

2015-2018 m. komunikacijos planas 2014-2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijai įgyvendinti

Nr.	Komunikacijos kryptis	Komunikacijos tema	Institucija	Komunikacijos kampanija	Komunikacijos kampanijų tikslai	Tikslinė auditorija	Komunikacijos kampanijos rodikliai				Kampanijos trukmė	Maksimali komunikacijos kampanijos vertė (eurais)	Preliminarus paskirstymas pagal finansavimo laikotarpius (eurais)	
							Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas	Pradinė reikšmė ir jos metai	Siektina reikšmė ir jos metai			2015 (2007-2013 lėšos)	2015-2020 m. (2014-2020 lėšos) kampanijos vertė
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	19
1.	LIETUVA, KURIA KURIAME ES INVESTICIJOMIS	Skėtinė tema, jungianti visas komunikacijos kampanijas	FM	1. Veiksmų programos įgyvendinimo eigos ir finansavimo galimybių komunikacijos kampanija	1. Pateikti informaciją apie ES investicijų programos siekiamus pokyčius ir įgyvendinimo eigą. 2. Skatinti gyventojus domėtis įgyvendinamais projektais, jų teikiama nauda regionui ar šaliai. 3. Formuoti nuostata, kad Europos Sąjungos investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo.	Visuomenė	1.1. Europos Sąjungos fondų svetainėje apsilankiusių unikalų lankytojų vidutinis skaičius per metus. 1.2. Gyventojų, kurie yra girdėję 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 Europos Sąjungos investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje, dalis. 3.2. Gyventojų, teigiančių, kad Europos Sąjungos 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.	Unikalų vartotojų Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	145 817 (2015 m.) 91, iš jų daug girdėjo – 28 (2015 m. lapkritis) 65 (2015 m. lapkritis) 47 (2015 m. lapkritis) 74 (2015 m. lapkritis), iš kurių tikrai pajuto 26 10 (2015 m. lapkritis) Ekonominių pokyčių 86, iš kurių 25 visiškai sutinka, socialinių 79, iš kurių 19 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 girdėjusių 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.) Pokytis (visiškai sutinkančių) 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.)	2016–2018 m.	1.240.000		1.240.000

FM	2. Pareiškėjų, projektų vykdytojų bendruomenės stiprinimo, informavimo komunikacijos kampanija	1. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę, lygiavertį bendradarbiavimą siekiant bendro rezultato, stiprinti įgyvendinančių institucijų kaip partnerių, o ne kontroliuojančių 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 kritinį elementą projekto vykdymo sėkmei.	Galimi pareiškėjai	1.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančios 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 www.esinvesticijos.lt kaip bazinį puslapį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis. 3.1. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad visuomenės ir (ar) bendruomenės įtraukimas į projektų viešą aptarimą palengvins projektų įgyvendinimą, sutaupys laiko, dalis. 3.2. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie konsultavosi su bendruomene atsižvelgdami į bendruomenių, gyventojų lūkesčius dėl planuojamą ES investicijų, projektų būtinumo ir svarbos, pristatė projektų tikslus, veiklas ir rezultatus, dalis.	Proc.	0	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	371.920		371.920
					Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka – 11 (2015 m. gruodis).	visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)				
					Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis).	Visiškai sutinkančiųjų pokytis 30 (2023 m.)				
					Proc.	36,6 (2015 m. lapkritis).	pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)				
					Proc.	0	pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)				
					Proc.	0	pokytis ne mažiau kaip +10 prc. (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 matavimą atliekant visuomenės 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 1.2. Lietuvos gyventojų apklausa 1.3. Potencialių pareiškėjų nuomonės tyrimas 1.4. Projektų vykdytojų nuomonės tyrimas 1.5. Lietuvos gyventojų atrinktųjų grupių tyrimas 1.6. Komunikacijos strategijos įgyvendinimo efektyvumo vertinimas 1.7. Gebėjimų stiprinimo mokymai 1.8. Svetainės www.esinvesticijos.lt plėtrą ir palaikymo paslaugos	Mėn. Vnt. Vnt. Vnt. Vnt. Vnt. Vnt. Mėn.	0 0 0 0 0 0 0 0	36 9 9 9 12 3 15 36	2016–2018 m.	472.200		472.200
