

2014-2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijos prioritetinės krypties detalizavimas

Prioritetinė komunikacijos kryptis:

PAŽANGI LIETUVA

Komunikacijos tema:

Pažangi įmonė – MTEP taikanti įmonė

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tiksliai, keliami tikslinei auditorijai (elgesio pokyčiai)	Nuostatų pokyčiai	Komunikacijos tikslai	Komunikacijos rodikliai	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	2016 m.	2017 m.	2018 m.	2019 m.	Komentaras	Veiksmų programos rezultato ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija	
Přvntas sektoriaus nepakankamai investuoja į MTEP ir inovacijas.	Lietuvos amatinio specializacijos strategija** atitinkančios įmonės, nevydiančios MTEPI veiklos (mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros, inovacijų). Ypač tradicinės pramonės įmonės	EFEKTYVUMAS: Modernizuojama savo veikla, procesus.	ŽINIOS: INOVACIJOS kaip šių dienų būtinybės įmonei suvokimas:	1. Formuoti inovacijų ir MTEP sampratą ir skatinti poreikį joms diegti – a) paaiškinti, kas yra inovacijos, kad jos prairtis, kad jos nebūtinai turi būti sudėtingos, o vyksimas inovacijos ateina pelną, naudą, konkurencingumą, b) paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo ji naudinga verslui. HORIZONTALUS	PRIVALOMI: Įmonių, kurios investicijas į inovacijas vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis. (Darbdavių apklausa, Atlieka EIM)	88,8 proc. (2015 m.)	95 proc. (2023 m.)	91 proc.	94 proc.	88 proc.	94 proc.	Rodiklis siekiamas.	MTEP išlaidų deklaravimo augimas			Ekonomikos ir inovacijų ministerija (atsakinga), Švietimo ir mokslo ministerija (dalyvauja), LVPA (dalyvauja), MTA (dalyvauja)	
			nebūtinai aukštosios technologijos, tai gali būti procesas, naujas metodas, dizainas,	2. Pateikti aiškiai ir paprastai informaciją įmonėms, kur kreiptis norint diegti inovacijas ir bendradarbiauti su Lietuvos mokslininkais. INFORMAVIMAS	Svetainės www.mta.lt lankomumas (internetinė svetainės statistika)	4000 unikalių vartotojų (2016 m.)	66 0000 unikalių lankytojų per metus (2020 m.)	11,000	45,000	52,000	59,000		Ukio subjekty finansuota MSI MTEP išlaidų dalis nuo visų išlaidų (VP, Lietuvos statistikos departamentas)	3,5 proc.	7 proc.		
nes:					Svetainės www.e-moksluotari.lt lankomumas (internetinė svetainės statistika)	1000 unikalių vartotojų (2015 m.)	8000 unikalių vartotojų (2020 m.)	5760	5088	5570	7400						
Gulvoja, kad inovacijos brangios ir rizikingos			padeda veikti efektyviau (pvz., atliekas paversti pajamomis, pvz., kavos tirščių): Veiklos efektyvumas, diegiami inovacijos, yra būtinas, norint išlikti konkurencingu.	3. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką NUOSTATOS	Įmonių vadovų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis. (Darbdavių apklausa, Atlieka EIM)	29,4 proc. (2015 m.)	45 proc. (2021 m.)	36 proc.	39 proc.	51 proc.	Pasiekta	Rodiklis pasiekta 2018 m., toliau nebesiekiamas.	pažangių ir vidurinėms pažangių technologijų produktų poveikis prekybos balansui (eksporto ir importo palyginimas procentais)				
Nemato pridėtinės vertės		PRIDĖTINĖ VERTĖ: Konkurencinio pranašumo tesko per inovacijas (procesų, rinkodaros, technologijų, dizaino) ir MTEP	kasdienės veiklos rezultatas (pvz., maža įmone su maži darbuotojų gali dirbti inovatyviai).														
Trūksta informacijos ir žinių, supratimo, kas yra inovacijos ir ką gali verslai duoti		Pradeda vykdyti MTEP veiklas – orientuojasi į naujų technologijų, sprendimų, produktų, kūrinių, kad išliktų konkurencingi											Zinioms imlių paslaugų eksportas (viso eksporto procentais)				
Įmonės, kurios vykdo MTEP nedeklaruoja statistikos departamentui, nesuvokia, kad vykdo MTEP													Klasterių išsivystymo lygis (GKI)				
Įmonės vydančios MTEP turi administracines našos deklaravimą MTEP			MTEP suvokimas:		PAPILDOMI:												
Įmonėms trūksta kompetencijų		BENDRADARBAVIMAS: MTEP gali tapeti konkurencingumo šaltiniu, mano verslui, naujo verslo pradžiui.	Mato mokslo ir studijų institucijas kaip partnerius vykdyti MTEP veiklą.		Įmonių vadovų, manančių, kad bendradarbiavimas su mokslo ir studijų institucijomis yra naudingas/ kuria pridėtinę vertę įmonei/ padeda įmonei išlikti konkurencingoms dalis. (Darbdavių apklausa, Atlieka EIM).	68 proc. (2016 m.)	80 proc. (2021 m.)	68 proc.	76 proc.	75 proc.	78 proc.	Siekiamas toliau	Ukio subjekty finansuota mokslo ir studijų institucijų MTEP išlaidų dalis nuo visų išlaidų				
Įmonės nežino galimybių, kurias turi mokslo įstaigos, universitetai		Kviečia konsultacijas, ekspertinei pagalbai (projektams ir/ar darbinimui) mokslininkus, tyrėjus savo įmone	Žino mokslo ir studijų institucijų teikiamas paslaugas, mato jų naudą.										Įmonių, bendradarbiaujančių su mokslinių tyrimų institucijomis, skaičius				
Tarp įmonių trūksta pastikėjimo viena kita ir yra konkurencija, įmonės neidentifikuoja bendradarbiavimo, klasterizacijos mados, todėl nesijungia į klasterius		Jungiasi į klasterius vanden didesnę pridėtinės vertės kūrinių (eksporto ir t.t.)	Žino MITA bei bazinius informacinius portalus (pvz., e-mokslo vartai) kaip pagrindinius šaltinius sėskant informacijos apie MTEPI diegimą – vieno langelio principais.										Technologines inovacijas diegusių įmonių bendradarbiavimas su aukštosiomis mokyklomis				
Tradicinės pramonės įmonės labiau orientuojasi į marketingo ekonominę vertę teikiančių žaliavų perdirbimą, nei naujų produktų kūrimą, tobulinimą		Naudoja kūrybines partnerystes											Technologines inovacijas diegusių įmonių bendradarbiavimas su mokslinių tyrimų institutais				
		TEIGIAMAS WOM: Kalba, pasakoja, pristato taikomas inovacijas, dalinasi sėkmės pavyzdžiais		POŽIŪRIS Į BENDRADARBAVIMĄ: Traktuoja bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo, patriotizmo dalyką:									Inovatyvių tik įmoneje ir inovatyvių rinkoje produktų apyvartos dalis (palyginti su visa				
			taip galime konkuruoti su kitomis šalimis														
			tai teikia vertę tiek įmonei, tiek ir valstybei.														
			Sugranta, kad bendradarbiauti klasteriuose yra naudinga.														

