

# **VŠĮ KLAIPĖDOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS**

## **2025–2027 METŲ STRATEGINIS PLANAS**

Klaipėda, 2024 m.

## TURINYS

I. BENDROSIOS NUOSTATOS .....	3
II. VEIKLOS KONTEKSTO ANALIZĖ .....	4
1. Įstaigos veikla .....	4
2. Įstaigos struktūra ir darbuotojai .....	5
3. Finansiniai ir materialieji ištekliai .....	6
4. Patalpos ir kiti materialiniai ištekliai .....	7
5. Politiniai – teisiniai veiksniai .....	8
6. Ekonominiai veiksniai .....	8
7. Gamtiniai, socialiniai bei kultūriniai veiksniai .....	9
III. STIPRYBIŲ, SILPNYBIŲ, GALIMYBIŲ IR GRĖSMIŲ ANALIZĖ .....	10
IV. 2024-2026 M. VEIKLOS STRATEGIJA .....	12
VI. KOMERCINĖ VEIKLA .....	27
VII. ATEINANČIŲ FINANSINIŲ METŲ VEIKLOS TIKSLAI, UŽDAVINIAI IR PLANUOJAMI ATLIKTI DARBAI .....	28

## VŠĮ KLAIPĖDOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO 2025-2027-ŪJŲ METŲ STRATEGINIS PLANAS

### I. BENDROSIOS NUOSTATOS

Viešoji įstaiga Klaipėdos turizmo informacijos centras, Turgaus g. 7, LT 91247 Klaipėda, reg. Nr. VŠ02-15, įmonės kodas 142110116, PVM mokėtojo kodas LT100000952417, telefonas (46) 412186, faksas (46) 412185, el. paštas [tic@klaipedainfo.lt](mailto:tic@klaipedainfo.lt), internetinė svetainė [www.klaipedtravel.lt](http://www.klaipedtravel.lt).

Viešoji įstaiga Klaipėdos turizmo informacijos centras (toliau - KTIC) – ne pelno siekianti organizacija, veikianti turizmo, švietimo, mokslo, kultūros srityse ir viešai teikianti šių sričių informaciją ir paslaugas. Savo veikloje įstaiga vadovaujasi Lietuvos Respublikos Konstitucija, Lietuvos Respublikos viešųjų įstaigų įstatymu, Civiliniu Kodeksu, Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymu ir kitais Lietuvos Respublikos įstatymais, Vyriausybės nutarimais bei norminiais aktais, su Lietuvos Respublikos Ekonomikos ir inovacijų ministerija pasirašyta sutartimi dėl teisių naudoti prekių (paslaugų) ženklą „Turizmo informacija“, o taip pat įstaigos įstatais. Viešosios įstaigos steigėjas - Klaipėdos miesto savivaldybės taryba 2002 m. lapkričio 8 d., patvirtinta Klaipėdos m. savivaldybės tarybos sprendimu Nr. 239).

**VIZIJA** – tapti regiono turizmo ašimi, prioretizuojant darnaus pakrančių bei jūrinio turizmo vystymą.

**MISIJA** – kurti Klaipėdos, kaip patrauklaus miesto, atitinkančio aukštus standartus, įvaizdį, siekiant didinti miesto žinomumą, konkurencingumą ir mažinant sezoniškumo įtaką, koordinuotai vykdyti rinkodaros ir komunikacijos veiksmus.

**TIKSLAS** - skatinti atvykstamąjį ir vietinį turizmą Klaipėdos mieste.

#### **UŽDAVINIAI:**

- veiklą vykdyti vadovaujantis Klaipėdos miesto strateginiu plėtros planu, kitais Klaipėdos miesto savivaldybės strateginiais planavimo dokumentais, savininko suformuotais lūkesčių raštais bei Klaipėdos miesto ekonominės plėtros strategija ir įgyvendinimo veiksmų planu iki 2030 metų (toliau – KEPS2030);

- pagal įstatuose numatytas kompetencijas įgyvendinti miesto turizmo politiką, suderinus su Savivaldybe atstovauti Klaipėdos miesto turizmo interesams;

- teikti pasiūlymus Savivaldybei dėl turizmo aplinkos gerinimo, produktų ir paslaugų kūrimo mieste;

- teikti pasiūlymus dėl turizmo infrastruktūros plėtros, mokesčių, nekilnojamo turto politikos;

- bendradarbiaujant su Savivaldybe ir partneriais įgyvendinti ir kuruoti projektus pagal įstatuose numatytas kompetencijas;

- rinkti, kaupti ir nemokamai teikti informaciją miesto svečiams apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius bei viešąjį turizmo ir poilsio infrastruktūrą;

- rinkti, kaupti ir nemokamai teikti informaciją suinteresuotoms šalims apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius bei viešąjį turizmo ir poilsio infrastruktūrą su tikslu paskatinti investicijas į turizmo sektorių;

- teikti duomenis ir tyrimus tarptautiniams miestų reitingams, nacionalinėms agentūroms / institucijoms ir kitoms suinteresuotoms šalims;

- numatyti ir kartu su privačiais ar viešais partneriais įgyvendinti priemones, mažinančias turizmo sezoniškumą Klaipėdos mieste;

- kaupti ir analizuoti Klaipėdos miesto ir regiono turizmo duomenis;

- kaupti, analizuoti ir administruoti nuolat atnaujinamą duomenų bazę apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius, viešąjį turizmo ir poilsio infrastruktūrą, turizmo sektoriaus verslo subjektus ir kitus duomenis siekiant įstatuose numatytų tikslų ir uždavinių;

- užtikrinti efektyvią „Pajūrio kempingas“ veiklą ir didinti jo generuojamas pajamas miestui;

- rengti paraiškas ir įgyvendinti projektus, finansuojamus Europos Sąjungos ir kitų tarptautinių organizacijų finansuojamų programų lėšomis;
  - vykdyti kitas funkcijas pagal įstatuose numatytas kompetencijas.
- VERTYBĖS** - priimtinos elgsenos standarto normos ir principai, kuriais vadovaujasi visi VŠĮ darbuotojai, priimdami sprendimus ir siekdami organizacijos ilgalaikių tikslų.

## II. VEIKLOS KONTEKSTO ANALIZĖ

### 1. Įstaigos veikla

Prioritetinis KTIC veiklos uždavinys - skatinti atvykstantį ir vietinį turizmą, kurio augimas sudarytų galimybę turizmo verslo plėtrai, turizmo sektoriaus pajamų augimui, biudžeto įplaukų didėjimui bei didintų Klaipėdos miesto, kaip patrauklios turistinės vietovės įvaizdį. Iki 2019 m. į Klaipėdos miestą, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, atvykdavo 51 % Lietuvos turistų ir 49 % svečių iš užsienio. Tačiau COVID-19 sukelta pandemijos krizė, kurios poveikį pajuto apgyvendinimo sektorius, aviacija, laivyba bei visas turizmo sektorius įnešė svarių pokyčių. 2020-2021 metais, sumažėjus atvykstantojo turizmo srautams, reikšmingai augo vietinis turizmas. 2022-2023 metais turizmo Lietuvoje augimui stiprią įtaką darė geopolitinė situacija- karas Ukrainoje. Karo grėsmės poveikis turizmo sektoriuje jaučiamas iki šiol : dar nėra atsigavęs grupinis turizmas, sumažėjo skrydžių skaičius į Palangos oro uostą, veiklą Baltijoje sustabdė kai kurios kruizinės linijos, bankrutavo maitinimo, apgyvendinimo, kelionių organizavimo įmonės, gidai pakeitė savo veiklos pobūdį. Nuo 2022 m. II pusmečio bei 2023 metų pradedamas jausti turizmo sektoriaus atsigavimas – atnaujinami skrydžiai, vis daugiau žmonių keliauja ne tik po savo šalį, bet ir vyksta į užsienį. Atsigauna išvykstantasis turizmas. Pasaulyje ir Europoje vėl organizuojamos tarptautinės turizmo parodos, konferencijos, miestų šventės, kuriose turime galimybę pristatyti Klaipėdos turizmo potencialą. Pastarųjų 5 metų laikotarpyje keitėsi ir turistai - šiandieniniai keliautojai neapsiriboja tik tradiciniais lankomais objektais ar vietomis, jie ieško naujų, unikalių patirčių ir įspūdžių, todėl siūlomoms turizmo produktams būtina sukurti pridėtinę vertę ir paversti juos turizmo, krašto, miesto pažinimo ar gastronomine patirtimi.

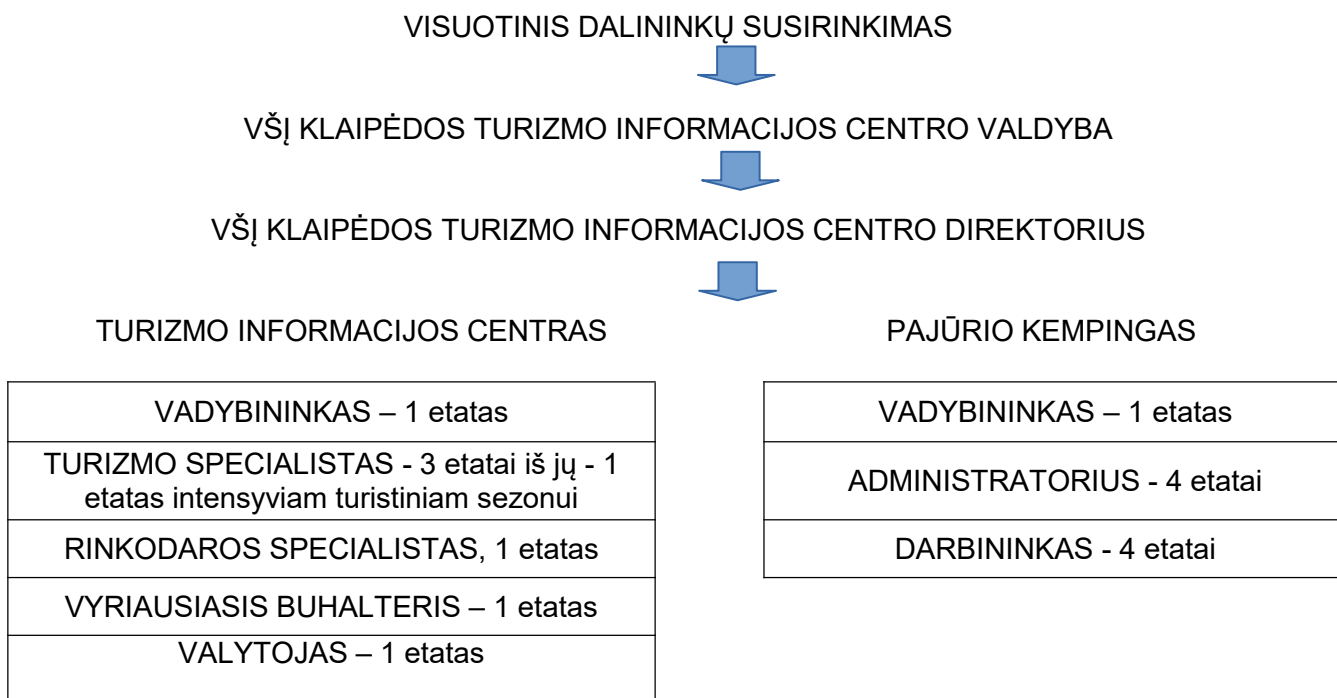
Įstaigos vykdomos veiklos kontekste svarbiausias vaidmuo tenka nemokamos informacijos teikimui turistams ir turistines paslaugas teikiantiems subjektams, nemokamai platinamų informacinių-reklaminių leidinių leidybai (pvz. Klaipėdos miesto žemėlapių, turistinių maršrutų ir pan.), pažintinių turų organizavimui, Klaipėdos, kaip turistinės vietovės, viešinimui ir kita. Informaciniai leidiniai yra parengiami ir/ar atnaujinami atsižvelgiant į turistų srautus, atvykimo šalį, atsirandančius naujus lankytinus objektus ir t.t. Vykdam šią priemonę, siekiama kurti naujus specializuotus turistinius maršrutus (SOLO, vandens, ekoturizmo, aktyvaus poilsio, kultūrinio-pažintinio turizmo, šeimų, neįgaliųjų ir t.t.) Klaipėdos mieste, organizuoti pristatymus visuomenei, kelionių organizatoriams, verslo subjektams. Įstaiga, kartu su Klaipėdos miesto savivaldybės kultūros, sporto, paveldosaugos ir kt. skyriais nusimatė sukurti leidinį, kuriame būtų pristatoma Klaipėdos miesto istorija, turizmo, pramogų, poilsio bei sporto infrastruktūra. Leidinys būtų platinamas Klaipėdos mieste bei tarptautiniuose turizmo renginiuose, ambasadose. Kartu su Klaipėdos regiono turizmo informacijos centrais 2024 metais numatyta išleisti bendrą, regioninį leidinį, kviečiantį svečius regione praleisti daugiau nei 7 dienas. Tokiame leidinyje bus siekiama apjungti regione esančius turizmo produktus bei maršrutus. Visi informaciniai leidiniai, maršrutai bus talpinami internetiniame puslapyje. Siekiant sudominti vietinį ir užsienio turistą, didelis dėmesys skiriamas naujų maršrutų kūrimui bei ekskursijų organizavimui. Turisto patirčių gerinimui vis daugiau ekskursijų yra organizuojama pasitelkiant specializuotą ekskursijų vedimo įrangą bei pasiūlant papildomas, patrauklias paslaugas – pasigaminti, paragauti, išbandyti ir t.t. Įstaigos siekis – didesnis įrangos skaičius, saugi bei kokybiška paslauga klientui, nauji, įdomūs maršrutai.

