

**Miesto rinkodaros funkcijos įgyvendinimas  
reorganizuojant Klaipėda ID, Klaipėdos TIC,  
Klaipėdos šventės.  
Analizė**

**Reda Švelniūtė, 2021**

# I. Funkcijos

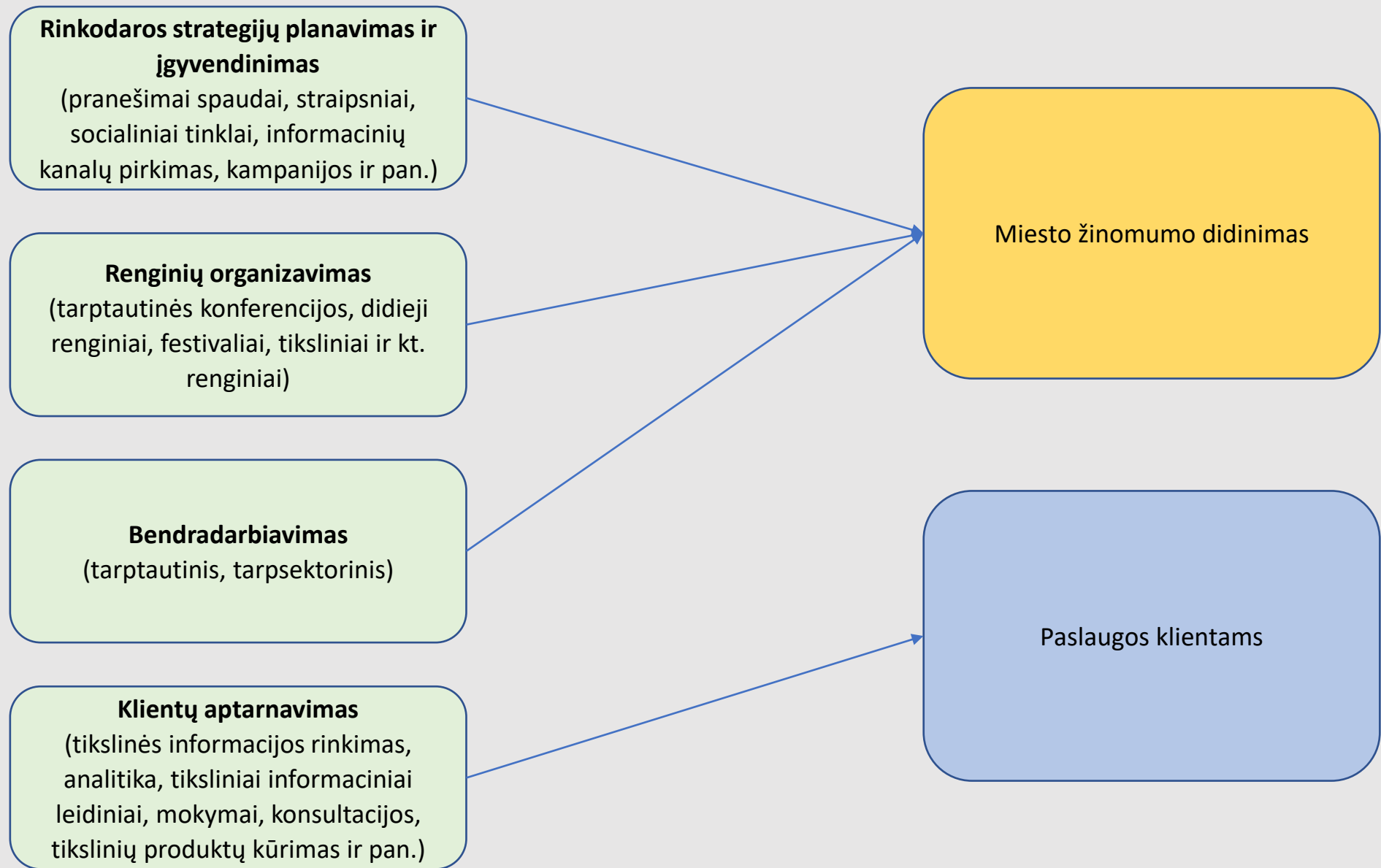
Įstaigų veiklos/ funkcijos analizuotos trimis aspektais: a) veiklos numatytos įstaigų įstatuose, b) veiklos numatytos savininko lūkesčių raštuose, c) realiai įstaigų vykdomos veiklos. Visos įstaigų veiklos pagal jų pobūdį suskirstytos į 4 rūšis:

1. Rinkodaros strategijų planavimas ir įgyvendinimas: pranešimai spaudai, straipsniai, socialiniai tinklai, informacinių kanalų pirkimas, kampanijos ir pan. Auditorijos tiek LT, tiek ir užsienyje.
2. Renginių organizavimas: didieji festivaliai, masiniai renginiai, konferencijos ir pan.
3. Bendradarbiavimo organizavimas su tikslinėmis įstaigų auditorijomis (investuotojai, verslas, turistai, tarptautinės organizacijos) LT ir užsienyje.
4. Klientų aptarnavimas: tikslinės informacijos rinkimas, analitika, tiksliniai informaciniai leidiniai, mokymai, konsultacijos, tikslinių produktų kūrimas ir pan.

Pagal realiai vykdomas veiklas:			
	Klaipėda ID	Klaipėdos TIC	Klaipėdos Šventės
<b>Rinkodara</b> (pranešimai spaudai, straipsniai, socialiniai tinklai, informacinių kanalų pirkimas, kampanijos ir pan.)	Ekonominė rinkodara	Turizmo rinkodara	Renginių rinkodara
<b>Renginių organizavimas</b> (tarptautinės konferencijos, didieji renginiai, festivaliai, tiksliniai ir kt. renginiai)	Profesinių bendruomenių renginiai Konferencijos	Sezoniškumo mažinimo renginiai	Didieji festivaliai Tarptautiniai renginiai Jūrinės kultūros renginiai
<b>Bendradarbiavimas</b> (tarptautinis, tarpsektorinis)	Švietimo, mokslo ir verslo subjektų	Svetingumo sektoriaus verslu	Tarptautinėmis jūrinėmis organizacijomis
<b>Klientų aptarnavimas</b> (analitika, tiksliniai informaciniai leidiniai, mokymai, konsultacijos, tikslinių produktų kūrimas ir pan.)	Investuotojų aptarnavimas Talentų aptarnavimas KKI aptarnavimas SVV informavimas	Turistų aptarnavimas Turistiniai maršrutai/ ekskursijos Statistinės informacijos rinkimas	

Pagal lūkesčių raštus:			
	Klaipėda ID	Klaipėdos TIC	Klaipėdos Šventės
<b>Rinkodara</b> (pranešimai spaudai, straipsniai, socialiniai tinklai, informacinių kanalų pirkimas, kampanijos ir pan.)	Ekonominė rinkodara	Turizmo rinkodara	Renginių rinkodara
<b>Renginių organizavimas</b> (tarptautinės konferencijos, didieji renginiai, festivaliai, tiksliniai ir kt. renginiai)	Profesinių bendruomenių renginiai	Sezoniškumo mažinimo renginiai	Didieji festivaliai Tarptautiniai renginiai Jūrinės kultūros renginiai
<b>Bendradarbiavimas</b> (tarptautinis, tarpsektorinis)	Švietimo, mokslo ir verslo subjektų		
<b>Klientų aptarnavimas</b> (analitika, tiksliniai informaciniai leidiniai, mokymai, konsultacijos, tikslinių produktų kūrimas ir pan.)	Investuotojų aptarnavimas KKI aptarnavimas	Turistų aptarnavimas Ekskursijos Statistinės informacijos rinkimas	

Pagal įstatus:			
	Klaipėda ID	Klaipėdos TIC	Klaipėdos Šventės
<b>Rinkodara</b> (pranešimai spaudai, straipsniai, socialiniai tinklai, informacinių kanalų pirkimas, kampanijos ir pan.)	4 funkcijos	3 funkcijos	2 funkcijos
<b>Renginių organizavimas</b> (tarptautinės konferencijos, didieji renginiai, festivaliai, tiksliniai ir kt. renginiai)		2 funkcijos	2 funkcijos
<b>Bendradarbiavimas</b> (tarptautinis, tarpsektorinis)			
<b>Klientų aptarnavimas</b> (analitika, tiksliniai informaciniai leidiniai, mokymai, konsultacijos, tikslinių produktų kūrimas ir pan.)	14 funkcijos	8 funkcijos	



# I. Išvados

- Duomenys rodo, kad visos trys įstaigos dirba miesto žinomumo srityje (rinkodara, renginių organizavimas, bendradarbiavimas) su tikslu išreklamuoti Klaipėdą ir prikviesti į miestą savo tikslines auditorijas. Tam tikslui įstaigos įgyvendina informacijos apie miestą sklaidą, vykdo miestą pristatančias rinkodaros kampanijas, organizuoja masinius renginius, bendradarbiauja su tarptautinėmis organizacijomis ir t. t.
- KID ir TIC veiklos vykdomos atliepiant savo tikslinių klientų poreikius, nes šios įstaigos orientuotos į klientų/ tikslinių grupių aptarnavimą. Teikdamos paslaugas savo klientams įstaigos renka ir sistemina tikslinę informaciją, kuria naujus produktus, organizuoja profesinius renginius ir mokymus ir t. t.
- *Galvojant apie įstaigų reorganizaciją miesto rinkodaros pagrindu būtina atkreipti dėmesį į klientų aptarnavimo aspektą, nes jis labai ryškus dviejuose įstaigose ir kuria pridėtinę vertę miestui.*

## II. Žmogiškieji resursai

	Etatų skaičius	Šiuo metu dirba		
		Neterminuota sutartis	Terminuota sutartis	Savanoris
Klaipėda ID	11	10		1
Klaipėdos TIC*	7	8		
Klaipėdos šventės	16	7	5	
	<b>34</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>1</b>

\* 1 etatą dalinasi 2 darbuotojai atitinkamai po 0,7 ir 0,3

	Personalo išlaikymo kaštai	
	2019	2020
Klaipėda ID	273 227	246 794
Klaipėdos TIC	110 537	103 397
Klaipėdos šventės	280 849	333 510
	<b>664 613</b>	<b>683 701</b>

	Šiuo metu dirba*				Rinkodaros/ komunikacijos specialistai (projektų vadovas, komunikacijos specilaistas,	Klientų aptarnavimo specialistai	Administratorius ir biuro aptarnavimas (valytojas)
	Direktorius	Buhalteris	Viešųjų pirkimų specialistas	Vadybininkas (projektų vadovas, renginių/ projektų koordinatorius)			
Klaipėda ID	1			3	3		1
Klaipėda ID/KUFA						3	
Klaipėdos TIC	1	1		1	1	3	1
Klaipėdos šventės	1	1	2	1	2		
Klaipėdos šventės/ Europos jaunimo sostinė				4	1		

\* informacija atspindi kiek dirba žmonių, kai kurie etatai išdalinti keliems specialistams

\*2021 m. duomenys iš įstaigų svetainių, įstaigų direktorių ir KMSA padalinių

## II. Išvados

- Žmogiškųjų resursų analizė parodė kiek ir kokių kompetencijų darbuotojų dirba trijose įstaigose (2021 m. gruodis), kokie yra personalo metiniai išlaikymo kaštai.
- Miesto žinomumo sričiai reikalingų veiklų vykdymą šiuo metu vykdo 7 rinkodaros specialistai ir 9 vadybininkai. Klientų aptarnavime dirba 6 specialistai.
- Žmogiškųjų resursų paskirstymo proporcijos orientuotos į miesto žinomumo veiklų pusę.

