

2017–2019 METŲ KOMUNIKACIJOS PLANAS (PROJEKTAS)

Nr.	Komunikacijos kryptis	Komunikacijos tema	Institucija	Komunikacijos kampanija	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 ES 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 nuostatą, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo.	Visuomenė	1.1. ES fondų svetainėje apsilankiusių unikalų lankytojų vidutinis skaičius per metus. 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. 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 (2015 m. lapkritis) Socialinių pokyčių 79, iš kurių 19 visiškai sutinka, ekonominių pokyčių 86, iš kurių 25 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 girdėjusiųjų 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 sutinkančiųjų) 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

FM	2. Pareiškėjų, projektų vykdytojų bendruomenės stiprinimo komunikacijos kampanija	1. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę, lygiavertį bendradarbiavimą siekiant bendro rezultato; stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį. 2. Aiškiai pateikti informaciją esamiems ir potencialiems pareiškėjams, projektų vykdytojams. 3. Skatinti valstybinio, regioninio planavimo projektų pareiškėjus ir vykdytojus, regionų plėtros tarybas, vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbią projekto vykdymo sėkmei.	Galimi pareiškėjai	1.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios 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 ES struktūrinių fondų svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis. 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. 3.2. Valstybinio ar regioninio planavimo projektų vykdytojų, kurie konsultavosi su bendruomene atsižvelgdami į bendruomenių, gyventojų lūkesčius dėl planuojamų ES investicijų, projektų būtinumo ir svarbos, pristatė projektų tikslus, veiklas ir rezultatus, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	0 69,7 (iš kurių visiškai sutinka – 11 (2015 m. gruodis)) 75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis) 36,6 (2015 m. lapkritis) 0 0	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis 30 proc. (2023 m.) Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	371 920
FM	3. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas	1. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas užtikrins komunikacijos kryptei 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 plėtros 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
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. 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. 1.3. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 1.4. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis. 1.5. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar 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.	51 981
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. 1.2. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų) kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras visų institucijų rodiklis). 3.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. 3.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas, skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	0 79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis) 0 0	78 (2018 m.), 65 (2023 m.) 84, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.), 65 (2023 m.) 65 (2018 m.), 85 (2023 m.) 90 (2018 m.)	2015–2019 m.	297 208

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 nevyriausybinų 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). 1.2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). 1.3. Potencialių pareiškėjų, kurie pagrindinę informaciją apie ES investicijas randa svetainėje www.esinvesticijos.lt, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). 2.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). 2.2. Potencialių pareiškėjų, kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	75,4 iš jų informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis) 36,6 (2015 m. lapkritis) 59,4 (2015 m. lapkritis) 69,7 (2015 m. lapkritis) 54,5 (2015 m. lapkritis) 0	75 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 25 (2018 m.) 45 (2018 m.) 65 (2018 m.) 75 (2018 m.) 65 (2018 m.)	2016–2018 m.	151 308
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, lygiavertę 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). 2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino apie svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). 3. Potencialių pareiškėjų, kurie pagrindinę informaciją randa svetainėje www.esinvesticijos.lt, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms). 4. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis. 5. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas, skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis. 6. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi patirtimi su kitais projektų vykdytojais, dalis. 7. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. 8. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinamo projekto naudą pajus Lietuvos gyventojai, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14,5 (2015 m. lapkritis) 36,6 (2015 m. lapkritis) 59,4 (2015 m. lapkritis) 0 0 0 0	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis - ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis - nemžiau kaip +5 proc. (2018 m.) 65 (2018 m.) 65 (2018 m.) 45 (2018 m.) 60 (2018 m.) 71 (2018 m.)	2016–2018 m.	337 336

