

2017–2019 METŲ KOMUNIKACIJOS PLANAS

Nr.	Komunikacijos kryptis	Komunikacijos tema	Institucija	Komunikacijos kampanijos pavadinimas	Komunikacijos kampanijos tikslai	Tikslinė auditorija	Komunikacijos kampanijos rodikliai				Kampanijos trukmė	Maksimali komunikacijos kampanijos vertė (eurais)
							Rodiklio aprašymas	Matavimo vienetas	Pradinė reikšmė ir jos nustatymo metai	Siekstina reikšmė ir jos pasiekimo metai		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	LIETUVA, KURIA KURIAME EUROPOS SĄJUNGOS INVESTICIJOMIS	Skėtinė tema, jungianti visas komunikacijos kampanijas	FM	1. Veiksmų programos įgyvendinimo eigos ir finansavimo galimybių komunikacijos kampanija	1. Pateikti informaciją apie Europos Sąjungos (toliau – ES) investicijų programos siekiamus pokyčius ir įgyvendinimo eigą. 2. Skatinti gyventojus domėtis įgyvendinamais projektais, jų teikiama nauda regionui ar šaliai. 3. Formuoti nuostata, 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.	Unikalų vartotojų	145 817 (2015 m.)	180 000 (2018 m.) 200 000 (2023 m.)	2016–2018 m.	1 240 000
							1.2. Gyventojų, kurie yra girdėję apie ES investicijas Lietuvai, dalis.	Proc.	91, iš jų daug girdėjo – 28 (2015 m. lapkritis)	Daug girdėjusiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
							1.3. Gyventojų, kuriems pakanka informacijos apie ES investicijas Lietuvai, dalis.	Proc.	65 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
							1.4 Gyventojų, kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos Lietuvoje valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	47 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
							2.1. Gyventojų, kurie asmeniškai pajuto ES investicijų naudą, dalis.	Proc.	74 (2015 m. lapkritis), iš kurių tikrai pajuto – 26	Tikrai pajutusiujų dalies pokytis +7 proc. (2018 m.)		
							2.2. Gyventojų, kurie turėjo galimybę dalyvauti svarstant, aptariant planuojamus ar įgyvendinamus ES investicijų projektus, dalis.	Proc.	10 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
							3.1. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje, dalis.	Proc.	Socialinių pokyčių 79, iš kurių 19 visiškai sutinka, ekonominių pokyčių 86, iš kurių 25 visiškai sutinka (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
							3.2. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo, dalis.	Proc.	82, iš jų visiškai sutinka – 27 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.);		
							3.3. Gyventojų, kurie pritaria nuostatai, kad ES struktūrinių fondų lėšos yra investicijos į didžiausią pridėtinę vertę kuriančias sritis, dalis.	Proc.	73, iš kurių visiškai sutinka – 16 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
							1.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	53	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	371 920
			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.	Galimi pareiškėjai						

		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.		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: a) konsultavosi su bendruomene atsižvelgdami į bendruomenių, gyventojų lūkesčius dėl planuojamų ES investicijų, projektų būtinumo ir svarbos; b) pristatė projektų tikslus, veiklas ir rezultatus, dalis.	Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka – 11 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
					Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis 30 proc. (2023 m.)		
					Proc.	36,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
					Proc.	45 (2016 m. spalį)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
					Proc.	a) 70 (2016 m. spalį) b) 66 (2016 m. spalį)	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
FM	3. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas	1. 2014–2020 m. ES fondų investicijų komunikacijos strategijos valdymas užtikrins komunikacijos kryptį ir temų įgyvendinimo eigos stebėseną, rodiklių reikšmių nustatymą ir nuolatinį matavimą atliekant visuomenės nuomonių tyrimus, informacijos stebėseną žiniasklaidos priemonėse, svetainės www.esinvesticijos.lt plėtrą ir kitas su komunikacijos valdymu susijusias paslaugas.	ES investicijas administruojančios institucijos	1.1. Žiniasklaidos stebėsenos paslaugos. 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.	10 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis) 3 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis) 4 (2016 m. gruodis) 12 (2016 m. gruodis)	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.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2021 m.	51 981
					Proc.	38,2 (2015 m. gruodis)	43,2 (2018 m.)		
					Proc.	78,3 (2015 m. gruodis)	83,3 (2018 m.)		
					Proc.	75 (2015 m. gruodis)	80 (2018 m.)		
					Proc.	96,7 (2015 m. gruodis)	99,7 (2018 m.)		
CPVA	5. Projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 2. Skatinti tikslinių auditorijų iniciatyvumą.	CPVA administruojamų priemonių	1.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	70,5	78 (2018 m.), 65 (2023 m.)	2015–2019 m.	297 208