<p>L.T. sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nesistemiskai vykdančios MTEPI veiklą (kurios vykdo atskirai, tiek tiek inovacijų, kai turi lėšų, rėmimo, nefleksuoja)</p>	<p>TESIA PRADĖTUS DARBUS, INVESTUOJA SAVARANKIŠKAI:</p> <p>Įmonės naudoja valstybės investicijas kaip trąpimą ir nenutrikusiai įsijieja į MTEPI veiklą</p> <p>Daugiau vykdo MTEPI veiklą – konsoliduotais pramonės šakos ne tradiciniomis priemonėmis, bet per inovacijas (procesų, rinkodaros, technologijų, dizaino)</p> <p>Modernizuoja savo veiklą, procesus</p> <p>Bendradarbiauja su mokslo centrais, universitetais, akademijomis ir atirašo nauji rezultatai.</p> <p>Kviečia ir įdarbina mokslininkus.</p> <p>Deklaruoja rodiklius, kurie turi reikšmės Lietuvos inovatyvumo indeksui pagal ES inovacijų švieslentę (deklaruojama vykdomas MTEPI išlaidas) (DM patikslinti) ;</p> <p>Didelės įmonės kuria startuolius.</p> <p>Naudoja kirybines partnerystes</p>	<p>PAPILDOMAS SUPRATIMAS apie MTEPI kad tai yra</p> <p>modulinius procesus, kasdienis verslo variklis,</p> <p>tęstinis, tvarus procesas,</p> <p>intuicinis, sėkmingas prasmamas, pelnas, tai ne našta, verta investuoti savo</p> <p>MTEPI verta fiksuoti, deklaruoti</p>								
<p>Pradedančios jaunos, spurčiai augančios, į MTEPI veiklą orientuotos įmonės (startap'ai, spinof'ai)</p>	<p>KURIASI DAUGIAU MTEPI startuolių ir spinofai:</p> <p>Atsiranda startuolių, veikiančių tarpdisciplininėse mokslo kryptyse</p> <p><i>Ekonomiškai auga nuo naujai sukurtų produktų (rod) – kuriasi nauji produktai, juos paleidžia į gamybą</i></p> <p>Tradiciuose sektoriuose atsiranda didesni startuolių sektoriai įvairioje</p> <p>Salia didelių įmonių įsikuria startuoliai</p> <p>NAUDOJASI EGZISTUOJANČIOMIS PARAMOS GALIMYBĖMIS:</p> <p>Verslo angelų veiklos plėtra (kad būtų su visais reikalaujama)</p> <p>Naudojasi rizikos kapitalo paslaugomis</p> <p>Įmonės kuriasi parkuose, inkubatoriose.</p> <p>Kviečia konsultacijos, ekspertinės pagalbai (projektams ir/ar įdarbinimui) mokslininkus, tyrėjus savo įmonėse;</p> <p>Naudoja kirybines partnerystes</p>	<p>ZIVIOS</p> <p>Žino MITA, VšĮ Verslų Lietuva, LVPVA.</p> <p>Žino bazinius informacinius portalus apie startuolio / spinof pradžių – vieno langelio principais.</p> <p>JVAZZDIS</p> <p>Startapas gali kurti visi – studentai, dėstytojai, moksleiviai, pensininkai</p> <p>Startapas gali kurti ir patraukti, inovatyvi.</p> <p>Nereikia bijoti pradėti, sekti, bandyti (tai yra normalu)</p> <p>Pasitiki rizikos kapitalo fondais, verslo angelais</p> <p>Lietuvoje įkurti įmonę yra lengva</p> <p>Pasitiki ES investicijų parama pradėti verslą</p> <p>Pasitiki mokslininkais, mokslo ir studijų institucijomis</p>	<p>4. Skatinti suvokimą, kad MTEPI idėja gali tapti verslu. NUOSTATOS</p>					<p>MITA, Verslų Lietuva startuolių skaičius (iš ES investicijų projektu)</p> <p>Procentas startuolių, kurie išgyveno 1 metus po finansavimo gavimo</p> <p>Startuolių gyvavimo trukmės augimas, startuoliai pereina į didelę verslą (dėl trukmės / žm. skaičiaus / apyvartos - patikslinti DM)</p>		

