

2018–2020 METŲ KOMUNIKACIJOS PLANAS

Nr.	Komunikacijos kryptis	Komunikacijos tema	Institucija	Komunikacijos kampanijos pavadinimas	Komunikacijos kampanijos tikslai	Tikslinė auditorija	Komunikacijos kampanijos rodikliai				Planuojama komunikacijos kampanijos pabaiga	Maksimali komunikacijos kampanijos vertė (eurais)	Komunikacijos kampanijai skirtas finansavimas 2018-2020 m.
							Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas	Pradinė reikšmė ir jos nustatymo metai	Siekta reikšmė ir jos pasiekimo metai			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1.	<b>LIETUVA, KURIA KURIAME EUROPOS SAJUNGOS INVESTICIJOMIS</b>	Skėtinė tema, jungianti visas komunikacijos kampanijas	FM	1. Veiksmų programos įgyvendinimo eigos ir finansavimo galimybių komunikacijos kampanija	1. Pateikti informaciją apie Europos Sąjungos (toliau – ES) investicijų veiksmų programos siekiamus pokyčius ir įgyvendinimo eigą. 2. Skatinti gyventojus domėtis įgyvendinamais projektais, jų teikiama nauda regionui ar šaliai. 3. Formuoti nuostatą, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo.	Visuomenė	1.1. ES fondų svetainėje apsilankusių unikalių lankytojų vidutinis skaičius per metus. 1.2. Gyventojų, kurie yra girdeję apie ES investicijas Lietuvai, dalis. 1.3. Gyventojų, kuriems pakanka informacijos apie ES investicijas Lietuvai, dalis. 1.4. Gyventojų, kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos Lietuvoje valdomos profesionaliai, dalis. 2.1. Gyventojų, kurie asmeniškai pajuto ES investicijų naudą, dalis. 2.2. Gyventojų, kurie turėjo galimybę dalyvauti svarstant, aptariant planuojamus ar įgyvendinamus ES investicijų projektus, dalis. 3.1. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje, dalis. 3.2. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo, dalis. 3.3. Gyventojų, kurie pritaria nuostatai, kad ES struktūrinių fondų lėšos yra investicijos į didžiausią pridėtinę vertę kuriančias sritis, dalis.	Unikalių vartotojų (vnt.) Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	145 817 (2015 m.) 91, iš jų daug girdejo 28 (2015 m. lapkritis) 65 (2015 m. lapkritis) 47 (2015 m. lapkritis) 74 (2015 m. lapkritis), iš kurių tikrai pajuto 26 m.) 10 (2015 m. lapkritis) Socialinių pokyčių – 79, iš kurių 19 visiškai sutinka, ekonominių pokyčių – 86, iš kurių 25 visiškai sutinka (2015 m. lapkritis) 82, iš jų visiškai sutinka 27 (2015 m. lapkritis) 73, iš kurių visiškai sutinka 16 (2015 m. lapkritis)	180 000 (2018 m.) 200 000 (2023 m.) Daug girdejusiujų pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Tikrai pajutusiujų dalies pokytis +7 proc. (2018 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)	2019 m.	1 240 000	722 618
			FM	2. Pareiškėjų, projektų vykdytojų bendruomenės stiprinimo komunikacijos kampanija	1. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę, lygiavertį bendradarbiavimą siekiant bendro rezultato: stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį. 2. Aiškiai pateikti informaciją esamiems ir potencialiems pareiškėjams, projektų vykdytojams. 3. Skatinti valstybinio, regioninio planavimo projektų pareiškėjus ir vykdytojus, regionų plėtros tarybas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbią projekto vykdymo sėkmei.	Galimi pareiškėjai	1.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. 1.2. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 2.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 2.2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino ES struktūrinių fondų svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	53 (2016 m. spalį) 69,7, iš kurių visiškai sutinka 11 (2015 m. gruodis) 75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka 14 (2015 m. lapkritis) 36,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis 30 proc. (2023 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)	2019 m.	371 920	239 105

				3.1. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad visuomenės ir (ar) bendruomenės įtraukimas į viešą projektų aptarimą palengvins projektų įgyvendinimą, sutaušys laiko, dalis.	Proc.	45 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
				3.2. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie: a) konsultavosi su bendruomene atsižvelgdami į bendruomenių, gyventojų lūkesčius dėl planuojamų ES investicijų, projektų būtinumo ir svarbos; b) pristatė projektų tikslus, veiklas ir rezultatus, dalis.	Proc.	a) 70 (2016 m. spalio) b) 66 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
FM	3. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas	1. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas užtikrins komunikacijos kryptį ir temų įgyvendinimo eigos stebėseną, rodiklių reikšmių nustatymą ir nuolatinį tikslinių auditorijų nuomonių tyrimus, informacijos stebėseną žiniasklaidos priemonėse, svetainės www.esinvesticijos.lt plėtrą ir kitas su komunikacijos valdymu susijusias paslaugas.	ES investicijas administruojančios institucijos	1.1. Žiniasklaidos stebėsenos paslaugos.	Mėn.	10 (2016 m. gruodis)	36	2020 m.	472 200	322 911
				1.2. Lietuvos gyventojų apklausa.	Vnt.	1 (2016 m. gruodis)	9			
				1.3. Potencialių pareiškėjų nuomonės tyrimas.	Vnt.	1 (2016 m. gruodis)	9			
				1.4. Projektų vykdytojų nuomonės tyrimas.	Vnt.	1 (2016 m. gruodis)	9			
				1.5. Lietuvos gyventojų atrinktų grupių tyrimas.	Vnt.	3 (2016 m. gruodis)	12			
				1.6. Komunikacijos strategijos įgyvendinimo efektyvumo vertinimas.	Vnt.	1 (2016 m. gruodis)	3			
				1.7. Gebėjimų stiprinimo mokymai.	Vnt.	4 (2016 m. gruodis)	15			
				1.8. Svetainės www.esinvesticijos.lt plėtos ir palaikymo paslaugos.	Mėn.	12 (2016 m. gruodis)	36			
SM	4. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skleisti idėjas apie bendrus strateginius Lietuvos tikslus, įgyvendinamus panaudojant ES investicijas.	Savivaldybių administracijos; valstybės institucijos ir įstaigos	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2021 m.	51 981	19 000
				1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.	Proc.	38,2 (2015 m. gruodis)	43,2 (2018 m.)			
				1.3. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	78,3 (2015 m. gruodis)	83,3 (2018 m.)			
				1.4. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	75 (2015 m. gruodis)	80 (2018 m.)			
				1.5. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie suvokia, kad, siekdami savo projekto rezultatų, prisideda prie visos šalies rezultatų, dalis.	Proc.	96,7 (2015 m. gruodis)	99,7 (2018 m.)			
CPVA	5. Projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informacija. 2. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 3. Skatinti projektų vykdytojus dalintis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus. 4. Skatinti tikslinių auditorijų iniciatyvumą, lankstumą, operatyvumą. 5. Stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį.	CPVA administruojamų priemonių pareiškėjai ir projektų vykdytojai; ES investicijas administruojančios institucijos	1.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	70,5 (2016 m. spalio)	78 (2018 m.), 65 (2023 m.)	2020 m.	388 124	237 840
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinė organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras visų institucijų rodiklis).	Proc.	79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis)	84, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.), 65 (2023 m.)			
				3.1. Projektų vykdytojų, suprantančių patirties dalinimosi su kitais projektų vykdytojais, naudą, dalis.	Proc.	Bus nustatyta 2019 m. (CPVA tyrimas)	Bus nustatyta 2019 m. (CPVA tyrimas)			
				4.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų: a) profesionalumas; b) skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc.	a) 70,6 b) 50 (2016 m. spalio)	90 (2018 m.)			
				5.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	58,8 (2016 m. spalio)	65 (2018 m.), 85 (2023 m.)			
ŠMM	6. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija.	Mokslo ir studijų institucijos, suaugusiųjų švietimo centrai, darbdavių asociacijos, profesinio mokymo įstaigų asociacijos, neformaliojo švietimo organizacijos	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinė organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka 20,4 (2015 m. lapkritis)	88, iš kurių informacijos visiškai pakanka 30 (2018 m.), 65 (2023 m.)	2019 m.	68 922	35 000

