

VšĮ Kaunas IN**2022 METŲ VEIKLOS ATASKAITA****I SKYRIUS
INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ**

- 1.1. Įstaigos juridinis adresas: Mickevičiaus g. 58, Kaunas
- 1.2. Telefono Nr.: +37061623828
- 1.3. El. pašto adresas: info@kaunasin.lt
- 1.4. Interneto svetainės adresas: www.kaunasin.lt
- 1.5. Įstaigos įsteigimo metai: 1999
- 1.6. Įstaigos vadovas (vardas, pavardė, paskyrimo data): Tadas Stankevičius, 2020 02 05

**II SKYRIUS
VADOVO ŽODIS**

2022 m. Kaunas IN organizacijai buvo kupini išorinių bei vidinių iššūkių. Vasario mėnesį prasidėjęs nepateisinamas Rusijos karas Ukrainoje turėjo įtakos pagrindinių įstaigos veiklų vykdymui – geopolitinės aplinkos vertinimas turėjo įtakos turistų bei investuotojų srautams Lietuvoje bei Kaune, o turizmo sektoriui įtaką darė po COVID-19 pandemijos pasikeitę keliavimo įpročiai. Nepaisant to, rezultatai maloniai džiugino – turistų Kaune apsilankė 88% daugiau turistų nei 2021 metais ir vos 11% mažiau nei 2019 m. (paskutiniaisiai iki-pandeminiais metais). Neabejotinas šio rezultato veiksnys – itin sėkmingos Kaunas 2022 veiklos, nauji turizmo produktai mieste (tiek viešieji, tiek privatūs) bei gerėjantis miesto pasiekiamumas. Nepaisant išorės veiksnių, investicijų kontekste miestas taip pat turėjo kuo džiaugtis – mieste paskelbti 8 nauji užsienio investuotojų projektai (bendrai Kauno regione – 12), kurie sukurs 589 darbo vietas (regione – 989). Prielaidas naujų investuotojų atėjimui Kaunas IN vystė kartu su viešaisiais regioniniais ir nacionaliniais partneriais, didžiausias dėmesys ir toliau skiriamas prioritetinių sektorių specialistų skaičiaus didinimui bei infrastruktūros tobulinimui.

Pagrindiniai vidiniai įstaigos iššūkiai – darbuotojų kaita. Siekiant vykdomų veiklų efektyvumo, 2022 metais buvo sujungti turizmo ir rinkodaros skyriai, inicijuotas įstaigos strateginių kryptų peržiūrėjimas ir numatytos gairės naujai atsirandančioms funkcijoms – filmų industrijos skatinimui bei Aleksoto inovacijų pramonės parko vystymui. Išsprendus šiuos iššūkius, įstaiga tikisi dar didesnių vykdomos veiklos rezultatų bei investicijų ir turistų skaičiaus augimo Kaune.

III SKYRIUS

ATASKAITINIO LAIKOTARPIO VEIKLOS TIKSLŲ ĮGYVENDINIMAS IR VEIKLOS REZULTATAI

Turizmo skyriaus veiklos 2022

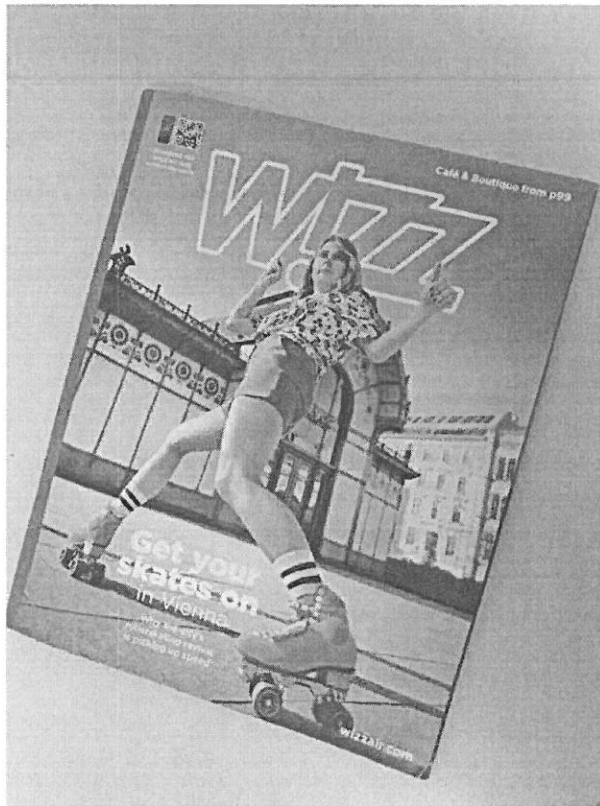
Darbas su užsienio rinkomis: (Latvija, Lenkija, Suomija, Vokietija, Jungtinė Karalystė)



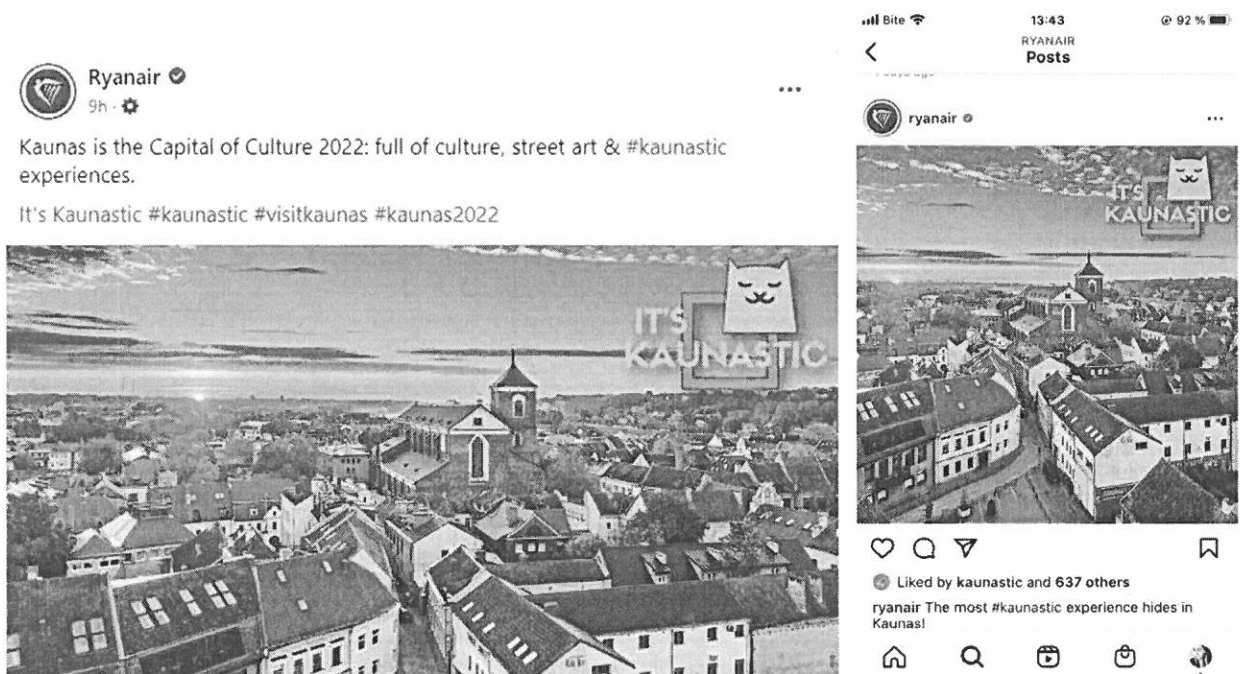
Kaunastic kampanija apimanti: soc. medijas (įrašus ir nukreiptą reklamą) Facebook, Instagram, radijo eterį (žaidimai ir pranešimai), online tv integracija, straipsnius spaudoje ir online portaluose, išorinę vaizdinę reklamą ant viešojo transporto, nuomonės formuotojų ir žurnalistų vizitus.

Delfi LV užsakomųjų straipsnių serija - 2 vnt. Pasiekta auditorija - 8000 - straipsniai viso perskaityti.

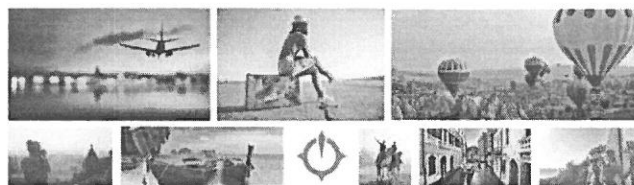
Wizzair oro linijų kampanija - 2 straipsniai Wizzair žurnaluose, banerinė kampanija, 4 mėnesiai, 500 000 vnt spauda, pasiekta auditorija 10 000 000 skaitytojų, peržiūrų.



Ryanair oro linijų rinkodaros kampanija - 4 įrašai socialiniuose tinkluose, integruoti baneriai mobiliojoje programėlėje. Pasiiekta auditorija - 575 855.



Native banerinis turinys ir video turinys PL, FIN, DE, UK rinkoms - 2 mėn. trukmės - Baneris viso per visas rinkas buvo parodytas 2612 206 kartus.



Kaunas 2022
Campaign May to June



The Campaign in Numbers

2.6M
Delivered Impressions

3,199
Interactions to Kaunas
Landing Page

5.16€
Cost per Lead for Native
The KPI was EUR 7€

0.017€
Cost per View for Video
The KPI was EUR 0.02€

Radio reklama LV radio eteryje #kaunastic atostogos

Radio šaukiniai 5 dienos (liepa) STAR FM eteris + 5 žaidimai (su prizais skatinančiais atvykti į Kauną, pvz. nakvynė, skrydis, vakarienė, spa ir kt.).

Šaukiniai ir laidos kampanija - 5 kampanijos dienos pasiekė - 195 000 klausytojų

TV reklama LV- Kaunastic vasara video LV svetainėje tv3play ir m.tv3play - pasiekta auditorija 385 380.

11.01.2022 09:00

Mans stilīgais un asprātīgais draugs. Daži jauni iemesli šovasar doties uz Kaunu



Kristine Melne
Specialist "Tosca Group Ltd"



Photo: Pilsdabstis.lv



tv3.lv

Kaunastic reklama ant Rygos viešojo transporto - 3 mėnesiai (birželio - rugpjūčio mėn.), 5 autobusai Rygos miesto centre ir periferijoje, pamatyta apie 5460000 kartų.



Reklaminė kampanija Lenkijos rinkoje. TV laida “TV Polonia”pasiekta auditorija 300 000.

Michał Cessanis eksploruje Kowno. Co zobaczyć w Europejskiej Stolicy Kultury?