FM	4. Įvadinė 2014–2020 m. laikotarpio pradžios kampanija	Informuoti apie 2014–2020 m. ES investicijų pradžią, formuoti įvaizdį apie ES investicijų kryptis, pokyčius, akcentuoti ES investicijas, o ne paramą.	Visuomenė	1.1. Gyventojų, kurie ES fondų lėšas suvokia kaip investicijas į didžiausią pridėtinę vertę kuriančias sritis, o ne kaip į paramą Lietuvai kasdienėms problemoms spręsti, dalis.	Proc.	52 (2015 m. balandis)	55 (2015 m. lapkritis)	2015 m.	497.740		497.740
FM	5. 2007–2013 m. ES investicijų rezultatų komunikacija	Informuoti tikslines grupes apie 2007–2013 metais iš ES struktūrinių fondų lėšų įgyvendinamus ir įgyvendintus projektus, jų pridėtinę vertę ir naudą, akcentuojant projekto efektyvumą, skaidrumą, siekiamus bei pasiektus rezultatus.	Visuomenė Galimi pareiškėjai	1. Gyventojų, kuriems pakanka informacijos, kad galėtų įvertinti ES paramos skyrimo skaidrumą, dalis. 2. Gyventojų, kurie remdamiesi turima informacija apie ES paramą, jos skyrimą vertina kaip skaidrą, dalis.	Proc. Proc.	42 (2013 m. gruodis) 35 (2013 m. gruodis)	49 (2015 m. gruodis) 46 (2015 m. gruodis)	2015 m.	977.470	304.885	672.585
SM	Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skleisti idėjas apie bendrus strateginius Lietuvos tikslus, įgyvendinamus ES investicijomis.	1. Savivaldybių administracijos. 2. Valstybės institucijos ir įmonės	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų/įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų/įstaigų), kurie žino interneto svetainę www.esinvesticijos.lt kaip bazinį puslapį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis. 1.3. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų/įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 1.4. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų/įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrą, dalis. 1.5. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų/įstaigų), kurie suvokia, kad siekdami savo projekto rezultatų, prisideda prie visos šalies rezultatų, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis). 38,2 (2015 m. gruodis) 78,3 (2015 m. gruodis) 75 (2015 m. gruodis) 96,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 43,2 (2018 m.) 83,3 (2018 m.) 80 (2018 m.) 99,7 (2018 m.)	2015–2021 m.	47.300	4.080	43.220

			MITA	2. Komunikacija apie mokslo komercingumą – mokslo žinios verslo sėkmei.	1. Skatinti mokslo komercializavimo 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 komercializavimo projektuose, prestižą.	Mokslininkai, tyrėjai, studentai, o taip pat ir mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai, kurie siekia pokyčių, domisi mokslo komercializavimu, projektine veikla, nori, kad aukštojoje mokykloje sukurtos žinios, pasiekti MTEP rezultatai būtų pritaikomi	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 per metus (2015 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	5000 per metus (2015 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	2016–2018 m.	90.000		90.000	
	3. Pažangi visuomenė – e. visuomenė	SM	1. Aktyvi e. visuomenė	1. Skatinti gyventojus žinoti, kur ir kaip rasti interneto prieigą, daugiau ir išmaniai naudotis internetu. 2. Populiarinti interneto teikiamas galimybes tikslinėms auditorijoms.	1. Visuomenė. 2. Vyresnio amžiaus žmonės. 3. Atokiose vietose gyvenantys gyventojai	1.1. Visuomenės, kuri žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą, dalis. 2.1. Visuomenės, kuri sutinka, kad nesunku išmokti ir nesunku naudotis internetu, dalis.	Proc. Proc.	67 (2015 m. gruodis). 70 (2015 m. gruodis).	72 (2018 m.) 75 (2018 m.)		2015–2018 m.	290.000		290.000	
		IVPK (2007-2013)		1. Aiškiai ir paprastai pateikti informaciją gyventojams ir verslo atstovams, kaip naudotis e. paslaugomis, formuoti nuomonę, kad e. paslaugos mažina administracinę našą, e. paslaugų gavimo procesas daug lengvesnis, greitesnis ir patogesnis. 2. Skatinti gyventojus ir verslo atstovus naudotis ES lėšomis sukurtais viešosiomis ir administracinėmis e. paslaugomis.	Visuomenė, potencialūs e. paslaugų naudotojai.	1.1. (1.2.) Visuomenės, kuri naudoja elektronines paslaugas, dalis.	Proc.	34 (2013 m. gruodis).	44 (2015 m.)		2015 m.	213.094	213.094	0	
