

# Kauno miesto muziejus

PATVIRTINTA

Kauno miesto muziejaus direktoriaus  
2023 m. gegužės 30 d. įsakymu Nr. IR-141 (1.3E)

2023–2026 metų  
strateginis veiklos planas

# Trumpiniai

Trumpinys	Paiškinimas
ES	Europos sąjunga
EP sk.	Ekspozicijų ir parodų skyrius
KI sk.	Kauno istorijos skyrius
KMM	Kauno miesto muziejus
KMS	Kauno miesto savivaldybė
MKP sk.	Miko ir Kipro Petrauskų skyrius
SSGG	Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė
TM sk.	Tautinės muzikos skyrius

# Veiklos kontekstas

## Veikla

Kauno miesto muziejus (toliau – KMM) yra biudžetinė kultūros įstaiga, kaupianti, sauganti, mokliškai tirianti, konservuojanti, eksponuojanti ir populiarinanti Kauno miesto ir jo apylinkių istorinį ir kultūrinį paveldą, taip pat lietuvių tautinės ir profesionaliosios muzikos paveldą. Ypatingas dėmesys skiriamas šiuolaikinių muziejininkystės tendencijų bei inovatyvių sprendimų pritaikymui, bendruomenių įtraukimui, kūrybiškam bei įdomiam istorinio ir kultūrinio paveldo perteikimui plataus spektro auditorijoms.

## KMM sudaro penki muziejiniai padaliniai:

- Rotušės skyrius;
- Pilies skyrius;
- Tautinės muzikos skyrius (TM sk.);
- Miko ir Kipro Petrauskų skyrius (MKP sk.);
- Juozo Gruodžio skyrius.

# Vidaus ir aplinkos veiksnių analizė

Apibendrinus informaciją apie KMM veiklai įtaką darančius aplinkos ir išorės veiksnius, buvo atlikta stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (toliau – SSGG) analizė. Analizės metu nustatytos KMM stiprybės ir silpnybės, priklausančios nuo organizacijos vidaus veiksnių. Taip pat nurodomos galimybės ir grėsmės – išorės veiksniai, kurių KMM negali kontroliuoti, tačiau privalo atsižvelgti savo veikloje.

SSGG analizės rezultatai pateikiami 1 lentelėje. SSGG analizės rezultatai – tai pagrindas strateginėms kryptims ir tikslams formuluoti.

1 lentelė.

# KMM SSGG analizė

(punktai dalyse pateikti prioriteto tvarka)

## Stiprybės

- + Šiuolaikiškas muziejaus įvaizdis didina muziejaus žinomumą Kauno miesto kultūros turizmo kontekste.
- + Nauja Rotušės ekspozicija: pagrindinė laisvalaikio leidimo ir miesto pažinimo vieta, atliepanti poreikius, aktualius plačiai visuomenės daliai.
- + Temų, su kuriomis dirba muziejus, aktualumas, potencialas.
- + Pamažu komandoje augantis verslus mąstymas.
- + Aktualių paslaugų ir produktų pasiūla: stiprios edukacinės programos, projektai, didelio populiarumo sulaukiantys leidiniai ir pan.
- + Šiltas santykis su lankytojais, skatinantis jų įsitraukimą ir pasitenkinimą.
- + Geras kainos ir kokybės santykis.
- + Aiški organizacijos vizija, misija, tikslai ir organizacinė struktūra.

## Silpnybės

- Nepakankamas prioritetų išgryninimas ir dideli darbo krūviai.
- Nepakankamai sparčiai atnaujinamos ekspozicijos, infrastruktūra ir įranga.
- Nepakankamai tvarus finansavimas, maža finansavimo šaltinių įvairovė ir patirtis rengiant didelės apimties finansavimo projektus.
- Nepakankamas besikeičiančios rinkos ir lankytojų poreikių pažinimas.
- Nepakankama finansinė ir nefinansinė motyvavimo sistema.
- Komplikuotas muziejaus atpažįstamumas, žinomumas.
- Nepakankamas paslaugų ir produktų atnaujinimas ir aktualumas.
- Vidinės komunikacijos trūkumas.
- Patalpų trūkumas fondams, darbuotojams, sandėliavimui.