Wideo: 00:00:00 / 00:00:00



Do zobaczenia w Kownie. Czy warto się tam wybrać?

Wideo: 00:00:00 / 00:00:00



Rinkodaros kampanija Suomijoje: straipsnių serija Suomijos žurnale “Lumoava Liettua”, pasiekta auditorija 717 863.

Reklama ant Helsinkio viešojo transporto, 10 autobusų, 10 tramvajų, 2 mėnesiai.

LUMOAVA LIETTUA... JA KU

stava un'ultima rivelazione: la notizia
era falsa. Se chi aveva raccontato
aveva visto il 3000-erario, lo avrebbe
trovato ancora in quel luogo. Ma
non c'era più. Soltanto un'ultima
Veneziana: la signora Lina, che era
venuta a trovarla in quel luogo.
Lina, che era la prima a venire.
Lina, che era la prima a venire.

Kuopion kaupungin valtuusto on päättänyt, että kaupungin valtuustossa ei pidetä enää kokouksia suljetuissa ovia. Kokoukset pidetään jatkossa avoimissa ovia.

MISLOINTAA JA LEISET
Puh. 09/6827

shaklida 1991 y. raqamini o'zlashtirib, kengroq, jihatli ko'rsatma yaratilgan. Ushbu qayta kengaytirilgan

**LETTUVAISARIN
KAKASTETAAN OULUUN,**
Esimiesi protestantismissa kah-
mensuon. Linnan kirkon
seurakunta ja Vilho ja Aina
seuran ohjelmassa pidettiin

stia analizată. Marea putere adevărată în ţările post-sovietice încă nu este în posesia guvernelor, ci în mâinile oligarhilor negrii.

În Africa, cu toate că în unele ţări au fost înfiinţate comunităţi de dezvoltare, în cele mai multe există un sistem de castă în care puterea este în posesia unei elite care nu este interesată de dezvoltarea ţării, ci de îmbogăţirea sa personală.

În America de Nord, în Europa şi în Japonia, în ciuda faptului că aceste ţări au avut o dezvoltare economică foarte bună, există încă o serie de probleme care trebuie rezolvate. În America de Nord, de exemplu, există o problemă de distribuţie a venitului, iar în Japonia există o problemă de îmbătrânire a populaţiei.

În concluzie, în ciuda faptului că multe ţări au făcut progrese în dezvoltarea economică, există încă multe probleme care trebuie rezolvate. Este important să luăm în considerare aceste probleme şi să găsim soluţii pentru a le rezolva.

[illegible]

Keskne 19. ja 20. sajandi
 klassitsistlikud
 ja barokkide
 kirkad, mis
 on ehitatud
 kivi ja
 tellistest.

Tudorin grădii îngrijitorii sunt
deosebiți, dar cu o singură caracteris-
tică comună: toți sunt pasionați de
grădinarie. Într-o zi, pe lângă un
grădinar, am întâlnit un bătrân cu
o experiență de peste 40 de ani în
grădinarie. El mi-a povestit că a
început să grădinească în copilărie,
când tatăl său i-a dat o mică grădini-
ță în curtea din spate a casei. El mi-a
spus că grădina este un loc în care
te poți relaxa și te poți bucura de
frumusețea naturii. El mi-a spus că
grădina este un loc în care te poți
conecta cu natura și te poți bucura
de fructele ei. El mi-a spus că gră-
dina este un loc în care te poți bu-
cura de mirosul pământului și de
cel al florilor. El mi-a spus că gră-
dina este un loc în care te poți bu-
cura de soare și de vânt. El mi-a spus
că grădina este un loc în care te poți
bucura de viață.

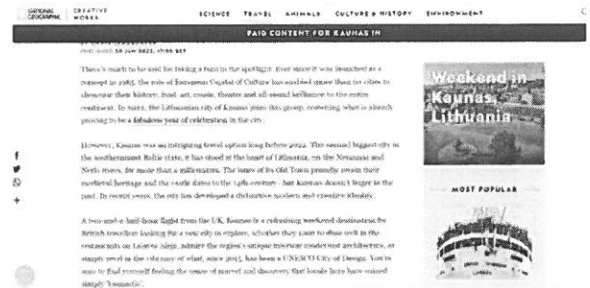
TEKINISTÄ KAMPAKSESSA
Kansainvälinen viikkolehti, mitä ha-
gaa kirjallisuuden maailmalla, on
siis alustavasti otettu vastaan.
Kansainvälinen viikkolehti on
30 vuorokauden kuluessa, jolloin on
viikkolehti on otettu vastaan.
Kansainvälinen viikkolehti on
30 vuorokauden kuluessa, jolloin on
viikkolehti on otettu vastaan.

[illegible][illegible]

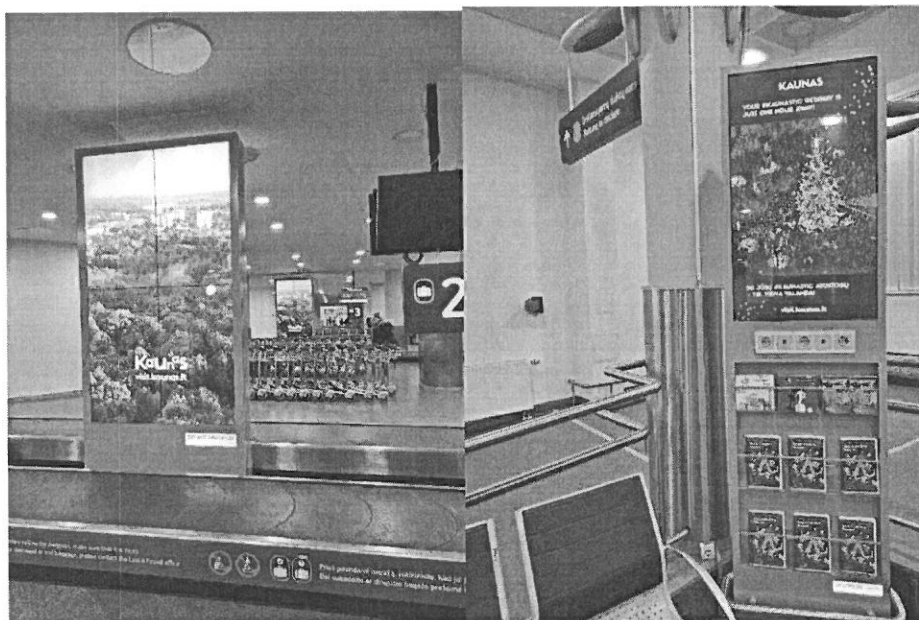
**KALDAS OM NĒMĒS
SUURELLA KIL**

[illegible]

Rinkodaros kampanija JK rinkai. National Geographic. Pasidalinimas soc. tinkle „Facebook“ (143,000 parodymų „Impressions“, 87,500 pasiekta vartotojų „Reach“, 1,165 įsitraukimas „Engagements“), Reklaminis skydelis („banner“) vedantis į straipsnio turinį pagrindiniame NAtional Geographic Traveller puslapyje (25 tūkst. Parodymų).



Rinkodaros kampanija Vilniaus oro uoste: 1 mėn. 4 vaizdo ekranai, 2 stendai. Zonos: bagažo atsiėmimo zona, atvykimo zona.



Darbas su Lietuvos rinka

Delfi TV laida skirta kelionėms „Orijaus kelionės“, rodyta TV, Youtube paskyroje, pasiekta auditorija 156 917.

DELFI TV ir Orijus Gasanovas Kaune pasijuto ypatingai nustebinti ir užtikrinti: tokio gražaus ir #kaunastic šio miesto dar niekas nematė! 🤖🤖

BÖHEME HOUSE, MONTE PACIS, Donelaičio, Art Deco muziejus, Party Cruiser laivo nuoma, Kultura Kavine.



DELFI LT

Orijaus kelionės. Kaunas nustebins visus: tokio gražaus šio miesto dar niekada nematėte

37 254

Pasiekti žmonės

6 181

Susidomėjimai

–

Distribution score

Vėl paryškinti

Boosted on Rugpjūtis 11 d.

Completed

By Ugnė Kerdokaitė

Pasiekti
žmonės

28,5 tūkst.

Susidomėjim
as įrašų

3 tūkst.

Žr. rezultatus



Jūs. Ekskursijos Kaune ir Dar 619 žmonių

7 comments 43 bendrinimai

Radio reklama #kaunastic savaitgalis, #kaunastic atostogos

Radijo šaukiniai 2 mėn. (birželio pab., rugpjūčio pab. - 62 dienos) RC ir ZIP FM eteris + 5 žaidimai (su prizais skatinančiais atvykti į Kauną, pvz. nakvynė, skrydis, vakarienė, spa ir kt.)

Šaukiniai ir laidos kampanija pasiekė - 3 404 190 klausytojus.

Kaunas dovanoja: 400 bilietų traukiniu "Visi bėgiai veda į Kauną"

Rugsėjo 27d. minint Pasaulinę turizmo dieną, VšĮ „Kaunas IN“ ir keleivių vežimo bendrovė "LTG Link" dovanojo 400 nemokamų bilietų traukiniais (su spec. kaunastic kodu) į Kauną spalio 1-2

dienomis. Šios akcijos metu buvo išdalinti 400 nemokamų bilietų tiesioginėmis kryptimis Vilnius-Kaunas-Vilnius, Šiauliai-Kaunas-Šiauliai, Marijampolė-Kaunas-Marijampolė, Kybartai-Kaunas-Kybartai. Taip pat atvykę su bilietais į turizmo informacijos centrą adresu Laisvės al. 36, lankytojai buvo kviečiami dalyvauti loterijoje be pralaimėjimų ir išsivežės ne tik kaunastic suvenyrų, bet ir kitų vertingų prizų. Prie šventinio savaitgalio prisidėjo tokios organizacijos kaip „Žalgirio“ arenos baseinas, „Aušra SPA“, „Kaunas 2022“. „Kaunas IN“ ir „Kaunas 2022“ turizmo informacijos centre visi norintys taip pat galėjo išsirinkti dominantį maršrutą po Kauną, sužinoti daugiau apie Europos kultūros sostinės programą ir susiplanuoti ateinančias išvykas į šį miestą.