Vykdam turizmo informacijos sklaidą - efektyviausiu būdu teikiant informaciją apie Klaipėdos miesto bei regiono turizmo išteklius bus siekiama pristatyti Klaipėdos miesto turizmo galimybes tarptautinėse turizmo parodose ir verslo misijose, organizuoti pristatymus Lietuvos ir užsienio šalių žurnalistams, vykdyti reklamines kampanijas bei vystyti e-rinkodaros priemones, ypatingą dėmesį skiriant socialiniams tinklams, internetiniam puslapiui [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt), bendradarbiavimui su VŠĮ Keliuk Lietuvoje, LR ambasadomis užsienyje bei įvairiais portalais, asociacijomis.

Taip pat bus skiriamas dėmesys jaunojo klaipėdiečio, kaip Klaipėdos miesto ambasadoriaus, ugdymui. Priemonės įgyvendinimui bus organizuojamos gidų mokyklėlės skirtingų amžiaus grupių vaikams.

## 2. Įstaigos struktūra ir darbuotojai

KTIC organizacinė struktūra parengta vadovaujantis įstaigos įstatais ir priskirtomis veiklos funkcijomis. Įstaigos organizacinė struktūra patvirtinta Klaipėdos miesto savivaldybės mero 2023 m. spalio 4 d. potvarkiu Nr. M-590. Ją sudaro:



### Informacija apie įstaigos darbuotojus\*

2024 m. spalio 31 d. užimti buvo 8 etatai.

KTIC vykdomų veiklų intensyvumas tiesiogiai susijęs su turistiniu sezonu, t.y. aktyvioju turistinio sezono laikotarpiu yra įdarbinami visi darbuotojai pagal patvirtintą etatų sąrašą. Turistinio sezono metu (gegužės - rugsėjo mėn.), bendradarbiaujama su mokymo įstaigomis, priimant į praktiką studentus, kurie įstaigoje atlieka mokomąją praktiką. Terminuotų darbo sutarčių sudarymas bei studentų priėmimas į praktiką leidžia KTIC užtikrinti padidėjusių turistų srautų kokybišką aptarnavimą bei racionalų finansinių išteklių naudojimą.

Personalias	2023 m. (patvirtinti etatai/užimti etatai)	2024 m. (patvirtinti etatai/užimti etatai)	Vidutinis darbo užmokestis (fiz. asmeniui), Eur			
			2023 m. (praeiti metai)	2024 m. (ataskaitiniai metai)	Pokytis	
					Eur	Proc.
<b>Bendras įstaigos darbuotojų skaičius, iš jų:</b>						
<b>Direktorius**</b>	1/1	1/1	3.841,27	4.220,68	+379,41	+9,88

Specialistai ir kiti darbuotojai***	16/7,5	16/7	1.505,50	1.770,93	+265,43	+17,63
-------------------------------------	--------	------	----------	----------	---------	--------

Pastabos:

2024-02-19 Klaipėdos miesto savivaldybės mero potvarkiu Nr. M3-27 Įstaigos vadovui nustatytas pareiginės algos koeficientas;

\* Informacija pagal 2024 m. spalio 31 d. duomenis;

\*\*2024-05-08 Klaipėdos miesto savivaldybės mero potvarkiu Nr. M3-51 Įstaigos vadovui nustatyta kintama dalis;

\*\*\* Pagal patvirtintą etatų sąrašą, pateikiama nuasmeninta informacija.

### 3. Finansiniai ir materialiniai ištekliai

2024 m. I-III ketvirčių KTIC pajamų struktūroje apie 52 % tenka finansavimo sumų (valstybės, savivaldybės biudžetas, kiti finansavimo šaltiniai) pajamoms. Nuo 2020 metų pasikeitė atvykstamojo ir vietinio turizmo Klaipėdoje skatinimo programos įgyvendinimo principai - iki 2020 metų Klaipėdos miesto savivaldybės administracija viešųjų pirkimų būdu pirkdavo šių priemonių vykdytoją, o nuo 2020 m. buvo patvirtintas atvykstamojo ir vietinio turizmo Klaipėdoje skatinimo programos dalinio finansavimo tvarkos aprašas. KTIC teikė paraišką pagal šio aprašo nuostatas ir laimėjo atranką.

KTIC nuo 2019 m. sausio 1 d. tapo viešojo sektoriaus subjektu (VSS) ir buhalterinė apskaita tvarkoma vadovaujantis viešojo sektoriaus apskaitos ir finansinės atskaitomybės standartais (VSAFAS). Pagal VSAFAS nuostatas, gautos ir veiklai panaudotos dalinio finansavimo sumos yra pripažįstamos finansavimo sumų pajamomis, todėl nuo 2020 m. pasikeitė KTIC pajamų pasiskirstymas tarp finansavimo sumų pajamų ir pagrindinės veiklos kitų pajamų.

Finansavimo sumos iš valstybės biudžeto 2024 m. lyginant su 2023 m. padidėjo keletą kartų, nes 2024 m. KTIC gauna didesnę finansavimą iš savivaldybės biudžeto bei iš valstybės biudžeto finansavimą pagal aktyvios darbo rinkos politikos priemonių taikymo tvarkos aprašą.

Finansavimo sumos iš savivaldybės biudžeto 2024 m. lyginant su 2023 m. padidėjo apie 26 %, nes 2024 m. KTIC veiklų plane numatyta daugiau veiklų nei 2023 metais.

KTIC komercinės veiklos pajamos 2024 m. lyginant su 2023 m. padidėjo 28 %. Šį pokytį lėmė atsigauantis turizmo sektorius: suorganizuota daugiau ekskursijų, parduota daugiau suvenyrų, gauta daugiau užsakymų vykdant apgyvendinimo veiklą kempinge.

#### Pagrindinių veiklos sąnaudų struktūra, pokyčiai, juos nulėmusios priežastys

Veiklos sąnaudoms priskiriamos pardavimų sąnaudos, bendrosios ir administracinės sąnaudos. Prie pagrindinės veiklos sąnaudų yra priskiriamos sąnaudos, patirtos įgyvendinant įstatuose nurodytą veiklą. 2024 m. KTIC sąnaudos padidėjo apie 28 %. Sąnaudų didėjimą lemia padidėjusios veiklos apimtys bei kylančios paslaugų kainos.

KTIC lėšų šaltinių ir panaudojimo suvestinė pagal ekonominės klasifikacijos straipsnius bei veiklos rūšis:

Straipsniai	2023 m. I-III ketvirčio rodikliai (ataskaitiniai metai)		2024 m. I-III ketvirčio rodikliai (ataskaitiniai metai)		Pokytis (proc.)
	Suma	Proc.	Suma	Proc.	
<b>PAGRINDINĖS VEIKLOS PAJAMOS</b>	<b>359 018,83</b>	<b>100,00%</b>	<b>458 986,25</b>	<b>100,00%</b>	<b>27,84</b>
<b>Finansavimo pajamos</b>	<b>187 493,74</b>	<b>52,22%</b>	<b>239 054,93</b>	<b>52,08%</b>	<b>27,50</b>
<i>Iš jų:</i>					
Iš valstybės biudžeto	2 692,46	0,75%	4 398,94	0,96%	63,38
Iš savivaldybių biudžetų	184 263,43	51,32%	231 670,02	50,47%	25,73
Iš ES, užsienio valstybių ir tarptautinių organizacijų lėšų					
Iš kitų finansavimo šaltinių	537,85	0,15%	2985,97	0,65%	455,17

<b>Pajamos už suteiktas paslaugas</b>	<b>171 522,62</b>	<b>47,78%</b>	<b>219 895,78</b>	<b>47,91%</b>	<b>28,20</b>
<b>Kitos veiklos pajamos</b>	<b>2,47</b>	<b>0,00%</b>	<b>35,54</b>	<b>0,01%</b>	
<b>PAGRINDINĖS VEIKLOS SĄNAUDOS</b>	<b>-309 302,36</b>	<b>100,00%</b>	<b>-395 116,39</b>	<b>100,00%</b>	<b>27,74</b>
Darbo užmokesčio ir socialinio draudimo	-155 328,89	50,22%	-184 947,11	46,81%	19,07
Nusidėvėjimo ir amortizacijos	-1 987,47	0,64%	-973,74	0,25%	-51,01
Komunalinių paslaugų ir ryšių	-28 908,58	9,35%	-34 657,12	8,77%	19,89
Komandiruočių	-154,61	0,05%	-48,5	0,01%	-68,63
Transporto	-436,94	0,14%	-374,87	0,09%	-14,21
Kvalifikacijos kėlimo	-2698,02	0,87%	-388,84	0,10%	-85,59
Patalpų remonto ir eksploatavimo	-2 339,30	0,76%	-908,52	0,23%	
Sunaudotų atsargų	-6 265,37	2,03%	-12 216,85	3,09%	94,99
Kitų paslaugų	-6 512,24	2,11%	-5 101,52	1,29%	-21,66
Kitų paslaugų (veiklų įgyvendinimas)	-103 375,24	33,42%	-155 274,69	39,30%	50,20
Kitos veiklos sąnaudos	-1295,7	0,42%	-224,63	0,06%	-82,66
<b>Veiklos mokesčiai</b>	<b>-3298,00</b>		<b>0,00</b>		
<b>VEIKLOS REZULTATAS (pelnas)</b>	<b>46 418,47</b>	<b>x</b>	<b>63 869,86</b>	<b>x</b>	<b>37,60</b>

#### 4. Patalpos ir kiti materialiniai ištekliai

KTIC valdo perduotą patikėjimo teise Klaipėdos miesto savivaldybės turtą - negyvenamąsias patalpas Turgaus g. 5-5, Klaipėda, plotas 153,71 kv. m., Turgaus g. 7-4, Klaipėda, plotas 111,80 kv. m. KTIC materialinė bazė atnaujinama iš KTIC uždirbtų pajamų arba projekto lėšų.

<b>Pastatai (adresas)</b>	<b>Plotas</b>	<b>Valdymo būdas</b>	<b>Pokytis su praėjusiais m.</b>
Turgaus g. 5, Klaipėda	153,71 m <sup>2</sup>	Savivaldybės turto panaudos sutartis Nr. J9-1479 (2024-02-19)	Atnaujinta sutartis. Galioja 10 metų
Turgaus g. 7, Klaipėda	111,80 m <sup>2</sup>	Savivaldybės turto panaudos sutartis Nr. J9-1479 (2024-02-19)	Atnaujinta sutartis. Galioja 10 metų
Šlaito g. 3, Klaipėda	Kempingas	Savivaldybės turto panaudos sutartis Nr. J9-3168 (2021-12-14)	Sutartis sudaryta 10-čiai metų
Šlaito g. 3, Klaipėda	Valstybinė žemė	Valstybinės žemės nuomos sutartis 13SŽN-255-(14.13.55.) (2023-07-10)	
Turgaus g. 5-5, Klaipėda	Valstybinė žemė	Valstybinės žemės panaudos sutartis J20-58 (2024-07-10)	

KTIC, vykdydamas projektą Tourism Information Network Nr. R.02.01.00-96-003/10-00, nuo 2015 metų savo veiklose naudoja tris infoterminalus už 3.965 Eur.

Pagal panaudos sutartis Nr. J9-1860 (2023-05-19), J9-1866 (2023-05-22), J9-3445 (2023-11-13) KTIC iš Klaipėdos miesto savivaldybės administracijos gavo šešis elektroninius interaktyvius standus už 42.779,09 Eur bei jų programinę įrangą ir jos licencijas.