3.	VERSLI LIETUVA	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 smulkaisi ir (ar) vidutinio verslo gaminamas lietuviškas produktas gali būti įdomus ir užsienio rinkoms. 3. Informuoti apie eksporto galimybes.	Mažos ir vidutinės įmonės	1. 1. Padidėjusios MVĮ eksporto apimtys, eksporto šalių plėtra. 2.1. Dalis MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas. 3.1. Išaugęs eksportuojančių MVĮ skaičius.	(tūkstančiai s EUR) Proc. Vnt.	10 109 874,36 (2014 m.) 48,2 (2015 m. gruodis) 9084 (2014 m.)	pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2017 m.) 53,2 (2017 m.) pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2017 m.)	2015–2016 m.	527.025	8.029	518.996	
			LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas smulkaisi ir (ar) vidutinio verslo kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	* Gamybos ar paslaugų smulkaisi ir vidutinio verslo įmonės veikiančios regionuose. • 25-55 m. daugiausia regionuose	1.1. Dalis gamybos ir paslaugų MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas. 2.1. Dalis MVĮ regionuose vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas.	Proc. Proc.	50,7 (2015 m. gruodis) 41,7 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.) 48 (2018 m.)		2016–2018 m.	36.170		36.170
			INVEGA	3. Duokit šansą! Eksporto skatinimas	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	* Smulkiojo ir vidutinio verslo atstovai. • Mažos ir vidutinės įmonės.	1.1. Padidėjusios MVĮ eksporto apimtys; esamų eksporto šalių plėtra (šalių skaičius per įmonę).	Vnt.	10 109 874,36 (2014 m.)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2017 m.).	2016–2018 m.	16.510		16.510	
	2. Savarankiški ir verslūs gyventojai („pats sau darbdavys“ skatinimas)	INVEGA	1. Duokit šansą! Verslumo skatinimas	1. Skatinti suvokimą, kad kiekvienas gali tapti verslininku bet kuriame gyvenimo etape. 2. Formuoti įvaizdį, kad pradėti verslą dabar – pats tinkamiausias laikas. 3. Šviesti, mokyti, ugdyti ir informuoti apie priemones, konsultacijas verslo įkūrimo pradžiai. 4. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją.	Gyventojai, galimi/potencialūs smulkiojo ir vidutinio verslo atstovai	1.1. Didėja bendras verslumo lygis (įmonių ir fizinių asmenų, tenkančių 1000 gyventojų, skaičius). 1.2. Mažėja verslumo lygio skirtumai tarp skirtingų socialinių grupių (jaunimo, moterų, soc. pažeidžiamų asmenų ir t.t.) 2.1. Didėja procentas norinčių ir matančių galimybę įkurti savo verslą (bendras skaičius vs grupės) 3.1. Didėja procentas besikreipiančių ir žinančių apie verslo konsultacijas, pasinaudojusį jomis. 4.1. Daugėja gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę.	Vnt. Proc. Proc. Proc.	79,38 (2014 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bendras – 37%, moterų – 29%, vyrų – 47%. 2180 klientų 72 (2015 m. gruodis).	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2017 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	116.000		116.000		

4. KVALIFIKUOTA LIETUVA	1. Mokymasis visą gyvenimą	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmonės prisidėti prie darbuotojų mokymo. 2. Skatinti įmonės priimti mokinius praktikai, pameistrus. 3. Gerinti profesinio švietimo įstaigų reputaciją įmonių tarpe.	1. Įmonės. 2. Darbdaviai.	1.1. Įmonių vadovų manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis. 2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis. 3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad tik dirbdant kartu su profesinio mokymo teikėjais, naujai paruoštų specialistų kvalifikacija atitiks įmonės poreikius.	Proc. Proc. Proc.	79,3 (2015 m. gruodis) 81,5 (2015 m. gruodis) 51 (2015 m. gruodis)	84,3 (2017 m.) 86,5 (2017 m.) 56 (2017 m.)	2015–2016 m.	92.700		92.700
		ŠMM	2. Mokymasis visą gyvenimą	1. Įdiegti mokymosi visą gyvenimą standartą. 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą.	Visuomenė	1.1. Gyventojų sutinkančių, kad turi nuolatos mokytis ar kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori šiais laikais išlikti konkurencingas, dalis. 2.1. Gyventojų pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc. Proc.	91 proc. (2015 m. gruodis), iš jų 47 proc. visiškai sutinka 87 proc. (2015 m. gruodis), iš jų 46 proc. visiškai sutinka	91 proc. (2015 m. gruodis), iš jų 52 proc. visiškai sutinka (2018 m.) 87 proc. (2015 m. gruodis), iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2018 m.)	2016 m.	73.008		73.008
		INVEGA	3. Duokit šansą! Kvalifikacijos kėlimas	1. Skatinti įmonės prisidėti prie darbuotojų mokymo	Smulkiojo ir vidutinio verslo atstovai, darbdaviai.	1.1. Įmonių vadovų manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis. 1.2. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc. Proc.	79,3 (2015 m. gruodis) 81,5 (2015 m. gruodis)	pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.) pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	16.510		16.510
