

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	Siektina reikšmė ir jos pasiekimo metai			
1.	LIETUVA, KURIAŲ KURIAME EUROPOS SAJUNGOS INVESTICIJOMIS	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 nuostata, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo.	Visuomenė	1.1. ES fondų svetainėje apsilankiusių unikalų lankytojų vidutinis skaičius per metus.	Unikalų vartotojų (vnt.)	145 817 (2015 m.)	180 000 (2018 m.) 200 000 (2023 m.)	2020 m.	1 240 000	796 727
							1.2. Gyventojų, kurie yra girdėję apie ES investicijas Lietuvai, dalis.	Proc.	91, iš jų daug girdėjo 28 (2015 m. lapkritis)	Daug girdėjusiųjų pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2020 m.)			
							1.3. Gyventojų, kuriems pakanka informacijos apie ES investicijas Lietuvai, dalis.	Proc.	65 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							1.4. Gyventojų, kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos Lietuvoje valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	47 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							2.1. Gyventojų, kurie asmeniškai pajuto ES investicijų naudą, dalis.	Proc.	74 (2015 m. lapkritis), iš kurių tikrai pajuto 26 m.)	Tikrai pajutusiujų dalies pokytis +7 proc. (2020 m.)			
							2.2. Gyventojų, kurie turėjo galimybę dalyvauti svarstant, aptariant planuojamus ar įgyvendinamus ES investicijų projektus, dalis.	Proc.	10 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							3.1. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje, dalis.	Proc.	Socialinių pokyčių – 79, iš kurių 19 visiškai sutinka, ekonominių pokyčių – 86, iš kurių 25 visiškai sutinka (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							3.2. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo, dalis.	Proc.	82, iš jų visiškai sutinka 27 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							3.3. Gyventojų, kurie pritaria nuostatai, kad ES struktūrinių fondų lėšos yra investicijos į didžiausią pridėtinę vertę kuriančias sritis, dalis.	Proc.	73, iš kurių visiškai sutinka 16 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
			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 pareiškėjų ir vykdytojų, regionų plėtros tarybas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbią projekto vykdymo sėkmei.	Potencialūs pareiškėjai, projektų vykdytojai	1.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	53 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)	2020 m.	371 920	269 961
							1.2. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka 11 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							2.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka 14 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis 30 proc. (2023 m.)			
							2.2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino ES struktūrinių fondų svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.	Proc.	36,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) (2020 m.)			
							3.1. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad visuomenės ir (ar) bendruomenės įtraukimas į viešą projektų aptarimą palengvins projektų įgyvendinimą, sutaupys laiko, dalis.	Proc.	45 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)			
							3.2. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie: a) konsultavosi su bendruomene atsižvelgdami į bendruomenių, gyventojų lūkesčius dėl planuojamų ES investicijų, projektų būtinumą 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. (2020 m.)			
			FM	3. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos	1. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas užtikrins	ES investicijas administruojančios	1.1. Žiniasklaido stebėsenos paslaugos.	Mėn.	10 (2016 m. gruodis)	36	2020 m.	472 200	326 981

	strategijos valdymas	komunikacijos krypčių ir temų įgyvendinimo eigos stebėseną, rodiklių reikšmių nustatymą ir nuolatinius tikslinių auditorių nuomonių tyrimus, informacijos stebėseną žiniasklaidos priemonėse, svetainės www.esinvesticijos.lt plėtrą ir kitas su komunikacijos valdymu susijusias paslaugas.	institucijos	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 plėtros 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. (2020 m.)	2020 m.	51 981	28 000		
				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 (2020 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 (2020 m.)					
				1.4. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrą, dalis. Proc. 75 (2015 m. gruodis) 80 (2020 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 (2020 m.)					
CPVA	5. Pareiškėjų ir 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 auditorių 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 informacija yra aiški, dalis. Proc. 44 (2016 m.) 54 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	369 649	244 110		
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras visų institucijų rodiklis). Proc. 85,6 (2016 m.) 90 (2021 m.)					