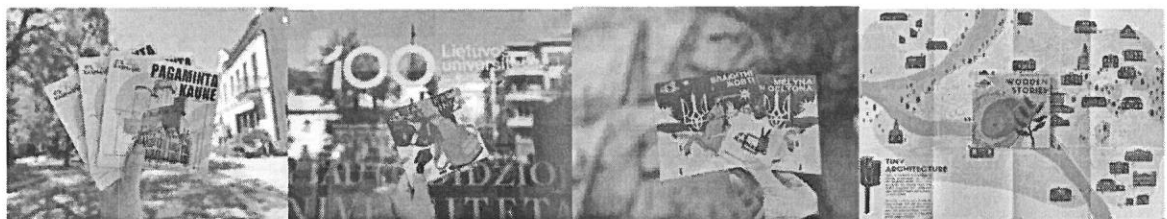
Komunikacijai pasitelkti pranešimai spaudai, „ZIP FM“ radijo laida, socialiniai tinklai (Facebook, Instagram).



Kaunastic maršrutai

Sukurti 4 It's Kaunastic serijos maršrutai: „Kauno medinukai“ (lietuvių/ anglų kl.), „Pagaminta Kaune“, „Tarpukario studentas“ (lietuvių / anglų klb.), „Mėlyna - Geltona“ (lietuvių/ ukrainiečių klb.), - visi maršrutai prieinami spausdinta, pdf ir online versijose:

<https://visit.kaunas.lt/lt/leidiniai/>



Suvenyrikos kūrimas.

Suvenyrų maketų derinimas, naujų kūrimas, naujų suvenyrų paieška. Skirta tiek reprezentacijai, tiek asortimento pildymui ir pardavimų skatinimui.



Leidyba, spaudos darbai: užsakymai, sutarties administravimas, maketų atnaujinimas, kiekių paskirstymas ir užtikrinimas. <https://visit.kaunas.lt/en/maps-and-guides/>

Ekskursijų organizavimas pavieniams asmenims ir grupėms: maršruto paruošimas, objektų užsakymas, gidų paieška ir užsakymas, komercinių pasiūlymų ruošimas, dalyvių registravimas, mokėjimų derinimas, naujų maršrutų ekskursijoms inicijavimas, objektų, maitinimo ir transporto paslaugų užsakymas pagal poreikį, viešųjų pirkimų atlikimas. Per 12 mėn. suorganizuota 43 ekskursijos, kuriose dalyvavo 1200 asm.

Turizmo komercija - e.parduotuvė. Prekių per el.parduotuvę ir turizmo informacijos centre bei pagal konsignaciją perduotų kitiems platintojams pardavimas. Prekių tiekėjų suradimas arba mūsų sukurtų užsakymas, apskaitos, dizaino derinimas, kainų sudarymas, konsignacinių sutarčių rengimas ir nuolatinis administravimas, bendradarbiavimas su tiekėjais, pakankamo kiekio užtikrinimas tiek TIC'e tiek kituose prekybos taškuose siuntimas, pakavimas. Parduota prekių per 12 mėn. - 11098 vnt. <https://visit.kaunas.lt/lt/el-parduotuve/>

InterReg projektai "Projekto Nr. LT-PL-3R-234 „Turizmo maršrutų, jungiančių Elko ir Kauno miestus, vystymas“ pagal programą „Interreg V-A Lietuvos ir Lenkijos bendradarbiavimo per sieną“ įgyvendinimas. Baigtas įgyvendinti projektas.

Turizmo informacijos centras Darbas 362 dienas per metus (tik 3 nedarbomos dienos: Kalėdų diena, Velykų diena ir Sausio 1-oji). Per 12 mėn. apsilankė - 18744 lankytojai ir aptarnauta 18785 (telefonu, el.paštu ir FB užklausos).

3 turizmo informacijos punktai - priežiūra ir leidinių papildymai - (oro uostas, autobusų stotis ir geležinkelio stotis) - po 2 kartus per mėn. t.y. 72 vizitai.

Draugiškų turizmui informacijos vietų veiklos priežiūra - 3 vnt. * 12 mėn. - viso 36 vizitas, leidinių pristatymas/ aprūpinimas.

Internetinių puslapių visit.kaunas.lt ir www.kaunastika.lt informacijos atnaujinimas ir priežiūra.

Komunikacija soc. tinkluose It's Kaunastic, Kaunastika, Instagram

Bendras parodymų skaičius visoms trimis paskyroms: 10018877

Apmokėtais įrašais pasiekta paskyrų: 1176515

Bendras reklamos pamatymų skaičius: 8254376

Bendras organinis pasiekiamumas šiais kanalais: 1764501

Kaunastika <https://www.facebook.com/kaunastika> – komunikuojama lietuvių kalba, orientuota į lietuvius ir užsienyje gyvenančius lietuvius. Paskyroje per ataskaitinius metus paskelbtų įrašų skaičius: 286.

Metinis organinis pasiekiamumas: 584,958.

It's Kaunastic <https://www.facebook.com/kaunastic> – komunikuojama anglų kalba, orientuota į užsieniečius ir užsienyje gyvenančius lietuvius. Per ataskaitinius metus paskyroje paskelbtų įrašų skaičius 86. Organinis metinis pasiekiamumas 965,028.

It's Kaunastic Instagram - <https://www.instagram.com/kaunastic/> – komunikuojama anglų kalba, orientuota į užsieniečius ir lietuvius. Metinis pasiekiamumas: 214,515, įrašų skaičius: 63. Organinis metinis pasiekiamumas 214,515,

Naujienų rubrika LT <https://visit.kaunas.lt/lt/naujienos/> naujienų rubrika EN - <https://visit.kaunas.lt/en/kaunastic/>. Bendras metinis straipsnių skaičius: 48 unikalūs straipsniai, adaptacija į LT arba EN kalbą.

Taip pat lyginant su 2021-aisiais metais ženkliai augo visit.kaunas.lt puslapio lankomumas – 435 821 lankytojų ir 2 306 199 parodymų, lyginant su atitinkamai 293 216 lankytojais ir 1 656 644 parodymais. Daugiausiai lankytojų sulaukta iš Lietuvos, Jungtinės Karalystės, Vokietijos, Latvijos ir Jungtinių Amerikos Valstijų.

Komunikacijos veiklų pasiekiamumas: Lietuvos rinka ir užsienio rinkos (apibendrintai)

Bendras užsienio rinkų pasiekiamumas (įvertinus socialinius tinklus ir kitas rinkodaros priemones rinkai pasiekti): 6 231 354.

Lietuva – 5 644073 (per užsakomuosius straipsnius portaluose, radijo laidas, spausdintus žurnalus, spausdintus straipsnius regioniniuose laikraščiuose-leidiniuose), TV laidas, nuomonės formuotojus.

Lietuvos rinkos pasiekiamumas socialiniais tinklais: 1764501 (organinis, apmokamas į šį skaičių neįeina)

Bendras Lietuvos pasiekiamumas: 8 900 134.

Pastaba: skaičiuojant pasiekiamumus, skaičiuojami ne unikalūs vartotojai, pamatę mūsų rinkodaros žinutę: t.y. vienas žmogus gali pamatyti reklamą daugiau nei vieną kartą arba daugiau nei per vieną kanalą. Taip pat 2022-aisiais keitėsi "Facebook" lankytojų apskaitos principas - nuo šių metų visam turiniui, kuriam "It's Kaunastic", "Kaunastika", ir "Instagram" paskyrose buvo perkama reklama rodomas vienas bendras skaičius pasiektų paskyrų ir parodymų skaičius (t.y. organiškai skaičiai rodomi atskirai kiekvienai paskaitai, o mokamas visų paskyrų turinys - bendras).

Turizmo statistika

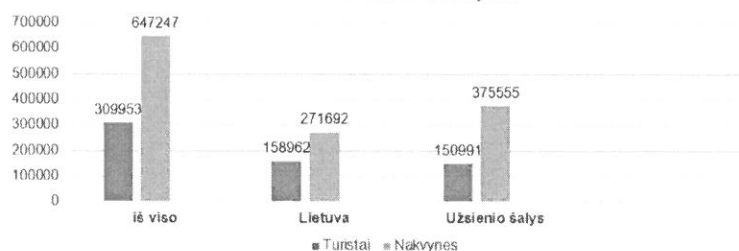
Apgyvendinimo įstaigų statistika (turistų skaičius ir nakvynių skaičius) - duomenys iš Stat. dep.

Statistikos departamento duomenimis, per 2022 metus Kauno miesto apgyvendinimo įstaigos sulaukė 309 953 svečių, kurie praleido 647247 naktis. Palyginti su 2019 metais, svečių skaičius mažesnis 12 proc., o nakvynių beveik toks pat. Svečių viešnagės vidutinė trukmė buvo 2 naktys.

Turistai Kaune 2022 metai

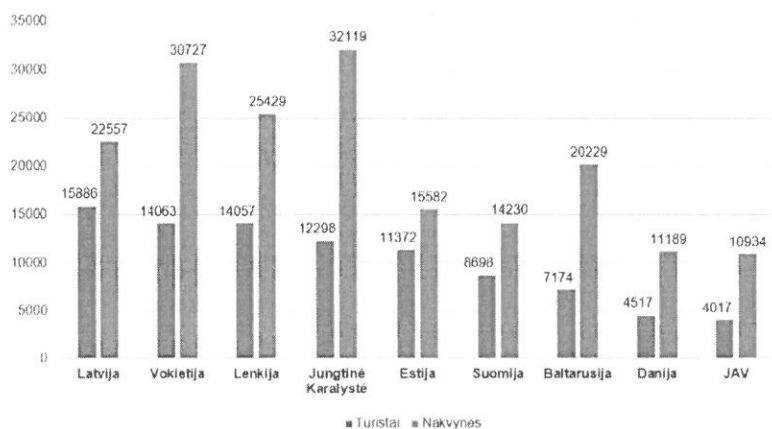
Pasiskirstymas 51 % lietuvių turistai
49 % užsienio turistai

2019 metų rodikliai:
349530 turistai
6503363 nakvynės



Statistikos departamentas

Kauno svečiai 2022 metai



Rinkodaros skyriaus veiklos 2021

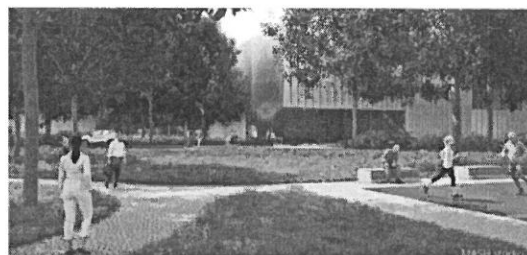
Straipsnių užsienio žiniasklaidoje apie prioritetinius Kauno sektorius inicijavimas, rengimas, publikacijos užtikrinimas.