	ESFA	4. Pasimatuok profesiją	1. Skatinti, kad moksleiviai rinktųsi profesinį mokymąsi. 2. Skatinti pedagogus padėti vaikams, kurie renkasi profesinį mokymąsi. 3. Pakelti profesijos prestižą – profesija yra vertybė.	• 10-12 klasių moksleiviai. • Pedagogai. • Visuomenė.	1.1. Moksleivių, kuriems mokytis konkrečios profesijos atrodo įdomu, dalis. 3.1. Gyventojų, kuriems profesija yra vertybė, dalis. 1.3. Moksleivių, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas gyvenime, dalis. 3.2. Moksleivių, kuriems profesinė kvalifikacija yra vertybė, dalis. 2.1. Pedagogų ir (ar) mokyklų direktorių sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas gyvenime, dalis. 2.2. Gyventojų, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas gyvenime, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 93 (2015 m. gruodis). Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.	2016 m.	44.000		44.000	
5. AUGANTI LIETUVA	1. Moderni švietimo sistema	ŠMM	1. Moderni švietimo sistema	1. Skatinti tėvus leisti vaikus į ikimokyklinio ugdymo įstaigas. 2. Gerinti darželių ir ikimokyklinių bei priešmokyklinių grupių mokyklose ir pedagogų, dirbančių su mažais vaikais, įvaizdį. 3. Pristatyti geruosius edukacinių erdvių pavyzdžius, lanksčius ikimokyklinio ugdymo modelius savivaldybėse, skleisti gerą patirtį. 4. Skatinti tėvų įsitraukimą į problemų sprendimą mokykloje, atpažinti patyčias. 5. Skatinti mokyklas dalyvauti prevencijos programose. 6. Skatinti tikslines auditorijas motyvuoti vaikus dalyvauti standartizuoto ugdymo testuose. 7. Skatinti įvairiais būdais ir formomis gerinti ugdymo kokybę. 8. Informuoti tikslines auditorijas apie 2007–2013 m. iš ES struktūrinių fondų lėšų įgyvendinamus ir įgyvendintus projektus, jų pridėtinę vertę ir naudą, akcentuojant projekto efektyvumą, skaidrumą, siekiamus bei pasiektus rezultatus.	Tėvai, pedagogai, mokyklų administracijos	1.1. Tėvų, kurie suvokia ankstyvojo ugdymo naudą vaiko vystymuisi, dalis. 4.1. (5.1.; 6.1.) Tėvų, kurie yra linkę įsitraukti į mokyklos veiklą, dalis. 5.1. Mokyklų, kurios dalyvauja prevencinėse programose, dalis. 6.1. Tėvų, kurie supranta standartizuotų testų naudą, dalis. 7.1. Mokyklų, kurios dalyvauja pažangios mokyklos projektuose, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Vnt.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 47 proc. (2015 m. gegužės mėn.); 51 proc. (2015 m. lapkričio mėn.) 56 (2015 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 0	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 60 proc. (2018 m.) 58 (2018 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 100 (2022 m.)	2015–2016 m.	292.146	38.174	253.972
		ESFA	1. Bendruomeniškiausios mokyklos apdovanojimai	1. Skatinti tėvų įsitraukimą į problemų sprendimą mokykloje, atpažinti patyčias. 2. Skatinti mokyklas dalyvauti prevencijos programose.	1. Tėvai. 2. Pedagogai. 3. Mokyklos.	1.1. Tėvų, kurie yra linkę įsitraukti į mokyklos veiklą, dalis 2.1. Mokyklų, kurios dalyvauja prevencijos programose, dalis.	Proc. Proc.	47 (2015 m. gegužė), 51 (lapkritis) 56	60 proc. (2018) 58 proc (2018 m.)	2016 m.	10.000		10.000

		2. Galimybės augantiems (kompetencijų ir patirties krepšeliui - stažuotės, praktika, mokslinė praktika, kt.)	ŠMM	1. Galimybės augantiems	1. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis 2. Informuoti tikslines grupes apie 2007–2013 m. iš ES struktūrinių fondų lėšų įgyvendinamus ir įgyvendintus projektus, jų pridėtinę vertę ir naudą, akcentuojant projekto efektyvumą, skaidrumą, siekiamus bei pasiektus rezultatus.	Mokiniai nuo 14 m. Tėvai, pedagogai, mokyklų administracijos	1.1. Mokinių, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis. 2.1. Gyventojų, kurie asmeniškai pajuto ES investicijų naudą, dalis.	Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 71 (2015 m. balandis)	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 74 (2015 m. lapkritis)	2016–2018 m.	105.622	36.208	69.414
			SADM	2. Rezervuota jaunimui	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė, kuriomis jaunimas gali naudotis. 2. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis.	• Moksleiviai nuo 14 metų. • Studentai.	1.1. Tikslinės auditorijos, žinančios apie galimybės jaunimui įsidarbinti, savanoriauti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis. 1.2. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo ar savanorystės patirtį kaip svarbią (profesijos pasirinkimui, karjerai ir pan.), dalis. 1.3. Tikslinės auditorijos, bandžiusios dirbti arba savanoriauti, dalis.	Proc. Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	2015–2017 m.	287.889		287.889
