

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

Prioritetinė komunikacijos kryptis:

PAŽANGI LIETUVA

Komunikacijos tema:

Pažangi įmonė – MTEP taikanti įmonė

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tikslai, 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.	Komentai	Veiksmų programos rezultato ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija
Privatus sektorius nepakankamai investuoja į MTEP ir inovacijas,	Lietuvos sumamos specializacijos strategija** atitinkančios įmonės, nvykdančios MTEPI veiklas (mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros, inovacijų). Ypač tradicines pramonės įmonės	EFEKTYVUMAS: Modernizuojama savo veiklą, procesus.	ŽINIOS: INOVACIJOS kaip šių dienų būtinybės įmonei suvokimas.	1. Formuoti inovacijų ir MTEP sampratą ir skatinti poreikį joms diegti – a) patvirtinti, kas yra inovacijos, kad jos įvyktos, kad jos nebūtina turi būti sudeingtos, o vystomos inovacijos atneša pelną, naudą konkurencingumui, b) patvirtinti, kas yra MTEP ir kas jį naudingai verslui. HORIZONTALUS	PRIVALOMI: Įmonių, kurios investicijas į inovacijas vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis. (Darbdavių apklausa. Atlieka EIM)	88,8 proc. (2015 m.)	95 proc.(2023 m.)	91 proc.	94 proc.	88 proc.	94 proc.		Rodiklis pasiekiamas 2019-12-31, toliau siekiamas nebūna. 2019 m. Viesosios nuomonės tyrimo apie 2014–2020 m. Europos sąjungos investicijas ataskaita.	MTEP išlaidų deklaravimo augimas			Ekonomikos ir inovacijų ministerija (atsakinga), Švietimo ir mokslo ministerija (dalyvuoja), LVPA (dalyvuoja), MITA (dalyvuoja)
nes:			nebūtina sukurtos technologijos, tai gali būti procesas, naujas metodas, dizainas,	2. Patvirtinti aiškiai ir paprastai informaciją įmonėms, kur krepšius nazit diegti inovacijas ar bendradarbiauti su Lietuvos mokslinėms . INFORMAVIMAS	Svetainės www.mita.lt lankomumas (interacto svetainės statistika) Svetainės www.e-mokslavartai.lt lankomumas (interacto svetainės statistika)	4000 unikalųj vartotojų (2016 m.)	66 0000 unikalųj lankytojų per metus (2020 m.)	11,000	45,000	52,000	59,000	73,260	Rodiklis pasiekiamas 2020 m., toliau siekiamas nebūna.	Ūkio subjektų finansuota MST MTEP išlaidų dalis nuo visų išlaidų (VP, Lietuvos statistikos departamentas)	3,5 proc.	7 proc.	
Galvoja, kad inovacijos brangios ir rizikingos			padaeda veikti efektyviau (pvz., atliekas paversti pajamomis, pvz., kavos tirščių); Veiklos efektyvumas, diegiant inovacijas, yra būtinas, norint išlikti konkurencingai.	3. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką NUOSTATOS	Įmonių vadovų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis. (Darbdavių apklausa. Atlieka EIM)	29,4 proc. (2015 m.)	45 proc. (2021 m.)	36 proc.	39 proc.	51 proc.		Pasiekiamas	Rodiklis pasiekiamas 2018 m., toliau nebesiekiamas.	pažangų ir vidutinai pažangų technologijų produktų poveikis prekybos balansui (eksperto ir importo palyginimas procentais)			
Nemato pridėtinės vertės		PRIDĖTINĖ VERTĖ: Konkurencinio pranašumo siekimo per inovacijas (procesų, rinkodaros, technologijų, dizaino) ar MTEP	kasdienės veiklos rezultatai (pvz., maža įmonė su mažiū darbuotojų gali dirbti inovatyviai),														
Trūksta informacijos ir žinių, supratimo, kas yra inovacijos ir ką gali verslui duoti			Pradeda vykdyti MTEP veiklas – orientuojasi į naujų technologijų, sprendimų, produktų, kūrinių, kad išliktų konkurencingai											Žinoms infu paslaugų eksportas (viso eksporto procentais)			
Įmonės, kurios vykdo MTEP ne deklaruoja statistikos departamentui, nesuavoikia, kad vykdo MTEP														Klasterių išsivystymo lygis (CKI)			
Įmonės vykdančios MTEP turi administracinės naštos deklaruojančios MTEP			MTEP suvokimas:	MTEP gali tapti konkurencingumo šaltiniu, mano verslui, naujo verslo pradžiui,	PAPILDOMI: Įmonių vadovų, manančių, kad bendradarbiavimas su mokslo ir studijų institucijomis yra naudingas/ kuria pridėtinę vertę įmonei/ padeda įmonėms išlikti konkurencingoms dalis. (Darbdavių apklausa. Atlieka EIM).	68 proc. (2016 m.)	80 proc. (2021 m.)	68 proc.	76 proc.	75 proc.	78 proc.		Siekiamas toliau	Ūkio subjektų finansuota mokslo ir studijų institucijų MTEP išlaidų dalis nuo visų išlaidų			
Įmonėms trūksta kompetencijų			Bendradarbiauja su mokslo ir studijų institucijomis, integruojasi mokslo, studijų, verslo centru (slėniai) kuriant naujas technologijas, sprendimus, produktus	Mato mokslo ir studijų institucijas kaip partnerius vykdyti MTEP veiklą.													
Įmonės nežino galimybių, kurias turi mokslo įstaigos, universitetai			Kviečia konsultacijoms, ekspertinei pagalbai (projektams ir/ar įdarbinimui) mokslininkus, tiesiai savo įmonėse	Žino mokslo ir studijų institucijų teikiamas paslaugas, mato jų naudą.										Įmonių bendradarbiavimą su mokslinių tyrimų institucijomis, skaičius			
Tarp įmonių trūksta pasitikėjimo viena kita ir yra konkurencija, įmonės nežaidenti/klaužia bendradarbiavimo, klasterizacijos naudas, todėl nesivienija į klasterius			Jungiasi į klasterius vadin didėnės pridėtinės vertės kūrimo (eksperto ir t.t.)	Žino MITA bei bazinius informacinius portarus (pvz., e-mokslo vartus) kaip pagrindinius šaltinius siekiant informacijos apie MTEPI diegimą – vieno langelio principais.										Technologines inovacijas diegusių įmonių bendradarbiavimas su aukštosiomis mokyklomis			
Tradicinės pramonės įmonės labiau orientuojasi į menkumą ekonominių vertyb teikimą: šaliųų perdavimo, nei naujų produktų kūrimą, tobulinimą			Naudoja kityhines partnerystes														
		TEIGIAMAS WOM:	POŽŪRIS Į BENDRADARBIAVIMĄ:	Traktuoja bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo, patirtizmo dalyką.										Technologines inovacijas diegusių įmonių bendradarbiavimas su mokslinių tyrimų įstaigomis			
			taip galime konkuruoti su kitomis šalimis											Įnovatyvių tik įmonėje ir inovatyvių rinkoje produktų apyvartos dalis (palyginti su visa			
			tai teikia vertę tiek įmonei, tiek ir vartotojui.														
			Supranta, kad bendradarbiauti klasteriuose yra naudinga.														

