

**VIEŠOSIOS ĮSTAIGOS „KLAIPĖDA ID“  
2020-2022 METŲ STRATEGINIS VEIKLOS PLANAS**

## TURINYS

<b>1. INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ.....</b>	<b>3</b>
1.1. ĮSTAIGOS VALDYMO ORGANAI .....	3
1.2. SVARBIAUSI ĮVYKIAI.....	3
<b>2. VEIKLOS KONTEKSTAS .....</b>	<b>4</b>
2.1. PAGRINDINIAI IŠORĖS VEIKSNIAI .....	4
2.1.1. <i>Pagrindiniai ekonominiai ir socialiniai išorės veiksniai, turintys įtakos įmonės veiklai ir veiklos rezultatams .....</i>	<i>4</i>
2.1.2. <i>Pagrindiniai teisiniai išorės veiksniai, vietos ir nacionaliniai planavimo dokumentai, turintys įtakos įmonės veiklą reglamentuojančių strateginių planų rengimui .....</i>	<i>8</i>
2.2. PAGRINDINIAI VIDAUS VEIKSNIAI.....	8
2.2.1. <i>Organizacinė struktūra ir žmogiškieji ištekliai .....</i>	<i>8</i>
2.2.2. <i>Finansiniai ištekliai ir jų administravimas .....</i>	<i>9</i>
<b>3. ĮSTAIGOS MISIJA, STRATEGINIAI TIKSLAI, UŽDAVINIAI IR PRIEMONĖS .....</b>	<b>11</b>
3.1. ĮSTAIGOS MISIJAI ĮGYVENDINTI NUSTATYTI TIKSLAI IR UŽDAVINIAI.....	11
3.1.1. <i>Investicinės aplinkos gerinimas .....</i>	<i>11</i>
3.1.2. <i>Investicijų pritraukimas.....</i>	<i>12</i>
3.1.3. <i>Verslumo ir kūrybinių industrijų skatinimas .....</i>	<i>14</i>
3.1.4. <i>Miesto įvaizdžio gerinimas ir rinkodara .....</i>	<i>14</i>
<b>4. TIKSLŲ ĮGYVENDINIMO UŽDAVINIAI, PRIEMONĖS IR VERTINIMO KITERIJAI .....</b>	<b>19</b>
<b>1 PRIEDAS: KLAIPĖDA ID VAIDMUO KLAIPĖDOS EKONOMINĖS PLĖTROS STRATEGIJOS ĮGYVENDINIME.....</b>	<b>25</b>
<b>2 PRIEDAS: FINANSINĖS PROGNOZĖS (exs formatu)</b>	

## 1. INFORMACIJA APIE ĮSTAIGĄ

Viešoji įstaiga „Klaipėda ID“ (toliau Klaipėda ID), įmonės kodas: 142031277 (buvęs kodas: 4203127) buvo įkurta 2001-11-23; buveinės adresas: Bangų g. 5A, Klaipėda; vienintelis dalininkas – Klaipėdos miesto savivaldybės administracija (toliau – KMSA).

### 1.1. ĮSTAIGOS VALDYMO ORGANAI

- Visuotinis dalininkų susirinkimas.
- Vienasmenis valdymo organas – direktorius: Simas Simanauskas, paskirtas 2017-08-29, dirbo iki 2020-02-28.
- Kolegialus valdymo organas – valdyba iš 8 narių:
  - Valdybos pirmininkas – Eimantas Kiudulas, išrinktas 2016-12-01.
  - Martynas Armonaitis (Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcijos finansų departamento direktorius), išrinktas 2016-10-28.
  - Eglė Deltuvaitė (KMSA Ugdymo ir kultūros departamento Kultūros skyriaus vedėja), išrinkta 2019-02-15.
  - Jolanta Juškevičienė (Klaipėdos pramonininkų asociacijos administracijos direktorė), išrinkta 2019-10-28.
  - Živilė Kazlauskaitė (VšĮ „Investuok Lietuvoje“ regionų vadovė), išrinkta 2017-02-10.
  - Eimantas Kiudulas (UAB „Klaipėdos laisvosios ekonominės zonos“ valdymo bendrovės direktorius), išrinktas 2016-10-28.
  - Viktoras Krolis (Klaipėdos prekybos, pramonės ir amatų rūmų generalinis direktorius), išrinktas 2016-10-28.
  - Rita Vaičekauskaitė (Klaipėdos Universiteto rektoriaus patarėja), išrinkta 2016-10-28.
  - Ričardas Zulcas (KMSA direktoriaus vyr. patarėjas), išrinktas 2018-09-27.

### 1.2. SVARBIAUSI ĮVYKIAI

- Savivaldybės nurodymu nuo 2019 m. vedama apskaita pagal FSAKIS viešo sektoriaus apskaitos sistemą. Apskaitą nuo 2018 m. pabaigos veda MB „Goga“.
- 2019-02-15 paskirtas nauja valdybos narė – Eglė Deltuvaitė (keičia Albertą Barauską).
- Pasibaigus ankstesnei trimetei finansinio audito paslaugų sutarčiai sudaryta sutartis su nauja finansinio audito įmone UAB „Mudra“.
- 2020-02-28 agentūrą palieka direktorius Simas Simanauskas.
- Personalo pokyčiai: 2019 m. pradžioje iš pareigų pasitraukė rinkodaros vadovė, per 2019 m. priimti 3 nauji darbuotojai.
- 2020-03-16 šalyje skelbiamas karantinas dėl COVID-19 pandemijos, stabdoma įstaigos valdomo inkubatoriaus „Kultūros fabrikas“ veikla.

## 2. VEIKLOS KONTEKSTAS

### 2.1. PAGRINDINIAI IŠORĖS VEIKSNIAI

#### 2.1.1. Pagrindiniai ekonominiai ir socialiniai išorės veiksniai, turintys įtakos įmonės veiklai ir veiklos rezultatams

**Ekonominių veiksmų stebėseną nuolat atliekama pagrindinėse įstaigos veiklos srityse:**

1. Investicijų ir investicinės aplinkos gerinimas.
2. Į darbo rinką orientuoto švietimo aplinkos (ekosistemos) Klaipėdoje gerinimas.
3. Verslumo skatinimas ir kūrybinių industrijų plėtra.
4. Miesto įvaizdžio gerinimo ir rinkodaros veiklos.

**Pagrindiniai ekonominiai veiksniai, darantys įtaką investicinei aplinkai yra išsamiai išdėstyti Klaipėdos Ekonominės Plėtros Strategijoje 2030:**

- Tai yra sumažėjęs BVP (bendras vidaus produktas): Klaipėdos regiono ekonomika po finansinės krizės (2009 m. ir 2010 m.) sparčiai augo, tačiau pastaraisiais metais augimo tempas sulėtėjo, o 2016 m. užfiksuota mažesnė sukuriama BVP vertė nei 2015 m.
- Klaipėdos ekonomika grįsta mažos pridėtinės vertės sektoriais: Klaipėdos ekonomikos pagrindas yra tradiciniai sektoriai, logistika ir apdirbamoji gamyba, sukuriantys 45% Klaipėdos regiono pridėtinės vertės. Šie sektoriai, lyginant su kitais Klaipėdos sektoriais, nors ir išnaudoja prieigą prie uosto ir yra našūs, tačiau turi dar potencialo sparčiai augti ir našumu vyti ES rodiklius.
- Neišnaudotas užsienio kapitalo investicijų pritraukimas: ypač išsiskiria Vilnius, pritraukęs daugiau nei trigubai daugiau investicijų vienam gyventojui nei Klaipėda. Matoma ir platesnių galimybių pritraukti IT (informacinių technologijų) bei finansinių paslaugų investicijų, kurių šiuo metu nėra pritraukiama.
- 2017 m. EY (audito bendrovė Ernst & Young) atlikta Klaipėdos įmonių apklausa parodė, kad įmonių atstovai įvardija šias esmines tobulintinas sritis:
  - Su verslu susijusių sprendimų priėmimas savivaldybėje galėtų būti greitesnis ir palankesnis investuotojams.
  - Ypač nepalankiai vertinami žemės planavimo klausimai: mieste mažai teritorijų, skirtų kurti verslui; ilgai užtrunka projektavimo sąlygų išdavimas, o sąlygose numatyti ribojimai dažnai priverčia verslo įmones atsisakyti įgyvendinti planuotus investicinius projektus.
  - Esamos paslaugos verslui turėtų būti teikiamos vieno langelio principu, Klaipėda ID vykdoma veikla galėtų būti labiau pritaikyta platesnei organizacijos misijai – ekonominiam vystymuisi.
  - Mažas verslui suteiktų elektroninių paslaugų skaičius.
  - Miestui trūksta bendros vizijos, strategijos (arba visa tai nepakankamai komunikuojama įmonių atstovams).
  - Klaipėdos švietimo sistema neviseškai atitinka verslo poreikius. Turėtų būti stiprinamas verslui aktualių specialistų (pvz., IT, inžinerijos specialistų) rengimas.
- Nuo 2020 m. kovo mėn. ypač ryškia įtaka įstaigos veiklai pradėjo daryti COVID-19 viruso sukelta pandemija, įvestas karantinas ir kilusi ekonominė krizė, kuri privertė imtis neplanuotų veiklų ir trumpuoju-vidutiniu laikotarpiu koreguoti jau suplanuotas veiklas. Numatoma, kad veiklas reikės koreguoti ir orientuojantis į ilgąjį laikotarpį ne tik jas optimizuojant, bet ir išnaudojant esamą situaciją ekonomikos augimui, investicijų pritraukimui ir kitoms veiklos

kryptims.