Vokietijos rinkai, elektronikos sektorius: <https://baltic-review.com/lithuania-kaunas-electronics-hub/>

Aleksoto inovacijų pramonės parkas



2022 m. pabaigoje pirmuosius investuotojus pakvies Aleksoto mikrorajono širdyje kuriamas kompaktiškas, žalias ir bendravimą skatinantis inovacijų slėnis - Aleksoto inovacijų pramonės parkas (AIPP). Jis ne tik atitiks šiuolaikinius darnaus vystymo principus bei reikšmingai paskatins Kauno regiono ekonominę ir inovacijų plėtrą, bet ir pritrauks investicinį kapitalą bei talentus iš Lietuvos ir svetur. Čia inovacijas kurančios kompanijos galės sėkmingai veikti, bendradarbiauti su mokslo institucijomis ir išvien kurti pridėtinę vertę visai šaliai.



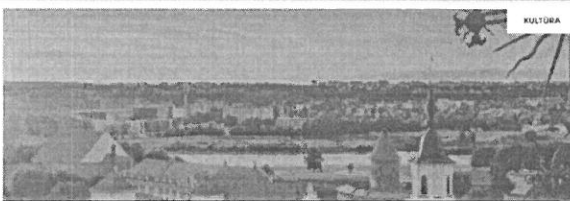
Pranešimų spaudai, pristatančių Kauno miesto verslo, investicijų, aukštojo mokslo, talentų, startuolių konkurencinius pranašumus rengimas ir publikavimas vietos ir užsienio žiniasklaidai. Straipsnių skaičius - 94 (47 straipsniai lietuvių k., 47 straipsniai anglų k.).


[Naujienos](#)
[Renginiai](#)
[Talentams](#)
[Paskaitos](#)

[INVESTUOTOJAMS](#)
[TALENTAMS](#)
[STARTUOLIAMS](#)
[APIE MŪS](#)

[AA](#)
[EN](#)
[Q](#)

KULTūra

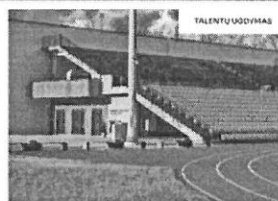


2021.11.12

Tarptautinis apdovanojimas Kaunui už turizmą...

Lapkričio 12 dieną į Kauną atkeliavo dar vienas tarptautinis apdovanojimas. Šį kartą įvertinamas skirtas miesto turizmui, investicijoms ir tarptautinės rinkodaros plėtrai.

Talentų ugdymas



2021.11.13

VDU atidaro didžiausią Lietuvoje...

Vytauto Didžiojo universitete – atgali leista aukštasis švietimas. Šioje bus surengiamas dar daugiau galimybių profesionaliems sportininkams rengti bei universiteto bendruomenės.

Verslas



2021.11.10

Lietuvos oro uostų statistika: spalį...

Šių metų spalį Lietuvos oro uostai apdovanojo 368 tūkst. keleivių – dešimt penkis kartus daugiau nei prieš tuo patį metų, kai oro uostuose fiksuota 77 tūkst. keleivių. Paaiškinti...

Verslas



2021.11.08

Baltijos Asamblėjos premija apdovanota Kauno...

Lietuvoje įkurtas tapatybės paviršinimo inovacijų „Denfy“ sąjod renginio laimėtojai buvo apdovanojami Baltijos inovacijų Premija už išskirtinius pasiekimus inovacijų srityje.

Verslas



2021.11.05

Kauno oro uoste startavo net 8 naujos...

Nuo spalio praeigos Lietuvos oro uostuose išaugo desimtinis ir reguliariai vykdomi skrydžių krypčių skaičius. Tiesantis intensyviam aviacijos sektoriaus atsigimimui, planuojama...

Rinkodaros kampanija, skirta pritraukti aukštos kvalifikacijos (pvz.: informacinių technologijų srities) iš Baltarusijos į Kauną.

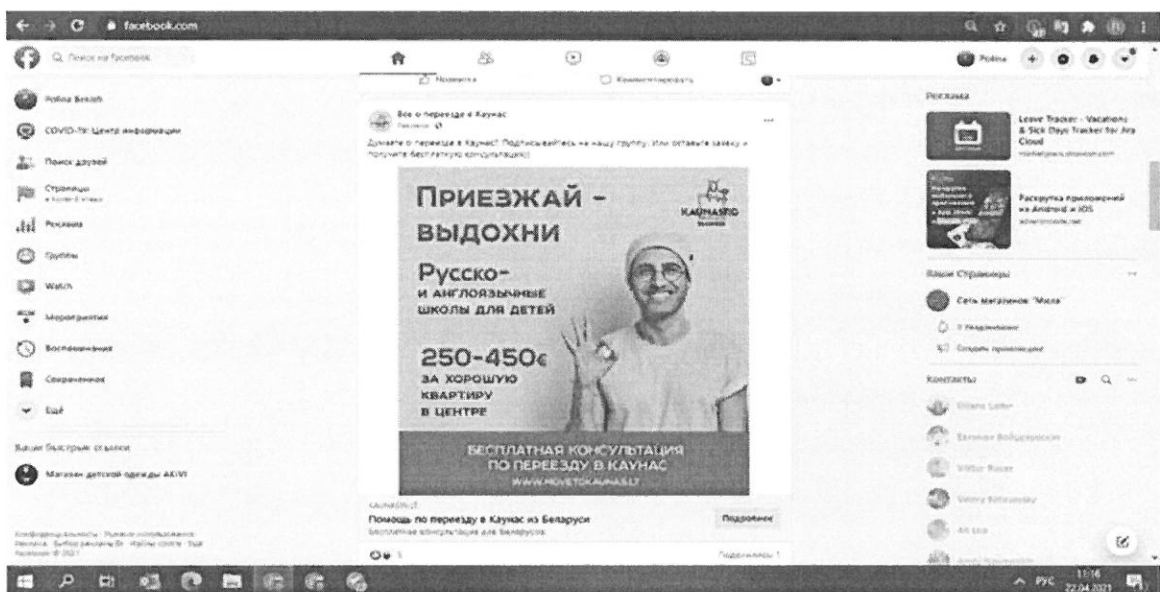
Kampanijos trukmė - 2 mėn. Kampanijos apimtis - 3 reklaminiai skydeliai populiariausiuose naujienų portaluose, 2 socialinių tinklų paskyrų sukūrimas, turinio kūrimas ir publikavimas, 1 užsakomojo straipsnio parengimas ir publikavimas IT specialistų tiksliniame naujienų portale, reklamos raktažodžiai paieškos sistemose.

Campaign:
Report period:

Talent attraction campaign
16.04-28.05.2021

Impressions: 3 339 076
Reach: 632 719
Clicks: 19 351

Kampanijos pamatymai (baneriai, straipsniai, raktažodžiai): 3 339 076 tiksliniai vartotojai.
Kampanijos pasiekiamumas: 632 719 tiksliniai vartotojai.
Paspaudimai ant kampanijoje naudojamų įrankių: 19 351.



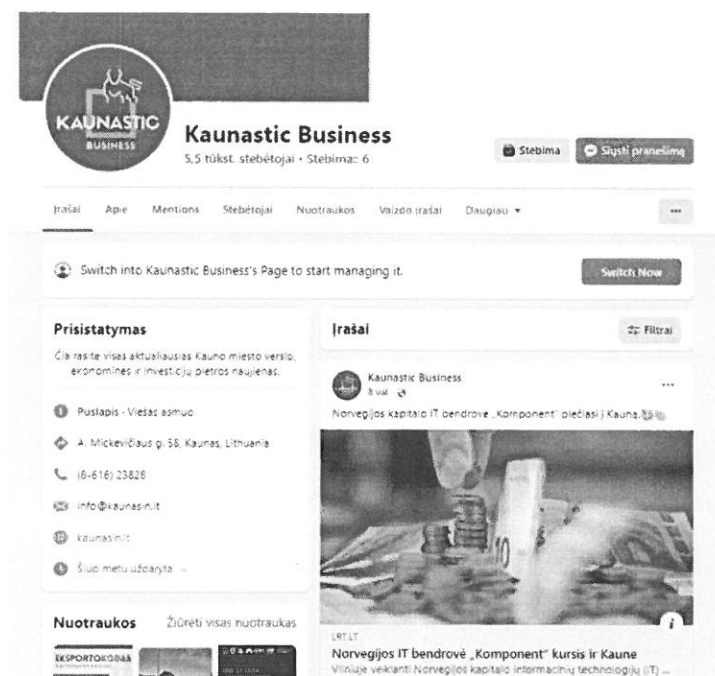
Komunikacijos socialiniuose tinkluose rezultatai (Facebook ir Instagram):
Facebook: 542 972 pamatymai, 2186 paspaudimai.
Instagram: 1 220 333 pamatymai, 4 074 paspaudimai.

Platform	Format	Model of buying	Cost EUR // Plan	Cost EUR // Fact	Δ	Impressions // Plan	Impressions // Fact	Δ	Clicks // Plan	Clicks // Fact	Δ	Reach // Plan
Facebook.com	TGB	clicks	1 000.00	949.57	95%	500 000	542 972	9%	2 500	2 186	-13%	125 000
Instagram.com	TGB	clicks	1 464.40	1 198.64	82%	1 220 333	1 147 306	-6%	3 661	4 074	11%	305 083
Total:			3 636.40	2 958.83	81%	3 741 458	3 339 076	-11%	14 061	19 351	38%	665 846

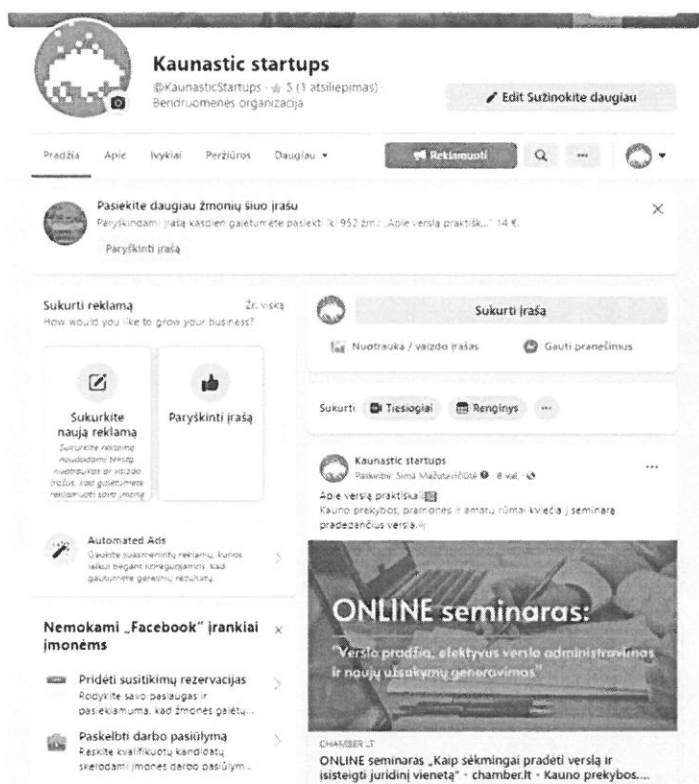
Kampanijos laikotarpiu gautas užklausų skaičius - iš 76 tikslinių kontaktų. Talentus pritraukianti kampanija buvo nutraukta anksčiau laiko, dėl pasikeitusios politinės situacijos Baltarusijoje.

Komunikacija socialiniuose tinkluose verslo tematika

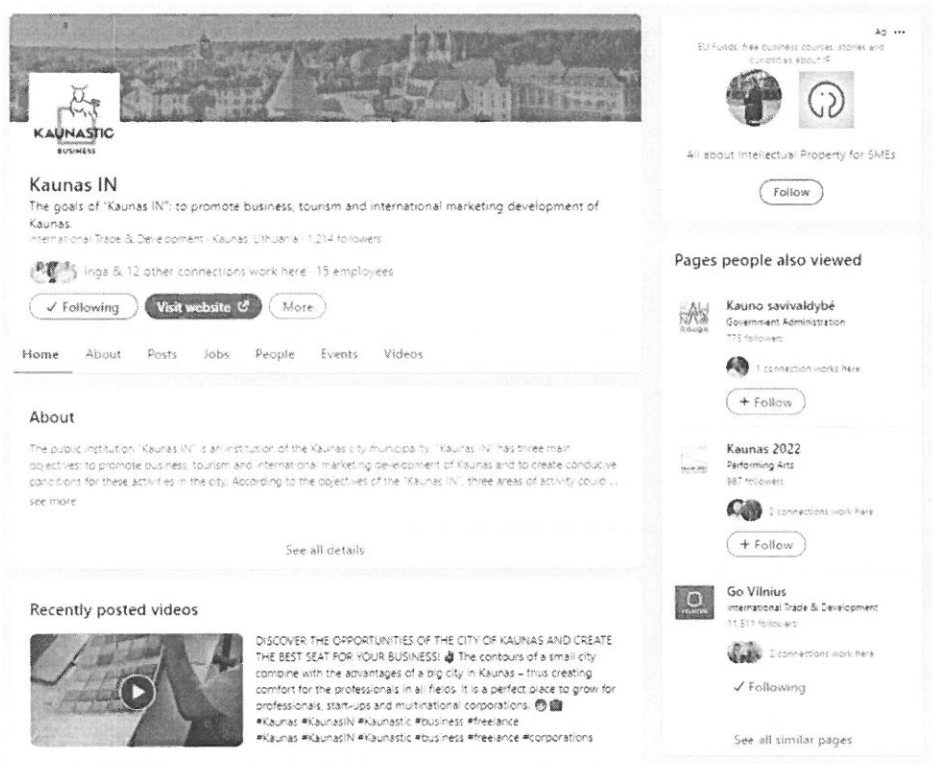
Administruojamas profilis socialiniame tinkle Facebook @KaunasticBusiness. Bendras metinis pasiekiamumas: 1 572 280.



Administruojamas profilis socialiniame tinkle Facebook @KaunasticStartups. Bendras metinis pasiekiamumas: 65 692 (organinis, be perkamos reklamos).



Administruojamas įstaigos profilis socialiniame tinkle LinkedIn, kuriame komunikacija įgyvendinama tik anglų k., įrašų skaičius 86, pasiekiamumas (organinis, be mokamos reklamos): 23 175.



Kauno įvertinimas tarptautiniuose reitinguose, apdovanojimuose: už nuopelnus verslo, investicijų, turizmo, rinkodaros srityse (buvo teikiamos aplikacijos, teikiama Kauno kandidatūra laimėjimams):

1. **Kaunas IN - metų turizmo kompanija. Apdovanojimai - Baltic Prestige Awards.**
<https://corporativewire.com/Awards/Baltics21/Baltics21.html#p=1>. Papildomai - Kaunui, kaip laimėtojai, skirtas esminis akcentas paskutiniame šių metų leidinyje: <https://kaunasin.lt/wp-content/uploads/2021/11/Kaunas-BPA-202122.pdf>. Plačiau apie laimėjimą: <https://kaunasin.lt/tarptautinis-apdovanojimas-kaunui-uz-turizmo-marsrutu-pletra/>
2. **Kaunas - ateities technologijų miestas, fDi Intelligence“ reitinge „Ateities technologijų miestai“** (ang. Tech Cities of the Future 2021/22) Kaunas užėmė 3 vietą efektyvaus resursų valdymo kategorijoje bei užsitikrino vietą geriausias investavimo strategijas taikančių miestų dvidešimtuose. Plačiau: <https://kaunasin.lt/kaunas-ivertintas-top-ateities-technologiniu-miestu-reitinge/>
3. **Finalinis TOP3 prestižiniuose rinkodaros-komunikacijos apdovanojimuose World Media Awards:** <https://kaunasin.lt/kaunas-prestizinio-rinkodaros-konkurso-world-media-awards-finale/>
4. Kaunas įvertintas kaip verslui draugiškas miestas: „**Emerging Europe**“ įvertintas už (angl. Quality of Life) ir skyrė 7 vietą. Miesto ekonominis potencialas (angl. Economic Potential) taip pat neliko nepastebėtas – šioje kategorijoje Kaunas užėmė aukštą 8 poziciją. Bendrame verslo aplinkos draugiškumo vertinime Kaunui atiteko 23 vieta. Plačiau: <https://kaunasin.lt/tarptautinis-pripazinimas-kaunui-uz-verslui-draugiska-aplinka/>

Verslo skyriaus veiklos 2022

~2,4 etato

Kaunastic Business renginiai

Nuo šių metų pradžios Tarptautinės verslo bendruomenės renginiai (IBCK) rebrandinasi į „Kaunastic Business“ renginius, siekiant praplėsti renginių temų spektrą, formatą ir auditoriją. Renginių pavadinimas „prilipo“ ir tikslas buvo pasiektas.

Idomus faktas – visi renginiai daryti partneriaujant su nacionalinės reikšmės asociacijomis.



2022 06 09 Kaunastic Business (13) renginys: **Play in Kaunas: Gamedev Opportunities**

Renginio tema: Kauno žaidimų kūrimo industrijai ir jos vaizdui Lietuvos kontekste aptarti.

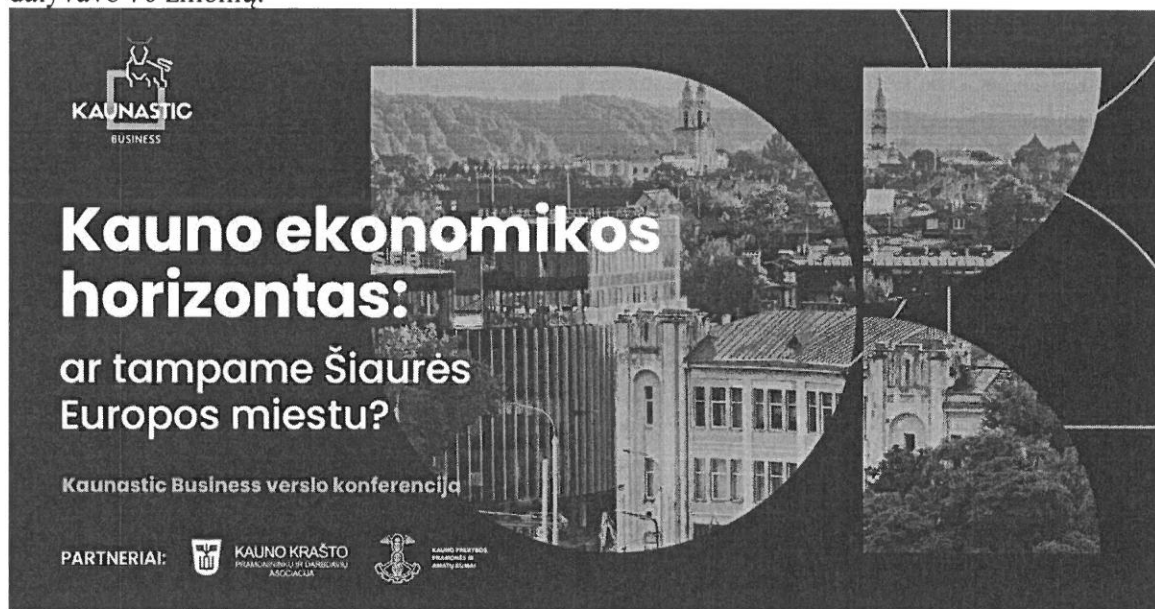
Renginys vyko anglų kalba. Renginio partneriai: Lietuvos žaidimų kūrėjų asociacija, „Investuok Lietuvoje“. Renginys vyko „Gather.Town“ online platformoje. Renginyje dalyvavo 18 žmonių.



2022 10 26 Kaunastic Business (14) renginys: **Naujas krantas ir nauji kranai: nekilnojamojo turto tendencijos Kaune**

Renginio tema: Kauno nekilnojamojo turto tendencijoms aptarti, urbanistinėms Kauno studijoms pristatyti ir diskusijomis paskatinti statyti daugiau biurų Kaune

Renginys vyko lietuvių kalba. Renginio partneriai: Lietuvos nekilnojamojo turto plėtros asociacija (prisidėjau ir finansiškai). Renginys vyko tik ką atidarytame Dariaus ir Girėno stadione. Renginyje dalyvavo 70 žmonių.



2022 12 13 Kaunastic Business (15) renginys: **Kauno ekonomikos horizontas: ar tampame Šiaurės Europos miestu?**

Renginio tema: Kauno nekilnojamojo turto tendencijoms aptarti, urbanistinėms Kauno studijoms pristatyti ir diskusijomis paskatinti statyti daugiau biurų Kaune

Renginys vyko lietuvių kalba. Renginio partneriai: Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmai bei Kauno krašto pramonininkų ir darbdavių asociacija. Renginys vyko šiemet atidarytame Kauno kino centre „Romuva“. Renginyje gyvai dalyvavo 53 žmonės, online „Delfi“ transliaciją – 62 869 peržiūrų.



KarjeraKaune.lt tinklapio informacinis pildymas ir promo kampanija

Platforma papildyta 16 naujų Kauno įmonių informacija: Toughlex, iTo Group, Sneakybox, Peikko Lietuva, Zenitech, Elinta Motors, Elinta, Fitsout, Kamė, FL Technics, Tamro, UPS, DPD, Adeo Web, Robolabs.

2022 m. balandžio mėn. atnaujinti visų sukeltų į puslapį Kauno įmonių vidutiniai atlyginimai, darbuotojų skaičius, bei atnaujinta Kauno perspektyviausių ir tradicinių verslo sektorių populiariausių specialistų atlyginimo rėžiai (bendradarbiaujant su „Alliance for recruitment“) – tinklapis skirtas supažindinti moksleivius, studentus ar kitus besidominčius ateities karjeros perspektyvomis Kauno siūlomomis galimybėmis. Startuota pernai pačioje metų pabaigoje, šiemet – tinklapijo pildymas ir plėtra (asmenybės testo pridėjimas, informacijos pildymas), dabar – didesnis tinklapijo atnaujinimas, V2 versijos sukūrimas (įgyvendinama). Auditorija: ~28 000 vartotojų.

2022 m. kovo-balandžio mėn. leisti 4 SEO tekstai

2022 gegužės-liepos mėn. vykdyti reklaminė kampanija, kurios metu turėjome 1 Youtube influencerio „LTU Republic“ integraciją, sukosi Youtube reklaminis filmukas, turėjome segmentuotą Facebook ir Instagram reklamą, bei Google raktažodžių pirkimą.

Deja, užsibrėžto tikslo – vid. 2800 lankytojų/mėn. nepavyko pasiekti (vid. turėta 2132 lank./mėn.)

Dėl šios priežasties kitąmet planuojama stiprinti „KarjeraKaune“ reklaminė kampanija, pasitelkiant ir soc. medijų platformos kūrimą.



SĖKMĖS FAKTORIUS: KAUNAS #01 Arūnas Gelažninkas

Tinklalaidės „Sėkmės faktorius: Kaunas“

Sukurtas tinklalaidės konceptas ir suburta tinklalaidės kūrimo komanda. 2022 06 06 išleista pirmą tinklalaidę su Arūnu Gelažninku, sulaukusi daugiau nei 6 000 peržiūrų. (Nufilmuota ir viena testinė tinklalaidė)

Relokacijos į Kauną skatinimas

1. **Pateiktas išdirbtas konceptas dėl International House Kaunas įkūrimo:** Teikti centralizuotas imigracines ir integracines paslaugas aukštą pridėtinę vertę kuriantiems specialistams iš užsienio, užtikrinant aukštos kokybės aptarnavimą anglų ir rusų kalbomis.
2. **Suorganizuotas kvalifikacijos kėlimo seminaras Kauno miesto ir rajono mokyklų mokytojams,** dirbantiems su **iš užsienio grįžtančių / atvykstančių darbuotojų vaikais.** Seminaro tikslas:

gerinti iš vaikų integraciją į pamokas naudojant interaktyvias mokymo(si) priemones ir platformas. Seminaras vyko nuotoliu, **87 dalyviai**.

3. **Organizuotas webinaras Lietuvių diasporai, siekiant pristatyti Kauną**, kaip potencialią darbo kryptį. Skaityti pranešimai apie Kauno kaip miesto pokytį ir išaugusią gyvenimo kokybę per paskutinius 5-10 metų bei dabartinę situaciją darbo rinkoje, švietimo sektoriuje. **Dalyvių skaičius: 30**
4. Atsakyta į **12 užklausų/ praktinių problemų sprendimų**.
5. Atlikta profesionalų užsieniečių apklausa per įmones

Startuoliai/ Inovacijų skatinimas. Organizuoti **3 Kauno startuolių ekosistemos skatinimo renginiai**:

1. **Kauno startuolių ekosistemos organizacijų strateginis susitikimas.** Dalyvavo atstovai iš Kaunas IN, Tech-Park Kaunas, KTU Startup space, VDU, LSMU (viso 20 žmonių). Tikslai:
 - a. Gludinti organizacijų bendradarbiavimą
 - b. Pasidalinti darbo patirtimi
 - c. Išgryninti būdus, kuriais galima būtų ateityje skatinti ekosistemą
2. **Kauno startuolių apdovanojimai 2022.** Renginys skirtas suburti startuolių bendruomenę, išrinkti pažangiausius 2022 metų Kauno startuolius. **Dalyvių skaičius – 100 gyvai, 27500 Delfi transliacijos žiūrovai.** Kaunas IN – renginio partneris (organizatorius – Tech-Park Kaunas).
3. **Renginys „Students, go Startup in Kaunas!“.** Jo tikslas – informuoti Kauno studentus apie galimybes, kuriomis jie gali naudotis norėdami pradėti kurti savo startuolį. Taip pat motyvuoti studentus įsitraukti į ekosistemos veiklas. **Dalyvių skaičius – 70 studentų.**

Startuolių/ SVV konsultacinių užklausų atsakymas. Per 2022 metus - 22 atsakytos užklauskos.

Kauno verslo aplinkos apžvalga 2022 – 36 psl. Informacinis-statistinis leidinys patraukliai pristatantis investicinę aplinką Kaune nuo socioekonominio miesto vystymosi iki gyvenimo kokybės mieste, taip pat – skirtingus Kauno ekonominių sektorių, verslo infrastruktūrą pristatymai.

2 informaciniai vienlapiai:

Baltarusių IT kompanijoms skirtas leidinys

Ukrainiečių (baltarusių) talentams/ įmonėms svarstančioms besirelokuotis į Kauną

Strateginis miesto ekonominis vystymasis

Aleksoto inoacijų parko plėtros planas. Aktyviai dalyvauta, konsultuota, diskutuota, prižiūrėta tiek planuojant plano parengimą (ir pirkimą), tiek rengiant planą, tiek tvirtinant ir pristatinėjant plano sprendinius. Ko-organizuotas pristatymo renginys.

Dalyvavimas ir kuravimas **Kauno strateginio plano ekonominės srities darbo grupės veiklos bei strateginio plano paruošimo**

Verslo konsultacijos

22 konsultacija Kaune veikiančioms investuotojoms dėl informacijos, problemos išsprendimo ar pan. (tiesiogiai nesusiję su naujais investiciniais planais).

19 konsultacijų/ susitikimų/ pristatymų potencialiems investuotojams Kaune dėl konkrečių investavimo planų/ galimybių Kaune

12 priimtų delegacijų (pilnai priimtų, ne tik pristatymai KMS)

3 išvykos

4 investicinės aplinkos gerinimo idėjos:

Kauno oficialus prisijungimas prie Europos kosmoso agentūros (grantų) hub'o įkūrimo Kaune
VT iki Kauno LEZ susisiekimo gerinimas (maršrutų plėtros galimybės)

International House Kaunas įkūrimas

„Studijuok Kaune“ kampanija

„Ateitis – elektronikams“

(Išorinis finansavimas) – TOP5 didžiausių elektronikos komponentų įmonių – Continental, Hella, Kitron, Littelfuse, Teltonika Networks, bei KTU, KTK pakartotinis subūrimas, įtikinimas dėl finansinio indėlio didinimo. Programos tikslinės priemonės, orientuotų į 9-12 kl. moksleivius, jų tėvus, taip pat matematikos, fizikos, IT mokytojus, jų sukūrimas bei įgyvendinimas. Biudžetas: ~81 000 EUR

Rezultatai: ~2000 moksleivių, 30 mokyklų visoje Lietuvoje gyvai aplankyti susitikimų metu, Elektronikos egzaminas (~360 dalyvių), 6 renginiai tėvams ir mokytojams, 4 mailingo kampanijos, 50 vnt. Ltiavimo stotelių mokykloms, 9 video filmukai (YT), 7 pasirodymai TV/ radijuje žiniuose (+7 integruota „Tūkstanmečio vaikuose“), kampanija su Paul de Miko. Soc. Tinkluose – 12 mln. parodymų, pasiekta – 542 000 momentinių vartotojų, 65 000 paspaudimų.

Paramos Ukrainai organizavimas – aktyviai prisidėta prie Kauno miesto savivaldybės inicijuotos paramos rinkimo Ukrainos miestams (Lvivas, Luckas, Kharkivas) rnkimo, organizuojant ir sutelkiant mūsų ir kitų didesnių Kauno verslo asociacijų tinklo pajungimą prisidedant prie miesto paramos. *<Būtų galima pabandyti atkapsyti kiek įmonių tirkai žinom, kad prisidėjo (dalis vežė tiesiai)>*

Reprezentacija

Pateikta 11 reitingų (bendrai Kaunas IN temose)

Paruošti Investor's welcome packages, skirti miestą pasirinkusiems investuotojams, Kauno įmonių atstovams, miesto svečiams. 40 vnt. fotospaudos ant 60*60 cm lakuotos drobės.

Sukurtos Vaporwave stilistikos kepurėlės „Kaunas means Business“, įsigyta papildomų produktų rinkinių reprezentacijai

Partnerystės

Išplėstos ir sutankintas tinklas partnerysčių: IL (5 komandos, 7 susitikimai), Lietuvos-Prancūzijos prekybos rūmai (nauja), Nyderlandų ambasada (nauja), Internatiuonal House Vilnius, Renkuosi Lietuvą, Kauno Švietimo ir inovacijų centras, Startup Lithuania, Unicorns Lithuania, KMSA švietimo skyrius.

Kita:

- UŽT „Karjeras“ veiklos įtikslinimas ir akseleravimas – surengti 1 mokymai UŽT „Karjeras“ darbuotojams, suvedant su 4 įklsinėmis Kauno įmonėmis. Kkitąmet planuojamas glaudesnis bendradarbiavimas, atvedant tam tikrą skaičių Kauno įmonių į „Karjerą“ bendradarbiauti.
- Prisidėta prie straipsnių su šiais partneriais derinimo: „Aušra SPA“, LSMU, VDU, „Vedliais“.
- Pasirašyta bendradarbiavimo sutartis su Vytauto Didžiojo universitetu.

Kaunas IN atstovavimas įvairiuose renginiuose:

- Kauno startuolių ekosistemos pristatymas StartupBlink Ecosystem Summit online renginyje
- Dalyvavimas startuolių renginių komisijose. Viso 2 renginiai
- Kauno verslo ekosistemos pristatymas (su standartine prezentacija): 3 renginiai
- Dalyvavimas Slush: Kauno startuolių ekosistemos pristatymas.

IV SKYRIUS INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS DARBUOTOJŲ SKAIČIŲ IR IŠLAIDAS DARBO UŽMOKESČIUI

Įstaigos ataskaitinio laikotarpio darbuotojų skaičiaus ir vidutinio darbo užmokesčio palyginimas su praėjusiu ataskaitiniu laikotarpiu.

Eil. Nr.	Pareigybės pavadinimas	Darbuotojų skaičius			Vidutinis apskaičiuotas darbo užmokestis (BRUTO)		
		Praėjęs ataskaitinis laikotarpis, vnt.	Ataskaitinis laikotarpis, vnt.	Pokytis, proc.	Praėjęs ataskaitinis laikotarpis, Eur	Ataskaitinis laikotarpis, Eur	Pokytis, proc.
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Direktorius	1	1	0%	3378,00	3566,45	+5,58%
2	Skyriaus vadovas	4	3	-33%	2220,83	2372,37	+6,82%
3	Projektų vadovas	8	8	-0%	1741,94	2232,17	+28,14%
4	Informacijos specialistas	2,25	2,13	5,33%	1230,80	935,33	-24,01%
5	Analitikas	1	0,8	-20%	1871,24	1482,48	-20,78%

V SKYRIUS ĮSTAIGOS FINANSAVIMO ŠALTINIAI, GAUTOS LĖŠOS IR JŲ PANAUDOJIMAS ATASKAITINIŲ LAIKOTARPIU

Finansavimo šaltiniai:

Skirta suma 2022 metams Eur.	Gautos biudžeto lėšos per ataskaitinį laikotarpį, Eur.	Iš viso panaudotos lėšos Eur.
Kauno miesto savivaldybė	740 000	708366,96
Iš ES	97 884,41	97884,41

VI SKYRIUS
INFORMACIJA APIE ĮSTAIGOS ILGALAIKĮ TURĄ

VšĮ „Kaunas IN“ 2022 m. pabaigoje bendra valdomo ir įsigyto ilgalaikio turto vertė siekė 2006,1 tūkst. Eur . Per 2022 m. įsigyta ilgalaikio turto už 27,3 tūkst. Eur

Eil. Nr.	Turto pavadinimas	Kiekis	Vertė tūkst. Eur (nurodyta perdavimo, pardavimo, įsigijimo dokumentuose)	Data (kada gautas, įsigytas, perleistas turtas)	Įsigijimo tikslas, pagrindimas
1	2	3	4		5
1.	Telefonas Samsung S20 FE 5G 128 BU G781	1	0,5	2022-05-24	Naudojimui įmonės veikloje
2.	Reprezentaciniai vaizdo klipai	8	9,70	2022-06-23	Naudojami parodų metu ir kitais reklaminiais tikslais
3.	iPAD Pro 12.9", Wi-Fi, 512 GB, Space Gray(2021)	1	1,2	2022-08-12	Naudojimui įmonės veikloje
4.	Reprezentaciniai vaizdo klipai	8	7,30	2022-10-06	Naudojami parodų metu ir kitais reklaminiais tikslais
5.	MacBook Air 13.3", M1 8C CPU, 8GB, 512GB, 7C GPU, Mac OS, Silver	2	2,1	2022-11-17	Naudojimui įmonės veikloje
6.	Nešiojamas kompiuteris Dell Vostro	2	1,5	2022-11-17	Naudojimui įmonės veikloje
7.	SYNOLOGY DS420+ Desktop 4-BAY J4025 2GB RAM	1	0,5	2022-11-21	Naudojimui įmonės veikloje
8.	Nešiojamas kom. ProBook 450 15.6" i5-1135G7 16GB 512GB W10Pompiuteriai ir jų įranga	1	1,0	2022-11-23	Naudojimui įmonės veikloje
9.	DJI MAVIC 3 Classic su RC	1	2,3	2022-11-28	Naudojimui įmonės veikloje
10.	Kavos aparatas Dr. Coffee „F10 Black“ DrCoffe	1	1,2	2022-12-20	Naudojimui įmonės veikloje

*Įstaiga per ataskaitinį laikotarpį ilgalaikio turto neperdavė ir neperleido.

VII SKYRIUS
KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS ADMINISTRACIJOS CENTRALIZUOTO VIDAUS
AUDITO SKYRIAUS, KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS KONTROLĖS IR AUDITO
TARNYBOS, KITŲ INSTITUCIJŲ PATIKRINIMO IŠVADOS

Patikrinimų nebuvo atlikta.

VIII SKYRIUS
KITA SVARBI SU ĮSTAIGOS VEIKLA SUSIJUSI INFORMACIJA

Sukurta įstaigos 5 metų strategija leis tikslingiau rinktis vykdomas veiklas bei iniciatyvas, o ilgalaikėje perspektyvoje užtikrins augantį miesto konkurencingumą.

Direktorius

Tadas Stankevičius

SUDERINTA

Kauno miesto savivaldybės administracijos
Investicijų ir projektų skyriaus
vyriausioji specialistė

Aušrinė Kustienė
20...25-01-31

Forma patvirtinta
Kauno miesto savivaldybės administracijos

KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS ADMINISTRACIJOS INVESTICIJŲ IR PROJEKTŲ SKYRIUI

2022 METŲ VEIKLOS PLANO VYKDYMO ATASKATA

Metų prioritetinė veikla, įvykdymo informacija	Planinis pokytis (vertinimo kriterijus, matavimo vienetas)	Planinė reikšmė	Faktinė reikšmė	Įvykdymo procentas	Komentaras	
1. Iniciatyvos "Ateitis - elektronikams!" koordinavimas ir įgyvendinimas; 2. "It's Kaunastic" naujų turistinių maršrutų sukūrimas.	"Ateitis - elektronikams" vizitų metu aplankyti moksleivių skaičius Lietuvos mokyklose, vnt. Sukurtų naujų maršrutų skaičius, Vnt.	1500 4	2000 4	133% 100%		
Veiklos sritis, tema, metinis veiksmas / ŽMOGIŠKIEJI IŠTEKLIAI						
Pagrindinis vertinimo kriterijus,	Planinė	Faktinė	Įvykdymo	Sudėtinis vertinimo	Faktinė reikšmė	Komentaras
I. Personalo valdymas 1. Planuoti ir užtikrinti tinkamą žmogiškųjų išteklių valdymą. 2. Planuoti ir įgyvendinti darbuotojų veiklos vertinimo pokalbius.	Užimtų pareigybių dalis, Proc.	75%	80%	107%	Patvirtintų pareigybių skaičius, Vnt.	17,5
					Neužimtų pareigybių skaičius, Vnt.	1,5
	Darbuotojų skaičius, tenkantis vienam vadovaujajam darbuotojui, Vnt.	3	3,375	113%	Patvirtintų vadovaujančių darbuotojų pareigybių skaičius, Vnt.	4
					Patvirtintų nevadovaujančių darbuotojų pareigybių skaičius, Vnt.	13,5
	Darbuotojų kaitos indeksas, Proc.	30%	53%	178%	Atleistų ir (ar) savo noru išėjusių darbuotojų skaičius, Vnt.	8
II. Kvalifikacijos tobulinimas 1. Darbų ir laiko planavimo grafike sudaryti galimybes darbuotojams dalyvauti kvalifikacijos kėlimo mokymuose, 2. Skirti lėšų įstaigos biudžete darbuotojų kvalifikacijos kėlimo veikloms, Aktyviai priminti dėl kvalifikacijos					Metų eigoje priimtų darbuotojų skaičius, Vnt.	6
					Vidutinis dirbančių darbuotojų skaičius, Vnt.	15
	Vidutinis kvalifikacijai skirtų valandų skaičius, tenkantis vienam darbuotojui, Val.	30	40	133%	Kvalifikacijos tobulinimui skirtų akademinių valandų skaičius, Vnt.	40
	Kvalifikaciją tobulinusių darbuotojų dalis, Proc.	100	100	100.00	Kvalifikaciją tobulinusių darbuotojų skaičius, Vnt.	14

tobulinimo galimybių, pasiūlant ir potencialias kvalifikacijos kėlimo kryptis.							Išlaidos vieno darbuotojo kvalifikacijos tobulinimui, Eur	1120	
FINANSAI									
I. Gautos lėšos	Išstaigos metinės pajamos už mokamas paslaugas ir prekes dalis nuo metinio įstaigos biudžeto, Eur	15%	16%	110%	Visos įstaigos gautos metinės pajamos, Eur	930754,84	be PVM		
1. Aktyviai ieškoti ir teikti paraiškas gauti išorinį (papildomą) finansavimą tiek pareiškėjo, tiek partnerio pozicijose,					Įstaigos gautos metinės pajamos už prekes, Eur	53712,25	be PVM		
2. Užtikrinti finansavimo sutarčių rodiklių įgyvendinimą.					Įstaigos metinės pajamos už ekskursijų organizavimą, Eur	2493,32	be PVM		
					Įstaigos metinės pajamos už reklamos leidiniuose nuomą, Eur	2775,64	be PVM		
					Įstaigos gautos metinės pajamos iš turto nuomos, Eur	94245,04	be PVM		
					Kitos įstaigos pajamos, Eur	163,28	be PVM		
					Bendras įstaigos metinis biudžetas, Eur				
	Įstaigos pritrauktos lėšos, Eur	50000	68998,4	138%	Gautos Kauno miesto savivaldybės inicijuojamų programų lėšos, Eur	708366,96			
					Gautos projektinio finansavimo lėšos veiklai pinigais (eurai) iš kitų šaltinių, Eur	68998,35			
					Gauta parama pinigais, Eur	0.00			
	Įstaigos vidutinė projektinio finansavimo paraiškomis laimėtų lėšų suma, Eur	740000	740000	100%	Įstaigos pateiktų projektinio finansavimo paraiškų skaičius, Vnt.	1			
					Patenkintų įstaigos pateiktų projektinio finansavimo paraiškų skaičius, Vnt.	1			

II. Išlaidos 1. Užtikrinti tinkamai ir tvarkingai atliktas viešųjų pirkimų procedūras, 2. Užtikrinti optimalių ir objektyvių išlaidų poreikio įvertinimą.						Patenkintų įstaigos pateiktų projekcinio finansavimo paraiškų lėšų suma, Eur	740000	
						Nepatenkintų įstaigos pateiktų projekcinio finansavimo paraiškų lėšų suma, Eur	0.00	
	Per ataskaitinius metus įstaigos metinės išlaidos, Eur	840000	801982,59	95%		Metinės įstaigos pagrindinės veiklos išlaidos, Eur	801982,59	
						Metinės įstaigos išlaikymo išlaidos, Eur	122198	
						Metinės įstaigos išlaidos darbo užmokesčiui, Eur	382547	
						Metinės įstaigos valdomo nekilnojamojo turto išlaikymo išlaidos, Eur	0.00	
						Metinės įstaigos materialiojo turto paprastojo remonto išlaidos, Eur	24,96	
						Metinės įstaigos transporto priemonių išlaikymo išlaidos, Eur	3955	
						Metinės įstaigos išlaidos darbuotojų kvalifikacijai tobulinti, Eur	14750	
						Metinės įstaigos išlaidos darbuotojų komandiruojimams, Eur	2941,24	
TURTAS								
I. Nekilnojamo turto valdymas 1. Stebėti, vertinti ir efektyviai planuoti įstaigos valdomo nekilnojamojo turto išlaikymo išlaidas, kurios susideda iš	Išstaigos valdomo nekilnojamojo turto 1 kv. m išlaikymo kaina, Eur	32	35,25	110%		Išstaigos patikėjimo teise valdomo nekilnojamojo turto bendras plotas, Kv. m	0.00	

komunalinių, turto draudimo, turto apsaugos ir priežiūros išlaidų, 2. Reguliariai atlikti nekilnojamojo turto būklės apžūrą ir operatyviai tvarkyti iškilusias ūkines problemas, 3. Proaktyviai ir reguliariai bendrauti su nekilnojamojo turto nuomininkais, užtikrinant operatyvų ūkinių problemų sprendimą ir optimalios nekilnojamojo turto būklės išlaikymą.	Pagrindinėms įstaigos funkcijoms vykdyti naudojamo įstaigos patikėjimo teise valdomo nekilnojamojo turto plotas, Kv. m	0.00	0.00	100.00	Pagrindinėms įstaigos funkcijoms vykdyti naudojamo įstaigos patikėjimo teise valdomo nekilnojamojo turto plotas, Kv. m	0.00
	Kv. m				Kv. m	0.00
	Išstaigos išnuomoto nekilnojamojo turto ploto dalis, Proc.	850	880	104%	Išstaigos išnuomoto nekilnojamojo turto plotas, Kv. m	1092,36
	Išstaigos naudojamos vienos	0.00	0.00	100.00	Išstaigos naudojami	1
					Išstaigos patikėjimo teise	0.00
PAGRINDINĖ VEIKLA miesto ekonominės ir investicinės aplinkos gerinimas, atvykstamojo ir vietinio turizmo skatinimas, tarptautinės rinkodaros vykdymas ir sklaida						
I atvykstamojo turizmo skatinimo	Naujais turistiniams produktams pasinaudojusiu asmenų skaičius, Asm.	12500	15000	120,00%	Sukurtų naujų turistinių produktų skaičius, Vnt.	4
1. Naujų maršrutų sukūrimas ir jų pristatymas					Vidutinis vieno turistinio produkto panaudojimų skaičius, Vnt.	3750
2. Vietinio turizmo skatinimas: a) darbas su media; b) darbas soc. tinkluose; c) ekskursijų organizavimas.					Praėjusį ataskaitinį periodą naujais turistiniams produktams pasinaudojusiu asmenų skaičius, Asm.	12500
3. Atvykstamojo turizmo skatinimas: a) darbas su žiniasklaidos priemonėmis; b) darbas soc. tinkluose; c) rinkodaros kampanijų kūrimas.		10 %	20 %	200%	Lankytinų objektų, kurie įtraukti į naujus Kaunas In viešinamus turizmo maršrutus, aplankiusių asmenų skaičius, Vnt.	faktas paskačiuotas: naujų produktų kaina / naujais turistiniai produktai pasinaudojusiu asm skaičius
	Vidutiniai kaštai tekantys vieno lankytojo pritraukimui, Eur	0,58	0,32	-55%	Naujų turistinių maršrutų sukūrimo kaštai, Eur	0.00
						4800
II ekonominės ir investicinės aplinkos gerinimas	Naujais investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo produktais pasinaudojusiu vartotojų skaičius, Vnt.	2200	2438	111%	Sukurtų investicinių aplinkos gerinimo produktų skaičius, Vnt.	11
I. Naujų investicinių ir ekonominių aplinkos gerinimo produktų sukūrimas:						
a) Komunalinių, turto draudimo, turto apsaugos ir priežiūros išlaidų,						
b) Reguliariai atlikti nekilnojamojo turto būklės apžūrą ir operatyviai tvarkyti iškilusias ūkines problemas,						
c) Proaktyviai ir reguliariai bendrauti su nekilnojamojo turto nuomininkais, užtikrinant operatyvų ūkinių problemų sprendimą ir optimalios nekilnojamojo turto būklės išlaikymą.						

14) IŠSKAIČIUOJAMAS VYKDYMO IR SKLAIDOS 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 viešinio renginių organizavimas arba ko-organizavimas: a) Tarptautinių investuotojų Kaune bendruomenės (IBCK) susitikimai, b) Kauno verslo paslaugų centrų ir IT sektorių pristatymas, diskusinis renginys, c) tinklaraidžių "Sėkmės faktoriai: Kaunas", kartu su KMS Viešųjų ryšių skyriumi, ko-rengimas.	Investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo renginiuose sudalyvavusių asmenų skaičius, Vnt.	75000	97153	130%	Vidutinis sukurty investicinės aplinkos gerinimo produktų vartotojų skaičius (vienam)	222	9	Išskaičiuojant ne tik paminitus, bet ir startuolių, talentų pritraukimo į Kauną sričių renginius.
	Naujais investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo produktais pasinaudojusių vartotojų skaičius pokyti lyginant su praėjusiu ataskaitiniu periodu, Proc.	7	11	157%	Praėjusį ataskaitinį periodą naujais investicinės ir ekonominės aplinkos gerinimo produktais pasinaudojusių asmenų skaičius, Asm.	0.00	~10795	Gyvai ir nuotoliu
	Išstaigos socialiniais tinklais per metus pasiektų asmenų skaičius, Asm.	3000000	3091852	103%	Išrašų išstaigos valdomuose socialiniuose tinkluose skaičius, Vnt.	1149		
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) organiškai pasiekiamumas b) mokamas pasiekiamumas.	Vidutiniai kaštai tenkantys vienam vartotojui, kuris pasiekiamas remiamu socialinių tinklų turiniu, Eur	0,004	0,005	125%	Vidutinis įrašo socialiniuose tinkluose pasiektų vartotojų skaičius, Vnt.	2691	12637,81	
					Socialinių tinklų turiniu, kuriam buvo skirta reklama, pasiektas vartotojų skaičius, Vnt.	2475308		

	Ištaigos socialiniais tinklais per metus pasiektų asmenų skaičiaus santykis lyginant su praėjusiu ataskaitiniu periodu, Proc.	80%	85%	106%	Praėjusį ataskaitinį periodą įstaigos socialiniais tinklais per metus pasiektų vartotojų skaičius, Vnt.	2104753	
PASLAUGŲ KOKYBĖ IR PRIEINAMUMAS							
Turizmo paslaugų prieinamumas ir kokybė 1. Turizmo informacijos teikimas: a) turizmo informacijos centre b) užklauso el. paštu, telefonu ir soc. tinkluose atsakymas. 2. Draugiškų vietų turizmo informacijai tinklo užtikrinimas: a) konsultacijomis; b) leidinių platinimu. 3. Ekskursijų organizavimas: a) užsakomosios ekskursijos b) reguliarios.	Aptarnautų miesto svečių skaičius turizmo informacijos centre ir/arba nuotoliniu būdu pokytis su praėjusiais metais, Proc.	16000	18785	117%	Aptarnautų asmenų kiekis per ataskaitinį periodą, Asm.	18785	
	Turistų pasitenkinimo indeksas, P.	8,84	8,3	94%	Apklaustų asmenų kiekis, Asm.	501	
					Kauno m. traukos taškų vertinimas, P.	8,8	
					Kauno m. TIC paslaugų vertinimas, P.	7,8	
	Vidutinė atsakymo į gautas užklausas trukmė, Val.	3	2,5	83%	Vidutinė atsakymo trukmė į turizmo klausimus, Val.	2,5	
					Santykinė dalis klausimų, gautų ne darbo valandomis, Proc.	15	
	Investuotojų pasitenkinimo miesto investicine aplinka indeksas, P.	3,8	3,9	103%	Investuotojų pasitenkinimas miesto savivaldybės (įskaitant Kaunas IN) teikiamomis paslaugomis, P.	3,75	KMS ir KIN vertinimų vidurkis
					Investuotojų pasitenkinimas bendra miesto ekonomine situacija, P.	3,9	Susumuoti rodikliai: konkurencingi verslo vystymo kaštai, aukštos kvalifikacijos specialistai, išvystyti logistiniai ryšiai, verslo infrastruktūra.
					Investuotojų pasitenkinimas Kauno regiono žmogiškaisiais ištekliais, P.	3	
	Vidutinė atsakymo į gautas užklausas trukmė, Val.	60	46	77%	Vidutinė atsakymo trukmė į verslo klausimus, Val.	46	

Rinkodaros pasiekiamumas 1. Pasiekiamumo didinimas pasitelkiant: a) reklamą, b) viešinimą.					Potencialių užsienio investuotojų užklausų kiekis bendrame verslo skyriaus užklausų sraute, Proc.	22,85	
	#Kaunastic grotažymės panaudojimas socialiniuose tinkluose lyginant su praėjusiais metais, Vnt.	25000	17 944	71 %	Panaudojimas Facebook socialiniame tinkle, Vnt.	1654	Vertinamas grotažymių panaudojimas įstaigos administruojamuose socialiniuose tinkluose.
					Panaudojimas Instagram socialiniame tinkle, Vnt.	11400	Vertinamas grotažymių panaudojimas įstaigos
					Panaudojimas LinkedIn socialiniame tinkle, Vnt.	122	Vertinamas grotažymių panaudojimas įstaigos
					Panaudojimas kituose socialiniuose tinkluose ar internete, Vnt.	4890	Vertinamas grotažymių panaudojimo populiarumas internete naudojantis "Google" monitoringo sistema.

→

100% Steigėjas