	Visuomenė	Renkasi inovatyvius produktus,	INOVACIJA TAI LIETUVA	5. Pilsoti Lietuvos kaip inovatyvios šalies įvaikima. HORIZONTALUS	PRIVALOME: Dalis gyventojų, kurie Lietuva suvokia, kaip inovacijų šalį (<i>Gyventojų apklausa. Atlička FM</i>)	72 proc. gyventojų sutinka, kad Lietuva – inovacijų šalis (17 proc. visiškai tam pritaria) 2019 m.	85 proc. – pritaria (30 proc. – visiškai tam pritaria) 2023 m.	-	-	-	72 proc. gyventojų sutinka, kad Lietuva – inovacijų šalis (17 proc. visiškai tam pritaria)	68 proc. gyventojų sutinka, kad Lietuva – inovacijų šalis (9 proc. visiškai tam pritaria)				
			Mažose salyse inovuoti daug lengviau – nuo idėjos iki produkto galia nužinti greičiau.													
			Lietuva turi MTEPI plėtros prioritetus, nes tai yra naudinga visuomenei (akcentuoti 6 anksčiau)													
			STARTUP'U ĮVAIZDIS		PAPILDOMI: Lietuvos mokslo ir studijų institucijų reputacija gyventojų tarpe (<i>Gyventojų apklausa</i>)*											
			Startapais gali kurti visi – studentai, darytojai, moksleiviai, verslininkai.		Dalis gyventojų, kurie teigiamai žiūri į „startup“us“ (<i>Gyventojų apklausa</i>)*											
			Nereikia bijoti klysti, bankrutuoti, ruškauoti, pradėti iš naujo (tai yra normalu)													
			Būti puošniam ypa gerai ir mokomam													
			Inovavimas esu pasaulio pilietis													

* Rodiklį esant poreikiui tiksline ir stebi už komunikacijos kampanijos vykdymą atsakinga institucija.