			INVEGA	3. Duokit šansą. 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.)	2016–2018 m.	18.510		18.510
			ESFA	4. Ženk pirmą žingsnį - išbandyk savanorystę	1. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis.	Moksleiviai nuo 14 metų	1.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo ar savanorystės patirtį kaip svarbią, dalis. 1.2. Mokinių, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis. 1.3. Tikslinės auditorijos, bandžiusios dirbti arba savanoriauti, dalis.	Proc. Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	pokytis ne mažiau kaip +5 proc. pokytis ne mažiau kaip +5 proc. pokytis ne mažiau kaip +5 proc.	2016–2017 m.	49.500		49.500
		3. Motyvacija „miegantiems“ (kokymosi ir profesijos, darbo įsigijimo skatinimas)	SADM	1. Pažink lyderį savy	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė - tai galimybė bendrauti, save realizuoti, įgyti patirties, būti savarankišku. 3. Skatinti tikslinę auditoriją aktyviai dalyvauti jaunimo užimtumo programose, renginiuose, projektuose. 4. Skatinti suvokimą, kad yra garbinga dirbti visuomenės bendruomenei naudingus darbus. 5. Skatinti visuomenę vertinti dirbantį ir anksti praktikos įgyjantį jaunimą.	• Jaunimas regionuose nuo 15 iki 29 m. • Jaunimas iš socialiai jautrių šeimų nuo 15 iki 29 m. • Visuomenė, tėvai.	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 svarbią ateičiai, dalis. 3.1. Jaunimo, vertinančio dalyvavimą jaunimo užimtumo programose – galimybę įgyti praktikos, dalis. 4.1. Visuomenės, kuri vertina a) dirbantį jaunimą, b) dirbantį ir kartu besimokantį jaunimą, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. a) 48 (2015 m. gruodis) b) 69 (2015 m. gruodis)	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. a) 55 (2018 m.) b) 75 (2018 m.)	2015–2018 m.	293.151	10.793	282.358
			INVEGA	2. Duokit šansą. Motyvacija miegantiems	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė - 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. 2.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip svarbią ateičiai, dalis.	Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	2016–2018 m.	18.520		18.520
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.	1. Visuomenė. 2. Verslininkai 3. Regionų (išskyrus 5 didžiuosius miestus) gyventojai. 4. 5 didžiųjų miestų gyventojai.	1.1. Didėja gyventojų dalis sutinkanti, kad: a) Gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolat auga; b) Regionai yra patraukli vieta verslų vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir pigesni kaštai) (jmonės). 2.1. Verslininkų, sutinkančių, kad kompleksiška 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 čia gyventi ir dirbti, dalis.	Proc. Proc. Proc.	a) 70 (2015 m. gruodis) b) 33,1 (2015 m. gruodis) 46,2 (2015 m. gruodis) 79 (2015 m. gruodis)	a) 74 proc. (2018 m.) b) pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 50 proc. (2018 m.) 83 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	362.680		362.680
		2. Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės visoms	SADM	1. Socialinę atskirtį patiriančių asmenų vienodo užimtumo 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 praeitis, dalis. 1.2. Visuomenės, sutinkančios, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė praeitis, dalis.	Proc. Proc.	74,2, iš kurių visiškai sutinka – 33,1 (2015 m. gruodis) Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	2016–2018 m.	217.500		217.500

		socialinėms grupėms)	SADM	2. Prašyti pagalbos yra normalu.	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos.	Visuomenė	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina, dalis. 2.1. Tikslinės auditorijos, žinančios, kur kreiptis dėl pagalbos, dalis.	Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	2015–2018 m.	199.100		199.100
