

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

## Prioritetinė komunikacijos kryptis: Versli Lietuva

## Komunikacijos tema: Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tiksiai, keliami tikslinei auditorijai (elgesio pokyčiai)	Nuostatų pokyčiai	Komunikacijos tikslai	Komunikacijos rodikliai	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	2016 m.	2017 m.	2018 m.	2019 m.	2020 m.	Komentarai	Veiksmų programos rezultato ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija
1. Nežino nuo ko pradėti, nedrįsta bandyti tapti konkurencingais eksportuojant prekes/paslaugas, nežino ir neišmano kaip dalyvauti tarptautinėje rinkoje; 2. Nepasitiki savo produktais, neieško tikslinių rinkų. Smulkus verslas mano, kad yra vietinis verslas. 3. Nekuria tarptautiniu mastu konkurencingų produktų, kuriams menkos pridėtinės vertės (per mažas inovatyvumas, išskirtinumas, kitiškumas, originalumas) produktai	MVĮ subjektai (ypač regioniniai)	Padidėjęs MVĮ eksporto apimtys; Esamų eksporto šalių plėtra (šalių skaičius per įmonę). Naujų produktų kūrimas užsienio rinkoms. Dalyvavimas užsienio parodose; Jungimasis į klasterius LT. Užsienio rinkoms adaptuotas sąvęs pristatymas parodose; aktyvesnė komunikacija Narystė tarptautiniuose tinkluose; klasteriuose Per menka e-prekyba tarptautiniu mastu; Diegia naujas technologijas, įrangą, optimizuoja procesus, konkuruoja užsienio rinkose.	Suvokiui ir žinau, kad reikia išmanyti Tarptautinį marketingą, užsienio rinkas, siekiant efektyviau pristatyti savo produktus tarptautinėms rinkoms.  Žino, kur kreiptis dėl konsultacijų;  Smulkus verslas gali būti tarptautinis; Lietuviškas produktas yra/gali būti paklausus užsienio rinkose; Tavo verslo galimybės tarptautinėje rinkoje nepriklauso nuo tavo gyvenamosios vietos – tam užtenka interneto;	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu. 2. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas bei smulkus/vidutinio verslo produktas gali būti įdomus ir užsienio rinkoms.	Galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas. (Imonių vadovų apklausa, Atlieka EIM).	48,2 proc. (2015 m.)	58 proc. (2023 m.)	46 proc.	51 proc.	36 proc.	36 proc.	43 proc.	Rodiklis nebesiekiamas atsižvelgiant į vertintojų pastabas, bus siekiamas kitas rodiklis. <b>Pagrindimas:</b> 2020 m. ES investicijų komunikacijos kampanijų rezultatų vertinimo galutinėje ataskaitoje, vertinant 2014-2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijos prioritetinės krypties „Versli Lietuva“ komunikacijos temą „Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas“ pažymėta, kad pažangai matuoti yra suplanuotas tik vienas rodiklis, kuris labiau susijęs su viešosios įstaigos Lietuvos verslo paramos agentūros (LVPA) ir uždarosios akcinės bendrovės „Investicijų ir verslo garantijos“ (INVEGA) vykdomomis veiklomis, tačiau apima tik dalį Ministerijos komunikacijos kampanijos „Kurkime verslią Lietuvą“ vykdomų veiklų. Ataskaitoje pažymėta, kad Ministerijos vykdoma komunikacijos kampanija „Kurkime verslią Lietuvą“ daug platesnė ir apima daugiau temų nei eksporto plėtra, todėl šiai komunikacijos kampanijai turėtų būti numatyti papildomi stebėsenos rodikliai. Atsižvelgiant 2020 m. ES investicijų komunikacijos kampanijų rezultatų vertinimo galutinėje ataskaitoje pateiktas rekomendacijas, bei tai, kad su šiuo rodikliu visos susijusios veiklos yra įgyvendintos, eksporto priemonės užbaigtos ir nebeįgyvendinamos, ir ateinančiais metais Ministerijos vykdoma komunikacijos kampanija „Kurkime verslią Lietuvą“ apima platesnes temas nei eksporto skatinimas.nuo 2021 m. rodiklio „Galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas“ nebesiekti ir 2021–2023 metams numatyti siektiną rodiklį – „MVĮ žinančių/girdėjusių apie Ekonomikos ir inovacijų ministerijos administruojamas ES investicijų priemones (pokytis 5 proc.)“				Atsakinga - Ekonomikos ir inovacijų ministerija, dalyvauja - LVPA, INVEGA
				MVĮ žinančių/girdėjusių apie Ekonomikos ir inovacijų ministerijos administruojamas ES investicijų priemones. (Imonių vadovų apklausa, Atlieka EIM).		58 proc. (2017 m.)	Pokytis 5 proc. (2023 m.)	-	58 proc.	37 proc.	43 proc.	57 proc.	Naujas rodiklis, kurį rekomendavo įsitraukti komunikacijos kampanijų vertintojai.				

