

VIEŠOJI KONSULTACIJA SU KLAIPĖDOS VERSLAIS DĖL KŪRYBINIŲ PASLAUGŲ POREIKIO IR JŲ PASIRINKIMO

VERSLO ĮŽVALGOS

AUSTĖ ČERNIAUSKAITĖ

2019.05.25



Klaipėda
iD



Kurk
Lietuvai

IŽANGA

Kūrybinės industrijos laikytinos vienu svarbiausių bet kurios šalies tarptautinio konkurencingumo šaltinių. Europoje KKI darbuotojai sudaro 7,5% darbo jėgos ir sektorius generuoja 509 milijardus eur BVP. Lietuvoje kultūros ir kūrybinių industrijų (KKI) sektorius taip pat užima vis didesnę vaidmenį. Šis sektorius Lietuvoje sukuria beveik 5 % pridėtinės vertės, o kūrybinių industrijų produktai bei paslaugos sudaro 5 % šalies eksporto. Taigi kūrybinės industrijos yra vertinamos kaip sektorius, kuris gali tapti vienu iš ilgalaikės sėkmės veiksmų.

Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2015 m. liepos 31 d. įsakymu Nr. ĮV-524 patvirtintame dokumente „Kultūros ir kūrybinių industrijų politikos 2015–2020 metų plėtros kryptys“ trečioji kryptis siekia skatinti KKI kuriamą ekonominę vertę. Įgyvendinant šią kryptį siekiama didinti KKI dalį valstybės BVP struktūroje, didinti Lietuvos KKI dalį Lietuvos eksporto struktūroje bei gerinti sąlygas vykdyti Lietuvos kūrybos ir kultūros sklaidą Lietuvoje ir užsienyje. Vienas iš kylančių uždavinių padėsiantis įgyvendinti tikslus yra plėtoti paslaugas kūrybinių ir kultūrinių industrijų verslui, konsultavimo ir paramos paslaugas naujoms kūrybinių ir kultūrinių industrijų įmonėms.

2018 m. atlikta Klaipėdos įmonių apklausa atskleidė tendenciją jog Klaipėdos verslui trūksta aiškios kūrybinių paslaugų pasiūlos atitinkančios jo poreikiams. Klaipėdoje yra įvairių sričių kūrybinių verslų, bet vietinio verslo klientai yra linkę pirkti paslaugas iš kitų miestų, jiems trūksta vietinio kūrybinio verslo matomumo. Tuo tarpu 2017 m. apklausa parodė, kad beveik trečdaliui KKI verslininkų Lietuvoje trūksta žinių, kaip rasti klientų bei vykdyti tiek lokalią tiek globalią rinkodarą. Siekiant užtikrinti KKI sektoriaus augimą Klaipėdoje būtina teikti pagalbą vystant kūrybinio verslo rinkodarą.

Viešosios konsultacijos tikslas – identifikuoti vietinio verslo poreikius iš kūrybinių paslaugų ir kaip yra ieškomi ir pasirenkami šių paslaugų teikėjai. Pasinaudojant įžvalgomis bus kuriamos rekomendacijos kūrybiniam verslams dėl rinkodaros vystymo bei kuriamas jungtinis Klaipėdos KKI verslų rinkodaros įrankis pritaikytas KKI ir verslo poreikiams.

Tikslinės grupės – konsultacijos vykdomos su Klaipėdos verslo atstovais. Buvo pasirenkami skirtingų sektorių verslai, kad būtų surinkta kuo įvairesnė patirtis ir įžvalgos.

Konsultacijos metodas – organizuojami individualūs pusiau struktūruoti interviu pagal parengtus klausimus.

Buvo atlikti **9 interviu** su skirtingų Klaipėdos verslų atstovais. Iš jų pramogų parko, dviejų viešbučių, dviejų kavinių, logistikos kompanijos, renginių organizavimo, verslo prekių ir leidyklos verslų.