VRM	9. Vidas reikalų ministerijos informavimo veiklos	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti tikslines auditorijas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbią projekto vykdymo sėkmei. 4. Skatinti tikslines auditorijas vertinti projekto komunikacijos priemonių efektyvumą iš tikslinės auditorijos pusės. Skatinti partnerystę su tikslinėmis auditorijomis, lygiavertį bendradarbiavimą kartu siekiant bendro rezultato.	Valstybinio, regioninio planavimo projektų pareiškėjai ir vykdytojai; regionų plėtros tarybos (socialiniai partneriai), VVG, NVO, asociacijos; verslo įmonės (BIVP projektų vykdytojai, netiesiogiai galintys pasinaudoti rezultatais pagal Integruotų teritorijų vystymo programą)	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų/įstaigų ir nevyriausybinų organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis: 2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinų organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 3.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinų organizacijų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis. 4.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	79,9 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis) 77,5 (2015 m. lapkritis) 73,9 (2015 m. lapkritis) 0	80, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.) 82 proc. (2018 m.) 78 proc. (2018 m.) 10 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	176 700
TID	10. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Teikti detalią informaciją potencialiems pareiškėjams, esamiems pareiškėjams apie 2014–2020 m. laikotarpio ES fondų investicijų galimybes bei pokyčius. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	Galimi pareiškėjai; esami pareiškėjai; projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijos ar įstaigos), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 2.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc. Proc. Proc.	87,5, iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. lapkritis) 78,3, iš kurių visiškai sutinka – 12,5 (2015 m. lapkritis) 0 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 65 (2023 m.)	2015–2018 m.	127 448
LVPA	11. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją potencialiems ir esamiems pareiškėjams apie ES investicijų galimybes ir LVPA administruojamas priemones 2014–2020 m. laikotarpiu. 2. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją ES investicijų projektų vykdytojams apie projektų įgyvendinimą. 3. Skatinti LVPA ir tikslinių grupių partnerystę siekiant formuoti gerąją paraiškų teikimo ir projektų įgyvendinimo praktiką, taip išvengiant klaidų.	Galimi ir esami pareiškėjai – verslo įmonės; galimi ir esami pareiškėjai – viešieji juridiniai asmenys; projektų vykdytojai; asocijuotosios verslo struktūros, klasteriai	1.1. Pareiškėjų, kuriems pakako informacijos apie LVPA administruojamas priemones ir paraiškos parengimo procesą, dalis. 2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis. 3.1. Projektų vykdytojų, vertinančių įgyvendinančią instituciją kaip partnerį, dalis.	Proc. Proc. Proc.	62 (2015 m.) 72 (2015 m.) 22 (2015 m.)	70 (2018 m.) 82 (2018 m.) 25 (2018 m.)	2015–2018 m.	300 307
INVEGA	12. Pareiškėjų informavimas	Aiškiai pateikti galimiems pareiškėjams informaciją.	INVEGA administruojamų priemonių galimi pareiškėjai (smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) atstovai); fiziniai asmenys	1.1. Galimų pareiškėjų (privatių įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Galimų pareiškėjų (privatių įmonių), kurie pritaria nuostatai, kad yra teikiamos investicijos, o ne parama, dalis.	Proc. Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka – 8,6 (2015 m. lapkritis) 72,3 2015 m.(2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2015–2019 m.	231 994