LMT	7. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti potencialių pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	LMT administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai ir projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 75,4, iš kurių informacijos visiškai pakanka 14 (2015 m. lapkritis)	75, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.)	2019 m.	151 308	84 090
				1.2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 36,6 (2015 m. lapkritis)	45 (2018 m.)			
				1.3. Potencialių pareiškėjų, kurie pagrindinę informaciją apie ES investicijas randa svetainėje www.esinvesticijos.lt, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 59,4 (2015 m. lapkritis)	65 (2018 m.)			
				2.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 69,7 (2015 m. lapkritis)	75 (2018 m.)			
				2.2. Potencialių pareiškėjų, kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 54,5 (2015 m. lapkritis)	65 (2018 m.)			
				3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis. Proc. 0*	75 (2018 m.)			
				3.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas, skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis. Proc. 0*	75 (2018 m.)			
ESFA	8. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti partnerystę su tikslinėmis auditorijomis, lygiavertę bendradarbiavimą siekiant bendro tikslo. 4. Skatinti projekto vykdytojus dalytis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus. 5. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 6. Stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kaip kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį.	Europos socialinio fondo agentūros administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai ir projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka 14,5 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.). Pokytis visiškai sutinkančiųjų – ne mažiau 30 (2023 m.)	2020 m.	380 140	284 960
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. Proc. 77,5 (2015 m. lapkritis)	82 proc. (2018 m.)			
				3.1. Potencialių pareiškėjų, kurie žino apie svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinį šaltinį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 36,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
				3.2. Potencialių pareiškėjų, kurie pagrindinę informaciją randa svetainėje www.esinvesticijos.lt, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). Proc. 59,4 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
				4.1. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi patirtimi su kitais projektų vykdytojais, dalis. Proc. 48 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
				5.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis. Proc. 68 (2016)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
				5.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų: a) profesionalumas; b) skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis. Proc. a) 68,7, iš kurių visiškai sutinka – 20,8 b) 59,8 (2016 m. spalio)	a) 75 b) 65 (2018 m.)			
				6.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. Proc. 69,23 (2017 m.)	75 (2018 m.)			
				6.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinamo projekto naudą pajus Lietuvos gyventojai, dalis. Proc. 61,9	71 (2018 m.)			

VRM	9. Vidaus reikalų ministerijos informavimo veiklos	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti potencialių pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti tikslines auditorijas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbią projekto vykdymo sėkmei. 4. Skatinti tikslines auditorijas vertinti projekto komunikacijos priemonių efektyvumą iš tikslinės auditorijos pusės. Skatinti partnerystę su tikslinėmis auditorijomis, lygiavertį bendradarbiavimą kartu siekiant bendro rezultato.	Valstybinio, regioninio planavimo projektų potencialūs pareiškėjai ir vykdytojai, regionų plėtros tarybos (socialiniai partneriai), vietos veiklos grupės, nevyriausybinės organizacijos, asociacijos, verslo įmonės, bendruomenių inicijuotų vietos veiklos projektų vykdytojai, netiesiogiai galintys pasinaudoti rezultatais pagal Integruotų teritorijų vystymo programą	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka 20,4 (2015 m. lapkritis)	80, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.)	2018 m.	176 700	44 180
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	77,5 (2015 m. lapkritis)	82 proc. (2018 m.)			
				3.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	73,9 (2015 m. lapkritis)	78 proc. (2018 m.)			
				4.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc.	67,9	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
				TID	10. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Teikti detalią informaciją potencialiems pareiškėjams, esantiems pareiškėjams apie 2014–2020 m. laikotarpio ES fondų investicijų galimybes bei pokyčius. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	Potencialūs pareiškėjai, esami pareiškėjai, projektų vykdytojai			
2.1. Potencialių ir esamų pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	78,3, iš kurių visiškai sutinka 12,5 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)							
3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)							
LVPA	11. Potencialių pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją potencialiems ir esantiems pareiškėjams apie ES investicijų galimybes ir LVPA administruojamas priemones 2014–2020 m. laikotarpiu. 2. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją ES investicijų projektų vykdytojams apie projektų įgyvendinimą. 3. Skatinti LVPA ir tikslinių grupių partnerystę siekiant formuoti gerąją parašų teikimo ir projektų įgyvendinimo praktiką, taip išvengiant klaidų.	Potencialūs ir esami pareiškėjai – verslo įmonės; potencialūs ir esami pareiškėjai – viešieji juridiniai asmenys; projektų vykdytojai; asocijuotosios verslo struktūros, klasteriai	1.1. Pareiškėjų, kuriems pakanka informacijos apie LVPA administruojamas priemones ir paraškos parengimo procesą, dalis.	Proc.	62 (2015 m.)	70 (2018 m.)	2020 m.	430 383	215 912
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	72 (2015 m.)	82 (2018 m.)			
				3.1. Projektų vykdytojų, vertinančių įgyvendinančią instituciją kaip partnerę, dalis.	Proc.	22 (2015 m.)	25 (2018 m.)			
INVEGA	12. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	INVEGA administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai (smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) atstovai);	1.1. Potencialių pareiškėjų (privatorių įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka 8,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	275 383	170 030
				1.2. Potencialių pareiškėjų (privatorių įmonių), kurie pritaria nuostatai, kad yra teikiamos investicijos, o ne parama, dalis.	Proc.	72,3 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
APVA	13. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir APVA partnerystę. 3. Stiprinti APVA kaip partnerės, o ne kontroliuojančiosios institucijos įvaizdį. 4. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 5. Skatinti projektų vykdytojus dalytis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus.	APVA administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai, APVA administruojamų priemonių projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka 14 (2015 m. lapkritis)	75, iš kurių informacijos visiškai pakanka 20 (2018 m.)	2020 m.	21 300	21 300
				2.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka 11 (2015 m. gruodis)	Ne mažiau nei 70, iš kurių visiškai sutinka 20 (2018 m.)			
				3.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos yra partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	60 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
				4.1. Projektų vykdytojų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	0*	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
				4.2. APVA projektų vykdytojų, kurie žino, kur gauti paaiškinimus, kaip skaityti dokumentus, dalis.	Proc.	53 (2015 m. IV ketv.)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)			
5.1. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi projektų vykdymo patirtimi su kitų projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	0*	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)							