**Lietuvos sumanios specializacijos strategijoje nurodytus šios prioritetinės kryptys:

- 1) energetika ir tvari aplinka,
- 2) sveikatos technologijos ir biotechnologijos,
- 3) agroinovacijos ir maisto technologijos,
- 4) nauji gamybos procesai, medžiagos ir technologijos,
- 5) transportas, logistika ir informacinės ryšių technologijos,
- 6) įrankiai ir kūrybišgos visuomenės.

Daugiau informacijos: <http://www.mostai.lt/li/sumanis-specializacija/prioritetai>.

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

Prioritetinė komunikacijos kryptis: PAŽANGI LIETUVA

Komunikacijos tema: Pažangus mokslas – komercinamas mokslas

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tikslai, 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
Mokslo įstaigos nesiorientuoja į komercializuotus sprendimus,	Mokslo ir studijų institucijų (MSI) sprendimų priėmėjai (administracija,	PROJEKTAI:	TARPTAUTIŠKUMAS		PRIVALOMI:												Svietimo ir mokslo ministerija
		Steigia technologijų perdavimo centrus (TPC),	Aukšto rango moksliniai tyrimai neįmanomi be įsijungimo į tarptautinius tinklus.	1. Skatinti mokslo komercializavimo suvokimą kaip mokslo institucijos / universiteto prestižo ir pajamų šaltinį NUOSTATOS	Institucijų vadovų, kurie vertina komercializuotus projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. (Mokslo ir studijų institucijų vadovų apklausa. Atlika SMSM)	88 proc., kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs prestižui, 56 proc. - svarbus pajamų šaltinis. (2016 m.)	88 proc., kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs prestižui, 71 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbus jų pajamų šaltinis (2020 m.)		Nemažiau	Nemažiau	94 proc., svarbus prestižui, 76 proc. svarbus pajamų šaltinis.		Rodiklis pasiektas 2019 m., toliau nebesiekiamas.	Ūkio subjektų finansuota MSI MTEP išlaidų dalis nuo visų išlaidų (VP, Lietuvos statistikos departamentas)	3,5 proc.	7 proc.	(atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), LVPAI (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
nes:		Skatina kurtis pumpurines įmones (spinofus) mokslo ir studijų institucijose,	Išradimų potencialą mato skirtingų disciplinų sankirtose.											MSI pajamos iš intelektinės nuosavybės (rodiklis neskaiciuojamas)*			
- Trūksta tarpinstitucinio, tarpsektorinio ir tarptautinio bendradarbiavimų vystant aukščiausio lygio mokslinius tyrimus bei visuomenei ir valstybei strategiškai svarbių problemų sprendimui ir ūkio plėtrai aktualias MTEP veiklas		Aktyviai dalyvauja tarptautiniuose konkursuose, programose,		2.Skatinti mokslo ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis HORIZONTALUS	E-mokslo vartų portalo lankomumas (Matuoja MITA. Interneto svetainių statistika)	1000 unikalų vartotojų (2015 m.)	8000 unikalų vartotojų (2020 m.)	5,760	5,088	5570	7400	8524	Rodiklis pasiektas 2020 m., toliau nebesiekiamas.	Atliktų tyrimų skaičius pagal verslo užsakymus (rodiklis neskaiciuojamas)*			
- Mokslo ir studijų institucijos neskatina mokslininkų komercinti MTEP rezultatus		Pritraukia tyrimams privačias lėšas iš verslo partnerių,												Sukomercintų produktų skaičius - MITA atskiros veiklos „MTEP rezultatų komercinimo skatinimas“ rodiklis			
- Mokslo ir studijų institucijos nesuvokia MTEP rezultatų komercinimo naudos		Užsiima atviros prieigos centrų (APC) rinkodara ir reklamavimu			PAPILDOMI:									Igyvendinti MTEP projektai			
- Mokslo ir studijų institucijos neturi intelektinės nuosavybės valdymo patirties		Sudaro sąlygas mokslininkams užsiimti tiriamąja veikla (skiria laiko, lėšų, t.y. mažina dėstymo, administracinį krūvį).			Žino MITA ir e-mokslo vartus kaip pagrindinius šaltinius ieškant informacijos apie MTEPI diegimą – vieno langelio principas.								Rodiklis nesiekimas.	Technologijų perdavimo centrų (TPC) skaičius - renka MITA			
- Mokslo ir studijų institucijos nepakankamai bendradarbiauja su verslu			VERSLUMAS		APC žinomumas*									Išorės vartotojai iš ūkio subjektų, pasinaudoję atnaujinta atviros prieigos MTEPI infrastruktūra			
- Lietuvoje mažas tyrėjų skaičius,ypaž dirbančių versle, nepatraukli tyrėjo karjera		PROTAI:	Suvokia, kad reikia specialių kompetencijų valdyti komercinius projektus ir su jais susijusias rizikas.		Unikalų lankytojų skaičius APC interneto svetainėje*												
- Prarandami protai - daugiau nuteka, nei pritraukiame,		Ieško, kaip prisitraukti geriausių mokslininkus,	Supranta verslo poreikius														
- Trūksta mokslo vadybininkų (projektų administracinė našta paliekama		Skatina mokslo produktų komercinimą,															
		Turi MTEP rezultatų komercinimui ir technologijų perdavimui reikalingas															
		ATVIRUMAS															
		Įdarbina technologijų perdavimo specialistus,															
		Siūlo mokslininkų paslaugas įmonėms,															
		Sprendžia aktualias visuomenei problemas, prisideda prie Sumanios specializacijos programos įgyvendinimo															