APVA	13. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti galimiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir APVA partnerystę. 3. Stiprinti APVA kaip partnerės, o ne kaip kontroliuojančios institucijos įvaizdį. 4. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 5. Skatinti projektų vykdytojus dalintis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus.	APVA administruojamų priemonių galimi pareiškėjai; APVA administruojamų priemonių projektų vykdytojai	1.1. APVA galimų pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Galimų pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.3. Galimų pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 2.1. Projektų vykdytojų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis 2.2. APVA projektų vykdytojų, kurie žino, kur gauti paaškinimus, kaip skaityti dokumentus, dalis. 2.3. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis. 2.4. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi projektų vykdymo patirtimi su kitų projektų vykdytojais, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	87 proc. 75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis) 69,7, iš kurių visiškai sutinka – 11 (2015 m. gruodis) 0 53 0 0	Pokytis ne mažiau kaip +3 proc. (2018 m.) 75, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20 (2018 m.) Ne mažiau nei 70, iš kurių visiškai sutinka – 20 (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2016–2019 m.	38 000
MITA	14. Pareiškėjų informavimas	Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informaciją.	Pareiškėjai – SVV.	1.1. Potencialių pareiškėjų (privачios įmonės), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc. Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka informacijos – 8,6. 0	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 65 (2023 m.)	2015-2018 m.	26 304
VIPA	15. Gražinamosios subsidijos pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti galimiems pareiškėjams informaciją. 2. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	Viešųjų projektų teikėjai (universitetai, valstybės pastatų valdytojai, gatvių apšvietimas); konsultavimo įmonės	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis 2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc. Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis). 0	Visiškai sutinkančių pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.) 65 (2023 m.)	2016–2019 m.	46 240
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 tikslių auditorijų nuomonę kaip itin svarbų elementą projekto vykdymo sėkmei. 4. Pristatyti finansinių priemonių paslaugas kaip bankines paslaugas.	Galimi 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 interneto svetainę www.esinvesticijos.lt kaip bazinį puslapį 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. Proc. Proc. Proc. Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis). 38,2 (2015 m. gruodis) 75 (2015 m. gruodis) 0 (2015 m. gruodis) 31,5 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančių pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) 43,2 (2018 m.) 80 (2018 m.) 10 (2018 m.) 36,5 (2018 m.)	2015–2018 m.	32 700

			SAM	17. Informavimas apie 2014-2020 m. ES investicijas sveikatos apsaugos sektoriuje	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informacija.	Galimi 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 įmonės (konkurencingumas grįstas MTEP)	ŪM	1. Pažangi įmonė	1. Formuoti inovacijų ir MTEP sampratą ir skatinti poreikį juos diegti. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip įmonėms naudingą, kuriantį pridėtinę vertę.	Lietuvos sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; Lietuvos sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEP veiklą.	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas traktuoja kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis. 2.1. Įmonių vadovų / 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 įmonei / padeda įmonėms išlikti konkurencingoms, dalis.	Proc. Proc. Proc.	88,8 (2015 m. gruodis) 29,9/28,4; bendradarbiauti neteko – 60,8/65,1 (2015 m. gruodis) Rodiklio reikšmė bus nustatyta 2016 m.	93,5 (2017 m.) 34,9/ 33,4 (2017 m.) 65 (2017 m.) Rodiklio reikšmė bus nustatyta 2016 m.	2015 IV ketv. – 2019 IV ketv. m.	394 900
			MITA	2. Radijo laidų ciklas-"Kryptis ir inovacijos"	1. Formuoti inovacijų, MTEP sampratą ir skatinti poreikį jas diegti – paaiškinti, kas yra inovacijos, kad jos įvairios, kad jos nebūtinai turi būti sudėtingos, o vystomos inovacijos atneša pelną, naudą, 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.	Smulkusis ir vidutinis verslas didžiuosiuose miestuose ir regionuose.	1.1. www.mita.lt internetinės svetainės lankumas 2.1. www.e-mokslovertai.lt internetinės svetainės lankumas 3.1. Įmonių vadovų / darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Vnt. Vnt. Proc.	4000 unikalų vartotojų (2016 m.) 1000 unikalų vartotojų (2015 m.) 29,9/28,4; bendradarbiauti neteko – 60,8/65,1 (2015 m. gruodis)	8000 unikalų vartotojų (2018 m.) 5000 unikalų vartotojų (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip 5 proc. - teko bendradarbiauti	2016–2018 m.	78 000
			LVPA	3. Konkuruok su MTEP	1. Formuoti MTEP sampratą ir skatinti poreikį jas 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 traktuoja kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis. 2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai žiūri į bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc. Proc.	41,7 (2015 m. gruodis) 28,4 (2015 m. gruodis)	47 (2018 m.) 35,4 (2018 m.)	2016–2018 m.	71 865

