

**Uždarnosios akcinės bendrovės
„Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“
direktorius ataskaita už 2013 m.
Druskininkų savivaldybės tarybai**

TRUMPAS APRAŠYMAS

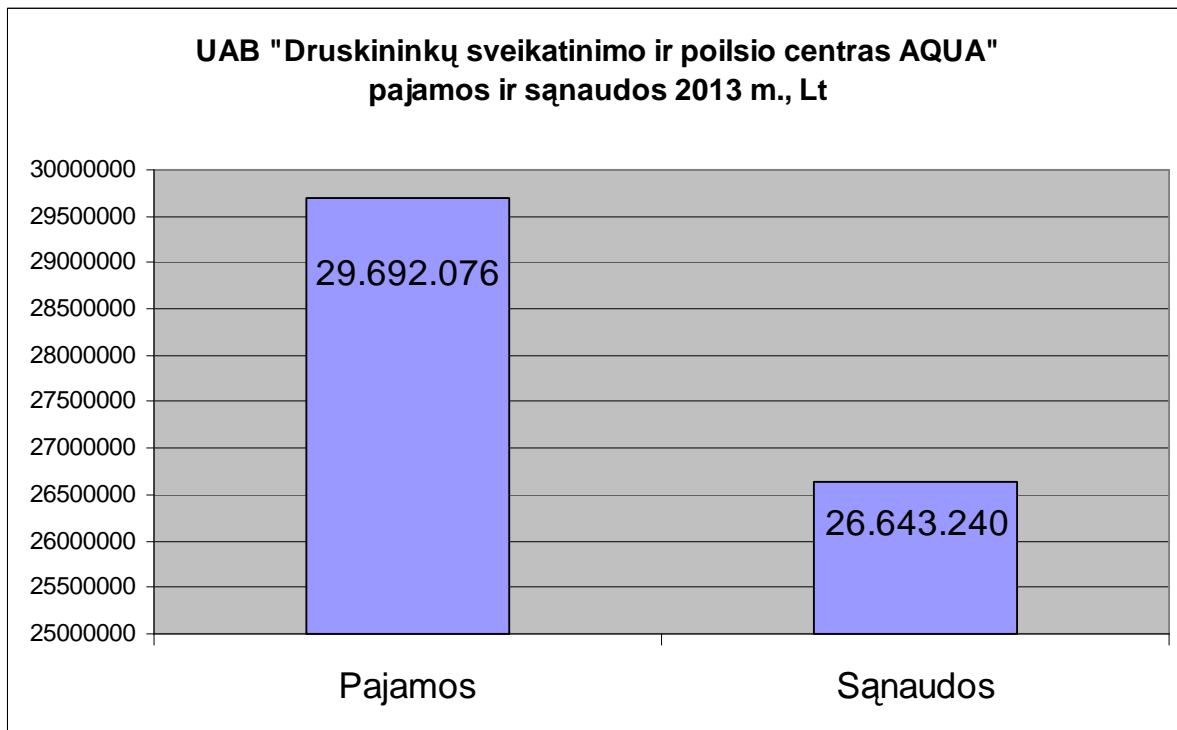
2013 m. kovo 29 d. įvyko UAB „Druskininkų vandentiekis“ ir UAB „Druskininkų pramogų parkas“ reorganizavimas prijungimo būdu, prijungiant UAB „Druskininkų vandentiekis“ ir UAB „Druskininkų pramogų parkas“ prie UAB „Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“, kuri po reorganizavimo, perėmusi visą UAB „Druskininkų vandentiekis“ ir UAB „Druskininkų pramogų parkas“ turtą, teises ir pareigas, tęsia veiklą.

UAB „Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“ įstatinis kapitalas yra 510 000 Lt, kurį sudaro 510 paprastųjų vardinių nematerialiųjų akcijų, o vienos akcijos nominali vertė yra 1000 Lt. Bendrovės veiklos adresai yra Vilniaus al. 13-1, Vilniaus al. 13-2, Vilniaus al. 9, Vilniaus al. 11, Druskininkai.

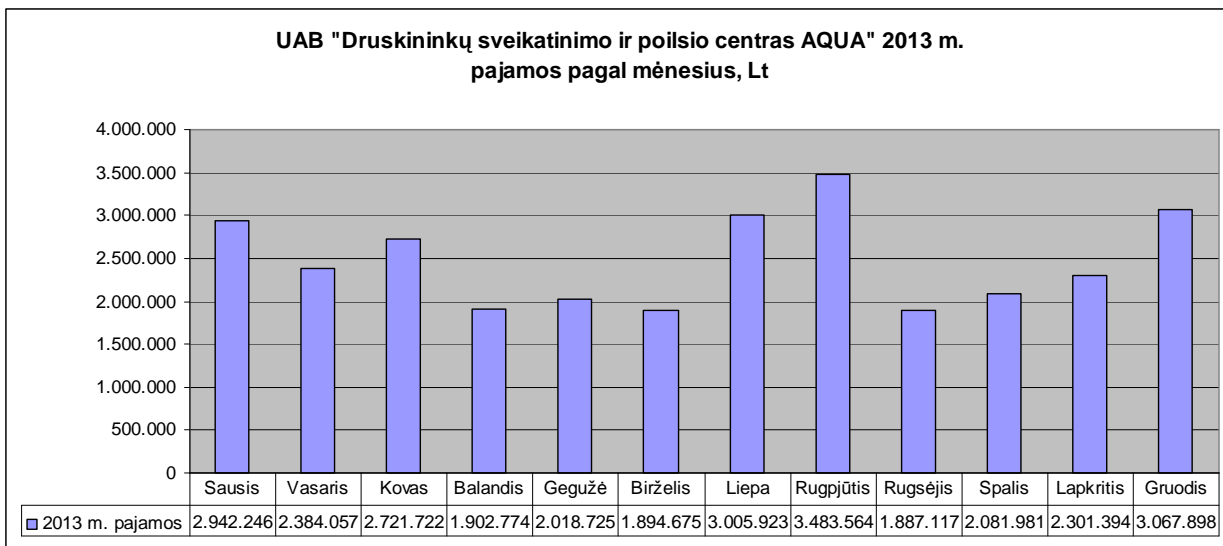
2013 m. balandžio 2 d. Druskininkų savivaldybės administracijos direktorės įsakymu NR. V-35-257 4-riems metams patvirtinta bendrovės valdyba, susidedanti iš 5 narių, savivaldybės administracijos tarnautojų. 2013 m. įvyko 12 UAB „Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“ valdybos posėdžių.

FINANSINIAI VEIKLOS REZULTATAI

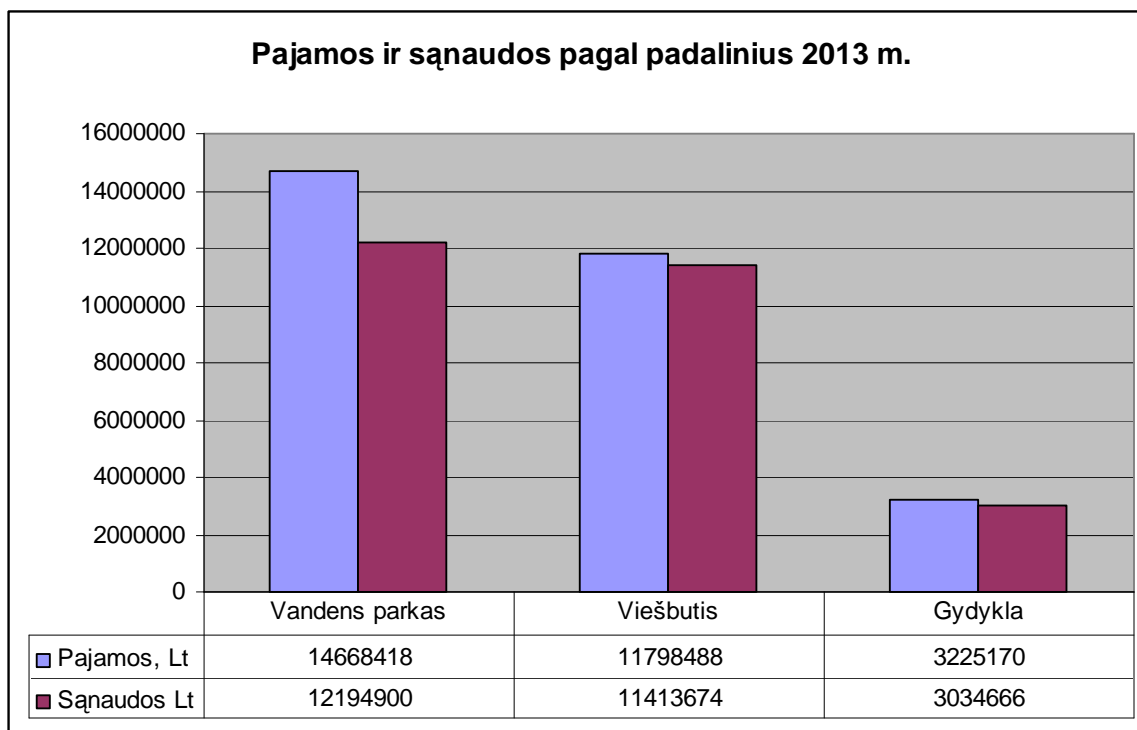
Įmonei 2013-ieji finansiniai metai buvo sėkmingi – pasiektas 3 mln. ikimokestinis pelnas.



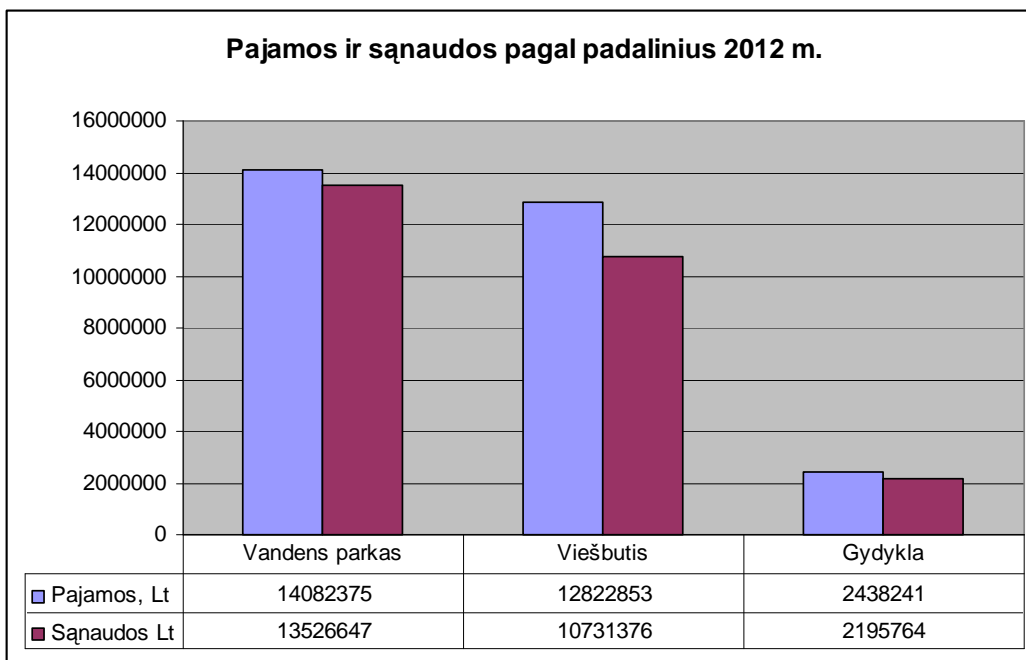
Lyginant 2013 m. pajamas su 2012 m. bendromis vandens parko, viešbučio ir gydyklos pajamomis, jos išaugo 1,2 %, o lyginant šių laikotarpių sąnaudas, 2013 m. jos padidėjo 0,7 %.