MITA	14. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informacija.	Pareiškėjai – SVV	1.1. Potencialių pareiškėjų (privaečių įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka informacijos 8,6	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	38 300	30 000
				1.2. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)			
VIPA	15. Grąžinamosios subsidijos pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 2. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informacija.	Viešųjų projektų teikėjai (universitetai, valstybės pastatų valdytojai, gatvių apšvietimo įmonės), konsultavimo įmonės	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.)	2020 m.	46 240	21 503
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)			
KM	16. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informacija. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti tikslines auditorijas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbų elementą projekto vykdymo sėkmei. 4. Pristatyti finansinių priemonių paslaugas kaip bankinės paslaugas.	Potencialūs pareiškėjai; regionų plėtros tarybos	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.)	2019 m.	32 700	15 600
				1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinį šaltinį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.	Proc.	38,2 (2015 m. gruodis)	43,2 (2019 m.)			
				2.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	75 (2015 m. gruodis)	80 (2019 m.)			
				3.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc.	0*	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.)			
				4.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad finansinės priemonės (paskolos, garantijos) yra efektyvesnės investicijos, palyginti su subsidijomis, dalis.	Proc.	31,5 (2015 m. gruodis)	36,5 (2018 m.)			
SAM	17. Informavimas apie 2014–2020 m. ES investicijas sveikatos apsaugos sektoriuje	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informacija.	Potencialūs pareiškėjai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka 39 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	40 000	30 000
NVO, asociacijos, prekybos, pramonės ir amatų rūmai, „Europe Direct“ informacijos centrus priimančios institucijos	18. Komunikacija apie ES investicijas (visuotinė dotacija)	1. Skatinti gyventojus domėtis ES investicijomis skatinamais socialiniais ir ekonominiais pokyčiais, iš ES struktūrinių fondų lėšų bendrai finansuojamų projektų įgyvendinimu, jų rezultatais ir teikiama nauda regionui bei šaliai, taip pat sudaryti prielaidas didesniai pasitikėjimui ES struktūrinių fondų administravimo sistemos efektyvumu ir skaidrumu, skatinti gyventojus jaustis aktyvios Europos bendruomenės dalimi.	Visuomenė	1.1. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo, dalis.	Proc.	0 (2017 m.)	50 (2018 m.)	2020 m.	1 118 754	1 118 754
				1.2. Įgyvendintų informavimo ir komunikacijos projektų skaičius.	Vnt.	0 (2017 m.)	50 (2020 m.)			
2. PAŽANGI LIETUVA	1. Pažangi įmonė – MTEP taikanti įmonė (konkurencingumas, grįžtas MTEP)	1. Formuoti inovacijų ir MTEP sampratą ir skatinti poreikį juos diegti. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip įmonėms naudingą, kuriantį pridėtinę vertę.	Lietuvos sumamos specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nevykdančios MTEP veiklos; Lietuvos sumamos specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEP veiklą	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m. gruodis)	93,5 (2017 m.)	2019 m.	362 900	128 000
2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.			29,9 / 28,4; bendradarbiauti neteko 60,8 / 65,1 (2015 m. gruodis)	34,9 / 33,4 (2017 m.) 65 (2017 m.)					
2.2. Įmonių vadovų, manančių, kad bendradarbiavimas su mokslo ir studijų institucijomis yra naudingas, kuria pridėtinę vertę įmonei, padeda įmonėms išlikti konkurencingoms, dalis.	Proc.			68 (2016 m.)	73 (2017 m.)					

MITA	2. Kryptis – inovacijos	1. Formuoti inovacijų, MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra inovacijos, kad jos įvairios ir nebūtinai yra sudėtingos, kad vystomos inovacijos duoda pelną, naudą, skatina konkurencingumą; paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo ji naudinga verslui. Skatinti įmonių poreikį diegti inovacijas. 2. Aiškiai ir paprastai įmonėms pateikti informaciją, kur kreiptis norint diegti inovacijas ar bendradarbiauti su Lietuvos mokslininkais. 3. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką. 4. Skatinti suvokimą, kad MTEP idėja gali tapti verslu.	SVV didžiuosiuose miestuose ir regionuose	1.1. Svetainės www.mita.lt lankomumas.	Vnt.	4000 unikalų vartotojų (2016 m.)	8000 unikalų vartotojų (2018 m.); 12000 unikalų lankytojų (2020 m.)	2020 m.	124 000	75 000	
				2.1. Svetainės www.e-mokslovartai.lt lankomumas.	Vnt.	1000 unikalų vartotojų (2015 m.)	8000 unikalų vartotojų (2020 m.)				
				3.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	29,9 / 28,4; bendradarbiauti neteko 60,8 / 65,1 (2015 m. gruodis)	Bendradarbiavusių pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020)				
LVPA	3. Konkuruok su MTEP	1. Formuoti MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo ji naudinga verslui. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką.	Tradicinės pramonės įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEPI veiklą.	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas ir MTEP vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	41,7 (2015 m. gruodis)	47 (2018 m.)	2018 m.	71 865	34 397	
				2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai žiūri į bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	28,4 (2015 m. gruodis)	35,4 (2018 m.)				
2. Pažangus švietimas	ŠMM	1. Pažangus švietimas – gamtos ir technologijos mokslų (STEAM) populiarinimas	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesiją. 2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. 3. Skatinti STEAM mokslo mokytojus gilinti bei plėsti kompetencijas. 4. Keisti nepatrauklaus „tiksluoko“-mokslininko įvaizdžio stereotipą. 5. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą.	Mokiniai, mokinių tėvai, mokytojai, studentai	1.1. Tėvų, kuriems tyrėjo profesija yra patraukli, dalis.	Proc.	34 (2016 m. I ketv.)	37 (2020 m. IV ketv.)	2019 m.	102 000	58 000
					2.1. Tėvų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	36 (2016 m. I ketv.)	42 (2018 m. IV ketv.)			
					3.1. Mokytojų, kurie ugdymo procese taiko kompleksiskų tikrovės reiškinį pažinimą, problemų sprendimą ir mokomuosius tyrimus, dalis.	Proc.	Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)			
					3.2. Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)			
					4.1. Mokinių, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	34 (2016 m. I ketv.)	40 (2020 m. IV ketv.)			
					5.1. Studentų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis.	Proc.	Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)			
3. Pažangus mokslas – komercialus mokslas	MITA	1. Komunikacija apie mokslo komercinimą – mokslo žinios verslo sėkmė.	1. Skatinti mokslo komercinimo suvokimą kaip mokslo institucijos ir (ar) universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 2. Skatinti mokslo ir studijų institucijų, mokslininkų, tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercinimo projektuose, prestižą.	Mokslininkai, tyrėjai, studentai, mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas.	Vnt.	1000 unikalų vartotojų (2015 m.)	8000 unikalų vartotojų (2020 m.)	2020 m.	148 000	90 000
					2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	56 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbus pajamų šaltinis	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
					3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercinius projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui, 65 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			

