

2017–2019 METŲ KOMUNIKACIJOS PLANAS

Nr.	Komunikacijos kryptis	Komunikacijos tema	Institucija	Komunikacijos kampanijos pavadinimas	Komunikacijos kampanijos tikslai	Tikslinė auditorija	Komunikacijos kampanijos rodikliai				Kampanijos trukmė	Maksimali komunikacijos kampanijos vertė (eurais)
							Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas	Pradinė reikšmė ir jos nustatymo metai	Siektina reikšmė ir jos pasiekimo metai		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	LIETUVA, KURIA KURIAME EUROPOS SĄJUNGOS 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 programos siekiamus pokyčius ir įgyvendinimo eigą. 2. Skatinti gyventojus domėtis įgyvendinamais projektais, jų teikiama nauda regionui ar šaliai. 3. Formuoti nuostatai, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo.	Visuomenė	1.1. ES fondų svetainėje apsilankusių unikalų lankytojų vidutinis skaičius per metus.	Unikalų vartotojų	145 817 (2015 m.)	180 000 (2018 m.) 200 000 (2023 m.)	2016–2018 m.	1,240,000
							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. (2018 m.)		
							1.3. Gyventojų, kuriems pakanka informacijos apie ES investicijas Lietuvai, dalis.	Proc.	65 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 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. (2018 m.)		
							2.1. Gyventojų, kurie asmeniškai pajuto ES investicijų naudą, dalis.	Proc.	74 (2015 m. lapkritis), iš kurių tikrai pajuto – 26	Tikrai pajutusiujų dalies pokytis +7 proc. (2018 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. (2018 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. (2018 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. (2018 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. (2018 m.)		
										FM		
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. (2018 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.)		
				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. (2018 m.)		
				3.2. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie: a) konsultavosi su bendruomene atsižvelgdami į bendruomenių, gyventojų lūkesčius dėl planuojamų ES investicijų, projektų būtinumo ir svarbos; b) pristatė projektų tikslus, veiklas ir rezultatus, dalis.	Proc.	a) 70 (2016 m. spalio) b) 66 (2016 m. spalio)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
FM	3. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas	1. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas užtikrins komunikacijos kryptį ir temų įgyvendinimo eigos stebėseną, rodiklių reikšmių nustatymą ir nuolatinį 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.	Men.	10 (2016 m. gruodis)	36	2016–2018 m.	472,200
				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 atrinktųjų 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.	Men.	12 (2016 m. gruodis)	36		
SM	4. 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.	Savivaldybių administracijos; valstybės institucijos ir įstaigos	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2021 m.	51,981
				1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.	Proc.	38,2 (2015 m. gruodis)	43,2 (2018 m.)		
				1.3. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	78,3 (2015 m. gruodis)	83,3 (2018 m.)		
				1.4. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrą, dalis.	Proc.	75 (2015 m. gruodis)	80 (2018 m.)		
				1.5. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie suvokia, kad, siekdami savo projekto rezultatus, prisideda prie visos šalies rezultatų, dalis.	Proc.	96,7 (2015 m. gruodis)	99,7 (2018 m.)		
CPVA	5. Projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 2. Skatinti tikslinių auditorijų iniciatyvumą, lankstumą, operatyvumą. 3. Stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį.	CPVA administruojamų priemonių pareiškėjai ir projektų vykdytojai; ES investicijas administruojančios institucijos	1.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	70,5	78 (2018 m.), 65 (2023 m.)	2015–2019 m.	297,208
				1.2. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras visų institucijų rodiklis).	Proc.	79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis)	84, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.), 65 (2023 m.)		
				3.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	58,8	65 (2018 m.), 85 (2023 m.)		
				3.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų: a) profesionalumas; b) skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc.	a) 70,6 b) 50	90 (2018 m.)		
ŠMM	6. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	Mokslo ir studijų institucijos; suaugusiųjų švietimo centrai; darbdavių asociacijos, profesinio mokymo įstaigų asociacijos; neformaliojo švietimo organizacijos	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės 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.)	2015 IV ketv. – 2019 IV ketv. m.	82,400

LMT	7. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti projektų vykdytojų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	LMT administruojamų priemonių galimi projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	75,4, iš jų informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis)	75 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 25 (2018 m.)	2016–2018 m.	151,308
				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, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	75 (2018 m.)		
				3.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas, skaidrumas priimančios 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 galimi pareiškėjai ir projektų vykdytojai	1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14,5 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	337,336
				2. 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 +5 proc. (2018 m.)		
				3. 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. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	78,5, iš kurių visiškai pakanka – 16 (2016 m. spalio)	65 (2018 m.)		
				5. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų: a) profesionalumas; b) skaidrumas priimančios sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc.	a) 68,7, iš kurių visiškai sutinka – 20,8 (2016 m. spalio) b) 59,8	65 (2018 m.)		
				6. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi patirtimi su kitais projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	56,3 (2016 m. spalio)	60 (2018 m.)		
				7. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	59,8, iš kurių visiškai sutinka – 16 (2016 m. spalio)	60 (2018 m.)		
				8. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinamo projekto naudą pajus Lietuvos gyventojai, dalis.	Proc.	66, atsakančių <i>Taip</i>	71 (2018 m.)		
VRM	9. Vidaus reikalų ministerijos informavimo veiklos	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti tikslingas auditorijas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbią projekto vykdymo sėkmei. 4. Skatinti tikslingas auditorijas vertinti projekto komunikacijos priemonių efektyvumą iš tikslingos auditorijos pusės. Skatinti partnerystę su tikslinėmis auditorijomis, lygiavertį bendradarbiavimą kartu siekiant bendro rezultato.	Valstybinio, regioninio planavimo projektų pareiškėjai ir vykdytojai; regionų plėtros tarybos (socialiniai partneriai), vietos veiklos grupės, nevyriausybinės organizacijos, asociacijos; verslo įmonės, bendruomenių inicijuotų vietos veiklos projektų vykdytojai, netiesiogiai galintys	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	79,9 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis)	80, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.)	2015–2018 m.	176,700
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	77,5 (2015 m. lapkritis)	82 proc. (2018 m.)		
				3.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	73,9 (2015 m. lapkritis)	78 proc. (2018 m.)		

			pasinaudoti rezultatais pagal Integruotą teritorijų vystymo programą)	4.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc.	67,9	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
TID	10. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Teikti detalią informaciją potencialiems pareiškėjams, esamiems pareiškėjams apie 2014–2020 m. laikotarpio ES fondų investicijų galimybes bei pociūsus. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	Galimi pareiškėjai; esami pareiškėjai; projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijos ar įstaigos), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5, iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	127,448
				2.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	78,3, iš kurių visiškai sutinka – 12,5 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
				3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)		
LVPA	11. Potencialių pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją potencialiems ir esamiems pareiškėjams apie ES investicijų galimybes ir LVPA administruojamas priemonės 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; galimi ir esami pareiškėjai – viešieji juridiniai asmenys; projektų vykdytojai; asocijuotosios verslo struktūros, klasteriai	1.1. Pareiškėjų, kuriems pakanka informacijos apie LVPA administruojamas priemones ir paraiškos parengimo procesą, dalis.	Proc.	62 (2015 m.)	70 (2018 m.)	2015–2018 m.	300,307
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	72 (2015 m.)	82 (2018 m.)		
				3.1. Projektų vykdytojų, vertinančių įgyvendinančią instituciją kaip partnerę, dalis.	Proc.	22 (2015 m.)	25 (2018 m.)		
INVEGA	12. Pareiškėjų informavimas	Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	INVEGA administruojamų priemonių galimi pareiškėjai (smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) atstovai); fiziniai asmenys	1.1. Galimų pareiškėjų (privatų įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka – 8,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2019 m.	231,994
				1.2. Potencialių pareiškėjų (privatų įmonių), kurie pritaria nuostatai, kad yra teikiamos investicijos, o ne parama, dalis.	Proc.	72,3 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
APVA	13. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir APVA partnerystę. 3. Stiprinti APVA kaip partnerės, o ne kontroliuojančiosios institucijos įvaizdį. 4. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 5. Skatinti projektų vykdytojus dalytis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus.	APVA administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai; APVA administruojamų priemonių projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis)	75, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20 (2018 m.)	2016–2019 m.	38,000
				1.3. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka – 11 (2015 m. gruodis)	Ne mažiau nei 70, iš kurių visiškai sutinka – 20 (2018 m.)		
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	0*	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
				2.2. APVA projektų vykdytojų, kurie žino, kur gauti paaiškinimus, kaip skaityti dokumentus, dalis.	Proc.	53	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
				2.3. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos yra partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	60	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
2.4. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi projektų vykdymo patirtimi su kitų projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	0*	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)						
MITA	14. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informaciją.	Pareiškėjai – SVV	1.1. Potencialių pareiškėjų (privatios įmonės), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka informacijos – 8,6	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	26,304
				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 informaciją. 2. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	Viešųjų projektų teikėjai (universitetai, valstybės nastatu	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.)	2016–2019 m.	46,240

						2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)		
		KM	16. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informaciją. 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.	Potencialūs pareiškėjai; regionų plėtros tarybos	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinį šaltinį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis. 2.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis. 3.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis. 4.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad finansinės priemonės (paskolos, garantijos) efektyvesnės investicijos, palyginti su subsidijomis, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	32,700
		SAM	17. Informavimas apie 2014–2020 m. ES investicijas sveikatos apsaugos sektoriuje	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informaciją.	Potencialūs pareiškėjai	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.)	2017–2018 m.	40,000
2.	PAŽANGI LIETUVA	1. Pažangi įmonė – MTEP taikanti įmonė (konkurencingumas, grįstas MTEP)	1. Pažangi įmonė	1. Formuoti inovacijų ir MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip įmonėms naudingą, kuriant pridėtinę vertę.	Lietuvos sumamosios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; Lietuvos sumamosios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEPI veiklą	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis. 2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis. 2.2. Įmonių vadovų, manančių, kad bendradarbiavimas su mokslo ir studijų institucijomis yra naudingas, kuria pridėtinę vertę įmonėi, padeda įmonėms išlikti konkurencingoms, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m. gruodis)	93,5 (2017 m.)	2015 m. IV ketv. – 2019 m. IV ketv.	394,900
		MITA	2. Radijo laidų ciklas Kryptis ir inovacijos	1. Formuoti inovacijų, MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra inovacijos, kad jos įvairios, kad jos nebūtinai turi būti sudėtingos, o vystomos inovacijos duoda pelną, naudą, skatina konkurencingumą; paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo MTEP naudinga verslui. Skatinti įmonių poreikį diegti inovacijas. 2. Aiškiai ir paprastai pateikti informaciją įmonėms, 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. 2.1. Svetainės www.e-mokslovertai.lt lankomumas. 3.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Vnt.	4000 unikalų vartotojų (2016 m.)	8000 unikalų vartotojų (2018 m.)	2016–2018 m.	78,000
		LVPA	3. Konkuruok su MTEP	1. Formuoti MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo ji yra naudinga verslui. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką.	Tradicinės pramonės įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEPI veiklą	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas ir MTEP vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis. 2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai žiūri į bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	41,7 (2015 m. gruodis)	47 (2018 m.)	2016–2018 m.	71,865
		SMM	2. Pažangus mokslas – komercinis mokslas	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesiją. 2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. 3. Skatinti švietimo įstaigas populiarinti STEAM mokslų kryptis, bendradarbiauti su verslu ir tarpusavyje.	Mokiniai, mokinių tėvai, mokytojai, švietimo įstaigos, darbdaviai	1.1. Tėvų, kuriems tyrėjo profesija yra patraukli, dalis. 2.1. Tėvų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis.	Proc.	34 (2016 m. I ketv.)	37 (2020 m. IV ketv.)	2017–2019 m.	44,000

			4. Skatinti mokytojus ginti bei piesti kompetencijas. 5. Keisti nepatrauklaus <i>tiksluko</i> ar mokslininko įvaizdžio stereotipą. 6. Skatinti gamtos, tikslųjų technologijų tyrėjų darbdavius bendradarbiauti su mokyklomis ar universitetais ir populiarinti tyrėjo profesiją.		3.1. Mokytojų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. Proc. 4.1. Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. Proc. 5.1. Mokinių, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. Proc. 6.1. Sutarčių, pasirašytų bendradarbiaujančių partnerių, skaičius. Vnt.	Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) 34 (2016 m. I ketv.) 0	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) 37 (2020 m. IV ketv.) 10 (2017 m. I ketv.)			
	MITA	2. Komunikacija apie mokslo komercinimą – mokslo žinios verslo sėkmėi.	1. Skatinti mokslo komercinimo suvokimą kaip mokslo institucijos ir (ar) universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 2. Skatinti mokslo ir studijų institucijų, mokslininkų, tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercinimo projektuose, prestižą.	Mokslininkai, tyrėjai, studentai, mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas. Vnt. 2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. Proc. 3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercinius projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. Proc.	1000 unikalių vartotojų (2015 m.) 88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 56 proc. – svarbus pajamų šaltinis 71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. – svarbus pajamų šaltinis	5000 unikalių vartotojų (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	90,000	
	ŠMM	1. Pažangus mokslas – komerciškasis mokslas	1. Skatinti mokslo ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 2. Skatinti mokslo komercinimo suvokimą kaip mokslo institucijos ir (ar) universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercinimo projektuose, prestižą.	Mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai, mokslininkai, tyrėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas. Vnt. 2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. Proc. 3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercinius projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. Proc.	1000 unikalių vartotojų (2015 m.) 88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 56 proc. – svarbus pajamų šaltinis 71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. – svarbus pajamų šaltinis	5000 unikalių vartotojų (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2017 m.	149,818	
	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.	Visuomenė; vyresnio amžiaus žmonės; atokiose vietose gyvenantys gyventojai	1.1. Visuomenės, kuri žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą, dalis. Proc. 2.1. Visuomenės, kuri sutinka, kad nesunku išmokyti naudotis internetu, dalis. Proc.	67 (2015 m. gruodis) 70 (2015 m. gruodis)	72 (2018 m.) 75 (2018 m.)	2015–2018 m.	290,000	
3.	VERSLI LIETUVA	1. Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas	1. Kurkime verslią Lietuvą	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu. 2. Formuoti suvokimą, kad MVĮ gaminamas lietuviškas produktas gali būti įdomus ir užsienio rinkoms.	MVĮ (ypač regioninės)	2.1. MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis. Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)	2015 m. IV ketv. – 2019 m. IV ketv.	696,600
	LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas SVV kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	Gamybos ar paslaugų SVV įmonės, veikiančios regionuose; 25–55 m. darbuotojai	1.1. Gamybos ir paslaugų MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis. Proc.	50,7 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.)	2016–2018 m.	36,170	

					regionuose veikiančių įmonių vadovai ir darbuotojai	2.1. MVJ regionuose vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	41,7 (2015 m. gruodis)	48 (2018 m.)				
		INVEGA	3. Duokit šansą! Eksperto skatinimas	1. Skatinti MVJ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	MVJ	1.1. MVJ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)	2016–2018 m.	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. Šviesti, mokyti, ugdyti ir informuoti apie priemones, teikti konsultacijas, kaip pradėti verslą. 3. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją.	Gyventojai, potencialūs MVJ atstovai	1.1. Norinčiųjų ir matančiųjų galimybę įkurti savo verslą didėjimas.	Proc.	Bendras – 37, moterų – 29, vyrų – 47	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	116,000		
						2.1. Besikreipiančiųjų ir žinančiųjų apie verslo konsultacijas, pasinaudojusiu jų jomis didėjimas.	Proc.	26 (2016 m. III ketv.)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.)				
						3.1. Gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę, daugėjimas.	Proc.	72 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)				
4.	KVALIFIKUOTA LIETUVA	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo. 2. Skatinti įmones priimti mokinius atlikti praktišką, pameistrius. 3. Gerinti profesinio švietimo įstaigų reputaciją.	Įmonės; darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis)	84,3 (2017 m.)	2015 m. IV ketv. – 2019 m. IV ketv.	141,100		
						2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	86,5 (2017 m.)				
						3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad tik dirbant kartu su profesinio mokymo paslaugų teikėjais, naujai parengtų specialistų kvalifikacija atitiks įmonės poreikius, dalis.	Proc.	51 (2015 m. gruodis)	56 (2017 m.)				
		SMM	2. Mokymasis visą gyvenimą	1. Idiegti mokymosi visą gyvenimą standartą. 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą.	Visuomenė (25–64 m. amžiaus gyventojai)	1.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolatos mokytis ar kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	91 (2015 m. gruodis), iš jų 47 proc. visiškai sutinka	91, iš jų 52 proc. visiškai sutinka (2018 m.)	2016–2017 m.	103,008		
						2.1. Gyventojų pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc.	87 (2015 m. gruodis), iš jų 46 proc. visiškai sutinka	87, iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2018 m.)				
		INVEGA	3. Duokit šansą! Kvalifikacijos kelimas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo.	MVJ atstovai, darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	16,510		
						1.2. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)				
		ESFA	4. Amžinai jauni	1. Motyvuoti tikslinę auditoriją (54 m. ir vyresni suaugusieji). 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą (tai nėra tik formalus mokymasis).	Visuomenė; 54 m. vyresni suaugusieji.	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad turi nuolatos mokytis ir kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori būti paklaūsūs darbo rinkoje, dalis.	Proc.	46,2	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2017 m. III–IV ketv.	63,000		
						2.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolatos mokytis ir kitais būdais kelti kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	46,2	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	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)				
		5.	AUGANTI LIETUVA	SMM	1. Moderni švietimo sistema	1. Skatinti tėvų įsitraukimą į problemų sprendimą mokykloje, atpažinti patyčias. 2. Skatinti mokyklas dalyvauti prevencijos programose. 3. Skatinti tikslines auditorijas motyvuoti vaikus dalyvauti atliekant standartizuoto ugdymo testus. 4. Skatinti įvairiais būdais ir formomis gerinti ugdymo kokybę. 5. Informuoti tėvus apie tai, kad visose mokyklose veikia nemokami būreliai, taip pat vaikas gali gauti nemokamas konsultacijas.	Tėvai, pedagogai, mokyklų administracijos, savivaldybės	1.1. Tėvų, kurie yra linkę įsitraukti į mokyklos veiklą, dalis.	Proc.	47 (2016 m.)	60 (2018 m.)	2015 III ketv. – 2019 IV ketv. m.	300,512
								2.1. Mokyklų, kurios dalyvauja prevencinėse programose, dalis.	Proc.	56 (2016 m.)	58 (2020 m.)		
3.1. Tėvų, kurie supranta standartizuotų testų naudą, dalis.	Proc.							83 (iš jų 34 proc. – labai svarbu, 2016 m. I ketv.)	83 (iš jų 39 proc. – labai svarbu, 2018 m.)				
4.1. Mokyklų, kurios dalyvauja pažangios mokyklos projektuose, dalis.	Vnt.							0	100 (2022 m.)				
5.1. Mokinii, kurie gauna mokymosi pagalbą mokyklose, dalis.	Proc.							35 (2016 m. I ketv.)	40 (2018 m.)				
				SMM	1. Galimybės augantiems	1. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis. 2. Skatinti įstaigas aktyviai dalyvauti formuojant studentų karjerą.	Mokiniai nuo 14 m., studentai, švietimo įstaigos, darbdaviai	1.1. Mokinii, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis.	Proc.	76 (2016 m. I ketv.)	79 (2018 m. IV ketv.)	2016 m. I ketv. – 2019 m. IV ketv.	117,445

				3. Skatinti suvokimą, kad aplinkosaugos standartus diegianti įmonė yra konkurenciškai pranašesnė.		2.1. Įmonių, manančių, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia įmonei pranašumo ar pagerina įmonės įvaizdį, dalis.	Proc.	76	81			
						3.2. Pramonės įmonių, įdiegusių ar planuojančių diegti energijos suvartojimo intensyvumą mažinančius procesus ar technologijas, dalis.	Proc.	51	56			
						4.3. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc.	13,4 (2015 m.)	17,4 (2017 m.)			
	LVPA	5. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas		1. Skatinti įmones taikyti mažaatliekes technologijas, naudoti mažakiekis pakuotes. 2. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudotis technologijomis, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti ekologinius sprendimus.	Pramonės, gamybos įmonės; ne pramonės įmonės; visos įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekonovacijas (beatliekes ar mažaatliekes technologijas), jų kaina, ekonominė nauda, skaičius. 2.1. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc.	26,6 (2015 m. gruodis)	31 (2018 m.)	2016–2018 m.	30,100	
	EM	2. Tvarus energijos vartojimas (susišiekimas, transportas, energetika, būstas)	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. Įmonių, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos prižasčių sumažinusių energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikant prietaisų budėjimo režime, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. 1.2. Visuomenės, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos prižasčių sumažinusių energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikant prietaisų budėjimo režime, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis.	Proc.	32,4 (2015 m.)	37,2 (2018 m.)	2015–2020 m.	155,000	
	LVPA	2. Taupau išteklius – kuriu naudą		1. Skatinti įmones taupyti išteklius	Įmonės	1.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį sumažinusių energijos suvartojimą dėl aplinkos apsaugos, dalis.	Proc.	32,4 (2015 m. gruodis)	39 (2019 m.)	2017–2018 m.	30,000	
9.	KURIANTI LIETUVA	1. Aktyvus kultūros paslaugų ir produktų vartojimas (populiarumas ir galimybės kaime ir mieste)	KM	1. Aktuali kultūra	1. Gerinti kultūros paslaugų ir produktų įvaizdį, kelti gamtos ir kultūros objektų reputaciją. 2. Mažinti kultūrinę atskirtį tarp regionų. 3. Įtraukti jaunimą į formalias ir neformalias veiklas, vykdomas kultūros ir gamtos objektuose.	Visuomenė. Daugiau dėmesio bus skiriama abiejų lyčių 15–29 m. jaunimui.	1.1. Gyventojų, 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, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektą, dalis. 2.3. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena 100 tūkst. ir daugiau gyventojų turinčiose vietovėse, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektą, dalis. 3.1. Gyventojų (15–29 m.), kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų sektorių objektus, dalis.	Proc.	Pradinė siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. 26,5 (2014 m.) 51,3 (2014 m.) 66,5 (2014 m.) 41,5 (2014 m.)	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. 29 (2019 m.) 35 (2024 m.) 57 (2019 m.) 70 (2019 m.) 44 (2019 m.) 47 (2024 m.)	2017–2019 m.	493,770
	Visuomenė – aktyvesnė kūrėja	LVPA	2. Kurk ir įsikurk	1. Ugdyti verslininkų nuostatą, kad kūrybiniai produktai yra ar gali būti konkurencinis pranašumas.	Verslas	1.1. Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.	Proc.	95,1 (2015 m.)	98,7 (2018 m.)	2017–2018 m.	18,000	
		UM	3. Kuriantis verslas	1. Ugdyti verslininkų nuostatą, kad kūrybiniai produktai, bendradarbiavimas su menininkais suteikia konkurencinio pranašumo.	Verslas	1.1. Įmonių, veikiančių meno inkubatoriose, dalis.	Vnt.	96 (2015 m.)	230 (2017 m.)	2015 m. IV ketv.–2019 m. IV ketv.	106,800	
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	Visuomenė; miestų (daugiau kaip 6000 gyventojų), savivaldybių centrų gyventojai, verslas; bendruomenės, NVO, VVG (bendruomenė,	1.1. Gyventojų, manančių, kad gali patys prisidėti prie socialinių pokyčių ir problemų sprendimo, dalis. 2.1. Visuomenės, per paskutinius metus dalyvavusių savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje sprendžiant aktualias socialines problemas, dalis.	Proc.	35 (2015 m. gruodis)	40 (2018 m.)	2015–2018 m.	257,720
							Proc.	20 (2015 m. gruodis)	25 (2018 m.)			

				svariai prisidėti sprendžiant bendruomenės socialines problemas.	verslas ir valdžia)	3.1. Gyventojų, sutinkančių, kad dalyvavo sprendžiant vietos bendruomenės problemas, dalis.	Proc.	27,4 (2015 m. gruodis)	32 (2018 m.)		
						4.1. Įmonių, sutinkančių, kad joms yra naudinga finansiškai remti vietos bendruomenių socialines iniciatyvas, dalis.	Proc.	57,9 (2015 m. gruodis)	62 (2018 m.)		
						5. Sukurtų VVG skaičius miestuose.	Vnt.	0	56 (2018 m.)		
II. 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.	Visuomenė; verslo įmonės	1. Gyventojų, kuriems viešosios e. paslaugos yra kasdienio gyvenimo dalis, dalis.	Proc.	68 (2015 m. gruodis)	73 (2018 m.)	2015–2018 m.	505,001
						2. Gyventojų, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	24 (2015 m. gruodis; 246 respondentai iš 1015)	29 (2018 m.)		
						3. Įmonių, kurioms viešosios e. paslaugos yra kasdienis darbo įrankis, dalis.	Proc.	52 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.)		
						4. Įmonių, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	33 (2015 m. gruodis; 346 respondentai iš 1050)	38 (2018 m.)		
						5. Gyventojų, kurie naudojami administracinėmis elektroninėmis paslaugomis, teikiamomis per e. valdžios vartų portalą, dalis.	Proc.	12 (2014 m.)	16 proc. (2017 m.), 20 (2020 m.)		

* nepakankama tyrimo imtis rodiklio reikšmei nustatyti

Trumpiniai:	
FM	Finansų ministerija
ŠMM	Švietimo ir mokslo ministerija
SADM	Socialinės apsaugos ir darbo ministerija
AM	Aplinkos ministerija
ŪM	Ūkio ministerija
KM	Kultūros ministerija
SM	Susisiekimo ministerija
SAM	Sveikatos apsaugos ministerija
EM	Energetikos ministerija
VRM	Vidaus reikalų ministerija
IVPK	Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Susisiekimo ministerijos
APVA	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. paslaugos	Elektroninės paslaugos
NVO	Nevyriausybines organizacijos
MSI	Mokslo ir studijų institucija
VVG	Vietos veiklos grupė
MTEP	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra
MVĮ	Mažos ir vidutinės įmonės
NAVA	Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimai

STEAM	Gamtos, technologiju, inžinerijos, matematikos ir kūrybiškumo ugdymo centras
-------	--