Daugiausiai pajamų 2013 m. buvo gauta liepos ir rugpjūčio mėn., mažiausiai – birželio ir rugsėjo mėn. Didesnes pajamas tam tikrais mėnesiais įtakojo padidėję lankytojų srautai ir aukštesnių kainų (savaitgalio/šventinių laikotarpių) taikymas.



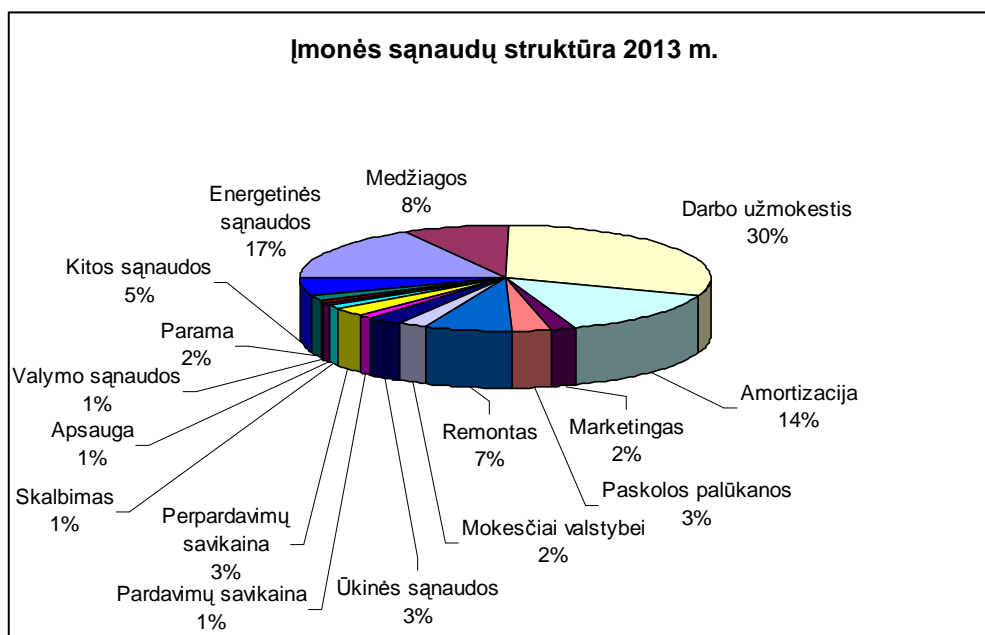
2013 metais didžiausia pajamų dalis - 49,4% - gauta iš vandens parko veiklos, viešbučio pajamos sudarė 39,7%, o gydyklos 10,9% visų įmonės pajamų. Vandens parko veiklos sąnaudos sudarė 45,8 %, viešbučio 42,8%, o gydyklos 11,4% visų patirtų veiklos sąnaudų.



2013 metais, palyginus su ankstesniais metais, vandens parko pajamos išaugo 4,2 %, gydyklos – 32,3 %, o viešbučio pajamos sumažėjo 8,0 %. Po reorganizacijos viešbutis neteko pajamų už elektros stoties nuomą vandens parkui.

2013 metais, lyginant su ankstesniais metais, vandens parko sąnaudos sumažėjo 9,8 %, o viešbučio ir gydyklos veiklos sąnaudos išaugo atitinkamai 6,4 % ir 38,2 %.

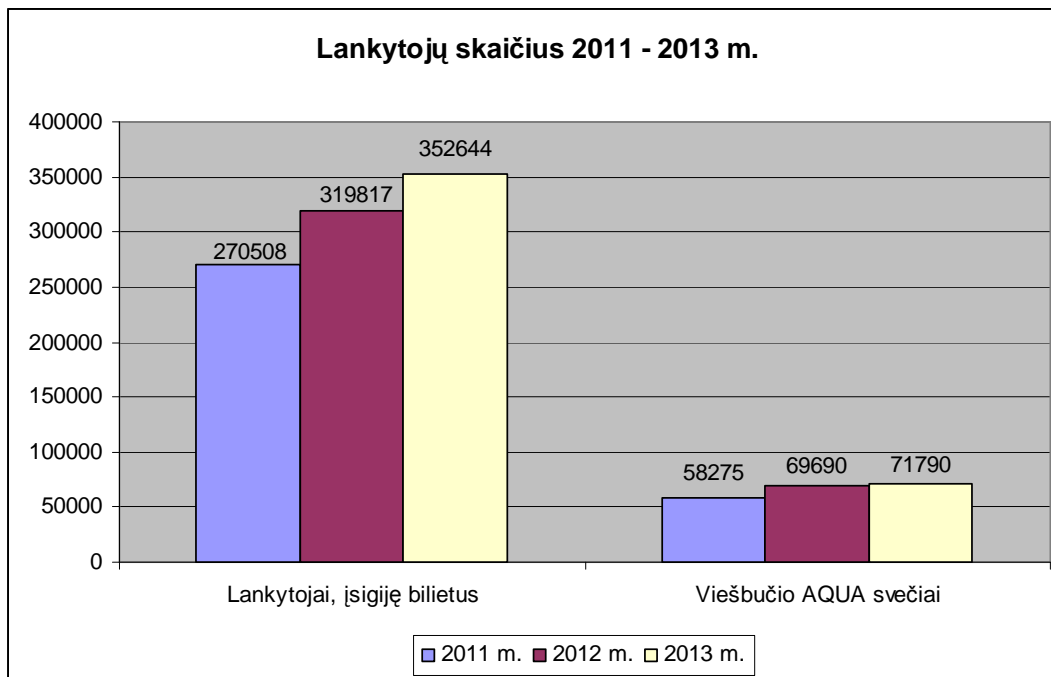
Svarbiausios gydyklos sąnaudų augimo priežastys – mineralinio vandens baseino rekonstrukcija, gydyklos fasado atnaujinimo darbai, naujo gydyklos procedūrų kabineto įrengimas viešbučio korpuse, gydyklos šilumos punkto rekonstrukcijos darbai, gydymo salės persirengimo kabinų, holo, laiptinės ir kabinetų remontas, biušetės įrangos remontas bei oro užuolaidų įrengimas, jonoterapijos įrangos vandentiekio įrengimas, povandeninio masažo vonių ir daugiavilniškų kapsulės remontas, purvo telferio remontas, baseino automatinio cheminių reagentų dozatoriaus įsigijimas, mineralinio vandens gręžinių įrangos remontas bei durpyno tvarkymo darbai. Viešbučio sąnaudų padidėjimo priežastys – kambarių remonto darbai, kapitalinis viešbučio baldų, įrangos ir inventoriaus atnaujinimas.



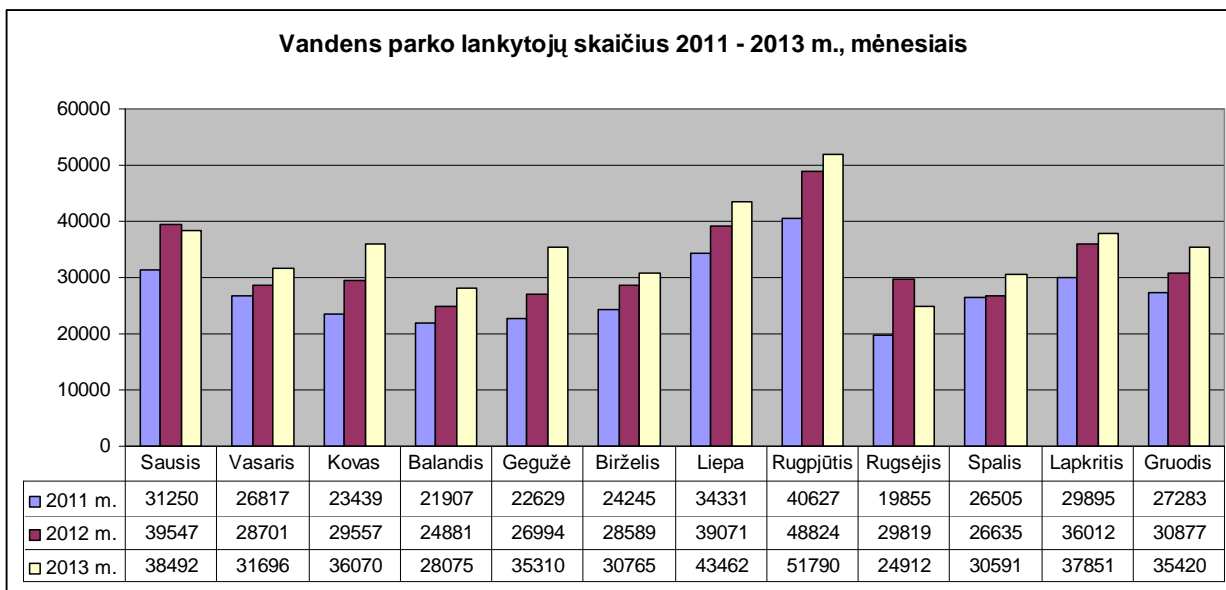
Didžiausią sąnaudų dalį (30 proc.) sudarė darbo užmokestis ir mokesčiai Sodrai. Kitos pagrindinės sąnaudų grupės – energetinės sąnaudos (17 proc.), amortizacija (14 proc.), medžiagų (8 proc.) ir remonto (7 proc.) sąnaudos.

VANDENS PARKO LANKYTOJAI

2013 m. vandens parkas sulaukė 424 434 lankytojų, t.y. 9 % daugiau nei 2012 m. ir 29 % daugiau nei 2011 m.



2013 metais didžiausi lankytojų srautai buvo sausio, liepos ir rugpjūčio mėnesiais, mažiausi – balandžio ir rugsėjo mėnesiais. Lankytojų skaičiaus augimas 2013 metais siejamas su bendru turistų srautų padidėjimu Druskininkuose (pagal Druskininkų TVIC duomenis turistų skaičius išaugo 4,35 % palyginus su 2012 m.).