		ŠMM	2. Pažangus mokslas – komerciškas mokslas	1. Skatinti mokslo ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 2. Skatinti mokslo komercializavimo suvokimą kaip mokslo institucijos ar universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 3. Kelti tyrėjo, dirbančio mokslo komercializavimo projektuose, prestižą. 4. Skatinti tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis	Mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai, mokslininkai, tyrėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas. 2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. 3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercinius projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. 4.1. E-mokslo vartų portalo lankomumas	Vnt. Proc. Proc. Vnt.	1000 unikalių vartotojų per metus (2015 m.) 88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 56 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis 71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui, 65 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis 1000 unikalių vartotojų per metus (2015 m.)	5000 unikalių vartotojų per metus (2018 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 5000 unikalių vartotojų per metus (2018 m.)	2019 m.	174 135	56 000
	4. Pažangi visuomenė – c. visuomenė	SM	1. Aktyvi c. visuomenė	1. Skatinti gyventojus domėtis, kur ir kaip rasti interneto prieigą, daugiau ir išmaniai naudotis internetu. 2. Populiarinti interneto teikiamas galimybes tikslinėms auditorijoms.	Visuomenė, vyresnio amžiaus žmonės, atokiaose vietose gyvenantys gyventojai	1.1. Visuomenės, kuri žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą, dalis. 2.1. Visuomenės, kuri sutinka, kad nesunku išmokyti naudotis internetu, dalis.	Proc. Proc.	67 (2015 m. gruodis) 70 (2015 m. gruodis)	72 (2018 m.) 75 (2018 m.)	Kampanijos veiklos baigtos	193 020	0
3.	<b>VERSLI LIETUVA</b> 1. Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas	ŪM	1. Kurkime verslią Lietuvą	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu. 2. Formuoti suvokimą, kad MVĮ gaminamas lietuviškas produktas gali būti įdomus ir užsienio rinkoms.	MVĮ (ypač regioninės)	2.1. MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)	2019 m.	659 400	182 000
		LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas SVV kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	Gamybos ar paslaugų SVV įmonės, veikiančios regionuose; 25–55 m. daugiausia regionuose veikiančių įmonių vadovai ir darbuotojai	1.1. Gamybos ir paslaugų MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis. 1.2. MVĮ regionuose vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc. Proc.	50,7 (2015 m. gruodis) 41,7 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.) 48 (2018 m.)	2018 m.	36 170	11 760
		INVEGA	3. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Eksporto skatinimas	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	MVĮ	1.1. MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)	2020 m.	18 341	11 010
	2. Savarankiški ir verslūs gyventojai („pats sau darbdavys“ skatinimas)	INVEGA	1. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Verslumo skatinimas	1. Skatinti suvokimą, kad kiekvienas gali tapti verslininku bet kuriame gyvenimo etape. 2. Šviesti, mokyti, ugdyti ir informuoti apie priemones, teikti konsultacijas, kaip pradėti verslą. 3. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją.	Gyventojai, potencialūs MVĮ atstovai	1.1. Asmenų, norinčių ir matančių galimybę įkurti savo verslą, dalis. 2.1. Besikreipiančiųjų ir žinančiųjų apie verslo konsultacijas, pasinaudojusiujų jomis didėjimas. 3.1. Gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę, daugėjimas.	Proc. Proc. Proc.	Bendras – 37, moterų – 29, vyrų – 47 26 (2016 m. III ketv.) 72 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	159 009	116 980

4.	KVALIFIKUOTA LIETUVA	1. Mokymasis visą gyvenimą	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmonės prisidėti prie darbuotojų mokymo. 2. Skatinti įmones priimti mokinius atlikti praktiką, pameistrius. 3. Gerinti profesinio švietimo įstaigų reputaciją įmonių tarpe.	Įmonės; darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis)	84,3 (2017 m.)	2019 m.	165 000	80 000
							2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	86,5 (2017 m.)			
							3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad tik dirbdami kartu su profesinio mokymo teikėjais gaus didesnę profesinio mokymo kokybę, dalis.	Proc.	51 (2015 m. gruodis)	56 (2017 m.)			
			SMM	2. Mokymasis visą gyvenimą	1. Įdiegti mokymosi visą gyvenimą standartą. 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą. 3. Motyvuoti tiklines auditorijas mokytis visą gyvenimą.	Visuomenė (25–64 m. amžiaus gyventojai)	1.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolat mokytis ar kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	91 (2015 m. gruodis), iš jų 47 proc. visiškai sutinka	91, iš jų 52 proc. visiškai sutinka (2018 m.)	2018 m.	193 192	96 780
							2.1. Gyventojų, pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc.	87 (2015 m. gruodis), iš jų 46 proc. visiškai sutinka	87, iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2018 m.)			
							3.1. Gyventojų, žinančių, kur kreiptis nusprendus mokytis ar kitaip kelti savo kvalifikaciją, dalis.	Proc.	71 (2015 m. gruodis)	76 (2018 m. gruodis)			
			INVEGA	3. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Kvalifikacijos kėlimas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo.	MVĮ atstovai, darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	19 881	12 550
							1.2. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
			ESFA	4. Amžinai jauni	1. Motyvuoti tikslinę auditoriją (54 m. ir vyresni suaugusieji). 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą (kad tai nėra tik formalus mokymasis).	Visuomenė; 54 m. ir vyresni suaugusieji	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad turi nuolat mokytis ir kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori būti paklausūs darbo rinkoje, dalis.	Proc.	46,2 (2016 m.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2018 m.	63 000	0
		2.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolat mokytis ir kitais būdais kelti kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.					Proc.	46,2 (2016 m.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)				
		2.2. Gyventojų, pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.					Proc.	45 (2016 m.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)				
		2. Profesinės kompetencijos rinkos poreikiams	SMM	1. Profesinės kompetencijos rinkos poreikiams	1. Skatinti mokslivius, kad rinktųsi profesinį mokymąsi. 2. Skatinti tėvus palaikyti vaikus, kurie renkasi profesinį mokymąsi. 3. Kelti profesijos prestižą (profesija yra vertybė).	Mokiniai, mokinių tėvai, visuomenė	1.1. Mokinių, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas, dalis.	Proc.	59 (2016 m.)	64 (2018 m.)	2018 m.	43 200	43 200
							1.2. Mokinių, kuriems profesinė kvalifikacija suteikia tokias pačias galimybes gyvenime, kaip ir aukštojo mokslo laipsnis, dalis.	Proc.	44 (2016 m.)	50 proc. (2018 m.)			
							2.1. Tėvų, sutinkančių, kad vaikas, pasirinkęs profesinį mokymą, bus sėkmingas, dalis.	Proc.	59 (2015 m.)	64 (2018 m.)			
							2.2. Tėvų, manančių, kad profesinės mokyklos suteikia tinkamą išsilavinimą jų vaikui, dalis.	Proc.	56 (2015 m.)	60 (2018 m.)			
3.1. Gyventojų, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas gyvenime, dalis.	Proc.						65 (2015 m.)	70 proc. (2018 m.)					
3.2. Gyventojų, kuriems profesija yra vertybė, dalis.	Proc.						56 (visiškai pritariančių, 2015 m.)	60 (visiškai pritariančių, 2018 m.)					