2. Pažangus mokslas - komercializuotas mokslas	ŠMM	1. Pažangus švietimas	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesija. 2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. 3. Skatinti švietimo įstaigas populiarinti STEAM mokslų kryptis, bendradarbiauti su verslu ir tarpusavyje. 4. Skatinti mokytojus gilinti bei plėsti kompetencijas. 5. Keisti nepatrauklaus "tiksluko"/mokslininko įvaizdžio stereotipą. 6. Skatinti gamtos, tiksliųjų technologijų tyrėjų darbdavius bendradarbiauti su mokyklomis/universitetais ir populiarinti tyrėjo profesiją.	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 3.1. Mokytojų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. 4.1. Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. 5.1. Mokinių, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis. 6.1. Sutarčių, pasirašytų bendradarbiaujančių partnerių, kiekis.	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc. Vnt.	34 proc. (2016 m. I ketv.) 36 proc. (2016 m. I ketv.) Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) 34 proc. (2016 m. I ketv.) 0	37 proc. (2020 m. IV ketv.) 41 proc. (2018 m. IV ketv.) Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv.(ŠMM) Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv.(ŠMM) 37 proc. (2020 m. IV ketv.) 2016 m. IV ketv. - 10 sutarčių	2017-2019 m.	44 000
	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, mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai.	1.1. E-mokslo vartų portalo lankomumas. 2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercializuotus projektus, kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. 3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercializuotus projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo, prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Vnt. Proc. Proc.	1000 unikalų vartotojų (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 unikalų vartotojų (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip 5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	90 000
3. Pažangus mokslas - komercializuotas mokslas.	ŠMM	1. Pažangus mokslas - komercializuotas mokslas.	1. Skatinti mokslo ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 2. Skatinti mokslo komercializavimo suvokimą kaip mokslo institucijos/universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercializavimo projektuose, prestižą.	Mokslo ir studijų institucijų (MSI) sprendimų priėmėjai, mokslininkai, tyrėjai.	1.1. E-mokslo vartų portalo lankomumas. 2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercializuotus projektus, kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis. 3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercializuotus projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo, prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Vnt. Proc. Proc.	1000 unikalų vartotojų (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 unikalų vartotojų (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip 5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip 5 proc. (2018 m.)	2016-2017 m.	149 818

		4. Pažangi visuomenė – c. visuomenė	SM	1. Aktyvi c. 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. 2.1. Visuomenės, kuri sutinka, kad nesunku išmokyti 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
3.	VERSLI LIETUVA	1. Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas.	ŪM	1. Kurkime verslį Lietuvą	1. Skatinti MVJ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu. 2. Formuoti suvokimą, kad smulkasis ir (ar) vidutinio verslo gaminamas lietuviškas produktas gali būti įdomus ir užsienio rinkoms.	Mažos ir vidutinės įmonės (ypač regioninės)	2.1. Dalis MVJ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)	2015 IV ketv. – 2019 IV ketv. m.	696 600
			LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas smulkasis ir (ar) vidutinio verslo kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	Gamybos ar paslaugų smulkasis ir vidutinio verslo įmonės veikiančios regionuose; 25-55 m. daugiausia regionuose veikiančių įmonių vadovai ir darbuotojai.	1.1. Dalis gamybos ir paslaugų MVJ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas. 2.1. Dalis MVJ 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
			INVEGA	3. Duokit šansą! Eksperto skatinimas	1. Skatinti MVJ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	Smulktieji ir vidutinio verslo atstovai; Mažos ir vidutinės įmonės.	1.1. Dalis MVJ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)	2016–2018 m.	16 510
		INVEGA	2. Savarankiški ir verslūs gyventojai („pats sau darbdavys“ skatinimas)	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, konsultacijas verslo įkūrimo pradžiai. 3. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją.	Gyventojai, galimi/potencialūs smulktieji ir vidutinio verslo atstovai.	1.1. Didėja procentas norinčių ir matančių galimybę įkurti savo verslą (bendras skaičius vs grupės) 2.1. Didėja procentas verslininkų, žinančių apie verslo konsultacijas, pasinaudojusių jomis. 3.1. Daugeja gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę.	Proc. Proc. Proc.	Bendras – 37%, moterų – 29%, vyrų – 47%. 26 (2016 m. III ketv.) 72 (2015 m. gruodis).	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	116 000
4.	KVALIFIKUOTA LIETUVA	1. Mokymasis visą gyvenimą	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo. 2. Skatinti įmones priimti mokinius praktikai, pameistrius. 3. Gerinti profesinio švietimo įstaigų reputaciją įmonių tarpe.	Įmonės; darbdaviai.	1.1. Įmonių vadovų manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis)	84,3 (2017 m.)	2015 m. IV ketv. – 2019 m. IV ketv.	141 000
							2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis) 51 (2015 m. gruodis)	86,5 (2017 m.)		
							3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad tik dirbdami kartu su profesinio mokymo teikėjais, naujai paruoštų specialistų kvalifikacija atitiks įmonės poreikius.	Proc.		56 (2017 m.)		