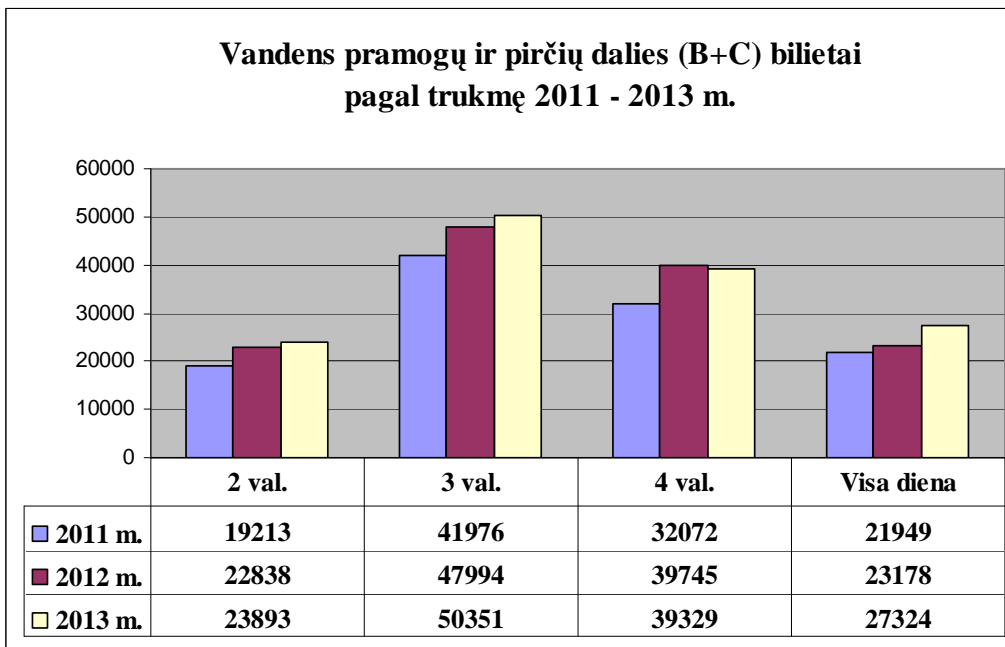
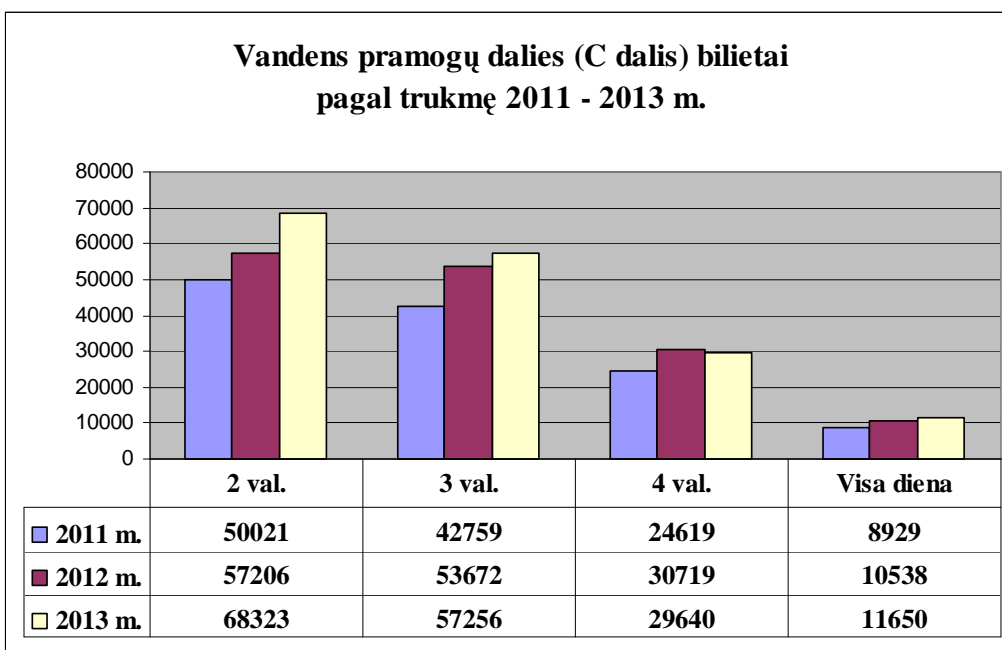
Lankytojų skaičiaus pokyčiai lyginant su 2012 m. atitinkamais mėnesiais buvo didžiausi kovo ir gegužės mėn., t.y. 2013 m. skaičius atitinkamai išaugo 22 % ir 31 %.

Kovo mėn. augimo priežastis - didesnis nedarbo dienų skaičius, palyginus su praeitais metais, o gegužės mėn. – išaugę lankytojų iš Lenkijos ir Rusijos srautai švenčių dienomis.

2013 metais 54,1 % lankytojų buvo įsigiję vandens pramogų erdvės bilietus, likusi lankytojų dalis - 45,9 % papildomai naudojami ir pirčių erdvės paslaugomis.

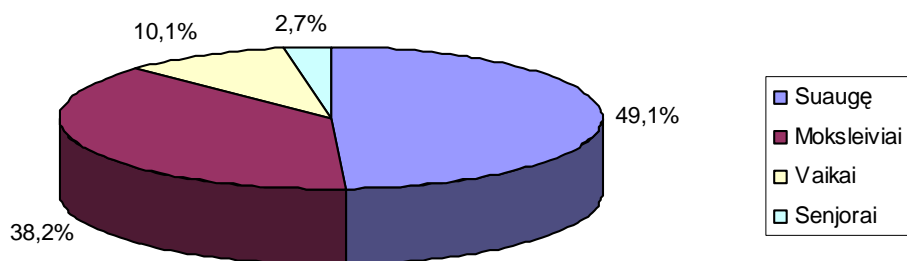
2013 m. populiariausi, kaip ir ankstesniais metais, buvo 3 val. trukmės bilietai, kurie sudarė 35 % visų įsigytų vienkartinį bilietų, o įskaitant apsilankymus pagal įsigytus abonementus – 3 val. trukmės bilietai siekė beveik 43 %.

Lyginant parduotus bilietus į vandens pramogų erdvę (C) ir bilietų į abi vandens parko erdves (B+C) pagal jų trukmę, 2 val. trukmės bilietai buvo patys populiariausi pasirenkant tik vandens pramogų erdvę, tačiau mažiausiai jų buvo parduota pasirenkant abi vandens parko erdves.

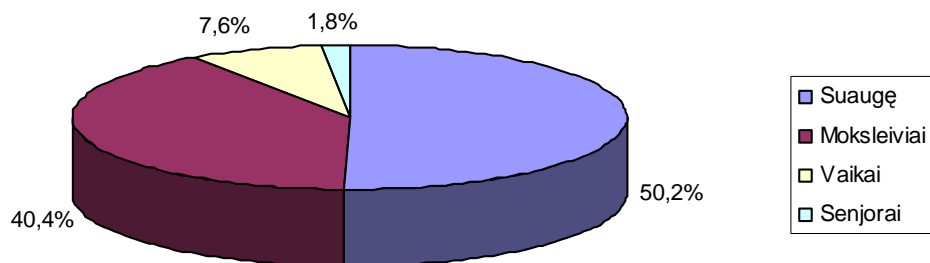


Vandens pramogų erdvės lankytojų struktūra lyginant su 2012 m. beveik nekito. Apie pusę lankytojų sudarė suaugusieji ir senjorai, kita dalis – vaikai ir moksleiviai.

Vandens pramogų dalies (C dalis) lankytojai pagal amžiaus grupes 2013 m.

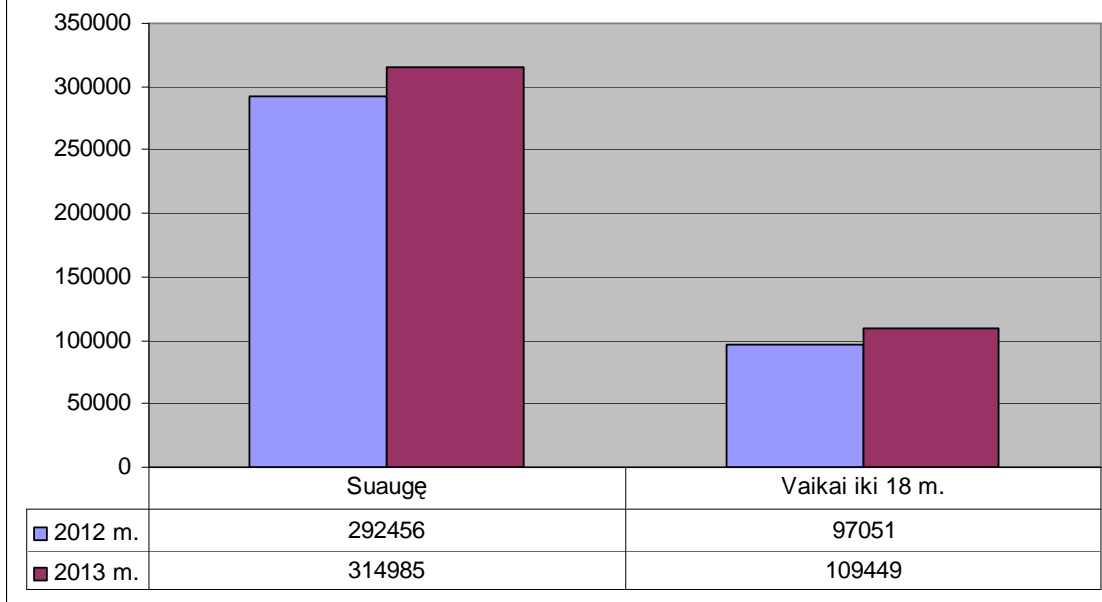


Vandens pramogų dalies (C dalis) lankytojai pagal amžiaus grupes 2012 m.

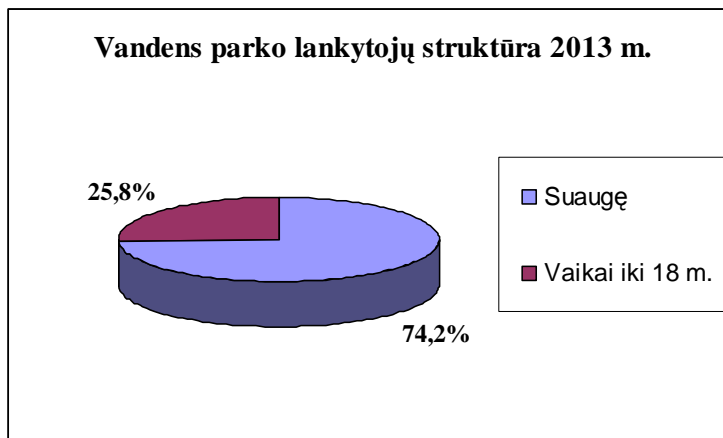
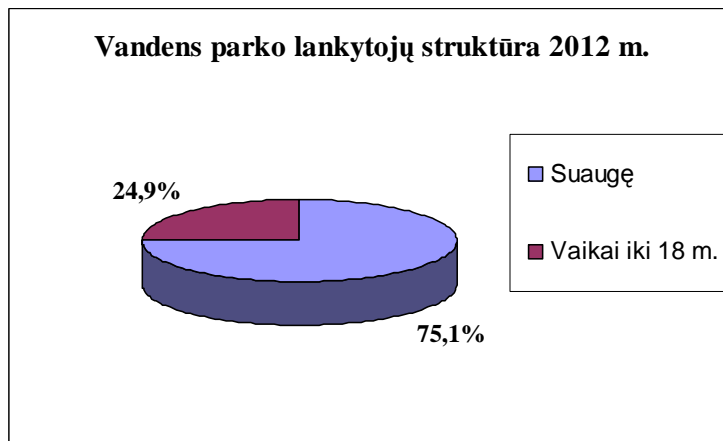


2013 m. lyginant su ankstesniais metais pastebimas didesnis vaikų iki 7 metų ir senjorų, apsilankusių vandens pramogų dalyje, skaičiaus augimas (išaugo atitinkamai 49 % ir 68 %). Suaugusiųjų ir moksleivių skaičius augo ne taip stipriai (atitinkamai 10 % ir 6 %).

