

**ASOCIACIJA KLAIPĖDOS REGIONAS**

Juridinių asmenų registras. Kodas 302798913 Danės g. 17, 92117 Klaipėda  
Tel.(370) 620 13490. El. p. klaipedaregion@gmail.com

Klaipėdos regiono savivaldybėms

2012-08-14 Nr. 11

**DĖL DALYVAVIMO PROJEKTE**

VšĮ „Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centras“ dalyvauja projekte „South Baltic Global Access“, kuris yra gavęs finansavimą iš Pietų Baltijos bendradarbiavimo per sieną programos. Šiame projekte yra numatyta parengti Klaipėdos miesto turizmo rinkodaros strategiją, tačiau yra galimybė šią rinkodaros strategiją išplėsti iki regioninės turizmo rinkodaros strategijos, kuri apimtų:

1. Regiono stipriųjų ir patrauklių savybių įvertinimą tarptautiniame kontekste. Šis vertinimas gali būti panaudojamas siekiant pritraukti didesnius turistų srautus.
2. Geriausių Europoje įgyvendintų koncepcijų lyginamąją analizę.
3. Regiono kaip turizmo krypties koncepcijos sukūrimas:
  - 1) Patrauklios krypties koncepcija (apibūdinimas).
  - 2) Pagrindinių šalių į kurias koncentruojamas marketingas - identifikavimas.
  - 3) Marketingo koncepcijos įgyvendinimo gairės (pagrindinių marketingo įrankių pasirinkimo gairės, pagrindinių komunikacijos pranešimų pasirinkimo gairės, darbo su kelionių organizatoriais ir turistinių paketų sukūrimo gairės).

Galimybė dalyvauti tokio pobūdžio projekte buvo diskutuota Klaipėdos regiono savivaldybių merų susirinkime, vykusiam š.m. rugpjūčio 6 d. Klaipėdoje. Posėdžio metu nutarta kreiptis į regiono savivaldybių tarybas dėl šio klausimo tolesnio nagrinėjimo ir finansavimo skyrimo.

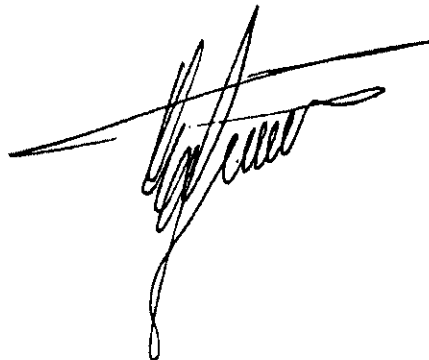
Visoms regiono savivaldybių taryboms pritarus dalyvavimui minėtame projekte ir 2012 m. skyrus 12 000 lt. finansavimą, 85 proc. skirtų lėšų savivaldybėms grįžtų 2013 m. parengus Klaipėdos regiono turizmo rinkodaros strategiją ir deklaravus patirtas išlaidas (preliminariai iki 2013 m. ketvirto ketvirčio). Finansiniai įsipareigojimai būtų apspręsti jungtinės veiklos sutartimi su VšĮ „Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centru“. Prašome inicijuoti šio klausimo pristatymą artimiausiame savivaldybės tarybos posėdyje.

Parengus regiono turizmo rinkodaros strategiją asociacija „Klaipėdos regionas“

galėtų sėkmingai orientuoti veiklą į šios strategijos įgyvendinimą ir efektyviom priemonėm vykdyti viso regiono turizmo rinkodarą.

PRIDEDAMA. 1 lapas.

Prezidentas

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, fluid strokes that form a cursive script. The signature is positioned centrally between the words 'Prezidentas' and 'Vytautas Grubliauskas'.

Vytautas Grubliauskas

# Projektas "South Baltic Global Access"

## Regiono kaip patrauklios turizmo krypties strategija

---

### 1. Tikslas

Regiono, kaip patrauklios turizmo krypties strategijos sukūrimas, apimantis marketingo koncepciją, kuri veiktų kaip gairės ją įgyvendinant. Strategija būtų grindžiama geriausiai Europoje įgyvendintų strategijų pavyzdžiais.

### 2. Strategijos turinys

Strategijos kūrėjas pateikia:

Užduotis nr. 1: Regiono stipriųjų ir patrauklių savybių įvertinimą tarptautiniame kontekste. Šis vertinimas gali būti panaudojamas siekiant pritraukti didesnius turistų srautus:

Užduotis nr. 2: Geriausiai Europoje įgyvendintų koncepcijų aprašymas:

- Geriausiai Europoje įgyvendintų koncepcijų vertinimo kriterijai (pvz. Atvykstančių turistų skaičiaus padidėjimas, turizmo industrijos apyvartos augimas, nepriklausantis nuo gamtinių sąlygų ir privalumų (tokių kaip paplūdimiai ar kalnai).
- Geriausių pavyzdžių identifikavimas ir apibūdinimas.
- Patrauklios turizmo krypties apibūdinimas, apimantis ir komunikuojamą "pranešimą".
- Marketingo koncepcijos/strategijos apibūdinimas (pavyzdžiui, pranešimai, pagrindiniai marketingo instrumentai).
- 'Marketing instrument' apibūdinimas (laikas, pranešimų dažnumas ir pan.)
- Oro uosto marketingo sritys, kurią apima platesnė regiono marketingo strategija. Bendradarbiavimo tarp oro uosto ir regiono gairės.

