

Forma patvirtinta
Kauno miesto savivaldybės administracijos
direktorius 2021 m. sausio 26 d.
įsakymu Nr. A-233

KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS ADMINISTRACIJOS
SKYRIUI PRISKIRTOS ĮSTAIGOS VŠĮ
„KAUNAS IN“

2023 METŲ VEIKLOS PLANAS

Metų prioritetinė veikla	Siekiamas pokytis (vertinimo kriterijus, matavimo vienetas)	Siekiamą reikšmę	Sąsaja su įstaigos, savivaldybės ir (ar) kitų institucijų / įstaigų planavimo dokumentais, kurie lemia įstaigos veiklos prioritetus
1. Iniciatyvos "Ateitis - elektronikams!" koordinavimas ir įgyvendinimas; 2. "It's Kaunastic" naujų turistinių maršrutų sukūrimas.	"Ateitis - elektronikams" vizitų metu aplankytojų moksleivių skaičius Lietuvos mokyklose, vnt.	1600	XVIII LRV programa, 2021-2030 m. Nacionalinis pažangos planas, Kauno miesto savivaldybės strateginis veiklos planas
	Sukurtų naujų maršrutų skaičius, Vnt.	4	Kauno miesto savivaldybės strateginis veiklos planas
Veiklos planu prisidedama prie šių Kauno miesto savivaldybės 2023-2025 m. strateginio veiklos plano tikslų, uždavinių ir priemonių įgyvendinimo	SPP/SVP tikslas: Modernus ir aukštą pridėtinę vertę kuriantis technologijų miestas; SPP/SVP uždavinys: Stiprinti kryptingą ekonominę specializaciją, pritraukiant tiesiogines užsienio ir vietos investicijas; SPP/SVP priemonė: Vystyti tarptautinio miesto žinomumą ir įvaizdį didinančią rinkodarą		
Veiklos sritis, tema, metinis veiksmas / darbas	Pagrindinis vertinimo kriterijus, matavimo vienetas	Siekiamą reikšmę	Atsakingas (-i) darbuotojas (-ai), pareigos
ŽMOGIŠKIEJI IŠTEKLIAI			
I. Personalo valdymas	Užimtų pareigybių dalis, Proc.	80%	Tadas Stankevičius
1. Planuoti ir užtikrinti tinkamą žmogiškųjų išteklių valdymą,	Darbuotojų skaičius, tenkantis vienam vadovaujančiam	3,2	Tadas Stankevičius
2. Planuoti ir įgyvendinti darbuotojų veiklos vertinimo pokalbius.	Darbuotojų kaitos indeksas, Proc.	30%	Tadas Stankevičius
II. Kvalifikacijos tobulinimas	Vidutinis kvalifikacijai skirtų valandų skaičius, tenkantis vienam darbuotojui, Val.	25	Tadas Stankevičius
1. Darbų ir laiko planavimo grafike sudaryti galimybes darbuotojams dalyvauti kvalifikacijos kėlimo mokymuose, 2. Skirti lėšų įstaigos biudžete darbuotojų kvalifikacijos kėlimo veikloms, 3. Aktyviai priminti dėl kvalifikacijos tobulinimo galimybių, pasiūlant ir potencialias kvalifikacijos kėlimo kryptis.	Kvalifikaciją tobulinusiu darbuotojų dalis, Proc.	100%	Tadas Stankevičius
FINANSAI			
I. Gautos lėšos	Įstaigos metinės pajamos už mokamas paslaugas ir prekes dalis nuo metinio įstaigos biudžeto, Eur	15%	Tadas Stankevičius
1. Aktyviai ieškoti ir teikti paraišką gauti išorinį (papildomą) finansavimą tiek pareiškėjo, tiek partnerio pozicijose, 2. Užtikrinti finansavimo sutarčių rodiklių įgyvendinimą.	Įstaigos pritrauktos lėšos, Eur	30000	Tadas Stankevičius