Vandens parko lankytojai pagal amžiaus grupes 2012 m. ir 2013 m.



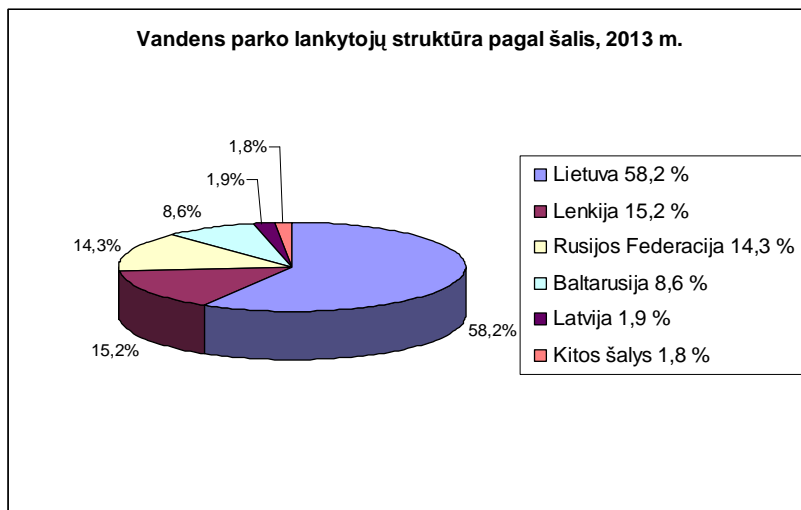
Struktūriškai 2012 m. vaikai iki 18 metų sudarė 24,9 % visų lankytojų, o 2013 m. jų dalis išaugo iki 25,8 %.



Iš viso 2013 m. vandens parke apsilankė 109 449 vaikai iki 18 metų ir tai buvo 12 398 vaikais daugiau nei 2012 metais. Viena iš prielaidų, turėjusių įtakos vaikų skaičiaus

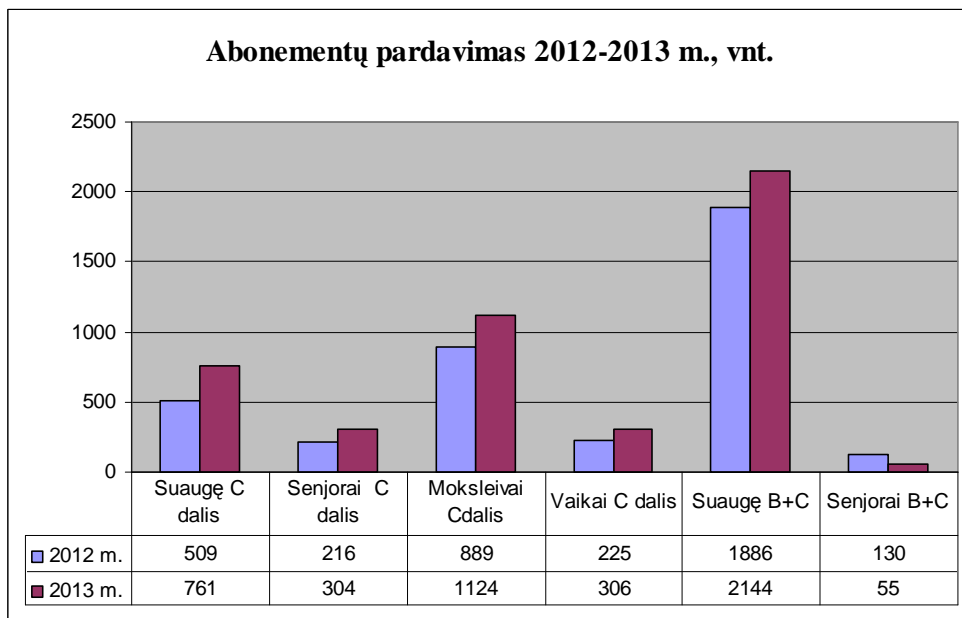
didėjimui, yra prieš dvejus metus atidarytos dviejų aukštų vaikų erdvės su baseinu ir nusileidimo kalneliais populiarumas.

Daugiau nei pusė vandens parko lankytojų 2013 m. buvo lietuviai. Didelė jų dalis – vienadieniai turistai (moksleivių grupės, šeimos iš netoliese esančių regionų), druskininkiečiai arba gretimų apskričių gyventojai, įsigiję vandens parko abonentus.



Vandens parko lankytojų struktūros esminiai pokyčiai – klientų dalies iš Lenkijos mažėjimas (2012 m. lenkų buvo 29,5 %) ir klientų dalies iš Rusijos, Baltarusijos bei Latvijos padidėjimas (2012 m. atitinkamai buvo – 11,3 %, 7,4 % ir 1,8 %).

2013 m. vandens parko lankytojai įsigijo 4694 abonentus, iš jų 2495 vandens pramogų dalies mėnesinius abonentus ir 2199 abonentus vandens pramogų bei pirčių dalies paslaugoms. Abonentų pardavimas 2013 m. lyginant su praėjusiais metais išaugo 21,8 %. Pajamos už parduotus abonentus 2013 m. buvo 346 713 Lt.

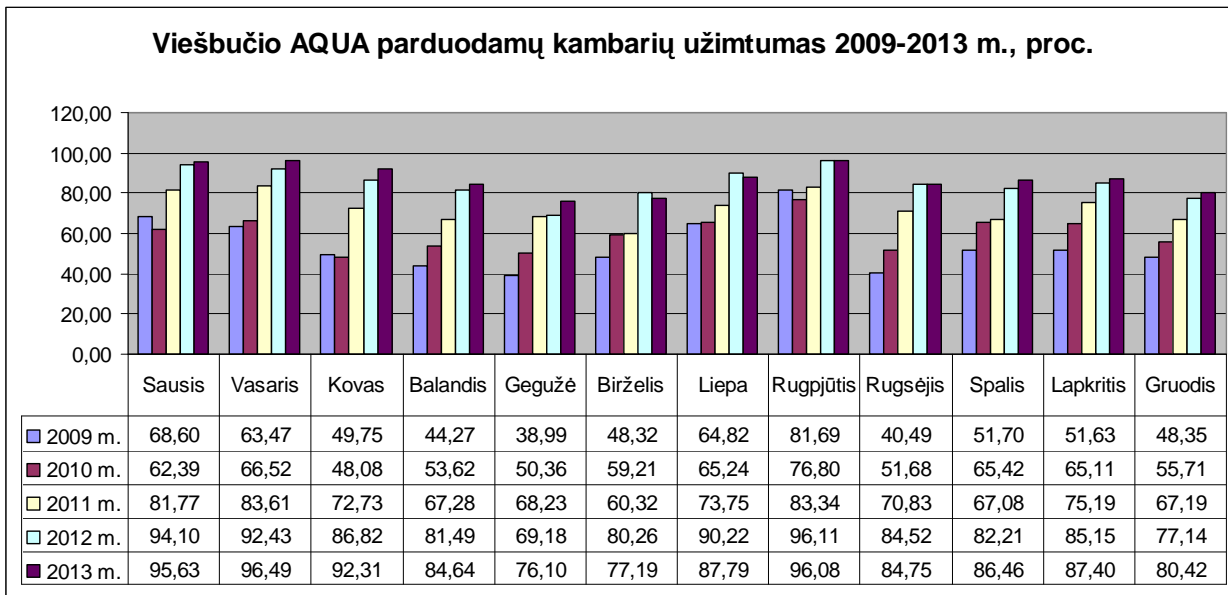


Populiariausi 2013 m. kaip ir praeitais metais buvo 1 mėnesio abonentai į vandens pramogų ir pirčių erdves (B+C) suaugusiems 3 valandoms.

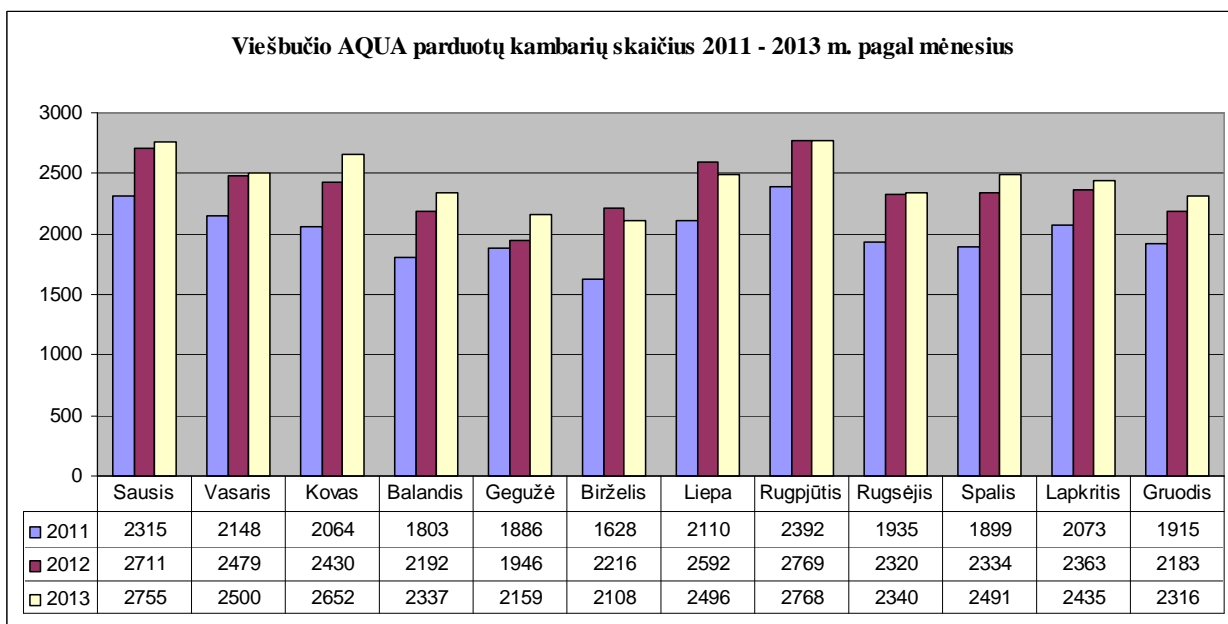
Lankytojai, įsigiję mėnesinius abonentus, jų galiojimo laikotarpiu vidutiniškai vandens parke apsilankė 9 kartus. Daugiausiai abonentų įsigijo druskininkiečiai bei lankytojai iš Kauno, Alytaus apskričių. Abonentai taip pat buvo populiarūs tarp ilgesniam laikui Druskininkų apgyvendinimo įmonėse apsistojusių svečių iš kitų šalių, pvz. Rusijos, Baltarusijos, Lenkijos. Klientų, kurie buvo įsigiję abonentus, apsilankymų skaičius 2013 m. siekė beveik 9,7 % visų vandens parko apsilankymų skaičiaus.

VIEŠBUČIO AQUA SVEČIAI

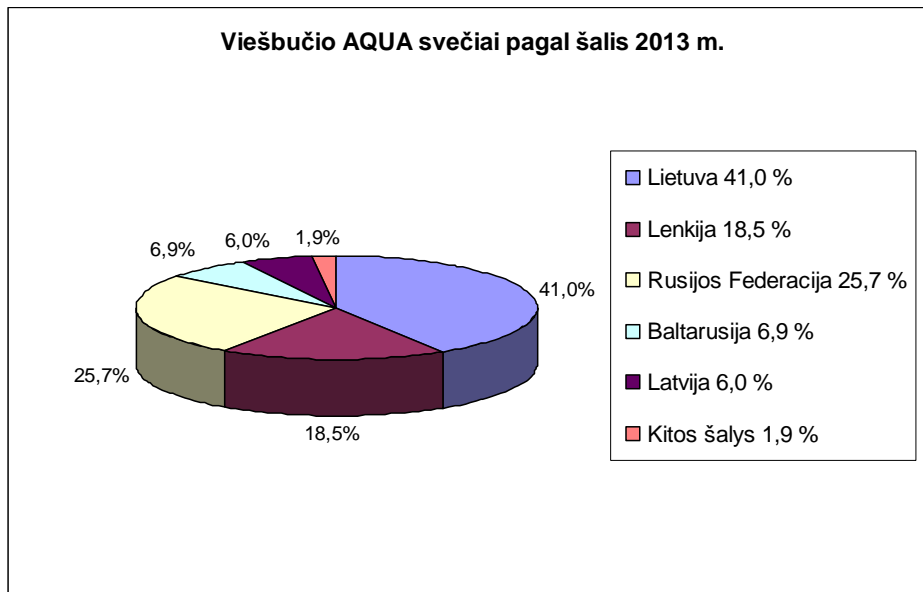
Viešbučio AQUA metinis kambarių užimtumas 2013 m. buvo didžiausias nuo viešbučio veiklos pradžios ir siekė 87 %. 2012 m. metinis kambarių užimtumo rodiklis buvo 84 %, 2011 m – 73 %, 2010 m. – 62 %, o 2009 m. – 54 %.



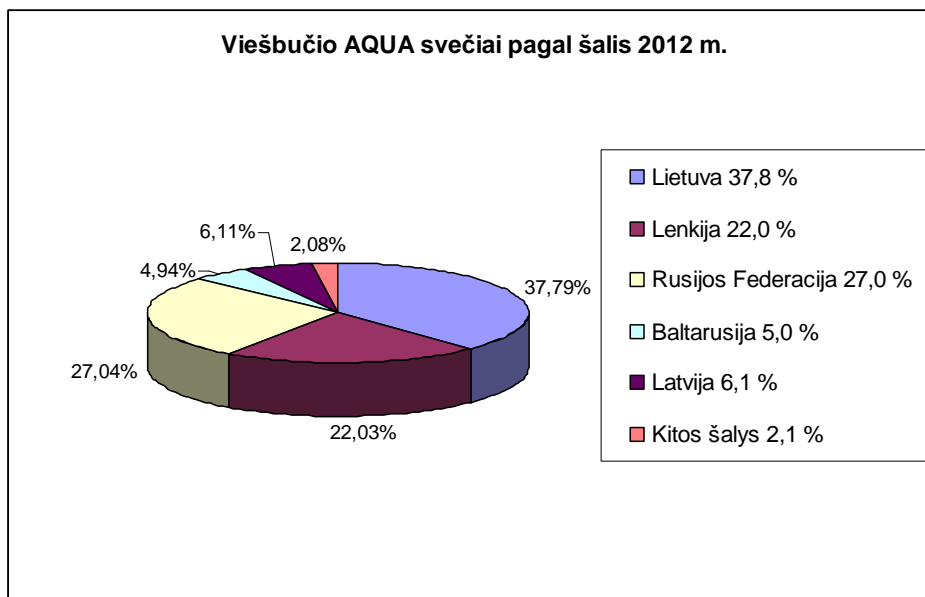
Daugiausiai nakvynių 2013 m. suteikta sausio – kovo mėn. laikotarpiu ir liepos bei rugpjūčio mėn. Lyginant su 2012 metais, viešbučio kambarių/numerių pardavimas išaugo 3 % arba parduota 822 kambariais daugiau.



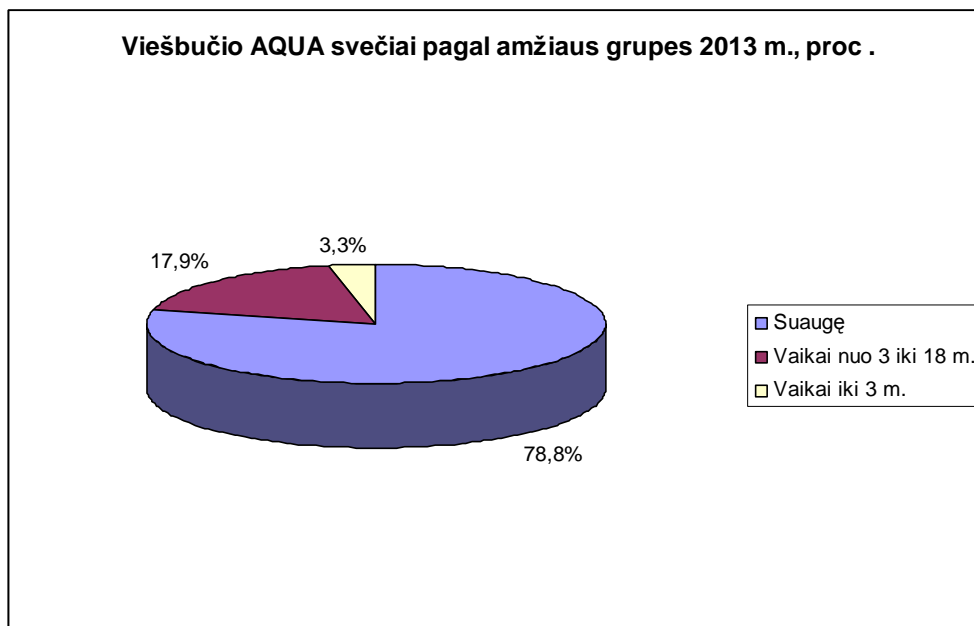
2013 metais 59 % viešbučio AQUA svečių buvo atvykę iš užsienio valstybių – 26 % iš Rusijos, 18 % iš Lenkijos, 7 % iš Baltarusijos, 6 % iš Latvijos ir 2 % iš kitų užsienio šalių.



Lyginant su 2012 metais, svečių struktūra kito nežymiai – 3,5 % mažėjo Lenkijos svečių dalis, o Baltarusijos - 2 % išaugo.



2013 m. procentinė svečių struktūra pagal amžiaus grupes buvo tokia pati kaip ir 2012 metais. Beveik 79 % viešbučio AQUA svečių buvo suaugusieji ir 21 % vaikai.

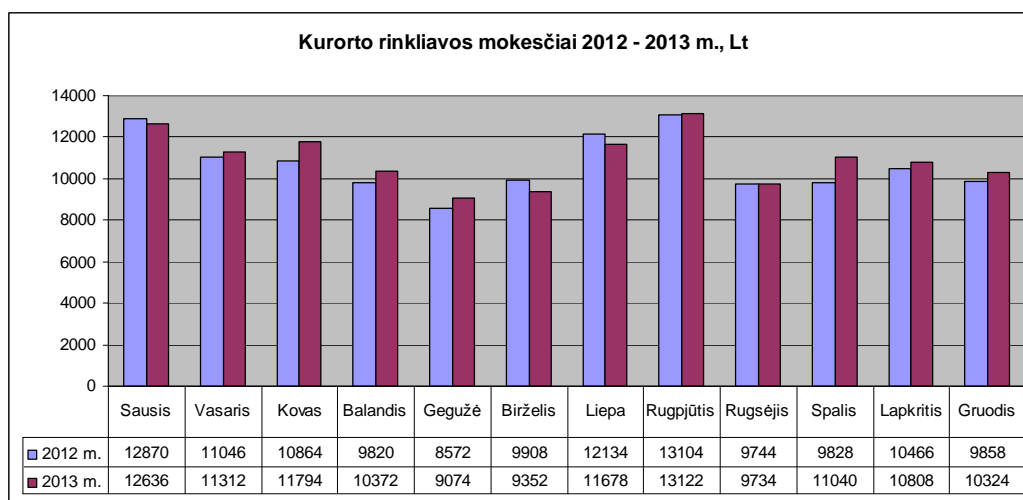


2013 m. vandens parke apsilankė 71 790 viešbučio AQUA svečių, t.y. 2100 svečiais daugiau nei 2012 m. arba jų skaičius lyginant su praėjusiais metais padidėjo 3 %.

2013 m. viešbučio AQUA svečių, kurie lankėsi vandens parke, dalis bendrame lankytojų skaičiuje siekė 17 %, o lyginant su ankstesniais laikotarpiais beveik nekito. Pajamos už vandens parko paslaugas, suteiktas viešbučio AQUA svečiams, 2013 m. siekė 1 983 471 Lt ir sudarė 14,4 % visų vandens parko suteiktų paslaugų sumos.

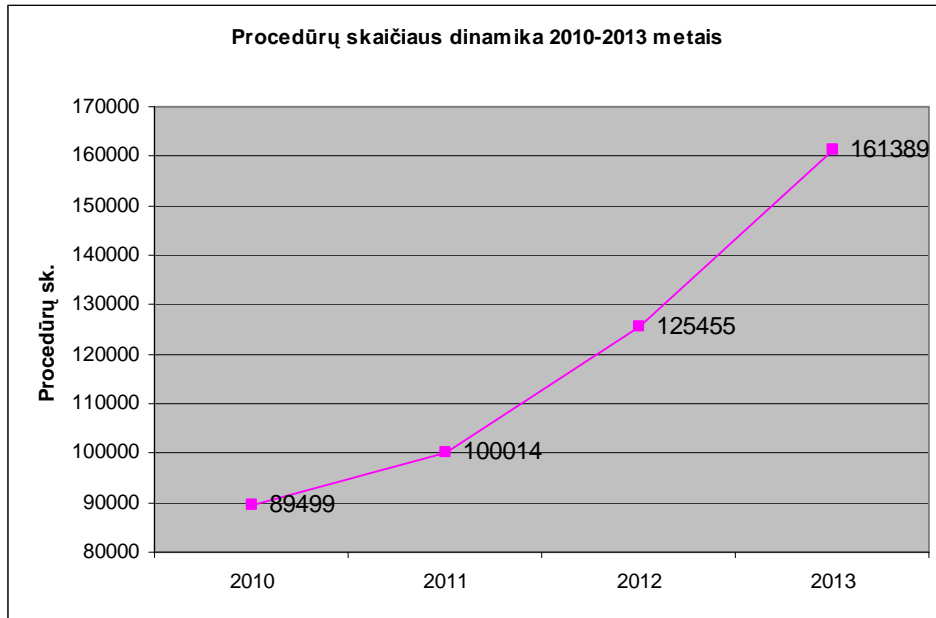
	Vandens parko lankytojai	Iš jų, viešbučio AQUA svečiai
2009 m.	313 765	41 777 (13,3 % visų lankytojų)
2010 m.	302 590	46 697 (15,4 % visų lankytojų)
2011 m.	328 783	58 275 (17,7 % visų lankytojų)
2012 m.	389 507	69 690 (17,9 % visų lankytojų)
2013 m.	424 434	71 790 (16,9 % visų lankytojų)

2013 m. iš viešbučio AQUA svečių surinkta 131 246 Lt vietinės rinkliavos už naudojimąsi kurorto viešąja infrastruktūra mokesčių, t.y. 3 032 litais daugiau nei 2012 m.