KTIC naudojasi įvairiomis ryšio priemonėmis: AB „TELIA Lietuva“ išoriniu telefono ryšiu, faksu, internetu. Šiuo metu įstaigoje kompiuterizuotos 7 darbo vietos, įstaigos darbuotojai gali naudotis

kopijavimo aparatu, daugialypės terpės projektoriumi. KTIC buhalterinė apskaita tvarkoma naudojant buhalterinės apskaitos programą. Bankiniai pavedimai, vietiniai ir tarpiniai mokėjimai bei kitos operacijos atliekamos naudojant bankų internetinę sistemą. Žinios apie KTIC veiklą visuomenei skelbiamos įstaigos internetiniame puslapyje [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt).

## 5. Politiniai - teisiniai veiksniai

KTIC planuodamas ir vykdydamas savo veiklą, formuluodamas savo viziją ir misiją, veiklos strateginius prioritetus ir strateginius tikslus, uždavinius ir priemones strateginiams tikslams įgyvendinti, vadovaujasi nacionaliniais, Lietuvos ir ES teisiniais dokumentais, įvardintais bendrosiose nuostatose. KTIC veikla grindžiama strateginiuose dokumentuose apibrėžtais politiniais bei teisiniais tikslais, strategijos planavimas ir įgyvendinimas siejamas su dabartinės situacijos vertinimu, pats vertinimo procesas grindžiamas bendru Lietuvos turizmo strateginiu tikslu – didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą. KTIC savos raidos perspektyvas sieja su gebėjimu prisitaikyti prie išorės aplinkos, nuolat mokantis ir kreipiant vidaus potencialą į kuo kokybiškesnę strategijos įgyvendinimą. KTIC sutelkia žmogiškuosius ir materialiuosius išteklius tam, kad įveiktų turizmo sektoriuje išskylančius iššūkius.

Turizmo sritį Lietuvoje reguliuoja šie teisės aktai: Europos Sąjungos (ES) teisės aktai, Lietuvos Respublikos (LR) turizmo įstatymas, kiti teisės aktai. Turizmo verslo organizavimo principus, reikalavimus turizmo paslaugų teikimui ir turistų teisių apsaugai, valstybės ir savivaldybių institucijų kompetenciją turizmo srityje Lietuvoje nustato Lietuvos Respublikos (LR) Turizmo įstatymas Nr. VIII-667. Šis įstatymas reglamentuoja kelionių organizavimo, turistų informavimo, apgyvendinimo, sveikatos turizmo paslaugas, turizmo valdymą, turizmo išteklių ir informacijos sistemą.

KTIC, kaip ir kitos turizmo paslaugų sistemos grandys, yra veikiamas nuolatinių pokyčių ir iššūkių. Nauji teisės aktai leidžia KTIC priimti naujoves ir integruoti jas į savo veiklas.

## 6. Ekonominiai veiksniai

Turizmas – viena stambiausių pasaulio ekonomikos šakų, kuri iki COVID19 pandemijos, Pasaulio Turizmo Organizacijos (PTO) duomenimis, kasmet įdarbindavo iki 10 proc. pasaulio darbo jėgos bei sukurdavo 7 proc. pasaulinio bendrojo vidaus produkto. Pandeminė situacija padarė didelę įtaką turizmo verslui, kuris, planuojama, prieš pandeminį lygį turėtų pasiekti 2024-2025 metais. Remiantis VŠĮ Keliuk Lietuvoje teikiama informacija, Lietuva per 2023 metų pirmąjį pusmetį, pagal atvykusių turistų skaičių jau pasiekė 2019 metų rezultatus. Tai rodo, jog turizmo sektorius atsigauna ir bendromis viešojo bei privataus sektoriaus pastangomis siekia pritraukti didesnius turistų srautus į Lietuvą. Tačiau turizmo verslas ir toliau susiduria su žmogiškųjų resursų stygiu, nes 2020-2021 metais turizmo sektoriaus darbuotojai persikvalifikavo ir pradėjo dirbti kitose verslo šakose, trūksta žemesnės grandies darbuotojų, ypač apgyvendinimo bei paslaugų sektoriuje. Dėl kvalifikuotų darbuotojų stygiaus stringa ir oro uostų darbas.

Turizmo srities vystymas bei plėtra – tai didelės galimybes Klaipėdos miesto savivaldybei teikianti sritis. Puiki Klaipėdos geografinė padėtis, uostas, kultūrinis paveldas, miesto teritorijoje esančios Smiltynės gyvenvietės statusas, populiarių kurortinių vietovių Neringos, Palangos kaimynystė- tai veiksniai, kurie padeda pritraukti pajamų iš turistų aptarnavimo. Remiantis Lietuvos turizmo statistika Klaipėdos regionas 2020-2022 metais laikomas viena didžiausių turistinio potencialo teritorijų, kuriose prioritetas teikiamas sveikatos turizmo bei verslo turizmo plėtrai, kas sąlygoja palankesnes galimybes ateinančių metų laikotarpyje pritraukti daugiau investicijų.

Turizmo sektoriaus augimui ypatingą reikšmę turi ekonominiai veiksniai:

**Šalies infliacija.** Turizmo rinka yra jautri kainų pokyčiams. Augant kainų lygiui, produkcija bei paslaugos tampa mažiau konkurencingos tarptautinėje rinkoje. Tokiu pobūdžiu veikiamas tiek vietinis, tiek atvykstamasis turizmas.

**Atvykstančių srautų kilmės šalių BVP, tenkantis 1 gyventojui.** Turizmas pasaulinėje rinkoje įvardijamas kaip prabangos prekė, todėl augančios asmens pajamos teigiamai veikia prabangos produktų paklausą ir priešingai veikia susidūrus su pasaulinėmis epidemijomis, force majeure reiškiniais ir kt.

**Materialiosios investicijos ir turizmo įmonės.** Įvairūs tyrimai rodo, jog turistai ypatingai vertina turizmo paslaugos kokybę. Tai leidžia daryti prielaidą, kad investicijos į šalies infrastruktūrą, kurią sudaro keliai, viešbučiai, lankytinų vietų kūrimas ir atkūrimas, miestų tvarkymas ir kt., sukuria palankias sąlygas plėtoti turizmo sektoriaus veiklą. Tai kuria turizmui patrauklios šalies įvaizdį ir skatina atvykstantąjį turizmą

**COVID – 19 - force Majeure aplinkybės.** Ekonomikos ir turizmo sektoriaus augimui taip pat įtaką daro ne tik tarptautinis judėjimas, skatinimas keliauti po kitas šalis, bet ir bendri sprendimai force majeure situacijoje. Turizmas visame pasaulyje tapo vienas iš labiausiai nukentėjusių sektorių dėl COVID-19 pandemijos. Pasaulio turizmo organizacijos duomenimis, COVID-19 pandemija turėjo įtakos visiems pasaulio regionams, ypač Europos šalims. 2020 metais tarptautinių turistų skaičius pasaulyje sumažėjo 74 proc. lyginant su 2019 metais. Pvz. per 2009 metų krizę turistų skaičius buvo sumažėjęs tik 4 proc. Pasaulyje 2021 m. pradžioje apie 120 milijonų darbo vietų buvo paveiktos pasaulinės krizės. Kelionių agentūrų, operatorių ir gidų paslaugų sukuriama produkcija 2020 metais sumažėjo daugiau kaip 4 kartus, apgyvendinimo paslaugų sukuriama produkcija – daugiau kaip pusantro karto. Visi COVID-19 veiksniai negatyviai veikė ir vis dar veikia turizmo sektoriaus ir turistinių srautų augimą Klaipėdos mieste.

**Karas Ukrainoje.** Veiksny, darantis tiesioginę įtaką turizmo verslui Baltijos šalyse, Lietuvoje ir Klaipėdoje. 2022 m. vasario 24 d. prasidėjus karui Ukrainoje, buvo uždaryti turistiniai keliai, jungiantys Lietuvą su Ukraina, Baltarusija, Rusija. Buvo atšauktas tiesioginis skrydis Palanga-Kijevas, kuris savo veiklą turėjo pradėti 2022 m. kovo mėn. Baltijos šalims, turinčioms sieną su šalimi agresore- Rusija, iškilo tiesioginė saugumo grėsmė, kuri turėjo ir turi įtaką turistų srautams. Buvo pastebėta, kad dėl galimos grėsmės buvo atšaukti Europos šalių turistų apsilankymai Lietuvoje ir Klaipėdos mieste. Vizitus atšaukė ir kai kurios kruizinės linijos. 2023 metais situacija dėl turistų atvykimo šiek tiek stabilizavosi, tačiau iš kai kurių šalių, tokių kaip Vokietija, Nyderlandai ir kt. dar nesulaukta 2019 metais buvusio turistų srauto.

## 7. Gamtiniai, socialiniai bei kultūriniai veiksniai

**Gamtiniai aplinkos veiksniai.** Rekreaciniai išteklių – gamtinės ar kultūrinės aplinkos savybės, tinkamos žmonių visaverčiam fiziniam bei dvasiniam poilsiui organizuoti. Gamtinių rekreacinių išteklių sąvoka gali būti įvardijama tiek bendrai gamtinė aplinka, tiek ir atskiri gamtiniai elementai. Gamtiniai rekreaciniai išteklių – tai gamtiniai veiksniai, naudojami poreikiams tenkinti.

Kraštovaizdis yra svarbi žmonių gyvenimo kokybės dalis įvairiose vietovėse: miesto ir kaimo, sunykusiose ir gerai sutvarkytose, pripažintose nepaprasto grožio bei įprastinėse vietovėse. Klaipėdoje išskiriami gamtinio kraštovaizdžio tipai:

- smėlingosios lygumos;
- pajūrio lygumos;
- upių slėniai.

**Klimatas** yra ypatingas veiksnys, kurio, kaip ir daugelio kitų gamtinės aplinkos veiksnių, valstybė kontroliuoti negali. Didelė dalis Europos turistinių šalių, tokių kaip Ispanija, Graikija, Turkija, iš savo turizmo sektoriaus pelnosi dėl dėkingo klimato. Mūsų šalyje pastebima akivaizdi tendencija – šiltuoju sezonu atvykstantysis turizmas intensyvėja, kas leidžia teigti, kad turizmas šalyje yra sezoninė prekė priklausanti nuo šiltojo sezono. Tai leidžia daryti prielaidą, kad kylanti vidutinė metinė oro temperatūra turi teigiamai veikti atvykstanuosius turistų srautus.

**Socialiniai-kultūriniai aplinkos veiksniai.** Turizmo socialinę- kultūrinę aplinką sudaro:

1. Sociodemografiniai veiksniai;
2. Sveikatos saugumas;
3. Aplinkos saugumas;
4. Subkultūriniai dariniai;
5. Teisiniai veiksniai ir turto saugumas;
6. Svetingumas.

Socialiniai veiksniai turi itin didelę reikšmę turizmui ir nurodo pagrindinius socialinius rodiklius: gyventojų socialinė struktūra, darbo jėgos išsivystymo lygis, gyventojų gerovės lygis. S. Laurynaitė (2013) pastebi, kad kaip socialiniai rodikliai taip pat gali būti analizuojamos visuomenėje

nusistovėjusios elgsenos normos, socialinių taisyklių sistema, dvasinės vertybės, požiūris į gamtą, darbą, tarpusavio santykius ir į save patį.

Tačiau dažniausiai stebimi struktūriniai pasikeitimai amžiaus grupėse, išsilavinime, gimstamume, šeimų dydyje, gyventojų migracijoje ir t. t. Visus šiuos rodiklius galima rasti Lietuvos statistikos departamente, taip pat ir darbo užmokesčio kilimą ir nedarbo lygio mažėjimą. Didėjantis darbo užmokestis leidžia didesnę dalį savo uždirbtų lėšų skirti poilsiui ir rekreacinei veiklai. Nedarbo lygio mažėjimas didina turizmo paklausą, kadangi didėjant dirbančių žmonių skaičiui, didėja ir potencialių klientų ratas. Apžvelgus įvairius tyrimo metodus, taikomus analizuojant turizmo aspektus turizmo plėtros regionuose, pastebima, kad autoriai neapsiriboja vien kokybiniais ar kiekybiniais metodais.