		ianksnumą, operatyvumą. 3. Stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį.	pareiškėjai ir projektų vykdytojai; ES investicijas administruojančios institucijos	1.2. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras visų institucijų rodiklis).	Proc.	79,9, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis)	84, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.), 65 (2023 m.)		
				3.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	58,8	65 (2018 m.), 85 (2023 m.)		
				3.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų: a) profesionalumas; b) skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc.	a) 70,6 b) 50	90 (2018 m.)		
ŠMM	6. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	Mokslo ir studijų institucijos; suaugusiųjų švietimo centrai; darbdavių asociacijos, profesinio mokymo įstaigų asociacijos; neformaliojo švietimo organizacijos	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	79,9 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis)	88 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 30 (2018 m.), 65 (2023 m.)	2015 IV ketv. – 2019 IV ketv. m.	82 400
LMT	7. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti projektų vykdytojų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	LMT administruojamų priemonių galimi projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	75,4, iš jų informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis)	75 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 25 (2018 m.)	2016–2018 m.	151 308
				1.2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	36,6 (2015 m. lapkritis)	45 (2018 m.)		
				1.3. Potencialių pareiškėjų, kurie pagrindinę informaciją apie ES investicijas randa svetainėje www.esinvesticijos.lt, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	59,4 (2015 m. lapkritis)	65 (2018 m.)		
				2.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	69,7 (2015 m. lapkritis)	75 (2018 m.)		
				2.2. Potencialių pareiškėjų, kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	54,5 (2015 m. lapkritis)	65 (2018 m.)		
				3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	75 (2018 m.)		
				3.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas, skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc.	0*	75 (2018 m.)		
ESFA	8. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti partnerystę su tikslinėmis auditorijomis, lygiavertį bendradarbiavimą siekiant bendro tikslo. 4. Skatinti projekto vykdytojus dalytis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus. 5. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 6. Stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kaip kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį.	Europos socialinio fondo agentūros administruojamų priemonių galimi pareiškėjai ir projektų vykdytojai	1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14,5 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	337336
				2. Potencialių pareiškėjų, kurie žino apie svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinį šaltinį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	36,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
				3. Potencialių pareiškėjų, kurie pagrindinę informaciją randa svetainėje www.esinvesticijos.lt, dalis (bendras rodiklis visoms institucijoms).	Proc.	59,4 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
				4. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	78,5, iš kurių visiškai pakanka – 16 (2016 m. spalį)	65 (2018 m.)		

				5. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų: a) profesionalumas; b) skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis.	Proc.	a) 68,7, iš kurių visiškai sutinka – 20,8 (2016 m. spalio) b) 59,8	65 (2018 m.)		
				6. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi patirtimi su kitais projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	56,3 (2016 m. spalio)	60 (2018 m.)		
				7. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	59,8, iš kurių visiškai sutinka – 16 (2016 m. spalio)	60 (2018 m.)		
				8. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinamo projekto naudą pajus Lietuvos gyventojai, dalis.	Proc.	66, atsakančių <i>Taip</i>	71 (2018 m.)		
VRM	9. Vidaus reikalų ministerijos informavimo veiklos	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti 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), vietos veiklos grupės, nevyriausybines organizacijos, asociacijos; verslo įmonės, bendruomenių iniciuotų vietos veiklos projektų vykdytojai, netiesiogiai galintys pasinaudoti rezultatais pagal Integruotų teritorijų vystymo programą)	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis. 3.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių 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.	79,9 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20,4 (2015 m. lapkritis)	80, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.)	2015–2018 m.	176 700
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 savivaldybės 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.	87,5, iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	127 448
LVPA	11. Potencialių pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją potencialiems ir esamiems pareiškėjams apie ES investicijų galimybes ir LVPA administruojamas 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.	Potencialūs ir esami pareiškėjai – verslo įmonės; galimi ir esami pareiškėjai – viešieji juridiniai asmenys; projektų vykdytojai; asocijuotosios verslo struktūros, klasteriai	1.1. Pareiškėjų, kuriems pakanka informacijos apie LVPA administruojamas priemones ir paraiškos parengimo procesą, dalis. 2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis. 3.1. Projektų vykdytojų, vertinančių įgyvendinančiąją instituciją kaip partnerę, dalis.	Proc.	62 (2015 m.)	70 (2018 m.)	2015–2018 m.	300 307
INVEGA	12. Pareiškėjų informavimas	Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	INVEGA administruojamų priemonių galimi pareiškėjai (smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) atstovai); fiziniai asmenys	1.1. Galimų pareiškėjų (privatių įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis. 1.2. Potencialių pareiškėjų (privatių įmonių), kurie pritaria nuostatai, kad yra teikiamos investicijos, o ne parama, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka – 8,6 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2015–2019 m.	231 994
					Proc.	72,3 (2015 m. lapkritis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)		

APVA	13. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir APVA partnerystę. 3. Stiprinti APVA kaip partnerės, o ne kontroliuojančiosios institucijos įvaizdį. 4. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją. 5. Skatinti projektų vykdytojus dalytis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus.	APVA administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai; APVA administruojamų priemonių projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	75,4 iš kurių informacijos visiškai pakanka – 14 (2015 m. lapkritis)	75, iš kurių informacijos visiškai pakanka – 20 (2018 m.)	2016–2019 m.	38 000
				1.3. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka – 11 (2015 m. gruodis)	Ne mažiau nei 70, iš kurių visiškai sutinka – 20 (2018 m.)		
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	0*	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
				2.2. APVA projektų vykdytojų, kurie žino, kur gauti paaiškinimus, kaip skaityti dokumentus, dalis.	Proc.	53	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
				2.3. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos yra partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	60	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
				2.4. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi projektų vykdymo patirtimi su kitų projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	0*	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
	14. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informaciją.	Pareiškėjai – SVV	1.1. Potencialių pareiškėjų (privacios įmonės), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka informacijos – 8,6	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	26 304
				1.2. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)		
	15. Gražinamosios subsidijos pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	Viešųjų projektų teikėjai (universitetai, valstybės pastatų valdytojai, gatvių apšvietimo įmonės); konsultavimo įmonės	1.1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.)	2016–2019 m.	46 240
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)		
KM	16. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skatinti tikslines auditorijas vertinti visuomenės, projekto tikslinių auditorijų nuomonę kaip itin svarbų elementą projekto vykdymo sėkmei. 4. Pristatyti finansinių priemonių paslaugas kaip bankines paslaugas.	Potencialūs pareiškėjai; regionų plėtros tarybos	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 25,7 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2015–2018 m.	32 700
				1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinį šaltinį informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.	Proc.	38,2 (2015 m. gruodis)	43,2 (2018 m.)		
				2.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybės institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	75 (2015 m. gruodis)	80 (2018 m.)		
				3.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc.	0*	Pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
				4.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad finansinės priemonės (paskolos, garantijos) efektyvesnės investicijos, palyginti su subsidijomis, dalis.	Proc.	31,5 (2015 m. gruodis)	36,5 (2018 m.)		
SAM	17. Informavimas apie 2014–2020 m. ES investicijas sveikatos apsaugos sektoriuje	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informaciją.	Potencialūs pareiškėjai	1. Potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87,5 iš kurių visiškai sutinka – 39 (2015 m. lapkritis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2017–2018 m.	40 000

2.	PAŽANGI LIETUVA	1. Pažangi įmonė – MTEP taikanti įmonė (konkurencingumas , grįstas MTEP)	ŪM	1. Pažangi įmonė	1. Formuoti inovacijų ir MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip įmonėms naudinga, 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 vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m. gruodis)	93,5 (2017 m.)	2015 m. IV ketv. – 2019 m. IV ketv.	394 900
						2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	29,9 / 28,4; bendradarbiauti neteko – 60,8 / 65,1 (2015 m. gruodis)	34,9 / 33,4 (2017 m.) 65 (2017 m.)			
						2.2. Įmonių vadovų, manančių, kad bendradarbiavimas su mokslo ir studijų institucijomis yra naudingas, kuria pridėtinę vertę įmonei, padeda įmonėms išlikti konkurencingoms, dalis.	Proc.	68	73			
		MITA	2. Radijo laidų ciklas Kryptis ir inovacijos	1. Formuoti inovacijų, MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra inovacijos, kad jos įvairios, kad jos nebūtinai turi būti sudėtingos, o vystomos inovacijos duoda pelną, naudą, skatina konkurencingumą; paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo MTEP naudinga verslui. Skatinti įmonių poreikį diegti inovacijas. 2. Aiškiai ir paprastai pateikti informaciją įmonėms, kur kreiptis norint diegti inovacijas ar bendradarbiauti su Lietuvos mokslininkais. 3. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką. 4. Skatinti suvokimą, kad MTEP idėja gali tapti verslu.	SVV didžiuosiuose miestuose ir regionuose	1.1. Svetainės www.mita.lt lankomumas.	Vnt.	4000 unikalių vartotojų (2016 m.)	8000 unikalių vartotojų (2018 m.)	2016–2018 m.	78 000	
						2.1. Svetainės www.e-mokslovertai.lt lankomumas.	Vnt.	1000 unikalių vartotojų (2015 m.)	5000 unikalių vartotojų (2018 m.)			
						3.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	29,9 / 28,4; bendradarbiauti neteko – 60,8 / 65,1 (2015 m. gruodis)	Bendradarbiavusiųjų pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.			
		LVPA	3. Konkuruok su MTEP	1. Formuoti MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo ji yra naudinga verslui. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką.	Tradicinės pramonės įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEPI veiklą.	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas ir MTEP vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	41,7 (2015 m. gruodis)	47 (2018 m.)	2016–2018 m.	71 865	
						2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai žiūri į bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	28,4 (2015 m. gruodis)	35,4 (2018 m.)			
		2. Pažangus mokslas – komerciskasis mokslas	ŠMM	1. Pažangus švietimas – gamtos ir technologijos mokslų (STEAM) populiarinimas	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesiją. 2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. 3. Skatinti švietimo įstaigas populiarinti STEAM mokslų kryptis, bendradarbiauti su verslu ir tarpusavyje. 4. Skatinti mokytojus gilinti bei plėsti kompetencijas. 5. Keisti nepatrauklaus tikslu ar mokslininko įvaizdžio stereotipą. 6. Skatinti gamtos, tikslųjų technologijų tyrėjų darbavimą bendradarbiauti su mokyklomis ar universitetais ir populiarinti tyrėjo profesiją.	Mokiniai, mokinių tėvai, mokytojai, švietimo įstaigos, darbdaviai	1.1. Tėvų, kuriems tyrėjo profesija yra patraukli, dalis.	Proc.	34 (2016 m. I ketv.)	37 (2020 m. IV ketv.)	2017–2019 m.	44 000
							2.1. Tėvų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis.	Proc.	36 (2016 m. I ketv.)	41 (2018 m. IV ketv.)		
							3.1. Mokytojų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis.	Proc.	Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM)	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM)		
							4.1. Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis.	Proc.	Pradinio rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM)	Siekiamo rodiklio reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (ŠMM)		
							5.1. Mokinių, kuriems STEAM atrodo patraukli ir perspektyvu, dalis.	Proc.	34 (2016 m. I ketv.)	37 (2020 m. IV ketv.)		
							6.1. Sutarčių, pasirašytų bendradarbiaujančių partnerių, skaičius.	Vnt.	0	10 (2017 m. I ketv.)		
							MITA	2. Komunikacija apie mokslo komercinimą – mokslo žinios verslo sėkmei.	1. Skatinti mokslo komercinimo suvokimą kaip mokslo institucijos ir (ar) universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 2. Skatinti mokslo ir studijų institucijų, mokslininkų, tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercinimo projektuose, prestižą.	Mokslininkai, tyrėjai, studentai, mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai		

								2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 56 proc. – svarbus pajamų šaltinis	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)		
								3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercinius projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. – svarbus pajamų šaltinis	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)		
	3. Pažangus mokslas – komerciškasis mokslas	ŠMM	1. Pažangus mokslas – komerciškasis mokslas	1. Skatinti mokslo ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 2. Skatinti mokslo komercinimo suvokimą kaip mokslo institucijos ir (ar) universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 3. Kelti mokslininko, dirbančio mokslo komercinimo projektuose, prestižą.	Mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai, mokslininkai, tyrėjai		1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas.	Vnt.	1000 unikalų vartotojų (2015 m.)	5000 unikalų vartotojų (2018 m.)		2016–2017 m.	149 818
							2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 56 proc. – svarbus pajamų šaltinis	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)			
							3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercinius projektus ne tik kaip institucijos, bet ir kaip savo prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui; 65 proc. – svarbus pajamų šaltinis	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)			
	4. Pažangi visuomenė – e. visuomenė	SM	1. Aktyvi e. visuomenė	1. Skatinti gyventojus žinoti, kur ir kaip rasti interneto prieigą, daugiau ir išmaniai naudotis internetu. 2. Populiarinti interneto teikiamas galimybes tikslinėms auditorijoms.	Visuomenė; vyresnio amžiaus žmonės; atokiose vietose gyvenantys gyventojai		1.1. Visuomenės, kuri žino, kur ir kaip rasti interneto prieigą, dalis.	Proc.	67 (2015 m. gruodis)	72 (2018 m.)		2015–2018 m.	193 044
							2.1. Visuomenės, kuri sutinka, kad nesunku išmokyti naudotis internetu, dalis.	Proc.	70 (2015 m. gruodis)	75 (2018 m.)			
3.	VERSLS LIETUVA	1. Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas	ŪM	1. Kurkime verslą Lietuvą	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu. 2. Formuoti suvokimą, kad MVĮ gaminamas lietuviškas produktas gali būti įdomus ir užsienio rinkoms.	MVĮ (ypač regioninės)	2.1. MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)		2015 m. IV ketv. – 2019 m. IV ketv.	696 600
			LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas SVV kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	Gamybos ar paslaugų SVV įmonės, veikiančios regionuose; 25–55 m. daugiausia regionuose veikiančių įmonių vadovai ir darbuotojai	1.1. Gamybos ir paslaugų MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	50,7 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.)		2016–2018 m.	36 170
							2.1. MVĮ regionuose vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	41,7 (2015 m. gruodis)	48 (2018 m.)			
			INVEGA	3. Duokit šansą! Eksperto skatinimas	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	MVĮ	1.1. MVĮ vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	53,2 (2017 m.)		2016–2018 m.	16 510
	2. Savarankiški ir verslūs gyventojai („pats sau darbdavys“ skatinimas)	INVEGA	1. Duokit šansą! Verslumo skatinimas	1. Skatinti suvokimą, kad kiekvienas gali tapti verslininku bet kuriame gyvenimo etape. 2. Šviesti, mokyti, ugdyti ir informuoti apie priemones, teikti konsultacijas, kaip pradėti verslą. 3. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją.	Gyventojai, potencialūs MVĮ atstovai		1.1. Norinčiųjų ir matančiųjų galimybę įkurti savo verslą didėjimas.	Proc.	Bendras – 37, moterų – 29, vyrų – 47	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)		2016–2018 m.	116 000
							2.1. Besikreipiančiųjų ir žinančiųjų apie verslo konsultacijas, pasinaudojusių jomis didėjimas.	Proc.	26 (2016 m. III ketv.)	Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.)			

							3.1. Gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę, daugėjimas.	Proc.	72 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)		
4.	KVALIFIKUOTA LIETUVA	1. Mokymasis visą gyvenimą	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo. 2. Skatinti įmones priimti mokinius atlikti praktiką, pamcistrus. 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.	141 100
							2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	86,5 (2017 m.)		
							3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad tik dirbdami kartu su profesinio mokymo teikėjais gaus didesnę profesinio mokymo kokybę, dalis.	Proc.	51 (2015 m. gruodis)	56 (2017 m.)		
			SMM	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 išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	91 (2015 m. gruodis), iš jų 47 proc. visiškai sutinka	91, iš jų 52 proc. visiškai sutinka (2018 m.)	2016–2017 m.	103 008
							2.1. Gyventojų pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc.	87 (2015 m. gruodis), iš jų 46 proc. visiškai sutinka	87, iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2018 m.)		
			INVEGA	3. Duokit šansą! Kvalifikacijos kėlimas	1. Skatinti įmones prisidėti prie darbuotojų mokymo.	MVĮ atstovai, darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	16 510
							1.2. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. (2018 m.)		
			ESFA	4. Amžinai jauni	1. Motyvuoti tikslinę auditoriją (54 m. ir vyresni suaugusieji). 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą (tai nėra tik formalus mokymasis).	Visuomenė; 54 m. vyresni suaugusieji.	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad turi nuolatos mokytis ir kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori būti paklausūs darbo rinkoje, dalis.	Proc.	46,2	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2017 m. III–IV ketv.	63 000
							2.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolatos mokytis ir kitais būdais kelti kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	46,2	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
							2.2. Gyventojų, pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc.	45	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
5.	AUGANTI LIETUVA	1. Moderni švietimo sistema	SMM	1. Moderni švietimo sistema	1. Skatinti tėvų įsitraukimą į problemų sprendimą mokykloje, atpažinti patyčias. 2. Skatinti mokyklas dalyvauti prevencijos programose. 3. Skatinti tikslines auditorijas motyvuoti vaikus dalyvauti atliekant standartizuoto ugdymo testus. 4. Skatinti įvairiais būdais ir formomis gerinti ugdymo kokybę. 5. Informuoti tėvus apie tai, kad visose mokyklose veikia nemokami būreliai, taip pat vaikas gali gauti nemokamas konsultacijas.	Tėvai, pedagogai, mokyklų administracijos, savivaldybės	1.1. Tėvų, kurie yra linkę įsitraukti į mokyklos veiklą, dalis.	Proc.	47 (2016 m.)	60 (2018 m.)	2015 III ketv. – 2019 IV ketv. m.	300 512
							2.1. Mokyklų, kurios dalyvauja prevencinėse programose, dalis.	Proc.	56 (2016 m.)	58 (2020 m.)		
							3.1. Tėvų, kurie supranta standartizuotų testų naudą, dalis.	Proc.	83 (iš jų 34 proc. – labai svarbu, 2016 m. I ketv.)	83 (iš jų 39 proc. – labai svarbu, 2018 m.)		
							4.1. Mokyklų, kurios dalyvauja pažangios mokyklos projektuose, dalis.	Vnt.	0	100 (2022 m.)		
							5.1. Mokinių, kurie gauna mokymosi pagalbą mokyklose, dalis.	Proc.	35 (2016 m. I ketv.)	40 (2018 m.)		
		2. Galimybės augantiems (kompetencijų ir patirties krepšelis – stažuotės, praktika, mokslinė praktika, kt.)	SMM	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.	Proc.	76 (2016 m. I ketv.)	79 (2018 m. IV ketv.)	2016 m. I ketv. – 2019 m. IV ketv.	117 445
							2.1. Studentų, teigiamai vertinančių švietimo įstaigos pasiūlytą praktiką, dalis.	Proc.	Pradinė reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (SMM)	Rodiklio siektina reikšmė bus nustatyta 2017 m. I ketv. (SMM)		
							3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad jaunimo praktika – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis (ŪM).	Proc.	55,1 (2015 m.)	60 (2018 m.)		

6.	TOLYDI LIETUVA		SADM	2. Rezervuota jaunimui	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiamų galimybių, kuriomis jaunimas gali naudotis. 2. Skatinti jaunimo aktyvumą domėtis profesijų, karjeros galimybėmis.	Studentai	1.1. Studentų, žinančių apie galimybes jaunimui įsidarbinti, savanoriauti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis.	Proc.	54 (2016 m.)	60 (2019 m.)	2015–2017 m.	287 889
							1.2. Studentų, vertinančių savo darbo ar savanorystės patirtį kaip svarbią (profesijos pasirinkimui, karjerai ir pan.), dalis.	Proc.	Labai svarbi 48 proc. (2016 m.)	Labai svarbi 53 proc. (2019 m.)		
							1.3. Studentų, bandžiusių dirbti arba savanoriauti, dalis.	Proc.	63 (2016 m.)	68 (2019 m.)		
			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.	Proc.	75 proc. vertina savo savanorystės patirtį kaip svarbią; 54 proc. vertina savo darbo patirtį kaip svarbią	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2016–2017 m.	49 500
							1.2. Mokinių, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis.	Proc.	72	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.		
							1.3. Tikslinės auditorijos, bandžiusios dirbti arba savanoriauti, dalis.	Proc.	47 proc. bandė savanoriauti; 33 proc. bandė dirbti	Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.		
		3. Motyvacija „miegantiems“ (mokymosi ir profesijos, įsidarbinimo 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 savarankiškam. 3. Skatinti tikslinę auditoriją aktyviai dalyvauti jaunimo užimtumo programose, renginiuose, projektuose. 4. Skatinti suvokimą, kad yra garbinga dirbti visuomenei, bendruomenei naudingus darbus. 5. Skatinti visuomenę vertinti dirbantį ir anksčiau praktikos įgyjantį jaunimą.	Socialiai pažeidžiamas jaunimas nuo 15 iki 29 m. (t. y. nedirbantis ir nesimokantis; regionuose; iš socialiai jautrių šeimų); visuomenė; tėvai	1.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, žinančio apie valstybės pagalbą jaunimui įsidarbinti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis.	Proc.	34 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.)	2015–2018 m.	282 358
							2.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, vertinančio savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip labai svarbią ateičiai, dalis.	Proc.	Labai svarbu 39 proc. (2016 m. gegužė)	Labai svarbu 44 proc. (2019 m.)		
							3.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, sutinkančio, kad dalyvavimas jaunimo užimtumo programose – puiki galimybė įgyti praktikos, dalis.	Proc.	Visiškai sutinka 35 proc. (2016 m. gegužė)	Visiškai sutinka 40 proc. (2019 m.)		
							4.1. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, norinčio dalyvauti savivaldybės organizuojamuose visuomenei ir bendruomenei naudinguose darbuose, dalis.	Proc.	46 (2016 m. gegužė)	51 (2019 m.)		
		2. Duokit šansą. Motyvacija miegantiems	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.	Proc.	34 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.)	2016–2018 m.	18 520
							2.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip labai svarbią ateičiai, dalis.	Proc.	39 (2016 m. gegužė)	44 (2019 m.)		
6.	TOLYDI LIETUVA	1. Integruojanti infrastruktūra	VRM	1. Sutvarkyti infrastruktūrą gyventi bus geriau	1. Sutvarkyta infrastruktūra – sėkmingo verslo prielaida. 2. Regione sukurta viešoji infrastruktūra yra patraukli visiems – nuo jauno iki seno, tiek gyventi, tiek dirbti. 3. Ugdyti suvokimą, kad regionai yra patraukli vieta gyventi, auginti vaikus ir dirbti. 4. Kompleksiškai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai. 5. Pertvarkyta viešoji infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli tikslinėje teritorijoje gyventi ir dirbti.	Visuomenė; verslininkai; regionų (išskyrus 5 didžiuosius miestus) gyventojai; 5 didžiųjų miestų gyventojai	1.1. Didėja dalis darbdavių, sutinkančių, kad: a) gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolat auga; b) regionai yra patraukli vieta verslui vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir mažesni kaštai).	Proc.	a) 36,6 (2015 m.) b) 33,1 (2015 m.)	a) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc. b) Pokytis ne mažiau kaip + 5 proc.	2015–2018 m.	362 680
							2.1. ir 3.1. Didėja dalis gyventojų, sutinkančių, kad: a) gyvenimo kokybė Lietuvos regionuose nuolat auga; b) regionai yra patraukli vieta verslui vystyti (sutvarkyta infrastruktūra, mokesstinės lengvatos, mažesnė konkurencija, kvalifikuota darbo jėga ir mažesni kaštai).	Proc.	a) 70 (2015 m. gruodis) b) 33,1 (2015 m. gruodis)	a) 74 (2018 m.) b) Pokytis ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)		
							4.1. Verslininkų, sutinkančių, kad kompleksiškai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai, dalis.	Proc.	46,2 (2015 m. gruodis)	50 (2018 m.)		

					5.1. Gyventojų, sutinkančių, kad viešoji infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli gyventi ir dirbti, dalis.	Proc.	79 (2015 m. gruodis)	83 (2018 m.)		
2. Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės visoms 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.	Proc.	74,2, iš kurių visiškai sutinka – 33,1 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis ne mažiau kaip +10 proc. (2018 m.)	2016–2018 m.	217 500
					1.2. Visuomenės, sutinkančios, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė praeitis, dalis.	Proc.	Visiškai sutinka 30 proc. (2016 m. gegužė)	Visiškai sutinka 35 proc. (2019 m.)		
	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, neįgaliųjų, pažeidžiamų visuomenės grupių artimieji; šeimos, auginančios, prižiūrinčios vaikus	1.1. Senyvo amžiaus žmonių, neįgaliųjų artimųjų, sutinkančių, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina, dalis.	Proc.	80 (2016 m. gegužė)	85 (2019 m.)	2015–2018 m.	199 100
					1.2. Šeimų, auginančių ir prižiūrinčių vaikus, ir sutinkančių, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina, dalis	Proc.	73 (2016 m. gegužė)	78 (2019 m.)		
					2.1. Senyvo amžiaus žmonių, neįgaliųjų artimųjų, žinančių, kur kreiptis dėl pagalbos, dalis.	Proc.	63 (2016 m. gegužė)	68 (2019 m.)		
					2.2. Šeimų, auginančių ir prižiūrinčių vaikus, ir žinančių, kur kreiptis dėl pagalbos, dalis.	Proc.	52 (2016 m. gegužė)	57 (2019 m.)		
	SADM	3. Socialinė atsakomybė – vertybė, o ne tuštybė	1. Skatinti visuomenės suvokimą, kad renkantis paslaugą ir (ar) produktą iš socialiai atsakingo ar socialinio verslo, ji ne tik gauna norimą paslaugą ir (ar) 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. Visuomenės, 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.	Proc.	83 proc.(2016 m. gegužė)	88 proc. (2019 m.)	2015–2018 m.	120 860
					2.1. Daugeja lietuviško kapitalo įmonių, dalyvaujančių NAVA ir atitinkančių socialinės atsakomybės principus.	Vnt.	27 (2015 m.)	40 (2018 m.)		
					2.2. Dalis darbdavių, sutinkančių, kad: a) būti socialiai atsakingam apsimoka; b) būti pripažintam socialiai atsakingu verslu yra prestižas (garbė).	Proc.	Bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (Ūkio ministerija)	Bus nustatyta 2017 m. IV ketv. (Ūkio ministerija)		
	SADM	4. Įgalink patirtį, atrask save iš naujo	1. Skatinti vyresnio amžiaus asmenų suvokimą, kad savanorystė ar bendruomenės veikla yra naudinga jiems patiems ir kartu gali prisidėti prie visos visuomenės gerovės kūrimo.	Suaugusieji (54 metų ir vyresni)	1.1. 54 metų ir vyresnių, sutinkančių, kad savanorystė, bendruomeninė veikla yra puikūs būdai aktyviai leisti laisvalaikį, gyventi įdomų gyvenimą, dalis.	Proc.	34 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.)	2016–2018 m.	57 185
					1.2. 54 metų ir vyresnių, žinančių, kur kreiptis norint dalyvauti savanoriškose veiklose ir kur galima veikti aktyviai, dalis.	Proc.	41 (2016 m. gegužė)	46 (2019 m.)		
					1.3. 54 metų ir vyresnių, teigiančių, kad per pastaruosius metus dalyvavo savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje, dalis.	Proc.	15 (2016 m. gegužė)	21 (2019 m.)		
ESFA	ESFA	Išnuomotas draugas	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos. 3. Skatinti suvokimą, kad neįgalus asmuo yra pilnavertis visuomenės narys.	Pažeidžiamų visuomenės grupių artimieji, šeimos, visuomenė.	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas, dalis.	Proc.	80 (2016 m.) 73 (2016 m.)	85 (2019 m.) 78 (2019 m.)	2018 m.	67 500
					2.1. Tikslinės auditorijos, žinančios, kur kreiptis dėl šios pagalbos, dalis.	Proc.	63 (2016 m.) 52 (2016 m.)	68 (2019 m.) 57 (2019 m.)		
					3.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad neįgalus asmuo yra pilnavertis visuomenės narys, dalis.	Proc.	62 (2016 m.)	70 (2019 m.)		
	ESFA	ESF 60!	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos. 3. Skatinti suvokimą, kad svarbiausia yra darbuotojų kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė praeitis.	Pažeidžiamų visuomenės grupių artimieji, šeimos, visuomenė, darbdaviai;	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas, dalis.	Proc.	80 (2016 m.) 73 (2016 m.)	85 (2019 m.) 78 (2019 m.)	2017 m.	56 000
					2.1. Tikslinės auditorijos, žinančios, kur kreiptis dėl šios pagalbos, dalis.	Proc.	63 (2016 m.) 52 (2016 m.)	68(2019 m.) 57 (2019 m.)		

							3.1. Darbdavių, sutinkančių kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė praeitis, dalis.	Proc.	74,2, iš kurių visiškai sutinka – 33,1 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis nemažiau kaip +10 proc. (2018 m.)		
							3.2. Gyventojų, sutinkančių, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė praeitis, dalis.	Proc.	84 (2016 m.)	89 (2019 m.)		
7.	SVEIKA LIETUVA	Sveikatos kultūra (asmeninė ir valstybinė motyvacija sveikam gyvenimo būdai)	SAM	Sveikos gyvensenos populiarinimas	1. Didinti žinomumą, kas yra sveika gyvensena ir kuo ji naudinga. 2. Didinti vaikų suvokimą, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu. 3. 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.	Proc.	86	90 (2016 m.)	2016–2019 m.	390 000
							2.1. Vaikų (iki 18 metų), manančių, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu, dalis.	Proc.	55	59 (2016 m.)		
							3.1. Padidėjusi visuomenės narių, manančių, kad yra atsakingi už savo sveikatą, dalis.	Proc.	10	14 (2017 m.)		
8.	TVARI LIETUVA	1. Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas (šiukšlių rūšiavimas, pagarba aplinkai)	AM	1. Išsinuomok gamtą neterminuotai	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 (nuo 30 tūkst.) gyventojai (25–45 m.)	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugoje, dalis.	Proc.	39 (2015 m. gruodis)	52 (2018 m.)	2015–2019 m.	627 891
							2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis.	Proc.	60	72 (2018 m.)		
							3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkos sektoriuje, dalis.	Proc.	40	52 (2018 m.)		
			APVA	2. Išsinuomok gamtą neterminuotai	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 (nuo 30 tūkst.) gyventojai	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugoje, dalis.	Proc.	39 (2015 m. gruodis)	52 (2018 m.)	2016–2019 m.	160 304
							2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis.	Proc.	60	72 (2018 m.)		
							3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkos sektoriuje, dalis.	Proc.	40	52 (2018 m.)		
			SM	3. Darnus judumas ir ekologiškas transportas	1. Populiarinti darnų judumą ir ekologišką transportą. 2. Skatinti gyventojų aktyvumą: domėtis ir dalyvauti savo gyvenamoje ar artimoje vietovėje planuojamais ir įgyvendinamais darnaus judumo projektais ir vietoje asmeninio automobilio kasdieniam susisiekimui naudotis sukurtais darnaus judumo galimybėmis.	Visuomenė (ypač miestų gyventojai)	1.1. Gyventojų dalis, pritarianti nuostatai, kad ekologiškas viešasis transportas ir darnus judumas turi privalumų, todėl Lietuvoje reikia investuoti į šią sritį.	Proc.	69 (2016 m.)	74 (2019 m.)	2017–2019 m.	265 336
							2.1. Gyventojų dalis, kasdieniam susisiekimui ketinanti mažiau naudotis asmeniniu automobiliu ir pirmenybę teikti kitoms susisiekimo priemonėms (eiti pėsčiomis, važiuoti dviračiu, rinktis viešąjį transportą).	Proc.	23 (2017 m.)	28 (2019 m.)		
			ŪM	4. Įmonės kuria tvarią Lietuvą	1. Skatinti pramonės įmones mažinti energijos vartojimo intensyvumą ir efektyviau vartoti energiją. 2. Skatinti įmones diegti ekoinovacijas. 3. Skatinti suvokimą, kad aplinkosaugos standartus diegianti įmonė yra konkurenciškai pranašesnė.	Verslo subjektai: 1) pramonės, gamybos įmonės; 2) įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažatliekes technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, dalis.	Proc.	26,6 (2015 m. gruodis)	31 (2017 m.)	2015 m. IV ketv.–2019 m. IV ketv.	101 400
							2.1. Įmonių, manančių, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia įmonei pranašumo ar pagerina įmonės įvaizdį, dalis.	Proc.	76	81		
							3.2. Pramonės įmonių, įdiegusių ar planuojančių diegti energijos suvartojimo intensyvumą mažinančius procesus ar technologijas, dalis.	Proc.	51	56		
							4.3. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc.	13,4 (2015 m.)	17,4 (2017 m.)		

			LVPA	5. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas	1. Skatinti įmones taikyti mažąsias technologijas, naudoti mažąsias pakutes. 2. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudoti technologijas, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti ekologinius sprendimus.	Pramonės, gamybos įmonės; ne pramonės įmonės; visos įmonės.	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažąsias technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, skaičius. 2.1. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 13,4 (2015 m.)	31 (2018 m.) 17,4 (2018 m.)	2016–2018 m.	30 100
		2. Tvarus energijos vartojimas (susisiekimas, transportas, energetika, būstas)	EM	1. Energiją vartok taupiai	1. Skatinti gyventojus taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją). 2. Skatinti įmones diegti vadybos sistemas, padedančias efektyviai naudoti išteklius. 3. Skatinti naudoti energiją iš vietinių ir atsinaujinančių energijos išteklių. 4. Skatinti pastatų administravimo įmones taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją).	Įmonės; pastatų administravimo įmonės; visuomenė.	1.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos priežasčių sumažinusios energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepaliekant prietaisų budėjimo režime, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. 1.2. Visuomenės, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos priežasčių sumažinusios energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepaliekant prietaisų budėjimo režime, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. 2.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį įsigijusių energijos iš vietinių šaltinių, dalis. 3.1. Pastatų administravimo įmonių, kurios įsigydamos prietaisus, pirmenybę teikė efektyviems (mažiausią energiją naudojančioms) sprendimams, dalis. 4.1. Pastatų administravimo įmonių, per paskutinį mėnesį atsakingai naudojusios energijos išteklius ir (ar) energiją (išjungę šviesą, naudojo efektyvius prietaisus, technologijas, įrenginius, išjungę prietaisus iš lizdo), dalis.	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 m.	155 000
			LVPA	2. Taupau išteklius – kuriu naudą	1. Skatinti įmones taupyti išteklius	Įmonės	1.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį sumažinusios energijos suvartojimą dėl aplinkos apsaugos, dalis.	Proc.	32,4 (2015 m. gruodis)	39 (2019 m.)	2017–2018 m.	30 000
9.	KURIANTI LIETUVA	1. Aktyvus kultūros paslaugų ir produktų vartojimas (populiarumas ir galimybės kaime ir mieste)	KM	1. Aktuali kultūra	1. Gerinti kultūros paslaugų ir produktų įvairumą, kelti gamtos ir kultūros objektų reputaciją. 2. Mažinti kultūrinę atskirtį tarp regionų. 3. Įtraukti jaunimą į formalias ir neformalias veiklas, vykdomas kultūros ir gamtos objektuose.	Visuomenė. Daugiau dėmesio bus skiriama abiejų lyčių 15–29 m. jaunimui.	1.1. Gyventojų, manančių, kad kultūros paslaugų kokybė gerėja, dalis. 2.1. Gyventojų, kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų sektorių objektus, dalis. 2.2. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena iki 100 tūkst. gyventojų turinčiose vietovėse, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektą, dalis. 2.3. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena 100 tūkst. ir daugiau gyventojų turinčiose vietovėse, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektą, dalis. 3.1. Gyventojų (15–29 m.), kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų sektorių objektus, dalis.	Proc. 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 (2019 m.) 35 (2024 m.) 57 (2019 m.) 70 (2019 m.) 44 (2019 m.) 47 (2024 m.)	2017–2019 m.	493 770
		Visuomenė – aktyvesnė kūrėja	LVPA	2. Kurk ir įsikurk	1. Ugdyti verslininkų nuostatą, kad kūrybiniai produktai yra ar gali būti konkurencinis pranašumas.	Verslas	1.1. Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.	Proc.	95,1 (2015 m.)	98,7 (2018 m.)	2017–2018 m.	18 000
			ŪM	3. Kuriantis verslas	1. Ugdyti verslininkų nuostatą, 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 m. IV ketv.–2019 m. IV ketv.	106 800
10.	AKTYVI (PILIETIŠKA) LIETUVA	Aktyvi visuomenė ir pilietinė veikla	VRM	1. Aktyvi visuomeninė ir pilietinė veikla	1. Skatinti gyventojus dalyvauti savanoriškoje ir bendruomeninėje veikloje. 2. Skatinti 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	Visuomenė; miestų (daugiau kaip 6000 gyventojų), savivaldybių centrų gyventojai, verslas; bendruomenės, NVO, VVG (bendruomenė,	1.1. Gyventojų, manančių, kad gali patys prisidėti prie socialinių pokyčių ir problemų sprendimo, dalis. 2.1. Visuomenės, per paskutinius metus dalyvavusios savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje sprendžiant aktualias socialines problemas, dalis.	Proc. Proc.	35 (2015 m. gruodis). 20 (2015 m. gruodis).	40 (2018 m.) 25 (2018 m.)	2015–2018 m.	257 720

					prisidėti sprendžiant bendruomenės socialines problemas.	verslas ir valdžia)	3.1. Gyventojų, sutinkančių, kad dalyvavo sprendžiant vietos bendruomenės problemas, dalis.	Proc.	27,4 (2015 m. gruodis)	32 (2018 m.)		
							4.1. Įmonių, sutinkančių, kad joms yra naudinga finansiškai remti vietos bendruomenių socialines iniciatyvas, dalis.	Proc.	57,9 (2015 m. gruodis)	62 (2018 m.)		
							5. Sukurtų VVG skaičius miestuose.	Vnt.	0	56 (2018 m.)		
11.	EFEKTYVI LIETUVA	Efektyvus ir skaidrus viešojo sektoriaus valdymas (sistemos atvirumas)	SM	2. E. paslaugos – kasdienio gyvenimo ir darbo dalis	1. Populiarinti pažangias viešąsias ir administracines e. paslaugas. 2. Supažindinti gyventojus su atvirų duomenų teikiamomis galimybėmis ir skatinti jais naudotis darbe ir gyvenime. 3. Supažindinti verslo atstovus su atvirų duomenų teikiamomis galimybėmis ir skatinti verslo įmones jais naudotis. 4. Skatinti gyventojus daugiau naudotis e. valdžios paslaugomis.	Visuomenė; verslo įmonės	1. Gyventojų, kuriems viešosios e. paslaugos yra kasdienio gyvenimo dalis, dalis.	Proc.	68 (2015 m. gruodis)	73 (2018 m.)	2015–2018 m.	505 001
							2. Gyventojų, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	24 (2015 m. gruodis; 246 respondentai iš 1015)	29 (2018 m.)		
							3. Įmonių, kurioms viešosios e. paslaugos yra kasdienis darbo įrankis, dalis.	Proc.	52 (2015 m. gruodis)	57 (2018 m.)		
							4. Įmonių, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	33 (2015 m. gruodis; 346 respondentai iš 1050)	38 (2018 m.)		
							5. Gyventojų, kurie naudojosi administracinėmis elektroninėmis paslaugomis, teikiamomis per e. valdžios vartų portalą, dalis.	Proc.	12 (2014 m.)	16 proc. (2017 m.), 20 (2020 m.)		

* nepakankama tyrimo imtis rodiklio reikšmei nustatyti

Trumpiniai:	
FM	Finansų ministerija
ŠMM	Švietimo ir mokslo ministerija
SADM	Socialinės apsaugos ir darbo ministerija
AM	Aplinkos ministerija
ŪM	Ūkio ministerija
KM	Kultūros ministerija
SM	Susisiekimo ministerija
SAM	Sveikatos apsaugos ministerija
EM	Energetikos ministerija
VRM	Vidaus reikalų ministerija
IVPK	Informacinės visuomenės plėtros komitetas prie Susisiekimo ministerijos
APVA	Aplinkos projektų valdymo agentūra
ESFA	Europos socialinio fondo agentūra
LVPA	Lietuvos verslo paramos agentūra
CPVA	Centrinė projektų valdymo agentūra
INVEGA	Uždaroji akcinė bendrovė Investicijų ir verslo garantijos
LMT	Lietuvos mokslo taryba
VIPA	Viešųjų investicijų plėtros agentūra
MITA	Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra
TID	Transporto investicijų direkcija
ES	Europos Sąjunga
SVV	Smulkusis ir vidutinis verslas
E. paslaugos	Elektroninės paslaugos

NVO	Nevyriausybės organizacijos
MSI	Mokslo ir studijų institucija
VVG	Vietos veiklos grupė
MTEP	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra
MVJ	Mažos ir vidutinės įmonės
NAVA	Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimai
STEAM	Gamtos, technologijų, inžinerijos, matematikos ir kūrybiškumo ugdymo centras