DRUSKININKŲ GYDYKLOS VEIKLOS REZULTATAI

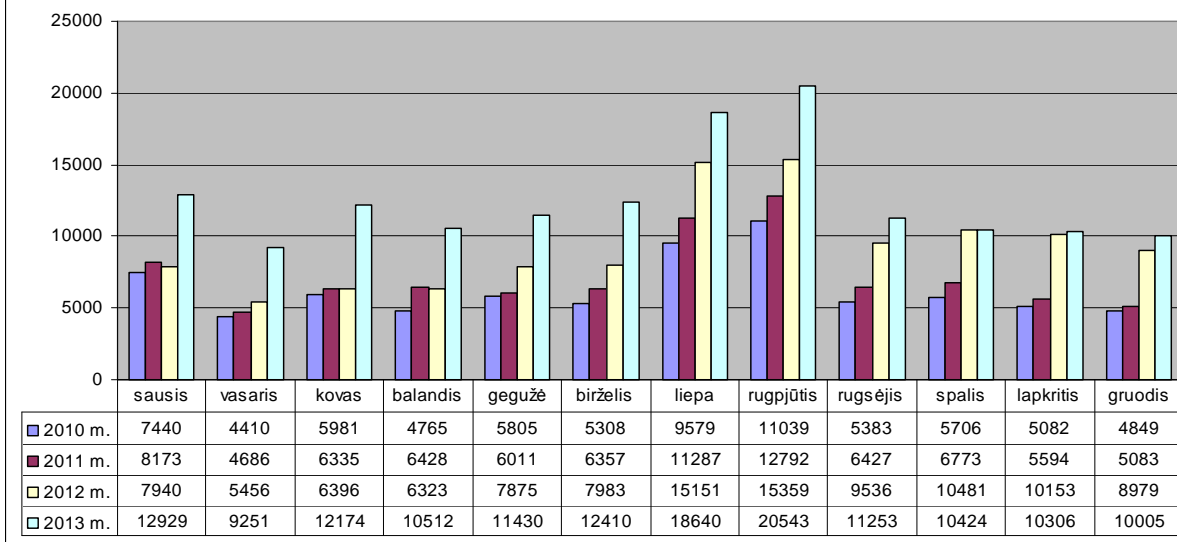
2013 metais Druskininkų gydykla suteikė 161 389 procedūras. Tai 29 % daugiau nei 2012 metais ir 61 % daugiau nei 2011 metais.



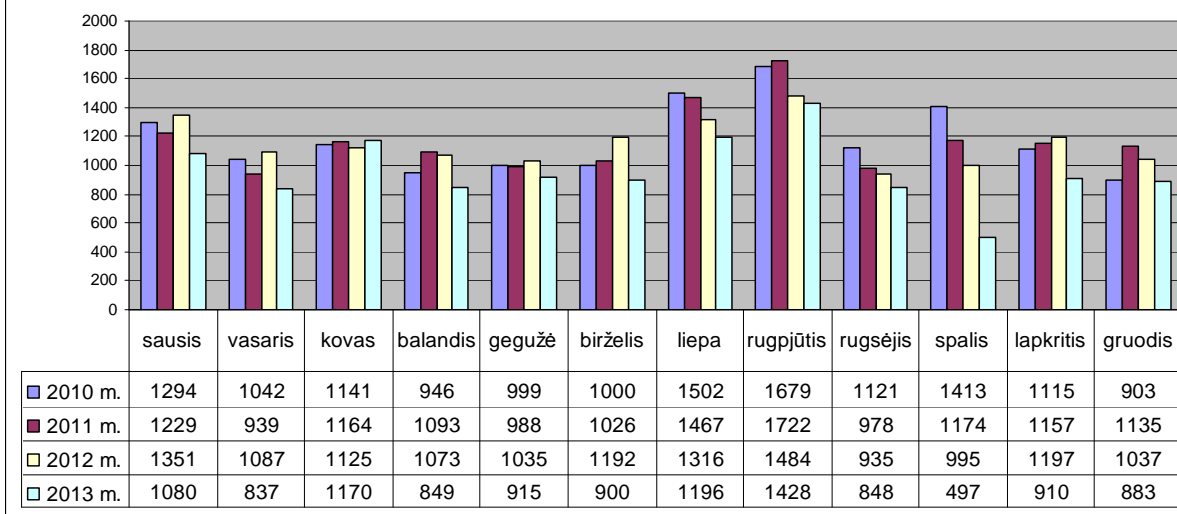
Procedūrų skaičius išaugo dėl naujų procedūrų įvedimo (deguonies terapijos, klasikinio nugaros masažo su medumi), glaudesnio bendradarbiavimo su Druskininkų viešbučiais ir svečių namais, specialių gydymųjų kompleksų aktyvesnio pardavimo. Nuo 2012 m. spalio mėnesio pateiktas specialus pasiūlymas viešbučio AQUA svečiams, įtraukiant gydomasias procedūras į paslaugų paketą, taip pat padarė didžiulę įtaką.

Išskiriant gydymųjų procedūrų ir sveikatingumo kompleksų pasiskirstymą 2010 - 2013 metais, pastebima, kad didžiausi klientų srautai buvo liepos ir rugpjūčio mėnesiais, tačiau vertinant metų rezultatus galima teigti, kad mažėja sezoniškumas – 2013 m. visais mėnesiais suteikiamų procedūrų skaičius skyrėsi nežymiai. Vertinant sveikatingumo kompleksų pasiskirstymą, matyti mažėjimo tendencija - 2013 metais buvo atlikta 20 % mažiau kompleksų nei 2012 metais. Tai susiję su spalio mėnesį vykusiais mineralinio vandens baseino renovacijos darbais.

Atlikta gydomųjų procedūrų 2010 - 2013 m.



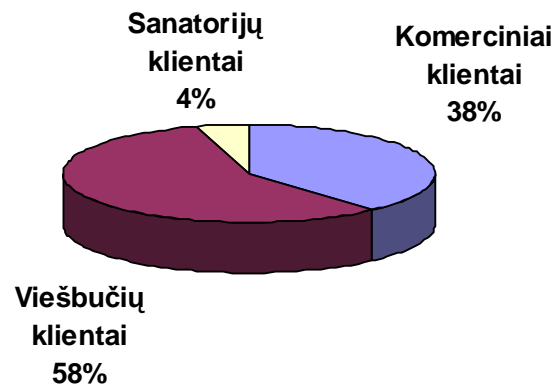
Atlikta sveikatingumo kompleksų 2010 - 2013 m.



Analizuojant gydyklos lankytojų srautus pagal mokėjimo tipą ir išskiriant

- komercinius klientus, kurie patys susimoka už gydykloje teikiamas paslaugas;
 - viešbučių klientus, atvykusius su gydyklos svečio kortele arba viešbučio parduotu gydomuoju kompleksu, įsigytu pas mūsų partnerius, teikiančius apgyvendinimo paslaugas;
 - sanatorijų klientus, atvykusius su kitos, asmens sveikatos priežiūros paslaugas teikiančios įmonės, nukreipimu konkrečioms procedūroms;
- pastebime, kad iš asmens sveikatos priežiūros teikiančių įmonių siunčiamų klientų skaičius yra labai mažas (suteikta 4 proc. visų procedūrų skaičiaus).

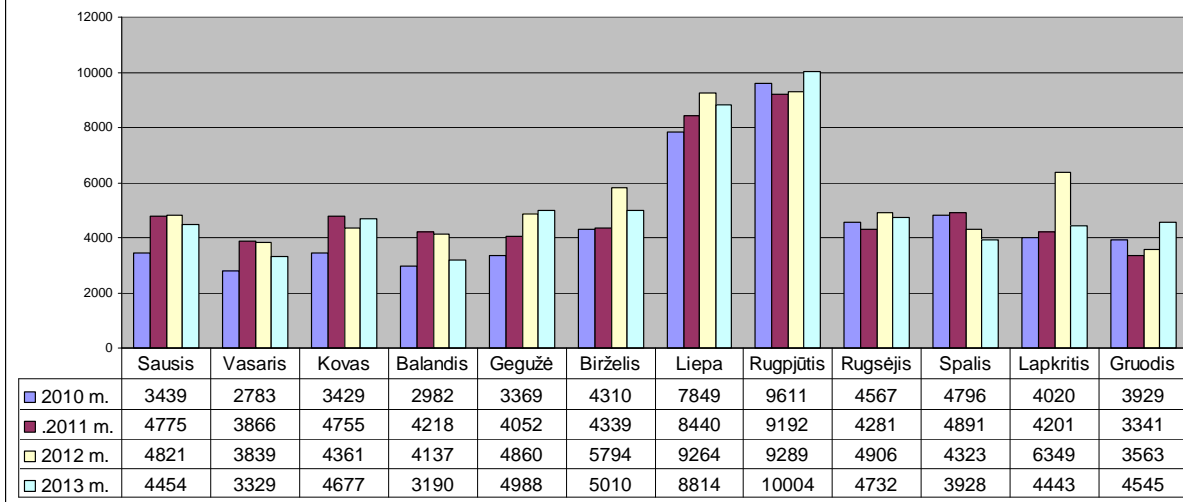
2013 metais gydyklos suteiktų procedūrų pagal lankytojų pobūdį pasiskirstymas



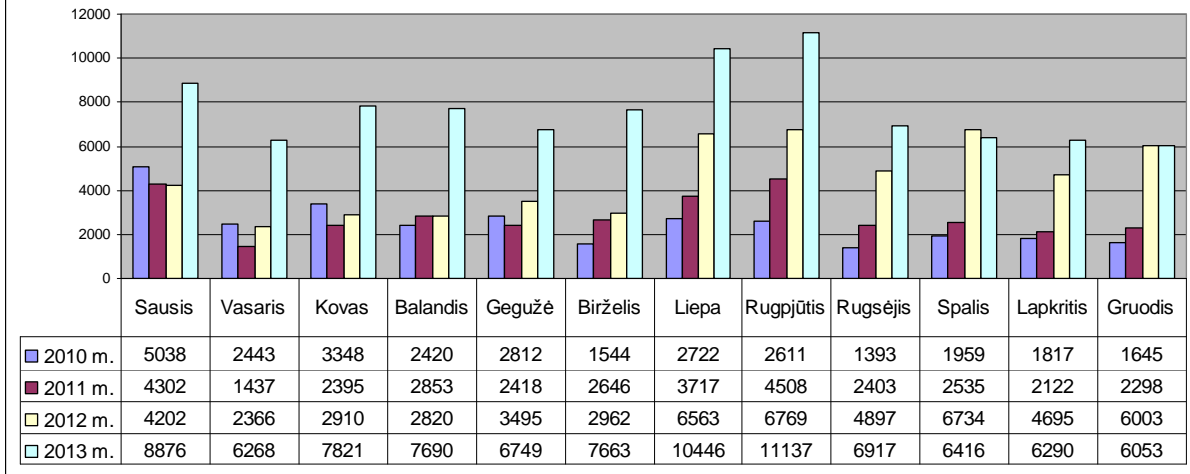
Nedidelis sanatorijų klientams suteikiamų procedūrų skaičius gali būti siejamas su kitų Druskininkų sveikatinimo paslaugas teikiančių įstaigų - SPA ir gydymo padalinių - vykdyta renovacija ir išplėsta procedūrų bei paslaugų pasiūla.