Demografinė padėtis (gimstamumas, gyventojų migracija, gyventojų aktyvumas, gyvenimo būdo pasikeitimas, visuotinės vertybės ir įsitikinimai, nacionalinės tradicijos ir kt. - tai turizmo plėtotę lemiantys veiksniai. Viena iš svarbesnių demografinių ypatybių yra gyventojų amžius. Ji sąlygoja darbo jėgos potencialą, naujovių integraciją darbo procese, urbanizaciją, migraciją šalies viduje bei į išorę, o taip pat gyvenimo būdo pokyčius (padidėjusios gyventojų pajamos, daugelyje šalių dirbantiesiems suteikiamos apmokamos atostogos, galimybė atostogauti daugiau nei vieną kartą per metus, savaitgalio išvykos, lankstūs darbo grafikai, darbas namie, ne visą darbo dieną, populiarėja sveika gyvensena, aktyvus poilsis (fiziniai pratimai, slidinėjimas, vandens sportas bei pramogos ir t.t.)).

Antra svarbi turizmo aplinkos socio-demografinė ypatybė - tai moterų vaidmuo šiuolaikinėje visuomenėje. Jų įsiliejimas į darbo rinką susijęs su šeimos pajamų, o kartu ir keliavimo galimybių padidėjimu. Moterys yra svarbus faktorius sprendžiant laisvalaikio kelionių ir verslo kelionių rinkodaros uždavinius ir problemas. Nors Europa atrodo vienalytė moterų vaidmens visuomenėje požiūriu, tačiau šiuo požiūriu kol kas egzistuoja realūs skirtumai tarp Skandinavijos ir Pietų Europos šalių.

Trečioji ypatybė, kurios svarba vis auga Vakarų Europos šalyse - tai etninės mažumos. Šios žmonių grupės skiriasi savo kalba, religija ir papročiais nuo pagrindinės gyventojų grupės. Į šią specifiką atsižvelgiama organizuojant turizmo paslaugas bei formuojant pasiūlą.

### III. STIPRYBIŲ, SILPNYBIŲ, GALIMYBIŲ IR GRĖSMIŲ ANALIZĖ

Atlikus išsamią situacijos analizę, įvertinus esamą situaciją, silpnąsias bei stipriąsias puses, taip pat galimybes, buvo sudaryta galutinė SSGG, kuri bus laikoma pagrindu formuojant strateginį veiklos planą bei numatant veiksmus jo įgyvendinimui.

#### **Stiprybės:**

1. Aiškūs strateginiai tikslai, kurie apibrėžti įstaigos įstatuose.
2. Reikšminga įstaigos vadovo ir darbuotojų patirtis, kompetencija bei ilgametė patirtis turizmo sektoriuje.
2. Diegiamos naujos, modernios, patrauklios turizmo informacijos teikimo priemonės bei metodai.
3. KTIC racionaliai ir skaidriai naudoja uždirbtas pajamas, projektines lėšas, laikydamasis Lietuvos Respublikos įstatymų ir kitų teisės aktų.
4. Sėkmingai bendradarbiauja su Klaipėdos regiono turizmo informacijos centrais siekiant formuoti bendrą regiono turistinį įvaizdį.
5. Bendradarbiauja su mokyimo įstaigomis, priimant studentus mokymosi praktikai, sudarant ir tvirtinant mokymo programas, dalyvauja vertinant baigiamuosius darbus ir kt.
6. Naujų specialistų (gidų) parengimas turizmo

#### **Silpnybės:**

1. Žmogiškųjų išteklių stoka.
2. Patenkinama KTIC IT ir organizacinės technikos bazė.
3. Ribotos finansinės galimybės dalyvavimui europinių fondų projektinėje veikloje pareiškėjo statusu.
4. Sunkumai pritraukiant veiklos modernizavimui ir plėtrai reikalingus finansinius išteklius iš kitų šaltinių
5. Turizmo sezoniškumas ir nepakankama turizmo produktų ir paslaugų pasiūla sezoniškumui mažinti

rinkai.

7. Nuolatinis turizmo produktų kūrimas, atnaujinimas ir viešinimas.

8. Dalyvavimas kuriant miesto vizualinį identitetą, formuojant miesto pozicionavimą bei komunikacinę žinutę.

9. Pagrindinė informacinė medžiaga leidžiama 9 kalbomis (lietuvių, anglų, vokiečių, rusų, lenkų, italų, ispanų, prancūzų ir latvių kalbomis. Nuo 2023 metų ir švedų kalba);

10. Įstaigos interneto svetainė novatoriška, adaptyvi ir patogi naudoti bet koku įrankiu turinčiu naršyklę (atnaujinta 2023 metais).;

11. Informacijos pateikimas socialiniuose tinkluose.

#### **Galimybės:**

1. Naujų darbo vietų sukūrimas plečiant KTIC veiklą.

2. Naujų turizmo rinkų paieška.

3. Bendrų tarptautinių maršrutų vystymas su regiono ir kaimyninių šalių turizmo paslaugų teikėjais.

4. Dalyvavimas įgyvendinant projektus pareiškėjo ar partnerio statusu.

5. Aktyvesnis bendradarbiavimas su turizmo verslo sektoriumi.

6. Specializuoto turizmo sektoriaus produktų plėtra (vandens, sveikatinimo, aktyvaus poilsio, solo, neįgaliųjų turizmas ir kt. ).

7. Pokyčiai turizmo politikoje.

8. Konferencinio turizmo plėtra.

9. Medicininio turizmo skatinimas.

10. Rekreacinių išteklių infrastruktūros sutvarkymas ir pritaikymas turizmo poreikiams.

11. Įstaigos patalpų atnaujinimas ir pritaikymas kokybiškam, atitinkančiam šiuolaikinius standartus darbuotojų darbui ir lankytojų aptarnavimui.

12. Organizacijos lankstumo didinimas prisitaikant prie išorinės ir vidinės aplinkos veiksnių, daugiau veiklų persikeliant į informacinių technologijų lygmenį.

#### **Grėsmės:**

1. Turistų skaičiaus mažėjimas dėl pasikeitusios geopolitinės bei epidemiologinės situacijos pasaulyje.

2. Geopolitinių veiksnių įtaka atvykstantajam turizmui- uždarytos sienos ir t.t..

3. Artimų turizmo vietovių – Lietuvos ir kitų šalių, esančių prie Baltijos jūros – konkurencija Klaipėdos miesto turizmo produktui.

4. Pasiekiamumo galimybių stoka.

5. Neaktyvus Klaipėdos miesto verslo subjektų dalyvavimas veiklose, skatinančiose turizmo plėtrą mieste.

6. Nepakankamas finansavimas Klaipėdos miesto turizmo sektoriaus plėtrai skatinti.

7. Formuojama išorinė neigiama nuomonė apie įstaigą.

8. Vykdomų veiklų pokytis dėl galimos įstaigos reorganizacijos.

9. ES struktūrinių fondų finansavimo mažėjimas.

10. Konkurencija tarp fizinių ir juridinių asmenų, galinčių vykdyti turizmo informacijos teikimo paslaugas.

11. Kvalifikuotų darbuotojų trūkumas.

## **IV. 2025-2027 M. VEIKLOS STRATEGIJA**

Rengiant KTIC 2025-2027 metų strateginį veiklos planą, nustatomos pagrindinės veiklos kryptys planuojamame laikotarpyje ir būdai, kaip efektyviausiai panaudoti turimus ir planuojamus gauti finansinius, materialinius ir darbo išteklius, numatytiems tikslams pasiekti, užsibrėžtiems uždaviniams

įgyvendinti. 2023 metams finansavimas buvo patvirtintas pagal atvykstamojo ir vietinio turizmo Klaipėdoje skatinimo programoje suplanuotas veiklas (biudžeto lėšų naudojimo sutarties Nr. J9-4069). Vyriausybei patvirtinus Turizmo įstatymą, kuriame numatytas turizmo informacinių centrų finansavimas skiriant dotaciją, daroma prielaida, jog KTIC finansavimas 2024 metais bus skiriant dotaciją numatytų veiklų įgyvendinimui.

Pagrindinės artimiausių metų užduotys orientuotos į pridėtinės vertės kūrimą turizmo paslaugų sektoriuje (nauji turizmo produktai, paslaugos, pajamos, darbo vietų išsaugojimas ir kūrimas):

- skatinti atvykstamąjį ir vietinį turizmą;
- užtikrinti efektyvią ir patogią turizmo informacijos sklaidą miesto svečiams;
- aktyviai bendradarbiauti su artimiausiomis, kaimyninėmis rinkomis - Latvija, Estija, Lenkija, Švedija, Vokietija ir kt.;
- kurti naujus/tobulinti siūlomus turizmo produktus ir paslaugas, skatinančius individualų, šeimyninį keliavimą, vandens, sveikatingumo, kultūrinio bei konferencinio turizmo plėtojimą;
- siekti regioninio bendradarbiavimo atskleidžiant pajūrio zonos išskirtinumą, istorinių, gamtinių, kultūrinių objektų suformuotą savitą charakterį, pasitelkiant skirtingas regiono stiprybes: įvairovę tarp sausumos ir vandens, kurorto ir miesto, ramybės ir šurmulio, gamtos ir infrastruktūros;
- įtraukti Klaipėdos miesto turistinius objektus į regioninius maršrutus, pristatyti juos vietinėje ir tarptautinėse rinkose, o taip pat tinkamais kanalais platinti informaciją apie turizmo galimybes Klaipėdos mieste bei regione;
- prisidėti prie miesto bei regiono identitetą bei tapatumą vystančių veiklų įgyvendinimo; skatinti regioną atliepančių turizmo produktų bei paslaugų kūrimą;
- vykdyti veiklą, atitinkančią Klaipėdos miesto ekonominę plėtros strategiją iki 2030 m. – skatinti darnų pakrančių ir jūrinį, aktyvų, sveikatinimosi turizmą ir kt.;
- stiprinti bendradarbiavimą su turizmo paslaugų tiekėjais, rengti bendrus paslaugų paketus, kuriais būtų ilginamas turistinis sezonas Klaipėdos mieste.

KTIC 2023 m. vykdo Klaipėdos miesto savivaldybės strateginio veiklos plano priemonę Nr. 02.01.01.01.02 "Atvykstamojo ir vietinio turizmo skatinimo Klaipėdoje programos įgyvendinimas". Šios priemonės įgyvendinimui su Klaipėdos miesto savivaldybės administracija 2022 m. gruodžio 30 d. pasirašyta bendradarbiavimo sutartis Nr. J9-4069. Siekiant KTIC vizijos, 2024-2026 metams numatyti šie tikslai, uždaviniai, priemonės bei produkto vertinimo kriterijai, atitinkantys atvykstamojo ir vietinio turizmo Klaipėdoje skatinimo programoje suplanuotas veiklas:

Eil. Nr.	Tiksai, uždaviniai, priemonės	Priemonės kodas	Finansavimas reikalingas rodikliui pasiekti, Eur			Siektini rodikliai				
			Priemonės	Lėšų poreikis 2025 m.	Lėšų poreikis 2026 m.	Lėšų poreikis 2027 m.	Pavadinimas	Mato vnt.	2025 m.	2026 m.
<b>Lūkesčių rašte nustatyti tikslai</b>										
1	Turistų pasitenkinimo lygis Klaipėdos miestu (turistų, savo pasitenkinimo Klaipėdos miesto turizmo išteklių lygį įvertinusių 8 ir daugiau balų, dalis nuo apklaustų turistų)					%	≥ 80	≥ 80	≥ 80	
2	Apgyvendintų turistų skaičius (per metus)					tūkst. asm.	≥ 200	≥ 210	≥ 210	
3	Turistų skaičiaus augimas (turistų Klaipėdos mieste skaičius einamaisiais metais, palyginti su praeitais metais, matuojamas kasmet)					%	≥ 2,5	≥ 2,5	≥ 2,5	
4	Aptarnautų turistų (suteikta informacija)					tūkst. asm.	≥ 50	≥ 50	≥ 50	
5	Įgyvendintų priemonių užtikrinančių efektyvų informacijos teikimą turistams					vnt.	≥ 3	≥ 3	≥ 3	
6	Įgyvendintų Klaipėdos žinomumą didinančių rinkodaros priemonių					vnt.	≥ 5	≥ 5	≥ 5	
7	Kartu su Klaipėdos regionu įgyvendintų Klaipėdos bei Klaipėdos regiono žinomumą didinančių rinkodaros priemonių					vnt.	≥ 1	≥ 1	≥ 1	
8	Įgyvendintų turistų srautų analizės bei turistų pasitenkinimo matavimo priemonių skaičius					vnt.	≥ 2	≥ 2	≥ 2	
9	Įgyvendintų priemonių, kuriomis būtų ilginamas turistinis sezonas Klaipėdos mieste					vnt.	≥ 2	≥ 2	≥ 2	
10	Į atvykstamojo ir vietinio turizmo skatinimo Klaipėdoje programos priemonių įgyvendinimą įtrauktų verslo atstovų					vnt.	≥ 5	≥ 5	≥ 5	
<b>Strateginių veiklos tikslų įgyvendinimas</b>										
1.1.	<b>Uždavinys. Išplėtoti turizmo ir rekreacijos paslaugas</b>		<b>198 870</b>	<b>155 420</b>	<b>140 920</b>	x	x	x	x	x
1.1.1.	<b>Priemonė.</b>	<b>Finansavimas</b>	<b>109 570</b>	<b>70 120</b>	<b>69 120</b>	x	x	x	x	x