	Mokslininkai, tyrėjai, vyresniųjų kursų studentai		TARPTAUTIŠKUMAS, TARPDISCIPLINIŠKUMAS:	3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercializavimo projektuose, prestižą NUOSTATOS												
		Dalyvauja mokslo ir studijų institucijų administracijos iniciatyvose, skatinančiose bendradarbiavimą su verslu,			Mokslininkų, kurie suvokia komercializuotus projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. (Mokslininkų apklausa. Atlieka ŠMSM).	71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. – svarbus pajamų šaltinis (2016 m.)	76 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui, 75 proc. – svarbus pajamų šaltinis, iš jų 35 proc. labai svarbus (2021 m.)	71 proc. tyrėjų bendri jų ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. - svarbus pajamų šaltinis (2016 m.)	Nematuota	Nematuota	77,9 proc., svarbu jų prestižui, 70,1 proc. svarbus pajamų šaltinis, iš jų 31,8 proc. labai svarbus	68 proc. mano, kad svarbu jų prestižui, 53 proc. svarbus pajamų šaltinis, iš jų 18 proc. labai svarbus		Tyrėjų skaičius įmonėse (Lietuvos statistikos departamentas) (Tyrėjai, įdarbinti žinioms imliose įmonėse)		
		Inicijuoja mokslo komercinimo projektus,		4. Skatinti mokslininkų, tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. KVIETIMAS VEIKTI												
		Įsidarbina įmonėse nuolatiniam arba projektiniams darbams.	Aukšto rango moksliniai tyrimai neįmanomi be įsijungimo į tarptautinius tinklus.													
			Išradimų potencialą mato skirtingų disciplinų sankirtose.		PAPILDOMI:											
			VERSLUMAS		Pagarba verslininkui*											
			Suvokia, kad reikia specialių kompetencijų valdyti komercinius projektus ir su jais susijusias rizikas.													
			ĮMONIŲ AKTUALIŲ supratimas:													
			Supranta verslo poreikius													

**Lietuvos sumamos specializacijos strategijoje nurodytos šios prioritetinės kryptys:

- 1) energetika ir tvari aplinka,
- 2) sveikatos technologijos ir biotechnologijos,
- 3) agroinovacijos ir maisto technologijos,
- 4) nauji gamybos procesai, medžiagos ir technologijos,
- 5) transportas, logistika ir informacinės ryšių technologijos,
- 6) įtrauki ir kūrybinga visuomenė.

Daugiau informacijos: <http://www.mosta.lt/lt/sumani-specializacija/prioritetai>.