## **Į darbo rinką orientuoto švietimo aplinkos (ekosistemos) Klaipėdoje gerinimas**

Vienas svarbiausių kriterijų verslo atėjimui ir plėtrai Klaipėdoje yra darbuotojų kiekis ir kokybė bei galimybė artimoje perspektyvoje darbuotojus ruošti vietos ir regiono švietimo įstaigose. Įmonėms šis aspektas sudaro >50% pasirinkimo vertės dėl lokacijos, kurioje steigti ar plėsti įmonę. Remiantis įvairiomis nacionalinio lygmens (Investuok Lietuvoje, Infobalt, susitikimai su Lietuvos paslaugų centrais) ir vietos (KEPS 2030, susitikimai su įmonėmis Klaipėdoje) analizėmis ir pokalbiais, Klaipėdos vertės pasiūlymas pritraukti naujas įmones (paslaugų, gamybos, RnD sektoriuose) ir efektyviai padėti plėstis mieste jau veikiančioms įmonėms (lyginant su Kauno, Vilniaus ar miestais konkurentais Lenkijoje, kitais centrinės ir rytų Europos miestais) yra ypač silpnas lyginant specialistų ir studentų kiekius IT, inžinerijos, užsienio kalbų, finansų srityse. Norint matyti ryškų kokybinį pokytį investicijų ir reinvesticijų skatinimo srityje Klaipėdoje yra būtina vykdyti nuoseklią ir nuolatinę visos švietimo grandinės (mokykla, aukštasis mokslas, perkvalifikavimas, neformalusis mokslas) optimizaciją. 2020-2023 m. yra numatytos konkrečios priemonės, kuriomis yra siekiamas šis rezultatas. Kadangi švietimas yra kompleksinė ir laiko reikalaujanti sritis, kokybiškai gerinama ji gali būti tik vienu metu ar nuosekliai paeiliui taikant daugelį skirtingų, tačiau kartu susijusių priemonių. Todėl Klaipėda ID vykdydys 2020-2023 m. plane numatytus projektus ir kartu sieks imtis naujų, papildančių ir pridėtinę vertę Klaipėdai kuriančių projektų.

## **Sudaryti sąlygas talentų pritraukimui ir išlaikymui Klaipėdoje**

Per pastaruosius 20 m. Klaipėda neteko dešimčių tūkstančių gyventojų. Gyventojų specialistų, studentų pritraukimas į miestą, jų kokybė ir kiekybė parodo miesto augimo galimybes, jo patrauklumą, sugebėjimą tapti profesionalų traukos centru, sugebėjimą pasiūlyti įmonėms samdyti specialistus, taip plečiant verslą Klaipėdoje ir kuriant gerai apmokamas darbo vietas ar kuriant naujus padalinius. Specialistų pasiūla ar galimybė greitai juos pritraukti į miestą yra vienas svarbiausių kriterijų įmonėms svarstant rinktis Klaipėdą kaip lokaciją naujiems investiciniams projektams. Taip pat, talentų pritraukimas į miestą gali sugeneruoti pakankamą specialistų kiekį greitesniu laikotarpiu lyginant su švietimo sistemos galimybėmis paruošti reikiamus specialistus įmonių plėtrai Klaipėdoje. Ypač svarbus aspektas yra tai, kad nauji savo srities profesionalai atvykę gyventi į Klaipėdą su savimi atsiveža žinias ir gebėjimus (angl. Know-how), kurie kokybiškai keičia miesto ekonominio augimo galimybes, o juos išugdyti trunka ilgus metus. Ekonomikos augimą mieste ar šalyje iš esmės keičia technologinės galimybės mieste. Know-how, arba gebėjimai yra esminė technologijos dedamoji, kuri įgyjama ypač lėtai. Viena iš galimybių Klaipėdai padidinti technologinį pranašumą yra jį pritraukiant per talentų pritraukimo ir išlaikymo programas.

Preliminariai talentai yra apibrėžiami kaip lietuvių ir užsienio šalių kilmės savo srities specialistai ar studentai, kuriuos Klaipėda nori pritraukti arba susigrąžinti (jei tai yra išvykę Klaipėdoje jau gyvenę žmonės) iš kitų Lietuvos miestų ar užsienio šalių. Nuo 2020 m. Klaipėda ID agentūroje įsteigta nauja talentų projektų vadovo pozicija. Vienas pirmųjų Talentų projektų vadovo uždavinių bus išgryninti, į kokius talentus ir jų pritraukimą ar susigrąžinimą Klaipėda siekiama orientotis.

## **Verslumo skatinimas ir kūrybinių industrijų plėtra**

2019 m. Klaipėdoje ir toliau augo pačių mažiausių įmonių skaičius. Per metus jų padaugėjo 3,1% ir bendrame Klaipėdoje veikiančių įmonių skaičiuje tokios įmonės sudaro net 81,5% dalį. Tuo pačiu periodu mažų įmonių kiekis sumažėjo, tačiau didelių įmonių, kuriose dirba virš 250 žmonių per paskutinius metus skaičius gerokai paaugo (+4,4%). Tuo pačiu periodu, žvelgiant į įmonių statistiką pagal dirbančių jose darbuotojų skaičių, galima pastebėti, jog darbuotojų daugėja vidutinėse ir

didelėse įmonėse (atitinkamai +10,4% ir +6,4%), tuo tarpu darbuotojų skaičius labai mažose ir mažose įmonėse per tą patį laikotarpį sumažėjo po 2,1%.

Agentūra Klaipėda ID daugiausia įgyvendina verslumo skatinimo veiklas kūrybinių industrijų inkubatoriuje ir bendradarbystės erdvėje „Kultūros fabrikas“, tačiau ateinančiais metais didinant finansavimą planuojamos ir naujos verslumo iniciatyvos.

Pasaulio bei šalies tendencijos verslo inkubatorių ir bendradarbystės erdvių srityse skatinant startuolių atsiradimą bei remiant laisvai samdomų profesionalų (*freelancer'iu*) rinkos augimą, taip pat organizuojant įvairius bendruomenių verslumo renginius, iki pandemijos krizės rodė stabilią paklausą ir netgi nuosaikų augimą.

Nors „Verslios Lietuvos“ verslo inkubatoriaus „Spiečius“ ir bendradarbystės erdvės „Lighthouse“ atsiradimas 2019 m. Klaipėdos mieste smarkiai pagyvino organizuojamų renginių jaunam verslui rinką, 2019 m. atrodė, kad Klaipėdai trūksta papildomo impulso verslumo srityje bei vis dar trūksta erdvių biurų ir paslaugų centrų kūrimuisi. Klaipėdos miesto rodikliai nedžiugina ir startuolių steigimosi srityje: vos daugiau nei 20 Klaipėdos jaunų verslų galimai priskirtini startuoliams, iš kurių 2 reziduoja inkubatoriuje „Kultūros fabrikas“. Tuo tarpu, Vilniaus mieste 554 veikiantys verslai yra priskirtini startuoliams.

2020 m. pradžioje pasaulinės pandemijos sukelta darbo rinkos krizė, atrodo, ilgam pakeitė biurų ir ypač bendradarbystės erdvių situaciją. Nuotolinis darbas galimai visam ar bent artimiausiems metams taps nauja pasauline tendencija ir stipriai sumažins biurų bei bendradarbystės erdvių paklausą ir užimtumą. 2020 m. kovo mėn. pabaigoje bet kokios bendros darbo ir susitikimų erdvės tapo nebepaklausios, kai reikėjo laikytis socialinės ir fizinės distancijos, pati bendradarbystės erdvės samprata nebeteko svarbiausios misijos – artinti skirtingų sričių profesionalus bei kūrybingus žmones ir skatinti naujų verslo komandų steigimąsi. 2019 m. pabaigoje inkubatoriaus „Kultūros fabrikas“ darbo erdvių vidutinis užimtumas siekė 85%, tuo tarpu, 2020 m. I ketvirtyje prasidėjusi krizė sumažino darbo erdvių užimtumą iki 20%.

Bendruomenės dimensija bus kritiškai svarbi atsigaunant ir atgimstant po krizės. Dėl nuolat egzistuojančio socialinio atsiribojimo, bendruomenės ryšiai gali nutrūkti ir tai sukels „organizacinio kapitalo“ nuosmukį, kurį bus sunku atkurti. Kita vertus, verslininkams, verslo savininkams ir darbuotojams labiau nei bet kada reikės socialinių tinklų ir vietinių ryšių, kad jie galėtų atgaivinti savo verslus, todėl jau 2021 m. galima prognozuoti iki krizinio lygio bendradarbystės ir renginių erdvių paklausos atsigavimą. Bendruomenės stiprybė bus labai svarbi padedant žmonėms vėl susisiekti, kurti naujus tinklus ir palaikyti vieni kitus. Būtent taip ir veikia efektyvios bendradarbystės erdvės: tai bendruomenės centrai, esminiai vietinio verslo ryšių šaltiniai, kurie bus pagrindinės sudedamosios dalys atsigaunant po krizės.

Kūrybinių industrijų sektorius, generuojantis Lietuvoje ir Klaipėdoje apie 2,3% BVP, ypač buvo paliestas pandemijos krizės. Reaguodama į susiklosčiusią padėtį, Nacionalinė kūrybinių ir kultūrinių industrijų asociacija atliko apklausą, siekdama išsiaiškinti, kaip kūrybinių ir kultūrinių industrijų sektorių atstovus paveikė Lietuvos Respublikos ir kitų šalių vyriausybių sprendimai dėl COVID-19 viruso sukeltos pandemijos ir nustatė, kad sektorius nėra pasiruošęs ekstremalioms situacijoms ir neturi tam skirtų rezervų (virš 90% respondentų). Šiuo metu veiklą visiškai sustabdė apie 65% sektoriaus atstovų, dar apie 32% ženkliai ją apribojo, nuotoliniu būdu gali dirbti 2,6% ir tik 1,1% galėjo nestabdyti savo veiklos.

Pagal surinktus duomenis dėl COVID-19 viruso sukeltos ekstremalios situacijos Lietuvoje buvo atšaukta virš 10.000 renginių, apie 5000 renginių planuojama perkelti arba jie irgi bus atšaukti. Gražintinų bilietų į atšauktus ar perkeltus renginius suma (kol kas) sudaro virš 8,1 mln. eurų. 2020 m. KI (kūrybinės industrijos) sektoriuje planuojama atleisti apie 1500 darbuotojų. Ypatingas dėmesys šiam sektoriui reikalingas, nes net ir stabilizavus situaciją dėl COVID-19 viruso bei atšaukus karantiną, kultūros ir kūrybiniai sektoriai atsigauntų daug vėliau nei kiti dėl sumažėjusios bendros gyventojų perkamosios galios ir pakitusių jų prioritetų.

Prognozuojama, kad inkubatoriaus „Kultūros fabrikas“ pajamos 2020 m. mažės apie 50% ir tai nulėms antrus metus iš eilės fiksuojamą bendrą Klaipėda ID veiklos nuostolį.

### **Miesto įvaizdžio ir rinkodaros veiklos tikslas yra sukurti vieningą vizualinį miesto identitetą**

Šiuo metu miestas neturi aiškaus, atpažįstamo, patrauklaus ir šiuolaikiško miesto vizualinio identiteto. Klaipėdos miesto rinkodaros tarybos kartu su Synthesis Consulting Group strategais sukūrtoje bendroje miesto rinkodaros strategijoje „Daugiau erdvės“ numatytas pirmasis žingsnis – miesto vizualinio identiteto ir jį lydinčios vizualinio identiteto platformos sukūrimas.