Užtikrinti efektyvią informacijos apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius ir viešąją turizmo ir poilsio infrastruktūrą sklaidą	1.1.1.1.	Turistams skirtų informacinių priemonių (elektroninių interaktyvių stendų, infodėžių) priežiūra, būklės stebėseną bei plėtra	<b>22 500</b>	<b>8 500</b>	<b>7 500</b>	x	x	x	x	x
			4 500	4 500	4 500	Elektroninių interaktyvių stendų techninė priežiūra, 12 mėn.	vnt.	6	6	6
			3 000	3 000	3 000	Elektroninių interaktyvių stendų draudimas, 12 mėn.	vnt.	6	6	6
			0	1 000	0	Elektroninių interaktyvių stendų turinio valdymo programinės įrangos atnaujinimas ir palaikymas	0	0	1	0
			15 000	0	0	Elektroninio interaktyvaus stendo įsigijimas ir pastatymas (KTIC valdybos siūlymas)	vnt.	1	0	0
	1.1.1.2.	Vystant e. rinkodarą nuolat atnaujinta ir papildyta interneto svetainė www.klaipedatravel.lt, socialinių tinklų paskyros, elektroninių interaktyvių stendų turinys	<b>16 020</b>	<b>7 020</b>	<b>7 020</b>	x	x	x	x	x
			4 800	4 800	4 800	Internetinės svetainės www.klaipedatravel.lt palaikymas	mėn.	12	12	12
			360	360	360	Usercentrics A/S mail@cookiebot.com	mėn.	12	12	12
			180	180	180	Canva sistemos naudojimas	mėn.	12	12	12

			240	240	240	Zoom platformos naudojimas	mėn.	12	12	12
			0	0	0	Socialinių tinklų (Facebook, Instagram, LinkedIn ir kt.) administravimas	mėn.	12	12	12
			3 000	0	0	Elektroninių interaktyvių stendų integruota apklausos sistemos sukūrimas	kart.	1	0	0
			1 440	1 440	1 440	Elektroninių interaktyvių stendų apklausos sistemos palaikymas ir administravimas	mėn.	12	12	12
			4 500	0	0	Internetinės svetainės www.klaipedatravel.lt turinio atnaujinimas su rašytine, video, foto medžiaga keliomis kalbomis	kart.	1	0	0
			1 500	0	0	Svetainės www.klaipedatravel.lt renginių skilties atnaujinimas įvedant renginių talpinimo funkciją užsienio kalba	kart.	1	0	0
1.1.1.3.	Dalyvavimas turizmo		<b>31 800</b>	<b>34 800</b>	<b>34 800</b>	x	x	x	x	x

			srities renginiuose (parodos/konferencijos/B2B/B2C)	800	800	800	Dalyvavimo turizmo ir su turizmu susijusių asociacijų, formuojančių turizmo politiką, veikloje nario mokestis	kart.	2	2	2
				21 000	21 000	21 000	Dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose bei verslo misijose kartu su partneriais: Vokietija, Latvija, Nyderlandai, Lenkija, Airija, Suomija + 1 šalis, suderinus su verslo arba regiono partneriais.	kart.	7	7	7
				1 000	1 000	1 000	Dalyvavimas nacionalinėse turizmo parodose bei verslo misijose kartu su partneriais	kart.	2	2	2
				1 000	1 000	1 000	Tarptautinės turizmo dienos renginių organizavimas didinant Klaipėdos miesto istorijos žinomumą (nemokamos ekskursijos ir renginiai Klaipėdos miesto gyventojams ir miesto svečiams)	kart.	1	1	1

		8 000	8 000	8 000	Knygų mugė	kart.	1	1	1
		0	3 000	3 000		0	kart.	0	1
		<b>39 250</b>	<b>19 800</b>	<b>19 800</b>		x	x	x	x
		2 000	4 000	4 000	Informacinių žemėlapių leidyba (įskaitant 7/24 priemonę)	vnt.	10000	20000	20000
1.1.1.4.	Parengti ir išleisti informaciniai ir kartografiniai leidiniai apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius ir turizmo paslaugas	2 250	1 500	1 500	Informacinių ir kartografinių leidinių apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas parengimas pagal Klaipėdos miesto vizualinį identitetą (skulptūrų, latvių ir italų kalba, tualetų žemėlapis)	kart.	3	3	3
		2 400	300	300	Informacinių ir kartografinių leidinių apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas tekstų vertimas	kart.	6	1	1

1.1.2.	Priemonė. Didinti			18 400	12 500	12 500	Informacinių ir kartografinių leidinių apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas leidyba (leidiniai įvairiomis kalbomis)	vnt.	25000	25000	25000
				300	0	0	Regioninio leidinio parengimas (dalinis prisidėjimas)	vnt.	1	0	0
				400	0	0	Regioninio leidinio tekstų vertimas į EN, DE kalbas (dalinis prisidėjimas)	vnt.	2	0	0
				12 000	0	0	Regioninio leidinio leidyba LT, EN, DE (dalinis prisidėjimas)	vnt.	15000	0	0
				1 500	1 500	1 500	Informacinių ir kartografinių leidinių apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas atnaujintų tekstų sukūrimas	kart.	3	3	3
				<b>74 800</b>	<b>68 300</b>	<b>69 800</b>	x	x	x	x	x
		1.1.2.1.	Turistinių bei	<b>27 300</b>	<b>22 300</b>	<b>22 300</b>	x	x	x	x	x
		<b>Finansavimas</b>									

turizmo paslaugų skaičių	pažintinių maršrutų kūrimas, tobulinimas bei viešinimas	300	300	300	Regioninių maršrutų viešinimas pasitelkiant įvairias informavimo priemones (Vėtrungių kelias, Šv. Jokūbo kelias, Sveikatinimo kelias, Jūros takas)	kart.	3	3	3	
		10 000	10 000	10 000	Architektūros festivalis "Pastatai kalba"	vnt.	1	1	1	
		5 000	0	0	Virtualus maršrutas apie Klaipėdą panaudojant VR akinius	vnt.	1	0	0	
		12 000	12 000	12 000	Kalbančios Klaipėdos skulptūros. Skulptūrų parkas ( 20 skulptūrų)	vnt.	1	1	1	
	<b>19 000</b>	<b>19 000</b>	<b>21 000</b>	x	x	x	x	x		
	1.1.2.2.	Kartu su senamiesčio verslais organizuojami renginiai ne sezono metu	8 000	8 000	10 000	"Šv. Martynas. Ir jo žąsys"	vnt.	1	1	1
			6 000	6 000	6 000	Renginys Klaipėdos mieste, suderinus su KMSA, verslo partneriais	vnt.	2	2	2
			5 000	5 000	5 000	Klaipėdos regiono turizmo forumas	kart.	1	1	1
	1.1.2.3.	Kruizinių laivų	<b>26 500</b>	<b>25 000</b>	<b>24 500</b>	x	x	x	x	

1.1.3.	Priemonė. Užtikrinti	sutikimų Klaipėdos mieste organizavimas	12 000	12 000	10 000	Kruizinių laivų sutikimas Klaipėdos miesto uoste (informacijos teikimas, tradicinės kultūros demonstravimo organizavimas, komunikacija su laivus priimančiomis kompanijomis, miesto tarnybomis ir kt.)	kart.	60	60	50	
			12 000	12 000	12 000	Paroda "Seatrade Global" Majamyje, JAV	kart.	1	1	1	
			1 000	1 000	1 000	Dalyvavimas asociacijos veikloje "Cruise Baltic"	kart.	1	1	1	
			1 500	0	1 500	Paroda "Seatrade Europe" Hamburge, Vokietijoje	kart.	1	0	1	
		1.1.2.4.	Klaipėdos populiarinimas pagal tikslines amžiaus grupes	<b>2 000</b>	<b>2 000</b>	<b>2 000</b>	x	x	x	x	x
				2 000	2 000	2 000	Jaunųjų gidų mokyklėlės "Būk Klaipėdos miesto ambasadoriumi" organizavimas	kart.	1	1	1
		<b>Finansavimas</b>		<b>14 500</b>	<b>17 000</b>	<b>2 000</b>	x	x	x	x	x
		1.1.3.1.	Lankytojų apklausa	<b>0</b>	<b>15 000</b>	<b>0</b>	x	x	x	x	x

	Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų kokybę		vykdoma KTIC patalpose, pasitelkiant mobilią įrangą	0	0	0	Lankytojų apklausa vykdoma KTIC patalpose, pasitelkiant mobilią įrangą	kart.	1	1	1
				0	15 000	0	Bendradarbiaujant su profesionalais atlikta turistų pasitenkinimo apklausa, turizmo paslaugų ir produktų analizė	kart.	0	1	0
	1.1.3.2.	Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų kokybės gerinimas		<b>12 500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	x	x	x	x	x
				10 000	0	0	Modulinis namelis kruizinių laivų terminale	vnt.	1	0	0
				2 500	0	0	Palapinė ir mobilūs baldai parodoms, renginiams (su vizualiniu identitetu)	vnt.	1	0	0
	1.1.3.3.	Reprezentaciniai miesto suvenyrai pagaminti atsižvelgiant į Klaipėdos miesto vizualinio identiteto reikalavimus		<b>2 000</b>	<b>2 000</b>	<b>2 000</b>	x	x	x	x	x
				2 000	2 000	2 000	Reprezentaciniai suvenyrai su Klaipėdos miesto identitetu		1	1	1
2.1.	<b>Uždavinys. Didinti žinomumą apie Klaipėdos turistinį potencialą</b>			<b>52 800</b>	<b>62 800</b>	<b>62 800</b>	x	x	x	x	x
2.1.1.	Priemonė. Kurti ir		<b>Finansavimas</b>	<b>39 000</b>	<b>49 000</b>	<b>49 000</b>	x	x	x	x	x
		2.1.1.1.	Rinkodaros	<b>12 000</b>	<b>12 000</b>	<b>12 000</b>	x	x	x	x	x

2.1.2.	Prieimonė. Vykdyti efektyvią Klaipėdos turizmo komunikaciją	įgyvendinti rinkodaros kampanijas	kampanijos skirtos sveikatinimuisi bei aktyvių pramogų patirčių viešinimui ir populiarinimui	12 000	12 000	12 000	Rinkodaros kampanijos skirtos sveikatinimuisi bei aktyvių pramogų patirčių viešinimui ir populiarinimui	Vnt.	1	1	1	
				<b>12 000</b>	<b>12 000</b>	<b>12 000</b>	x	x	x	x	x	
		2.1.1.2.	Rinkodaros kampanijos skirtingoms tikslinėms auditorijoms	12 000	12 000	12 000	Rinkodaros kampanijos skirtingoms tikslinėms auditorijoms	Vnt.	1	1	1	
				<b>0</b>	<b>10 000</b>	<b>10 000</b>	x	x	x	x	x	
		2.1.1.3.	Video filmukai apie Klaipėdos turizmo išteklius	0	10 000	10 000	Videofilmo apie Klaipėdos turizmo išteklius sukūrimas	vnt.	0	1	1	
				<b>15 000</b>	<b>15 000</b>	<b>15 000</b>	x	x	x	x	x	
		2.1.1.4.	Rinkodarinė kampanija didinanti Klaipėdos turistinių objektų žinomumą	15 000	15 000	15 000	Rinkodarinė kampanija didinanti Klaipėdos turistinių objektų žinomumą	komp.	1	1	1	
		<b>Finansavimas</b>			<b>13 800</b>	<b>13 800</b>	<b>13 800</b>	x	x	x	x	x
				<b>6 600</b>	<b>6 600</b>	<b>6 600</b>	x	x	x	x	x	
		2.1.2.1.	Informaciniai pranešimai ir užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje apie Klaipėdos miesto turizmo galimybes, išteklius	6 600	6 600	6 600	Informaciniai pranešimai ir užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje	kart.	12	12	12	
2.1.2.2.	Komunikacija per	<b>2 400</b>	<b>2 400</b>	<b>2 400</b>	x	x	x	x	x			

			socialinius tinklus	2 400	2 400	2 400	Klaipėdos miesto turizmo išteklių viešinimas, reklama socialiniame tinkle Facebook	mėn.	12	12	12
				0	0	0	Klaipėdos miesto turizmo išteklių viešinimas, reklama socialiniame tinkle Instagram, LinkedIn ir kt.	mėn.	12	12	12
				<b>4 800</b>	<b>4 800</b>	<b>4 800</b>	x	x	x	x	x
		2.1.2.3.	Užsienio ir Lietuvos žiniasklaidos atstovų/nuomonių formuotojų ar kelionių organizatorių pažintiniai turai	4 800	4 800	4 800	Užsienio ir Lietuvos žiniasklaidos atstovų/nuomonių formuotojų ar kelionių organizatorių pažintiniai turai	kart.	6	6	6
<b>3.</b>	<b>Ištaigos veiklos organizavimas (patalpų išlaikymas, personalas)</b>			<b>251 670</b>	<b>218 220</b>	<b>203 720</b>	x	x	x	x	x
		<b>3.</b>	<b>Ištaigos veiklos organizavimas (patalpų išlaikymas, personalas)</b>	<b>184 800</b>	<b>190 800</b>	<b>204 000</b>	x	x	x	x	x
3.1.	Priemonė. Veiklos užtikrinimas		VšĮ Klaipėdos turizmo informacijos centro veiklos bendrosios išlaidos	162 000	168 000	180 000	Personalo išlaikymas	mėn.	12	12	12
				22 800	22 800	24 000	Patalpų išlaikymas, bendrosios administracinės sąnaudos	mėn.	12	12	12