5.	AUGANTI LIETUVA	1. Moderni švietimo sistema	ŠMM	1. Moderni švietimo sistema	1. Skatinti tėvų įsitraukimą siekiant spręsti problemas mokykloje, atpažinti patyčias. 2. Skatinti mokyklas dalyvauti prevencijos programose. 3. Skatinti tikslines auditorijas motyvuoti vaikus dalyvauti atliekant standartizuoto ugdymo testus. 4. Skatinti ugdymo kokybės gerinimą įvairiais būdais ir formomis. 5. Informuoti tėvus apie tai, kad visose mokyklose veikia nemokami būreliai, kad vaikas gali gauti nemokamas konsultacijas.	Tėvai, pedagogai, mokyklų administracijos, savivaldybės	1.1. Tėvų, kurie yra linkę įsitraukti į mokyklos veiklą, dalis. Proc. 47 (2016 m.)	60 (2018 m.)	2019 m.	361 108	73 000	
					2.1. Mokyklų, kurios dalyvauja prevencinėse programose, dalis. Proc. 56 (2016 m.)	58 (2020 m.)						
					3.1. Tėvų, kurie supranta standartizuotų testų naudą, dalis. Proc. 83 (iš jų 34 proc. – labai svarbu, 2016 m. I ketv.)	83 (iš jų 39 proc. – labai svarbu, 2018 m.)						
					4.1. Mokyklų, kurios dalyvauja pažangios mokyklos projektuose, skaičius. Vnt. 0	100 (2022 m.)						
					5.1. Mokinių, kurie gauna mokymosi pagalbą mokyklose, dalis. Proc. 35 (2016 m. I ketv.)	40 (2018 m.)						
			2. Galimybės augantiems (kompetencijų ir patirties krepšelis – stažuotės, praktika, mokslinė praktika, kt.)	ŠMM	1. Galimybės augantiems	1. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis. 2. Skatinti įstaigas aktyviai dalyvauti formuojant studentų karjerą. 3. Skatinti darbdavius įsitraukti į studentų praktikų formavimą ir vykdymą.	Mokiniai nuo 14 m., studentai, švietimo įstaigos, darbdaviai	1.1. Mokinių nuo 14 metų, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis. Proc. 76 (2016 m. I ketv.)	80 (2018 m. IV ketv.)	2019 m.	208 910	46 423
				2.1. Studentų, teigiamai vertinančių švietimo įstaigos pasiūlytą praktiką, dalis. Proc. Pradinė reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)	Pradinė reikšmė bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (ŠMM)							
				3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad jaunimo praktika – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis (ŪM). Proc. 55,1 (2015 m.)	60 (2018 m.)							
				SADM	2. Rezervuota jaunimui	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių, kuriomis jaunimas gali naudotis. 2. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis.	Studentai	1.1. Studentų, žinančių apie galimybes jaunimui įsidarbinti, savanoriauti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis. Proc. 54 (2016 m.)	60 (2018 m.)	2018 m.	120 000	120 000
						1.2. Studentų, vertinančių savo darbo ar savanorystės patirtį kaip svarbią profesijos pasirinkimui, karjerai ir pan., dalis. Proc. Labai svarbi 48 proc. (2016 m.)	Labai svarbi 53 proc. (2018 m.)					
						2.1. Studentų, bandžusių dirbti arba savanoriauti, dalis. Proc. 63 (2016 m.)	68 (2018 m.)					
				LMT	3. Auganti Lietuva	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių, kuriomis jaunimas gali naudotis.	Studentai	Studentų, žinančių apie galimybes įsidarbinti, savanoriauti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis Proc. Bus nustatyta reikšmė 2017 m.	Bus nustatyta reikšmė 2017 m.	2021 m.	105 340	79 005
				INVEGA	4. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Galimybės augantiems	1. Skatinti darbdavius įdarbinti jaunimą.	Darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, žinančių apie valstybės teikiamą paramą įdarbinant jaunimą, dalis. Proc. 63 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	35 801	27 470
				ESFA	5. Ženk pirmą žingsnį – išbandyk savanorystę	1. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis.	Mokiniai nuo 14 metų	1.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo ar savanorystės patirtį kaip svarbią, dalis. Proc. 75 proc. vertina savo savanorystės patirtį kaip svarbią; 54 proc. vertina savo darbo patirtį kaip svarbią (2016 m. kovas)	Visiškai sutinkancijų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	Kampanijos veiklos baigtos	49 500	0
						1.2. Mokinių nuo 14 metų, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis. Proc. 72 (2016 m. kovas)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc.					
						1.3. Tikslinės auditorijos, bandžiusios dirbti arba savanoriauti, dalis. Proc. 47 proc. bandė savanoriauti; 33 proc. bandė dirbti (2016 m. kovas)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc.					
				SADM	1. Pažadink lyderį savy	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė, nes tai galimybė bendrauti, save realizuoti, įgyti patirties, būti savarankiškam. 3. Skatinti tikslinę auditoriją aktyviai dalyvauti jaunimo užimtumo programose, renginiuose, projektuose. 4. Skatinti visuomenę vertinti dirbantį ir anksti praktikos įgyjantį jaunimą.	Socialiai pažeidžiamas jaunimas nuo 15 iki 29 m. (nedirbantys ir nesimokantis, jaunimas regionuose, iš socialiai jautrių šeimų), visuomenė, tėvai	1.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, žinančio apie valstybės pagalbą jaunimui įsidarbinti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis. Proc. 34 (2016 m. gegužė)	39 (2018 m.)	2018 m.	131 000	131 000
					2.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, vertinančio savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip labai svarbią ateičiai, dalis. Proc. Labai svarbu 39 proc. (2016 m. gegužė)	Labai svarbu 44 proc. (2019 m.)						
					3.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, sutinkančio, kad dalyvavimas jaunimo užimtumo programose – puiki galimybė įgyti praktikos, dalis. Proc. Visiškai sutinka 35 proc. (2016 m. gegužė)	Visiškai sutinka 40 proc. (2019 m.)						
					3.2. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, norinčio dalyvauti savivaldybės organizuojamuose visuomenei ir bendruomenei naudinguose darbuose, dalis. Proc. 46 (2016 m. gegužė)	51 (2019 m.)						
					4.1. Visuomenės, kuri vertina: a) dirbantį jaunimą, b) dirbantį ir kartu besimokantį jaunimą, dalis. Proc. a) 48 (2015 m.) b) 69 (2015 m.)	a) 55 (2018 m.) b) 75 (2018 m.)						

		INVEGA	2. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Motyvacija „miegantiesiems“	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė, nes tai galimybė bendrauti, realizuoti save, įgyti patirties, būti savarankiškam.	Socialiai pažeidžiamas jaunimas nuo 15 iki 29 m. (nedirbantis ir nesimokantis, jaunimas regionuose, iš socialiai jautrių šeimų)	1.1. Tikslinės auditorijos, žinančios apie valstybės pagalbą jaunimui įsidarbinti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis. 2.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip labai svarbią ateičiai, dalis.	Proc. Proc.	34 (2016 m. gegužė) 39 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.) 44 (2019 m.)	2020 m.	27 051	18 720		
6.	TOLYDI LIETUVA	1. Integruojanti infrastruktūra	VRM	1. Sutvarkius infrastruktūrą gyventi bus geriau	1. Sutvarkyta infrastruktūra – sėkmingo verslo prielaida. 2. Regione sukurta viešojo infrastruktūra yra patraukli visiems – nuo jauno iki seno, tiek gyventi, tiek dirbti. 3. Ugdyti suvokimą, kad regionai yra patraukli vieta gyventi, auginti vaikus ir dirbti. 4. Kompleksiškai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai. 5. Pertvarkyta viešojo infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli tikslinėje teritorijoje gyventi ir dirbti.	Visuomenė; verslininkai; regionai (išskyrus 5 didžiuosius miestus) gyventojai; 5 didžiųjų miestų gyventojai	1.1. Dalis darbavių, sutinkančių, kad: a) gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolat auga; b) regionai yra patraukli vieta verslui vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir mažesni kaštai).	Proc.	a) 36,6 (2015 m.) b) 33,1 (2015 m.)	a) Pokytis – ne mažiau kaip + 5 proc. b) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.	2018 m.	362 680	151 410	
							2.1. ir 3.1. Dalis gyventojų, sutinkančių, kad: a) gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolat auga; b) regionai yra patraukli vieta verslui vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir mažesni kaštai).	Proc.	a) 70 (2015 m. gruodis) b) 33,1 (2015 m. gruodis)	a) 74 (2018 m.) b) Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)				
							4.1. Verslininkų, sutinkančių, kad kompleksiskai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai, dalis.	Proc.	46,2 (2015 m. gruodis)	50 (2018 m.)				
							5.1. Gyventojų, sutinkančių, kad viešojo infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli gyventi ir dirbti, dalis.	Proc.	79 (2015 m. gruodis)	83 (2018 m.)				
							1.1. Darbdavių, sutinkančių, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė patirtis, dalis.	Proc.	74,2, iš kurių visiškai sutinka 33,1 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)				
				SADM	1. Socialinę atskirtį patiriančių asmenų vienodo užimtumo skatinimas	1. Skatinti suvokimą, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė patirtis.	Darbdaviai, visuomenė	1.2. Visuomenės, sutinkančios, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė patirtis, dalis.	Proc.	Visiškai sutinka 30 proc. (2016 m. gegužė)	Visiškai sutinka 35 proc. (2019 m.)	2018 m.	217 500	0
		2. Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės visoms socialinėms grupėms)		SADM	2. Prašyti pagalbos yra normalu	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos.	Šeimos, auginančios, prižiūrinčios vaikus	1.1. Šeimų, auginančių ar prižiūrinčių vaikus, sutinkančių, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina, dalis. 2.2. Šeimų, auginančių ar prižiūrinčių vaikus, žinančių, kur kreiptis dėl pagalbos, dalis.	Proc. Proc.	73 (2016 m. gegužė) 52 (2016 m. gegužė)	78 (2020 m.) 57 (2020 m.)			
					3. Socialinė atsakomybė – vertybė, o ne tuštybė	1. Skatinti visuomenės suvokimą, kad renkantis paslaugą ir (ar) produktą iš socialiai atsakingo ar socialinio verslo, ne tik gaunama norima paslauga ir (ar) produktas, bet kartu ir prisidedama darant gerą darbą įvairioms socialinėms grupėms. 2. Skatinti verslo suvokimą, kad socialinė atsakomybė yra naudinga pačiam verslui.	Visuomenė, verslas (įmonės, darbdaviai)	1.1. Visuomenės, sutinkančios, kad renkantis paslaugą ir (ar) produktą iš socialiai atsakingo ar socialinio verslo, ne tik gaunama norima paslauga ir (ar) produktas, bet kartu prisidedama darant gerą darbą įvairioms visuomenės grupėms, dalis. 2.1. Lietuviško kapitalo įmonių, dalyvaujančių Nacionaliniuose atsakingo verslo apdovanojimuose ir atitinkančių socialinės atsakomybės principus, skaičius. 2.2. Dalis darbavių, sutinkančių, kad: a) būti socialiai atsakingam apsimoka; b) būti pripažintam socialiai atsakingu verslu yra prestižas (garbė).	Proc. Vnt. Proc.	83 (2016 m. gegužė) 27 (2015 m.) Bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (Ūkio ministerija)	88 (2019 m.) 40 (2018 m.) Bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (Ūkio ministerija)	2019 m.	120 860	0
				SADM	4. Įgalink patirtį, atrask save iš naujo	1. Skatinti vyresnio amžiaus asmenų suvokimą, kad savanorystė ar bendruomenės veikla yra naudinga jiems patiems ir kartu gali prisidėti prie visos visuomenės gerovės kūrimo.	Suaugusieji (54 metų ir vyresni)	1.1. 54 metų ir vyresnių asmenų, sutinkančių, kad savanorystė, bendruomeninė veikla yra naudinga jiems patiems, dalis. 1.2. 54 metų ir vyresnių asmenų, žinančių, kur ir kaip galėtų neatlygintinai realizuoti save, perduodant sukauptas žinias ir patirtį, gyventi aktyvesnį ir įvairiapusiškesnį gyvenimą, dalis. 1.3. 54 metų ir vyresnių asmenų, teigiančių, kad per pastaruosius 3 ar 6 mėnesius savanoriavo, dalyvavo bendruomeninėje veikloje ar kitaip neatlygintinai dalijosi savo sukauptomis žiniomis ir patirtimi su kitomis visuomenės grupėmis, dalis.	Proc. Proc. Proc.	34 (2016 m. gegužė) 41 (2016 m. gegužė) 15 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.) 46 (2019 m.) 21 (2019 m.)			
				CPVA	5. Socialinė įtrauktis: tolerancijos didinimas socialinio būsto gyventojų atžvilgiu.	1. Skatinti toleranciją socialinio būsto gyventojų atžvilgiu (informuoti, kad socialiniame būste gyvena ir savo gerovę siekiantys pagerinti asmenys, t. y. tvarkingos, tačiau mažesnes pajamas turinčios daugiavaikės šeimos,	1. Visuomenė 2. Savivaldybių atstovai	1. Tikslinės auditorijos dalis, žinanti, kad socialiniame būste gyvena tvarkingi mažas pajamas gaunantys asmenys.	Proc.	Bus nustatyta 2017 m. II ketv.	Bus nustatyta 2017 m. II ketv.	2018 m.	70 000	70 000

				neįgalieji, pilnametystės sulaukę našlaičiai, kt.). 2. Supažindinti su socialinio būsto integravimo būdo privalumais ir egzistuojančia socialinio būsto izoliavimo problema.		2. Savivaldybių atstovų, tikinčių, kad socialinio būsto gyventojų integravimas į visuomenę yra efektyvesnis investavimo į socialinį būstą būdas nei izoliavimas, dalis.	Proc.	Bus nustatyta 2018 m. I ketv.	Bus nustatyta 2018 m. I ketv.				
		ESFA	6. Išnuomotas draugas	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos. 3. Skatinti suvokimą, kad neįgalus asmuo yra visavertis visuomenės narys.	Pažeidžiamų visuomenės grupių artimieji ir šeimos, visuomenė.	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas, dalis. 2.1. Tikslinės auditorijos, žinančios, kur kreiptis dėl šios pagalbos, dalis. 3.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad neįgalus asmuo yra visavertis visuomenės narys, dalis.	Proc. Proc. Proc.	80 (2016 m.) 73 (2016 m.) 63 (2016 m.) 52 (2016 m.) 62 (2016 m.)	85 (2019 m.) 78 (2019 m.) 68 (2019 m.) 57 (2019 m.) 70 (2019 m.)	2018 m.	67 500	67 500	
7.	<b>SVEIKA LIETUVA</b>	Sveikatos kultūra (asmeninė ir valstybinė sveiko gyvenimo būdo motyvacija)	SAM	1. Sveikos gyvensenos populiarinimas	1. Didinti žinomumą apie tai, kas yra sveika gyvensena ir kuo ji naudinga. 2. Ugdyti vaikų suvokimą, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu. 3. Diegti visuomenės narių suvokimą, kad: aš esu pats atsakingas už savo sveikatą; man rūpi kitų sveikata.	Visuomenė, ypatingą dėmesį skiriant 30–45 metų gyventojams (šeimoms ir vaikams)	1.1. Visuomenės narių, žinančių, ką reiškia gyventi sveikai, dalis. 2.1. Vaikų (iki 18 metų), manančių, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu, dalis. 3.1. Padidėjusi visuomenės narių, manančių, kad yra atsakingi už savo sveikatą, dalis.	Proc. Proc. Proc.	86 (2015 m.) 55 (2015 m.) 10 (2015 m.)	90 (2016 m.) 59 (2016 m.) 14 (2017 m.)	2019 m.	390 000	0
			CPVA	2. Sveikatos kultūra: medicinos studentų iniciatyva	1. Diegti vaikų suvokimą, kad: aš esu atsakingas už savo sveikatą; man rūpi kitų sveikata. 2. Didinti vaikų suvokimą, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu.	Medicinos studentai, vaikų ligoninių pacientai – vaikai.	1. Vaikų, manančių, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu, dalis. 2. Medicinos studentų, skatinančių kitus rinktis sveiką gyvenimo būdą, dalis.	Proc. Proc.	Bus nustatyta 2018 m. II ketv.) Bus nustatyta 2018 m. II ketv.)	Bus nustatyta 2018 m. II ketv. Bus nustatyta 2018 m. II ketv.	2018 m.	60 000	60 000
8.	<b>TVARI LIETUVA</b>	1. Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas (šiukšlių rūšiavimas, pagarba aplinkai)	AM	1. Išsinauok gamtą neterminuotai	1. Informuoti gyventojus apie ES lėšomis siekiamus įgyvendinti pokyčius aplinkosaugos srityje 2014–2020 m. 2. Skatinti asmeninę gyventojų iniciatyvą prisidėti prie aplinkosaugos problemų sprendimų, finansuojamų ES lėšomis. 3. Skatinti gyventojus naudoti ES projektų aplinkosaugos srityje rezultatus.	Visuomenė; didmiesčių (nuo 30 tūkst.) gyventojai (25–45 m.)	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugos srityje, dalis. 2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis. 3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkosaugos srityje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	39 (2015 m. gruodis) 60 (2014 m. IV ketv.) 40 (2014 m. IV ketv.)	51 (2018 m.) 68 (2022 m.) 80 (2018 m.) 86 (2022 m.) 60 (2018 m.) 75 (2022 m.)	2020 m.	627 891	160 000
			APVA	2. Išsinauok gamtą neterminuotai	1. Informuoti gyventojus apie ES lėšomis siekiamus įgyvendinti pokyčius aplinkosaugos srityje 2014–2020 m. 2. Skatinti asmeninę gyventojų iniciatyvą prisidėti prie aplinkosaugos problemų sprendimų, finansuojamų ES lėšomis. 3. Skatinti gyventojus naudoti ES projektų aplinkosaugos srityje rezultatus.	Visuomenė; didmiesčių (nuo 30 tūkst.) gyventojai	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugos srityje, dalis. 2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis. 3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkosaugos srityje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	39 (2015 m. gruodis) 60 (2014 m. IV ketv.) 40 (2014 m. IV ketv.)	51 (2018 m.) 68 (2022 m.) 80 (2018 m.) 86 (2022 m.) 60 (2018 m.) 75 (2022 m.)	2020 m.	160 304	42 700
			SM	3. Darnus judumas ir ekologiškas transportas	1. Populiarinti darnų judumą ir ekologišką transportą. 2. Skatinti gyventojų aktyvumą domėtis ir dalyvauti savo gyvenamoje ar artimoje vietovėje planuojamais ir įgyvendinamais darnaus judumo projektais ir vietoj asmeninio automobilio kasdieniam susisiekimui naudotis sukurtais darnaus judumo galimybėmis.	Visuomenė (ypač miestų gyventojai)	1.1. Gyventojų dalis, pritarianti nuostatai, kad ekologiškas viešasis transportas ir darnus judumas turi privalumų, todėl Lietuvoje reikia investuoti į šią sritį. 2.1. Gyventojų dalis, kasdieniam susisiekimui ketinanti mažiau naudotis asmeniniu automobiliu ir pirmenybę teikti kitoms susisiekimo priemonėms (citi pėsčiomis, važiuoti dviračiu, rinktis viešąjį transportą).	Proc. Proc.	69 (2016 m.) 23 (2017 m.)	74 (2019 m.) 28 (2019 m.)	2019 m.	265 336	158 220

		ŪM	4. Įmonės kuria tvarią Lietuvą	1. Skatinti pramonės įmones mažinti energijos vartojimo intensyvumą ir efektyviau vartoti energiją. 2. Skatinti įmones diegti ekoinovacijas. 3. Skatinti suvokimą, kad aplinkosaugos standartus diegianti įmonė yra konkurenciškai pranašesnė.	Verslo subjektai: 1) pramonės, gamybos įmonės; 2) įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažaatliekes technologijas), jų kaina, ekonominė nauda, dalis. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis)	31 (2017 m.)	2019 m.	116 000	49 000
						2.1. Įmonių, manančių, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia pranašumo ar pagerina įmonės įvaizdį, dalis. Proc.	76 (2016 m.)	81 (2017 m.)			
						2.2. Pramonės įmonių, įdiegusių ar planuojančių diegti energijos suvartojimo intensyvumą mažinančias technologijas, dalis. Proc.	51 (2016 m.)	56 (2017 m.)			
						3.1. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis. Proc.	13,4 (2015 m.)	17,4 (2017 m.)			
		LVPA	5. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas	1. Skatinti įmones taikyti mažaatliekes technologijas, naudoti mažakiekio pakuotes. 2. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudotis technologijomis, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti ekologinius sprendimus.	Pramonės, gamybos įmonės; ne pramonės įmonės; visos įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažaatliekes technologijas), jų kaina, ekonominė nauda, dalis. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis)	31 (2018 m.)	2018 m.	30 100	7 694
						2.1. Įmonių, įsidiegusių aplinkosauginius standartus, dalis. Proc.	13,4 (2015 m.)	17,4 (2018 m.)			
	2. Tvarus energijos vartojimas (susisiekimas, transportas, energetika, būstas)	EM	1. Energiją vartok taupiai	1. Skatinti gyventojus taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją). 2. Skatinti įmones taupyti išteklius (elektros energiją, šilumos energiją, vandenį). 3. Skatinti įmones diegti sistemas, padedančias efektyviai naudoti išteklius. 4. Skatinti naudoti energiją iš vietinių ir atsinaujinančių energijos išteklių. 5. Skatinti pastatų administravimo įmones taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją).	Įmonės; pastatų administravimo įmonės; visuomenė.	1.1. Visuomenės, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos priemonių sumažinusios energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikant prietaisų veikti budėjimo režimu, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. Proc.	35 (2014 m.)	40 (2020 m.)	2020 m.	155 000	0
						2.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos sumažinusios energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikant prietaisų veikti budėjimo režimu, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. Proc.	32,4 (2015 m.)	37,2 (2020 m.)			
						3.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį įsigijusių energijos iš vietinių šaltinių, dalis. Proc.	27,8 (2015 m.)	33 (2020 m.)			
						4.1. Pastatų administravimo įmonių, kurios, įsigydamos prietaisus, pirmenybę teikė efektyviems (mažiausiai energijos vartojantiems) sprendimams, dalis. Proc.	76 (2016 m.)	81 (2020 m.)			
						5.1. Pastatų administravimo įmonių, per paskutinį mėnesį atsakingai naudojusios energijos išteklius ir (ar) energiją (išjungę šviesą, naudojo efektyvius prietaisus, technologijas, įrenginius, išjungę prietaisus iš lizdo), dalis. Proc.	80 (2016 m.)	85 (2020 m.)			
		LVPA	2. Taupau išteklius – kuriu naudą	1. Skatinti įmones taupyti išteklius	Įmonės	1.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį sumažinusios energijos suvartojimą dėl aplinkos apsaugos, dalis. Proc.	32,4 (2015 m. gruodis)	39 (2019 m.)	2018 m.	30 000	15 000
9. KURIANTI LIETUVA	1. Aktyvus kultūros paslaugų ir produktų vartojimas (populiarumas ir galimybės kaime ir mieste)	KM	1. Aktuali kultūra	1. Gerinti kultūros paslaugų ir produktų įvaizdį, kelti gamtos ir kultūros objektų reputaciją. 2. Mažinti kultūrinę atskirtį tarp regionų. 3. Įtraukti jaunimą į formalias ir neformalias veiklas, vykdomas kultūros ir gamtos objektuose.	Visuomenė. Daugiau dėmesio bus skiriama abiejų lyčių 15–29 m. jaunimui.	1.1. Gyventojų, kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų kultūros sektorių objektus, dalis. Proc.	26,5 (2014 m.)	29 (2019 m.) 35 (2024 m.)	2020 m.	493 770	0
						2.1. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena iki 100 tūkst. gyventojų turinčiose vietovėse, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektų, dalis. Proc.	51,3 (2014 m.)	57 (2019 m.)			
						2.2. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių bent vieną kultūros paveldo objektą, dalis. Proc.	53 (2014 m.)	60 (2023 m.)			
						3.1. Gyventojų (15–29 m.), kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų kultūros sektorių objektus, dalis. Proc.	41,5 (2014 m.)	44 (2019 m.) 47 (2024 m.)			
	2. Visuomenė – aktyvesnė kūrėja	LVPA	1. Konkuruok kurdamas	1. Ugdyti verslininkų nuostata, kad kūrybiniai produktai yra ar gali būti konkurencinio pranašumo šaltinis.	Verslo įmonės	1.1. Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis. Proc.	95,1 (2015 m.)	98,7 (2018 m.)	2018 m.	18 000	9 840
		ŪM	2. Kuriantis verslas	1. Ugdyti verslininkų nuostata, kad kūrybiniai produktai, bendradarbiaujant su menininkais suteikia konkurencinio pranašumo.	Verslo įmonės	1.1. Įmonių, veikiančių meno inkubatoriuose, skaičius. Vnt.	96 (2015 m.)	230 (2017 m.)	2019 m.	94 600	31 000

10.	AKTYVI (PILIETIŠKA) LIETUVA	Aktyvi visuomenė ir pilietinė veikla	VRM	1. Aktyvi visuomeninė ir pilietinė veikla	1. Skatinti gyventojus dalyvauti savanoriškoje ir bendruomeninėje veikloje. 2. Skatinti finansiškai ir iniciatyvomis prisidėti prie vietos bendruomenių socialinių problemų sprendimo. 3. Skatinti aktyviai kurtis bendruomenės miestuose, burtis į asociacijas. 4. Diegti suvokimą, kad bendruomenė gali svariai prisidėti sprendžiant bendruomenės socialines problemas.	Visuomenė; miestų (daugiau kaip 6000 gyventojų), savivaldybių centrų gyventojai, verslo įmonės; bendruomenės, NVO, VVG (bendruomenė, verslas ir valdžia)	1.1. Gyventojų, manančių, kad gali patys prisidėti prie socialinių pokyčių ir problemų sprendimo, dalis.	Proc.	35 (2015 m. gruodis).	40 (2018 m.)	2018 m.	257 720	122 620
							2.1. Visuomenės, per paskutinius metus dalyvavusios savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje sprendžiant aktualias socialines problemas, dalis.	Proc.	20 (2015 m. gruodis).	25 (2018 m.)			
							3.1. Gyventojų, dalyvavusių sprendžiant vietos bendruomenės problemas, dalis.	Proc.	27,4 (2015 m. gruodis)	32 (2018 m.)			
							4.1. Įmonių, sutinkančių, kad joms yra naudinga finansiškai remti vietos bendruomenių socialines iniciatyvas, dalis.	Proc.	57,9 (2015 m. gruodis)	62 (2018 m.)			
							5.1. Sukurtų VVG skaičius miestuose.	Vnt.	0	56 (2018 m.)			
11.	EFEKTYVI LIETUVA	Efektyvus ir skaidrus viešojo sektoriaus valdymas (sistemos atvirumas)	SM	1. E. paslaugos – kasdienio gyvenimo ir darbo dalis	1. Populiarinti pažangias viešąsias ir administracines e. paslaugas. 2. Supažindinti gyventojus su atvirų duomenų teikiamomis galimybėmis ir skatinti jais naudotis darbe ir gyvenime. 3. Supažindinti verslo atstovus su atvirų duomenų teikiamomis galimybėmis ir skatinti verslo įmones jais naudotis. 4. Skatinti gyventojus daugiau naudotis e. valdžios paslaugomis.	Visuomenė; verslo įmonės	1.1. Gyventojų, kuriems viešosios e. paslaugos yra kasdienio gyvenimo dalis, dalis.	Proc.	68 (2015 m. gruodis)	73 (2018 m.)	2018 m.	505 001	124 000
							2.1. Gyventojų, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	24 (2015 m. gruodis; 246 respondentai iš 1015)	29 (2018 m.)			
							3.1. Įmonių, kurioms viešosios e. paslaugos yra kasdienis darbo įrankis, dalis.	Proc.	52 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.)			
							3.2. Įmonių, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	33 (2015 m. gruodis; 346 respondentai iš 1050)	38 (2018 m.)			
							4.1. Gyventojų, kurie naudojami administracinėmis elektroninėmis paslaugomis, teikiamomis per e. valdžios vartų portalą, dalis.	Proc.	12 (2014 m.)	16 proc. (2017 m.), 20 (2020 m.)			

\* nepakankama tyrimo imtis rodiklio reikšmei nustatyti

Trumpiniai:

FM	Finansų ministerija
ŠMM	Švietimo ir mokslo ministerija
SADM	Socialinės apsaugos ir darbo ministerija
AM	Aplinkos ministerija
ŪM	Ūkio ministerija
KM	Kultūros ministerija
SM	Susisiekimo ministerija
SAM	Sveikatos apsaugos ministerija
EM	Energetikos ministerija
VRM	Vidaus reikalų ministerija
IVPK	Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Susisiekimo ministerijos
APVA	Lietuvos Respublikos aplinkos ministerijos Aplinkos projektų valdymo agentūra
ESFA	Europos socialinio fondo agentūra
LVPA	Viešojo įstaiga Lietuvos verslo paramos agentūra
CPVA	Viešojo įstaiga Centrinė projektų valdymo agentūra
INVEGA	Uždaroji akcinė bendrovė Investicijų ir verslo garantijos
LMT	Lietuvos mokslo taryba
VIPA	Uždaroji akcinė bendrovė Viešųjų investicijų plėtros agentūra
MITA	Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra
TID	Transporto investicijų direkcija
ES	Europos Sąjunga
SVV	Smulkusis ir vidutinis verslas
E. paslaugos	Elektroninės paslaugos
NVO	Nevyriausybines organizacijos
VVG	Vietos veiklos grupė
MTEP	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra
MTEPI	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra ir inovacijos
MVĮ	Mažos ir vidutinės įmonės
NAVA	Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimai
STEAM	Gamtos, technologijų, inžinerijos, matematikos ir kūrybiškumo ugdymo centras