# III. Biudžetai ir finansavimo šaltiniai

	Įstaigų biudžetai						
	Klaipėda ID		Klaipėdos TIC		Klaipėdos šventės		
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	
<b>Pajamos:</b>	<b>585 772</b>	<b>691 028</b>	<b>189 643</b>	<b>318 481</b>	<b>1 162 606</b>	<b>974 436</b>	<b>3 921 966</b>
Iš valstybės biudžeto	2 999	9 344	0	113 049	14 000	20 000	
Iš savivaldybių biudžetų	139 201	323 087	0	173 721	664 973	673 112	
Iš ES, užsienio valstybių ir tarptautinių organizacijų lėšų	205 823	152 267	0	0	0	0	
Iš kitų finansavimo šaltinių	300	0	1406	500	161 896	27 754	
Pajamos už suteiktas paslaugas	237 449	206 330	188 237	31 210	321 737	253 570	
<b>Išlaidos:</b>	<b>610 696</b>	<b>610 630</b>	<b>211 943</b>	<b>300 904</b>	<b>1 156 962</b>	<b>972 938</b>	<b>3 864 073</b>
Darbo užmokesčio ir socialinio draudimo	246 794	273 227	110 475	103 397	292 235	344 526	
Komandiruočių	18 057	7 819	498	240	5329	769	
Kita	345 845	329 584	100 970	197 267	859 398	627 643	
<b>Veiklos rezultatas</b>	<b>-24 924</b>	<b>80 398</b>	<b>-10 129</b>	<b>14 102</b>	<b>5644</b>	<b>1498</b>	

\*duomenys iš įstaigų 2019-2020 m. FAR



# III. Išvados

Finansavimo šaltiniai:

- KID finansuojamas iš KMSA per dalinio finansavimo konkursą (trimetės sutartys) + KUFA pajamos iš nuomos
- TIC finansuojamas iš KMSA per dalinio finansavimo konkursą (trimetės sutartys) + pajamos iš paslaugų/ prekių pardavimo
- KŠ finansuojamos per Kultūros projektų konkursus (tiek trimetės, tiek ir metinės sutartys) + Jūros šventės mugės mokestis (perduodamas per dalinio finansavimo projektą)

## IV. Patalpos ir jų išlaikymo kaštai

	Patalpos	Paprastojo remonto ir eksploataavimo sanaudos/ 2020 m.	Komunalinių mokesčių ir ryšių sanaudos/ 2020 m.	
Klaipėda ID	Šaulių g. 32-5	15 220	102 248	117 468
	Bangų g. 5A,			
Klaipėdos TIC	Turgaus g. 7	1282	5841	7123
Klaipėdos šventės	Liepos g. 10A-6	0	23 091	23091
	Klevų g. 2B			
	Daržų g. 1A			
	Turgaus g. 22-8			
		16 502	131 180	147 682

\*duomenys iš įstaigų 2020 m. FAR

# Klaipėda ID, Klaipėdos TIC, Klaipėdos šventės reorganizacija

- Vadovaujantis LR viešųjų įstaigų įstatymo 10 straipsnio 1 dalies 10 punktu *visuotinis dalininkų susirinkimas priima sprendimą pertvarkyti viešąją įstaigą;*
- Vadovaujantis LR viešųjų įstaigų įstatymo 15 straipsnio 1 dalimi *viešosios įstaigos gali būti reorganizuojamos Civilinio kodekso nustatytais jungimo ir skaidymo būdais;*
- Juridinių asmenų reorganizavimo būdai nurodyti LR Civilinio kodekso 2.97 straipsnio 2 punkte (jungimas).