Lyginant procedūrų skaičius pokyčius 2010 – 2013 metais, pastebimas spartus viešbučių klientams suteiktų procedūrų skaičiaus augimas, o komerciniams klientams suteiktų procedūrų skaičius išlieka pakankamai stabilus.

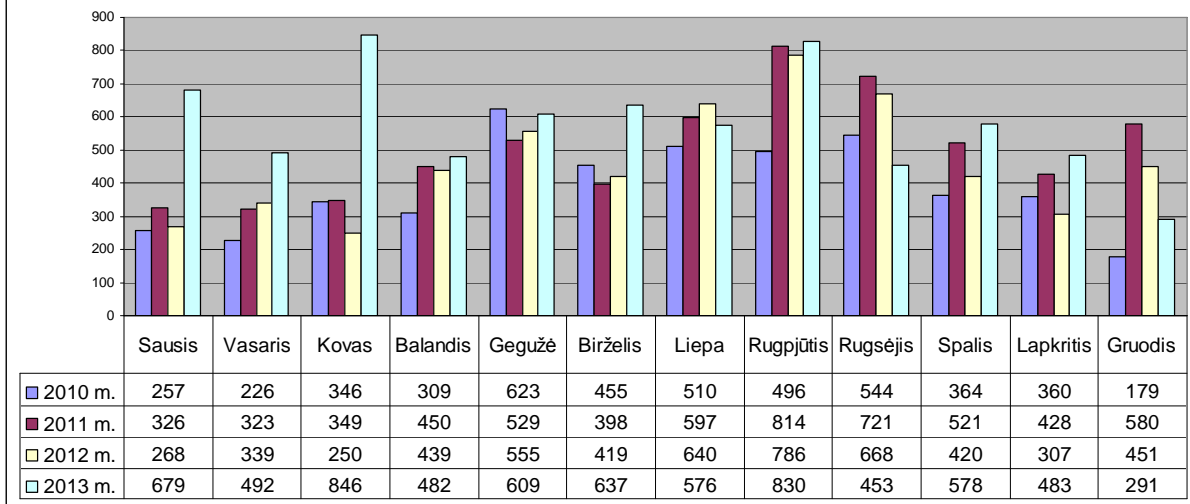
Komerčiniams klientams suteiktų procedūrų skaičius 2010 - 2013 m.



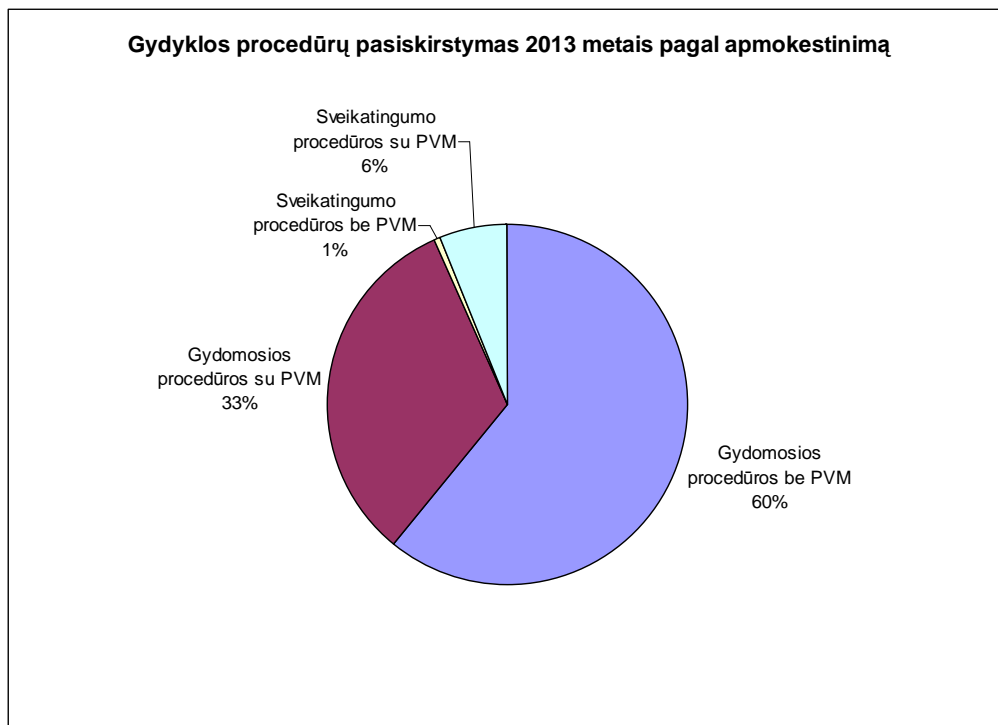
Viešbučių klientams suteiktų procedūrų skaičius 2010 - 2013 m.



Sanatorių svečiams suteiktų procedūrų skaičius 2010 - 2013 m.



Kadangi gydyla teikia tiek sveikatinimo (asmens sveikatos priežiūros ir medicininės reabilitacijos), tiek ir sveikatingumo paslaugas, visas 2013 metais gydymo įstaigos suteiktas paslaugas pagal apmokestinimo tipą (sveikatinimo paslaugos neapmokestinamos PVM pagal LR PVM įstatymo 20 straipsnio 1 dalį, t.y. jei gydytojas paskyrė arba raštiškai rekomendavo konkrečias procedūras, jos bus neapmokestinamos PVM) galima suskirstyti taip:



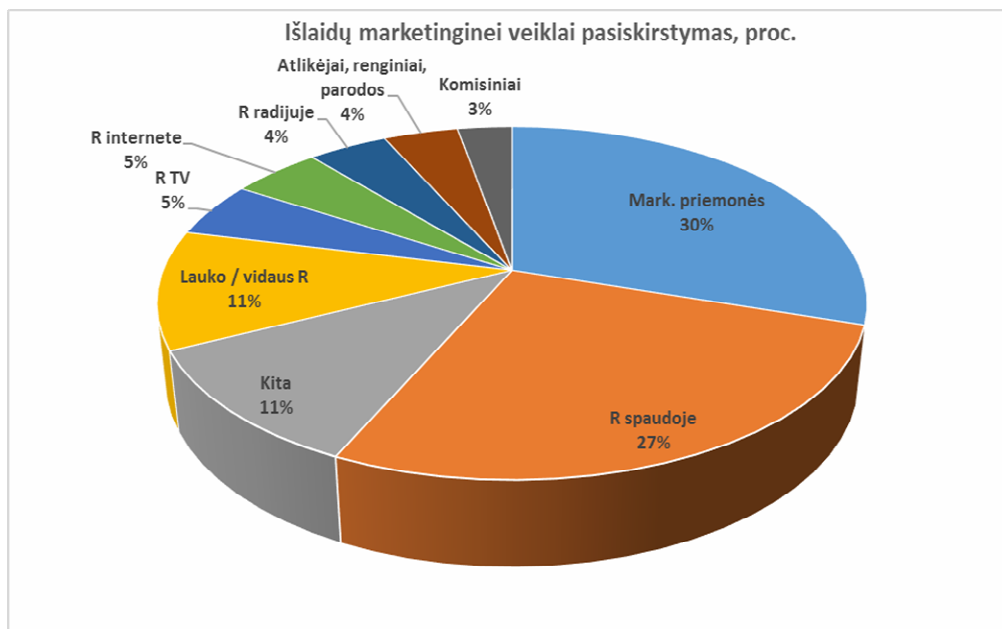
Pacientams, kurie buvo priimti pagal teritorinių ligonių kasų siuntimus (ambulatorinė reabilitacija I ir II), 2013 metais buvo suteiktos 3322 procedūros. Tai sudarė 47,7 procentus visų 2013 metais sanatorių pacientams suteiktų procedūrų. Palyginimui 2012 metais tokiems pacientams buvo suteiktos 2132 procedūros. Tai yra, 2013 metais ambulatorinės reabilitacijos apimtys išaugo beveik 36 procentais.

MARKETINGAS

Lyginant UAB „Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“ 2012 m. ir 2013 m. marketingui skirtas išlaidas, jos išliko beveik tokios pačios, plg. 426 876 Lt 2012 m. ir 423 094 Lt 2013 m.

Marketinginei veiklai skirtos lėšos pasiskirstė taip:





2013 m. Druskininkų vandens parko marketinginė veikla tęsė 2009 m. pradėtą bendrą viso komplekso, kaip nedalomos visumos, reklamą (vandens parko, viešbučio AQUA, SPA centro AQUA Rojus, boulingo klubo, naktinio klubo) tiek kaimyninėse valstybėse (Lenkijoje, Baltarusijoje, Latvijoje, Rusijoje (Kaliningrado srityje)), tiek Lietuvoje.

Visus 2013 metus tęsėsi vandens parko viešbučio AQUA ypač patrauklaus pasiūlymo, kuriame įskaičiuota nakvynė, pusryčiai, vakarienė, neribotos vandens parko pramogos, 1 gydyklos procedūra, reklaminė kampanija.

Beveik 27 proc. visų marketingo išlaidų sudarė reklamos spaudoje (laikraščiuose, žurnaluose, kt.) išlaidos, ypač geromis kainomis vien „Lietuvos ryto“ laikraščio 1 psl. buvo reklamuotasi daugiau nei dvidešimt kartų.

2013 m. kompleksas vėl buvo reklamuojamas „Wizzair“ avialinijų leidžiamame žurnale, kurio skaitytojų auditoriją sudaro daugiau nei 60 tūkstančių keleivių per mėnesį, o kompleksas buvo reklamuojamas 2 mėnesius apimančiame leidinyje, vadinasi, reklamą pamatyti galėjo iki 120 tūkstančių keleivių iš visos Europos.

Palyginus su 2012 m., 4 proc. sumažėjo reklamai televizijoje skirtos sąnaudos – nuo 9 % iki 5 %. Reklama TV vertinama kaip itin brangi priemonė, 2013 m. rinktasi mažiau kainuojančias, tačiau labiau tikslingą rinką pasiekiančias priemones.

2013 m. išlaidos marketinginėms priemonėms, t.y. lankstinukams, skrajutėms, maketų gamybai, fotosesijoms, vertimams, ir kt., sudarė 30 % (2012 m. 19 %). 2013 m. buvo nuolat pildoma atnaujinta viso komplekso internetinė svetainė penkiomis kalbomis, leidžiama nauja Druskininkų gydyklos reklaminė medžiaga – lankstinukai, procedūrų rezervacijoms reikalinga medžiaga, įvairiausios informacinės nuorodos.