				3.1. Projektų vykdytojų, suprantančių patirties dalinimosi su kitais projektų vykdytojais, nauda, dalis. Proc. Bus nustatyta 2020 m. (CPVA tyrimas) Bus nustatyta 2020 m. (CPVA tyrimas)					
				4.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas ir skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis. Proc. 70,6 (visiškai sutinka ir greičiau sutinka, 2016 m.) 80 (visiškai sutinka ir greičiau sutinka, 2021 m.)					
				5.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. Proc. 58,8 (visiškai sutinka ir greičiau sutinka, 2016 m. spalį) 69 (visiškai sutinka ir greičiau sutinka, 2021 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 nevyriausybinių 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.)	2021 m. IV ketv.	86 312	53 000		
LMT	7. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 2. Skatinti potencialių pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informacija.	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	84 974		
				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, lygiavertį 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 +10 proc. (2020 m.) Pokytis visiškai sutinkančiųjų – ne mažiau kaip 30 (2023 m.)	2021 m. IV ketv.	742 305	385 764
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinė 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 profesionalumas, skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis	Proc.	56 (2016 m.)	65 (2018 m.)			
				6.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	69,23 (2017 m.)	75 (2018 m.)			
				6.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinamo projekto nauda 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 Integruotą teritorijų vystymo programą	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 3.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis. 4.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka 20,4 (2015 m. lapkritis) 77,5 (2015 m. lapkritis) 73,9 (2015 m. lapkritis) 67,9	80, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2021 m.) 82 proc. (2021 m.) 78 proc. (2021 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2021 m.)	2021 m.	176 700	45 000
TID	10. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Teikti detalią informaciją potencialiems pareiškėjams, esamiems 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	1.1. Potencialių ir esamų pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijos ar įstaigos), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 2.1. Potencialių ir esamų pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc. Proc. Proc.	87,5, iš kurių visiškai sutinka 25,7 (2015 m. lapkritis) 78,3, iš kurių visiškai sutinka 12,5 (2015 m. lapkritis) 0*	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 65 (2023 m.)	Kampanijos veiklos baigtos	90 749	0
LVPA	11. Potencialių pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją potencialiems ir esamiems 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 gerą paraiškų 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 paraiškų parengimo procesą, dalis. 2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis. 3.1. Projektų vykdytojų, vertinančių agentūrą kaip partnerę, dalis.	Proc. Proc. Proc.	62 (2015 m.) 72 (2015 m.) 22 (2015 m.)	70 (2018 m.) 82 (2018 m.) 25 (2018 m.)	2020 m.	409 236	215 912
INVEGA	12. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	INVEGA administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai (smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) atstovai); fiziniai asmenys.	1.1. Potencialių pareiškėjų (privatai įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Potencialių pareiškėjų (privatai įmonių), kurie pritaria nuostatai, kad yra teikiamos investicijos, o ne parama, dalis.	Proc. Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka 8,6 (2015 m. lapkritis) 72,3 (2015 m. lapkritis)	76, iš kurių visiškai pakanka 13,6 (2021 m.) 77,3 (2021 m.)	2021 m.	342 785	210 137
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. 2.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 2.2. Potencialių APVA pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 3.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos yra partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. 4.1. Projektų vykdytojų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 4.2. APVA projektų vykdytojų, kurie žino, kur gauti paaiškinimus, kaip skaityti dokumentus, dalis. 5.1. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi projektų vykdymo patirtimi su kitų projektų vykdytojais, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka 14 (2015 m. lapkritis) 69,7, iš kurių visiškai sutinka 11 (2015 m. gruodis) 87 (2015 m. IV ketv.) 53 (2016 m. spalio) 62 (2016 m. spalio) 53 (2015 m. IV ketv.) 48 (2016 m. spalio)	Ne mažiau kaip 75 (2023 m.) 80 (2020 m.) 90 (2023 m.) 85 (2019 m.) 65 (2023 m.) 90 (2023 m.) 52 (2023 m.)	2022 m.	136 153	69 300

MITA	14. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informacija.	Pareiškėjai – SVV	1.1. Potencialių pareiškėjų (privatų 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.	50 300	29 800		
				1.2. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)					
VIPA	15. Gražinamosios 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. (2021 m. IV ketv.)	2021 m. IV ketv.	46 240	22 000		
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2021 m. IV ketv.)					