2014–2020 m. ES investicijų komunikacijos strategijos prioritetinės krypties detalizavimas

Prioritetinė komunikacijos kryptis: PAŽANGI LIETUVA

Komunikacijos tema: Pažangus švietimas - technologinė kryptis (gamtos ir technologijų (STEAM**) mokslų populiarinimas)“

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tikslai, 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
Tikslieji, gamtos ir technologijų mokslai nėra populiarūs, nors specialistams paklausa darbo rinkoje yra	Tėvai				PRIVALOMI:												Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
		Skatina vaikus rinktis gamtos ir technologijų mokslų būrelius, pasirenkamąsias pamokas	Supranta, kad reikia sudaryti sąlygas vaikui teisingai pasirinkti pagal jo polinkius	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesiją. NUOSTATOS	Tėvų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis. (Tėvų apklausa. Atlieka ŠMSM)	78 proc., iš jų 34 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2016 m. I ketv.)	78 proc., iš jų 40 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2021 m.)	78 proc., iš jų 34 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2016 m. I ketv.)	Nematuota	Nematuota	72,8 proc. iš jų 43, 9 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją	68 proc., iš jų 62 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją					
		Palaiko vaikų norą rinktis gamtos ir technologijų mokslų kryptis	Mato STEAM, studijų pritaikomumą, gerus pavyzdžius,	2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. NUOSTATOS	Tėvų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis. (Tėvų apklausa. Atlieka ŠMSM)	94 proc., iš jų 36 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	94 proc., iš jų 42 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	94 proc., iš jų 36 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	Nematuota	Nematuota	80 proc., iš jų 17,1 proc. labai perspektyvu	72 proc., iš jų 29 proc. labai perspektyvu					
	- Mažas skaičius, kurie stoja į STEAM mokslų studijas	Turi įvairių dalykinių ir tarpdalykinių kompetencijų	Supranta, kad svarbu nuolatos tobulėti, gilinti bei plėsti kompetencijas;	3. Skatinti mokytojus gilinti bei plėsti kompetencijas KVIETIMAS VEIKTI	Dalis mokytojų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu (Mokytojų apklausa. Atlieka ŠMSM)	87 proc., iš jų 16 proc. labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	87 proc., iš jų 25 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	-	87 proc., iš jų 16 proc. labai perspektyvu	Nematuota	89,1 proc., iš jų 17,8 proc. labai perspektyvu	72 proc., iš jų 32 proc. labai perspektyvu					
- Pasirinkus šią specialybę mažesnis atlyginimas,		Kelia nuolat kvalifikaciją , stažuojasi	Domisi moderniomis technologijomis ir siekia jas taikyti;		Dalis mokytojų, kurie ugdymo procese taiko kompleksiskų tikrovės reikšinių pažinimą, problemų sprendimą ir mokomuosius tyrimus (Mokytojų apklausa. Atlieka ŠMSM)								Rodiklis nesiekiamas.				
- Mokykloje mažai pristatoma galimų specialybių įvairovė ,		Sugeba naudotis moderniomis technologijomis															
- Sunkūs mokslai, nes pamokos neįdomios , tik teorinės,		Taiko praktinius įgūdžius, naudoja tiriamosios veiklos didaktines priemones, eksperimentus pamokose															
- nėra mokyklų techninės bazės (ypač 1-4, 5-8 klasių),	Švietimo įstaigos, mokslo ir studijų institucijų personalas	SKATINA BENDRADARBAVIMĄ SU ĮŠORE:		3. Skatinti įstaigas populiarinti STEAM kryptis, bendradarbiausti su verslu ir tarpusavyje KVIETIMAS VEIKTI	PRIVALOMI:												
- Nepakankama mokytojų kompetencija		mokytojų/dėstytojų dalyvavimą su verslu susijusiuose projektuose	Mokykla atvira, bendradarbiaujanti su mokslo institucijomis, taikanti inovacijas		Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis. (Mokyklų vadovų apklausa. Atlieka ŠMSM)	97 proc., iš jų 46 proc. labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	97 proc., iš jų 51 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	-	97 proc., iš jų 46 proc. labai perspektyvu	Nematuota	94,8 proc., iš jų 29,7 proc. labai perspektyvu	92 proc., iš jų 59 proc. labai perspektyvu					Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), Kultūros ministerijs (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
- Mažas darbdavių įsitraukimas , mažai informacijos pateikiama moksleiviams ir mokykloms apie galimybes,		bendradarbiauja su aukštosiomis mokyklomis, mokslo ir verslo integruotais centrais (slėniais), LMA			Dalis mokyklų, kurios siūlo technologijų, inžinerijos, gamtos mokslų būrelius (Mokyklų vadovų apklausa. Atlieka ŠMSM)								Rodiklis nesiekiamas.				
- Moksleiviai / studentai nesirenka mokslininko /tyrėjo kelio;		mokytojų/dėstytojų tarpusavio bendradarbiavimą kuriant bendrus projektus	Stipri mokykla bus tik bendradarbiaudama su verslu ir aukštosiomis mokyklomis STEAM veiklose														
Tėvai nemato STEAM mokslų poreikio, fokusuojasi į humanitarinį mokymą (pvz., prašo būrelių anglų k.)		- Skatina kompleksiškų tikrovės reikšinių pažinimą, problemų sprendimą ir mokomųjų tyrimų taikymą pamokose /auditorijose															
- Nėra gamtos, technologijų neformaliojo švietimo (būrelių), vaikai jų nesirenka		- Investuoja į talentingų ir ypač gabių vaikų atpažinimo ir ugdymo programas,															
		Taiko kūrybines partnerystes															
		<u>Mokslo ir studijų institucijos:</u>															
		- Ieško gabių moksleivių , potencialių mokslininkų,															
		- inicijuoja projektus, įtraukiančius moksleivius ir mokytojus, dalinasi savo mokslinių potencialu su mokyklomis															

