

2019–2021 METŲ KOMUNIKACIJOS PLANAS

Nr.	Komunikacijos kryptis	Komunikacijos tema	Institucija	Komunikacijos kampanijos pavadinimas	Komunikacijos kampanijos tikslai	Tikslinė auditorija	Komunikacijos kampanijos rodikliai				Planuojama komunikacijos kampanijos pabaiga	Maksimali komunikacijos kampanijos vertė (eurais)	Komunikacijos kampanijai skirtas finansavimas 2019-2021 m.
							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	14
1.	LIETUVA, KURIA KURIAME EUROPOS SAJUNGOS 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 veiksmų 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 ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje, dalis. 3.2. Gyventojų, teigiančių, kad ES 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 (vnt.) Proc. 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 m.) 10 (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 (2019 m.) Daug girdėjusiųjų pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2019 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.) Tikrai pajutusiųjų dalies pokytis +7 proc. (2019 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.)	2019 m. I ketv.	1 240 000	528 727
			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.	Potencialūs pareiškėjai, projektų vykdytojai	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: 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. Proc. Proc. Proc. Proc. Proc.	53 (2016 m. spalį) 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) 45 (2016 m. spalį) a) 70 (2016 m. spalį) b) 66 (2016 m. spalį)	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.) Visiškai sutinkančiųjų pokytis 30 proc. (2023 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.) Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 m.)	2020 m.	371 920	149 960
			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 nuolatinis tikslinių auditorijų 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.	Mėn. Vnt. Vnt. Vnt.	10 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis) 1 (2016 m. gruodis)	36 (2021 m.) 9 (2021 m.) 9 (2021 m.) 9 (2021 m.)	2021 m.	472 200	226 981

				1.5. Lietuvos gyventojų atrinktų grupių tyrimas.	Vnt.	3 (2016 m. gruodis)	12 (2021 m.)			
				1.6. Komunikacijos strategijos įgyvendinimo efektyvumo vertinimas.	Vnt.	1 (2016 m. gruodis)	3 (2021 m.)			
				1.7. Gebėjimų stiprinimo mokymai.	Vnt.	4 (2016 m. gruodis)	15 (2021 m.)			
				1.8. Svetainės www.esinvesticijos.lt plėtos ir palaikymo paslaugos.	Mén.	12 (2016 m. gruodis)	36 (2021 m.)			
SM	4. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 2. Skatinti pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Skleisti idėjas apie bendrus strateginius Lietuvos tikslus, įgyvendinamus panaudojant ES investicijas.	Savivaldybių administracijos; valstybės institucijos ir įstaigos	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.  1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie žino svetainę www.esinvesticijos.lt kaip pagrindinę svetainę informacijai apie ES investicijas gauti, dalis.  1.3. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.  1.4. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.  1.5. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių 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. (2020 m.)	2020 m.	51 981	18 500
CPVA	5. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informacija. 2. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 3. Skatinti projektų vykdytojus dalintis patirtimi tarpusavyje, pristatyti projektų rezultatus. 4. Skatinti tikslinių auditorijų iniciatyvumą, lankstumą, operatyvumą. 5. 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 informacija yra aiški, dalis.  2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis (bendras visų institucijų rodiklis).  3.1. Projektų vykdytojų, suprantančių patirties dalinimosi su kitais projektu vykdytojais, nauda, dalis.  4.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas ir skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis  5.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	44 (2016 m.)	54 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	369 649	190 710
SMM	6. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informaciją.	Mokslo ir studijų institucijos, suaugusiųjų švietimo centrai, darbdavių asociacijos, profesinio mokymo įstaigų asociacijos, neformaliojo švietimo organizacijos, projektų vykdytojai	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių 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.)	2021 m. IV ketv.	86 312	35 000
LMT	7. Pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 2. Skatinti potencialių pareiškėjų ir ES investicijas administruojančių institucijų partnerystę. 3. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informaciją.	LMT administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai ir 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).  3.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	75,4, iš kurių informacijos visiškai pakanka 14 (2015 m. lapkritis)	75, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2018 m.)	2019 m.	151 308	27 585

				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 informacija. 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 informacija. 6. Stiprinti įgyvendinančiųjų institucijų kaip partnerių, o ne kaip kontroliuojančiųjų institucijų įvaizdį.	Europos socialinio fondo agentūros administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai ir projektų vykdytojai	1.1. 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 +10 proc. (2020 m.) Pokytis visiškai sutinkančiųjų – ne mažiau kaip 30 (2023 m.)	2021 m. IV ketv.	742 305	388 666
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	77,5 (2015 m. lapkritis)	82 proc. (2018 m.)			
				3.1. Potencialių pareiškėjų, 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 +10 proc. (2018 m.)			
				3.2. 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.)			
				4.1. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi patirtimi su kitais projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	48 (2016 m. spalio)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
				5.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	68 (2016)	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)			
				5.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria, kad institucijų profesionalumas, skaidrumas priimant sprendimus nuolat auga, dalis	Proc.	56 (2016 m.)	65 (2018 m.)			
				6.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad agentūros – partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	69,23 (2017 m.)	75 (2018 m.)			
				6.2. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinamo projekto nauda patis Lietuvos gyventojai, dalis.	Proc.	61,9	71 (2018 m.)			

VRM	9. Vidaus reikalų ministerijos informavimo veiklos	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją. 2. Skatinti potencialių 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 potencialūs pareiškėjai ir vykdytojai, regionų plėtros tarybos (socialiniai partneriai), vietos veiklos grupės, nevyriausybinės organizacijos, asociacijos, verslo įmonės, bendruomenių inicijuotų vietos veiklos projektų vykdytojai, netiesiogiai galintys pasinaudoti rezultatais pagal Integruotų teritorijų vystymo programą	1.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	79,9 (iš kurių informacijos visiškai pakanka 20,4 (2015 m. lapkritis))	80, iš kurių informacijos visiškai pakanka 25 (2021 m.)	2021 m.	176 700	72 070
				2.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie pritaria nuostatai, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	77,5 (2015 m. lapkritis)	82 proc. (2021 m.)			
				3.1. Potencialių pareiškėjų (viešųjų įstaigų, valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų ir nevyriausybinių organizacijų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	73,9 (2015 m. lapkritis)	78 proc. (2021 m.)			
				4.1. Planavimo (regioninio ar valstybinio) projektų vykdytojų, kurie vykdo išankstines konsultacijas su projekto tikslinėmis auditorijomis, dalis.	Proc.	67,9	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2021 m.)			
LVPA	11. Potencialių pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Tiksliai, aiškiai ir operatyviai pateikti informaciją potencialiems ir esamiems pareiškėjams apie ES investicijų galimybes ir LVPA administruojamas 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 gerą paraiškų teikimo ir projektų įgyvendinimo praktiką, taip išvengiant klaidų.	Potencialūs ir esami pareiškėjai – verslo įmonės; potencialūs ir esami pareiškėjai – viešieji juridiniai asmenys; projektų vykdytojai; asocijuotosios verslo struktūros, klasteriai	1.1. Pareiškėjų, kuriems pakanka informacijos apie LVPA administruojamas priemones ir paraiškos parengimo procesą, dalis.	Proc.	62 (2015 m.)	70 (2018 m.)	2020 m.	409 236	130 076
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	72 (2015 m.)	82 (2018 m.)			