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 bankines paslaugas. 5. Skatinti tikslines auditorijas vertinti projekto komunikacijos priemonių efektyvumą iš tikslinės auditorijos pusės.	Potencialūs pareiškėjai; regionų plėtros tarybos, potencialūs finansinių priemonių naudos gavėjai	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. IV ketv.	32 700	23 990		
				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 – MTEPI taikanti įmonė (konkurencingumas, grįstas MTEPI)	ŪM	1. Pažangi įmonė	1. Formuoti inovacijų ir MTEPI sampratą ir skatinti poreikį juos diegti. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip įmonėms naudingą, kuriant pridėtinę vertę.	Lietuvos sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; Lietuvos sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nesistemiskai vykdančios MTEPI veiklą	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m. gruodis)	95 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	581 665	291 680
				2.1. Įmonių vadovų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	29,9 (2015 m. gruodis)	45 (2021 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.)	80 (2021 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	75 200	
				2.1. Svetainės www.e-mokslavartai.lt lankomumas.	Vnt.	1000 unikalų vartotojų (2015 m.)	8000 unikalų vartotojų (2020 m.)				
				3.1. Įmonių vadovų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis	Proc.	29,9 (2015 m. gruodis)	Bendradarbiavusių pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020)				
				4.1. Įmonių, pradėjusių vykdyti MTEP veiklas ir gavusių ES investicijų įgyvendinant MITA priemones (ES priemonės „Inostartas“, ES priemonės „Inočekiai“ kvietimo „Pradedantysis Inovatorius“), skaičius.	Vnt.	30 (2018 m.)	50 (2019 m.), 70 (2020 m.)				
LVPA	3. Konkuruok su MTEPI	1. Formuoti MTEPI sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra MTEPI 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 MTEPI vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m.)	95 (2021 m.)	2021 m. (IV ketv.)	78 811	49 260	
				2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai žiūri į bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	28,4 (2015 m. gruodis)	45 (2021 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 mokytojų gilinti bei plėsti kompetencijas. 4. Skatinti mokyklas populiarinti STEAM mokslų kryptis. 5. Keisti nepatrauklaus „tiksluko“-mokslininko įvaizdžio stereotipą. 6. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą.	Mokiniai, mokinių tėvai, mokytojai, studentai, mokyklų administracija	1.1. Tėvų, kuriems tyrėjo profesija yra patraukli, dalis.	Proc.	78, iš jų 34 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2016 m. I ketv.)	78, iš jų 40 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2020 m. IV ketv.)	2020 m.	204 971	160 000
					2.1. Tėvų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	94, iš jų 36 proc. atrodo labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	94, iš jų 42 proc. atrodo labai perspektyvu (2020 m. IV ketv.)			