			ŠMM	2. Mokymasis visą gyvenimą	1. Įdiegti 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 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., iš jų 52 proc. visiškai sutinka (2018 m.) 87 proc., iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2018 m.)	2016-2017 m.	103 008
			INVEGA	3. Duokit šansą! Kvalifikacijos kėlimas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo	Smulkiųjų 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
			ESFA	4. Amžinai jauni	1. Motyvuoti tikslinę auditoriją (54+ m. suaugusieji) 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą (tai nėra tik formalus mokymasis).	Visuomenė; 54+ m. suaugusieji.	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad turi nuolatos mokytis ir kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori būti paklausūs darbo rinkoje, dalis. 2.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolatos mokytis ir kitais būdais kelti kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingas, dalis. 2.2. Gyventojų, pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc. Proc. Proc.	90 (2016 m. IV ketv.) 90 (2016 m. IV ketv.) 89 (2016 m. IV ketv.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2017 m. III-IV ketv.	63 000
5.	AUGANTI LIETUVA	1. Moderni švietimo sistema	ŠMM	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 standartizuoto ugdymo testuose. 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. 2.1. Mokyklų, kurios dalyvauja prevencinėse programose, dalis. 3.1. Tėvų, kurie supranta standartizuotų testų naudą, dalis. 4.1. Mokyklų, kurios dalyvauja pažangios mokyklos projektuose, dalis. 5.1. Mokinių, kurie gauna mokymosi pagalbą mokyklose, dalis.	Proc. Proc. Vnt. Proc.	47 proc. (2016 m.) 56 proc. (2016 m.) 83 proc. (iš jų 34 proc. labai svarbu, 2016 m. I ketv.) 0 35 proc. (2016 m. I ketv.)	60 proc. (2018 m.) 58 proc. (2020 m.) 83 proc. (iš jų 39 proc. labai svarbu, 2018 m.) 100 (2022 m.) 40 proc. (2018 m.)	2015 III ketv. –2019 IV ketv. m.	300 512
		2. Galimybės augantiems (kompetencijų ir patirties krepšeliui - stazuočės, praktika, mokslinė praktika, kt.)	ŠMM	1. Galimybės augantiems	1. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis 2. Skatinti įstaigas aktyviai dalyvauti formuojant studentų karjerą. 3. Skatinti darbdavius įsitraukti į praktikų formavimą ir vykdymą.	Mokiniai nuo 14 m., studentai, švietimo įstaigos, darbdaviai.	1.1. Mokinių, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis. 2.1. Studentų, teigiamai vertinančių švietimo įstaigos pasiūlytą praktiką, dalis. 3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad jaunimo praktika - tai ne išlaidos, o investicijos, dalis. (UM)	Proc. Proc. Proc.	76 proc. (2016 m. I ketv.) Pradinė reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) 55,1 proc. (2015 m.)	79 proc. (2018 IV ketv.) Rodiklio siektina reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM) 60 proc. (2018 m.)	2016 I ketv. - 2019 IV ketv. m.	117 445