Rezultatų apžvalga

Rezultatų apžvalga skirstoma į keturias esmines sritis, kurias kūrėjai išryškino viešosios konsultacijos metu:

- 1) Kūrybinių paslaugų kuriama vertė verslui
- 2) Kūrėjų paieška ir pasirinkimas
- 3) Kūrybinių paslaugų kokybė
- 4) Klaipėdos VS kitų miestų kūrėjai

KŪRYBINIŲ PASLAUGŲ VERTĖ VERSLUI

Interviu dalyvavę verslai naudojami įvairiomis kūrybinėmis paslaugomis ir produktais, perka juos iš laisvai samdomų darbuotojų ir kūrybinių agentūrų. Interviu metu buvo minimos šios kūrybinės paslaugos ir produktai: reklama, komunikacija, turinio kūrimas, fotografija, video, įmonės įvaizdžio kūrimas, grafinis dizainas, socialinės medijos, muzikantų paslaugos, dekoravimo paslaugos, interneto svetainių kūrimas ir skaitmeninės paslaugos, maketavimas, spauda.

Verslo atstovai sutiko, kad kūrybinės paslaugos prisideda prie matuojamų kriterijų verslo sėkmei. Šie kriterijai yra ne tik generuojamas pelnas, bet ir kiti smulkesni kriterijai, kuriuos reguliariai matuoja. Tarp jų - klientų skaičius, pardavimų apimtys, matomumas ir klientų aktyvumas komunikuojant apie juos socialinėse medijose.

Interviu metu buvo išsakytos įvairios mintys, kaip kūrybinės paslaugos prisideda prie verslo sėkmės, kokią naudą jos suteikia ir kokias problemas padeda verslui išspręsti. Lengviausia apklaustiems buvo atsakyti kokią vertę sukuria reklamos paslaugos. Šios verslui padeda pritraukti daugiau klientų, patraukti dėmesį, išlikti klientų atmintyje ir akirtyje kuriant įdomų turinį. Kūrybinės paslaugos taip pat padeda papasakoti apie verslą bei siūlomą produktą ar paslaugą ir jų kokybę, padeda pasiekti ir pritraukti tikslines auditorijas sukūrus norimą išskirtinumą.

KŪRĖJŲ PAIEŠKA IR PASIRINKIMAS

Paklausus kaip verslininkai ieško kūrybinių paslaugų teikėjų buvo išsakyti keli būdai, tarp jų kolegų ar pažįstamų rekomendacijos, socialiniai tinklai, google paieška. Renkantis teikėjus išsirikti svarbūs aspektai: kainos ir kokybės santykis, portfolio ir darbo pavyzdžiai, patrauklumas, specializacija, originalumas. Kai verslas dažniau susiduria su kūrybinėmis paslaugomis atsiranda papildomų kriterijų tokių kaip dizainerio patirtis, gebėjimas pagrįsti sprendimus kodėl kas veikia ir kas ne, profesionalumas. Taip pat buvo išsakytos nuomonės, kad bendravimo būdas yra labai svarbu, kad būtų nesudėtinga susikalbėti ir susitarti dėl paslaugų.



KŪRYBINIŲ PASLAUGŲ KOKYBĖ

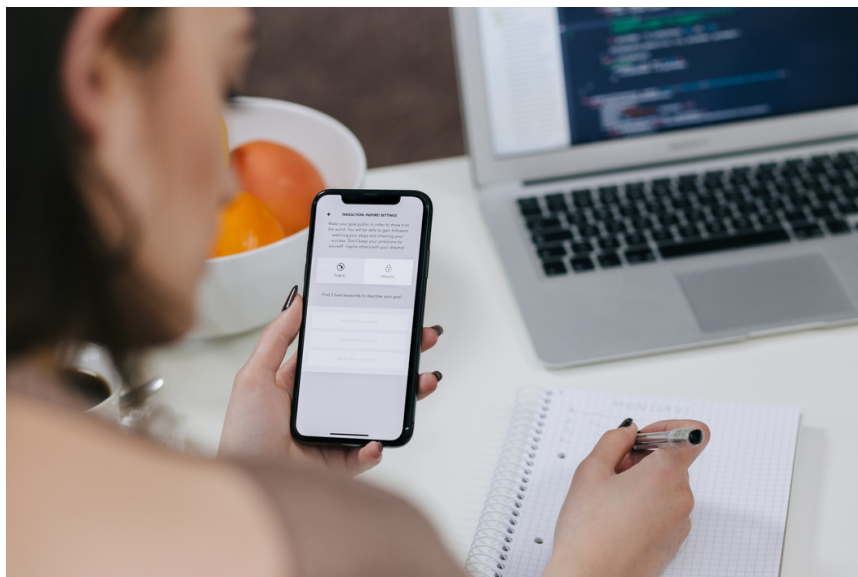
Kartojosi tendencija, kad išbandžius kūrybines paslaugas, kurios tenkino yra pasilikta prie to pačio teikėjo. Tačiau įvertinti darbo kokybę, nebūnant tos srities specialistu, verslo atstovams gana sudėtinga ypač, kai kalbama apie dizaino paslaugas ir interneto sprendimus. Dažnai vertinama estetika, bet funkcionalumo įvertinimas ir suteikiama kūrybinio produkto vertė yra rečiau įvertinama. Yra noras išnaudoti kūrybines paslaugas, bet kartais neaišku, kada jos yra pritaikytos veiksmingai ir kaip jas geriausia išnaudoti. Tokiais atvejais kyla poreikis bendradarbiauti su patyrusiu kūrėju ar agentūra, kuri gali konsultuoti, kaip kuriamos paslaugos gali padėti siekti verslo tikslų ir kaip jas išnaudoti kuo veiksmingiau.