					3.1. Dalis mokytojų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu.	Proc.	87, iš jų 16 proc. labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	87, iš jų 25 proc. labai perspektyvu (2020 m. gruodis)			
					4.1. Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	97, iš jų 46 proc. atrodo labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	97, iš jų 51 proc. atrodo labai perspektyvu (2020 m. gruodis)			
					5.1. Mokinių, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	93, iš jų 34 proc., kuriems atrodo labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	93, iš jų 40 proc., kuriems atrodo labai perspektyvu (2020 m. gruodis)			
					6.1. Studentų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis.	Proc.	37 (2017 m.)	45 (2020 m. gruodis)			
LMT	2. Pažangus švietimas - technologinė kryptis (gamtos ir technologijų mokslų (STEAM) populiarinimas).	1. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą.	Studentai, magistrantai, doktorantai	1.1. Studentų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis.	Proc.	37 (2017 m.)	45 (2020 m. gruodis)	2021 m. IV ketv.	72 400	54 900	
3. Pažangus mokslas – komerciškas mokslas	MITA	1. Komunikacija apie mokslo komercinimą – mokslo žinios verslo sėkmė.	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	91 300	
				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 – komercializuotas 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, tyrėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas. 2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercializuotus projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. 3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercializuotus projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Vnt. Proc. Proc.	1000 unikalų 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 iš jų 30 proc. labai svarbus (2016 m.)	5000 unikalų vartotojų per metus (2020 m.) 88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 61 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis (2020 m.) 71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui, 70 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis iš jų 35 proc. labai svarbus (2020 m.)	2020 m.	240 489	181 631
		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, atokiose 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)	82 (2016 m. pab.) 80 (2016 m. pab.)	Kampanijos veiklos baigtos 2017 m. vasario mėn.	193 020	0
3.	VERSLI LIETUVA	1. Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas	ŪM	1. Kurkime verslių Lietuvą	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	MVĮ (ypač regioninės)	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)	58 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	717 858	300 560
			LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas SVV kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	Labai mažos, mažos ir vidutinės įmonės; ypač veikiančios regionuose.	1.1. Labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	58 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	54 598	39 933
			INVEGA	3. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Eksperto skatinimas	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	SVV, MVĮ (ypač regioniniai)	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) 51,4 (2017 m.)	58 (2021 m.)	2021 m.	20 002	10 995
		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, konsultacijas skirtas verslo įkūrimo pradžiai. 3. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją. 4. Formuoti įvaizdį, kad pradėti verslą dabar - pats tinkamiausias laikas.	Gyventojai, potencialūs SVV atstovai (ypač jaunimas, moterys ir pažeidžiamos grupės)	2.1. Besikreipiančiųjų ir žinančiųjų apie verslo konsultacijas, pasinaudojusiųjų jomis didėjimas. 3.1. Gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę, daugėjimas.	Proc. Proc.	26 (2016 m. III ketv.) 72 (2015 m. gruodis)	35 (2021 m.) 75 (2021 m.)	2021 m.	148 028	116 981

4.	KVALIFIKUOTA LIETUVA	1. Mokymasis visą gyvenimą	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmones 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)	85 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	388 967	238 840	
					2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	95 (2021 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)	60 (2021 m.)						
				ŠMM	2. Mokymasis visą gyvenimą	1. Įdiegti mokymosi visą gyvenimą standartą. 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą. 3. Motyvuoti tikslines 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. lapkritis), iš jų 47 proc. visiškai sutinka 94, iš jų 59 visiškai sutinka (2017 m.)	91, iš jų 64 proc. visiškai sutinka (2019 m. gruodis)	2019 m. IV ketv.	255 410	174 560
				2.1. Gyventojų, pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc.	87 (2015 m. lapkritis), iš jų 46 proc. visiškai sutinka 92, iš jų 57 visiškai sutinka (2017 m.)	87, iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2019 m.)							
				3.1. Gyventojų, žinančių, kur kreiptis nusprendus mokytis ar kitaip kelti savo kvalifikaciją, dalis.	Proc.	71 (2015 m. lapkritis) 76 (2017 m.)	80 (2019 m. gruodis)							
				INVEGA	3. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Kvalifikacijos kelimas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo.	MVĮ ir SVV atstovai, darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis) 79,2 (2017 m.)	85 (2021 m.)	2021 m.	21 839	12 550
						1.2. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis) 90,1 (2017 m.)	95 (2021 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.)	2019 m. IV ketv.	63 000	63 000
						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	ŠMM	1. Profesinės kompetencijos rinkos poreikiams	1. Skatinti moksleivius, kad rinktųsi profesinį mokymąsi. 2. Skatinti tėvus palaikyti vaikus, kurie renkasi profesinį mokymąsi. 3. Kelti profesijos prestižą (profesija yra vertybė). 4. Skatinti įmonių ir profesinių mokymo įstaigų bendradarbiavimą	Mokiniai, mokinių tėvai, visuomenė, darbdaviai	1.1. Mokinių, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas, dalis.	Proc.	59 (2016 m.)	64 (2019 m.)	2019 m.	89 200
		1.2. Mokinių, kuriems profesinė kvalifikacija suteikia tokias pačias galimybes gyvenime, kaip ir aukštojo mokslo laipsnis, dalis.	Proc.						44 (2016 m.)	50 (2019 m.)				