## Stiprybės

---

- + Unikalūs KMM pastatai ir dalies jų patraukli lokacija.
- + Auganti ir stiprėjanti komanda profesionalumo, patirties, motyvacijos, bendradarbiavimo ir darbo kultūros prasme.
- + Gausi virtualaus turinio pasiūla, informacijos prieinamumas ir pasiekiamumas.
- + Tikslingai komplektuojama muziejinių vertybių kolekcija, kurioje yra unikalių eksponatų.
- + Atviras pokyčiams muziejus, lyderystė ir autoritetas inovacijų srityje Lietuvos muziejų lauke.
- + Didėjantis pasitikėjimas savimi, matant didėjantį lankytojų ir edukacinių užsiėmimų skaičių, uždirbamas ir pritraukiamas lėšas, gaunant gerus įvertinimus ir signalus, kad muziejų lauko kolegos mokosi iš mūsų pavyzdžio.

# KMM SSGG analizė

## Galimybės

- + Didėjantis lankytojų (ypač šeimų ir jaunimo) srautas ir patirčių poreikis.
- + Partnerystės galimybės: bendradarbiavimas su įvairiomis organizacijomis Lietuvoje ir užsienyje, kuriant bendrus projektus (produktus).
- + Visuomenė tampa labiau socialiai atsakinga, kas didina jos aktyvų įsitraukimą į muziejines veiklas.
- + Iš VŠĮ „Kaunas 2022“ perimtas renginys – „Istorijų festivalis“.
- + Gerėjanti Kauno infrastruktūra, naujų laisvalaikio erdvių atsiradimas.
- + Didėjantis dėmesys muziejų sričiai nacionaliniu ir politiniu lygmeniu, muziejininkystė gręžiasi į bendradarbiavimą su visuomene.
- + Naujų projektų finansavimo galimybės iš ES struktūrinių fondų ir kt. finansavimo programų, Lietuvos kultūros tarybos administruojamų lėšų.
- + Potencialas užmegzti artimesnius ryšius su verslo atstovais bei didėjantis muziejaus rėmėjų skaičius.
- + Didėjantis visuomenės ir institucijų atvirumas įtraukiojo ugdymo programoms ir paslaugų bei produktų pritaikymui įvairiems poreikiams.

## Grėsmės

- Didėjanti konkurencija kultūros lauke, lankytojai išrankesni.
- Išlieka priklausomybė nuo politinio palaikymo (valstybinis ir savivaldybės lygmuo).
- Didėjanti biurokratija, sudėtingesne tampanti viešųjų pirkimų sistema.
- Regione vykstantis karas: turistų srauto mažėjimas, ekonominis nestabilumas, grėsmė egzistencijai apskritai.
- Nepakankamai sparčiai augantis finansavimas.
- Ribotas politinis požiūris į kultūrą kaip prioritetinę sritį.
- Infliacijos keliami iššūkiai, susiję su biudžeto planavimu, ir lankytojų elgsenos pokyčiai.



# KMM veiklos strategija

## Misija

Istorijų erdvė Kaunui, įkvepianti pažinti, patirti ir įsitraukti.

## Vizija 2032

Atradimais pulsuojantis muziejus:

- traukiantis atrasti: žymus, šiuolaikiškas, įdomus;
- visada gyvas: atviras, prieinamas, kviečiantis kurti ir dalintis;
- sektinas modelis: laimingas, inovatyvus, profesionalus, akademiškas.



# Strateginės veiklos kryptys 2023–2026 metams

KMM strateginės veiklos kryptys yra suformuluotos remiantis aukščiau pateikta SSGG analize. Strategijoje išskiriamos keturios strateginės kryptys:

- didinti KMM žinomumą, atpažįstamumą ir lankytojų pritraukimą;
- užtikrinti tvarų finansavimą;
- atnaujinti bei suaktualinti ekspozicijas ir infrastruktūrą;
- gerinti vidinę motyvaciją, komandinį darbą ir komunikaciją.

# KMM strateginiai tikslai 2023–2026 metams ir jų vertinimo kriterijai

2 lentelė. Strateginiai tikslai ir uždaviniai 2023–2026 metams

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Didinti KMM žinomumą, atpažįtamumą ir lankytojų pritraukimą	1. Pritraukti ir išlaikyti tikslines KMM lankytojų auditorijas	Lankytojų skaičiaus augimas per metus, proc.  Paslaugų ir produktų pardavimų augimas per metus, proc.	5  5		
	1.1. Išsigininti tikslines lankytojų auditorijas ir jų poreikius	Tikslinių grupių, kurioms paruošti paslaugų paketai, lankytojų skaičiaus didėjimas, proc	7	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Atlikti lankytojų tyrimą, siekiant išsiaiškinti, kokie lankytojai mus lanko ir kokios KMM paslaugos / kultūriniai produktai juos domina; tyrimą kartoti reguliariai (rinkodaros specialistas);</li><li>○ Nusimatyti ir įgyvendinti skirtingų auditorijų pritraukimo kryptis ir priemones (rinkodaros specialistas, muziejinės veiklos vadovas);</li><li>○ Apibrėžtoms auditorijoms organizuoti specializuotus renginius, užtikrinant jų cikliškumą, įskaitant „Istorijų festivalį“ (renginių organizatorius).</li></ul>	Komunikacijos sk. vadovas

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Didinti KMM žinomumą, atpažįtamumą ir lankytojų pritraukimą	1.2. Didinti KMM rinkinių, vertybių ir mokslinių kompetencijų prieinamumą	Per metus visuomenei pristatoma rinkinio dalis (virtualios ir gyvos parodos, specializuoti leidiniai, renginiai, kilnojamos parodos, moksliniai straipsniai, populiarieji straipsniai ir kt.), proc.	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aktualizuoti KMM saugomus eksponatus rengiant specializuotas parodas, keliant jų mokslinę kokybę, gerinant formatą (KI, MKP, TM, EP sk. vadovai, vyr. muziejaus rinkinių kuratorius);</li> <li>○ Intensyvinti mokslinius tyrimus, rengti ir publikuoti mokslinius, mokslo-populiarinimo straipsnius, aktyvinti leidybinę veiklą (KI, MKP, TM, EP sk. vadovai, vyr. muziejaus rinkinių kuratorius).</li> </ul>	Muziejinės veiklos vadovas
	1.3. Stiprinti edukacinę KMM programą	<p>Tikslinių grupių* edukacinės programos dalyvių skaičiaus didėjimas, proc.</p> <p>*visų pakopų moksleivių, šeimų ir senjorų</p>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atnaujinti KMM edukacinę programą naujais tikslinių grupių poreikius atitinkančiais ir skyrių ekspozicijas pristatančiais edukaciniais užsiėmimais ir ekskursijomis, kurie vadovautųsi KMM Edukacinės veiklos gairėmis (Edukacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Užmegzti bendradarbiavimą su bent viena tikslines grupes atstovaujančia organizacija, rengiant tikslinių grupių poreikius atitinkančias edukacines paslaugas (Edukacijos sk. vadovas, rinkodaros specialistas).</li> </ul>	Edukacijos sk. vadovas

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Didinti KMM žinomumą, atpažįstamumą ir lankytojų pritraukimą	2. Tapti atpažįstamu ir vertinamu muziejumi Lietuvos gyventojams ir lankytojams iš užsienio	Dalis respondentų, galinčių įvardinti, kas yra KMM, proc.	50		Komunikacijos sk. vadovas
	2.1. Stiprinti komunikaciją ir didinti KMM matomumą viešoje erdvėje	<p>Paminėjimų skaičiaus žiniasklaidoje didėjimas, proc.</p> <p>Sekėjų skaičiaus socialiniuose tinkluose ir svetainių lankytojų skaičiaus didėjimas, proc.</p>	<p>50</p> <p>30</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atnaujinti KMM prekės ženklą ir vizualinį identitetą (Komunikacijos sk. vadovas, vizualinės komunikacijos specialistas);</li> <li>○ Atlikti KMM atpažįstamumo tyrimą bei rezultatų analizę prieš ir po prekės ženklo atnaujinimo (rinkodaros specialistas);</li> <li>○ Atsižvelgus į atliktų tyrimų rezultatus, parengti ir įgyvendinti KMM rinkodaros strategiją, kuri apima Lietuvos ir užsienio rinkas (Komunikacijos sk. vadovas, rinkodaros specialistas, renginių organizatorius);</li> <li>○ Užtikrinti, kad muziejinių skyrių darbuotojai teiktų lankytojams informaciją apie kitus muziejaus skyrius ir juose vykstančias veiklas (MKP, TM, KI sk. vadovai).</li> </ul>	Komunikacijos sk. vadovas

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Užtikrinti tvarų finansavimą	3. Užtikrinti tvarų finansavimą ir savalaikį asignavimų panaudojimą	Pajamų iš paslaugų, paramos ir projektų dalis biudžete, proc.  Nuokrypis nuo savalaikio asignavimų panaudojimo, proc.	20  15		
	3.1. Užtikrinti stabilų finansavimą iš KMS	Planuoto ir patvirtinto biudžeto santykis, proc.	95	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sustiprinti kompetencijas ir metodiką pristatant KMS ekspozicijų atnaujinimo ir pastatų modernizavimo projektus, kitas finansuotinas veiklas (direktorius, talkinant muziejinės veiklos vadovui, inovacijų vadovui, projektų koordinatoriui);</li> <li>○ Stiprinti bendradarbiavimą su KMS (direktorius).</li> </ul>	Direktorius
	3.2. Didinti KMM rėmėjų ratą	Pritrauktų rėmėjų lėšų dalis, proc.  Savanorių dirbtų valandų skaičiaus didėjimas, proc.	3  30	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Išsigryninti ir įveiklinti darbo su verslo organizacijomis modelį, teikiant prioritetą ilgalaikiam, nuosekliam bendradarbiavimui (rinkodaros specialistas);</li> <li>○ Išsigryninti muziejaus siūlomas vertes skirtingo masto ir pobūdžio rėmimui gauti, taip pat padėkos formatus už neatlygintinai suteiktą pagalbą (rinkodaros specialistas);</li> </ul>	Komunikacijos sk. vadovas



Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Užtikrinti tvarų finansavimą	3.2. Didinti KMM rėmėjų ratą			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Peržiūrėti ir keisti darbo su savanoriais metodiką, įgyvendinti komunikacines kampanijas savanorių komandai renginiuose suburti ir ją auginti (renginių organizatorius, Edukacijos ir Komunikacijos sk. vadovai).</li> </ul>	Komunikacijos sk. vadovas
	3.3. Didinti KMM uždirbamas lėšas	<p>KMM uždirbtų lėšų dalis biudžete, proc.</p> <p>Dalis bilietų, parduodamų e-sistemos pagalba, proc.</p>	<p>15</p> <p>10</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atsižvelgiant į atliktus auditorijų tyrimus, kurti naujus KMM produktus / paslaugas ir parengti jų vertės pasiūlymus. Atnaujinti KMM mokamų paslaugų / produktų tinklą, įvertinti kainodarą (muziejinės veiklos vadovas, KI, MKP, TM, EP, Edukacijos ir Komunikacijos sk. vadovai, rinkodaros specialistas);</li> <li>○ Parengti ir įgyvendinti KMM e-parduotuvės diegimo projektą (Komunikacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Optimizuoti KMM paslaugų užsakymų sistemą (Komunikacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Organizuoti procesą, kad TM ir Rotušės sk. patalpose būtų vykdomos viešojo maitinimo paslaugos (patalpų nuoma kavinei) (rinkodaros specialistas, TM ir KI sk. vadovai).</li> </ul>	Muziejinės veiklos vadovas

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Atnaujinti bei suaktualinti ekspozicijas ir infrastruktūrą	4. Sukurti lankytojų patrauklias ir inovatyvias erdves	Teigiamų lankytojų atsiliepimų apie lankymosi patirtį KMM dalis, proc.  Pavienių lankytojų skaičiaus didėjimas, proc.	80  20		
	4.1. Didinti KMM prieinamumą specialiųjų poreikių lankytojų	Kiekviena atnaujinama ekspozicija pritaikoma bent 2 specialiųjų poreikių lankytojų grupėms	100	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pritaikyti Rotušės ir TM sk. ekspozicijas, įgyvendinant jų projektuose numatytas priemones, bendradarbiaujant / konsultuojantis su specialiųjų poreikių asmenims atstovaujančiomis organizacijomis (TM sk. vadovas; inovacijų vadovas);</li> <li>○ Parengti po naują užsiėmimą kiekviename KMM skyriuje, pritaikytą asmenims su specialiaisiais poreikiais, bendradarbiaujant / konsultuojantis su įvairių poreikių asmenims atstovaujančiomis organizacijomis (Edukacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Užtikrinti informacinį KMM skyrių / paslaugų prieinamumą interneto svetainėje (Komunikacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Konsultuojantis / bendradarbiaujant su įvairius poreikius atstovaujančiomis organizacijomis, pritaikyti MKP sk. ekspozicijas bent 2 specialiųjų poreikių lankytojų grupėms (MKP, EP sk. vadovas).</li> </ul>	Muziejinės veiklos vadovas



Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Atnaujinti bei suaktualinti ekspozicijas ir infrastruktūrą	4.2. Įgyvendinti pastatų modernizavimo ir ekspozicijų atnaujinimo projektus	Visiškai įgyvendintų priemonių skaičius, vnt.	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Įgyvendinti Rotušės pastato kapitalinio remonto ir tvarkybos darbus (ūkinės veiklos koordinatorius);</li> <li>○ Įgyvendinti Rotušės sk. vidaus ekspozicijos įrengimo darbus (inovacijų vadovas);</li> <li>○ Parengti J. Gruodžio namo techninį (kapitalinio remonto ir tvarkybos darbų) projektą (ūkinės veiklos koordinatorius);</li> <li>○ Parengti J. Gruodžio namo vidaus ekspozicijos ir lauko erdvių įveiklinimo koncepciją (MKP, EP sk. vadovas);</li> <li>○ Užsitikrinti TM sk. vidaus ekspozicijos projekto darbams reikalingus finansus ir įgyvendinti TM sk. vidaus ekspozicijos projekto darbus (projektų koordinatorius ir TM sk. vadovas).</li> </ul>	Inovacijų vadovas
Gerinti vidinę motyvaciją, komandinį darbą ir komunikaciją	5. Tapti motyvuota ir laiminga komanda	Darbuotojų apklausoje darbą KMM teigiamai įvertinusių darbuotojų dalis, proc. / indeksas	70		Personalo ir dokumentų valdymo specialistas

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Gerinti vidinę motyvaciją, komandinį darbą ir komunikaciją	5.1. Sukurti skaidrią ir veiksmingą motyvacinę sistemą	Savanoriška darbuotojų kaita, žm.	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atlikti KMM darbuotojų tyrimą – apklausą dėl to, kokios priemonės labiausiai stiprina vidinę motyvaciją. Esant poreikiui, bendradarbiaujant su konsultantais, surengti <i>focus</i> grupių susitikimus (personalo ir dokumentų valdymo specialistas);</li> <li>○ Remiantis atlikto tyrimo rezultatais, parengti ir vykdyti nuoseklų motyvacijos stiprinimo priemonių įgyvendinimo planą (personalo ir dokumentų valdymo specialistas);</li> <li>○ Tobulinti individualių pokalbių sistemą – parengti gaires, užtikrinant reguliary grįžtamojo ryšio suteikimą visuose įstaigos lygmenyse (personalo ir dokumentų valdymo specialistas, tiesioginiai vadovai);</li> <li>○ Tobulinti visų darbuotojų kvalifikacijos kėlimo sistemą – parengti tvarką, užtikrinti jos vykdymą (personalo ir dokumentų valdymo specialistas, tiesioginiai vadovai);</li> <li>○ Tobulinti darbuotojų priėmimo bei įvedimo į organizaciją sistemą – parengti gaires (personalo ir dokumentų valdymo specialistas, tiesioginiai vadovai).</li> </ul>	Personalo ir dokumentų valdymo specialistas

Strateginė kryptis	Tikslai ir uždaviniai	Vertinimo kriterijai	Vertinimo kriterijų reikšmės 2026 metams	Priemonės ir komentarai	Atsakingi darbuotojai
Gerinti vidinę motyvaciją, komandinį darbą ir komunikaciją	5.2. Tapti visuose lygmenyse glaudžiai bendradarbiaujančia ir komuni-kuojančia komanda	Darbuotojų apklausoje komunikaciją su kolegomis teigiamai įvertinusių darbuotojų dalis, proc.	70	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kasmet atlikti KMM vidinės komunikacijos efektyvumo tyrimą, kuris apimtų tiek formalaus, tiek neformalaus darbuotojų bendravimo problematiką (personalo ir dokumentų valdymo specialistas, Komunikacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Remiantis atliktų tyrimų rezultatais, parengti vidinės komunikacijos gaires, jose numatant bendrus principus ir konkrečias priemones (personalo ir dokumentų valdymo specialistas, Komunikacijos sk. vadovas);</li> <li>○ Stiprinti įstaigos organizacinę kultūrą – kurti kolektyvo tradicijas (personalo ir dokumentų valdymo specialistas, renginių organizatorius).</li> </ul>	Personalo ir dokumentų valdymo specialistas