	Moksleiviai	Dalyvauja technologiniuose, tikslųjų gamtos mokslų būreliuose	POŽIŪRIS Į STEAM:	4. Populiarinti STEAM mokslų sritis <i>NUOSTATOS</i>	<i>PRIVALOMI:</i>										Dalis STEM mokslus Lietuvoje pasirinkusių mokinių nuo aukštais balais besimokančių mokinių.			Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga).
		Identifikuoja savo stipriausius gebėjimus	Mato STEAM specialybę kaip įdomią ir perspektyvią:		Mokinių, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu dalis. (Mokinių apklausa. Atlieka ŠMSM)	93 proc., iš jų 34 proc. labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	93 proc., iš jų 40 proc. labai perspektyvu (2021 m.)	93 proc., iš jų 34 proc. labai perspektyvu	Nematuota	Nematuota	78,3 proc., iš jų 18,4 proc.labai perspektyvu	57 proc., iš jų 20 proc. labai perspektyvu			Dalis STEM mokslus baigusių užsienyje, grįžusių į Lietuvą			Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja), CPVA (dalyvauja).
		Dalyvauja ugdymo karjeroje programose	„Tiksliuko“ specialybė yra patraukli,	5. Keisti nepatrauklaus „tiksliuoko“ / mokslininko įvaizdžio stereotipą <i>NUOSTATOS</i>														
		Renkasi STEAM mokslų kryptis	Supranta, kad išradėju būti yra „įdomu“															
			Teigiamai vertina STEAM studijas Lietuvoje,															
	Gamtos, tikslųjų, technologijų tyrėjų darbdaviai	Aktyviai dalyvauja mokyklų / universitetų organizuojamose veiklose	Suvokia, kad bendradarbiavimas su mokyklomis / universitetais yra socialinės atsakomybės dalis	6. Skatinti gamtos, tikslųjų, technologijų tyrėjų darbdavius bendradarbiauti su mokyklomis / universitetais ir populiarinti tyrėjo profesiją. <i>KVIETIMAS VEIKTI</i>	<i>PRIVALOMI:</i>													Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), ESFA (dalyvauja).
		Informuoja švietimo ir mokslo įstaigas, kokių kompetencijų jiems trūksta	Jei noriu gauti gerus darbuotojus ateityje, turiu šiandieną investuoti įmonės resursus ir laiką į bendradarbiavimą su mokyklomis /universitetais		Dalis mokyklų, pasirašiusios bendradarbiavimo sutartis su socialiniais partneriais dėl STEAM įgyvendinimo (Mokyklų vadovų apklausa. Atlieka ŠMSM)	14 proc. (2017 m. gruodis)	18 proc. (2020 m. gruodis)	-	14 proc.	Nematuota	31 proc.	21 proc.						
		Supažindina moksleivius/ studentus su savo veikla, skleidžia gerosios patirties pavyzdžius																
		Sudaro galimybes edukacinius projektus įgyvendinti savo įmonėse																
	Studentai, magistrai, doktorantai	Renkasi mokslininko karjerą	Doktorantu tapti nevėlu,	7. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą <i>KVIETIMAS VEIKTI</i>	<i>PRIVALOMI:</i>													Švietimo ir mokslo ministerija (atsakinga), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (dalyvauja), MITA (dalyvauja), LMT (dalyvauja).
		Renkasi dirbti tyrėju versle	Informuoti apie LMT turimas priemones.		Studentų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis. (Studentų apklausa. Atlieka ŠADM).	37 proc. (2017 m.)	49 proc. (2021 m.)	-	37 proc.	48 proc.	53 proc.	57 proc.	ŠMSM: Atsižvelgdami į tai, kad į aukštąsias kasmet įstoja nauji studentai, sieksime palaikyti rodiklį 2021 metais.					
		Kartu su studijomis dirba praktinį darbą įmonėje pasirinktoje mokslo srityje																

* Rodiklį esant poreikiui tikslina ir stebi už komunikacijos kampanijos vykdymą atsakinga institucija.

** STEAM – čia ir toliau angl. Science, Technology, Engineering and Math.

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

Prioritetinė komunikacijos kryptis:

PAŽANGI LIETUVA

SM KAMPANIJA BAIGTA 2017 m. vasario 20 d.

Komunikacijos tema:

Pažangi visuomenė - e-visuomenė (aktyviai besinaudojanti IRT)

Sprendžiama problema	Tikslinė auditorija komunikacijai	Tikslai, keliami tikslinei auditorijai (elgesio pokyčiai)	Nuostatų pokyčiai	Komunikacijos tikslai	Komunikacijos rodikliai	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Veiksmų programos rezultato ar kiti rodikliai, prie kurių prisideda komunikacija	Pradinė reikšmė	Siekiami reikšmė	Atsakinga institucija
Visuomenės grupės, kurios mažiau naudoja internetu	Visuomenė	Moka ir naudoja IRT,	Žino, kokias paslaugas gali gauti internetu Žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą	1. Skatinti daugiau naudotis internetu, pristatyti, kur ir kaip rasti interneto prieigą.	PRIVALOMAS: Dalis tikslinės auditorijos, kuri žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą (<i>Gyventojų apklausa. Atlieka FM</i>).	67 (2015 m. IV ketv.)	72 (2018 m. IV ketv.)	PRIVALOMI: Gyventojai, kurie nuolat naudoja internetu (visų Lietuvos gyventojų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (EIM (IVPK) rodiklis) Gyventojai, nesinaudojantys internetu (visų Lietuvos gyventojų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (EIM (IVPK) rodiklis) Socialiai pažeidžiamoms grupėms priklausantys asmenys, kurie nuolat naudoja internetu (visų socialiai pažeidžiamoms grupėms priklausančių asmenų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (Kultūros ministerijos ir ŠMM rodiklis) PAPILDOMI: Lyčių proporcijos: Dalis gyventojų, nesinaudojančių internetu (visų Lietuvos gyventojų procentais) (EIM (IVPK) rodiklis)	65 proc. (2012 m.)	85 proc. (2020 m.)	Susisiekimo ministerija (atsakinga), CPVA (dalyvauja) PASTABA: komunikacijos rodikliai viršyti 2016 m., tikslai pasiekti, todėl SM šios kampanijos tęsti neplanuoja. Komunikaciją tęs valstybės planuojami projektai pagal priemonę Nr. 02-2-2-cpva-v-524 „Gyventojų skatinimas išmaniai naudotis internetu atnaujintoje viešosios interneto prieigos infrastruktūroje“.
	Vyresnio amžiaus žmonės	Turi atitinkamas priemones naudotis IRT arba žino, kur galima jomis pasinaudoti	Žino, kad IRT yra naudinga ir efektyvi (nereikės važiuoti, taupo laiką, pinigus)				PASIEKTA: 82 (2016 m. rugsėjis)				
	Gyvenantys atokiose vietovėse		Žino, kad nesunku išmokyti ir nesudėtinga naudotis	2. Populiarinti interneto galimybes tikslinių auditorijų tarpe.	PRIVALOMAS: Dalis tikslinės auditorijos, kuri sutinka, kad nesunku išmokyti ir nesudėtinga naudotis internetu (<i>Gyventojų apklausa. Atlieka FM</i>).	71 (2015 m. IV ketv.)	76 (2018 m. IV ketv.)				
			Žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą				PASIEKTA: 80 (2016 m. rugsėjis)		43 proc. (2012 m.)	74 proc. (2020 m.)	