# Reorganizacijos tikslai

## Paslaugų plėtra

1. Vieningo miesto įvaizdžio kūrimas
2. Vieningos miesto rinkodaros įgyvendinimas
3. Klaipėdos miesto pasiekiamumo gerinimas
4. Koordinuotas miesto žinomumo didinimo renginių organizavimas

## Efektivitymo didinimas

1. Greitesnis sprendimų įgyvendinimas
2. Paprastesnis ir kokybiškesnis klausimų derinimas
3. Žmogiškųjų ir finansinių išteklių efektyvesnis panaudojimas
4. Greitesnis problemų identifikavimas ir šalinimas

## Bendra strategija

1. Reorganizuojant įstaigas siekiama gauti didelę ilgalaikę naudą per specialistų ir investicijų pritraukimą į miestą, atvykstamojo turizmo plėtrą, gyventojų skaičiaus didėjimą mieste
2. Trijų artimas veiklas vykdančių įstaigų reorganizavimas leis užtikrinti bendrų tikslų siekimą

## Sustambinimo siekis

1. Stipresnės vadybinės komandos sutelkimas
2. Sezoninio, ciklinio ir krizinio laikotarpio suvaldymas
3. Geresnė paslaugų kokybė
4. Lengvesnis darbuotojų pritraukimas
5. Sudėtingesnių/ naujų paslaugų atsiradimas

# Siekiamas efektas: nauda

## Problemos

1. Nėra vieningo miesto įvaizdžio
2. Nėra vieningos miesto rinkodaros
3. Trys įstaigos įgyvendina į savo tikslines auditorijas nukreiptą komunikaciją, kas sukuria fragmentuotą ir neaiškų miesto įvaizdį
4. Trys įstaigos įgyvendina tuos pačius tikslus

## Siekiamą nauda

1. Vieningas miesto įvaizdis ir rinkodara
2. Žmogiškųjų ir finansinių išteklių efektyvesnis panaudojimas
3. Stipresnės vadybinės komandos sutelkimas
4. Didinama nauda miestiečiams gerinant paslaugų kokybę

# Siekiamas efektas: veiklos ir finansiniai rodikliai

## Veiklos rodikliai

1. Investuotojų pasitenkinimo lygio teikiamomis paslaugomis augimas, proc.
2. Aptarnautų investuotojų skaičiaus augimas, proc.
3. Turistų skaičiaus augimas, proc.
4. Turistų pasitenkino turizmo produktais augimas, proc.
5. Tarptautinių renginių skaičiaus mieste augimas, proc.
6. Klaipėdos žinomumo ir patrauklumo tikslinėse rinkose augimas, proc.

## Personalas

1. Planuojamoms veikloms įgyvendinti reikalinga min. 27 specialistų komanda
2. 2022 m. vasario 2 d. duomenimis įstaigose dirba 31 specialistas
3. Terminuotiems projektams įgyvendinti galimi papildomi darbuotojai pagal terminuotas darbo sutartis

## Finansavimas

1. Naujos įstaigos biudžetas būtų planuojamas 2021 m. lygyje ir pagal galiojančias sutartis su KMSA. 2020 m. bendros įstaigų pajamos pagal FAR - 1 983 945 Eur.
2. Finansavimo šaltiniai: KMSA, „Pagalvės mokestis“ (470K/250K), Mugių mokestis (250K/150K)
3. Finansavimo modeliai:
  - dalinis finansavimas (3 metų sutartys)
  - dotacija (pagal Turizmo įstatymo pakeitimo projektą jei įstaiga teikia turistų aptarnavimo f-ją)

# KUFA

- KUFA dirba su siaura tiksline grupe (kultūros kūrybinės industrijos (KKI)), ir iš esmės vykdo patalpų nuomą.
- Siūlymas – prijungti KUFA prie Klaipėdos kultūrų komunikacijų centro (KKKC), nes:
  - a) abi įstaigos dirba su ta pačia tiksline auditorija
  - b) KUFA vykdoma KKI inkubavimo programa „užsimaitintų“ dalyviais per KKKC klientus
  - c) KKI subjektai vienoje vietoje gautų ir inkubavimo (kompetencijų auginimas), ir sklaidos (ekspozicijų) paslaugas

KUFA priskirtini resursai: 3 specialistai, finansavimo sutartis su KMSA (2021-2024 m. spalio, vertė - 376 297,90 Eur.), pastatas Bangų g. 5A.