		SADM	2. Rezervuota jaunimui	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių, kuriomis jaunimas gali naudotis. 2. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis.	Moksleiviai nuo 14 metų; studentai.	1.1. Tikslinės auditorijos, žinančios apie galimybes 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.	54 (2016 m.) 89 (2016 m.) 63 (2016 m.)	60 (2019 m.) 94 (2019 m.) 68 (2019 m.)	2015–2017 m.	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
		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.	75 proc. Vertina savo savanorystės patirtį kaip svarbią; 54 proc. Vertina savo darbo patirtį kaip svarbią 72 47 proc. bandė savanoriauti; 33 proc. bandė dirbti	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.) pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.	2016–2017 m.	49 500
	3. Motyvacija „miegantiems“ (kokymosi ir profesijos, darbo įsigijimo skatinimas)	SADM	1. Pažink lyderį savy	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė - tai galimybė bendrauti, save realizuoti, įgyti patirties, būti savarankišku. 3. Skatinti tikslingą auditoriją aktyviai dalyvauti jaunimo užimtumo programose, renginiuose, projektuose. 4. Skatinti suvokimą, kad yra garbinga dirbti visuomenei, bendruomenei naudingus darbus. 5. Skatinti visuomenę verinti dirbantį ir anksti praktikos įgyjantį jaunimą.	Socialiai pažeidžiamas jaunimas nuo 15 iki 29 m. (t.y., nedirbantis ir nesimokantis; regionuose; iš socialiai jautrių šeimų); visuomenės 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 labai svarbią ateičiai, dalis. 3.1. Tikslinės auditorijos, kuri sutinka, kad dalyvavimas jaunimo užimtumo programose – puiki galimybė įgyti praktikos, dalis. 4.1. Tikslinės auditorijos, kuri nori dalyvauti savivaldybės organizuojamuose visuomenei / bendruomenei naudinguose darbuose, dalis. 5.1. Visuomenės, kuri vertina a) dirbantį jaunimą, b) dirbantį ir kartu besimokantį jaunimą, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	34 (2016 m. gegužė) 90 (2016 m. gegužė) 90 (2016 m. gegužė), 46 proc. (2016 m. gegužė) a) 48 (2015 m.) b) 69 (2015 m.)	39 (2019 m.) 95 (2019 m.) (2019 m.) 51 (2019 m.) a) 55 (2018 m.) b) 75 (2018 m.)	2015–2018 m.	282 358
		INVEGA	2. Duokit šansą. Motyvacija miegantiems	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė - tai galimybė bendrauti, realizuoti save, įgyti patirties, būti savarankiškam.	Socialiai pažeidžiamas jaunimas nuo 15 iki 29 m. (t.y., nedirbantis ir nesimokantis; regionuose; iš socialiai jautrių šeimų).	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 labai svarbią ateičiai, dalis.	Proc. Proc.	34 (2016 m. gegužė) 39 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.) 44 (2019 m.)	2016–2018 m.	18 520