		2.1. Tėvų, sutinkančių, kad vaikas, pasirinkęs profesinį mokymą, bus sėkmingas, dalis.	Proc.						59 (2015 m.)	64 (2019 m.)				
		2.2. Tėvų, manančių, kad profesinės mokyklos suteikia tinkamą išsilavinimą jų vaikui, dalis.	Proc.						56 (2015 m.)	60 (2019 m.)				
		3.1. Gyventojų, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas gyvenime, dalis.	Proc.						65, iš jų 32 proc. visiškai sutinka (2017 m.)	70 (2019 m. gruodis)				
		3.2. Gyventojų, kuriems profesija yra vertybė, dalis.	Proc.						93, iš jų 56 proc. visiškai pritaria (2015 m.) 90, iš jų 61 proc. visiškai pritaria (2017 m.)	93, iš jų 60 proc. visiškai pritaria (2019 m. gruodis)				

			INVEGA	2. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Motyvacija „miegantiems“	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė, nes tai galimybė bendrauti, realizuoti save, įgyti patirties, būti savarankiškam.	Jaunimas nuo 15 iki 29 m.	1.1. Tikslinės auditorijos, žinančios apie valstybės pagalbą jaunimui įsidarbinti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis.	Proc.	34 (2016 m.) 33,4 (2017 m.)	39 (2021 m.)	2021 m.	34 232	18 995
							2.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip labai svarbią atčiai, dalis.	Proc.	39 (2016 m. gegužė)	44 (2021 m.)			
6.	TOLYDI LIETUVA	1. Integruojanti infrastruktūra	VRM	1. Sutvarkius infrastruktūrą gyventi bus geriau	1. Sutvarkyta infrastruktūra – sėkmingo verslo prielaida. 2. Regione sukurta viešoji 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 viešoji infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli tikslinėje teritorijoje gyventi ir dirbti.	Visuomenė; verslininkai; regionų (išskyrus 5 didžiuosius miestus) gyventojai; 5 didžiųjų miestų gyventojai	1.1. Dalis darbdavių, 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). 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). 4.1. Verslininkų, sutinkančių, kad kompleksiai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai, dalis. 5.1. Gyventojų, sutinkančių, kad viešoji infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli gyventi ir dirbti, dalis.	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. (2020 m.)	2020 m.	362 680	260 620
		2. Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės visoms socialinėms grupėms)	SADM	1. Socialinę atskirtį patiriančių asmenų vieno uždavimo skatinimas	1. Skatinti suvokimą, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė praeitis.	Darbdaviai, visuomenė	1.1. Darbdavių, sutinkančių, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė patirtis, dalis. 1.2. Visuomenės, sutinkančios, 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. (2019 m.)	2019 m.	166 000	166 000
			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.	73 (2016 m. gegužė)	78 (2019 m.)	2019 m.	146 854	70 000
			SADM	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 darbdavių, sutinkančių, kad: a) būti socialiai atsakingam apsimoka; b) būti pripažintam socialiai atsakingu verslu yra prestižas (garbė).	Proc.	83 (2016 m. gegužė)	88 (2019 m.)	2019 m.	114 000	84 000
			SADM	4. Įgalink patirtį, atrask save iš naujo	1. Skatinti vyresnių amžiaus asmenų suvokimą, kad savanoriystė 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 savanoriystė, 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.	34 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.)	2019 m.	187 045	160 000
								Proc.	41 (2016 m. gegužė)	46 (2019 m.)			