2024-2026 m. bendra finansavimo suma iš SB veiklos užtikrinimui, Eur		436 470	409 020	407 720	x	x	x	x	x		
4.	Istaigos komercinės veiklos organizavimas	145 000	152 000	159 000	x	x	x	x	x		
4.1.	Priemonė. Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų plėtra	Komeracinė veiklos pajamos		145 000	152 000	159 000	x	x	x	x	
		4.1.1.	Ekskursijų organizavimas	20 000	21 000	22 000	x	x	x	x	x
				20 000	21 000	22 000	Pardavimo pajamų augimas, %	%	5	5	5
							Suorganizuotos ekskursijos	kart.	150	150	150
							Ekskursijoje dalyvavusių asmenų skaičius	asm.	3000	3000	3000
							Suteikta ekskursijų paslaugų pasitelkiant specializuotą įrangą	kart.	30	30	30
		4.1.2.	Vakarų Lietuvos gidų kursų organizavimas	5 000	5 000	5 000	x	x	x	x	x
				5 000	5 000	5 000	Pardavimo pajamų augimas, %	%	≥ 1	≥ 1	≥ 1
							Gidų parengimo kursai	kart.	1	1	1
		4.1.3.	Suvenyrų pardavimų organizavimas	20 000	21 000	22 000	x	x	x	x	x
				20 000	21 000	22 000	Pardavimo pajamų augimas, %	%	5	5	5
							Sukurti Klaipėdos miestą reprezentuojantys suvenyrai, kartai	kart.	1	1	1

				100 000	105 000	110 000	x	x	x	x	x
		4.1.4.	Kempingo veiklos organizavimas				Apgyvendintų asmenų skaičius	asm.	3700	4000	4000
							Apgyvendintų parų skaičius	nakv.	9000	9000	9000
							Priimtų kemperių skaičius	vnt.	480	500	500
							Palapinių skaičius	vnt.	720	720	720
				100 000	105 000	110 000	Pardavimo pajamų augimas, %	%	5	5	5

## 1 UŽDAVINYS - Išplėtoti turizmo ir rekreacijos paslaugas.

### 1 Priemonė - Užtikrinti efektyvią informacijos apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius ir viešąją turizmo ir poilsio infrastruktūrą sklaidą.

1.1.1.1. *Turistams skirtų informacinių priemonių (elektroninių interaktyvių stendų, infodėžių) priežiūra, būklės stebėseną bei plėtra.*

KTIC prižiūri 6 infoterminalus (6 stacionarus infoterminalai (nuosavybė KMSA, esantys Danės, Tiltų gatvėse, Karlskronos a., Danės skv. bei Skulptūrų parko infoterminalai, pagal sutartis su KMSA (2023-05-19 Nr. J9-1860; 2023-05-22 Nr. J9-1866), perduoti panaudai KTIC) bei 2 vnt. KTIC projekte „Tourinfont“ (2016 m.) įsigyti infoterminalai.

Vykdoma nuolatinė techninių procesų stebėseną, sutrikimų šalinimas, apsaugos lygio gerinimo darbai. Dirbant su informacinius terminalus prižiūrinčiais techniniais specialistais nuolat kontroliuojama bei tobulinama operacinė sistema, kuri šiuo metu įdiegta visuose informaciniuose terminaluose - valdikliai gebantys sujungti iš anksto numatytus svetainės [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt) puslapius ir atvaizduoti realiu laiku terminaluose.

Vasaros metu bus plečiamas informacinių dėžių tinklas – papildoma informacinė dėžė 7/24 bus pastatyta Kruizinėje krantinėje ir joje patalpinta medžiaga galės naudotis tiek kruizinių, tiek pramoginių ar karinių laivų keleiviai.

Nuolat atnaujinama duomenų bazė (DB) pagal naudojamus turizmo rodiklius: kontaktų pardavimams, maitinimo, apgyvendinimo, konferencijų paslaugų tiekėjų, kultūrinių įstaigų, ekskursijų dalyviai ir kita. DB naudojama įstaigos vidiniams poreikiams vykdant įstaigos funkcijas bei pagal poreikį yra dalijamasi su išorės vartotojais. Iš viso sukurta 18 teminių DB.

VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ sukūrė bendrą Lietuvos turizmo išteklių DB, į kurią 2022- 2023 m. buvo pateikta daugiau kaip 800 įrašų. Šiuo metu sistema dar yra papildomai tobulinama ir bus performuota į nacionalinę turizmo informacijos sistemą. Vyksta derinimas, siekiant sujungti informaciją iš internetinio puslapio [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt) ir NTIS. VŠĮ Keliauk Lietuvoje pateikta informacija apie technines galimybes.

Priemonės įgyvendinimui įstaiga yra sukūrusi turizmo išteklių duomenų bazę (DB), kuri yra periodiškai atnaujinama atsižvelgiant į vykstančius pasikeitimus rinkoje. Dalis DB yra skirta įstaigos vidiniam naudojimui, dalis duomenų bazės informacijos yra pateikta vizualiai ir patogiai vartotojams prieinama svetainėje [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt) (konferencinių erdvių, apgyvendinimo, maitinimo ir kitų paslaugų tiekėjai ir kt.). Taip pat įstaiga renka, kaupia, sistemina informacija VŠĮ Keliauk Lietuvoje sukurtai vieningai Lietuvos turizmo išteklių duomenų bazei. Siekiant atlikti išsamesnę turistų srautų bei poreikių Klaipėdos mieste analizę, 2024 metais, pasitelkus profesionalus, atlikti turistų pasitenkinimo apklausą bei turizmo paslaugų ir produktų rinkos analizę. 2023 metais turistų apklausa buvo vykdoma TICe, o taip pat per socialinius tinklus, infoterminalus.

1.1.1.2. *Vystant e. rinkodarą nuolat atnaujinta ir papildyta interneto svetainė [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt), socialinių tinklų paskyros, elektroninių interaktyvių stendų turinys.*

2023 metai vyko [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt) internetinės svetainės atnaujinimas pagal Klaipėdos miesto vizualinį identitetą, jos funkcionalumo tobulinimas, optimizavimas, apsaugos atnaujinimas, svetainės testavimas. 2024 metais bus vykdomas nuolatinis informacijos talpinimas, atnaujinimas internetinėje svetainėje. Pasitelkus fotografus bus atnaujintas nuotraukų archyvas. Įvairiuose e. rinkodaros kanaluose bus viešinami Klaipėdos miesto bei regiono turizmo išteklių pagal atskiras temas, užklausas ir tt.

1.1.1.3. *Dalyvavimas turizmo srities renginiuose (parodos/konferencijos/B2B/B2C).*

KTIC Klaipėdos miesto turizmo įvaizdžio kūrimui ir žinomumo didinimui, atvykstamojo turizmo plėtrai nuolat dalyvauja atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtrai skirtuose turizmo renginiuose (parodose, verslo misijose, pristatymuose ir kt.).

2024 metais yra planuojama dalyvauti šiuose renginiuose :

Renginys	Miestas	Data	Pastabos
VAKANTIEBEURS	Utrechtas, Nyderlandai	2024 m. sausio mėn. 11 – 14 d.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domisi: gamtiniu turizmu, žygiais, keliavimu dviračiais, buriavimu, poilsiu kempinguose;</li> <li>• Naujo skrydžio Palanga-Amsterdams viešinimas</li> </ul>
Tourism Fair Oslo*	Oslas, Norvegija	2024 m. sausio 13-14 d.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Domisi gamtiniu, aktyvaus poilsio turizmu, kempingais, kultūriniu bei gastronominiu turizmu</li> <li>• Pasiekiamumas iš Palangos. Skrydis į Oslą.</li> </ul>
MATKA*	Helsinki, Suomija	2024 m. sausio mėn. 19 – 21 d.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perspektyvinė rinka;</li> <li>• Populiariausi kelionių į Lietuvą tikslai – miestų turizmas, apsipirkimas, gastronomija, verslo turizmas, gamtinis turizmas, paveldo pažinimas;</li> </ul>
Vilniaus Knygų mugė	Vilnius	2024 m. vasario 22-25 d.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lietuva - pagrindinė prioritetinė rinka</li> <li>• Lankytojų šalių geografijos TOP10 užima 1 vietą);</li> <li>• Domisi: kultūriniu turizmu, renginiais, atostogomis prie jūros, gamtiniu, aktyviu laisvalaikiu, poilsiu su šeima.</li> </ul>
BALTTOUR	Ryga, Latvija	2024 m. vasario mėn. 2 – 4 d.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Latvija - pagrindinė prioritetinė kaimyninė rinka;</li> <li>• Domisi: pažintiniu, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu;</li> </ul>
Oohh! (Reisen)	Hamburgas, Vokietija	2024 m. vasario mėn. 7 - 11 d	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vokietija - pagrindinė prioritetinė rinka;</li> <li>• Domisi: gamtiniu, kultūriniu, pažintiniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu;</li> </ul>
Renginys	Miestas	Data	Pastabos
Jūros šventė	Klaipėda	2024 m. liepos mėn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lietuva - pagrindinė prioritetinė rinka</li> <li>• Domisi: paplūdimio atostogomis, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu.</li> </ul>
Sostinės dienos	Vilnius	2024 m. rugsėjo mėn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lietuva - pagrindinė prioritetinė rinka</li> <li>• Domisi: paplūdimio atostogomis, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu</li> </ul>

			laisvalaikiu.
Verslo misija LR ambasadoje Latvijoje*	Ryga, Latvija	2024 m. vasario mėn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Latvija - pagrindinė prioritetinga rinka;</li> <li>• Domisi: pažintiniu, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu;</li> </ul>
Verslo misija LR ambasadoje Švedijoje*	Stokholmas, Švedija	2024 m. balandžio mėn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Svarbi rinka dėl kaimynystės;</li> <li>• Pagrindinis kelionės tikslas, atostogos (Poilsinės kelionės), dalykinis turizmas. Renkasi kelionių organizatorių paslaugomis;</li> <li>• Svarbu saugumas, lengvas susisiekimasis;</li> </ul>

PASTABA: \* Dalyvavimas šiose parodose ir renginiuose yra planuojamas.

#### 1.1.1.4. Parengti ir išleisti informaciniai ir kartografiniai leidiniai apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius ir turizmo paslaugas.

Šios priemonės vykdymui renkama, kaupiama, sisteminama, atnaujinama informacija, vykdomi viešieji pirkimai, sudaromos sutartys su dizaino, leidybos įmonėmis.

2024-2026 m. periode yra planuojama atnaujinti 6 informacinius leidinius ir paruošti juos spausdinimui pagal Klaipėdos miesto vizualinį identitetą. Taip pat planuojama bendradarbiaujant su Klaipėdos regiono turizmo informacijos centrais atnaujinti regioninį leidinį apie turizmo išteklius. 2024 m. planuojama išleisti daugiau nei 50 tūkst. egz. informacinių leidinių. Visi išleisti leidiniai taip pat bus viešinami internetinėje svetainėje [www.klaipedatravel.lt](http://www.klaipedatravel.lt)

## 2 Priemonė - Didinti turizmo paslaugų skaičių.

### 1.1.2.1. Turistinių bei pažintinių maršrutų kūrimas, tobulinimas bei viešinimas.

2024 metais planuojama viešinti šiuos turistinius bei pažintinius regiono maršrutus: Vėtrungių kelias, Šv. Jokūbo kelias, Sveikatos takai Klaipėdoje bei Jūros takas.