Visuomenė	Renkasi inovatyvius produktus.	INOVACIJA TAI LIETUVA	5. Plėtoti Lietuvos kaip inovatyvios šalies įvaizdį. HORIZONTALUS	PRIVALOMI: Dalis gyventojų, kurie Lietuvą suvokia, kaip inovacijų šalį (Gyventojų apklausa, Artėja FM)															
	Teikia pirmenybę inovatyviems lietuviškiems produktams.	Mazose sąlyse inovuoti daug lengviau – nuo šalies iki produkto galiu nueiti greičiau, tačiau turi būti ir pats produktas prioritetas, nes tai yra naudinga visuomenei (akcentuoti 6 sričių produktus)																	
		STARTUPŲ ĮVAIZDIS			PAPILDOMI: Lietuvos mokslo ir studijų institucijų reputacija gyventojų tarpe (Gyventojų apklausa)*														
		Startapas gali kurti visi – studentai, dėstytojai, moksleiviai, verslininkai			Dalis gyventojų, kurie teigiamai žiūri į „startup“ (Gyventojų apklausa)*														
		Nereikia bijoti klysti, bankrutuoti, rizikuoti, pradėti iš naujo (tai yra normalu) būti padangiu ypa gerai ir modernu																	
		Inovuodamas esu pasaulio pilietis																	

* Rodiklį esant poreikiui tikslina ir stebi už komunikacijos kampanijos vykdymą atsakinga institucija.

**Lietuvos samanos specializacijos strategijoje nurodytos šios prioritetinės kryptys:

- 1) energetika ir tvari aplinka,
- 2) sveikatos technologijos ir biotechnologijos,
- 3) agroinovacijos ir maisto technologijos,
- 4) nauji gamybos procesai, medžiagos ir technologijos,
- 5) transportas, logistika ir informacinės ryšių technologijos,
- 6) įtraukti ir kūrybinga visuomenė.

Daugiau informacijos: <http://www.mosta.lt/lt/samani-specializacija/prioritetai>.

2014-2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijos prioritetinės krypties detalizavimas

Prioritetinė komunikacijos kryptis:

PAŽANGI LIETUVA

Komunikacijos tema:

Pažangus mokslas – komercinamas mokslas

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tiksiai, keliami tikslinei auditorijai (elgesio pokyčiai)	Nuostatų pokyčiai	Komunikacijos tikslai	Komunikacijos rodikliai	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	2016 m.	2017 m.	2018 m.	2019 m.	Komentariai	Veiksmų programos rezultato ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija
Mokslas įstaigos nesiorientuoja į komercializuotus sprendimus,	Mokslas ir studijų institucijų (MSI) sprendimų priėmėjai (administracija,	PROJEKTAI: Steigia technologijų perdavimo centrus (TPC).	TARPTAUTIŠKUMAS Aukšto rango moksliniai tyrimai neįmanomi be įsijungimo į tarptautinius tinklus.	1. Skatinti mokslas komercializavimo suvokimą kaip mokslas institucijos / universiteto prestižo ir pajamų šaltinį NUOSTATOS	PRIVALOMI: Institucijų vadovų, kurie vertina komercializuotus projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. (Mokslas ir studijų institucijų vadovų apklausa. Atlika ŠMSM)	88 proc., kad bendri mokslas ir verslo projektai yra svarbūs prestižui, 56 proc. - svarbus pajamų šaltinis. (2016 m.)	88 proc., kad bendri mokslas ir verslo projektai yra svarbūs prestižui, 71 proc. vadovų mano, kad bendri mokslas ir verslo projektai yra svarbūs jų pajamų šaltinis (2020 m.)	88 proc., kad bendri mokslas ir verslo projektai yra svarbūs prestižui, 56 proc. - svarbus pajamų šaltinis	Nematauta	Nematauta	94 proc., svarbūs prestižui, 76 proc. svarbus pajamų šaltinis.	ŠMSM rodiklis fiksuojamas, kadangi buvo pasiektas. MITA siekia rodiklio dalies "pajamų šaltinis", nes "prestižas" jau pasiektas.	Ūkio subjektų finansuota MSI MTEP išlaidų dalis nuo visų išlaidų (VP, Lietuvos statistikos departamentas)	3,5 proc.	7 proc.	Švietimo ir mokslas ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), LVPVA (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
nes:		Skatina kurtis pumpurines įmones (spinofus) mokslas ir studijų institucijose,	Išradimų potencialą mato skirtingų disciplinų sankirtose.										MSI pajamos iš intelektinės nuosavybės (rodiklis neskaiciuojamas)*			
- Trūksta tarpinstitucinio, tarpsektorinio ir tarptautinio bendradarbiavimų vystant aukščiausio lygio mokslinius tyrimus bei visuomenei ir valstybei strategiškai svarbių problemų sprendimui ir ūkio plėtrai aktualias MTEP veiklas		Aktyviai dalyvauja tarptautiniuose konkursuose, programose,		2. Skatinti mokslas ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis HORIZONTALUS	E-mokslas vartų portalo lankomumas (Matuoja MITA. Interneto svetainių statistika)	1000 unikalų vartotojų (2015 m.)	8000 unikalų vartotojų (2020 m.)	5,760	5,088	5570	7400		Atliktų tyrimų skaičius pagal verslo užsakymus (rodiklis neskaiciuojamas)*			
- Mokslas ir studijų institucijos neskatina mokslininkų komercinti MTEP rezultatus		Pritraukia tyrimams privačias lėšas iš verslo partnerių,											Sukomercintų produktų skaičius - MITA atskiros veiklos „MTEP rezultatų komercinimo skatinimas“ rodiklis			
- Mokslas ir studijų institucijos nesuvokia MTEP rezultatų komercinimo naudos		Užsiima atviros prieigos centrų (APC) rinkodara ir reklamavimu			PAPILDOMI:								Igyvendinti MTEP projektai			
- Mokslas ir studijų institucijos neturi intelektinės nuosavybės valdymo patirties		Sudaro sąlygas mokslininkams užsimiti tiriamąja veikla (skiria laiko, lėšų, t.y. mažina dėstyimo, administracinį krūvį).			Žino MITA ir e-mokslas vartus kaip pagrindinius šaltinius ieškant informacijos apie MTEPI diegimą – vieno langelio principas.							Rodiklis nesiekimas.	Technologijų perdavimo centrų (TPC) skaičius - renka MITA			
- Mokslas ir studijų institucijos nepakankamai bendradarbiauja su verslu			VERSLUMAS		APC žinomumas*								Išorės vartotojai iš ūkio subjektų, pasinaudoję atnaujinta atviros prieigos MTEPI infrastruktūra			
- Lietuvoje mažas tyrėjų skaičius, ypač dirbančių versle, nepatraukli tyrimo karjera		PROTAI:	Suvokia, kad reikia specialių kompetencijų valdyti komercinius projektus ir su jais susijusias rizikas.		Unikalų lankytojų skaičius APC interneto svetainėje*											
- Prarandami protai - daugiau nuteka, nei pritraukiame,		Ieško, kaip pritraukti geriausias mokslininkus,	Supranta verslo poreikius													
- Trūksta mokslas vadybininkų (projektų administracinė našta paliekama		Skatina mokslas produktų komercinimą,														
		Turi MTEP rezultatų komercinimui ir technologijų perdavimui reikalingas														
		ATVIRUMAS														
		Įdarbina technologijų perdavimo specialistus,														
		Sitūlo mokslininkų paslaugas įmonėms,														
		Sprendžia aktualias visuomenės problemas, prisideda prie Sumanios specializacijos programos įgyvendinimo														

	Mokslininkai, tyrėjai, vyresniųjų kursų studentai		TARPTAUTIŠKUMAS, TARPDISCIPLINIŠKUMAS:	3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercializavimo projektuose, prestižą NUOSTATOS												
		Dalyvauja mokslo ir studijų institucijų administracijos iniciatyvose, skatinančiose bendradarbiavimą su verslu,			PRIVALOMI: Mokslininkų, kurie suvokia komercializuotus projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo, prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. (Mokslininkų apklausa. Atlieka ŠMSM).	71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. – svarbus pajamų šaltinis (2016 m.)	76 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui, 75 proc. – svarbus pajamų šaltinis, iš jų 35 proc. labai svarbus (2021 m.)	71 proc. tyrėjų bendri jų ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. - svarbus pajamų šaltinis (2016 m.)	Nematauta	Nematauta	77,9 proc. , svarbu jų prestižui, 70,1 proc. svarbus pajamų šaltinis, iš jų 31,8 proc. labai svarbus					Tyrėjų skaičius įmonėse (Lietuvos statistikos departamentas) (Tyrėjai, įdarbinti žinioms imliose įmonėse)
		Inicijuoja mokslo komercinimo projektus,		4. Skatinti mokslininkų, tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. KVIETIMAS VEIKTI												
		Įsideda įmonėse nuolatiniams arba projektiniams darbams.	Aukšto rango moksliniai tyrimai neįmanomi be įsijungimo į tarptautinius tinklus. Išradimų potencialą mato skirtingų disciplinų sankirtose.													
			VERSLUMAS		PAPILDOMI: Pagarba verslininkui*											
			Suvokia, kad reikia specialių kompetencijų valdyti komercinius projektus ir su jais susijusias rizikas.													
			ĮMONIŲ AKTUALIŲ supratimas:													
			Supranta verslo poreikius													

**Lietuvos sumanios specializacijos strategijoje nurodytos šios prioritetinės kryptys:

- 1) energetika ir tvari aplinka,
- 2) sveikatos technologijos ir biotechnologijos,
- 3) agroinovacijos ir maisto technologijos,
- 4) nauji gamybos procesai, medžiagos ir technologijos,
- 5) transportas, logistika ir informacinės ryšių technologijos,
- 6) įtrauki ir kūrybinga visuomenė.

Daugiau informacijos: <http://www.mosta.lt/li/sumani-specializacija-prioritetai>.

2014-2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijos prioritetinės krypties detalizavimas

Prioritetinė komunikacijos kryptis:

PAŽANGI LIETUVA

Komunikacijos tema:

Pažangus švietimas - technologinė kryptis (gamtos ir technologijų (STEAM**) mokslų populiarinimas)

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tiksiai, keliami tikslinei auditorijai (elgesio pokyčiai)	Nuostatų pokyčiai	Komunikacijos tikslai	Komunikacijos rodikliai	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	2016 m.	2017 m.	2018 m.	2019 m.	Komentariai	Veiksmų programos rezultato ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija
Tikslieji, gamtos ir technologijų mokslai nėra populiarūs, nors specialistams paklausa darbo rinkoje yra	Tėvai				PRIVALOMI: Tėvų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis. (Tėvų apklausa. Atlieka ŠMSM)	78 proc., iš jų 34 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2016 m. I ketv.)	78 proc., iš jų 40 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2021 m.)	78 proc., iš jų 34 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2016 m. I ketv.)	Nematuota	Nematuota	72,8 proc. iš jų 43,9 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją					Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
		Skatina vaikus rinktis gamtos ir technologijų mokslų būrelius, pasirenkamąsias pamokas	Supranta, kad reikia sudaryti sąlygas vaikui teisingai pasirinkti pagal jo polinkius	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesiją. NUOSTATOS												
		Paaliko vaikų norą rinktis gamtos ir technologijų mokslų kryptis	Mato STEAM, studijų pritaikumą, gerus pavyzdžius.	2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. NUOSTATOS	Tėvų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. (Tėvų apklausa. Atlieka ŠMSM)	94 proc., iš jų 36 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	94 proc., iš jų 42 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	94 proc., iš jų 36 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	Nematuota	Nematuota	80 proc., iš jų 17,1 proc. labai perspektyvu					
- Mažas skaičius, kurie stoja į STEAM mokslų studijas	Mokytojai	Turi įvairių dalykinių ir tarpdalykinių kompetencijų	Supranta, kad svarbu nuolatos tobulėti, gilinti bei plėsti kompetencijas;	3. Skatinti mokytojus gilinti bei plėsti kompetencijas KVIETIMAS VEIKTI	Dalis mokytojų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu (Mokytojų apklausa. Atlieka ŠMSM)	87 proc., iš jų 16 proc. labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	87 proc., iš jų 25 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	-	87 proc., iš jų 16 proc. labai perspektyvu	Nematuota	89,1 proc., iš jų 17,8 proc. labai perspektyvu					
- Pasirinkus šią specialybę mažesnis atlyginimas,		Kelia nuolat kvalifikaciją, stažuojasi	Domisi moderniomis technologijomis ir siekia jas taikyti;		Dalis mokytojų, kurie ugdymo procese taiko kompleksinių tikrovės reikšinių pažinimą, problemų sprendimą ir mokomuosius tyrimus (Mokytojų apklausa. Atlieka ŠMSM)							Rodiklis nesiekiamas.				
- Mokykloje mažai pristatoma galimų specialybių įvairovė.		Sugeba naudotis moderniomis technologijomis														
- Sunkūs mokslai, nes pamokos neįdomios, tik teorinės,		Taiko praktinius įgūdžius, naudoja tiriamosios veiklos didaktines priemones, eksperimentus pamokose														
- nėra mokyklų techninės bazės (ypač 1-4, 5-8 klasių),	Švietimo įstaigos, mokslo ir studijų institucijų personalas	SKATINA BENDRADARBAVIMĄ SU IŠORE:		3. Skatinti įstaigas populiarinti STEAM kryptis, bendradarbiauti su verslu ir tarpusavyje KVIETIMAS VEIKTI												Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), Kultūros ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
- Nepakankama mokytojų kompetencija		mokytojų/dėstytojų dalyvavimą su verslu susijusiose projektuose	Mokykla atvira, bendradarbiaujanti su mokslo institucijomis, taikanti inovacijas		PRIVALOMI: Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. (Mokyklų vadovų apklausa. Atlieka ŠMSM)	97 proc., iš jų 46 proc. labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	97 proc., iš jų 51 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	-	97 proc., iš jų 46 proc. labai perspektyvu	Nematuota	94,8 proc., iš jų 29,7 proc. labai perspektyvu					
- Mažas darbdavių įsitraukimas, mažai informacijos pateikiama moksleiviams ir mokykloms apie galimybes,		bendradarbiauja su aukštosiomis mokyklomis, mokslo ir verslo integruotais centrais (slėniais), LMA			Dalis mokyklų, kurios siūlo technologijų, inžinerijos, gamtos mokslų būrelius (Mokyklų vadovų apklausa. Atlieka ŠMSM)							Rodiklis nesiekiamas.				
- Moksleiviai / studentai nesirenka mokslininko / tyrėjo kelio;		mokytojų/dėstytojų tarpusavio bendradarbiavimą kuriant bendrus projektus	Stipri mokykla bus tik bendradarbiaudama su verslu ir aukštosiomis mokyklomis STEAM veiklose													
Tėvai nemato STEAM mokslų poreikio, fokusuojasi į humanitarinį mokymą (pvz., prašo būrelių anglų k.)		Skatina kompleksinių tikrovės reikšinių pažinimą, problemų sprendimą ir mokomųjų tyrimų taikymą pamokose /auditorijose														
- Nėra gamtos, technologijų neformaliojo švietimo (būrelių), vaikai jų nesirenka		Investuoja į talentingų ir ypač gabių vaikų atpažinimo ir ugdymo programas,														
		Taiko kūrybines partnerystes														
		Mokslo ir studijų institucijos;														
		Ieško gabių moksleivių, potencialių mokslininkų,														
		inicijuoja projektus, įtraukiančius moksleivius ir mokytojus, dalinasi savo mokslinių potencialu su mokyklomis														

	Mokslieiviai	· Dalyvauja technologiniuose, tiksliųjų gamtos mokslų būreliuose	POŽIŪRIS Į STEAM:	4. Populiarinti STEAM mokslų sritis <i>NUOSTATOS</i>										Dalis STEM mokslus Lietuvoje pasirinkusių mokinių nuo aukštųjų mokyklų besimokančių mokinių.			Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga).
		· Identifikuoja savo stipriausius gebėjimus	Mato STEAM specialybę kaip įdomią ir perspektyvią:		PRIVALOMI: Mokinių, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu dalis. (Mokinių apklausa)	93 proc., iš jų 34 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	93 proc., iš jų 40 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	93 proc., iš jų 34 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	Nematuota	Nematuota	78,3 proc., iš jų 18,4 proc. labai perspektyvu			Dalis STEM mokslus baigusiu užsienyje, grįžusių į Lietuvą			Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
		· Dalyvauja ugdymo karjeroje programose	„Tiksiuko“ specialybė yra patraukli.	5. Keisti nepatrauklaus „tiksiuko“ / mokslininko įvaizdžio stereotipą <i>NUOSTATOS</i>													
		· Renkasi STEAM mokslų kryptis	Supranta, kad išradėju būti yra „faina“														
			Teigiamai vertina STEAM studijas Lietuvoje.														
	Gamtos, tiksliųjų, technologijų tyrėjų darbdaviai	· Aktyviai dalyvauja mokyklų / universitetų organizuojamose veiklose	Suvokia, kad bendradarbiavimas su mokyklomis / universitetais yra socialinės atsakomybės dalis	6. Skatinti gamtos, tiksliųjų, technologijų tyrėjų darbdavius bendradarbiauti su mokyklomis / universitetais ir populiarinti tyrėjo profesiją. <i>KVIETIMAS VEIKTI</i>	PRIVALOMI: Dalis mokyklų, pasirašiusios bendradarbiavimo sutartis su socialiniais partneriais dėl STEAM įgyvendinimo (Mokyklų vadovų apklausa. Atlieka ŠMSM)	14 proc. (2017 m. gruodis)	18 proc. (2020 m. gruodis)	-	14 proc. (2017 m.)	nematuota	31 proc., 2019 IV ketv.						Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja).
		· Informuoja švietimo ir mokslo įstaigas, kokių kompetencijų jiems trūksta	Jei noriu gauti gerus darbuotojus ateityje, turiu šiaandien investuoti į žmones ir laiką į bendradarbiavimą su mokyklomis / universitetais														
		· Supažindina moksleivius/ studentus su savo veikla, skleidžia gerosios patirties pavyzdžius															
		· Sudaro galimybes edukacinius projektus įgyvendinti savo įmonėse															
	Studentai, magistrantai, doktorantai	Renkasi mokslininko karjerą	Doktorantu tapti nevelu.	7. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą <i>KVIETIMAS VEIKTI</i>	PRIVALOMI: Studentų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis. (Studentų apklausa. Atlieka SADM).	37 proc. (2017 m.)	49 proc. (2021 m.)	-	37 proc.	48 proc.	53 proc.						Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga).
		Renkasi dirbti tyrėju versle	Informuoti apie LMT turimas priemones.														Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), LMT (dalyvauja).
		Kartu su studijomis dirba praktinį darbą įmonėje pasirinktoje mokslo srityje															

* Rodiklį esant poreikiui tikslina ir stebi už komunikacijos kampanijos vykdymą atsakinga institucija.

** STEAM – šia ir toliau angl. Science, Technology, Engineering and Math.

2014-2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijos prioritėtinės krypties detalizavimas

Prioritėtinė komunikacijos kryptis:

PAŽANGI LIETUVA

SM KAMPANIJA BAIGTA 2017 m. vasario 20 d.

Komunikacijos tema:

Pažangi visuomenė - e-visuomenė (aktyviai besinaudojanti IRT)

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tiksiai, keliami tikslinei auditorijai (elgesio pokyčiai)	Nuostatų pokyčiai	Komunikacijos tikslai	Komunikacijos rodikliai	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Veiksmų programos rezultatai ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija		
Visuomenės grupės, kurios mažiau naudoja internetu	Visuomenė	Moka ir naudoja IRT.	Žino, kokias paslaugas gali gauti internetu Žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą	1. Skatinti daugiau naudotis internetu. Žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą.	PRIVALOMAS: Dalis tikslinės auditorijos, kuri žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą (Gyventojų apklausa. Atlieka FM).	67 (2015 m. IV ketv.)	72 (2018 m. IV ketv.)	PRIVALOMI: Gyventojai, kurie nuolat naudoja internetu (visų Lietuvos gyventojų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (EIM (IVPK) rodiklis) Gyventojai, nesinaudojantys internetu (visų Lietuvos gyventojų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (EIM (IVPK) rodiklis) PAPILDOMI: Lyčių proporcijos: Dalis gyventojų, nesinaudojančių internetu (visų Lietuvos gyventojų procentais) (EIM (IVPK) rodiklis)	65 proc. (2012 m.)	85 proc. (2020 m.)	Susisiekimo ministerija (atsakinga), CPVA (dalyvauja) PASTABA: komunikacijos rodikliai viršyti 2016 m., tiksliai pasiekti, todėl SM šios kampanijos tęsti neplanuoja. Komunikaciją tęs valstybės planuojami projektai pagal priemonę Nr. 02-2-2-cpva-v-524 „Gyventojų skatinimas išmaniai naudotis internetu atnaujintoje viešosios interneto prieigos infrastruktūroje“.		
	Vyresnio amžiaus žmonės	Turi atitinkamas priemones naudotis IRT arba žino, kur galima jomis pasinaudoti	Žino, kad IRT yra naudinga ir efektyvu (nereikės važiuoti, taupo laiką, pinigus)		PRIVALOMAS: Dalis tikslinės auditorijos, kuri sutinka, kad nesunku išmokyti ir nesudėtinga naudotis internetu (Gyventojų apklausa. Atlieka FM).	71 (2015 m. IV ketv.)	76 (2018 m. IV ketv.)					33,8 proc. (2012 m.)	10 proc. (2020 m.)
	Gyvenantys atokiose vietovėse		Žino, kad nesunku išmokyti ir nesudėtinga naudotis	2. Populiarinti interneto galimybes tikslinių auditorijų tarpe.									43 proc. (2012 m.)
			Žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą				PASIEKTA: 80 (2016 m. rugsėjis)	Socialiai pažeidžiamoms grupėms priklausantys asmenys, kurie nuolat naudoja internetu (visų socialiai pažeidžiamoms grupėms priklausančių asmenų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (Kultūros ministerijos ir ŠMM rodiklis)					