	Įstaigos vidutinė projekcinio finansavimo paraiškoms laimėtų lėšų suma, Eur	840000	Tadas Stankevičius
II. Išlaidos 1. Užtikrinti tinkamai ir tvarkingai atliktas viešųjų pirkimų procedūras, 2. Užtikrinti optimalių ir objektyvų išlaidų poreikio įvertinimą.	Per ataskaitinius metus Įstaigos metinės išlaidos, Eur	950000	Tadas Stankevičius
TURTAS			
I. Nekilnojamo turto valdymas 1. Stebėti, vertinti ir efektyviai planuoti įstaigos valdomo nekilnojamojo turto išlaikymo išlaidas, kurios susideda iš komunalinių, turto draudimo, turto apsaugos ir priežiūros išlaidų, 2. Reguliariai atlikti nekilnojamojo turto būklės apžiūrą ir operatyviai tvarkyti iškilusias ūkines problemas, 3. Proaktyviai ir reguliariai bendrauti su nekilnojamojo turto nuomininkais, užtikrinant operatyvų ūkinių problemų sprendimą ir optimalios nekilnojamo turto būklės išlaikymą.	Įstaigos valdomo nekilnojamojo turto 1 kv. m išlaikymo kaina, Eur	36	Tadas Stankevičius
	Pagrindinėms įstaigos funkcijoms vykdyti naudojamo nekilnojamojo turto ploto dalis, Proc.	0.00	Tadas Stankevičius
	Įstaigos išnuomoto nekilnojamojo turto ploto dalis, Proc.	80%	Tadas Stankevičius
II. Kilnojamo turto valdymas 1. Užtikrinti reguliarių automobilio techninės būklės patikrinimą bei operatyvų įtartinų ar automobilio indikuojamų problemų tvarkymą, 2. Užtikrinti tvarkingą kito įstaigos turto naudojimą.	Įstaigos naudojamos vienos transporto priemonės išlaikymo kaina, Eur	4000	Tadas Stankevičius
PAGRINDINĖ VEIKLA miesto ekonominės ir investicinės aplinkos gerinimas, atvykstamojo ir vietinio turizmo			
I atvykstamojo turizmo skatinimo 1. Naujų maršrutų sukūrimas ir jų pristatymas 2. Vietinio turizmo skatinimas: a) darbas su media; b) darbas soc. tinkluose; c) ekskursijų organizavimas. 3. Atvykstamojo turizmo skatinimas: a) darbas su žiniasklaidos priemonėmis; b) darbas soc. tinkluose; c) rinkodaros kampanijų kūrimas.	Naujais turistiniais produktais pasinaudojusių asmenų skaičius, Asm.	12500	Laimonas Užomeckis
	Naujais turistiniais produktais pasinaudojusių asmenų skaičiaus pokytis lyginant su praėjusiu ataskaitiniu periodu, Proc.	10%	Laimonas Užomeckis
	Vidutiniai kaštai tekantys vieno	0,6	Laimonas Užomeckis
II ekonominės ir investicinės aplinkos gerinimas 1. Naujų investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo produktų sukūrimas: a) Kauno socioekonominė apžvalga, b) ekonominės sektorių arba investicinės aplinkos aspektų analizės, c) miesto ekonominį profilį pristatantys reprezentaciniai vienlapiai, d) "Kaunastic Business" miesto verslo/ investicinės aplinkos naujienlaiškiai, d) su relokacijos proceso aspektais supažindinantis video, e) AIPP marketinginės medžiagos sukūrimas. 2. Investicinės aplinkos gerinimo ir/ ar	Naujais investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo produktais pasinaudojusių vartotojų skaičius, Vnt.	2000	Andrius Veršinskas
	Investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo renginiuose sudalyvavusių asmenų skaičius, Vnt.	50000	Andrius Veršinskas

viešinio renginių organizavimas arba ko-organizavimas: a) Tarptautinių investuotojų Kaune bendruomenės (IBCK) susitikimai, b) Kauno verslo paslaugų centrų ir IT sektorių pristatomasis, diskusinis renginys, c) tinklalaidžių "Sėkmės faktorius: Kaunas", kartu su KMS Viešųjų ryšių skyriumi, ko-rengimas.	Naujais investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo produktais pasinaudojusių vartotojų skaičiaus pokytis lyginant su praėjusiu ataskaitiniu periodu, Proc.	5%	Andrius Veršinskas
III tarptautinės rinkodaros vykdymo ir sklaidos 1. Naudojamos e- rinkodaros priemonės: a) socialinis tinklas "Facebook"; b) socialinis tinklas "Instagram"; c) socialinis tinklas "LinkedIn". 2. Reklamos socialiniuose tinkluose sklaidos būdai: a) organiškas pasiekiamumas b) mokamas pasiekiamumas.	Įstaigos socialiniais tinklais per metus pasiektų asmenų skaičius, Asm.	2500000	Laimonas Užomeckis
	Vidutiniai kaštai tenkantys vienam vartotojui, kuris pasiekiamas remiamu socialinių tinklų turiniu, Eur	0,004	Laimonas Užomeckis
	Įstaigos socialiniais tinklais per metus pasiektų asmenų skaičiaus santykis lyginant su praėjusiu ataskaitiniu periodu, Proc.	80%	Laimonas Užomeckis
PASLAUGŲ KOKYBĖ IR PRIEINAMUMAS			
Turizmo paslaugų prieinamumas ir kokybė 1. Turizmo informacijos teikimas: a) turizmo informacijos centre b) užklausų el. paštu, telefonu ir soc. tinkluose atsakymas. 2. Draugiškų vietų turizmo informacijai tinklo užtikrinimas: a) konsultacijomis; b) leidinių platinimu. 3. Ekskursijų organizavimas: a) užsakomosios <u>ekskursijos</u> b) <u>reguliarios</u> .	Aptarnautų miesto svečių skaičius turizmo informacijos centre ir/arba nuotoliniu būdu pokytis su praėjusiais metais, Proc.	17500	Laimonas Užomeckis
	Turistų pasitenkinimo indeksas, P.	8	Laimonas Užomeckis
	Vidutinė atsakymo į gautas užklausas trukmė, Val.	3	Laimonas Užomeckis
Ekonominės ir investicinės aplinkos gerinimo 1. Užsienio investuotojų, veikiančių Kaune, pasitenkinimo tyrimo atlikimas 2. Iniciatyvos "Ateitis - elektronikams!" koordinavimas ir įgyvendinimas 3. Investuotojų užklausų, susijusių su investiciniais planais Kaune, atsakymas ir susijusių klausimų konsultavimas 4. SVV konsultacijų verslo steigimo ir vystymo klausimais teikimas 5. Sisteminių ir pavienių investuotojų problemų sprendimas	Investuotojų pasitenkinimo miesto investicine aplinka indeksas, P.	3,5	Andrius Veršinskas
	Vidutinė atsakymo į gautas užklausas trukmė, Val.	50	Andrius Veršinskas
Rinkodaros pasiekiamumas 1. Pasiekiamumo didinimas pasitelkiant: a) reklamą, b) viešinimą.	#Kaunastic grotažymės panaudojimas socialiniuose tinkluose lyginant su praėjusiais metais, Vnt.	25000	Laimonas Užomeckis