Vėtrungių kelias - nuo 2023 m. yra sertifikuotas nacionalinis kelias Lietuvoje skatinantis atrasti ir pažinti Mažąją Lietuvą. Kultūros kelio svarbiausias tikslas, kad kuo daugiau Lietuvos gyventojų atrastų Mažosios Lietuvos regioną, kaip unikalų jūrinį ir persmelktą pamario kultūros kraštą. Klaipėdos miestas jame dalyvauja jau 10-ąjį kartą.

Šv. Jokūbo kelias - tai per Lietuvą besidriekiantis piligriminis, tarptautinis, pažintinis, kultūrinis kelias, kuris jungia Lietuvą su bendru Šv. Jokūbo kelio tinklu ir veda į Santjago de Compostela (isp. Santiago de Compostela), kur, manoma, yra palaidotas apaštalas Jokūbas. Kelias paženklintas specialiu, visoje Europoje vienodu, Šv. Jokūbo kelio ženklu – geltona kriaukle mėlyname fone. Visas maršrutas Vakarų Lietuvoje driekiasi apie 460 km. Jį sudaro 19 skirtingo ilgio atkarpų, o Klaipėdą jungia šios atkarpos Karklė-Klaipėda (15 km) ir Klaipėda-Priekulė (29 km).

Sveikatos takai Klaipėdos pajūrio miške, kitaip dar vadinami – „Miško takais“. Tai 4 žiediniai maršrutai (viso 17 km) miške nuo vasaros estrados iki Girulių miško pakraščio. Šie takai išskirtiniai, nes daugiau nei 95% visų takų eina įvairiais miško takais, kiek galima labiau išvengiant asfalto.

Jūros takas - tai Europos ilgų atstumų pėsčiųjų maršruto (E9) dalis Baltijos pakrante. Maršrutas prasideda Nidos gyvenvietėje ir eina per Klaipėdą Baltijos jūros pakrante, per Latviją iki Talino uosto Estijoje. Klaipėdoje yra trijų atkarpų susikirtimo vieta: „Pajūrio kurortai“, „Kuršių marių pakrantė“, „Kuršių nerija“. Šis projektas vien Lietuvoje gali pasiūlyti 216 km takų (skaičiuojama 10-12 dienų).

Taip pat planuojama vykdyti naujas priemones:

Festivalis "KLAIPĖDA. NAMAI. ISTORIJS". Šio festivalio apimtyje, bendradarbiaujant su miesto architektais būtų išrinkti 6-8 įdomūs pastatai mieste, kurie atspindėtų skirtingą laikmetį ir pateikimas į juos paprastai yra apribotas. Būtų surinkta istorinė medžiaga apie pastatus, organizuojami susitikimai ir su pastatus projektavusiais architektais (pagal galimybes), surinkta informacija apie pastato projekto sukūrimo istoriją ir pan. Organizuojamas 1 dienos architektūros festivalis, kurio metu pasirinktuose pastatuose vyktų ekskursijos. Apie pastatus pasakotų gidai - savanoriai arba patys pastatus projektavę architektai. Festivalis vyktų ne turistinio sezono metu, pvz. spalio arba balandžio mėnesiais, tai darytų įtaką ir sezoniškumo problemos sprendimui.

Turistinis maršrutas po Klaipėdos senamiestį, sužymėtas metalinėmis kniedėmis. Šiame maršrute aplankomos pagrindinės senamiesčio vietos pagal grindinyje įtvirtintus metalinius žymenis (kniedes), tai suteiktų galimybę į miestą atvykusiems svečiams savarankiškai, bet kuriuo paros metu, susipažinti su žymiausiomis Klaipėdos istorinėmis bei turistinėmis vietomis.

#### *1.1.2.2. Kartu su senamiesčio verslais organizuojami renginiai ne sezono metu.*

Vykdamas šią priemonę bus telkiami Klaipėdos miesto paslaugų bei pramogų verslo atstovai, Klaipėdos kultūros įstaigos bendriems projektams, kurių įgyvendinimas bus numatytas ne turistinio sezono metu. Taip pat bus kuriami bendri paslaugų paketai, siekiant pritraukti atvykstančiųjų srautus į Klaipėdos miestą. Įgyvendinti sezoniškumo mažinimo priemones bus vykdomos bendros rinkodaros kampanijos Lietuvoje, kuriamas vieningas renginio vizualinis stilius, komunikacinės žinutės turinys. Ateityje numatoma ir informacijos sklaida ne tik Lietuvoje, bet ir kaimyninėse šalyse.

Sezoniškumo mažinimo renginys „Šv. Martynas. Ir jo žąsų“ numatytas organizuoti 2024 m. lapkričio 9-11 d. Ši priemonė kartu su Klaipėdos senamiesčio verslo institucijomis, kultūros įstaigomis bus organizuojama jau ketvirtą kartą.

Pirmą kartą 2024 metais bus organizuojama priemonė „Klaipėdos piknikų festivalis“. Šis festivalis būtų organizuojamas ne sezono metu – pavasarį ir rudenį. Pagrindinė idėja, jog piknikai būtų organizuojami savaitgaliais vis kitoje vietoje. Pvz. Dramos teatro piknikas, Uosto piknikas, Koncertų salės piknikas, senamiesčio piknikas ir kt.

Pastarųjų metų praktika parodė, jog efektyviausia sezoniškumo mažinimo priemonė – renginių organizavimas, įtraukiant vietos verslus, vykdamas bendrą renginių rinkodaros planą. Identifikuojant renginių tematikas, tinkamą renginio laiką, programą, nuolat komunikuojama su Klaipėdos senamiesčio paslaugų verslo atstovais, renginių organizatoriais, kultūrinėmis įstaigomis bei seniūnais.

Planuojant ateities priemones, kurios padėtų vykdyti senamiesčio bei sezoniškumo mažinimo programas, planuojami ir kiti renginiai, tokie kaip „Mėlynoji vakarienė“ (2026 m.).

#### *1.1.2.3. Kruizinių laivų sutikimų Klaipėdos mieste organizavimas.*

Vykdamas šią priemonę planuojama priimti 50 laivų (2023 m. duomenimis) Klaipėdos uoste. KTIC vykdys kruiziniais laivais atvykusiųjų keleivių – turistų aptarnavimą. Visiems kruiziniais laivais atvykstantiems turistams bus teikiama nemokama informacija apie Klaipėdos miesto lankytinus objektus bei turizmo paslaugas. Kruiziniame terminale dirbantys įstaigos darbuotojai svečiams suteiks reikalingą pagalbą bei informacinę medžiagą (Klaipėdos miesto žemėlapi, informacinį bukletą ir kt.). KTIC vykdys su kruizine laivyba susijusią veiklą – bendrą veiksmų koordinavimą tarp privačių uosto bei turizmo sektoriaus atstovų, renginių organizatorių, uosto, miesto institucijų, viešosios tvarkos bei policijos atstovų.

Dėmesys bus skiriamas ir Klaipėdos, kaip kruizinės vietovės, viešinimui - kartu su Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcija organizuojami Klaipėdos miesto ir uosto pristatymai tarptautinėse kruizinės laivybos parodose, dalyvaujama susitikimuose su kruizinių linijų atstovais, atstovaujama asociacijų „Cruise Baltic“, „Cruise Europe“ veikloje.

Ir toliau bus vykdoma Kruizinės laivybos asociacijos veikla: organizuojami susitikimai, aptariamos galimybės bendradarbiauti su vietos verslu, kuriant naujus, patrauklius turistinius produktus ne tik Klaipėdos mieste bet ir regione.

#### 1.1.2.4. *Klaipėdos populiarinimas pagal tikslines amžiaus grupes.*

Jaunųjų gidų mokyklėlės "Būk Klaipėdos miesto ambasadoriumi" organizavimas. Priemonė vykdoma jau daugiau nei 6 metus ir yra orientuota į jaunuosius klaipėdiečius (2-5 klasių mokinius). Vykdamas šią priemonę moksleiviai yra supažindinami su Klaipėdos miesto istorija, gido darbu, mokosi vesti ekskursijas po Klaipėdą. 2024 metais įgyvendinant šią priemonę didesnis dėmesys bus skiriamas „Švyturių metams“.

### **3 Priemonė - Užtikrinti Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų kokybę.**

#### 1.1.3.1. *Lankytojų apklausa vykdoma KTIC patalpose, pasitelkiant mobilią įrangą.*

Bendradarbiaujant su profesionaliais atlikta turistų pasitenkinimo apklausa, turizmo paslaugų ir produktų analizė.

#### 1.1.3.2. *Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų kokybės gerinimas.*

**Modulinis namelis kruizinių laivų terminale**

**Palapinė ir mobilūs baldai parodoms, renginiams (su vizualiniu identitetu)**

1.1.3.3. *Reprezentaciniai miesto suvenyrai pagaminti atsižvelgiant į Klaipėdos miesto vizualinio identiteto reikalavimus.*

2024 m. pagaminti suvenyrai, atitinkantys Klaipėdos miesto vizualinio identiteto reikalavimus, skirti Klaipėdos miesto reprezentacijai.

### **2 UŽDAVINYS - Didinti žinomumą apie Klaipėdos turistinį potencialą.**

#### **1 Priemonė – Kurti ir įgyvendinti rinkodaros kampanijas.**

2.1.1.1. *Rinkodaros kampanijos skirtos sveikatinimuisi bei aktyvių pramogų patirčių viešinimui ir populiarinimui.*

2024 metais bus vykdoma rinkodaros kampanija. Kampanija bus orientuota į turistinių paslaugų viešinimą, Klaipėdos, kaip turistinės vietovės populiarinimą.

#### 2.1.1.2. *Rinkodaros kampanija skirtingoms tikslinėms auditorijoms.*

2024 metais bus vykdoma rinkodaros kampanija. Kampanija bus orientuota į skirtingas auditorijas. Daugiau dėmesio skiriant šeimyniniam bei aktyviam poilsiui Klaipėdoje. Kartu su KMSA bus derinamas kampanijos priemonių planas, vizualiniai sprendimai.

#### 2.1.1.3. *Video filmukai apie Klaipėdos turizmo išteklius.*

Vykdamas šią priemonę bus kuriamas filmukas apie Klaipėdą, kaip turistinę vietovę. Trukmė iki 2 min. Finansavimas planuojamas 2026-2027 metams.

#### 2.1.1.4. *Rinkodarinė kampanija didinanti Klaipėdos turistinių objektų žinomumą*

**Nauja priemonė - meridiano burės, bet rašyti negalima. Tartis su Jūrate.**

#### **2 Priemonė – Vykdyti efektyvią Klaipėdos turizmo komunikaciją**

*2.1.2.1. Informaciniai pranešimai ir užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje apie Klaipėdos miesto turizmo galimybes, išteklius.*

Informaciniai pranešimai ir užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje

*2.1.2.2. Komunikacija per socialinius tinklus.*

Komunikacija per socialinius tinklus vykdoma nuolat. Priemonės tikslas – patrauklios, įdomios informacijos apie miesto turizmo galimybes pateikimas bei socialinių tinklų sekėjų skaičiaus didinimas.

*2.1.2.3. Užsienio ir Lietuvos žiniasklaidos atstovų/nuomonių formuotojų ar kelionių organizatorių pažintiniai turai.*

Vykdam šią priemonę į Klaipėdą bus kviečiami Lietuvos ir užsienio žiniasklaidos atstovai, kuriems bus pristatomos Klaipėdos miesto turizmo galybės. Taip pat bus dirbama su vietos ir užsienio nuomonės formuotojais bei kelionių organizatoriais. Didesnis dėmesys bus skiriamas šalių atstovams, su kuriais Klaipėdos miestas turi geresnį pasiekiamumą.

### **3 UŽDAVINYS - Įstaigos veiklos organizavimas (patalpų išlaikymas, personalas).**

#### **1 Priemonė – Veiklos užtikrinimas.**

KTIC veiklą vykdo Turgaus g. 7 bei Turgaus g. 5. Šios patalpos atitinka reikalavimus, kurie yra nurodyti teisės naudoti turizmo informacijos ženklą „i“ sutartyje. Patalpos yra miesto centre, labiausiai turistų lankomose vietose, pirmame (cokoliniame) pastato aukšte, lengvai pasiekiamos lankytojams, su specialiu įėjimu neįgaliesiems.

KTIC struktūroje yra numatyta 17 etatų, iš jų: 5 etatai tiesiogiai vykdo veiklas, susijusias su turizmo informacijos teikimu, 3 etatai (tame tarpe ir įstaigos vadovas) vykdo bendrąsias administracines funkcijas, 9 etatai vykdo funkcijas, susijusias su kempingo veiklų vykdymu, kempingo priežiūra. Visi darbuotojai, kurie priimami į įstaigą kempingo veiklos vykdymui yra išlaikomi iš kempingo veiklos uždirbtų lėšų. KTIC vykdomų veiklų intensyvumas tiesiogiai susijęs su turistiniu sezonu, t.y. aktyvioju turistinio sezono laikotarpiu yra įdarbinami visi darbuotojai pagal patvirtintą etatų sąrašą. Terminuotų darbo sutarčių sudarymas bei studentų priėmimas į praktiką leidžia KTIC užtikrinti padidėjusių turistų srautų kokybišką aptarnavimą bei racionalų finansinių išteklių naudojimą.

## **V. KOMERCINĖ VEIKLA**

KTIC, prisidėdamas prie Klaipėdos miesto strateginio plėtros plano uždavinių realizavimo, vykdo komercinę veiklą:

1. Organizuoja keliones grupėms ir individualiems turistams po Klaipėdos miestą, regioną bei visą Lietuvą;
2. Tarpininkauja nuomojant autobusus, automobilius, pramoginius laivus, dviračius, baidares ir kt.;
3. Organizuoja ekskursijas (lietuvių, rusų, anglų, vokiečių, italų, švedų ir kt. kalbomis) pagal individualius užsakymus;
4. Organizuoja Vakarų Lietuvos gidų kursus;
5. Parduoda turistinius - informacinius leidinius, žemėlapius, suvenyrus, knygas ir kt.;
6. Tarpininkauja užsakant apgyvendinimo, maitinimo paslaugas turistinėms grupėms bei individualiems asmenims;
7. Administruoja "Pajūrio kempingas" veiklą;
8. Užsiima kita, įstatuose numatyta veikla.

Viena iš pagrindinių KTIC komercinės veiklos sričių – ekskursijų organizavimas. Kiekvienais metais įstaiga suorganizuoja iki 200 ekskursijų. Populiariausios ekskursijos - po Klaipėdos

senamiestį. Kitos organizuotos ekskursijos: po Kuršių neriją, Kretingą, laivu po uosto akvatoriją, teminės ekskursijos „Paragauk Klaipėdos...“, „Nuo kaminkrėčio iki vaiduoklio“, „Naktinė Klaipėda“, teatralizuota ekskursija „Vienos Klaipėdos gatvės istorija“. Pagal individualius užsakymus organizuojamos ekskursijos po Lietuvą ir Latviją: Liepoja, Dreverna - Svencelė - Švėkšna - Šilutė - Rusnė, Klaipėdos rajonas, Kretinga - Kartena, Šilutės rajonas ir kt. Vidutiniškai komercinės veiklos pajamos iš organizuotų ekskursijų sudaro 10 % nuo visų komercinės veiklos pajamų.

2005 m. prie KTIC buvo įkurtas gidų metodinis kabinetas. KTIC bendradarbiauja su Klaipėdos apskrities gidų gildija bei pavieniais gidais. 2022 m. atnaujinta ir Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos patvirtinta „Gidų kursų rengimo programa“. Programoje numatyta 251 akademinė valanda praktinių bei teorinių užsiėmimų. Gidų kursus vidutiniškai lanko 15 asmenų. Per 20 metų KTIC organizuojamus gidų kursus baigė apie 300 asmenų. Vidutiniškai komercinės veiklos pajamos iš organizuotų gidų kursų sudaro 3 % nuo visų komercinės veiklos pajamų.

KTIC parduoda suvenyrus su Klaipėdos miesto ir Lietuvos simbolika. Siekiant pristatyti Klaipėdoje kuriančius menininkus, tęsiamas projektas „Sukurta Klaipėdoje“ - parduodami 4 menininkų darbai. Vidutiniškai komercinės veiklos pajamos už parduotus suvenyrus, knygas ir kt. sudaro 15 % nuo visų komercinės veiklos pajamų.

Klaipėdos miesto savivaldybės administracija 2021 m. gruodžio 14 d. Savivaldybės panaudos sutartimi Nr. J9-3168 dešimčiai (10) m. perdavė KTIC laikinai neatlygintinai valdyti ir naudotis Klaipėdos miesto savivaldybės administracijos patikėjimo teise valdomą, savivaldybei nuosavybės teise priklausančią kempingo Šlaito g. 3, Klaipėda, nekilnojamąjį ir kilnojamąjį turtą poilsio, poilsiautojų laikino apgyvendinimo veiklai vykdyti.

2024 m. I-III-čią ketvirtį iš kempingo veiklos buvo gauta 161,8 tūkst. eurų pajamų. Pardavimų pajamų augimas vertintas pagal 9 mėn. faktą (lyginant su 2023 m. faktinėmis pajamomis) yra apie 36 %. 2023 m. pajamos 119,2 tūkst. eurų. Iš uždirbtų lėšų yra apmokamos apgyvendinimo kempinge teikimo paslaugos (komunalinių paslaugų sąskaitos, tvarkoma kempingo infrastruktūra (elektros instaliacija, santehnika, einamasis namelių remontas, pavojingų medžių pjovimas ir/ar genėjimas, teritorijos stebėjimo kamerų įrengimas, kempingo teritorijos tvarkymas ir t.t.), vykdyta kempingo paslaugų reklama. Visi darbuotojai, kurie buvo priimami į įstaigą kempingo veiklos vykdymui yra išlaikomi iš kempingo uždirbtų lėšų.

2024 m. I-III-ąjį ketvirtį į kempingą atvyko 979 nameliai ant ratų (kemperiai) - apie 50 % daugiau nei 2023 m., svečiai kempingo teritorijoje pastatė 851 palapinę, 178 palapinių daugiau nei 2003 m., vyko renginiai, sporto stovyklos ir kt. 2024 m. I-III-ąjį ketvirtį kempinge apsilankė 6 725 asmenys iš 31 valstybės, iš jų: lietuvių 47 % (2023 m. kempinge apsilankė 4 931 asmenys iš 30 valstybių, iš jų: lietuvių 49 %). Lyginamoju laikotarpiu 2024 m. kempinge apsilankė 36 % daugiau nei 2023 m. Kempinge apvykę svečiai nakvojo 11 698 naktis.

2024 metais komercinės veiklos pajamos iš kempingo veiklos sudaro apie 74 % nuo visų komercinės veiklos pajamų.

## **VI. ATEINANČIŲ FINANSINIŲ METŲ VEIKLOS TIKSLAI, UŽDAVINIAI IR PLANUOJAMI ATLIKTI DARBAI**

KTIC veiklos galimybės tiesiogiai priklausys nuo esamos situacijos, rinkos pokyčių bei veiklos finansavimo modelio 2024-2026 metų periodui.

Vertinant pastarojo laikotarpio įstaigos veiklos rezultatus galima prognozuoti, jog:

1. 2024-2026 metais ir toliau didelis dėmesys bus skiriamas vietinių turistų pritraukimui ir skatinimui ilgesnį laiką praleisti Klaipėdoje. Bus kuriami specialūs patrauklūs maršrutai, vykdoma el. rinkodara.

2. Bus skiriamas dėmesys atvykstamajam turizmui, siekiant pritraukti daugiau turistų iš užsienio šalių.

3. Gerės turizmo informacijos teikimo paslaugų kokybė įsisavinant rinkoje atsirandančius naujus el. rinkodaros kanalus, didės vartotojų skaičius.

4. Tęsis sėkmingas bendradarbiavimas su Klaipėdos regiono turizmo informacijos centrais siekiant formuoti bendrą regiono turistinį įvaizdį bei kuriant naujus produktus.

5. Bus vykdomas aktyvus bendradarbiavimas su nacionaline turizmo skatinimo agentūra VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, Lietuvos turizmo informacinių centrų asociacija.

2024-2026 metais force majeure išlieka pagrindine aplinkybe ir pagal ją planuojama KTIC veikla ateinančiam laikotarpiui.

Atsižvelgiant į geopolitinės situacijos Rytų Europoje sukeltą poveikį turizmo verslo sektoriui, KTIC veiklą galimybės tiesiogiai priklauso nuo esamos situacijos bei rinkos pokyčių artimiausiu laikotarpiu (2024-2026 m.).

Vertinant pastarojo laikotarpio įstaigos veiklą bei esamą situaciją pasaulyje, tikimasi, jog 2024-2026 m. augs vietinio ir atvykstamojo turizmo srutai. Prognozuojama, jog 2019 m. lygį Lietuva pasieks tik 2024-2025 m.

Ateinančių m. KTIC veiklos tikslai ir uždaviniai:

➤ 2024- 2026 m. ir toliau dėmesys bus skiriamas vietinių turistų pritraukimui ir išlaikymui, nes auganti išvykstamojo turizmo pasiūla suteikia galimybes Lietuvos žmonėms atostogas, savaitgalius praleisti už Lietuvos ribų. Norint ilgesnį laiką išlaikyti vietinius turistus mieste ir regione, bus kuriami specialūs, patrauklūs maršrutai, vykdoma e. rinkodara;

➤ Atsižvelgiant į atvykstamo turizmo atsigavimo tempą ir norint pritraukti didesnį atvykstančiųjų skaičių į Klaipėdos miestą bei regioną, bus skiriamas dėmesys užsienio rinkoms. Ypatingas dėmesys bus toms rinkoms, kurios turi su Klaipėdos regionu tiesioginį susisiekimą oro ir vandens keliais. Bus atsižvelgiama į bendrą Lietuvos turizmo prioritetinių rinkų pasirinkimą;

➤ Įstaiga užtikrins informacijos teikimą miesto svečiams. Gerės turizmo informacijos teikimo paslaugų kokybė įsivainikant rinkoje atsirandančius naujus e. rinkodaros kanalus, didės vartotojų skaičius;

➤ Bus kuriami turizmo produktai, skatinantys individualų bei šeimyninį keliavimą;

➤ Įstaiga tęsia sėkmingą bendradarbiavimą su Klaipėdos regiono turizmo informacijos centrais, asociacija „Klaipėdos regionas“ siekdamas formuoti bendrą regiono turistinį įvaizdį, kuriant naujus produktus, atskleidžiančius pajūrio zonos išskirtinumą, istorinių, gamtinių, kultūrinių objektų suformuotą savitą charakterį, pasitelkiant skirtingas regiono stiprybes: įvairovę tarp sausumos ir vandens, kurorto ir miesto, ramybės ir šurmulio, gamtos ir infrastruktūros;

➤ Bus vykdomas aktyvus bendradarbiavimas su nacionaline turizmo skatinimo agentūra VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, Lietuvos turizmo informacinių centrų asociacija, Lietuvos konferencijų ir renginių asociacija bei Lietuvos kempingų asociacija;

➤ Turizmo galimybių vystymas. KTIC vystys Klaipėdos miesto turizmo galimybes - didins turizmo paslaugų pasiūlą, turistų pasitenkinimo lygį Klaipėdos mieste, vykdys priemones, užtikrinančias efektyvų informacijos teikimą turistams ir kt.;

➤ Įstaiga ypatingą dėmesį skirs Klaipėdos žinomumą didinančių rinkodaros priemonių plėtojimui bei įgyvendinimui, stiprins vykdomas rinkodaros priemones, norint pritraukti vietinius bei užsienio šalių turistus į Klaipėdos miestą bei regioną, prisidės prie miesto bei regiono identitetai bei tapatumą vystančių veiklų įgyvendinimo;

➤ Įstaiga, bendradarbiaudama su Klaipėdos miesto verslo atstovais įgyvendins turizmo sezoniškumo Klaipėdoje mažinimo priemones, o taip pat stiprins bendradarbiavimą su turizmo paslaugų tiekėjais, rengs bendrus paketus, skatins vartotojų pritraukimą;

➤ Vykdytų veiklą, atitinkančią Klaipėdos miesto ekonominę proveržio strategiją – skatinti darnų pakrančių ir jūrinį, aktyvų, sveikatinimosi bei konferencinį turizmą;

➤ Vykdytų apgyvendinimo paslaugų veiklą „Pajūrio kempinge“.

Direktorė

Romėna Savickienė