virš 30 interviu visuomenei aktualiomis temomis:

- Pandemijos poveikis ir popandeminiai turizmo scenarijai,
- Pandeminių ribojimų įtaka keliavimui,
- Sezoninės kelionių kryptys,
- Patarimai keliautojams,
- Augančios kelionių paslaugų kainos ir priežastys.

Baltic Tours Group, UAB
Vašingtono a. 1, Vilnius
+370 5 266 1616
info@baltictours.lt

BALTIC TOURS

www.baltictours.lt
www.facebook.com/baltictoursgroup
www.linkedin.com/company/baltic-tours-group
www.instagram.com/baltictours.lt