6.	TOLYDI LIETUVA	1. Integruojanti infrastruktūra	VRM	1. Sutvarkius infrastruktūrą gyventi bus geriau	1. Sutvarkyta infrastruktūra - sėkmingo verslo pralaidai. 2. Regione sukurta viešojo 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 viešojo infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli tikslinėje teritorijoje gyventi ir dirbti.	Visuomenė; verslininkai; regionų (išskyrus 5 didžiuosius miestus) gyventojai; 5 didžiųjų miestų gyventojai.	1.1. Didėja darbdavių dalis sutinkanti, kad: a) Gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolatos auga; b) Regionai yra patraukli vieta verslui vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir pigesni kaštai). 2.1. ir 3.1. Didėja gyventojų dalis sutinkanti, kad: a) Gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolatos auga; b) Regionai yra patraukli vieta verslui vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir pigesni kaštai). 4.1. Verslininkų, sutinkančių, kad kompleksiskai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai, dalis. 5.1. Gyventojų sutinkančių, kad viešojo infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli čia gyventi ir dirbti, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	a)36,6 proc. (2015 m.) b)33,1 proc. (2015 m.) a) 70 (2015 m. gruodis) b)33,1 (2015 m. gruodis) 46,2 (2015 m. gruodis)	pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. a) 74 proc. (2018 m.) b) pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	362 680
		2. Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės socialinėms grupėms)	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) 84 (2016 m.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.) 89 proc. (2019 m.)	2016–2018 m.	217 500
			SADM	2. Prašyti pagalbos yra normalu.	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos.	Senyvo amžiaus žmonių, neįgalųjų, pažeidžiamų visuomenės grupių artimieji; šeimos, auginančios, prižiūrinčios vaikus.	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.	80 (2016 m.) 73 (2016 m.) 63 (2016 m.) 52 (2016 m.)	85 (2019 m.) 78 (2019 m.) 68 (2019 m.) 57 (2019 m.)	2015–2018 m.	199 100
			SADM	3. Socialinė atsakomybė - vertybė, o ne tuštynė.	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 verslo suvokimą, kad socialinė atsakomybė yra naudinga pačiam verslui.	Visuomenė, 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. 2.1. Padaugėja lietuviško kapitalo įmonių, dalyvaujančių NAVA ir atitinkančių socialinės atsakomybės principus. 2.2. Darbdavių dalis, sutinkanti, kad: • Būti socialiai atsakingam apsimoka • Būti pripažintam socialiai atsakingu verslu yra prestižas (garbė).	Proc. Vnt. Proc.	83 proc.(2016 m.) 27 (2015 m.) Bus nustatyta 2016 m. (Ūkio ministerija)	88 proc. (2019 m.) 40 (2018 m.) Bus nustatyta 2016 m. (Ūkio ministerija)	2015–2018 m.	120 860
			SADM	4. Įgalink patirtį, 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. Tikslinės auditorijos, teigiančios, kad per pastaruosius metus dalyvavo savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	34 (2016 m.) 41 (2016 m.) 15 (2016 m.)	39 (2019 m.) 46 (2019 m.) 21 (2019 m.)	2016–2018 m.	57 185

7.	SVEIKA LIETUVA	Sveikatos kultūra (asmeninė ir valstybinė motyvacija sveikam gyvenimo būdai)	SAM	1. 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. Diegti suvokimą, kad aš esu pats atsakingas už savo sveikatą ir man rūpi kitų sveikata	Visuomenė, ypatingą dėmesį skiriant 30-45 metų gyventojams (šeimoms ir vaikams).	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. Padidėjusi visuomenės dalis, kuri mano, kad yra atsakingi už savo sveikatą.	Proc. 86 55 10	90 (2016 m.) 59 (2016 m.) 14 (2017 m.)	2016-2019 m.	390 000	
8.	TVARI LIETUVA	1. Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas (rūšiavimas, pagarba aplinkai)	AM	1. „Išsinauok gamtą neterminuoti“	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.	Visuomenė; didmiesčių miestų (nuo 30 tūkst.) gyventojai (25-45 m.).	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugoje, dalis. 2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis. 3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkos sektoriuje, dalis.	Proc. 39 (2015 m. gruodis) 60 40	52 (2018 m.) 72 (2018 m.) 52 (2018 m.)	2015–2019 m.	627 891	
			APVA	2. Išsinauok gamtą neterminuoti.	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.	Visuomenė; 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, pajutusios ES investicijų naudą aplinkos sektoriuje, dalis.	Proc. 39 (tyrimas 2015 gruodis) 60 40	51 (2018 m.) 72 (2018 m.) 52 (2018 m.)	2016–2019 m.	160 304	
			SM	3. "Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas"	1. Populiarinti damų judumą ir ekologišką transportą	Visuomenė	1. Gyventojų dalis, pritaranti nuostatai, kad ekologiškas viešasis transportas ir darnus judumas turi privalumą, todėl Lietuvoje reikia investuoti į šią sritį.	Proc.	Pradinė reikšmė bus nustatyta 2016 m. IV ketv. (SM tyrimas)	Siektina reikšmė bus nustatyta 2016 m. IV ketv. (SM tyrimas)	2017-2019 m.	165 000
			ŪM	4. Įmonės kuria tvarią Lietuvą	1. Skatinti pramonės įmonės mažinti energijos vartojimo intensyvumą ir efektyviau vartoti energiją. 2. Skatinti įmones diegti ekoinovacijas. 3. Skatinti suvokimą, kad aplinkosaugos standartus diegianti įmonė yra konkurenciškia pranašesnė.	Verslo subjektai: 1-a – Pramonės, gamybos įmonės 2-a – Įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekines ar mažatliekines technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, dalis (2-a tikslinė auditorija). 2.1. Įmonių, manančių, kad aplinkosaugos standartus diegimas suteikia įmonei pranašumo/pagerina įmonės įvaizdį, dalis. 3.2. Pramonės įmonių, įsidięusių ar planuojančių diegti energijos suvartojimo intensyvumą mažinančius procesus/technologijas, dalis. 4.3. Įmonių, įsidięusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc. 26,6 (2015 m. gruodis) Bus nustatyta 2016 m. Bus nustatyta 2016 m. 13,4 proc. (2015 m.) Proc.	31 (2017 m.) Bus nustatyta 2016 m. Bus nustatyta 2016 m. 17,4 proc. (2017 m.)	2015 IV ketv.–2019 m. IV ketv.	101 400	