Nepakankamas saugumas internete, duomenų apsauga:	Visuomenė	Nedidėja įsilaužimų, asmens duomenų vagysčių, persekiojimo skaičius.	SAUGUMAS	3. Skatinti tikslines auditorijas internetu naudotis saugiai				Dalis gyventojų, turinčių asmens tapatybės kortelę su aktyviais sertifikatais ir naudojančių ją asmens tapatybei	8 proc. (2012 m.)	25 proc. (2020 m.)	Veiklos bus vykdomos pagal VP 2.1.2 uždavinio projektą „Lietuvos skaitmeninės bendruomenės stiprinimas: efektyvus, saugus ir atsakingo naudojimosi interneto paslaugomis ir technologijomis skatinimas“ (planuojamas vykdytojas - asociacija „Langas į ateitį“ su partneriais (IVPK, RRT, VRM)). CPVA (dalyvauja).
<i>Technologijų saugumas,</i>			Suvokia, kad internetas yra ne tik galimybė, bet ir rizikos , reikia mokėti atskirti saugias paslaugas,	4. Didinti pasitikėjimą valstybės teikiamų e-paslaugų saugumu				elektroninėje erdvėje patvirtinti ar nustatyti ir elektroniniams duomenims pasirašyti, dalis (procentais) Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos Respublikos skaitmeninė darbotvarkė“ (VRM rodiklis)			
<i>Asmens duomenų apsauga,</i>			Turi žinių saugiai naudotis internetu ir save tinkamai identifikuoti					Gyventojai, kurie pasitiki elektroninio bendravimo su valstybės institucijomis saugumu (visų Lietuvos gyventojų procentais), Informacinės visuomenės plėtros 2014–2020 metų programa „Lietuvos skaitmeninė darbotvarkė“ (VRM rodiklis)	57 proc. (2012 m.)	70 proc. (2020 m.)	
<i>Informacijos patikimumas,</i>			VALSTYBĖ								
			Suvokia, kad viešosios valstybės paslaugos yra saugios ir patikimos.								
<i>Apsauga nuo duomenų vagysčių, atakų</i>	Nepilnamečiai	Dalyvauja mokyklų iniciatyvose interneto saugumui	Supranta galimus pavojus internete,					PRIVALOMAS: Dalis nepilnamečių, kurie žino apie pavojus internete (Moksleivių apklausa. Atlieka ŠMM)			
<i>Apsauga nuo žalingo turinio</i>			Turi žinių saugiai naudotis internetu ir save tinkamai identifikuoti.								
	Tėvai	Moko vaikus internetu naudotis saugiai	Turi žinių saugiai naudotis internetu ir tinkamai save identifikuoti,					PRIVALOMAS: Dalis tėvų, kurie žino apie jų vaikų tykančius pavojus internete (Tėvų apklausa. Atlieka FM)			
			Turi žinių apie vaikų tykančius pavojus internete,								
			Žino, ką jų vaikai veikia internete,								
	Verslas	Sūtilo, kaip sukurti saugias viešąsias paslaugas, atitinkančias verslo ir visuomenės poreikius.	Turi žinių saugiai naudotis internetu ir tinkamai save identifikuoti,					PRIVALOMAS: Dalis darbuotojų, kurie žino apie jų pavojus internete (Darbuotojų apklausa)			
			Suvokia, kad viešosios valstybės paslaugos yra saugios ir patikimos.								

SOCIALINĖS REKLAMOS SUVOKIMO LYGIAI

Santykis su investiciniais projektais

HORIZONTALUS

Formuojama viešoji nuomonė ir kultūra.
Šio tipo socialinė reklama nebūtinai turi
būti derinama su konkrečiomis
investicijomis

Užduotis: formuoti visuomenės sąmoningumą,
vertybes, diegti europietiškas kultūrines normas,
ruošti dirvą planuojamiems pokyčiams

SUSIJĘS SU INVESTICIJOMIS

I Pažintinis

Informavimas

Socialinė reklama praneša apie vykdomas
iniciatyvas, suteikia papildomą informaciją,

užduotis: pranešti apie atsiveriančias galimybes,
kviesti naudotis, susipainti, pasidomėti. Žinoti, kad tai
yra

II Emocinis

Nuostatų ugdymas

Siekiama keisti tikslinių grupių ar
visuomenės narių įsitikinimus, įsitraukimą,
vertybes, požiūrį bei elgseną

Užduotis: skatinti teigiamą požiūrį, norą dalyvauti,
įsitraukimą į konkrečių investicinių projektų veiklas

III Elgesio

Kvietimas veikti

Visuomenė skatinama keisti elgesį nuo
nedidelių veiksmų iki svarbių praktikų.

Užduotis: aktyvuoti visuomenės grupes prisidėti
prie vykdomų projektų čia ir dabar

Atkin C. (2001). Impact of Public Service Advertising: Research Evidence and Effective Strategies