Nepakankamas saugumas internete, duomenų apsauga:	Visuomenė	Nedidėja įsilaužimų, asmens duomenų vagysčių, persekiojimo skaičius.	SAUGUMAS	3. Skatinti tikslines auditorijas internetu naudotis saugiai				Dalis gyventojų, turinčių asmens tapatybės kortelę su aktyviais sertifikatais ir naudojančių ją asmens tapatybei	8 proc. (2012 m.)	25 proc. (2020 m.)	Veiklos bus vykdomos pagal VP 2.1.2 uždavinio projektą „Lietuvos skaitmeninės bendruomenės stiprinimas: efektyvus, saugus ir atsakingo naudojimosi interneto paslaugomis ir technologijomis skatinimas“ (planuojamas vykdytojas - asociacija „Langas į ateitį“ su partneriais (IVPK, RRT, VRM)). CPVA (dalyvauja).
			Suvokia, kad internetas yra ne tik galimybė, bet ir rizikos , reikia mokėti atskirti saugias paslaugas.	4. Didinti pasitikėjimą valstybės teikiamu e-paslaugų saugumu			elektroninėje erdvėje patvirtinti ar nustatyti ir elektroniniams duomenims pasirašyti, dalis (procentais) Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (VRM rodiklis)				
			Turi žinių saugiai naudotis internetu ir save tinkamai identifikuoti								
			VALSTYBĖ				Gyventojai, kurie pasitiki elektroninio bendravimo su valstybės institucijomis saugumu (visų Lietuvos gyventojų procentais). Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos skaitmeninė darbotvarkė“ (VRM rodiklis)	57 proc. (2012 m.)	70 proc. (2020 m.)		
<i>Technologijų saugumas.</i>											
<i>Asmens duomenų apsauga.</i>											
<i>Informacijos patikimumas.</i>			Suvokia, kad viešosios valstybės paslaugos yra saugios ir patikimos.		PAPILDOMI: Dalis gyventojų, kurie pasitiki elektroninio bendravimo su valstybės institucijomis saugumu (visų Lietuvos gyventojų, kurie lankėsi viešojo sektoriaus institucijų interneto svetainėse procentas)						
<i>Apsauga nuo duomenų vagysčių, atakų</i>	Nepilnamečiai	Dalyvauja mokyklų iniciatyvose interneto saugumui	Supranta galimus pavojus internete.		PRIVALOMAS: Dalis nepilnamečių, kurie žino apie pavojus internete (Moksleivių apklausa. Atlieka ŠMM)						
<i>Apsauga nuo žalingo turinio</i>			Turi žinių saugiai naudotis internetu ir save tinkamai identifikuoti.								
	Tėvai	Moko vaikus internetu naudotis saugiai	Turi žinių saugiai naudotis internetu ir tinkamai save identifikuoti.		PRIVALOMAS: Dalis tėvų, kurie žino apie jų vaikų tykančius pavojus internete (Tėvų apklausa. Atlieka FM)						
			Turi žinių apie vaikų tykančius pavojus internete.								
			Žino, ką jų vaikai veikia internete.								
	Verslas	Sūlo, kaip sukurti saugias viešąsias paslaugas , atitinkančias verslo ir visuomenės poreikius.	Turi žinių saugiai naudotis internetu ir tinkamai save identifikuoti.		PRIVALOMAS: Dalis darbuotojų, kurie žino apie jų pavojus internete (Darbuotojų apklausa)						
			Suvokia, kad viešosios valstybės paslaugos yra saugios ir patikimos.								

SOCIALINĖS REKLAMOS SUVOKIMO LYGIAI

Santykis su investiciniais projektais

HORIZONTALUS

Formuojama viešoji nuomonė ir kultūra.
Šio tipo socialinė reklama nebūtinai turi
būti derinama su konkrečiomis
investicijomis

Užduotis: formuoti visuomenės sąmoningumą,
vertybes, diegti europietiškas kultūrinės normas,
ruošti dirvą planuojamiems pokyčiams

SUSIJĘS SU INVESTICIJOMIS

I Pažintinis

Informavimas

Socialinė reklama praneša apie vykdomas
iniciatyvas, suteikia papildomą informaciją,

užduotis: pranešti apie atsiveriančias galimybes,
kviesti naudotis, susipainti, pasidomėti. Žinoti, kad tai
yra

II Emocinis

Nuostatų ugdymas

Siekama keisti tikslinių grupių ar
visuomenės narių įsitikinimus, įsitraukimą,
vertybes, požiūrį bei elgseną

Užduotis: skatinti teigiamą požiūrį, norą dalyvauti,
įsitraukimą į konkrečių investicinių projektų veiklas

III Elgesio

Kvietimas veikti

Visuomenė skatinama keisti elgesį nuo
nedidelių veiksmų iki svarbių praktikų.

Užduotis: aktyvuoti visuomenės grupes prisidėti
prie vykdomų projektų čia ir dabar

Atkin C. (2001). Impact of Public Service Advertising: Research Evidence and Effective Strategies