								Proc.	15 (2016 m. gegužė)	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, neįgalieji, pilnametystės sulaukę našlaičiai, kt.). 2. Supažindinti su socialinio būsto integravimo būdo privalumais ir egzistuojančia socialinio būsto izoliavimo problema.	1. Visuomenė 2. Savivaldybių atstovai	1. Tikslinės auditorijos dalis, žinanti, kad socialiniame būste gyvena tvarkingi mažas pajamas gaunantys asmenys. 2. Savivaldybių atstovų, tikinčių, kad socialinio būsto gyventojų integravimas į visuomenę yra efektyvesnis investavimo į socialinį būstą būdas nei izoliavimas, dalis.	Proc. Proc.	1) 72 proc. tyrimo dalyvių mano, kad socialiniai būstai yra skiriami skurdžiai gyvenantiems žmonėms, kurie dėl objektyvių priežasčių gauna labai mažas pajamas (2017 m. IV ketv., ADM tyrimo duomenys). 2) 28 proc. nuomone, šie būstai skiriami asocialiems asmenims, kurie patys nesugeba pasirūpinti gyvenamuoju būstu. (2017 m. IV ketv., SADM tyrimo duomenys) 1) 62 proc. savivaldybių atstovų mano, kad socialinius būstus reikia įrengti įprastuose daugiabučiuose. (2018 II ketv., CPVA apklausa). 2) 51 proc. savivaldybių atstovų mano, kad pritaikant visą daugiabutį socialinio būsto tikslams didinama gyventojų izoliacija (atsakymai – visiškai sutinku, labiau sutinku, nei nesutinku) (2018 m. II ketv., CPVA apklausa)	1) 75 proc. tyrimo dalyvių mano, kad socialiniai būstai yra skiriami skurdžiai gyvenantiems žmonėms, kurie dėl objektyvių priežasčių gauna labai mažas pajamas. (2019 m. I ketv., SADM tyrimo duomenys). 2) 25 proc. nuomone, šie būstai skiriami asocialiems asmenims, kurie patys nesugeba pasirūpinti gyvenamuoju būstu. (2019 m. I ketv., SADM tyrimo duomenys) 1) 65 proc. savivaldybių atstovų mano, kad socialinius būstus reikia įrengti įprastuose daugiabučiuose. (2019 m. II ketv., CPVA apklausa). 2) 54 proc. savivaldybių atstovų mano, kad pritaikant visą daugiabutį socialinio būsto tikslams didinama gyventojų izoliacija (atsakymai – visiškai sutinku, labiau sutinku, nei nesutinku) (2019 m. II ketv., CPVA apklausa)	2018 m.	70 000	70 000
			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.	SVEIKA LIETUVA	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, ypatingai dėmesį skiriant 30–45 metų gyventojams (šeimoms ir vaikams)	1.1. Visuomenės narių, žinančių, ką reikšmia 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 (2022 m.) 70 (2022 m.) 19 (2022 m.)	2022 m.	916 918	718 978
			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. IV ketv. Bus nustatyta 2018 m. IV ketv.	Bus nustatyta 2019 m. I ketv. Bus nustatyta 2019 m. I ketv.	2018 m.	60 000	60 000
8.	TVARI LIETUVA	1. Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas (šukšlių rišiavimas, 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.)	32 (2017 m.) 51 (2018 m.) 55 (2019 m.) 61 (2020 m.) 65 (2021 m.) 68 (2022 m.) 76 (2017 m.) 80 (2018 m.) 82 (2019 m.) 83 (2020 m.) 85 (2021 m.) 86 (2022 m.) 49 (2017 m.) 60 (2018 m.) 64 (2019 m.) 67 (2020 m.) 72 (2021 m.) 75 (2022 m.)	2022 m.	950 856	480 000

APVA	2. Įsinauok 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.	Proc.	39 (2015 m. gruodis)	32 (2017 m.) 51 (2018 m.) 55 (2019 m.) 61 (2020 m.) 65 (2021 m.) 68 (2022 m.)	2022 m.	301 449	134 700
				2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis.	Proc.	60 (2014 m. IV ketv.)	76 (2017 m.) 80 (2018 m.) 82 (2019 m.) 83 (2020 m.) 85 (2021 m.) 86 (2022 m.)			
				3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkosaugos srityje, dalis.	Proc.	40 (2014 m. IV ketv.)	49 (2017 m.) 60 (2018 m.) 64 (2019 m.) 67 (2020 m.) 72 (2021 m.) 75 (2022 m.)			
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 privalumą, todėl Lietuvoje reikia investuoti į šią sritį.	Proc.	69 (2016 m.)	74 (2019 m.)	2019 m.	265 336	262 027
				2.1. Gyventojų dalis, kasdieniam susisiekimui ketinanti mažiau naudotis asmeniniu automobiliu ir pirmenybę teikti kitoms susisiekimo priemonėms (eiti pėsčiomis, važiuoti dviračiu, rinktis viešąjį transportą).	Proc.	23 (2017 m.)	28 (2019 m.)			

		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 mažatliekes technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, dalis. 2.1. Įmonių, manančių, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia pranašumo ar pagerina įmonės įvaizdį, dalis. 2.2. Pramonės įmonių, įdiegusių ar planuojančių diegti energijos suvartojimo intensyvumą mažinančias technologijas, dalis. 3.1. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 76 (2016 m.) 51 (2016 m.) 13,4 (2015 m.)	39 (2021 m.) 81 (2021 m.) 59 (2021 m.) 23 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	281 727	154 640
		LVPA	5. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas	1. Skatinti įmones taikyti mažatliekes technologijas, naudoti mažakiekis pakuotes. 2. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudotis technologijomis, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti ekologinius sprendimus.	Pramonės, gamybos įmonės	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažatliekes technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, dalis. 2.1. Įmonių, įsidięgusių aplinkosauginius standartus, dalis. 2.2. Įmonių, kurios sutinka, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia įmonei pranašumo ir (ar) pagerina įmonės įvaizdį tarp klientų, dalis.	Proc. Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 13,4 (2015 m.) 76 (2016 m.)	39 (2021 m.) 23 (2021 m.) 81 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	42 742	16 582
	2. Tvarus energijos vartojimas (susiėkimas, 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 energija, šilumos energija, 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 energija, šilumos energija).	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. 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. 3.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį įsigijusių energijos iš vietinių šaltinių, dalis. 4.1. Pastatų administravimo įmonių, kurios, įsigydamos prietaisus, pirmenybę teikė efektyviems (mažiausiai energijos vartojantiems) sprendimams, dalis. 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. Proc. Proc. Proc. Proc.	35 (2014 m.) 32,4 (2015 m.) 27,8 (2015 m.) 76 (2016 m.) 80 (2016 m.)	40 (2021 m.) 37,2 (2021 m.) 33 (2021 m.) 81 (2021 m.) 85 (2021 m.)	2021 m. II ketv.	361 563	300 000
		LVPA	2. Naudojame išteklius efektyviai	1. Skatinti įmones taupyti išteklius	Įmonės	1.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį sumažinusios energijos suvartojimą dėl aplinkos apsaugos (apribotas kondicionavimas, šildymas, prietaisai nepalikami veikiantys budėjimo režimu, perkami energiją tausojantys prietaisai), dalis.	Proc.	32,4 (2015 m. gruodis)	39 (2021 m.)	2021 m. (IV ketv.)	38 283	24 247
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 didmiesčių ir 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.)	2021 m. III ketv.	493 770	327 930
						2.1. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena iki 100 tūkst. gyventojų turinčiose vietovėse, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektą, 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.)			
	2. Visuomenė – aktyvesnė kūrėja	LVPA	1. Kūrybingas verslas	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.	16 894	9 840
1.1. Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.						Vnt.	96 (2015 m.)	306 (2017 m.)	Kampanijos veiklos baigtos (2017 m. gruodis)	29 787	0	
		ŪM	2. Kuriantis verslas	1. Ugdyti verslininkų nuostata, kad kūrybiniai produktai, bendradarbiavimas su menininkais suteikia konkurencinio pranašumo.	Verslo įmonės	1.1. Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.	Vnt.	96 (2015 m.)	306 (2017 m.)	Kampanijos veiklos baigtos (2017 m. gruodis)	29 787	0

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 finansškai 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 (2020 m.)	2020 m.	257 720	177 840
							2.1. Visuomenės, per paskutinius metus dalyvavusios savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje sprendžiant aktualias socialines problemas, dalis.	Proc.	20 (2015 m. gruodis).	25 (2020 m.)			