Užduotis nr. 3: Regiono kaip turizmo krypties koncepcijos sukūrimas.

- Patrauklios krypties koncepcija.
- Pagrindinių šalių į kurias koncentruojamas marketingas identifikavimas.
- Marketingo koncepcijos įgyvendinimo gairės.
  - Pagrindinių marketing įrankių pasirinkimo gairės (pvz. Bendradarbiavimas su vietos partneriais, tokiais kaip agentūros ir kelionių organizatoriai, oro uostai, bendradarbiavimas su užsienio kelionių organizatoriais, dalyvavimas turizmo parodose, žiniasklaidos kanalų parinkimas reklaminiams pranešimams)
  - Pagrindinių komunikacijos pranešimų pasirinkimo gairės.
  - Darbo su kelionių organizatoriais (vietos ir užsienio) gairės.
  - "Pasiūlymo-paketo" turistams sukūrimo gairės.

### 3. Rezultatai

Užduotis nr. 1: Pasirinktų regiono stipriųjų ir patrauklių savybių dokumentai. Pasirinkimą pagrindžiantys dokumentai, paaiškinantys pritaikymą.

Užduotis nr. 2: Geriausių ES regionų pavyzdžių dokumentai.

Užduotis nr. 3: Turizmo krypties koncepcijos dokumentai, apimantys marketingo koncepciją, kuri turi konkrečias jos įgyvendinimo Klaipėdos regione gaires.

## ASOCIACIJA KLAIPĖDOS REGIONAS

Juridinių asmenų registras. Kodas 302798913 Danės g. 17, 92117 Klaipėda  
Tel.(370) 620 13490. El. p. klaipedaregion@gmail.com

---

Klaipėdos regiono savivaldybėms

2012-08-14 Nr. 14

### DĖL DALYVAVIMO PROJEKTE

VšĮ „Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centras“ dalyvauja projekte „South Baltic Global Access“, kuris yra gavęs finansavimą iš Pietų Baltijos bendradarbiavimo per sieną programos. Šiame projekte yra numatyta parengti Klaipėdos miesto turizmo rinkodaros strategiją, tačiau yra galimybė šią rinkodaros strategiją išplėsti iki regioninės turizmo rinkodaros strategijos, kuri apimtų:

1. Regiono stipriųjų ir patrauklių savybių įvertinimą tarptautiniame kontekste. Šis vertinimas gali būti panaudojamas siekiant pritraukti didesnius turistų srautus.
2. Geriausių Europoje įgyvendintų koncepcijų lyginamąją analizę.
3. Regiono kaip turizmo krypties koncepcijos sukūrimas:
  - 1) Patrauklios krypties koncepcija (apibūdinimas).
  - 2) Pagrindinių šalių į kurias koncentruojamas marketingas - identifikavimas.
  - 3) Marketingo koncepcijos įgyvendinimo gairės (pagrindinių marketingo įrankių pasirinkimo gairės, pagrindinių komunikacijos pranešimų pasirinkimo gairės, darbo su kelionių organizatoriais ir turistinių paketų sukūrimo gairės).

Galimybė dalyvauti tokio pobūdžio projekte buvo diskutuota Klaipėdos regiono savivaldybių merų susirinkime, vykusiam š.m. rugpjūčio 6 d. Klaipėdoje. Posėdžio metu nutarta kreiptis į regiono savivaldybių tarybas dėl šio klausimo tolesnio nagrinėjimo ir finansavimo skyrimo.

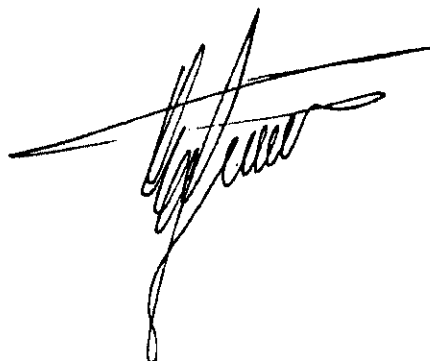
Visoms regiono savivaldybių taryboms pritarus dalyvavimui minėtame projekte ir 2012 m. skyrus 12 000 lt. finansavimą, 85 proc. skirtų lėšų savivaldybėms grįžtų 2013 m. parengus Klaipėdos regiono turizmo rinkodaros strategiją ir deklaravus patirtas išlaidas (preliminariai iki 2013 m. ketvirto ketvirčio). Finansiniai įsipareigojimai būtų apspręsti jungtinės veiklos sutartimi su VšĮ „Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centru“. Prašome inicijuoti šio klausimo pristatymą artimiausiame savivaldybės tarybos posėdyje.

Parengus regiono turizmo rinkodaros strategiją asociacija „Klaipėdos regionas“

galėtų sėkmingai orientuoti veiklą į šios strategijos įgyvendinimą ir efektyviom priemonėm vykdyti viso regiono turizmo rinkodarą.

PRIDEDAMA. 1 lapas.

Prezidentas

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vytautas Grubliauskas', written over a horizontal line.

Vytautas Grubliauskas

# Projektas "South Baltic Global Access"

## Regiono kaip patrauklios turizmo krypties strategija

---

### 1. Tikslas

Regiono, kaip patrauklios turizmo krypties strategijos sukūrimas, apimantis marketingo koncepciją, kuri veiktų kaip gairės ją įgyvendinant. Strategija būtų grindžiama geriausiai Europoje įgyvendintų strategijų pavyzdžiais.

### 2. Strategijos turinys

Strategijos kūrėjas pateikia:

Užduotis nr. 1: Regiono stipriųjų ir patrauklių savybių įvertinimą tarptautiniame kontekste. Šis vertinimas gali būti panaudojamas siekiant pritraukti didesnius turistų srautus:

Užduotis nr. 2: Geriausiai Europoje įgyvendintų koncepcijų aprašymas:

- Geriausiai Europoje įgyvendintų koncepcijų vertinimo kriterijai (pvz. Atvykstančių turistų skaičiaus padidėjimas, turizmo industrijos apyvartos augimas, nepriklausantis nuo gamtinių sąlygų ir privalumų (tokių kaip paplūdimiai ar kalnai).
- Geriausių pavyzdžių identifikavimas ir apibūdinimas.
- Patrauklios turizmo krypties apibūdinimas, apimantis ir komunikuojamą "pranešimą".
- Marketingo koncepcijos/strategijos apibūdinimas (pavyzdžiui, pranešimai, pagrindiniai marketingo instrumentai).
- 'Marketing instrument' apibūdinimas (laikas, pranešimų dažnumas ir pan.)
- Oro uosto marketingo sritys, kurią apima platesnė regiono marketingo strategija. Bendradarbiavimo tarp oro uosto ir regiono gairės.

Užduotis nr. 3: Regiono kaip turizmo krypties koncepcijos sukūrimas.

- Patrauklios krypties koncepcija.
- Pagrindinių šalių į kurias koncentruojamas marketingas identifikavimas.
- Marketingo koncepcijos įgyvendinimo gairės.
  - Pagrindinių marketingo įrankių pasirinkimo gairės (pvz. Bendradarbiavimas su vietos partneriais, tokiais kaip agentūros ir kelionių organizatoriai, oro uostai, bendradarbiavimas su užsienio kelionių organizatoriais, dalyvavimas turizmo parodose, žiniasklaidos kanalų parinkimas reklaminiams pranešimams)
  - Pagrindinių komunikacijos pranešimų pasirinkimo gairės.
  - Darbo su kelionių organizatoriais (vietos ir užsienio) gairės.
  - "Pasiūlymo-paketo" turistams sukūrimo gairės.

### 3. Rezultatai

Užduotis nr. 1: Pasirinktų regiono stipriųjų ir patrauklių savybių dokumentai. Pasirinkimą pagrindžiantys dokumentai, paaiškinantys pritaikymą.

Užduotis nr. 2: Geriausių ES regionų pavyzdžių dokumentai.

Užduotis nr. 3: Turizmo krypties koncepcijos dokumentai, apimantys marketingo koncepciją, kuri turi konkrečias jos įgyvendinimo Klaipėdos regione gaires.

## Vita Petraviciene

---

**Iš:** Klaipėdos Regionas [klaipedaregion@gmail.com]  
**Išsiųsta:** 2012 m. rugpjūtis 14 d. 13:53  
**Kam:** meras@klaipeda.lt; stasys.vainoras@skuodas.lt; savivaldybe@skuodas.lt;  
savivaldybe@kretinga.lt; meras@kretinga.lt; meras@neringa.lt;  
vaclovas.dackauskas@klaipedos-r.lt; silute@pamarys.lt; meras@pamarys.lt;  
meras@palanga.lt; savivaldybe@klaipedos-r.lt  
**Tema:** Del dalyvavimo projekte  
**Priedai:** DelDalyvavimoProjekte.pdf

Laba diena,

Asociacijos "Klaipėdos regionas" narių susirinkime (š.m. rugpjūčio 6 d.) buvo nutarta kreiptis į regiono Savivaldybes dėl galimybės dalyvauti VŠĮ "Klaipėdos turizmo ir kultūros informacijos centro" projekte, finansuojamame iš Pietų Baltijos bendradarbiavimo per sieną programos. Projektas būtų įgyvendinamas tuo atveju, jei visos regiono Savivaldybės pritartų dalyvavimui.

Raštas pridedamas.

Originalas nebus siunčiamas.

Pagarbiai,  
Valdas Pučkorius  
Asociacijos "Klaipėdos regionas"  
Vykdantysis direktorius  
Tel. 862013490