KLAIPĖDA VS KITI MIESTAI

Kai kurie verslo atstovai, dalyvavę interviu atskleidė, kad kūrybines paslaugas pirko iš Klaipėdos kūrėjų, kiti iš kitų miestų, o kartais net nežinojo iš kur dirbo kūrėjai, nes visi pokalbiai vyko telefonu ir internetu. Kūrėjų fizinis buvimas Klaipėdoje buvo identifikuotas kaip privalumas tačiau nebūtinai nulemiantis faktorius renkantis teikėją, nes daugelį paslaugų galima suderinti dirbant nuotoliniu būdu. Vis dėl to gyvas susitikimas buvo ne kartą įvardintas kaip svarbus ir galimybė gyvai susitikti ir bendrauti su kūrėju ar agentūra yra vertinama.

Buvo išsakytos kelios nuomonės, kodėl vienu ar kitu atveju neapasirenkamos paslaugos iš Klaipėdos kūrėjų. Vieni teigė, kad Klaipėdoje esant mažesnei konkurencijai, paslaugų kainos yra didesnės nei Vilniuje ar Kaune. Taip pat, kad egzistuoja stereotipas, jog Vilniuje yra geresnė paslaugų kokybė. Kitu atveju pasidalinta pastebėjimu, kad Klaipėdoje kūrėjai yra labiau praktiški, o Vilniuje labiau meniški ir įmonės norėdamos originalesnių ir kūrybiškesnių pasiūlymų, kreipiasi tiesiai ten. Taip pat buvo išsakytos nuomonės, kad paprasčiausia nežinoma, kokios įmonės yra Klaipėdoje tad yra kreipiamasi į žinomesnias, kurios paprastai yra Vilniuje.



IŠVADOS

Šie viešosios konsultacijos rezultatai yra pasiekti kokybinio tyrimo metu taigi negali būti naudojami apibendrinant Klaipėdos verslų požiūrio. Tačiau juose atsiskleidžia konkrečios mintys ir įžvalgos, kurios yra naudingos atskleisti vyraujančias nuomones tarp verslo atstovų ir pajauti skirtumus, kurie egzistuoja tarp jų.

Interviu dalyvavę verslo atstovai atskleidė, kad naudojami įvairiomis kūrybinėmis paslaugomis. Jie mato kūrybines paslaugas kaip prisidedančias prie verslo tikslų pasiekimo.

Yra naudojami įvairūs būdai kūrybinių paslaugų teikėjų paieškai ir vertinimui. Tačiau, kyla iššūkiai paslaugų kokybei įvertinti. Nevisada yra aišku kaip paslauga prisidės prie verslo sėkmės, ko galima tikėtis ir kodėl. Buvo išsakyta nuomonių, kad būtų naudinga labiau suprasti, kokią naudą gali suteikti įvairios paslaugos ir kaip veiksmingai jas išnaudoti.

Naudai verslui perteikti galima efektyviau išnaudoti komunikaciją, padedant klientui suprasti nuo pat pradžių, ką jis gaus nusipirkęs paslaugą ar produktą. Taip pat, įdėti pastangų padėti klientui suprasti, kokių paslaugų jam reikia norint pasiekti trokštamų rezultatų pirminių konsultacijų metu.

Kūrybinių paslaugų vertei verslui ir kaip ji kuriama iškomunikuoti turėtų pasitarnauti ir kuriamas Klaipėdos kūrybinių verslų katalogas. Jame turėtų aiškiai atsiskleisti įvairių kūrybinių paslaugų nauda verslui ir kaip efektyviai išnaudoti kūrybines paslaugas pasiekti norimiems rezultatams.