2013 m. šiek tiek mažiau lėšų nei 2012 m. buvo išleista radijo reklamai (atitinkamai 4% ir 5%), o reklamai internete – daugiau (atitinkamai 5% ir 4 %).

Išlaidos lauko ir vidaus reklamai sudarė 11 proc. išlaidų, reklamuotasi Vilniaus oro uoste, Vilniaus, Kauno, Klaipėdos lauko skaitmeniniuose ekranuose, lauko stenduose iš abiejų įvažiavimo į Druskininkų miestą pusių, trijuose reklaminiuose lauko stenduose Minske, įv. prekybos centruose, kavinėse, Vilniaus ir Kauno viešajame transporte – LCD ekranuose bei spausdinta reklama „rankenose“. Tačiau visgi didelė dalis lauko reklamos vykdoma tiesiogiai už ją nemokant, o bendradarbiaujant – keičiantis reklamine informacija.

Išlaidos „Kita“ (11%) – įvairios reprezentacinės išlaidos kompleksą lankančioms grupėms, delegacijoms, užsienio ir Lietuvos žurnalistams, išlaidos pristatymams, vizoms, transportui, suvenyrams, visų komplekso skyrių (parko, viešbučio, gydyklos, naktinio klubo puošybai), asociacijų (LATGA-A, Europos vandens parkų asociacija) mokesčiams.

2013 m. Druskininkų vandens parkas aktyviai rėmė tiek druskininkiečių, tiek kitų organizuojamus konkursus, renginius ir t.t. savo paslaugomis - daugiau nei 60 įvairausio tipo konkursų, varžybų, turnyrų; keliolika asociacijų, organizacijų, ordinų, paramos fondų.

2013 m. iš nuomininkų UAB „AquaGym“ tarpusavio susitarimo būdu buvo perimtas sporto klubas „AquaGym“ su visu sportiniu inventoriumi ir dirbusiais darbuotojais, suaktyvinta klubo reklama.

Atnaujinti komplekso logotipai – pagrindinio vandens parko logotipo tekstas pakeistas į naująjį įmonės pavadinimą „Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“, sukurtas ir apvalios formos jo variantas. Atnaujinti boulingo, naktinio klubo, SPA centro, konferencijų centro logotipai. Visi atnaujinti logotipai turi atitikmenį ir anglų kalba. Druskininkų gydyklos logotipas po ilgų svarstymų paliktas visiškai nepakeistas.

2013 m. DVP kompleksas išleido saldinių dėžutes, reklaminius AQUA šokoladus, mažus skirtingų rūšių šokoladukus, trijų rūšių reklaminius vokus su pirties arbata.

2013 m. patvirtintos naujos redakcijos Druskininkų vandens parko taisyklės.

Kaip ir ankstesniais metais nuo pat vandens parko atidarymo, parko pramogomis vieną kartą per metus už 1 ct galėjo pasinaudoti Druskininkų savivaldybės senjorai.

Visų Lietuvos vaikų globos namų auklėtiniams Tarptautinės vaikų gynimo dienos proga (birželio 1 d.) organizuota akcija „Vaikystės parkas“, kurios metu virš 600 įvairaus amžiaus vaikų turėjo galimybę išbandyti vandens pramogas.

Išleistas sąsiuvinis studentams, kuriame buvo komplekso reklama, jis dalintas visų Lietuvos universitetų ir didžiausių kolegijų studentams nemokamai.

Bendradarbiauta su UAB „Olego transportas“, AB „Lietuvos geležinkeliai“ traukinių reisuose Vilnius-Maskva ir Vilnius-Sankt Peterburgas platinant bendrus „Ollex“ ir DVP komplekso lankstinukus.

DVP kompleksas 2013 m. pradėtas reklamuoti UAB „Infoterminalas“ informaciniuose terminaluose Lietuvoje ir Latvijoje.

2013 m. nufilmuotas profesionalus videoklipas apie parko paslaugas, skirtas vidinių parko TV reklaminiam naudojimui ir internetui. Taip pat surengtos pora fotosesijų – vandens dviračių parko C dalyje, pripučiamo vandens atrakciono, atnaujintų vitražų Druskininkų gydyklos biušetėje.

Buvo papildytas elektroninių DVP kuponų prekybos asortimentas - į el. prekybą įtraukti kuponai, galiojantys ir darbo dienomis.

Vandens parko bilietų kainos 2013 m., kaip ir 2012 m., išliko nepakitusios.

DVP komplekso paslaugos buvo įtrauktos į mobiliąją Druskininkų miesto programėlę „Smart Druskininkai“

2013 m. buvo suprogramuota speciali DVP komplekso internetinės svetainės mobilioji versija.

2013 m. buvo tęsiamas bendradarbiavimas su „Europos vandens parkų asociacija“, perkant jų metinę narystę, Druskininkų vandens parkas buvo reklamuojamas jų interneto svetainėje ir spaudos leidiniuose. Kaip ir 2012 m., buvome vieninteliai nariai regione. Taip pat buvo tęsiama narystė „Viešbučių ir restoranų asociacijoje“.

Kiekvieną mėnesį parke buvo vykdomos marketinginės nuolaidų akcijos, specialūs pasiūlymai. Taikytos 30 % nuolaidos nuo sportinio, limfodrenažinio ir anticeliulitinio SPA centro masažų. Viešbučio AQUA gyventojams taikytos 30 % nuolaidos nuo visų kainų boulingo takelių nuomai.

Patvirtintas nemokamas įėjimas (vietoje buvusio 10 Lt) į naktinį klubą AQUA, išskyrus renginius-koncertus.

Taikytos specialios nuolaidos įvairių renginių, konkursų, varžybų, olimpiadų, maratonų, kultūros ir sporto švenčių, festivalių dalyviams.

Nuolaidos visiems arba tam tikro tipo bilietams skelbtos retai, taip stengiantis užtikrinti didesnę tokių akcijų vertę. 25 proc. nuolaida visiems bilietams taikyta laukto 2500000 lankytojo proga, 50 proc. - Mamos dienos proga, 25-50 proc. tam tikro tipo bilietams – su iškarpa iš laikraščio „Mano Druskininkai“.

2013 m. tęsta prieš kelis metus pradėta nauja renginių pirčių erdvėje koncepcija – organizuoti ne pramoginiai renginiai, kurių triukšmu nuolat skundžiasi lankytojai, o tiksliniai, pirčių kultūros pažinimo renginiai. Per 2013 m. tokių didelių renginių buvo du („Moterų vakaras“ ir „Pirties garas 2013“), papildomai organizuoti dešimt „Nuogalių vakarų“.

2013 m. pirčių erdvės scenoje organizuota ir keletas pramoginių šventinių renginių didžiųjų metų švenčių proga, rytietiškų šokių festivalis „Orientalis 2013“.

2013 m. Druskininkų vandens parko renginių vietas papildė naktinis klubas AQUA, kuriame vieną - du kartus per mėnesį organizuoti tematiniai vakarėliai, koncertai, šokėjų pasirodymai (20 renginių).

2013 m. komplekse organizuotos tapytojų, skulptorių, fotografų darbų parodos.

2013 m. antrus metus iš eilės kompleksas dalyvavo Kalėdinių eglučių parko projekte ir pristatė vienintelę interaktyvią eglutę, kurios žibintus įžiebtai bei kalėdinę muziką paliesti galėjo eglučių parko lankytojai, besukdami šalia esančių dviračių pedalus. Eglutė buvo ypač populiari tarp visų parko lankytojų, nes suteikė galimybę jiems patiems susikurti kalėdinę nuotaiką.

2013 m. vandens parkas toliau tęsė interaktyvų bendravimą per socialinius tinklus www.facebook.com/pages/Druskininku-vandens-parkas, www.twitter.com/AquaParkDruskininkai ir panaudojo juos savo reklaminiams tikslams bei bendravimui su buvusiais, esamais ir būsimais lankytojais. 2013 m. vandens parko Facebook paskyra pasiekė 16 000 narių skaičių - jokia dirbtinė priemonė narių skaičiaus didinimui nebuvo taikoma.

2013 m. buvo tęsiama nuo 2007 m. gyvuojanti edukacinė programa „Tavo pamokos Druskininkuose“ moksleiviams.

Druskininkų vandens parkas, siekdamas glaudžiau bendradarbiauti su turistinių maršrutų organizatoriais ir kelionių agentūromis tiek Lietuvoje, tiek užsienyje, sudarė 18 naujų tarpusavio bendradarbiavimo sutarčių (viso sutarčių su vandens parku – 58), viešbutis AQUA – 4 naujas sutartis (viso sutarčių – 32). Pažymėtina, kad viešbutis AQUA bendradarbiavimo sutartis sudaro ir nuolaidas paslaugoms taiko tik po to, kai įmonė nuperka iš viešbučio AQUA paslaugų be jokių nuolaidų net už 10 000,- Lt.

Bendradarbiaujant su MAXIMA LT ir UAB „Filipopolis“, rengti įvairūs konkursai, plačiai reklamuoti respublikinėje spaudoje, DVP komplekso prizams laimėti. Panašios akcijos vykdytos su UAB „Druskininkų rasa“.

2013 m. kompleksas ir toliau plėtojo bendradarbiavimą su UAB „Gera dovana“, kuri suteikia galimybę įsigyti vandens parko bilietus visose Lietuvoje IKI, MAXIMOS, RIMI parduotuvėse, STATOIL degalinėse ir internete www.geradovana.lt. Su šia įmone buvo iš anksto susitarta dėl reklamos, ji DVP kompleksą (jam už tai nemokant) reklamavo Vilniaus ir Kauno „Akropolio“ PC, didžiosiose MAXIMA LT (lauko ir vidaus reklama).

Druskininkų vandens parko darbuotojai, siekdami tiesiogiai pabendrauti su esamais ir būsimais savo lankytojais, pernai metais dalyvavo įvairių miestų šventėse, kaimyninių šalių turizmo mugėse:

- „Balttour‘13“, Ryga, Latvija
- „Adventur‘13“, Vilnius, Lietuva
- „Convencija‘13“, Vilnius, Lietuva
- „Jantur‘13“, Kaliningradas, Rusija
- „Podlaskie targi turystyczne w Bialymstoku‘13“, Bialystokas, Lenkija,
- „Pirties diena‘13“, Lietuva
- Miesto šventė Augustove, Lenkija
- „Jūros šventė‘13“, Klaipėda, Lietuva
- „Tour&Travel‘13“, Varšuva, Lenkija
- „Inwetex CIS Travel Markey‘13“, Sankt Peterburgas, Rusija
- „Reiselust‘13“, Brėmenas, Vokietija
- „Lato 2013“, Varšuva, Lenkija

PERSONALAS

Įvykus reorganizacijai UAB „Druskininkų sveikatinimo ir poilsio centras AQUA“ dirbo 269 darbuotojai.

2013 m. gruodžio 31 d. duomenimis bendrovėje dirbo 278 darbuotojai, iš jų 79 darbuotojai viešbutyje, 72 gydyklose ir 127 vandens parke.