### **Socialiniai veiksniai, darantys įtaką Klaipėda ID veiklai aprašyti Klaipėdos ekonominės plėtros strategijoje 2030.** Tai yra:

- Darbo rinka: nedarbo lygis Klaipėdos mieste yra mažiausias visoje Lietuvoje. 2016 m. nedarbo lygis siekė 4,6%. Mažas nedarbo lygis yra neigiamas indikatorius naujam ar Klaipėdoje jau esančiam investuotojui. Tai rodo, kad mieste (regione) nėra laisvų darbuotojų, kurie yra gyvybiškai svarbūs sėkmingai įmonės veiklai ir plėtrai. Tolesnis tvarus ekonominis augimas turi būti grindžiamas pridėtinės vertės kūrimu ir inovacijomis.
- Darbo užmokestis: lyginant su kitais Lietuvos miestais, vidutinis DU Klaipėdoje yra santykinai didelis, tačiau aukštos kvalifikacijos reikalaujančių ir gerai apmokamų darbo vietų nėra sukuriama daug.
- Migracija: per 2005-2016 m. laikotarpį beveik 45 tūkst. gyventojų emigravo į kitus regionus. Dalis klaipėdiečių išsikėlė gyventi į priemiesčius, tačiau bendra miesto ir rajono demografinė situacija blogėja.
- Senėjanti populiacija: nors Klaipėdos miesto gyventojai yra vieni jauniausių Lietuvoje, tačiau, kaip ir daugelyje kitų Europos miestų, pastebimos ryškios populiacijos senėjimo tendencijos. 2017 m. pradžioje vidutinis gyventojų amžius (mediana) siekė 42 metus. Tai yra 3 metais daugiau nei prieš dešimt metų. Pagrindinė Klaipėdos regiono senėjimo priežastis yra jaunų žmonių emigracija. Ambicingas populiacijos augimas mažai tikėtinas, jei nebus pritraukiama aukštos kvalifikacijos darbuotojų iš užsienio. Taip pat, būtina įtikinti dabartinius klaipėdiečius pasilikti, o išeivius grįžti į Klaipėdą.
- Švietimas: siekiant į Klaipėdą pritraukti talentų, investicijų ir didinti ekonomikos konkurencingumą, vienas svarbiausių aspektų yra švietimo ir mokslo kokybės didinimas. Įmonių apklausa parodė, kad iš kvalifikuotos darbo jėgos daugiausia planuojama įdarbinti valdymo, inžinerijos ir IT sričių specialistų. Atitinkamai turėtų būti stiprinamos šių sričių programos.

### **Technologiniai veiksniai**

Technologiniai veiksniai yra svarbūs įvertinant naujų technologijų, informacijos srautų poveikį įmonės veiklai, valdymo organizavimui ir įmonių tarpusavio ryšiams.

Įstaiga veikia ir siekia tapti kompetencijų centru Klaipėdos ekonominiam augimui. Tam reikalingi žmogiškieji resursai turi būti koordinuojami ir kompensuojami technologijų pagalba. Technologinė pagalba yra komandos ir klientų valdymo IT įrankiai, projektų valdymo sistema, galimybė įsigyti ar prieiti prie Lietuvos, Klaipėdos miesto ir regiono, Europos duomenų bazių. COVID-19 padarė ypač didelį poveikį orientuojant veiklas į IT, skaitmenines rinkodaros technologijas, kurias būtina išnaudoti norint turėti pranašumą pozicionuojant Klaipėdą, pardavinėjant Klaipėdos vertės pasiūlymą pritraukiant investuotojus.

### **2.1.2. Pagrindiniai teisiniai išorės veiksniai, vietos ir nacionaliniai planavimo dokumentai, turintys įtakos įmonės veiklą reglamentuojančių strateginių planų rengimui**

Įstaiga vadovaujasi savivaldos, viešųjų įstaigų, kitais LR ir Europos Sąjungos teisės įstatymais. Dirbdama su rinkodara, investicijų pritraukimu, verslumo skatinimu ir investicinės aplinkos gerinimu Klaipėda ID nuolat derina esamus ir planuojamus projektus bei veiksmus su įstaigomis, organizacijomis ir verslo struktūromis, kurios dirba su veiklos kryptim susijusia sritimi ar yra atsakinga už nacionalinio lygmens srities kuravimą, pvz. „Investuok Lietuvoje“, „Versli Lietuva“, Savivaldybių asociacija, Infobalt, LR Ambasados, Užsienio reikalų ministerija, Ekonomikos ir inovacijų ministerija, LR Vyriausybė, Lietuvos vėjo elektrinių asociacija, Lietuvos inžinerinės pramonės asociacija, Lietuvos robotikos asociacija, Klaipėdos LEZ, Klaipėdos pramonininkų asociacija, Klaipėdos pramonės ir prekybos rūmai, Klaipėdos valstybinio uosto direkcija, Klaipėdos švietimo institucijos, Skandinavijos ir kitų šalių prekybos rūmai Lietuvoje ir kitomis organizacijomis.

#### **Pagrindiniai miesto strateginiai dokumentai, darysią įtaką įmonės veikloms:**

- Klaipėdos ekonominės plėtros strategija, kur Klaipėda ID yra numatyta kaip viena iš pagrindinių įgyvendinančių institucijų.
- Klaipėdos jaunimo veiklos strategija 2030.

2013 m. balandžio mėn. 25 d. KMS tarybos sprendimu Nr. T2-79 buvo patvirtintas KMS 2013-2020 m. strateginis plėtros planas, prie kurio įgyvendinimo prisideda ir Klaipėda ID:

- III prioritete, skirtame miesto konkurencingumo didinimui, įstaigai yra deleguotos vykdyti tam tikros priemonės iš šių uždavinių:

3.1.4. UŽDAVINYS. Skatinti investicijų pritraukimą.

3.3.4. UŽDAVINYS. Sudaryti sąlygas kultūrinių ir kūrybinių industrijų plėtrai.

## **2.2. PAGRINDINIAI VIDAUS VEIKSNIAI**

### **2.2.1. Organizacinė struktūra ir žmogiškieji ištekliai**

Agentūros organizacinė struktūra išryškina 3 pagrindines Agentūros veiklos sritis: (1) investicijų ir investicinės aplinkos, (2) kūrybinių industrijų ir verslumo skatinimo bei (3) miesto įvaizdžio formavimo ir rinkodaros.

2019 m. gruodžio mėn. 31 d. dirbo 11 žmonių šiuose struktūriniuose padaliniuose/skyriuose:

1. Administracija (įstaigos direktorius).
2. Investicijų ir investicinės aplinkos skyrius (3 darbuotojai: skyriaus vadovas, investicinės aplinkos projektų vadovė, švietimo projektų vadovė).
3. Verslumo ir kūrybinių industrijų skyrius/inkubatorius „Kultūros fabrikas“ (3 darbuotojai: dir. pavaduotoja kūrybinėms industrijoms ir inkubatoriui „Kultūros fabrikas“ (KUFA), verslo klientų vadovė, klientų aptarnavimo vadovė).
4. Miesto įvaizdžio ir rinkodaros (2 darbuotojai: rinkodaros skyriaus vadovė, rinkodaros ir komunikacijos specialistė).

2020 m. priimti 3 papildomi darbuotojai į 2,5 etatus:

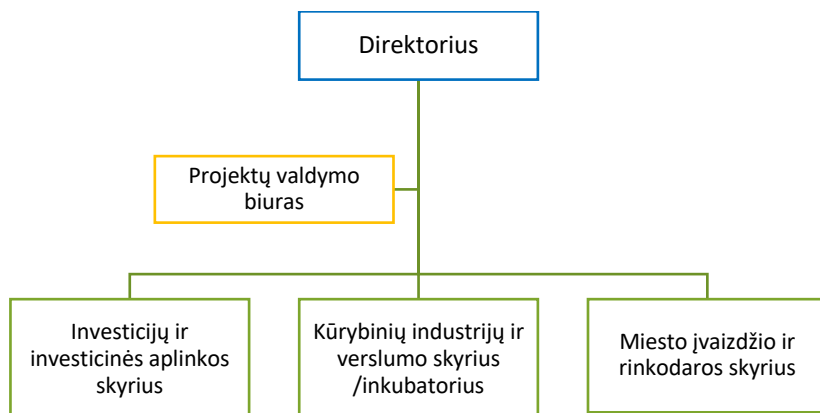
1. Projektų valdymo biuro specialistė (0,5 et.).
2. Talentų projektų vadovė (1 et.).
3. KUFA informacijos centro administratorė (1 et.).

Išsiginant Agentūros veiklos sritis ir tikslus, siūloma ateityje atskirti investicijų pritraukimo ir investicinės aplinkos padalinius-skyrius, kadangi investicinės aplinkos gerinimo veiklas jau nuo 2020



m. planuojama organizuoti per talentų pritraukimo, švietimo gerinimo ir panašias sritis, neturinčias tiesioginių sąsajų su aktyviu investicijų pritraukimu.

Schema Nr. 1: Klaipėda ID organizacinė struktūra 2019-2020 m.



### 2.2.2. Finansiniai ištekliai ir jų administravimas

**Per 2019 m. Klaipėda ID vykdomos veiklos pajamos sudarė 585 780 EUR (be PVM).** Iš jų:

- Inkubatoriaus „Kultūros fabrikas“ pajamos už teikiamas paslaugas – 149 093 EUR;
- Pagal viešą pirkimą vykdomos Klaipėdos m. savivaldybės sutarties (Nr. J9-1780) „Viešųjų paslaugų smulkiam vidutiniam verslui teikimo paslaugos verslo inkubatoriuje“ pajamos – 68 836 EUR;
- Klaipėdos miesto savivaldybės pagal viešą pirkimą vykdomos sutarties verslo skatinimo ir miesto rinkodaros priemonių sukūrimui pajamos – 19 528 EUR;
- Sutarties dėl „Klaipėdos miesto smulkaus ir vidutinio verslo skatinimo bei investicijų pritraukimo priemonių įgyvendinimo“ finansavimo pajamos – 134 000 EUR;
- Kitos finansavimo pajamos – 214 323 EUR (tame tarpe 170,8 tūkst. EUR KUFA rekonstrukcijos projekto subsidija ilgalaikio turto iš ES paramos nusidėvėjimo sąnaudoms padengti).

**Klaipėda ID vykdomos veiklos sąnaudas 2019 m. sudarė 616 039 EUR (be PVM).** Iš jų:

- Darbo užmokestis ir su juo susijusios sąnaudos – 246 794 EUR;
- Ryšių sąnaudos – 4 254 EUR;
- Inkubatoriaus Bangų g. patalpų išlaikymo sąnaudos – 74 680 EUR;
- Patalpų Šaulių g. išlaikymo sąnaudos – 1 044 EUR;
- Automobilių kuro ir eksploatacijos sąnaudos – 3 999 EUR;
- Inkubatoriaus Bangų g. pastato remontas ir pagerinimai – 13 588 EUR;
- Komandiruočių sąnaudos – 18 057 EUR;
- Kitos sąnaudos – 82 765 EUR;
- Ilgalaikio turto amortizacijos ir nusidėvėjimo sąnaudos – 170 858 EUR (Inkubatoriaus „Kultūros fabrikas“ ilgalaikio turto įsigyto už ES paramą nusidėvėjimas).

2019 m. pabaigoje grynasis nuostolis yra 30 259 EUR, jis finansuotas iš Agentūroje sukaupto pelno ir rezervų nuo 2013 m. 2019 m. pabaigoje sukauptas įstaigos pelnas sumažėjo iki 561 EUR.

2019 m. pabaigoje KMSA parengė trimetę finansavimo programą SVV ir investicijų skatinimui, kuri buvo pasirašyta 2020 m. vasario mėn. 17 d. Nr. J9-652, vadovaujantis Smulkiojo ir vidutinio verslo ir investicijų skatinimo programos dalinio finansavimo tvarkos aprašu, patvirtintu Klaipėdos miesto savivaldybės tarybos 2017 m. kovo mėn. 30 d. sprendimu Nr. T2-66 „Dėl Smulkiojo ir vidutinio verslo ir investicijų skatinimo programos dalinio finansavimo tvarkos aprašo patvirtinimo“.

**Biudžeto lėšų naudojimo sutartyje numatytas finansavimas:**

- 2020 m. skiriama 396 800 EUR.
- 2021 m. skiriama 548 300 EUR.
- 2022 m. skiriama 563 700 EUR.

Nuo 2021 m. pagal šią su savivaldybe pasirašytą biudžeto lėšų finansavimo sutartį bus finansuojami ir startuoliai. Šiai priemonei numatyta apie 100 tūkst. EUR suma per metus.

Tačiau reikia pabrėžti, kad be „Kultūros fabriko“ viešų inkubavimo paslaugų ir renginių organizavimo paslaugų Agentūra mokamų paslaugų neteikia ir strateginėje trijų metų perspektyvoje to daryti neplanuoja. Iš vienos pusės, diversifikacija ieškant finansavimo per ES paramos projektus yra sveikintina kaip amortizacinė priemonė, pasikeitus aplinkybėms leidžianti toliau tęsti veiklą ir turėti laiko finansų pergrupavimui. Kita vertus, kiekvienas ES projektas reikalauja nuosavo prisidėjimo (15%) ir apyvartos lėšų vidutiniškai 10 mėn. laikotarpiui, tad iš esmės kiekvieną kartą dalyvaujant projekte Agentūra aukoja strateginiams tikslams numatytas lėšas, tam, kad gautų daugiau lėšų veikloms, kurios ne visada atitinka strateginius tikslus.

Dėl COVID-19 krizės inkubatoriuje uždirbtos pajamos iš paslaugų 2020 m. mažės apie 50% (dėl atšauktų ir neorganizuojamų renginių bei mažėjančios paklausos nuolatinėms darbo erdvėms); krizė greičiausiai atsilies ir 2021 m. paklausos ir pajamų mažėjimui.

Reikia pabrėžti, kad savivaldybės SVV viešų paslaugų teikimo inkubatoriuje finansavimo sutartis baigiasi 2019 m., taip pat Agentūros siūlomos paslaugos inkubatoriuje „Kultūros fabrikas“ kūrybiniams rezidentams SVV subjektams turi būti teikiamos mažesne nei rinkoje kaina, bet ne mažesne nei savikainos kaina. Skirtumas tarp savikainos bei rinkos kainų iki šiol buvo dengiamas iš savivaldybės sutarties bei inkubatorius uždirbtų pajamų renginių organizavimo srityje lėšų.

### 3. ĮSTAIGOS MISIJA, STRATEGINIAI TIKSLAI, UŽDAVINIAI IR PRIEMONĖS

**MISIJA:** Inicijuoti ir kartu su partneriais įgyvendinti reikalingus pokyčius didinant Klaipėdos ekonominį konkurencingumą. Sudaryti sąlygas verslui kurti aukštos kvalifikacijos darbo vietas miesto strategijoje numatytose prioritetiniuose sektoriuose.

**VIZIJA:** Klaipėda – investavimui patrauklus skandinaviškos gyvenimo kokybės miestas su kasmetiniu gyventojų prieaugiu.

#### 3.1. ĮSTAIGOS MISIJAI ĮGYVENDINTI NUSTATYTI TIKSLAI IR UŽDAVINIAI

1. Investicinė aplinka atitinka modernaus verslo poreikius:
  - Į darbo rinką orientuotas švietimas.
  - Talentų pritraukimas ir išlaikymas.
  - Siūlymai investicinės aplinkos tobulinimui.
2. Investuotojų pritraukimas:
  - Klaipėdos investicinių produktų sukūrimas ir vystymas.
  - Aktyvūs produktų pardavimai.
3. Verslumo skatinimas:
  - Kūrybinių industrijų facilitavimas.
  - Verslumo renginių ir mokymų organizavimas.
  - Startuolių ekosistemos sukūrimas.
4. Miesto įvaizdžio gerinimas ir rinkodara:
  - Klaipėdos stiprybių pristatymas.
  - Klaipėdos rinkodaros koordinavimas.

**Klaipėda ID iškeltų 4 strateginių tikslų ir uždavinių detalesnis aprašymas:**

##### 3.1.1. Investicinės aplinkos gerinimas

Investicinė aplinka (IA) susideda iš didesnių dalių (infrastruktūra, švietimo sistema, darbuotojų pasiūla, susisiekimasis) ir mažesnių, mažiau apčiuopiamų ar pamatuojamų aspektų (investuotojo aptarnavimo kokybė, viešojo ir privataus sektoriaus lankstumas, komunikacija ir kt.). Nacionalinio lygmens IA gerinimu užsiima nacionalinė investicijų pritraukimo agentūra (angl. Investment Promotion Agency (IPA)) VšĮ „Investuok Lietuvoje“. Jų veikla dažniausiai orientuota į visos Lietuvos kontekstą. Miestų ir regionų lygmenyje veikia kito lygmens agentūros. Čia galima rasti panašių į nacionalinio lygmens aspektus: švietimas, infrastruktūra, leidimai ir mokesčiai, kurie yra miesto savivaldybės prerogatyvoje ir kt. Šias sritis iš esmės ar dalinai gali įtakoti, keisti ir gerinti vietos valdžia ir tai yra labai svarbi sritis norint paskatinti naujus investuotojus rinktis miestą naujam investiciniam projektui ar paskatinti mieste jau egzistuojančių investuotojų plėtrą.

Pagrindiniai Klaipėdos miesto IA aspektai yra švietimo gerinimas visuose švietimo grandinės lygiuose, specialistų pritraukimas ir išlaikymas mieste, susisiekimasis su miestu, infrastruktūra, leidimai, savivaldybės lankstumas, atvirumas ir greitis, finansinės paskatos.

## **I darbo rinką orientuotas švietimas**

Norint sistemiškai ir nuosekliai ugdyti Klaipėdai reikalingus specialistus, kurie baigę mokslus gautų kokybišką, gerai apmokamą darbą, reikia turėti kokybiškus savo sritį išmanančius karjeros specialistus Klaipėdoje. Tam yra numatytos 2021 m. priemonės: karjeros specialistų kompetencijų programos parengimas ir vykdymas, karjeros specialistų programos parengimas. Taip pat, planuojami nuoseklūs darbai skatinant moksleivius rinktis inžinerines specialybes bei iniciatyvos padedančios gerinti aukštųjų mokyklų studijų kokybę.

## **Siūlymai investicinės aplinkos tobulinimui**

Be vienu svarbiausių investicinės aplinkos mieste gerinimo sričių, t.y. talentų pritraukimo ir švietimo sistemos gerinimo, yra eilė kitų kriterijų, į kuriuos investuotojai ypač kreipia dėmesį rinkdamiesi lokaciją investiciniam projektui ar jo plėtrai. Šie kriterijai yra susisiekimas, leidimų gavimas, infrastruktūra, minkštojo nusileidimo (angl. Softlanding) galimybės mieste.

2020 m. pradedamas vykdyti pilotinis SLD išdavimo pagreitinimo procesas, kuriuo siekiama optimizuoti savivaldos lygmens procesus susijusius su investuotojo atėjimu į Klaipėdą.

## **Talentų pritraukimas ir išlaikymas**

Tam, kad Klaipėda pritrauktų naujų talentų į miestą, būtina pasiūlyti motyvacinį ir išskirtinį paketą talentui atvykti, likti, dirbti ir gyventi Klaipėdoje. 2020 m. numatoma paruošti motyvacinių paketų talentams formatą, aprašą, argumentaciją ir reikalingų tvarkų parengimą ir patvirtinimą miesto Taryboje. Bus siekiama 2021 m. šiems paketams skirti 100 000 EUR investiciją ir juos panaudoti pritraukiant talentus į Klaipėdą.

Klaipėdoje jau esantys ar norintys atvykti talentai dažnai nežino visų galimybių Klaipėdoje, taip pat nežino ar jiems yra ar bus sunku rasti informaciją, darbą, būstą, persikelti su šeima. Šiai problemai išspręsti bus sukurta talentų integracijos ir minkšto nusileidimo (angl. Softlanding) programa ir teikiamos asmeninės ir kolektyvinės konsultacijos talentams.

Taip pat planuojama sistemingai dirbti su lietuvių bendruomenėmis užsienyje, stiprinti ryšius su klaipėdiečiais kitose šalyse ir kituose miestuose.

Siekiant pritraukti ir išlaikyti talentus planuojamos dvi viena kitą palaikančias ir papildančias kampanijos:

- Rinkodaros kampanija, kurios tikslas aiškiai pozicionuoti Klaipėdą, kaip patrauklų miestą studijuoti. Ši kampanija skirta mieste veikiančių aukštųjų mokyklų rinkodaros veiksmų papildymui ir sustiprinimui. Aukštosios mokyklos rengia rinkodaros veiksmus, skirtus pritraukti studentus į jų vykdomas studijų programas. Ši Klaipėda ID vykdoma kampanija, siekia respublikiniu lygmeniu gerinti Klaipėdos, kaip patrauklaus miesto studijoms, įvaizdį. Planuojama viena tokia kampanija per metus.
- Rinkodaros kampanija, kurios tikslas pakviesti jaunos profesionalus išmėginti gyvenimą ir darbą Klaipėdos mieste šiltuoju metų laiku. Klaipėdos privalumai daugeliui išryškėja šiltuoju metų laiku, todėl planuojama kasmet organizuoti kampaniją pavadinimu „Workation Klaipėda“, kuria laisvai samdomi specialistai bei įvairių organizacijų komandos kviečiamos patirti darbą ir gyvenimą Klaipėdoje. Kampanijos metu viešinamos skirtingos darbui palankios vietos (bendradarbybės erdvės, viešosios erdvės, kavinės ir pan.) bei laisvalaikio galimybės mieste.

### **3.1.2. Investicijų pritraukimas**

Naujų investicijų pritraukimas ir reinvesticijų skatinimas yra vienas iš kelių ekonomikos, pragyvenimo lygio, gerovės ir pridėtinės naudos kūrimo mieste variklių. Kitaip nei pagal kitų Lietuvoje veikiančių miesto vystymo agentūrų (Go Vilnius ir Kaunas IN) praktiką, Klaipėda ID apsiima proaktyviu investicijų pritraukimu į miestą. Klaipėda ID užsiima konkrečių vertės pasiūlymų formavimu, pardavimų plano ir investuotojų aptarnavimo tvarkos sudarymu ir vykdymu, rinkodaros strategijos formavimu. Panašia veikla užsiima Investuok Lietuvoje, tačiau norint padidinti Klaipėdos galimybes pritraukti investuotojus, Klaipėda ID derina veiksmus su Investuok Lietuvoje ir taip nedubliuoja funkcijų, o viena kitą papildo.

Investicijų pritraukimas yra kompleksinis ir ilgas procesas. Vien Lietuvoje turima patirtis rodo, kad nuo pirmo kontakto su investuotoju iki investicijos projekto patvirtinimo gali praeiti net 9-15 m. Tai priklauso ne tik nuo investuotojo planų plėstis, bet ypač nuo lokacijos vertės pasiūlymo, vertės pasiūlymo pardavimo ir fasilitavimo.

Pagal Lietuvos ir kitų užsienio šalių ar miestų, tarptautinių organizacijų (Wavteq, fDi Intelligence, Site Selectors Guild, SSON, IDA, Deloitte ir kt.) gerąsias praktikas yra esminių veiksmų rinkinys, kaip ir ką turėtų daryti ekonominės plėtros ir/ar investicijų pritraukimo agentūra ir lokacijos (Klaipėdos) suinteresuotos šalys, norėdamos sudominti, pritraukti ir išlaikyti investuotoją. Norint atitikti geriausias praktikas ir nedaryti jau kažkieno kartotų klaidų, planuojama sukurti atitinkamą programą, kuri taps gairėmis vykdyti investuotojų pritraukimą ir aptarnavimą.

Klaipėda ID planuoja vykdyti aktyvius Klaipėdos vertės pasiūlymo formavimo darbus bei pardavimus pritraukiant naujas investicijas ir skatinant reinvesticijas Klaipėdoje. Šiuo metu planuojama apsiriboti paslaugų industrijos sektoriumi. Ateityje, augant Klaipėda ID kolektyvui, būtų naudinga pradėti dirbti ir su kitomis industrijomis.

## **Klaipėdos investicinių produktų sukūrimas ir vystymas**

Siekama sukurti bendrą Klaipėdos vertės pasiūlymą investuotojams, kurį galėtų naudoti tiek Klaipėda ID, tiek partneriai ir suinteresuotos šalys. Atsiradus konkrečiam investuotojui nuo užklauso pradžios per 1 mėn. siekiama sukurti ir pateikti individualų vertės pasiūlymą.

## **Aktyvūs produktų pardavimai**

Tai yra pagrindinė priemonė, siekiant į miestą pritraukti investuotojus. Investicijų pritraukimo procese ypač didelę reikšmę užima tarpininkai/partneriai: konsultacinės įmonės (Deloitte, EY, PWC, CBRD, Colliers ir kt.), suinteresuotos šalys (ambasados, komercijos atašė), profesionalūs investuotojų konsultantai. Šios priemonės tikslas – identifikuoti reikšmingiausius partnerius, užmegzti su jais ryšį, pristatyti jiems Klaipėdą, siekti, kad jie taptų Klaipėdos ambasadoriais pritraukiant investicijas bei nuosekliai dirbti kartu.

Lokacijos vertės pasiūlymo pristatymas užsienyje (individualūs susitikimai, parodos, konferencijos) yra viena veiksmingiausių priemonių siekiant sugeneruoti naudingus kontaktus (angliškai *leads*) ir vėliau juos paversti konkrečiais investiciniais projektais. Šiuo tikslu planuojami vizitai į tinkamas parodas, renginius, konferencijas bei susitikimai su potencialiais investuotojais ar tarpininkais.

Siekiant palaikyti pardavimų veiksmus ir taip į miestą pritraukti bei jame išlaikyti daugiau verslų, planuojamos tikslinės pardavimų rinkodaros priemonės investicijų pritraukimo srityje:

- Tikslinės žinutės LinkedIn, skirtos pristatyti Klaipėdos miesto vertės pasiūlymą.
- Informaciniai pranešimai ir straipsniai nacionalinėje žiniasklaidoje apie Klaipėdos miesto ekonomikos galimybes.
- Informaciniai pranešimai ir straipsniai užsienio žiniasklaidos priemonėse.
- Kartą per metus atnaujinamas leidinys investuotojams, pristatantis visus išgrynintus vertės pasiūlymus.

- Kartą per metus atnaujinami vertės pasiūlymų leidiniai (vienlapiai), kuriuose pristatomos konkrečios industrijos.
- Reguliariai atnaujinama vizualinė medžiaga, kuri naudojama pardavimų rinkodarai ir komunikacijai

### 3.1.3. Verslumo ir kūrybinių industrijų skatinimas

Verslumo (angl. Entrepreneurship) skatinimas yra viena iš spartaus ekonomikos augimo kryptų ir Klaipėda ID tą planuoja daryti keliomis kryptimis. Pirma, išnaudojant kūrybinio inkubatoriaus infrastruktūrą, teikiamas verslumo paslaugas ir kompetencijas. Antra, inicijuojant nuoseklų startuolių ekosistemos Klaipėdoje vystymą.

Reikia pastebėti, kad būtent įstaigos valdomame inkubatoriuje „Kultūros fabrikas“ 2019 m. įvairių įstaigos iniciatyvų dėka įsisteigė trys startuolių komandos iš skirtingų kūrybos industrijų sričių. Klaipėda ID taip pat inicijuoja Klaipėdos miesto kūrybos industrijų (KI) sektoriaus, kurio sukuriama ekonominė vertė generuoja apie 2,3% BVP, skatinimo veiklas: paklausos tyrimus, bendruomenės bei verslumo renginius ir kt. iniciatyvas.

Klaipėdos KI prioritetinių sektorių plėtra prisidės prie miesto atvirumo ir kūrybingumo kaip prekės ženklo kūrimo. Be to, sumanios miesto specializacijos kontekste skatins diegti originalius dizaino ir rinkodaros sprendimus gamybos procesuose ir (ar) paslaugų srityse. KI ekosistemos subjektai remis miesto įmonių kūrybinių inovacijų projektus, vykdomus kūrybinių industrijų (dizaino, medijų ir rinkodaros) srityse, bendradarbiaujant su mokslo ir studijų institucijomis.

### Startuoliai ir kokybiškai veikianti jų ekosistema

Tai turi ypač didelę pridėtinės naudos ir ekonomikos augimo galią miestui. Startuoliai pagal apibrėžimą yra spartų augimo potencialą turinčios į aukštą pridėtinę vertę kuriantį sektorių orientuotos įmonės, dar neturinčios tvaraus veikimo modelio ir kurioms reikalingas išorinis kapitalas. Tokie startuoliai yra ypač aukštos kvalifikacijos specialistų traukos centras, jie moka vidutinį arba aukštą atlyginimą, turi ir kuria naujas technologijas ir Know-how, pritraukia išorinį kapitalą, kuris yra ypač greitai investuojamas, o sėkmės atveju greitai plečiasi ir kuria daug darbo vietų.

Klaipėdoje startuolių ekosistema yra ypač silpna palyginus su Kaunu ar Vilniumi ir šiai sričiai yra būtina skirti didelį dėmesį.

Siekama ne tik vystyti startuolių ekosistemą Klaipėdoje, bet ir suteikti tiesioginę jų naudą Klaipėdos savivaldybei ir jos teikiamų paslaugų kokybei. 2020 m. kartu su savivaldybe siekiama išgryninti savivaldos poreikius, problemas ir galimybes, kur startuoliai galėtų padėti spręsti problemas ar pagerinti savivaldos veikimo principus, teikiamas paslaugas.

Norint pritraukti daugiau startuolių į Klaipėdą ir padėti vystyti jau mieste veikiantiems startuoliams yra būtina turėti ir kasmet vykdyti startuolių akseleravimo programą. Tai yra intensyvi 2-5 mėn. konsultacijų ir praktikų programa, kurios metu startuoliai intensyviai vysto savo produktą ar paslaugą, grynina vertės pasiūlymą, verslo modelį, klientus, rinkas, ieško išorinio kapitalo. Tai jiems padeda daryti skirtingi savo sričių profesionalai.

### 3.1.4. Miesto įvaizdžio gerinimas ir rinkodara

Įstaigos veikla rinkodaros srityje yra kompleksinė ir diversifikuota, apimanti įvairias priemones susijusias su miesto rinkodara bendrai bei rinkodaros priemonėmis susijusiomis su labai

konkrečiomis tikslinėmis agentūros auditorijomis (talentai, studentai, investuotojai, tarpininkai ir kt.).

### **Klaipėdos rinkodaros koordinavimas**

Šis koordinavimas yra būtinas ne tik norint formuoti miesto įvaizdį, bet ir siekiant optimizuoti bei tobulinti miesto rinkodaros veiklas. Šiuo metu miestas neturi vientiso, atpažįstamo identiteto. Dėl to yra švaistoma daug lėšų, nes kiekviena įstaiga, organizacija ar savivaldybės skyrius kuria skirtingas rinkodaros strategijas, tarp kurių nėra sinergijos.

Kartu su Klaipėdos miesto rinkodaros taryba yra planuojamas bendro miesto vizualinio identiteto sukūrimas bei miesto rinkodaros priemonių koordinavimas. Klaipėdos miesto rinkodaros tarybos kartu su Synthesis Consulting Group strategais sukūrtoje bendroje miesto rinkodaros strategijoje „Daugiau erdvės“ numatytas pirmasis žingsnis: miesto vizualinio identiteto ir jį lydinčios skaitmeninės vizualinio identiteto platformos sukūrimas.

Siekiant klaipėdiečius apjungti po naujuoju miesto prekės ženklu, jis turi reprezentuoti jų individualumą ir aktyvuoti miesto bendruomenes, suteikiant joms įrankius kurti unikalų savo identitetą. Klaipėdiečių identiteto generavimo įrankis turi savyje talpinti tiek Klaipėdos stiliaus, tiek skirtingų bendruomenių atributus bei asmeninius elementus. Laukiamas rezultatas – įsitraukimas ir miestiečių pagalba sukurtas naujas miesto identitetas.

Sukūrus identiteto bei įvaizdžio medžiagą, planuojama tikslinga komunikacija prioritetinėms auditorijoms (gyventojai, verslas, turistai), tęstinė bendra miesto įvaizdžio komunikacija ir fokusuotos kampanijos gyventojų bei verslo segmentų pritraukimui. Šiuose žingsniuose persidengia ne vienos miesto institucijos, organizacijos, įstaigos auditorijos ir prioritetai. Taigi, Klaipėda ID veikia šiuose žingsniuose numatoma labiau koordinacinio pobūdžio.

### **Klaipėdos stiprybių pristatymas**

Tai yra nuolatinė Klaipėda ID rinkodaros komandos (2 darbuotojai) veikla. Įdomaus ir matomo turinio apie Klaipėdos vertės pasiūlymą investuotojams bei talentams kūrimas ir viešinimas užima didžiąją dalį šios nedidelės komandos darbo laiko. Keliamas tikslas ir toliau kurti įtraukiantį ir informatyvų turinį, jį viešinti bei auginti naujienlaiškio gavėjų bei socialinių tinklų auditorijas.

Siekiant auginti miesto matomumą tarptautiniame lygmenyje, planuojama teikti paraiškas pasauliniams reitingams. Šios paraiškos suteikia galimybę miestui būti nominuotam, paminėtam ar būti aukštai reitinguotam pagal miesto pozicionavimui svarbius parametrus. Tai suteikia plačias rinkodaros galimybes. Paraiškas siekiama pateikti ne mažiau kaip 5 reitingams kasmet.

## 4. TIKSLŲ ĮGYVENDINIMO UŽDAVINIAI, PRIEMONĖS IR VERTINIMO KRITERIJAI

Lentelė Nr. 4: Tikslai, uždaviniai, produktai ir rodikliai<sup>1</sup>

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
1.1. Į darbo rinką orientuotas švietimas	Mokinių švietimas siekiant paskatinti rinktis inžinerinę specialybę	<p>2020: Iniciatyvos 1-4, 9-12 kl. Moksleiviams</p> <p>2021: Iniciatyvos 1-4, 5-8, 9-12 kl. Moksleiviams</p> <p>2022: Iniciatyvos 1-4, 5-8, 9-12 kl. Moksleiviams</p> <p>2020-2022: Ateityje reikalingų profesijų pristatymai mokyklose (1/metus)</p>	<p>2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 400 mokinių aplanko inžinerines įmones.</li> <li>• Inžinerinių įmonių specialistai dalyvauja 4 mokyklų moksleivių projektinėse veiklose.</li> <li>• Klaipėdos aukštųjų mokyklų dėstytojai bei studentai dalyvauja 4 mokyklų moksleivių projektinėse veiklose.</li> <li>• 5 mokyklų pradinį kl. mokytojai dalyvauja Teachers Lead Tech programoje.</li> </ul> <p>2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 400 mokinių aplanko inžinerines įmones.</li> <li>• Inžinerinių įmonių specialistai dalyvauja 5 mokyklų moksleivių projektinėse veiklose.</li> <li>• Klaipėdos aukštųjų mokyklų dėstytojai bei studentai dalyvauja 5 mokyklų moksleivių projektinėse veiklose.</li> <li>• Augantis Klaipėdos gimnazistų, besidominčių inžinerinės krypties studijomis, procentas.</li> <li>• Šešėliavimo programos prototipas – 2 mokyklos.</li> </ul> <p>2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 400 mokinių aplanko inžinerines įmones.</li> <li>• Inžinerinių įmonių specialistai dalyvauja 6 mokyklų moksleivių projektinėse veiklose.</li> <li>• Klaipėdos aukštųjų mokyklų dėstytojai bei studentai dalyvauja 6 mokyklų moksleivių projektinėse veiklose.</li> <li>• Augantis Klaipėdos gimnazistų, svarstančių inžinerinės krypties studijas, procentas.</li> <li>• Šešėliavimo programos vykdymas – 6 mokyklos.</li> </ul>	<p>Tikslas – didinti studentų, studijuojančių Klaipėdos aukštosiose mokyklose inžinerinės pakraipos studijų programose skaičių. Viena iš tikslinių auditorijų – Klaipėdos moksleiviai ir Klaipėdos regiono moksleiviai.</p> <p>Galimas scenarijus, kad moksleivius sudominsime ir jie pasirinks inžinerinės krypties studijas, bet pasirinks studijuoti ne Klaipėdoje. Studijų Klaipėdoje gerinimui ir populiarinimui skirti kiti švietimo ir rinkodaros projektai.</p> <p>Svarbu užtikrinti programų tęstinumą – į programas įtraukti ne tik naujus, bet ir programoje jau dalyvavusius moksleivius pasiūlant jiems kitą turinį.</p>

<sup>1</sup> Į šiuos uždavinius nėra įtraukti uždaviniai numatyti KEPS 2030, kadangi pirma būtina užsitikrinti minimalų finansavimą



Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
1.1. Į darbo rinką orientuotas švietimas	Karjeros specialistų kompetencijų programos parengimas ir vykdymas.	2020: programos parengimas. 2021: programos vykdymas ir tobulinimas. 2021: programos vykdymas ir tobulinimas.	2020: paruošta programa. 2021: apmokyta 20% Klaipėdos miesto mokyklų karjeros specialistų. 2022: apmokyta 60% Klaipėdos miesto mokyklų karjeros specialistų.	Siekiami, kad karjeros specialistai daugiau bendradarbiautų su verslu bei aukštojo mokslo įstaigomis, kad rekomenduotų studijas Klaipėdoje.
1.1. Į darbo rinką orientuotas švietimas	Aukštųjų mokyklų studijų kokybės gerinimas.	2020: 1 programų prioritetingose augimo srityse inventorizacija.	2020: paruošta prioritetingų su KEPS susijusių studijų kryptių Klaipėdos aukštosiose mokyklose apžvalga.	Norint tobulinti studijų kokybę prioritetingose srityse, būtina pradėti nuo tokių studijų programų inventorizacijos ir apžvalgos. Tada bus žinoma, kiek ir kokių studijų programų, atitinkančių prioritetingas kryptis jau yra, kokių trūksta ir kurias būtina tobulinti.
		2020: 4 verslo peržiūrėtos programos. 2021: 4 verslo peržiūrėtos programos.	2020: • 20% daugiau įstojusių į peržiūrėtas programas. 2021: • 20% daugiau įstojusių į peržiūrėtas programas. • Augantis Klaipėdos aukštųjų mokyklų inžinerinių studijų programų žinomumas Lietuvoje.	Kartu su verslo atstovais peržiūrimos studijų programos padeda aukštosioms mokykloms tobulinti programas, padeda generuoti reikšmingą ir pozityvų turinį regioninėje ir nacionalinėje spaudoje.
		2020-2022: koordinacinių susitikimų su aukštosiomis mokyklomis – 4/metus.	2020-2022: • 4 Klaipėdos miesto aukštųjų mokyklų konsorciumo susitikimai / metas. • Nuolatiniai koordinaciniai susitikimai su aukštosiomis mokyklomis pagal poreikį.	Susitikimai su aukštosiomis mokyklomis būtini partnerystės palaikymui, ruošiant bendras rinkodaros kampanijas, norint geriau suprasti aukštųjų mokyklų iššūkius ir būti informuotiems apie įvairias mokyklų iniciatyvas.
		2020-2022: naujos ir tobulinamos studijų programos.	2020: • 1 Aukštosios mokyklos ir IT įmonės bendra programa. • Blue Growth Leaders Academy įkūrimas. 2021 – 2022: • 1 Aukštosios mokyklos ir IT įmonės bendra programa / metas. • Blue Growth Leaders Academy tobulinimas ir populiarinimas. • Klaipėdoje atidarytas KEPS strateginėms kryptims reikalingas studijų programos siūlantis universiteto padalinys	Blue Growth Leaders Academy siekiame aiškiai pozicionuoti Klaipėdą kaip mėlynosios ekonomikos centrą Lietuvoje. Norint stiprinti IT studijų programas Klaipėdos aukštosiose mokyklose, siekiame glaudesnio bendradarbiavimo tarp verslo ir aukštųjų mokyklų. Bendros programos su IT įmonėmis užtikrina, kad studijų programa atitinka naujausius rinkos poreikius ir tendencijas.

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
1.1. Į darbo rinką orientuotas švietimas	Projektas „Building bridges for green-tech future“.	2020: žaliųjų technologijų stovykla „Švarus transportas“.	2020: dalyviai iš 5 šalių, 50 dalyvių.	
		2020: žaliųjų technologijų olimpiada.	2020: dalyviai iš 5 šalių, 50 dalyvių.	
		2020: stažuočių programa.	2021: 25 stažuotojai pagal programą.	
		2020-2021: projekto žinomumo didinimas.	2020: 72 socialinių tinklų žinutės. 2021: 48 socialinių tinklų žinutės.	

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
1.2. Talentų pritraukimas ir išlaikymas	Ryšių su Klaipėdos išeiviais stiprinimas.	2020-2022: koordinuojamas alumnų tinklas.	2020: <ul style="list-style-type: none"> <li>4 informaciniai pranešimai alumnams.</li> <li>1 bendra Klaipėda ID ir Alumnų iniciatyva, susijusios su KEPS strateginėmis kryptimis.</li> </ul> 2021-2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>4 informaciniai pranešimai alumnams / metus.</li> <li>3 bendros Klaipėda ID ir Alumnų iniciatyvos, susijusios su KEPS strateginėmis kryptimis / metus.</li> </ul>	Formuojant ir palaikant alumnų tinklą fokusuojamės ne į narių kiekybę, bet į kokybę. Siekiame pritraukti ir išlaikyti profesionalus, kurie nori aktyviai įsitraukti ir kurti iniciatyvas, susijusias su KEPS strateginėmis kryptimis. Apima ir Klaipėdiečius užsienyje ir kituose Lietuvos miestuose.
1.2. Talentų pritraukimas ir išlaikymas	Motyvacinių paketų talentams sukūrimas.	2020: Motyvacinių paketų talentams koncepcijos išgryninimas, finansavimo modelio sukūrimas. 2021: Motyvacinių paketų talentams pristatymas, testavimas ir tobulinimas. 2022: Motyvacinių paketų talentams administravimas, analizė ir tobulinimas.	2020: <ul style="list-style-type: none"> <li>Paruošta ir miesto Tarybai pristatyta talentų pritraukimo koncepcija, apibūrinanti, kokius talentus Klaipėdai būtina pritraukti ir kokiomis priemonėmis to rekomenduojama siekti.</li> </ul> 2021-2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gaunamos tikslinės auditorijos užklauso dėl motyvacinių paketų.</li> <li>Tikslinės auditorijos talentai pasinaudoję motyvaciniais paketais.</li> <li>Paruošti motyvacinių paketų poveikio įvertinimas ir tobulinimo gairės (kasmet).</li> </ul>	Kadangi konkurencija už talentus labai intensyvi ir tik stiprėja, reikalingi išskirtiniai pasiūlymai tikslinių sričių profesionalams pritraukti ir išlaikyti mieste. Pradedame nuo analizės, kuri padės suprasti, kokie talentai yra svarbiausi siekiant strateginių tikslų ir kokios priemonės juos galėtų motyvuoti. 2021-2022 m. rodikliuose nenurodyti kiekybiniai parametrai, nes jie priklausys nuo 2020 m. priimtų sprendimų ir pasirinktų kryptų bei tikslinių auditorijų (pvz. ar motyvaciniai paketai bus kuriami tam, kad pritrauktų 500 IT specialistų į miestą ar 5 pasaulinio lygio dėstytojus į universitetą).
1.2. Talentų pritraukimas ir išlaikymas	Talentų integravimas.	2020: <ul style="list-style-type: none"> <li>Minkštojo nusileidimo platformos sukūrimas ir paleidimas.</li> <li>Talentų poreikių analizė.</li> </ul> 2021-2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>Minkštojo nusileidimo platformos tobulinimas.</li> <li>Talentų poreikių analizė.</li> </ul>	2020: <ul style="list-style-type: none"> <li>Sukurta platforma.</li> <li>Paruošta talentų poreikių analizė.</li> </ul> 2021: <ul style="list-style-type: none"> <li>500 unikalių apsilankymų platformoje.</li> <li>Atnaujinta talentų poreikių analizė.</li> </ul> 2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>Augantis unikalų apsilankymų platformoje skaičius.</li> <li>Atnaujinta talentų poreikių analizė.</li> </ul>	„Minkštojo nusileidimo“ platforma veikia kaip pagrindinis talentų pritraukimo ir integracijos komunikacijos kanalas. Taip pat ši platforma naudojama kaip įrankis, kuris analitikos dėka padeda suprasti, kokia informacija yra svarbiausia tikslinei auditorijai.
		2020-2022: konsultacijų kvalifikuotiems specialistams, atvykstantiems į Klaipėdą teikimas - 20 / metus.	2020-2022: ne mažiau kaip 25% tikslinių sričių specialistų, kurie kreipiasi karjeros klausimais, įdarbintų Klaipėdoje.	Konsultacijos teikiamos strateginių sričių specialistams, ieškantiems darbo Klaipėdoje. Svarbu jiems padėti rasti lūkesčius tenkinančias karjeros galimybes. Konsultacijos taip pat padeda geriau suprasti tikslinės auditorijos poreikius.

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
		2020-2022: užsienio talentų integravimo renginiai	2020: 1 renginys. 2021: 4 renginiai. 2022: 4 renginiai.	Renginių tikslai: burti užsienio talentų bendruomenę, geriau suprasti jų poreikius ir iššūkius. Taip galėsime paruošti geresnius sprendimus, padedančius talentų integracijai.
1.2. Talentų pritraukimas ir išlaikymas	Rinkodaros kampanijos orientuotos į talentų pritraukimą.	2020-2022: 1 rinkodarinė kampanija per metus.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rinkodarinė kampanija, kurios tikslas - aiškiai pozicionuoti Klaipėdą, kaip patrauklų miestą studijuoti. 2020: 50% tikslinės auditorijos susipažinimas su kampanija (awareness). 2021: 60% tikslinės auditorijos susipažinimas su kampanija (awareness). 2022: 60% tikslinės auditorijos susipažinimas su kampanija (awareness).</li> <li>Workation programa. 2020: 250 dalyvių programoje. 2021: 300 dalyvių programoje. 2022: 350 dalyvių programoje.</li> </ul>	Aukštosios mokyklos komunikuoja apie savo studijų programas. Bendros miesto rinkodaros kampanijos tikslas – pozicionuoti Klaipėdą, kaip patrauklų miestą studijoms. Workation programos tikslas – pakviesti profesionalus patirti gyvenimą Klaipėdoje vasaros metu ir taip paskatinti juos pagalvoti apie persikėlimą į Klaipėdą.
1.3. Siūlymai investicinės aplinkos tobulinimui	Prioritetinis takelis (fast track) stambiam investuotojui.	<p>2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Optimizuoto SLD proceso stambiam investuotojui modelio testavimas ir tobulinimas.</li> <li>Įgyvendinta iniciatyva, gerinanti investicinę aplinką.</li> </ul> <p>2021-2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Įgyvendintos iniciatyvos, gerinančios investicinę aplinką Klaipėdos mieste – 2 iniciatyvos / metus.</li> <li>Ankstesniais metais sukurtų ir įgyvendintų iniciatyvų analizė ir tobulinimas.</li> </ul>	<p>2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sukurtas ir veikiantis greitesnio SLD išdavimo kontrolės mechanizmas.</li> <li>Viena įgyvendinta IAG iniciatyva.</li> </ul> <p>2021 - 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dvi IAG iniciatyvos / metus.</li> </ul>	
2.2. Aktyvūs produktų pardavimai	Sukurti ir įgyvendinti ryšių su partneriais palaikymo strategiją.	2020: susitarta dėl bendradarbiavimo investicijų pritraukimo srityje su 10 partnerių. 2020: darbo su lead'u reglamento sukūrimas.	2020: lead'ų skaičius per partnerius – 10. 2021: lead'ų skaičius per partnerius – 20	Tarpininkai ir jų indėlis yra atsakingi už ~50% pasaulinių tiesioginių užsienio investicijų projektų. Nuolatinis darbas su jais yra būtinas norint, kad Klaipėda matytųsi TUI žemėlapyje ir esant perspektyvai, būtų pasiūloma investuotojams jau pirmoje projekto svarstymo stadijoje kaip lokacija paslaugų centrui.

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
2.2. Klaipėdos investicinių produktų sukūrimas ir vystymas	Motyvacinių paketų investuotojams kūrimas ir atnaujinimas.	2020: Bendro Klaipėdos vertės pasiūlymo sukūrimas. 2021: Bendro Klaipėdos vertės pasiūlymo atnaujinimas. 2022: Bendro Klaipėdos vertės pasiūlymo atnaujinimas.	2020-2022: Vertės pasiūlymai konkreitiems investuotojams – 5 per metus.	Bendras vertės pasiūlymas apims platų informacijos spektrą - visus 6 Klaipėda ID jau parengtus vertės pasiūlymus tikslinėse industrijose, taip pat papildomi komponentai apie investicinę aplinką Klaipėdoje, lokacijas, suinteresuotas šalis, ekonominės plėtros viziją. Tai bus bendra informacija investuotojui pirmam bendram susipažinimui su Klaipėda bei investicijų galimybėmis mieste.
2.2. Aktyvūs produktų pardavimai	Klaipėdos produkto pristatymai Lietuvoje ir užsienyje.	2020-2022: 1 renginys Klaipėdoje / metus. 2020-2022: 8 renginiai užsienyje / metus. 2020-2022: Tikslinių žurnalistų atsivežimas.	2020-2022: 100 naujų kontaktų per metus.	Vienas pagrindinių ir svarbiausių būdų užmegzti santykius su investuotojais ir partneriais. Renginiuose susipažinta ir su galimais paslaugų centrų steigėjais, paslaugų (žmogiškieji ištekliai, biurai) teikėjais ir profesionaliais konsultantais (>50), kurie yra tarpininkai tarp investuotojų ir investicijų plėtros agentūrų, sprendžia, kur siūlyti įmonei steigti gamyklą ar paslaugų centrą. Su jais turi ir yra palaikomas nuolatinis santykis siunčiant papildomą informaciją apie situaciją Klaipėdoje.
2.2. Aktyvūs produktų pardavimai	Pardavimų rinkodara.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tikslinių žinučių LinkedIn, skirtų pristatyti Klaipėdos vertės pasiūlymą – 40/metus.</li> <li>• Informacinių pranešimų ir straipsnių nacionalinėje žiniasklaidoje apie Klaipėdos miesto ekonomikos galimybes skaičius - 24/metus.</li> <li>• Informacinių pranešimų ir straipsnių užsienio žiniasklaidos priemonėse - 5/metus.</li> <li>• Naujienlaiškiai - 12/metus.</li> <li>• Atnaujintas leidinys investuotojams - 1/metus.</li> <li>• Atnaujinti vertės pasiūlymų leidiniai (6 vienlapiai) - 1 kartas/metus</li> </ul> Vizualinė medžiaga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sukurti video apie Klaipėdos miesto ekonomikos galimybes - 4/metus.</li> <li>• Įgyvendintos fotosesijos - 2/metus.</li> </ul>	2020-2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investuotojų vizitai – 5/5/5.</li> </ul>	Nuolat atnaujinamos patikimos informacijos paruošimas ir sklaida tikslinėms auditorijoms (investuotojams, tarpininkams), kuri padeda Klaipėdos vertės pasiūlymui būti matomam.

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
2.2. Aktyvūs produktų pardavimai	Investuotojų aptarnavimas.	2020-2022: pagalba įmonėms teikiant paraišką finansinei paskatai.	2020-2022: suteikta pagalba 100% besikreipiančių.	
3.1. Kūrybinių industrijų facilitavimas	Klaipėdos kūrybinių industrijų atstovų ir KUFA bendruomenės telkimas.	2020: 12 bendruomenės renginių (seminarai, susitikimai, dirbtuvės, festivaliai ir pan.). 2021: 12 bendruomenės renginių. 2022: 12 bendruomenės renginių.	2020: 3 iniciatyvos miestui. 2021: 4 iniciatyvos miestui. 2022: 5 iniciatyvos miestui.	
3.1. Kūrybinių industrijų facilitavimas	KI verslumo skatinimas.	2020: KI paslaugų paklausos tyrimas Klaipėdos mieste. 2021: parengta Klaipėdos miesto kūrybos industrijų atstovų duomenų bazė. 2022: atnaujinama Klaipėdos miesto kūrybos industrijų atstovų duomenų bazė.	2020-2022: 4 nauji KI subjektai/suburtos komandos po konsultacijų. 2020-2022: pritraukta finansavimo KI startuolio idėjai – 1. 2021-2022: suburtų KUFA komandų produktai/idėjos pristatyti tarptautiniu lygiu – 1.	
3.1. Kūrybinių industrijų facilitavimas	KUFA infrastruktūros sėkmingas įveiklinimas; inkubavimas lengvatinėmis sąlygomis.	2020: • Darbo erdvių užimtumas – 70%. • Renginių erdvių užimtumas – 40%. 2021: • Darbo erdvių užimtumas – 80% • Renginių erdvių užimtumas – 55% 2022: • Darbo erdvių užimtumas – 80% • Renginių erdvių užimtumas – 65%	2020-2022: 30 SVV subjektai įsikūrę KUFA. 2020: 20 KUFA rezidentų kūrybos rezultatų pristatymo renginių. 2021: 35 KUFA rezidentų kūrybos rezultatų pristatymo renginių. 2022: 40 KUFA rezidentų kūrybos rezultatų pristatymo renginių.	
3.2. Verslumo renginių ir mokymų organizavimas	Bendrų su partneriais atvirų verslumo ir kūrybiškumo renginių jaunam verslui „Kultūros fabrike“ organizavimas (seminarai, dirbtuvės, konferencijos).	2020: 30 renginių. 2021: 40 renginių. 2022: 50 renginių.	2020: 700 dalyvių. 2021: 1200 dalyvių. 2022: 1500 dalyvių.	

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
3.3. Startuolių ekosistemos sukūrimas	Sukurti savivaldos ir startuolių bendradarbiavimo mechanizmą.	2020: 5 strateginės sesijos išgryninti potencialias temas.	2020: įkurtas KMSA poreikių bankas.	
3.3. Startuolių ekosistemos sukūrimas	Akseleratoriaus sukūrimas.	2020: įgyvendintas viešasis pirkimas. 2021: paleista akseleratoriaus programa. 2022: paleista atnaujinta akseleratoriaus programa.	2021: akseleruotų startuolių – 3. 2022: akseleruotų startuolių – 3.	
4.1. Klaipėdos rinkodaros koordinavimas	Miesto prekės ženklų platformos sukūrimas.	2020: sukurta miesto prekės ženklų platforma. 2021: palaikoma ir tobulinama miesto prekės ženklų platforma. 2022: palaikoma ir tobulinama miesto prekės ženklų platforma.	2020: <ul style="list-style-type: none"> <li>sukurta miesto vizualinio identiteto platforma.</li> <li>informacija nacionalinėje žiniasklaidoje – 3 straipsniai.</li> </ul> 2021: <ul style="list-style-type: none"> <li>60% tikslinės auditorijos žino apie platformą.</li> <li>30% tikslinės auditorijos pasinaudojo platforma.</li> </ul> 2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>70% tikslinės auditorijos žino apie platformą.</li> <li>40% tikslinės auditorijos pasinaudojo platforma.</li> </ul>	Miestas neturi vizualinio identiteto sistemos. Profesionalus jos sukūrimas būtinas vieningam identitetui, atpažįstamumui kurti. Ilgainiui profesionaliai sukurtas vizualinis identitetas padeda sutaupyti.
4.2. Klaipėdos stiprybių pristatymas	Klaipėda pasauliniuose reitinguose.	2020-2022: Pateiktos paraiškos į 5 reitingus.	2020-2022: Klaipėda nominuota 2-juose reitinguose per 3 metų laikotarpį.	Nominacijos tarptautiniuose ir pasauliniuose reitinguose suteikia tinkamos medžiagos rinkodaros žinutėms formuoti.
4.2. Klaipėdos stiprybių pristatymas	Naudingos informacijos verslui ir talentams pateikimas.	2020-2022: miesto ekonomikos apžvalga 1/metus.	2020: 100% augimas – 160 peržiūrų. 2021: 50% augimas – 240 peržiūrų. 2022: 30% augimas – 312 peržiūrų.	
		2020-2022: NT žemėlapių atnaujinimas 4/metus.	2020: 50% augimas – 1870 peržiūrų; 2021: 30% augimas – 2430 peržiūrų; 2022: 30% augimas – 3160 peržiūrų.	

Tikslo Nr./ Uždavinys	Projektas/ produktas	Rodikliai	Rezultato rodikliai	Komentarai
		2020: Klaipėdos regiono verslumo skatinimo renginių kalendoriaus sukūrimas. 2021-2022: kalendoriaus atnaujinimas.	2020: 20 partnerių nuolatos siunčiančių informaciją apie renginius. 2021: 10 000 apsilankymų. 2022: 20 000 apsilankymų.	
		2020-2022: atnaujinama informacija apie SVV finansavimo šaltinius klaipedaid.lt ir klaipeda.lt puslapiuose 4/metus.	2021: 400 apsilankymų. 2022: 500 apsilankymų.	
		Klaipėda ID kuriamas turinys yra matomas ir įdomus tikslinėms auditorijoms.	2020: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naujienlaiškių prenumeratorių skaičiaus augimas – 100%.</li> <li>• Klaipėda ID sekėjų socialiniuose tinkluose augimas (Facebook - 20%, LinkedIn – 25%, Instagram - 30%).</li> </ul> 2021: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naujienlaiškių prenumeratorių skaičiaus augimas - 30%.</li> <li>• Klaipėda ID paskyrų socialiniuose tinkluose augimas (Facebook - 15%, LinkedIn – 15%, Instagram - 15%).</li> </ul> 2022: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naujienlaiškių prenumeratorių skaičiaus augimas – 20.</li> <li>• Klaipėda ID paskyrų socialiniuose tinkluose augimas (Facebook - 10%, LinkedIn – 10%, Instagram – 10%).</li> </ul>	Auditorijų auginimas būtinas tam, kad žinios apie strategines Klaipėdos ekonomikos kryptis, miesto pasiekimus būtų išgirsto plačiau ir Klaipėdos miesto įvaizdis gerėtų.



## PRIEDAS: Klaipėda ID vaidmuo Klaipėdos ekonominės plėtros strategijos įgyvendinime

2018 m. balandžio mėn. 9 d. buvo baigta ir visuomenei pristatyta Klaipėdos miesto ekonominio proveržio strategija (toliau KEPS). Šioje strategijoje Klaipėda ID yra numatyta atsakomybė už šiuos uždavinius:

**Lentelė Nr. 7: KEPS uždaviniai keliami Klaipėda ID (studijos rengėjų duomenys)**

Nr.	Uždavinys	Rodiklis
1.2.	Išvystyti integruotą investuotojų pritraukimo ir aptarnavimo programą.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TUI tenkantis 1000 gyventojų (Eur)</li> <li>• Kapitalinių investicijų skaičius tenkantis 1000 gyventojų (Eur)</li> </ul>
1.3.	Išvysti smulkiam verslui palankią ekosistemą.	Naujai įsteigiamų verslų skaičius, tenkantis 1000 gyventojų (vnt.)
1.4.	Didinti Klaipėdos gebėjimą eksportuoti ir integruotis į tarptautines vertės grandines.	Lietuviškas eksportas, tenkantis vienam gyventojui (Eur)
1.5.	Sudaryti sąlygas talentų pritraukimui ir išlaikymui.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vidinių imigrantų skaičius (vnt.)</li> <li>• Tarptautinių imigrantų skaičius (vnt.)</li> </ul>
1.6.	Pritraukti profesinių paslaugų centrus.	Profesinių paslaugų centrų, veikiančių Klaipėdos mieste, skaičius (vnt.)
1.7.	Didinti kūrybinių industrijų pritaikymą gamyboje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kūrybinių industrijų įmonių skaičius (vnt.)</li> <li>• Kūrybinių industrijų sukuriama pridėtinės vertės dalis (%)</li> </ul>

Šių uždavinių kontekste Klaipėda ID yra numatytos 27 priemonės, tokios kaip „Sukurti investicijų pritraukimo motyvacinis paketus“, „Įkurti miesto prekės ženklo platformą“, „Įsteigti verslų vystymo akseleratorių“, „Sukurti į tikslinius talentus orientuotus motyvacinis paketus“, „Įsteigti kūrybinių industrijų įgūdžių pritaikymo gamyboje skatinimo programą“ ir kt. Detalus priemonių įgyvendinimo kalendorius su reikalingais veiksmais atskirai pateiktas KEPS Įgyvendinimo valdymo grupei 2019 m. sausio mėn. 29 d.

Agentūra nuolat ieško papildomo finansavimo bei pagal galimybes traukia KEPS numatytas priemones į savo veiklų planus, tačiau siekiant įgyvendinti KEPS2030 numatytus tikslus, būtinas savalaikis visų priemonių įgyvendinimas. Neradus reikšmingo papildomo finansavimo Agentūra bus priversta dalies priemonių neįgyvendinti, o tai kelia rimtą grėsmę visos strategijos sėkmei.