				3.1. Projektų vykdytojų, vertinančių agentūrą kaip partnerę, dalis.	Proc.	22 (2015 m.)	25 (2018 m.)			
INVEGA	12. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informaciją.	INVEGA administruojamų priemonių potencialūs pareiškėjai (smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) atstovai); fiziniai asmenys	1.1. Potencialių pareiškėjų (privatių įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka 8,6 (2015 m. lapkritis)	76, iš kurių visiškai pakanka 13,6 (2021 m.)	2021 m.	342 785	151 983
				1.2. Potencialių pareiškėjų (privatių įmonių), kurie pritaria nuostatai, kad yra teikiamos investicijos, o ne parama, dalis.	Proc.	72,3 (2015 m. lapkritis)	77,3 (2021 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)	Ne mažiau kaip 75 (2023 m.)	2022 m.	136 153	72 000
				2.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria, kad ES investicijos valdomos profesionaliai, dalis.	Proc.	69,7, iš kurių visiškai sutinka 11 (2015 m. gruodis)	80 (2020 m.)			
				2.2. Potencialių APVA pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	87 (2015 m. IV ketv.)	90 (2023 m.)			
				3.1. Projektų vykdytojų, kurie pritaria nuostatai, kad įgyvendinančiosios institucijos yra partneriai, o ne kontroliuojančiosios institucijos, dalis.	Proc.	53 (2016 m. spalio)	85 (2019 m.)			
				4.1. Projektų vykdytojų, kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	62 (2016 m. spalio)	65 (2023 m.)			
				4.2. APVA projektų vykdytojų, kurie žino, kur gauti paaiškinimus, kaip skaityti dokumentus, dalis.	Proc.	53 (2015 m. IV ketv.)	90 (2023 m.)			
				5.1. Projektų vykdytojų, kurie per paskutinį pusmetį dalijosi projektų vykdymo patirtimi su kitų projektų vykdytojais, dalis.	Proc.	48 (2016 m. spalio)	52 (2023 m.)			

MITA	14. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams ir projektų vykdytojams informacija.	Pareiškėjai – SVV	1.1. Potencialių pareiškėjų (privatų įmonių), kuriuos tenkina turima informacija, dalis.	Proc.	71,1, iš kurių visiškai pakanka informacijos 8,6	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2020 m.	50 300	19 800
				1.2. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2023 m.)			
VIPA	15. Gražinamosios subsidijos pareiškėjų ir projektų vykdytojų informavimas	1. Aiškiai pateikti potencialiems pareiškėjams informacija. 2. Aiškiai pateikti projektų vykdytojams informacija.	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. (2021 m. IV ketv.)	2021 m. IV ketv.	46 240	18 920
				2.1. Projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos apie tai, kaip tinkamai įgyvendinti projektą, dalis.	Proc.	0*	65 (2021 m. IV ketv.)			
KM	16. Pareiškėjų informavimas	1. Aiškiai pateikti pareiškėjams informacija. 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. 5. Skatinti tikslines auditorijas vertinti projekto komunikacijos priemonių efektyvumą iš tikslinės auditorijos pusės.	Potencialūs pareiškėjai; regionų plėtros tarybos, potencialūs finansinių priemonių naudos gavėjai	1.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių 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. (2019 m.)	2019 m. IV ketv.	32 700	7 800
				1.2. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių 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 (2019 m.)			
				2.1. Potencialių pareiškėjų (valstybės ir savivaldybių institucijų ar įstaigų), kurie ES investicijų administravimą vertina kaip skaidrų, dalis.	Proc.	75 (2015 m. gruodis)	80 (2019 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. (2019 m.)			
				4.1. Potencialių pareiškėjų, kurie pritaria nuostatai, kad finansinės priemonės (paskolos, garantijos) yra 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 informacija.	Potencialūs pareiškėjai	1.1. 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.)	2020 m.	40 000	20 000
NVO, asociacijos, prekybos, pramonės ir amatų rūmai, „Europe Direct“ informacijos centrus priimančios institucijos	18. Komunikacija apie ES investicijas (visuotinė dotacija)	1. Skatinti gyventojus domėtis ES investicijomis skatinamais socialiniais ir ekonominiais pokyčiais, iš ES struktūrinių fondų lėšų bendrai finansuojamų projektų įgyvendinimu, jų rezultatais ir teikiama nauda regionui bei šaliai, taip pat sudaryti prielaidas didesniam pasitikėjimui ES struktūrinių fondų administravimo sistemos efektyvumu ir skaidrumu, skatinti gyventojus jaustis aktyvios Europos bendruomenės dalimi.	Visuomenė	1.1. Gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo, dalis.	Proc.	0 (2017 m.)	50 (2018 m.)	2020 m.	1 118 754	580 763
				1.2. Įgyvendintų informavimo ir komunikacijos projektų skaičius.	Vnt.	0 (2017 m.)	50 (2020 m.)			
2. PAŽANGI LIETUVA	1. Pažangi įmonė – MTEPI taikanti įmonė (konkurencingumas, grįstas MTEPI)	1. Pažangi įmonė	Lietuvos sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; Lietuvos sumanios specializacijos strategiją atitinkančios įmonės, nesistemiškai vykdančios MTEPI veiklą	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m. gruodis)	95 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	581 665	199 020
				2.1. Įmonių vadovų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	29,9 (2015 m. gruodis)	45 (2021 m.)			
				2.2. Įmonių vadovų, manančių, kad bendradarbiavimas su mokslo ir studijų institucijomis yra naudingas, kuria pridėtinę vertę įmonei, padeda įmoneis išlikti konkurencingoms, dalis.	Proc.	68 (2016 m.)	80 (2021 m.)			

MITA	2. Kryptis – inovacijos	1. Formuoti inovacijų, MTEP sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra inovacijos, kad jos įvairios ir nebūtina yra sudėtingos, kad vystomos inovacijos duoda pelną, naudą, skatina konkurencingumą; paaiškinti, kas yra MTEP ir kuo ji naudinga verslui. Skatinti įmonių poreikį diegti inovacijas. 2. Aiškiai ir paprastai įmonėms pateikti informaciją, 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.); 12000 unikalių lankytojų (2020 m.)	2020 m.	124 000	50 200	
				2.1. Svetainės www.e-mokslortai.lt lankomumas.	Vnt.	1000 unikalių vartotojų (2015 m.)	8000 unikalių vartotojų (2020 m.)				
				3.1. Įmonių vadovų, kurie teigiamai vertina savo įmonės bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis	Proc.	29,9 (2015 m. gruodis)	Bendradarbiavusių pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020)				
				4.1. Įmonių, pradėjusių vykdyti MTEP veiklas ir gavusių ES investicijų įgyvendinant MITA priemones (ES priemonės „Inostartas“, ES priemonės „Inočekiai“ kvietimo „Pradedantysis Inovatorius“), skaičius.	Vnt.	30 (2018 m.)	50 (2019 m.), 70 (2020 m.)				
LVPA	3. Konkuruok su MTEPI	1. Formuoti MTEPI sampratą ir skatinti poreikį tai diegti – paaiškinti, kas yra MTEPI ir kuo ji naudinga verslui. 2. Pristatyti įmonių bendradarbiavimą su Lietuvos mokslo įstaigomis kaip prestižo dalyką.	Tradicinės pramonės įmonės, nevykdančios MTEPI veiklos; įmonės, nesistemiskai vykdančios MTEPI veiklą.	1.1. Įmonių, kurios investicijas į inovacijas ir MTEPI vertina kaip svarbų konkurencinį pranašumą, dalis.	Proc.	88,8 (2015 m.)	95 (2021 m.)	2021 m. (IV ketv.)	78 811	14 863	
				2.1. Įmonių vadovų ir (ar) darbuotojų, kurie teigiamai žiūri į bendradarbiavimą su mokslo ir studijų institucijomis, dalis.	Proc.	28,4 (2015 m. gruodis)	45 (2021 m.)				
2. Pažangus švietimas	ŠMM	1. Pažangus švietimas – gamtos ir technologijos mokslų (STEAM) populiarinimas	1. Populiarinti gamtos ir technologijų tyrėjo profesiją. 2. Populiarinti STEAM mokslų kryptis. 3. Skatinti STEAM mokslo mokytojų gilinti bei plėsti kompetencijas. 4. Skatinti mokyklas populiarinti STEAM mokslų kryptis. 5. Keisti nepatrauklaus „tiksluko“-mokslininko įvaizdžio stereotipą. 6. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą.	Mokiniai, mokinių tėvai, mokytojai, studentai, mokyklų administracija	1.1. Tėvų, kuriems tyrėjo profesija yra patraukli, dalis.	Proc.	78, iš jų 34 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2016 m. I ketv.)	78, iš jų 40 proc. skatintų rinktis tyrėjo profesiją (2020 m. IV ketv.)	2020 m.	204 971	102 000
					2.1. Tėvų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	94, iš jų 36 proc. atrodo labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	94, iš jų 42 proc. atrodo labai perspektyvu (2020 m. IV ketv.)			
					3.1. Dalis mokytojų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu.	Proc.	87, iš jų 16 proc. labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	87, iš jų 25 proc. labai perspektyvu (2020 m. gruodis)			
					4.1 Mokyklų vadovų, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	97, iš jų 46 proc. atrodo labai perspektyvu (2017 m. gruodis)	97, iš jų 51 proc. atrodo labai perspektyvu (2020 m. gruodis)			
					5.1 Mokinių, kuriems STEAM atrodo patrauklu ir perspektyvu, dalis.	Proc.	93, iš jų 34 proc., kuriems atrodo labai perspektyvu (2016 m. I ketv.)	93, iš jų 40 proc., kuriems atrodo labai perspektyvu (2020 m. gruodis)			
					6.1. Studentu, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis.	Proc.	37 (2017 m.)	45 (2020 m. gruodis)			
LMT	2. Pažangus švietimas - technologinė kryptis (gamtos ir technologijų mokslų (STEAM) populiarinimas).	1. Skatinti rinktis tyrėjo karjerą.	Studentai, magistrantai	1.1. Studentų, kuriems tyrėjo profesija atrodo patraukli, dalis.	Proc.	37 (2017 m.)	45 (2020 m. gruodis)	2021 m. IV ketv.	72 400	72 400	
3. Pažangus mokslas – komerciškas mokslas	MITA	1. Komunikacija apie mokslo komercinimą – mokslo žinios verslo sėkmė.	Mokslininkai, tyrėjai, studentai, mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas.	Vnt.	1000 unikalių vartotojų (2015 m.)	8000 unikalių vartotojų (2020 m.)	2020 m.	148 000	61 300	
				2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercinius projektus kaip institucijos prestižo ir pajamų šaltinį, dalis.	Proc.	56 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbus pajamų šaltinis	Pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2020 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. – kad svarbus pajamų šaltinis	Pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)				

			ŠMM	2. Pažangus mokslas – komercializuotas mokslas	1. Skatinti mokslo ir studijų institucijų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis. 2. Skatinti mokslo komercializavimo suvokimą kaip mokslo institucijos ar universiteto prestižo ir pajamų šaltinį. 3. Kelti tyrėjo, dirbančio mokslo komercializavimo projektuose, prestižą. 4. Skatinti tyrėjų bendradarbiavimą su verslo įmonėmis	Mokslo ir studijų institucijų sprendimų priėmėjai, tyrėjai	1.1. E. mokslo vartų portalo lankomumas.	Vnt.	1000 unikalų vartotojų per metus (2015 m.)	8000 unikalų vartotojų per metus (2020 m.)	2020 m.	240 489	102 000
							2.1. Institucijų vadovų, kurie vertina komercializuotus 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. – kad svarbus pajamų šaltinis	88 proc. vadovų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų institucijos prestižui, 61 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis (2020 m.)			
							3.1. Mokslininkų, kurie suvokia komercializuotus 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. – kad svarbus pajamų šaltinis iš jų 30 proc. labai svarbus (2016 m.)	71 proc. tyrėjų mano, kad bendri mokslo ir verslo projektai yra svarbūs jų prestižui, 70 proc. – kad svarbus pajamų šaltinis iš jų 35 proc. labai svarbus (2020 m.)			
3.	VERSLI LIETUVA	1. Verslo augimo galimybių paieškos ir išnaudojimo skatinimas	ŪM	1. Kurkime verslią Lietuvą	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	MVĮ (ypač regioninės)	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)	58 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	717 858	177 840
			LVPA	2. Kodėl turėčiau eksportuoti	1. Formuoti suvokimą, kad lietuviškas SVV kuriamas produktas gali būti įdomus užsienio rinkose.	Labai mažos, mažos ir vidutinės įmonės; ypač veikiančios regionuose.	1.1. Labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių vadovų, kurie galvodami apie verslo plėtrą, tarp kitų alternatyvų svarsto savo verslo plėtrą į užsienio rinkas, dalis.	Proc.	48,2 (2015 m. gruodis)	58 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	54 598	28 173
			INVEGA	3. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Eksporto skatinimas	1. Skatinti MVĮ suprasti ir vertinti savo galimybes prekiauti su užsieniu.	SVV, MVĮ (ypač regioniniai)	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) 51,4 (2017 m.)	58 (2021 m.)	2021 m.	20 002	8 175
		2. Savarankiški ir verslūs gyventojai („pats sau darbdavys“ skatinimas)	INVEGA	1. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Verslumo skatinimas	1. Skatinti suvokimą, kad kiekvienas gali tapti verslininku bet kuriame gyvenimo etape. 2. Šviesti, mokyti, ugdyti ir informuoti apie priemones, konsultacijas skirtas verslo įkūrimo pradžiai. 3. Gerinti verslininko įvaizdį, verslo reputaciją. 4. Formuoti įvaizdį, kad pradėti verslą dabar - pats tinkamiausias laikas.	Gyventojai, potencialūs SVV atstovai (ypač jaunimas, moterys ir pažeidžiamos grupės)	2.1. Besikreipiančiųjų ir žinančiųjų apie verslo konsultacijas, pasinaudojusiuju jomis didėjimas.	Proc.	26 (2016 m. III ketv.)	35 (2021 m.)	2021 m.	148 028	78 307
							3.1. Gyventojų, kurie gerbia verslininko profesiją ir (ar) verslininkystę, daugėjimas.	Proc.	72 (2015 m. gruodis)	75 (2021 m.)			

4.	KVALIFIKUOTA LIETUVA	1. Mokymasis visą gyvenimą	ŪM	1. Besimokantis įmonės darbuotojas	1. Skatinti įmonės prisidėti prie darbuotojų mokymo. 2. Skatinti įmonės priimti mokinius atlikti praktiką, 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)	85 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	388 967	238 260
							2.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis)	95 (2021 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)	60 (2021 m.)			
		ŠMM	2. Mokymasis visą gyvenimą	1. Įdiegti mokymosi visą gyvenimą standartą. 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą. 3. Motyvuoti tikslines auditorijas mokytis visą gyvenimą.	Visuomenė (25–64 m. amžiaus gyventojai)	1.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolat mokytis ar kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	91 (2015 m. lapkritis), iš jų 47 proc. visiškai sutinka 94, iš jų 59 visiškai sutinka (2017 m.)	91, iš jų 64 proc. visiškai sutinka (2019 m. gruodis)	2019 m. IV ketv.	255 410	77 780	
						2.1. Gyventojų, pripažįstančių, kad savišvieta yra vienas iš mokymosi visą gyvenimą būdų, dalis.	Proc.	87 (2015 m. lapkritis), iš jų 46 proc. visiškai sutinka 92, iš jų 57 visiškai sutinka (2017 m.)	87, iš jų 51 proc. visiškai sutinka (2019 m.)				
						3.1. Gyventojų, žinančių, kur kreiptis nusprendus mokytis ar kitaip kelti savo kvalifikaciją, dalis.	Proc.	71 (2015 m. lapkritis) 76 (2017 m.)	80 (2019 m. gruodis)				
		INVEGA	3. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Kvalifikacijos kelimas	1. Skatinti įmonės prisidėti prie darbuotojų mokymo.	MVĮ ir SVV atstovai, darbdaviai	1.1. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymasis – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis.	Proc.	79,3 (2015 m. gruodis) 79,2 (2017 m.)	85 (2021 m.)	2021 m.	21 839	8 700	
						1.2. Įmonių vadovų, manančių, kad darbuotojų mokymas darbo vietoje yra pažangios įmonės standartas, dalis.	Proc.	81,5 (2015 m. gruodis) 90,1 (2017 m.)	95 (2021 m.)				
		ESFA	4. Amžinai jauni	1. Motyvuoti tikslinę auditoriją (54 m. ir vyresni suaugusieji). 2. Keisti gyventojų supratimą apie mokymąsi visą gyvenimą (kad tai nėra tik formalus mokymasis).	Visuomenė; 54 m. ir vyresni suaugusieji	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad turi nuolat mokytis ir kitais būdais kelti savo kvalifikaciją, jei nori būti paklausūs darbo rinkoje, dalis.	Proc.	46,2 (2016 m.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)	2019 m. IV ketv.	63 000	63 000	
						2.1. Gyventojų, sutinkančių, kad turi nuolat mokytis ir kitais būdais kelti kvalifikaciją, jei nori išlikti konkurencingi, dalis.	Proc.	46,2 (2016 m.)	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 (2016 m.)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +5 proc. (2018 m.)				
		2. Profesinės kompetencijos rinkos poreikiams	ŠMM	1. Profesinės kompetencijos rinkos poreikiams	1. Skatinti moksleivius, kad rinktųsi profesinį mokymąsi. 2. Skatinti tėvus palaikyti vaikus, kurie renkasi profesinį mokymąsi. 3. Kelti profesijos prestižą (profesija yra vertybė). 4. Skatinti įmonių ir profesinių mokymo įstaigų bendradarbiavimą	Mokiniai, mokinių tėvai, visuomenė, darbdaviai	1.1. Mokinių, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas, dalis.	Proc.	59 (2016 m.)	64 (2019 m.)	2019 m.	89 200	46 000
1.2. Mokinių, kuriems profesinė kvalifikacija suteikia tokias pačias galimybes gyvenime, kaip ir aukštojo mokslo laipsnis, dalis.	Proc.						44 (2016 m.)	50 (2019 m.)					
2.1. Tėvų, sutinkančių, kad vaikas, pasirinkęs profesinį mokymą, bus sėkmingas, dalis.	Proc.						59 (2015 m.)	64 (2019 m.)					
2.2. Tėvų, manančių, kad profesinės mokyklos suteikia tinkamą išsilavinimą jų vaikui, dalis.	Proc.						56 (2015 m.)	60 (2019 m.)					
3.1. Gyventojų, sutinkančių, kad aukštasis mokslas nėra būtinas, jei nori būti sėkmingas gyvenime, dalis.	Proc.						65, iš jų 32 proc. visiškai sutinka (2017 m.)	70 (2019 m. gruodis)					
3.2. Gyventojų, kuriems profesija yra vertybė, dalis.	Proc.						93, iš jų 56 proc. visiškai pritaria (2015 m.) 90, iš jų 61 proc. visiškai pritaria (2017 m.)	93, iš jų 60 proc. visiškai pritaria (2019 m. gruodis)					



5.	AUGANTI LIETUVA	1. Moderni švietimo sistema	ŠMM	1. Moderni švietimo sistema	1. Skatinti tėvų įsitraukimą siekiant spręsti problemas mokykloje, atpažinti patyčias. 2. Skatinti tikslingas auditorijas motyvuoti vaikus dalyvauti atliekant standartizuoto ugdymo testus. 3. Skatinti ugdymo kokybės gerinimą įvairiais būdais ir formomis. 4. Informuoti tėvus apie tai, kad visose mokyklose veikia nemokami būreliai, kad vaikas gali gauti nemokamas konsultacijas. 5. Skatinti tėvus leisti vaikus į ikimokyklinio ugdymo įstaigas. 6. Pristatyti geriausius edukacinių erdvių pavyzdžius, lanksčius ikimokyklinio ugdymo modelius savivaldybėse, skleisti gerą patirtį.	Tėvai, pedagogai, mokyklų administracijos, savivaldybės	1.1. Tėvų, kurie yra linkę įsitraukti į mokyklos veiklą, dalis. Proc. 47 (2016 m.)	60 (2019 m.)	2019 m. IV ketv.	434 223	73 000
		2.1. 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, 2019 m. gruodis)								
		3.1. Mokyklų, kurios dalyvauja pažangios mokyklos projektuose, skaičius. Vnt. 51 projektas (2017 m.)	100 (iki 2022 m.)								
		4.1. Mokinų, kurie gauna mokymosi pagalbą mokyklose, dalis. Proc. 34 (2016 m. I ketv.)	40 (2019 m. gruodis)								
		5.1. Tėvų, kurie suvokia ankstyvojo ugdymo naudą vaiko vystymui, dalis. Proc. 96 proc., iš jų 60 proc. labai svarbu (2016 m.)	96 proc., iš jų 65 proc. labai svarbu (2019 m.)								
		2. Galimybės augantiems (kompetencijų ir patirties krepšelis – stažuotės, 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 studentų praktikų formavimą ir vykdymą.	Mokiniai nuo 14 m., studentai, švietimo įstaigos, darbdaviai	1.1. Mokinų nuo 14 metų, kurie dalyvavo ugdymo karjerai veiklose, dalis. Proc. 76 (2016 m. I ketv.)	80 (2019 m. gruodis)			
	2.1. Studentų, teigiamai vertinančių švietimo įstaigos pasiūlytą praktiką, dalis. Proc. 91, iš jų 31 proc. labai palankiai (2017 m.)	91, iš jų 40 proc. labai palankiai (2019 m.)									
	3.1. Įmonių vadovų, manančių, kad jaunimo praktika – tai ne išlaidos, o investicijos, dalis (ŪM). Proc. 55,1 (2015 m.) 62 (2017 m.)	65 (2019 m. gruodis)									
		SADM	2. Rezervuota jaunimui	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė, kuriomis jaunimas gali naudotis (įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių). 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 (2020 m.)	2020 m.	115 903	0	
		LMT	3. Auganti Lietuva	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė, kuriomis jaunimas gali naudotis.	Studentai	1.1. Studentų, žinančių apie galimybes įsidarbinti, savanoriauti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis. Proc. Bus nustatyta reikšmė 2017 m.	Bus nustatyta reikšmė 2017 m.				
		INVEGA	4. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Galimybės augantiems	1. Skatinti darbdavius įdarbinti jaunimą.	Darbdaviai (galintys kurti naujas darbo vietas ir ieškantys darbuotojų)	1.1. Įmonių vadovų, žinančių apie valstybės teikiamą paramą įdarbinant jaunimą, dalis. Proc. 63 (2015 m. gruodis) 65,3 (2017 m.)	68 (2021 m.)	2021 m.	39 153	15 655	
		SADM	1. Pažadink lyderį savy	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertė, nes tai galimybė bendrauti, save realizuoti, įgyti patirties, būti savarankiškam. 3. Skatinti tikslingą auditoriją aktyviai dalyvauti jaunimo užimtumo programose, renginiuose, projektuose. 4. Skatinti visuomenę vertinti dirbantį ir anksti praktikos įgyjantį jaunimą.	Socialiai pažeidžiamas jaunimas nuo 15 iki 29 m. (nedirbantys ir nesimokantys, jaunimas 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 (2020 m.)	2020 m.	253 633	64 000	
		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. (2020 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. (2020 m.)								
		3.2. Socialiai pažeidžiamo jaunimo, norinčio dalyvauti savivaldybės organizuojamuose visuomenės ir bendruomenės naudinguose darbuose, dalis. Proc. 46 (2016 m. gegužė)	51 (2020 m.)								
		4.1. Visuomenės, kuri vertina: a) dirbantį jaunimą, b) dirbantį ir kartu besimokantį jaunimą, dalis. Proc. a) 48 (2015 m.) b) 69 (2015 m.)	a) 55 (2020 m.) b) 75 (2020 m.)								

			INVEGA	2. Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Motyvacija „miegantiems“	1. Didinti žinojimą, kad yra valstybės teikiama galimybė jaunimui įsidarbinti ir įgyti praktinių įgūdžių. 2. Skatinti suvokimą, kad dirbti yra vertybė, nes tai galimybė bendrauti, realizuoti save, įgyti patirties, būti savarankiškam.	Jaunimas nuo 15 iki 29 m.	1.1. Tikslinės auditorijos, žinančios apie valstybės pagalbą jaunimui įsidarbinti ar įgyti praktinių įgūdžių, dalis.	Proc.	34 (2016 m.) 33,4 (2017 m.)	39 (2021 m.)	2021 m.	34 232	12 046
							2.1. Tikslinės auditorijos, vertinančios savo darbo, praktikos ar savanoriavimo patirtį kaip labai svarbią atčiai, dalis.	Proc.	39 (2016 m. gegužė)	44 (2021 m.)			
6.	TOLYDI LIETUVA	1. Integruojanti infrastruktūra	VRM	1. Sutvarkius 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. 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). 2.1. ir 3.1. 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). 4.1. Verslininkų, sutinkančių, kad kompleksiai pertvarkytose tikslinėse didžiųjų miestų teritorijose sukurtos geros sąlygos naujų verslų startui ir esamų plėtrai, dalis. 5.1. Gyventojų, sutinkančių, kad viešoji infrastruktūra ir renovuota gyvenamoji aplinka yra patraukli gyventi ir dirbti, dalis.	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. (2020 m.)	2020 m.	362 680	150 620
		2. Socialinė įtrauktis ir paslaugų prieinamumas (vienodos galimybės visoms socialinėms grupėms)	SADM	1. Socialinę atskirtį patiriančių asmenų vieno uždavimo 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 patirtis, dalis. 1.2. Visuomenės, sutinkančios, kad svarbiausia yra darbuotojo kvalifikacija ir kompetencija, o ne asmeninė patirtis, dalis.	Proc.	74,2, iš kurių visiškai sutinka 33,1 (2015 m. gruodis)	Visiškai sutinkančiųjų dalies pokytis – ne mažiau kaip +10 proc. (2019 m.)	2019 m.	166 000	160 000
			SADM	2. Prašyti pagalbos yra normalu	1. Skatinti suvokimą, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina. 2. Informuoti apie galimybes kreiptis pagalbos.	Šeimos, auginančios, prižiūrinčios vaikus	1.1. Šeimų, auginančių ar prižiūrinčių vaikus, sutinkančių, kad prašyti pagalbos yra normalu ir sveikintina, dalis. 2.2. Šeimų, auginančių ar prižiūrinčių vaikus, žinančių, kur kreiptis dėl pagalbos, dalis.	Proc.	73 (2016 m. gegužė)	78 (2019 m.)	2019 m.	146 854	65 000
			SADM	3. Socialinė atsakomybė – vertybė, o ne tuštybė	1. Skatinti visuomenės suvokimą, kad renkantis paslaugą ir (ar) produktą iš socialiai atsakingo ar socialinio verslo, ne tik gaunama norima paslauga ir (ar) produktas, bet kartu ir prisidedama darant gerą darbą įvairioms visuomenės 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. 2.1. Lietuviško kapitalo įmonių, dalyvaujančių Nacionaliniuose atsakingo verslo apdovanojimuose ir atitinkančių socialinės atsakomybės principus, skaičius. 2.2. Dalis darbdavių, sutinkančių, kad: a) būti socialiai atsakingam apsimoka; b) būti pripažintam socialiai atsakingu verslu yra prestižas (garbė).	Proc.	83 (2016 m. gegužė)	88 (2019 m.)	2019 m.	114 000	84 000
			SADM	4. Įgalink patirtį, atrask save iš naujo	1. Skatinti vyresnio amžiaus asmenų suvokimą, kad savanoriystė 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 asmenų, sutinkančių, kad savanoriystė, bendruomeninė veikla yra naudinga jiems patiems, dalis. 1.2. 54 metų ir vyresnių asmenų, žinančių, kad per pastaruosius 3 ar 6 mėnesius savanoriavo, dalyvavo bendruomeninėje veikloje ar kitaip neatlygintinai dalijosi savo sukauptomis žiniomis ir patirtimi su kitomis visuomenės grupėmis, dalis. 1.3. 54 metų ir vyresnių asmenų, teigiančių, kad per pastaruosius 3 ar 6 mėnesius savanoriavo, dalyvavo bendruomeninėje veikloje ar kitaip neatlygintinai dalijosi savo sukauptomis žiniomis ir patirtimi su kitomis visuomenės grupėmis, dalis.	Proc.	34 (2016 m. gegužė)	39 (2019 m.)	2019 m.	187 045	160 000
							1.2. 54 metų ir vyresnių asmenų, žinančių, kad per pastaruosius 3 ar 6 mėnesius savanoriavo, dalyvavo bendruomeninėje veikloje ar kitaip neatlygintinai realizuoti save, perduodant sukauptas žinias ir patirtį, gyventi aktyvesnį ir įvairiapusiškesnį gyvenimą, dalis.	Proc.	41 (2016 m. gegužė)	46 (2019 m.)			
							1.3. 54 metų ir vyresnių asmenų, teigiančių, kad per pastaruosius 3 ar 6 mėnesius savanoriavo, dalyvavo bendruomeninėje veikloje ar kitaip neatlygintinai dalijosi savo sukauptomis žiniomis ir patirtimi su kitomis visuomenės grupėmis, dalis.	Proc.	15 (2016 m. gegužė)	21 (2019 m.)			

			CPVA	5. Socialinė įtrauktis: tolerancijos didinimas socialinio būsto gyventojų atžvilgiu.	1. Skatinti toleranciją socialinio būsto gyventojų atžvilgiu (informuoti, kad socialiniame būste gyvena ir savo gerovę siekiantys pagerinti asmenys, t. y. tvarkingos, tačiau mažesnes pajamas turinčios daugiavaikės šeimos, neįgalieji, pilnametystės sulaukę našlaičiai, kt.). 2. Supažindinti su socialinio būsto integravimo būdo privalumais ir egzistuojančia socialinio būsto izoliavimo problema.	1. Visuomenė 2. Savivaldybių atstovai	1. Tikslinės auditorijos dalis, žinanti, kad socialiniame būste gyvena tvarkingi mažas pajamas gaunantys asmenys.  2. Savivaldybių atstovų, tikinčių, kad socialinio būsto gyventojų integravimas į visuomenę yra efektyvesnis investavimo į socialinį būstą būdas nei izoliavimas, dalis.	Proc.  Proc.	1) 72 proc. tyrimo dalyvių mano, kad socialiniai būstai yra skiriami skurdžiai gyvenantiems žmonėms, kurie dėl objektyvių priežasčių gauna labai mažas pajamas (2017 m. IV ketv., ADM tyrimo duomenys). 2) 28 proc. nuomone, šie būstai skiriami asocialiems asmenims, kurie patys nesugeba pasirūpinti gyvenamuoju būstu. (2017 m. IV ketv., ADM tyrimo duomenys)  1) 62 proc. savivaldybių atstovų mano, kad socialinius būstus reikia įrengti įprastuose daugiabučiuose. (2018 II ketv., CPVA apklausa). 2) 51 proc. savivaldybių atstovų mano, kad pritaikant visų daugiabučių socialinio būsto tikslams didinama gyventojų izoliacija (atsakymai – visiškai sutinku, labiau sutinku, nei nesutinku) (2018 m. II ketv., CPVA apklausa)	1) 75 proc. tyrimo dalyvių mano, kad socialiniai būstai yra skiriami skurdžiai gyvenantiems žmonėms, kurie dėl objektyvių priežasčių gauna labai mažas pajamas. (2019 m. I ketv., ADM tyrimo duomenys). 2) 25 proc. nuomone, šie būstai skiriami asocialiems asmenims, kurie patys nesugeba pasirūpinti gyvenamuoju būstu. (2019 m. I ketv., ADM tyrimo duomenys)  1) 65 proc. savivaldybių atstovų mano, kad socialinius būstus reikia įrengti įprastuose daugiabučiuose. (2019 m. II ketv., CPVA apklausa). 2) 54 proc. savivaldybių atstovų mano, kad pritaikant visą daugiabučių socialinio būsto tikslams didinama gyventojų izoliacija (atsakymai – visiškai sutinku, labiau sutinku, nei nesutinku) (2019 m. II ketv., CPVA apklausa)	2018 m.	70 000	0
			ESFA	6. 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 visavertis visuomenės narys.	Pažeidžiamų visuomenės grupių artimieji ir šeimos, visuomenė.	1.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad prašyti pagalbos yra normalus ir sveikintinas dalykas, dalis.  2.1. Tikslinės auditorijos, žinančios, kur kreiptis dėl šios pagalbos, dalis.  3.1. Tikslinės auditorijos, sutinkančios, kad neįgalus asmuo yra visavertis visuomenės narys, dalis.	Proc. Proc. Proc.	80 (2016 m.) 73 (2016 m.)  63 (2016 m.) 52 (2016 m.)  62 (2016 m.)	85 (2019 m.) 78 (2019 m.)  68 (2019 m.) 57 (2019 m.)  70 (2019 m.)	2018 m.	67 500	0
7.	SVEIKA LIETUVA	Sveikatos kultūra (asmeninė ir valstybinė sveiko gyvenimo būdo motyvacija)	SAM	1. Sveikos gyvensenos populiarinimas	1. Didinti žinomumą apie tai, kas yra sveika gyvensena ir kuo ji naudinga. 2. Ugdyti vaikų suvokimą, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu. 3. Diegti visuomenės narių suvokimą, kad aš esu pats atsakingas už savo sveikatą; man rūpi kitų sveikata.	Visuomenė, ypatingai dėmesį skiriant 30–45 metų gyventojams (šeimoms ir vaikams)	1.1. Visuomenės narių, žinančių, ką reikšia gyventi sveikai, dalis.  2.1. Vaikų (iki 18 metų), manančių, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu, dalis.  3.1. Padidėjusi visuomenės narių, manančių, kad yra atsakingi už savo sveikatą, dalis.	Proc. Proc. Proc.	86 (2015 m.)  55 (2015 m.)  10 (2015 m.)	90 (2022 m.)  70 (2022 m.)  19 (2022 m.)	2022 m.	916 918	570 000
			CPVA	2. Sveikatos kultūra: medicinos studentų iniciatyva	1. Diegti vaikų suvokimą, kad: aš esu atsakingas už savo sveikatą; man rūpi kitų sveikata. 2. Didinti vaikų suvokimą, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu.	Medicinos studentai, vaikų ligoninių pacientai – vaikai.	1. Vaikų, manančių, kad sveikai gyventi yra įdomu ir šaunu, dalis.  2. Medicinos studentų, skatinančių kitus rinktis sveiką gyvenimo būdą, dalis.	Proc. Proc.	Bus nustatyta 2018 m. IV ketv. Bus nustatyta 2018 m. IV ketv.	Bus nustatyta 2019 m. I ketv. Bus nustatyta 2019 m. I ketv.	2018 m.	60 000	0
8.	TVARI LIETUVA	1. Aplinkosauginė kultūra ir sąmoningumas (šukšlių rūšiavimas, pagarba aplinkai)	AM	1. Išsinuomok gamtą neterminuotai	1. Informuoti gyventojus apie ES lėšomis siekiamus įgyvendinti pokyčius aplinkosaugos srityje 2014–2020 m. 2. Skatinti asmeninę gyventojų iniciatyvą prisidėti prie aplinkosaugos problemų sprendimų, finansuojamų ES lėšomis. 3. Skatinti gyventojus naudoti ES projektų aplinkosaugos srityje rezultatus.	Visuomenė; didmiesčių (nuo 30 tūkst.) gyventojai (25–45 m.)	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugos srityje, dalis.  2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis.  3.1. Visuomenės, pajutusios ES investicijų naudą aplinkosaugos srityje, dalis.	Proc. Proc. Proc.	39 (2015 m. gruodis)  60 (2014 m. IV ketv.)  40 (2014 m. IV ketv.)	32 (2017 m.) 51 (2018 m.) 55 (2019 m.) 61 (2020 m.) 65 (2021 m.) 68 (2022 m.)  76 (2017 m.) 80 (2018 m.) 82 (2019 m.) 83 (2020 m.) 85 (2021 m.) 86 (2022 m.)  49 (2017 m.) 60 (2018 m.) 64 (2019 m.) 67 (2020 m.) 72 (2021 m.) 75 (2022 m.)	2022 m.	950 856	480 000

APVA	2. Išsismuok gamtą neterminuotai	1. Informuoti gyventojus apie ES lėšomis siekiamus įgyvendinti pokyčius aplinkosaugos srityje 2014–2020 m. 2. Skatinti asmeninę gyventojų iniciatyvą prisidėti prie aplinkosaugos problemų sprendimų, finansuojamų ES lėšomis. 3. Skatinti gyventojus naudoti ES projektų aplinkosaugos srityje rezultatus.	Visuomenė; didmiesčių (nuo 30 tūkst.) gyventojai (25–45 m.)	1.1. Visuomenės, žinančios apie 2014–2020 m. siekiamus pokyčius aplinkosaugos srityje, dalis.	Proc.	39 (2015 m. gruodis)	32 (2017 m.) 51 (2018 m.) 55 (2019 m.) 61 (2020 m.) 65 (2021 m.) 68 (2022 m.)	2022 m.	301 449	138 000
				2.1. Visuomenės, prisidedančios prie aplinkos taršos mažinimo, dalis.	Proc.	60 (2014 m. IV ketv.)	76 (2017 m.) 80 (2018 m.) 82 (2019 m.) 83 (2020 m.) 85 (2021 m.) 86 (2022 m.)			
				3.1. Visuomenės, pajutusias ES investicijų naudą aplinkosaugos srityje, dalis.	Proc.	40 (2014 m. IV ketv.)	49 (2017 m.) 60 (2018 m.) 64 (2019 m.) 67 (2020 m.) 72 (2021 m.) 75 (2022 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 vietoj asmeninio automobilio kasdieniam susisiekimui naudoti 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.)	2019 m.	265 336	55 000
				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 įmonės 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 taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažaatliekes technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, dalis. 2.1. Įmonių, manančių, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia pranašumo ar pagerina įmonės įvaizdį, dalis. 2.2. Pramonės įmonių, įdiegusių ar planuojančių diegti energijos suvartojimo intensyvumą mažinančias technologijas, dalis. 3.1. Įmonių, įdiegusių aplinkosauginius standartus, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 76 (2016 m.) 51 (2016 m.) 13,4 (2015 m.)	39 (2021 m.) 81 (2021 m.) 59 (2021 m.) 23 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	281 727	158 460
		LVPA	5. Galvok. Taupyk. Būk atsakingas	1. Skatinti įmones taikyti mažaatliekes technologijas, naudoti mažakiekis pakuotes. 2. Skatinti pramonės įmones gamybos, paslaugų procesuose naudotis technologijomis, mažinančiomis taršą, savo veikloje taikyti ekologinius sprendimus.	Pramonės, gamybos įmonės	1.1. Įmonių, kurios domėjosi būdais, kaip taikyti ekoinovacijas (beatliekes ar mažaatliekes technologijas), jų kaina, ekonomine nauda, dalis. 2.1. Įmonių, įsidiegusių aplinkosauginius standartus, dalis. 2.2. Įmonių, kurios sutinka, kad aplinkosaugos standartų diegimas suteikia įmonei pranašumo ir (ar) pagerina įmonės įvaizdį tarp klientų, dalis.	Proc. Proc. Proc.	26,6 (2015 m. gruodis) 13,4 (2015 m.) 76 (2016 m.)	39 (2021 m.) 23 (2021 m.) 81 (2021 m.)	2021 m. IV ketv.	42 742	8 888
	2. Tvarus energijos vartojimas (susiėkimas, transportas, energetika, būstas)	EM	1. Energiją vartok taupiai	1. Skatinti gyventojus taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją, vandenį). 2. Skatinti įmones taupyti išteklius (elektros energiją, šilumos energiją, vandenį). 3. Skatinti įmones diegti vadybos sistemas, padedančias efektyviai naudoti išteklius. 4. Skatinti naudoti energiją iš vietinių ir atsinaujinančių energijos išteklių. 5. Skatinti pastatų administravimo įmones taupyti energijos išteklius ir (ar) energiją (elektros energiją, šilumos energiją).	Įmonės; pastatų administravimo įmonės; visuomenė.	1.1. Visuomenės, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos priemonių sumažinusios energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikant prietaisų veikti budėjimo režimu, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. 2.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį dėl aplinkos apsaugos sumažinusios energijos suvartojimą (pvz., apribojant kondicionavimą, šildymą, nepalikant prietaisų veikti budėjimo režimu, perkant energiją tausojančius įrenginius), dalis. 3.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį įsigijusių energijos iš vietinių šaltinių, dalis. 4.1. Pastatų administravimo įmonių, kurios, įsigydamos prietaisus, pirmenybę teikė efektyviems (mažiausiai energijos vartojantiems) sprendimams, dalis. 5.1. 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. Proc.	35 (2014 m.) 32,4 (2015 m.) 27,8 (2015 m.) 76 (2016 m.) 80 (2016 m.)	40 (2021 m.) 37,2 (2021 m.) 33 (2021 m.) 81 (2021 m.) 85 (2021 m.)	2021 m. II ketv.	361 563	315 491
		LVPA	2. Naudojame išteklius efektyviai	1. Skatinti įmones taupyti išteklius	Įmonės	1.1. Įmonių, per paskutinį mėnesį sumažinusios energijos suvartojimą dėl aplinkos apsaugos (apribotas kondicionavimas, šildymas, prietaisai nepalikami veikiantys budėjimo režimu, perkami energiją tausojantys prietaisai), dalis.	Proc.	32,4 (2015 m. gruodis)	39 (2021 m.)	2021 m. (IV ketv.)	38 283	9 247
9.	KURIANTI LIETUVA	KM	1. Aktuali kultūra	1. Gerinti kultūros paslaugų ir produktų įvaizdį, kelti gamtos ir kultūros objektų reputaciją. 2. Mažinti kultūrinę atskirtį tarp didmiesčių ir 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, kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų kultūros sektorių objektus, dalis. 2.1. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), kurie gyvena iki 100 tūkst. gyventojų turinčiose vietovėse, per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių kultūros paveldo objektą, dalis. 2.2. Gyventojų (15 m. ir vyresnių), per pastaruosius 12 mėn. aplankiusių bent vieną kultūros paveldo objektą, dalis. 3.1. Gyventojų (15–29 m.), kurie per pastaruosius 12 mėn. aplankė ne mažiau kaip keturių skirtingų kultūros sektorių objektus, dalis.	Proc. Proc. Proc. Proc.	26,5 (2014 m.) 51,3 (2014 m.) 53 (2014 m.) 41,5 (2014 m.)	29 (2019 m.) 57 (2019 m.) 60 (2023 m.) 44 (2019 m.)	2021 m. III ketv.	493 770	468 550
		CPVA	2. Aktyvus kultūros paslaugų ir produktų vartojimas	1. Įtraukti jaunimą į formalias ir neformalias veiklas, vykdomas kultūros ir gamtos objektuose.	14-18 metų moksleiviai (gimnazistai).	1.1. Jaunimo, manančių, kad Lietuvos kultūros objektai yra šiuolaikiški, modernūs, patogūs, atviri, dalis. 1.2. Jaunimo, sužinojusio apie ES lėšomis finansuojamus kultūros objektus socialiniuose tinkluose, dalis.	Proc. Proc.	Bus nustatyta 2019 m. II ketv. Bus nustatyta 2019 m. II ketv.	Bus nustatyta 2019 m. II ketv. Bus nustatyta 2019 m. II ketv.	2019 m. IV ketv.	50 000	50 000
	2. Visuomenė – aktyvesnė kūrėja	LVPA	1. Kūrybingas verslas	1. Ugdyti verslininkų nuostatą, kad kūrybiniai produktai yra ar gali būti konkurencinio pranašumo šaltinis.	Verslo įmonės	1.1. Įmonių, teigiančių, kad kūrybiniai sprendimai – stiprus konkurencinio pranašumo šaltinis, dalis.	Proc.	95,1 (2015 m.)	98,7 (2018 m.)	2018 m.	16 894	0

10.	AKTYVI (PILETIŠKA) LIETUVA	Aktyvi visuomenė ir pilietinė veikla	VRM	1. Aktyvi visuomeninė ir pilietinė veikla	1. Skatinti gyventojus dalyvauti savanoriškoje ir bendruomeninėje veikloje. 2. Skatinti finansiškai ir iniciatyvomis prisidėti prie vietos bendruomenių socialinių problemų sprendimo. 3. Skatinti aktyviai kurtis bendruomenės miestuose, burtis į asociacijas. 4. Diegti suvokimą, kad bendruomenė gali svariai prisidėti sprendžiant bendruomenės socialines problemas.	Visuomenė; miestų (daugiau kaip 6000 gyventojų), savivaldybių centrų gyventojai, verslo įmonės; bendruomenės, NVO, VVG (bendruomenė, verslas ir valdžia)	1.1. Gyventojų, manančių, kad gali patys prisidėti prie socialinių pokyčių ir problemų sprendimo, dalis.	Proc.	35 (2015 m. gruodis).	40 (2020 m.)	2020 m.	257 720	98 840
							2.1. Visuomenės, per paskutinius metus dalyvavusios savanoriškoje ar bendruomeninėje veikloje sprendžiant aktualias socialines problemas, dalis.	Proc.	20 (2015 m. gruodis).	25 (2020 m.)			
							3.1. Gyventojų, dalyvavusių sprendžiant vietos bendruomenės problemas, dalis.	Proc.	27,4 (2015 m. gruodis)	32 (2020 m.)			
							4.1. Įmonių, sutinkančių, kad joms yra naudinga finansiškai remti vietos bendruomenių socialines iniciatyvas, dalis.	Proc.	57,9 (2015 m. gruodis)	62 (2020 m.)			
							5.1. Sukurtų VVG skaičius miestuose.	Vnt.	0	56 (2020 m.)			
11.	EFEKTYVI LIETUVA	1. Efektyvus ir skaidrus viešojo sektoriaus valdymas (sistemos atvirumas)	SM	1. 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	1.1. Gyventojų, kuriems viešosios e. paslaugos yra kasdienio gyvenimo dalis, dalis.	Proc.	68 (2015 m. gruodis)	81 (2017 m. IV ketv.)	Kampanijos veiklos baigtos 2018 m. IV ketv.	501 601	0
							2.1. Gyventojų, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	24 (2015 m. gruodis; 246 respondentai iš 1015)	28 (2017 m. IV ketv.)			
							3.1. Įmonių, kurioms viešosios e. paslaugos yra kasdienis darbo įrankis, dalis.	Proc.	52 (2015 m. gruodis)	72 (2017 m. IV ketv.)			
							3.2. Įmonių, pasinaudojusių atvirais duomenimis savo reikmėms, dalis.	Proc.	33 (2015 m. gruodis; 346 respondentai iš 1050)	42 (2017 m. IV ketv.)			
							4.1. Gyventojų, kurie naudojami administracinėmis elektroninėmis paslaugomis, teikiamomis per e. valdžios vartų portalą, dalis.	Proc.	12 (2014 m.)	30 (2017 m. IV ketv.)			
		2. Kokybiškas aptarnavimas viešajame sektoriuje (darbuotojų kompetencijos ir paslaugos)	VRM	1. Pagrindinis kiekvieno viešojo sektoriaus darbuotojo tikslas – geresnė viešųjų paslaugų kokybė.	1. Skatinti įstaigų vadovus nuolat sekti ir tobulinti klientams teikiamų paslaugų kokybę ir veiklos procesų efektyvumą. 2. Stiprinti vadovų nuostatas, požiūrį, kad jie yra atsakingi už įstaigos darbuotojų profesionalumą, diegiamus etikos standartus, vidinę kultūrą. 3. Skatinti tarnautojus klientus aptarnauti kokybiškai. 4. Formuoti tarnautojų nuostatą, kad nuo jų sprendimų priklauso visuomenės gerovė. 5. Skatinti gyventojus iš viešosiomis lėšomis finansuojamų institucijų reikalauti kokybiškos paslaugos ir pareikšti nuomonę apie blogą ar gerą paslaugų kokybę. 6. Kurti ir puoselėti valstybės tarnautojų reputaciją visuomenės akyse.	Viešojo valdymo institucijų (ligoninių, mokyklų, savivaldybių administracijų, Seimui atskaitingų institucijų, viešąsias paslaugas teikiančių institucijų, valstybės ir savivaldybės įmonių, teikiančių viešąsias paslaugas) vadovai; tarnautojai; viešojo valdymo institucijų darbuotojai; visuomenė	1.1. Viešojo valdymo institucijų, įdiegusių ir diegiančių kokybės vadybos metodus ar sistemas, dalis.	Proc.	70 (2016 m.)	85 (2020 m.)	2021 m. I ketv.	353 010	353 010
							2.1. Savivaldybių, turinčių piliečių chartijas, dalis.	Proc.	25 (2016 m.)	50 (2020 m.)			
							3.1. Viešojo valdymo institucijų, atliekančių asmenų apklausas apie paslaugų kokybę, dalis.	Proc.	60 (2016 m.)	80 (2020 m.)			
							4.1. Gyventojų, manančių, kad viešojo valdymo institucijų veikla gerėja, dalis.	Proc.	36 (2016 m.)	46 (2020 m.)			
							4.2. Gyventojų, manančių, kad valstybės tarnautojų veikla gerėja, dalis.	Proc.	25 (2016 m.)	50 (2020 m.)			
5.1. Gyventojų pasitenkinimas paslaugomis.	Koef.	0,83 (2016 m.)	0,85 (2020 m.)										
6.1. Administracinių paslaugų teikimo ir aptarnavimo efektyvumo koeficientas.	Koef.	0,9 (2016 m.)	0,95 (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	Lietuvos Respublikos aplinkos ministerijos Aplinkos projektų valdymo agentūra
ESFA	Europos socialinio fondo agentūra
LVPA	Viešojo įstaiga Lietuvos verslo paramos agentūra
CPVA	Viešojo įstaiga Centrinė projektų valdymo agentūra
INVEGA	Uždaroji akcinė bendrovė Investicijų ir verslo garantijos
LMT	Lietuvos mokslo taryba
VIPA	Uždaroji akcinė bendrovė 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
VVG	Vietos veiklos grupė
MTEP	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra
MTEPI	Mokslinių tyrimų eksperimentinė plėtra ir inovacijos
MVĮ	Mažos ir vidutinės įmonės
NAVA	Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimai
STEAM	Gamtos, technologijų, inžinerijos, matematikos ir kūrybiškumo ugdymo centras