			SADM	3. Socialinė atsakomybė - vertybė, o ne tuštybė.	1. Skatinti visuomenės suvokimą, kad renkantis paslaugą ir (ar) produktą iš socialiai atsakingo ar socialinio verslo, ji ne tik gauna norimą paslaugą/produktą, bet kartu ir prisideda darant gerą darbą įvairioms socialinėms grupėms. 2. Skatinti steigti socialinius verslus. 3. Skatinti verslo suvokimą, kad socialinė atsakomybė yra naudinga pačiam verslui.	• Visuomenė. • Nevyriausybines organizacijos (įskaitant vietos bendruomenes). • Verslas (įmonės, darbdaviai).	1.1. Tikslinės auditorijos, 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. 1.2. Paramą gavusios įmonės ar organizacijos, kurios teikia bendruomenei reikalingas paslaugas arba prekes, sprendžiančias konkrečių socialinę problemą. 2.1. Padaugeja lietuviško kapitalo įmonių, dalyvaujančių NAVA ir atitinkančių socialinės atsakomybės principus. 3.1. Darbdavių dalis, sutinkanti, kad: • Būti socialiai atsakingam apsimoka • Būti pripažintam socialiai atsakingu verslu yra prestižas (garbė).	Proc. Proc. Vnt. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 27 (2015 m.) Bus nustatyta 2016 m.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 40 (2018 m.) Bus nustatyta 2016 m.	2015–2018 m.	120.860		120.860
			SADM	4. Igalink patirti, atrask save iš naujo	1. Skatinti vyresnio amžiaus asmenų suvokimą, kad savanorystė/bendruomenės veikla yra naudinga jiems patiems ir kartu gali prisidėti prie visos visuomenės gerovės kūrimo.	Suaugusieji (54 +)	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad savanorystė, bendruomeninė veikla yra puikūs būdai aktyviai leisti laisvalaikį, gyventi įdomų gyvenimą, dalis. 1.2. Tikslinės auditorijos, žinančios, kur kreiptis norint dalyvauti savanoriškose veiklose ir kur galima veikti aktyviai, dalis. 1.3. 56 metų ir vyresnių suaugusiųjų gyventojų, teigiančių, kad per pastaruosius metus dalyvavo savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. 29 (2015 m. gruodis).	Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Pokytis ne mažiau kaip +6 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	57.185		57.185
7.	SVEIKA LIETUVA	Sveikatos kultūra (asmeninė ir valstybinė motyvacija sveikam gyvenimo būdai)	SAM	Sveikos gyvensenos populiarinimas	1. Didinti žinomumą, kas yra sveika gyvensena ir kuo ji naudinga. 2. Didinti vaikų suvokimą, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu. 3. Informuoti tikslines grupes apie 2007–2013 metais iš ES struktūrinių fondų lėšų įgyvendinamus ir įgyvendintus projektus, jų pridėtinę vertę ir naudą, akcentuojant projekto efektyvumą, skaidrumą, siekiamus bei pasiektus rezultatus.	Visuomenė, vaikai (iki 18 m.)	1.1. Visuomenės, žinančios, ką reiškia gyventi sveikai, dalis. 2.1. Vaikų (iki 18 metų), manančių, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu, dalis. 3.1. Gyventojų, kurie asmeniškai pajuto ES investicijų naudą, dalis.	Proc. Proc. Proc.	86 55 71 (2015 m. balandis)	90 (2016 m.) 59 (2016 m.) 74 (2015 m. lapkritis)	2016 m.	340.658	144.810	195.848
8.	TVARI LIETUVA	1. Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas (rūšiavimas, pagarba aplinkai)	AM	1. „Išsinauok gamtą neterminuotai - susipažink“; 2. „Išsinauok gamtą neterminuotai - suvok“	1. Informuoti gyventojus apie ES lėšomis siekiamus pokyčius aplinkos srityje 2014–2020 m. 2. Skatinti gyventojus naudoti aplinkosaugos ES projektų rezultatus. 3. Skatinti asmeninę gyventojų iniciatyvą prisidėti prie aplinkos problemų sprendimų finansuojamų ES lėšomis.	1. Visuomenė 2. Didmiesčių miestų (nuo 30 tūkst.) gyventojai	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugoje, dalis. 3.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis. 2.1. Visuomenės, pajutusias ES investicijų naudą aplinkos sektoriuje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	39 (tyrimas 2015 gruodis) 60 40	51 (2018 m.) 72 (2018 m.) 52 (2018 m.)	2016–2018 m.	393.855	168.555	225.300
			APVA	2. Išsinauok gamtą neterminuotai. Socialinės reklamos kampanijos apie aplinkosauginį sąmoningumą ir taršą	1. Informuoti gyventojus apie ES lėšomis siekiamus pokyčius aplinkos srityje 2014–2020 m. 2. Skatinti asmeninę gyventojų iniciatyvą prisidėti prie aplinkos problemų sprendimų finansuojamų ES lėšomis. 3. Skatinti gyventojus naudoti aplinkosaugos ES projektų rezultatus.	1. Visuomenė 2. Didmiesčių miestų (nuo 30 tūkst.) gyventojai	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugoje, dalis. 2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis. 3.1. Visuomenės, pajutusias ES investicijų naudą aplinkos sektoriuje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	39 (tyrimas 2015 gruodis) 60 40	51 (2018 m.) 72 (2018 m.) 52 (2018 m.)	2016–2018 m.	295.920	64.116	231.804

			ŪM	3. Įmonės kuria tvarią Lietuvą	1. Skatinti įmonių suvokimą apie atliekų rūšiavimo principus, svarbą ir finansinę naudą pačiai įmonei (1-a ir 2-a tikslinės auditorijos) 2. Skatinti įmones taikyti mažaatliekines technologijas, naudoti mažakiekies pakuotes (1-a ir 2-a tikslinės auditorijos) 3. Skatinti įmones naudoti neperdirbamias atliekas energijai gauti (1-a ir 2-a tikslinės auditorijos) 4. Skatinti įmones diegti aplinkosauginius standartus (3-a tikslinė auditorija) 5. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudotis technologijomis, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti eco sprendimus (3-a tikslinė auditorija)	Verslo subjektai: 1-a – Pramonės, gamybos įmonės 2-a – Ne pramonės įmonės 3-a – Įmonės	1.1. Pramonės ir (ar) gamybos įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekines ar mažaatliekines technologijas), jų kaina, ekonominė nauda, skaičius (1-a tikslinė auditorija) 2.1. Pramonės ir (ar) gamybos įmonių, kurios per paskutinį pusmetį taikė ekoinovacijas (beatliekines ar mažaatliekines technologijas), dalis. (1-a tikslinė auditorija) 3.1. Gamybos įmonių, kurios per paskutinį pusmetį naudojo gamybos atliekas energijai gauti, dalis. (1-a tikslinė auditorija) 3.2. Įmonių, kurios sutinka, kad svarbu rūšiuoti atliekas perdirbimui, dalis. (2-a tikslinė auditorija, paslaugų/ prekybos įmonių vadovai) 4.1. Pramonės ir (ar) gamybos įmonių, įsidedusių aplinkosaugos standartą, dalis. (1-a tikslinė auditorija, įmonių vadovai/ darbuotojai ar atstovai) 4.2. Aplinkosauginius standartus įsidedusių įmonių skaičius – visos įmonės. (3-a tikslinė auditorija, įmonių vadovai/ darbuotojai ar atstovai) 4.3. Pramonės įmonių, diegiančių aplinkosaugos standartus / technologijas, skaičius (3-a tikslinė auditorija, įmonių vadovai) 4.4. Įmonių, planuojančių diegti aplinkosaugos standartus artimiausią pusmetį, skaičius. (3-a tikslinė auditorija, įmonių vadovai) 5.1. Įmonių, kurios sutinka, kad svarbu pirkti aplinkai palankius produktus savo kasdiniams poreikiams, dalis. (2-a tikslinė auditorija, paslaugų ir prekybos įmonių vadovai)	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	46 (2015 m. gruodis) 19,3(2015 m. gruodis) 17,4 (2015 m. gruodis) 95,3/ 96,7 (2015 m. gruodis) 17,1/ 18 (2015 m. gruodis) 13,4/ 11,2 (2015 m. gruodis) 40 (2015 m. gruodis) 9,2 (2015 m. gruodis) 88,4 (2015 m. gruodis)	51 (2017 m.) 24,3 (2017 m.) 22,4 (2017 m.) 97,3/ 98,7 (2017 m.) 22,1/ 23 (2017 m.) 28,4/ 26,2 (2017 m.) 45 (2017 m.) 14,2 (2017 m.) 93,4 (2017 m.)	2015–2016 m.	48.900		48.900
			LVPA	4. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas	1. Skatinti įmones taikyti mažaatliekines technologijas, naudoti mažakiekies pakuotes; 2. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudotis technologijomis, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti eco sprendimus.	• Pramonės, gamybos įmonės. • Ne pramonės įmonės. • Visos įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekines ar mažaatliekines technologijas), jų kaina, ekonominė nauda, skaičius. 2.1. Įmonių, įsidedusių aplinkosauginius standartus, skaičius.	Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 11,2 (2015 m. gruodis)	31 14,5	2016–2018 m.	30100		30.100
		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 diegti vadybos sistemas, padedančias efektyviai naudoti išteklius. 3. Skatinti naudoti energiją iš vietinių ir atsinaujinančių energijos išteklių. 4. Skatinti pastatų administravimo įmones taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją).	• Įmonės. • Pastatų administravimo įmonės. • Visuomenė.	1.1. Per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos priemonių sumažinote energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikdami prietaisų budėjimo režime, perkdami energiją tausojančius įrenginius). Įmonės 1.2. Per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos priemonių sumažinote energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikdami prietaisų budėjimo režime, perkdami energiją tausojančius įrenginius). Visuomenė 2.1. Per paskutinį mėnesį įsigijo energijos iš vietinių šaltinių. Įmonės 3.1. Įsigydami prietaisus teikėte pirmenybę efektyviems (mažiausią energiją naudojančiams) sprendimams. Pastatų administravimo įmonės 4.1. Per paskutinį mėnesį atsakingai naudojote energijos išteklius ir (ar) energiją (išjungę šviesą, naudojo efektyvius prietaisus, technologijas, įrenginius, išjungę prietaisus iš rozetės). Pastatų administravimo įmonės	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	32,4 (2015 m. duomenys) 35 (2014 m.) 27,8 (2015 m. duomenys) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	37,2 (2018 m.) 40 (2018 m.) 33 (2018 m.) Bus nustatyta 2016 m. I ketv. Bus nustatyta 2016 m. I ketv.	2016–2018	155.000		155.000
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 įvaidį, 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. Padidintas dėmesys bus skiriamas abiejų lyčių 15-29 m. jaunimui.	1.1. Gyventojų, manančių, kad kultūros paslaugų kokybė gerėja, dalis. 2.1. Gyventojų, kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų sektorių objektus, dalis. 2.2. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena iki 100 tūkst. gyventojų turinčiose vietovėse, dalis per pastaruosius 12 mėn. aplankiusi kultūros paveldo objektą. 2.3. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena 100 tūkst. ir daugiau gyventojų turinčiose vietovėse, dalis per pastaruosius 12 mėn. aplankiusi kultūros paveldo objektą. 3.1. Gyventojų (15-29 m.), kurie per pastaruosius 12 mėn. apsilankė ne mažiau kaip keturių skirtingų sektorių objektus, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	Bus nustatyta 2016 m. 26,5 (2014 m.) 51,3 (2014 m.) 66,5 (2014 m.) 41,5 (2014 m.)	Bus nustatyta 2016 m. 29 (2018 m.) 35 (2023 m.) 57 (2018 m.) 70 (2018 m.) 44 (2018 m.) 47 (2023 m.)	2015–2018 m.	493.770		493.770
			ŪM	2. Kuriantis verslas	1. Ugdyti nuostatą verslininkų tarpe, kad kūrybiniai produktai, bendradarbiavimas su menininkais yra konkurencinis pranašumas.	Verslo subjektai	1.1. Įmonių, veikiančių meno inkubatoriuose, dalis. 1.2. Įmonių, teikiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.	Vnt. Proc.	96 (2015 m.) 95,1 (2015 m.)	230 (2017 m.) 98,1 (2017 m.)	2015–2016 m.	54.200		54.200

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.	1. Visuomenė, 2. Miestų (virš 6000 gyventojų), savivaldybių centrų gyventojai, verslas, 3. Bendruomenės, NVO, VVG (bendruomenė, verslas ir valdžia)	1.1. Gyventojų, manančių, kad gali patys prisidėti prie socialinių pokyčių ir problemų sprendimo, dalis. 2.1. Visuomenės, per paskutinius metus dalyvavusios savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje sprendžiant aktualias socialines problemas, dalis. 3.1. Gyventojų, sutinkančių, kad dalyvavo sprendžiant vietos bendruomenės problemas, dalis. 4.1. Įmonių, sutinkančių, kad įmonėms yra naudinga finansiškai remti vietos bendruomenių socialines iniciatyvas, dalis. 5. Sukurtų VVG skaičius miestuose.	Proc. Proc. Proc. Proc. Vnt.	35 (2015 m. gruodis). 20 (2015 m. gruodis). 27,4 (2015 m. gruodis) 57,9 (2015 m. gruodis) 0	40 proc.(2018 m.) 25 proc. (2018 m.) 32 proc. (2018 m.) 62 proc. (2018 m.) 56 (2018 m.)	2015–2018 m.	257.720		257.720
11.	EFEKTYVI LIETUVA	Efektyvus ir skaidrus viešojo sektoriaus valdymas (sistemos atvirumas)	SM	2. 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.	1. Visuomenė, 2. Verslo įmonės.	1. Gyventojų, kuriems viešosios e. paslaugos yra kasdienio gyvenimo dalis, dalis. 2. Gyventojų, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis. 3. Įmonių, kurioms viešosios e. paslaugos yra kasdienis darbo įrankis, dalis. 4. Įmonių, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis. 5. Gyventojų, kurie naudojami administracinėmis elektroninėmis paslaugomis, teikiamomis per elektroninės valdžios vartų portalą, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	68 (2015 m. gruodis) 24 (2015 m. gruodis; 246 respondentai iš 1015) 52 (2015 m. gruodis) 33 (2015 m. gruodis; 346 respondentai iš 1050). 12 (2014 m.)	73 (2018 m.) 29 (2018 m.) 57 (2018 m.) 38 (2018 m.) 16 proc. (2017 m.), 20 (2020 m.)	2015–2018 m.	505.000		505.000
IŠ VISO:												12.360.721	1.255.680	11.105.041

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	Aplinkos projektų valdymo agentūra
ESFA	Europos socialinio fondo agentūra
LVPA	Lietuvos verslo paramos agentūra
CPVA	Centrinė projektų valdymo agentūra
INVEGA	Uždaroji akcinė bendrovė investicijų ir verslo garantijos
LMT	Lietuvos mokslo taryba
VIPA	Viešųjų investicijų plėtros agentūra
MITA	Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra
TID	Transporto investicijų direkcija
ES	Europos Sąjunga
SVV	Smulkusis ir vidutinis verslas
E.	Elektroninės paslaugos

NVO	Nevyriausybines organizacijos
MSI	Mokslo ir studijų institucija
VVG	Vietos veiklos grupė
MTEP	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra