

VŠĮ KLAIPĖDOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS

2026–2028 METŲ STRATEGINIS PLANAS

Klaipėda, 2025 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, internetinė svetainė 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.

- 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 atvykštamąjį ir vietinį turizmą, kurio augimas sudarytų galimybę turizmo verslo plėtrai, turizmo sektoriaus pajamų augimui, biudžeto įplaukų didėjimui bei didinti Klaipėdos miesto, kaip patrauklios turistinės vietovės įvaizdį

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 šalis, 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

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, 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 mokyklėles 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. Tačiau VŠĮ Klaipėdos turizmo informacijos centro valdyba Klaipėdos miesto mero 2025-01-30 potvarkiu Nr. M-92 „Dėl VŠĮ Klaipėdos turizmo informacijos centro valdybos veiklos pabaigos“ buvo atšaukta.

Įstaigos organizacinę struktūrą sudaro:

VISUOTINIS DALININKŲ SUSIRINKIMAS



VŠĮ KLAIPĖDOS TURIZMO INFORMACIJOS CENTRO DIREKTORIUS



TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS

VADYBININKAS – 1 etatas
TURIZMO SPECIALISTAS - 3 etatai iš jų - 1 etatas intensyviai turistiniam sezonui
RINKODAROS SPECIALISTAS, 1 etatas

PAJŪRIO KEMPINGAS

VADYBININKAS – 1 etatas
ADMINISTRATORIUS - 4 etatai
DARBININKAS - 4 etatai

VYRIAUSIASIS BUHALTERIS – 1 etatas
VALYTOJAS – 1 etatas

Informacija apie įstaigos darbuotojus*

2025 m. spalio 31 d. užimti buvo 8 etatai.

KTIC vykdomų veiklų intensyvumas tiesiogiai susijęs su turistiniu sezonu, t.y. aktyviau turistinio sezono laikotarpiu yra įdarbinami visi darbuotojai pagal patvirtintą etatų sąrašą. Turistinio sezono metu (gegužės - spalio 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	2024 m. (patvirtinti etatai/užimti i etatai)	2025 m. (patvirtinti etatai/užimti etatai)	Vidutinis darbo užmokestis (fiz. asmeniui), Eur			
			2024 m. (ataskaiti- niai metai)	2025 m. (ataskaiti- niai metai)	Pokytis	
					Eur	Proc.
Bendras įstaigos darbuotojų skaičius, iš jų:	17/8	17/8	x	x	x	x
Direktorius**	1/1	1/1	4.220,68	4.421,78	+201,10	+4,76
Specialistai ir kiti darbuotojai***	16/7	16/7	1.770,93	2.009,19	+238,26	+13,45

Pastabos:

* Informacija pagal 2025 m. spalio 31 d. duomenis;

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

3. Finansiniai ir materialiniai ištekliai

2025 m. I-III ketvirčių KTIC pajamų struktūroje apie 56 % 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 2025 m. lyginant su 2024 m. padidėjo 4,76%. Iš valstybės biudžeto finansavimų sumų pokytis sudaro 24,89%. Šis finansavimas vykdomas pagal aktyvios darbo rinkos politikos priemonių taikymo tvarkos aprašą.

Finansavimo sumos iš savivaldybės biudžeto 2025 m. lyginant su 2024 m. padidėjo apie 5,73 %, nes 2025 m. KTIC veiklų plane numatyta daugiau finansuoti organizacijos teikiamų paslaugų kokybės gerinimui ir daugiau veiklų vykdymui nei 2024 metais.

KTIC komercinės veiklos pajamos 2025 m. lyginant su 2024 m. sumažėjo 12,66 %. Didžiausią pokyčio dalį lėmė kempinge vykdomos apgyvendinimo veiklos pajamų sumažėjimas - sezono metu nepalankios oro sąlygos ir aptarnauta mažiau klientų.

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. 2025 m. KTIC sąnaudos sumažėjo 13,66 %. Sąnaudų sumažėjimą lemia proporcingas komercinės veiklos pajamų sumažėjimas.

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

Straipsniai	2024 m. I-III ketvirčio rodikliai (ataskaitiniai metai)		2025 m. I-III ketvirčio rodikliai (ataskaitiniai metai)		Pokytis (proc.)
	Suma	Proc.	Suma	Proc.	
PAGRINDINĖS VEIKLOS PAJAMOS	458 986,25	100,00%	442 491,19	100,00%	-3,59
Finansavimo pajamos	239 054,93	52,08%	250 439,05	56,60%	4,76
<i>Iš jų:</i>					
Iš valstybės biudžeto	4 398,94	0,96%	5 494,05	1,24%	24,89
Iš savivaldybių biudžetų	231 670,02	50,47%	244 945,00	55,36%	5,73
Iš ES, užsienio valstybių ir tarptautinių organizacijų lėšų					
Iš kitų finansavimo šaltinių	2985,97	0,65%			100
Pajamos už suteiktas paslaugas	219 895,78	47,91%	192 052,14	43,40	-12,66
Kitos veiklos pajamos	35,54	0,01%			100
PAGRINDINĖS VEIKLOS SĄNAUDOS	-395 116,39	100,00%	-341 125,68	100,00%	-13,66
Darbo užmokesčio ir socialinio draudimo	-184 947,11	46,81%	-189 316,13	55,49%	2,36
Nusidėvėjimo ir amortizacijos	-973,74	0,25%	-671,37	0,20%	-31,05
Komunalinių paslaugų ir ryšių	-34 657,12	8,77%	-19 510,89	5,72%	-43,70
Komandiruočių	-48,5	0,01%	-2 955,77	0,87%	5994
Transporto	-374,87	0,09%	-502,03	0,15%	33,92
Kvalifikacijos kėlimo	-388,84	0,10%	0,00		-100
Patalpų remonto ir eksploatavimo	-908,52	0,23%	-996,17	0,29%	9,65
Sunaudotų atsargų	-12 216,85	3,09%	-858,34	0,25%	-92,97
Kitų paslaugų	-5 101,52	1,29%	-13 716,75	4,02%	168,88
Kitų paslaugų (veiklų įgyvendinimas)	-155 274,69	39,30%	-112 598,23	33,01%	-27,48
Kitos veiklos sąnaudos	-224,63	0,06%	0,00		-100
Veiklos mokesčiai	0,00		0,00		
VEIKLOS REZULTATAS (pelnas)	63 869,86	x	101 365,51	x	58,71

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.

Pastatai (adresas)	Plotas	Valdymo būdas	Pokytis su praėjusiais m.
Turgaus g. 5, Klaipėda	153,71 m ²	Savivaldybės turto panaudos sutartis Nr. J9-1479 (2024-02-19)	Atnaujinta sutartis. Galioja 10 metų
Turgaus g. 7, Klaipėda	111,80 m ²	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 naudojami 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.

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 2025- 2026 metais. Remiantis VšĮ Keliauk 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. Turizmo sektorius ir toliau išlieka jautrus geopolitinei situacijai.

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 laikomas viena didžiausių turistinio potencialo teritorijų, kuriose prioritetą 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.

Atvykstamų 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 atvykstamąjį 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 atvykstamasis 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 atvykstamuosius 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 dirbantiems 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 ir lūkesčių rašte.
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 mokymo įstaigomis, priimant studentus mokymosi praktikai, sudarant ir tvirtinant mokymo programas, dalyvauja vertinant baigiamuosius darbus ir kt.
6. Naujų specialistų (gidų) parengimas turizmo 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 11 kalbų (lietuvių, anglų, vokiečių, rusų, lenkų, italų, ispanų, prancūzų ir latvių, švedų, olandų kalba);
10. Įstaigos interneto svetainė novatoriška, adaptyvi ir patogi naudoti bet koku įrankiu turinčiu naršyklę (atnaujinta 2023 metais).;
11. Informacijos pateikimas socialiniuose tinkluose.

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 sezoniskumas ir nepakankama turizmo produktų ir paslaugų pasiūla sezoniskumui mažinti

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 technologinių 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. 2026-2028 M. VEIKLOS STRATEGIJA

Rengiant KTIC 2026-2028 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. 2025 metams finansavimas buvo patvirtintas pagal atvykstantojo ir vietinio turizmo Klaipėdoje skatinimo programoje suplanuotas veiklas. Vyriausybei patvirtinus Turizmo įstatymą, kuriame numatytas turizmo informacinių centrų finansavimas skiriant dotaciją, daroma prielaida, jog KTIC finansavimas 2026 metais numatytų veiklų įgyvendinimui gali būti skiriamas pagal dotaciją arba pagal anksčiau vykdytą sutartinį priemonių įgyvendinimo įsipareigojimą.

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

- skatinti atvykstantąjį 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 šurmilio, 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 identitetai 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 jūrinių, aktyvų, sveikatinimosi turizmą ir kt.;
- stiprinti bendradarbiavimą su turizmo paslaugų tiekėjais, rengti bendrus paslaugų paketus, kuriais būtų ilginamas turistinis sezonas Klaipėdos mieste.

KTIC 2025 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, 2026-2028 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.	2026 m.	2027 m.
Lūkesčių rašte nustatyti tikslai										
1	Turistų pasitenkinimo lygis Klaipėdos turizmo informacijos centro teikiamomis paslaugomis (turistų, savo pasitenkinimo Klaipėdos miesto turizmo informacijos centro teikiamų paslaugų lygį įvertinusių 8 ir daugiau balų, dalis nuo apklaustų turistų)					%	≥ 90	≥ 90	≥ 90	
2	Apgyvendintų turistų skaičius (per metus)					tūkst. asm.	≥ 250	≥ 280	≥ 300	
3	Turistų skaičiaus augimas (turistų Klaipėdos mieste skaičius einamaisiais metais, palyginti su praeitais metais, matuojamas kasmet)					%	≥ 5	≥ 5	≥ 5	
4	Aptarnautų turistų (suteikta informacija)					tūkst. asm.	≥ 60	≥ 70	≥ 80	
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 priemonių, kuriomis būtų ilginamas turistinis sezonas Klaipėdos mieste					vnt.	≥ 2	≥ 2	≥ 2	
9	Į atvykstamojo ir vietinio turizmo skatinimo Klaipėdoje programos priemonių įgyvendinimą įtrauktų verslo atstovų					vnt.	≥ 10	≥ 15	≥ 20	
10	Bendradarbiavimas su kultūros įstaigomis, muziejais ir kitomis suinteresuotomis institucijomis					vnt.	≥ 3	≥ 4	≥ 5	
Strateginių veiklos tikslų įgyvendinimas										
1.1.	Uždavinys. Išplėtoti turizmo ir rekreacijos paslaugas		128 610	120 610	113 050	x	x	x	x	x
1.1.1.	Priemonė.	Finansavimas	73 310	68 310	62 750	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 plėtrą	8750	8750	8750	x	x	x	x	x
			5250	5250	5250	Elektroninių interaktyvių stendų techninė priežiūra, 12 mėn.	vnt.	7	7	7
			3500	3500	3500	Elektroninių interaktyvių stendų draudimas, 12 mėn.	vnt.	7	7	7
	1.1.1.2.	Vystant e. rinkodarą nuolat atnaujinta ir papildyta interneto svetainė www.klaipedatravel.lt, socialinių tinklų paskyros, elektroninių interaktyvių stendų turinys	6360	6360	6300	x	x	x	x	x
			4 800	4 800	4 800	Internetinės svetainės www.klaipedatravel.lt palaikymas	mėn.	12	12	12
			396	396	360	Usercentrics A/S mail@cookiebot.com	mėn.	12	12	12
			192	192	180	Canva sistemos naudojimas	mėn.	12	12	12
			252	252	240	Zoom platformos naudojimas	mėn.	12	12	12
			720	720	720	Socialinių tinklų (Facebook, Instagram, LinkedIn ir kt.) administravimas	mėn.	12	12	12
	1.1.1.3.	Dalyvavimas turizmo	36 400	31 400	31 400	x	x	x	x	x

			srities renginiuose (parodos/konferencijos/B2B/B2C)	400	400	400	Dalyvavimo turizmo ir su turizmu susijusių asociacijų, formuojančių turizmo politiką, veikloje nario mokestis	kart.	1	1	1
				15 000	15 000	15 000	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.	5	5	
				1 000	1 000	1 000	Dalyvavimas nacionalinėse turizmo parodose bei verslo misijose kartu su partneriais	kart.	2	2	2
				5 000	5 000	5 000	Tarptautinės turizmo dienos renginių organizavimas didinant Klaipėdos miesto istorijos žinomumą (nemokamos ekskursijos ir renginiai Klaipėdos miesto gyventojams ir miesto svečiams)	kart.	1	1	1

		10 000	10 000	10 000	Knygų mugė	kart.	1	1	1
		5000	0	0	Turizmo forumas	kart.	1	0	0
		21 800	21 800	16 300	x	x	x	x	x
		2 000	2 000	2 000	Informacinių žemėlapių leidyba (įskaitant 7/24 priemonę)	vnt.	10000	10000	10000
1.1.1.4.	Parengti ir išleisti informaciniai ir kartografiniai leidiniai apie Klaipėdos miesto turizmo išteklius ir turizmo paslaugas	1500	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
		300	300	300	Informacinių ir kartografinių leidinių apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas tekstų vertimas	kart.	1	1	1

1.1.2.	Priemonė. Didinti turizmo paslaugų skaičių			10 000	10 000	12 500	Informacinių ir kartografinių leidinių apie vietovės turizmo išteklius ir turizmo paslaugas leidyba (leidiniai įvairiomis kalbomis)	vnt.	20000	20000	25000
				8000	8000	0	Leidinio „Klaipėdos miesto gidas“ parengimas, vertimas ir gamyba)	vnt.	2000	2000	0
		Finansavimas		53 300	50 300	48 300	x	x	x	x	x
				600	300	300	x	x	x	x	x
		1.1.2.1.	Turistinių bei 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
				300	0	0	Naujo turistinio maršruto parengimas integruojant Klaipėdos Energijos teritoriją ir atveriant jos lankymą ekskursijų metu	vnt.	1	0	0
		20 000		20 000	20 000	x	x	x	x	x	
		1.1.2.3.	Kartu su senamiesčio verslais organizuojami renginiai ne sezono metu	15 000	15 000	15 000	"Šv. Martynas. Ir jo žąsys"	vnt.	1	1	1
				5 000	5 000	5 000	Renginys Klaipėdos mieste, suderinus su KMSA, verslo partneriais	vnt.	1	1	1
		1.1.2.4.	Kruizinių laivų	25000	28 000	26000	x	x	x	x	x

	sutikimų Klaipėdos mieste organizavimas	12 000	13 000	13 000	Kruizinių laivų sutikimas Klaipėdos miesto uoste (informacijos teikimas, tradicinės kultūros demonstravimo organizavimas, komunikacija su laivus priimančiomis kompanijomis, miesto tarnybomis ir kt.)	kart.	60	65	65
		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
		0	2000	0	Paroda "Seatrade Europe" Hamburge, Vokietijoje	kart.	0	1	0
		1900	2 000	2 000	x	x	x	x	x
1.1.2.5.	Klaipėdos populiarinimas pagal tikslines amžiaus grupes	1900	2 000	2 000	Jaunųjų gidų mokyklėlės "Būk Klaipėdos miesto ambasadoriumi" organizavimas	kart.	1	1	1
		5800	0	0	x	x	x	x	x
1.1.2.6.	Turizmo paslaugų sistemos modernizavimas	800	0	0	Turistinių srautų skaičiuoklės	Vnt..	2	0	0

				5000	0	0	Mobilaus, interaktyvaus stendo įsigyjimas	vnt	1	0	0
			Finansavimas	2000	2000	2000	x	x	x	x	x
		1.1.3.3.	Reprezentaciniai miesto suvenyrai pagaminti atsižvelgiant į Klaipėdos miesto vizualinio identiteto reikalavimus	2 000	2 000	2 000	x	x	x	x	x
				2 000	2 000	2 000	Reprezentaciniai suvenyrai su Klaipėdos miesto identitetu		1	1	1
2.1.	Uždavinys. Didinti žinomumą apie Klaipėdos turistinį potencialą			36 600	36 600	37 200	x	x	x	x	x
2.1.1.	Priemonė. Kurti ir įgyvendinti rinkodaros kampanijas		Finansavimas	25 000	25 000	25 000	x	x	x	x	x
				25 000	25 000	25 000	x	x	x	x	x
		2.1.1.1.	Rinkodaros kampanijos skirtos sveikatinimuisi bei aktyvių pramogų patirčių viešinimui ir populiarinimui	12 500	12 500	12 500	Rinkodaros kampanijos skirtos Klaipėdos miesto turizmo patirčių, turizmo išteklių, miesto patrauklumo viešinimui	Vnt.	2	2	2
2.1.2.	Priemonė. Vykdyti efektyvią Klaipėdos turizmo komunikaciją		Finansavimas	11 600	11 600	12 200	x	x	x	x	x
				5000	5000	5000	x	x	x	x	x
		2.1.2.1.	Informaciniai pranešimai ir užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje apie Klaipėdos miesto turizmo galimybes, išteklius	5000	5000	5000	Informaciniai pranešimai ir užsakomieji straipsniai nacionalinėje ir užsienio žiniasklaidoje	kart.	5	5	5

				1800	1800	2 400	x	x	x	x	x
		2.1.2.2.	Komunikacija per socialinius tinklus	1800	1800	2 400	Klaipėdos miesto turizmo išteklių viešinimas, reklama socialiniame tinkle Facebook	mėn.	12	12	12
				4 800	4 800	4 800	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
3.	Istaigos veiklos organizavimas (patalpų išlaikymas, personalas)			211 800	211 800	213 000	x	x	x	x	x
3.1.	Priemonė. Veiklos užtikrinimas	3.	Istaigos veiklos organizavimas (patalpų išlaikymas, personalas)	211 800	211 800	213 000	x	x	x	x	x
			VšĮ Klaipėdos turizmo informacijos centro veiklos bendrosios išlaidos	189 000	189 000	189 000	Personalo išlaikymas	mėn.	12	12	12
					22 800	22 800	24 000	Patalpų išlaikymas, bendrosios administracinės sąnaudos	mėn.	12	12
2026-2028 m. bendra finansavimo suma iš SB veiklos užtikrinimui, Eur				377 010	369 010	363 250	x	x	x	x	x
4.	Istaigos komercinės veiklos organizavimas			147 000	152 000	159 000	x	x	x	x	x
4.1.	Priemonė. Klaipėdos	Komercinė veiklos pajamos		147 000	152 000	159 000	x	x	x	x	x
		4.1.1.	Ekskursijų	21 000	21 000	22 000	x	x	x	x	x

TIC teikiamų paslaugų plėtra	organizavimas	21 000	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	21 000	21 000	22 000	x	x	x	x	x
			21 000	21 000	22 000	Pardavimo pajamų augimas, %	%	5	5	5
						Sukurti Klaipėdos miestą reprezentuojantys suvenyrai, kartai	kart.	1	1	1
	4.1.4.	Kempingo veiklos organizavimas	100 000	105 000	110 000	x	x	x	x	x
						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. Vienas infoterminalas laikinai išmontuotas dėl vykstančių remonto darbų Atgimimo aikštėje.

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 puslapius ir atvaizduoti realiu laiku terminaluose.

Vasaros metu, pagal poreikį ir susiderinus su KMSA Turizmo skyriumi, gali būti 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 20 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 ir NTIS. VšĮ Keliauk Lietuvoje pateikta informacija apie technines galimybes. Taip pat nuo 2025 metų sausio 01 dienos „Pajūrio kempingas“ prisijungė prie vieningos E-turisto sistemą.

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 (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.

1.1.1.2. *Vystant e. rinkodarą nuolat atnaujinta ir papildyta interneto svetainė www.klaipedatravel.lt, socialinių tinklų paskyros, elektroninių interaktyvių stendų turinys.*

2025-2026 metais vykdomas ir planuojamas puslapio nuotraukų bei video medžiagos archyvą atnaujinimas įvairiuose e. rinkodaros kanaluose viešinami Klaipėdos miesto bei regiono turizmo išteklių pagal atskiras temas, užklausas ir tt.. Nuo 2025 metų pradėtas skelbiamų renginių pateikimas užsienio kalba, t.y. daromas vertimas.

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.).

2026 metais yra planuojama dalyvauti šiuose renginiuose

:

Renginys	Miestas	Data	Pastabos
VAKANTIEBEURS	Utrechtas, Nyderlandai	2026 m. sausio mėn. 8 – 11 d.	<ul style="list-style-type: none"> • Domisi: gamtiniu turizmu, žygiais, keliavimu dviračiais, buriavimu, poilsiu kempinguose; • Naujo skrydžio Palanga-Amsterdams viešinimas
MATKA	Helsinki, Suomija	2026 m. sausio mėn. 16 – 18 d.	<ul style="list-style-type: none"> • Perspektyvinė rinka; • Populiariausi kelionių į Lietuvą tikslai – miestų turizmas, apsipirkimas, gastronomija, verslo turizmas, gamtinis turizmas, paveldo pažinimas;
Vilniaus Knygų mugė	Vilnius	2026 m. vasario 28-kovo 02 d.	<ul style="list-style-type: none"> • Lietuva - pagrindinė prioritetinė rinka • Lankytojų šalių geografijos TOP10 užima 1 vietą); • Domisi: kultūriniu turizmu, renginiais, atostogomis prie jūros, gamtiniu, aktyviu laisvalaikiu, poilsiu su šeima.
BALTTOUR	Ryga, Latvija	2026 m. vasario mėn. 6 – 8 d.	<ul style="list-style-type: none"> • Latvija - pagrindinė prioritetinė kaimyninė rinka; • Domisi: pažintiniu, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu;
Oohh! (Reisen)	Hamburgas, Vokietija	2026 m. vasario mėn. 5 - 8 d	<ul style="list-style-type: none"> • Vokietija - pagrindinė prioritetinė rinka; • Domisi: gamtiniu, kultūriniu, pažintiniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu;
Tourest	Talinas, Estija	2026 m. vasario 13-15 d.	<ul style="list-style-type: none"> • Estija - pagrindinė prioritetinė kaimyninė rinka; • Domisi: pažintiniu, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu;
Renginys	Miestas	Data	Pastabos
Šiaulių dienos	Šiauliai	2026 m. rugsėjo mėn.	<ul style="list-style-type: none"> • Lietuva - pagrindinė prioritetinė rinka • Domisi: paplūdimio atostogomis, gamtiniu, kultūriniu turizmu, aktyviu laisvalaikiu.

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.

2026-2027 m. periode yra planuojama atnaujinti informacinius leidinius ir paruošti juos spausdinimui atsižvelgiant į naujus, rinkoje atsiradusius produktus arba infrastruktūrinius objektus. Taip pat planuojama bendradarbiaujant su Klaipėdos regiono turizmo informacijos centru atnaujinti regioninį leidinį apie turizmo išteklius. Visi išleisti leidiniai taip pat bus viešinami internetinėje svetainėje www.klaipedatravel.lt

2 Priemonė - Didinti turizmo paslaugų skaičių.

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

2026 metais planuojama ir toliau viešinti 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 11-ąjį kartą.

Šv. Jokūbo kelias - tai per Lietuvą besidriekiantis pilgriminis, 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:

2025 metais įvykęs festivalis „Pastatai kalba“ parodė, kad tokio pobūdžio renginiai labai domina žmonės, todėl nuspręsta 2026 metais organizuoti panašaus pobūdžio renginį savo jėgomis, mažesne apimtimi, atveriant kelis pastatus lankymui. Visa tai daryti tarptautinės Turizmo dienos renginio metu. Būtų surinkta istorinė medžiaga apie pastatus, organizuojami susitikimai ir su pastatus projektavusiais architektais (pagal galimybes), surinkta informacija apie pastato projekto sukūrimo istoriją ir pan. Būtų organizuojamas 1 dienos architektūros festivalis, kurio metu pasirinktuose pastatuose vyktų ekskursijos. Apie pastatus pasakotų gidai - savanoriai arba patys pastatus projektavę architektai.

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

Vykdam 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 priemonės 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 2026 m. lapkričio 13-15 d. Ši priemonė kartu su Klaipėdos senamiesčio verslo institucijomis, kultūros įstaigomis bus organizuojama jau šeštą kartą.

Pastarųjų metų praktika parodė, jog efektyviausia sezoniškumo mažinimo priemonė – renginių organizavimas, įtraukiant vietos verslus, vykdam 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.

1.1.2.3. Kruizinių laivų sutikimų Klaipėdos mieste organizavimas.

Vykdamas šią priemonę planuojama priimti daugiau nei 60 laivų (pagal išankstinę registraciją) 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 – bendrų veiksmų koordinavimas 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 7 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.

3 Priemonė - Užtikrinti Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų kokybę.

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

Turizmo centro patalpose nuolat vykdoma turistų apklausa.

1.1.3.2. Klaipėdos TIC teikiamų paslaugų kokybės gerinimas.

Siekiant pagerinti turistų aptarnavimą, planuojama įsigyti papildomas srautų skaičiuokles, kurios itin pasiteisino skaičiuojant srautus ant „Draugystės tilto“, todėl nuspręsta turėti tokių skaičiuoklių daugiau ir vertinti įvairių Klaipėdos vietų aplankymo srautus. Taip pat nuspręsta įsigyti mobilių šviečiantį stendą, kuriame būtų talpinama aktuali informacija apie renginius ir kitas Klaipėdos veiklas.

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

2025-2026 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.

2026 metais bus vykdomos 2 rinkodaros kampanijos. Kampanija bus orientuota į turistinių paslaugų bei patirčių viešinimą, Klaipėdos, kaip turistinės vietovės populiarinimą. Kampanijos bus suderintos su KMSA Turizmo skyriumi.

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 galimybės. 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. aktyviuoju 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 apie 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. 2025 m. rugsėjo mėn. 30 d. duomenimis vidutiniškai komercinės veiklos pajamos iš organizuotų gidų kursų sudaro 1,1 % nuo visų komercinės veiklos pajamų. Tačiau faktiškai gidų kursai prasideda 2025 m. lapkričio mėnesį ir baigiasi 2026 m. gegužės mėn.

KTIC parduoda suvenyrus su Klaipėdos miesto ir Lietuvos simbolika. Siekiant pristatyti Klaipėdoje kuriančius menininkus, tęsiamas projektas „Sukurta Klaipėdoje“ - parduodami 3 menininkų darbai. Vidutiniškai komercinės veiklos pajamos už parduotus suvenyrus, knygas ir kt. sudaro 18 % 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.

2025 m. I-III-čią ketvirtį iš kempingo veiklos buvo gauta 134,1 tūkst. eurų pajamų. Pardavimų pajamų sumažėjimas vertintas pagal 9 mėn. faktą (lyginant su 2024 m. faktinėmis pajamomis) yra apie 17%. 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.

2025 m. I-III-ąjį ketvirtį į kempingą atvyko 907 nameliai ant ratų (kemperiai), svečiai kempingo teritorijoje pastatė 715 palapinių. Taip pat apsilankė 5113 asmenys iš įvairių valstybių. Svečiai nakvojo 9337 paras. Kempinge sezono metu, t.y.š.m. rugsėjo mėn. 30 d. duomenimis, sulaukta mažiau klientų lyginant su 2024 m. dėl nepalankių oro sąlygų.

2025 metais komercinės veiklos pajamos iš kempingo veiklos sudaro apie 70% 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 2026-2028 metų periodui.

Vertinant pastarojo laikotarpio įstaigos veiklos rezultatus galima prognozuoti, jog:

1. 2026-2028 metais ir toliau didelis dėmesys bus skiriamas vietinių turistų pritraukimui ir skatinimui ilgesnį laiką praleisti Klaipėdoje. Bus kuriami specialūs patrauklūs maršrutai, vykdoma el. rinkodara, renginių populiarinimas.

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

3. Gerės turizmo informacijos teikimo paslaugų kokybę 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.

2026-2028 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 veiklų galimybės tiesiogiai priklauso nuo esamos situacijos bei rinkos pokyčių artimiausiu laikotarpiu (2026-2028 m.).

Vertinant pastarojo laikotarpio įstaigos veiklą bei esamą situaciją pasaulyje, tikimasi, jog 2026-2028 m. augs vietinio ir atvykstamojo turizmo srautai.

Ateinančių m. KTIC veiklos tikslai ir uždaviniai:

➤ 2026- 2028 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, renginiai.

➤ Atsižvelgiant į atvykstamo turizmo atsigavimo tempą ir norint pritraukti didesnę 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 kokybę įsisavinant 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 miestu, 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 identiteto 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 jūrinių, aktyvų, sveikatinimosi bei konferencinį turizmą;
- Vykdytų apgyvendinimo paslaugų veiklą „Pajūrio kempinge“

Direktorė

Romėna Savickienė