							3.1. Gyventojų, dalyvavusių sprendžiant vietos bendruomenės problemas, dalis.	Proc.	27,4 (2015 m. gruodis)	32 (2020 m.)			
							4.1. Įmonių, sutinkančių, kad joms yra naudinga finansškai remti vietos bendruomenių socialines iniciatyvas, dalis.	Proc.	57,9 (2015 m. gruodis)	62 (2020 m.)			
							5.1. Sukurtų VVG skaičius miestuose.	Vnt.	0	56 (2020 m.)			
							11.	EFEKTYVI LIETUVA	1. Efektyvus ir skaidrus viešojo sektoriaus valdymas (sistemos atvirumas)	SM			
2.1. Gyventojų, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	24 (2015 m. gruodis; 246 respondentai iš 1015)	28 (2017 m. IV ketv.)										
		2. Kokybiškas aptarnavimas viešajame sektoriuje (darbuotojų kompetencijos ir paslaugos)	VRM	1. Pagrindinis kiekvieno viešojo sektoriaus darbuotojo tikslas – geresnė viešųjų paslaugų kokybė.	1. Skatinti įstaigų vadovus nuolat sekti ir tobulinti klientams teikiamų paslaugų kokybę ir veiklos procesų efektyvumą. 2. Stiprinti vadovų nuostatas, požiūrį, kad jie yra atsakingi už įstaigos darbuotojų profesionalumą, diegiamus etikos standartus, vidinę kultūrą. 3. Skatinti tarnautojus klientus aptarnauti kokybiškai. 4. Formuoti tarnautojų nuostatą, kad nuo jų sprendimų priklauso visuomenės gerovė. 5. Skatinti gyventojus iš viešosiomis lėšomis finansuojamų institucijų reikalauti kokybiškos paslaugos ir pareikšti nuomonę apie blogą ar gerą paslaugų kokybę. 6. Kurti ir puoselėti valstybės tarnautojo reputaciją visuomenės akyse.	Viešojo valdymo institucijų (ligoninių, mokyklų, savivaldybių, administracijų, Seimui atskaitingų institucijų, viešąsias paslaugas teikiančių institucijų, valstybės ir savivaldybės įmonių, teikiančių viešąsias paslaugas) vadovai; tarnautojai; viešojo valdymo institucijų darbuotojai; visuomenė	1.1. Viešojo valdymo institucijų, įdiegusių ir diegiančių kokybės vadybos metodus ar sistemas, dalis.	Proc.	70 (2016 m.)	85 (2020 m.)	2021 m. I ketv.	353 010	235 340
							2.1. Savivaldybių, turinčių piliečių chartijas, dalis.	Proc.	25 (2016 m.)	50 (2020 m.)			
							3.1. Viešojo valdymo institucijų, atliekančių asmenų apklausas apie paslaugų kokybę, dalis.	Proc.	60 (2016 m.)	80 (2020 m.)			
							4.1. Gyventojų, manančių, kad viešojo valdymo institucijų veikla gerėja, dalis.	Proc.	36 (2016 m.)	46 (2020 m.)			
							4.2. Gyventojų, manančių, kad valstybės tarnautojų veikla gerėja, dalis.	Proc.	25 (2016 m.)	50 (2020 m.)			
							5.1. Gyventojų pasitenkinimas paslaugomis.	Koef.	0,83 (2016 m.)	0,85 (2020 m.)			
							6.1. Administracinių paslaugų teikimo ir aptarnavimo efektyvumo koeficientas.	Koef.	0,9 (2016 m.)	0,95 (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	Viešoji įstaiga Lietuvos verslo paramos agentūra
CPVA	Viešoji 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	Nevyriausybės 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