			LVPA	5. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas	1. Skatinti įmones taikyti mažatliekines technologijas, naudoti mažakiekės 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 mažatliekines technologijas), jų kaina, ekonominė nauda, skaičius. 2.1. Įmonių, įsidiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 13,4 proc. (2015 m.)	31 17,4 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	30 100
		2. Tvarus energijos vartojimas (susišiekimas, 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 (mažiausių energiją naudojančioms) sprendimams. Pastatų administravimo įmonės 4.1. Per paskutinį mėnesį atsakingai naudojote energijos išteklius ir (ar) energiją (išjungė šviesą, naudojo efektyvius prietaisus, technologijas, įrenginius, išjungė prietaisus iš rozetės). Pastatų administravimo įmonės	Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	32,4 (2015 m.) 35 (2014 m.) 27,8 (2015 m.) 76 (2016 m.) 80 (2016 m.)	37,2 (2018 m.) 40 (2018 m.) 33 (2018 m.) 81 (2018 m.) 85 (2018 m.)	2015–2020	155 000
			LVPA	2. Taupau išteklius - kuriu naudą*	1. Skatinti įmones taupyti išteklius	Įmonės	Įmonių, per paskutinį mėnesį sumažinusių energijos suvartojimą dėl aplinkos apsaugos, dalis.	Proc.	32,4 proc. (2015 m. gruodis)	39 proc. (2019 m.)	2017–2018 m.	30000
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. 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.	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 (2018 m.) 35 (2023 m.) 57 (2018 m.) 70 (2018 m.) 44 (2018 m.) 47 (2023 m.)	2017–2018 m.	493 770

		Visuomenė - aktyvesnė kūrėja	LVPA	2. Kurk ir įsikurk	1. Ugdyti nuostatą verslininkų tarpe, kad kūrybiniai produktai, yra/gali būti konkurencinis pranašumas.	Verslas	Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai - stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.	Proc.	95,1 (2015 m.)	98, 7 (2018 m.)	2017-2018 m.	18 000
			ŪM	3. Kuriantis verslas	1. Ugdyti nuostatą verslininkų tarpe, kad kūrybiniai produktai, bendradarbiavimas su menininkais suteikia konkurencinio pranašumo.	Verslas	1.1. Įmonių, veikiančių meno inkubatoriuose, dalis.	Vnt.	96 (2015 m.)	230 (2017 m.)	2015 IV ketv. -2019 IV ketv. m.	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 finansškai ir iniciatyvomis prisidėti prie vietos bendruomenių socialinių problemų sprendimo. 3. Skatinti aktyviai kurtis bendruomenės miestuose, burtis į asociacijas. 4. Diegti suvokimą, kad bendruomenė gali svariai prisidėti sprendžiant bendruomenės socialines problemas.	Visuomenė; miestų (virš 6000 gyventojų), savivaldybių centrų gyventojai, verslas; 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 finansškai 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
11.	EFEKTYVI LIETUVA	Efektivas 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. 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.	505 001

IŠ VISO: