

## LIETUVOS AGRARINIŲ IR MIŠKŲ MOKSLŲ CENTRO 2021–2022 M. KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA

### 1. Bendra informacija

Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centras (LAMMC) – valstybinis mokslinių tyrimų institutas, kurio **misija** – kurti, kaupti ir skleisti naujas mokslo žinias tvarių žemės, miškų ir aplinkos išteklių pažinimui, jų konkurencingam vystymui ir naudojimui, inovatyvių technologijų ir produktų kūrimui bei visuomenės reikmių tenkinimui. LAMMC **vizija** – lyderiaujantis Lietuvoje ir Šiaurės Europos regione valstybinis mokslinių tyrimų institutas, veiklą grindžiantis aukšto lygio fundamentiniais ir taikomaisiais moksliniais tyrimais, naujų mokslo žinių įgijimu, technologijų ir inovacijų kūrimu, jų perdavimu bei efektyvia eksperimentine plėtra – pažangus žemės ūkio, miškų ir maisto mokslų kompetencijos centras.

LAMMC viešinimo veikla sudaryta iš išorinės, orientuotos į santykių su klientais ir partneriais puoselėjimą, pozityvios reputacijos visuomenėje kūrimą, ir vidinės, skirtos skatinti darbuotojų lojalumą, komunikacijos.

### 2. Situacijos analizė

Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centrui kaip mokslo ir studijų institucijai svarbu vystyti dialogą su visomis tikslinėmis auditorijomis: mokslo ir verslo partneriais, paslaugų naudotojais, studentais, plačiąja visuomene. Reikalingi ne tik aukšto lygio moksliniai tyrimai, kokybiškos doktorantūros studijos, diferencijuotos paslaugos, prototipai, technologijos, specializuoti renginiai. Būtina ir komunikacijos strategija, orientuota tiek į skirtingų tikslinių auditorijų poreikius, tiek ir į konkrečių veiksmų planą. Ne mažiau svarbu ir vidinė komunikacija, daugiau dėmesio skiriant darbuotojų poreikiams išsiaiškinti, jiems informuoti, jų lojalumui organizacijai stiprinti.

Žemiau pateikta LAMMC stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė, padėsianti įvertinti institucijos privalumus ir trūkumus ir sukurti komunikacijos planą.

Vidinės stiprybės	Vidinės silpnybės
Naujausia MTEP infrastruktūra. Mokslininkai ir techninis personalas susipažinę su naujomis mokslinių tyrimų technologijomis ir įranga.	Mažas žinomumas tarptautiniu mastu. Geriau žinomi technologiniai šalies sektoriai. Dominuoja nacionaliniai, per maža dalis tarptautinių projektų.
Tarpinstitucinis bendradarbiavimas. Kartu su LEI ir FTMC 2019 m. įkurta Mokslinių tyrimų ir technologijų organizacija „RTO Lithuania“.	Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros (MTEP) rezultatų komercializavimo patirties trūkumas.

Geros sąlygos (pakankamas finansavimas) doktorantams studijuoti, vykdyti tyrimus, vykti į stažuotes, konferencijas.	Sudėtingas centralizuotas valdymas dėl padalinių gausos ir geografinės atskirties.
Dalyvavimas projektuose. LAMMC dalyvauja nacionaliniuose ir tarptautiniuose projektuose.	Dėl nepakankamai konkurencingų atlyginimų sunkiai komplektuojamas ir atnaujinamas kvalifikuotas mokslo personalas.
Bendradarbiavimas su verslu. Sodininkystės ir daržininkystės institutas kartu su verslo atstovais Vaisių ir daržovių perdirbimo technologijų modeliavimo APC gamina liofilizuotas uogas ir daržoves, kai dėl specialios džiovavimo technologijos šaldant išsaugoma daugiau vitaminų ir fermentų.	Skaitmenizacijos ir automatizacijos trūkumas. Nors darbuotojų kompiuteriniai įgūdžiai gerėja, bet vis dar trūksta procesų skaitmenizacijos ir automatizacijos. Pavyzdžiui, Vaisių ir daržovių perdirbimo technologijų modeliavimo atviros prieigos centre vis dar daug rankų darbo, teikiant paslaugas verslo atstovams.
<b>Išorinės galimybės</b>	<b>Išorinės grėsmės</b>
Didėjanti paslaugų naudotojų rinka per atviros prieigos centrus kuriant ir diegiant inovacijas.	Gresianti ekonominė krizė dėl COVID-19 galimai turės poveikį finansinei įstaigos situacijai.
ES finansavimo galimybės ES lygio prioritetai ir aktualūs finansavimo projektai, pavyzdžiui, Europos žaliasis kursas, 2021–2027 m. mokslinių tyrimų ir inovacijų programa „Europos horizontas“.	Tuštėjantys regionai, švietimo reformos daro neigiamą įtaką visuose padaliniuose užtikrinti reikiamą darbuotojų ir doktorantų skaičių.
Didėjantis verslų sąmoningumas ekologiniais klausimais padės vystyti glaudesnę mokslo ir verslo bendradarbiavimą.	Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centre doktorantūros studijas baigiantys jauni žmonės ir patyrę darbuotojai pasirinks verslo sektorių dėl didesnio darbo užmokesčio.
Sėkminga mokslinių tyrimų komercializavimo veikla. Pradedamas vykdyti projektas „Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centro kuriamų žinių komercinimo ir technologijų perdavimo veiklos stiprinimas“.	Skiriant per mažai lėšų inovacijų vystymui, sudėtinga pritraukti naujų verslo subjektų, potencialių paslaugų naudotojų, kurie norėtų įsigyti Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centro siūlomas paslaugas ir bendradarbiauti.

### 3. LAMMC pagrindiniai viešinimo tikslai:

1. Įstaigos darbuotojų lojalumo stiprinimas ir naujų žmogiškųjų išteklių pritraukimas
2. Tarpinstitucinio bendradarbiavimo plėtra
3. Doktorantūros studijų, praktikos vietų populiarumo skatinimas
4. LAMMC paslaugų ir produktų žinomumo ir paklausos didinimas
5. LAMMC žinomumo didinimas ir įvaizdžio gerinimas visuomenėje

### 4. Tikslinės grupės

#### 1. Darbuotojai

Pagrindinė žinutė – be kompetentingų darbuotojų ir komandinio darbo sudėtinga pasiekti efektyvių veiklos rezultatų.

## 2. Mokslo ir verslo partneriai

Pagrindinė žinutė – mokslas kuria inovacijas, prisideda prie ekonomikos plėtros, vysto bendradarbiavimą su verslu.

## 3. Studentai

Pagrindinė žinutė – mokslininko darbas nėra tik laboratorijos ir publikacijos, jis dinamiškas ir patrauklus jaunam žmogui.

## 4. Žemės ūkio ir miškininkystės paslaugų naudotojai

Pagrindinė žinutė – mokslo žinios nėra tik teorijos, jos skirtos plačiai taikyti šalies žemės ir miškų ūkyje.

## 5. Visuomenė

Pagrindinė žinutė – žemės ūkio srities mokslas įdomus plačiajai visuomenei, patrauklus studentams, ūkininkams ir verslo atstovams.

## 5. Informacijos kanalų analizė

Daugiausia LAMMC informaciją skelbia tinklalapyje [www.lammc.lt](http://www.lammc.lt). Nors tinklalapio lankytojų yra daugelyje pasaulio šalių (žr. 1 pav.), bet didžioji dalis jų yra iš Lietuvos (91,34 proc.), antroje vietoje JAV (1,77 proc.), trečioje Kinija (1,3 proc.) (remiantis *Google Analytics* sausio–vasario mėn. duomenimis). Ši statistika rodo tarptautiškumo plėtros būtinybę, daugiau informacijos turi būti skelbiama anglų kalba, kad tinklapis būtų labiau lankomas užsienio šalyse.



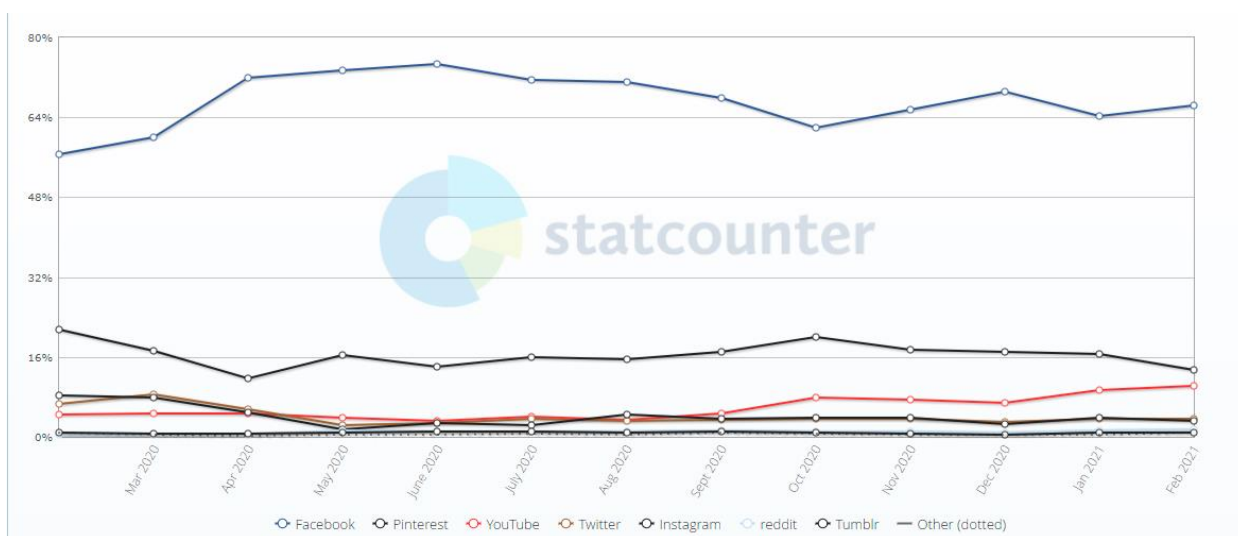
1 pav. LAMMC tinklapis lankomas visame pasaulyje, remiantis *Google Analytics*

Remiantis minėta statistika pastebėta, kad didžioji tinklalapio lankytojų tinklalapį pasiekia per žiniatinklio paieškos sistemas (*Organic Search*) – 62,75 proc., antras pagal populiarumą patekimo į tinklalapį kanalas yra tiesiogiai suvedant adresą [www.lammc.lt](http://www.lammc.lt) (*Direct*) – 19,30 proc., o trečias

socialiniai tinklai (*Social*) – 15,71 proc., likę 2,24 proc. suranda kitu būdu (*Referral*). Populiariausi patekimo į tinklalapį būdai: *Google* paieškos sistema, tiesiogiai į tinklalapį ir per *Facebook* socialinį tinklą. Ši situacija rodo, kad didžioji dalis žmonių nežino tikslaus tinklalapio adreso, todėl būtina daugiau dėmesio atkreipti į paieškos sistemų rezultatus.

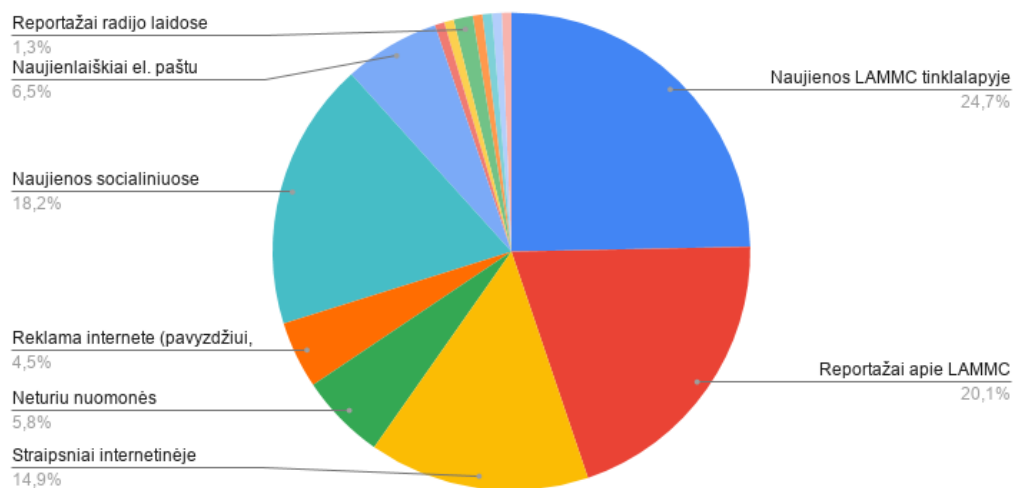
LAMMC naudojami socialiniai tinklai *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *LinkedIn*, platforma *YouTube*. 2021 m. kovo mėnesį atliktos apklausos, kurioje dalyvavo 154 respondentai (LAMMC darbuotojai, doktorantai, studentai, ūkininkai, verslo ir mokslo institucijų atstovai), duomenimis, plačiausiai naudojamas socialinis tinklas *Facebook* (94,1 proc.), antroje vietoje *Youtube* (61,8 proc.), trečioje *Instagram* (33,1 proc.). Respondentų paklausus, kuriame socialiniame tinkle turėtų būti daugiausia viešinama LAMMC veikla, jie atsakė, kad *Facebook* (50,6 proc.), *Youtube* (12 proc.) ir *LinkedIn* (5,2 proc.).

Remiantis apklausos rezultatais, pagrindinis LAMMC socialinis tinklas yra *Facebook* (įvairaus amžiaus auditorija, didžiausia dalis 25–34 metų grupėje, populiarumas Lietuvoje (žr. 2 pav.), papildomi: *Youtube* (dėl galimybės sudominti studentus ir ūkininkus vaizdo įrašais), *Instagram* (populiarus tarp jaunesnės auditorijos atstovų, studentų), *LinkedIn* (dėl galimybės pritraukti partnerių ir žmogiškųjų išteklių), *Twitter* (populiarus tarptautiniu mastu tarp sprendimų priėmėjų, įvairių organizacijų). Pastaruosiuose dviejuose socialiniuose tinkluose nuo 2021 m. balandžio informacija skelbiama tik anglų, o kituose pagal poreikį, bet daugiausia – lietuvių kalba.



**2 pav. Socialinių tinklų populiarumas Lietuvoje, remiantis interneto srauto analizės svetaine *statcounter.com***

Daugiau dėmesio planuojama skirti veiklos viešinimui partnerių tinklalapiuose, išorinėje žiniasklaidoje. Atlikus apklausą 20,1 proc. respondentų rekomendavo reportažus TV laidose ir 14,9 proc. straipsnius internetinėje žiniasklaidoje (žr. 3 pav.)



**3 pav. Apklauso dalyvių atsakymai, kuriuo komunikacijos kanalu, turėtų būti labiausiai viešinama LAMMC veikla**

Straipsniai žiniasklaidoje bus viešinami ir tiesiogiai kreipiantis į redakcijas, ir naudojantis BNS, ELTA naujienų agentūrų ir *Zen PR* sistemos paslaugomis. Papildomai tiek vidinei komunikacijai, tiek išorinei bus pasitelkiamas elektroninis paštas.

## 6. Komunikacijos priemonių planas

Uždavinys	Tikslinė auditorija	Kanalai	Priemonės	Dažnis	Pageidaujamas rezultatas
Skatinti LAMMC darbuotojų tarpusavio bendradarbiavimą ir lojalumą organizacijai	LAMMC darbuotojai	Tinklapis	Laiku pateikiama visa aktuali ir reikalinga informacija darbuotojams	Nuolat	Didesnis darbuotojų įtraukimas ir susidomėjimas LAMMC veikla
		Socialiniai tinklai ( <i>Facebook</i> )	Įdomūs faktai, mokslininkų patarimai ar skiltis susipažinkime (naujų doktorantų, skyrių vedėjų pristatymas); LAMMC pasiekimai (veislės, nauji projektai ir kt.); straipsniai su aukštais (didesniais nei 5) citavimo indeksais	Kartą per mėnesį pristatomas bent vienas žmogus, įdomus faktas ar patarimas; pagal situaciją skelbiami aukštų citavimo indeksų straipsniai	
		Elektroninis paštas	Naujienlaiškis apie svarbiausius ketvirčio įvykius, kitus pasiekimus; Direktoriaus pusmečio apžvalga	Naujienlaiškis kartą per ketvirtį; du kartus per metus	
		Renginiai	Kalėdiniai, kiti renginiai	Pagal poreikį ir finansines galimybes	
		Apklausa	Darbuotojų pasitenkinimo darbu apklausa	Kartą per metus	
Plėsti bendradarbiavimo su nacionalinėmis ir tarptautinėmis mokslo organizacijomis bei institucijomis tinklą	Mokslo ir verslo partneriai	Socialiniai tinklai ( <i>Facebook, Twitter, LinkedIn</i> )	Įrašai apie naujus projektus; įrašai apie partnerius	Kaskart, pasirašius naujus ar įgyvendinus svarbius tarptautinius projektus; kartą per ketvirtį parengti įrašą apie verslo ar mokslo partnerius	Per metus bent po 2 naujus mokslo ir verslo partnerius
		Reprezentacinė atributika	Vizitinės kortelės ir kt. pagal poreikį	Įteikiama per susitikimus su verslo ar mokslo partneriais	
		Partnerių tinklalapiai (pavyzdžiui, VDU, FTMC, LEI, <i>RTO Lithuania</i> , ir kitų mokslo ir studijų institucijų)	Spaudos pranešimai apie būsimus ar praėjusius renginius, bendrų projektų rezultatus	Bent 4 kartus per metus	

		Konferencijos	Sausio mėnesį mokslinė konferencija	Vieną kartą per metus	
		Straipsniai žiniasklaidoje	Straipsniai apie svarbius pasiekimus	Bent 4 kartus per metus	
		Elektroninis paštas	Naujienlaiškis apie svarbiausius ketvirčio įvykius, kitus pasiekimus	Naujienlaiškis kartą per ketvirtį	
Užtikrinti LAMMC interesų atstovavimą nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu	Mokslo partneriai	Parodos, konferencijos ir kiti renginiai	Mokslininkų dalyvavimas šalies ir užsienio konferencijose, simpoziumuose ir kituose renginiuose	Pagal mokslininkų poreikį ir finansavimo galimybes	Didesnis įstaigos žinomumas nacionaliniu ir tarptautiniu mastu, didesnis tarptautinių projektų skaičius
Užtikrinti žmogiškuosius išteklius, reikalingus LAMMC veiklai vykdyti ir plėsti	Studentai	Tinklapis	Įrašai apie praktikas, praktikantus ir doktorantūros studijas LAMMC	Savaitę prieš doktorantūros konkurso paskelbimą; savaitę prieš paskelbiant apie praktikos LAMMC galimybę; visus metus	Didesnis besikreipiančių studentų skaičius dėl praktikos ir doktorantūros
		Socialiniai tinklai ( <i>Facebook, Instagram, LinkedIn</i> )	Vaizdo įrašai apie LAMMC; nuotraukos iš LAMMC veiklos; kvietimas studijuoti ir atlikti praktikas	Vienas vaizdo įrašas kartą per pusmetį	
		Reklaminė atributika	Skrajutės, rašikliai	Įteikiama per susitikimus su studentais	
		Straipsniai žiniasklaidoje	Studijų reklama žiniasklaidoje	Vieną kartą per metus prieš doktorantūros konkurso paskelbimą ar konkurso laikotarpiu	
		Parodos ir renginiai	Bent viena virtuali ar kontaktinė išorės institucijų organizuojama paroda ir bent vienas LAMMC organizuojamas renginys, skirtas studentams pritraukti	Viena paroda per metus ir vienas renginys	

Stiprinti ryšius su esamais klientais ir užmegzti naujus su potencialiais	Žemės ūkio ir miškininkystės paslaugų naudotojai	Tinklapis	Naujienos apie dirvožemio būklę, pradedamą prekybą sėklomis, sodinukais, teikiamas paslaugas ir kt.	Pagal paslaugų aktualumą, bet ne rečiau kaip kartą per du mėnesius	Paslaugų įsigijimo augimas
		Socialiniai tinklai ( <i>Facebook</i> )	Naujienos apie dirvožemio būklę, pradedamą prekybą sėklomis, sodinukais, teikiamas paslaugas ir kt.	Pagal paslaugų aktualumą, bet ne rečiau kaip kartą per du mėnesius	
		Parodos	Dalyvavimas parodose	Kartą per dvejus metus organizuojama paroda „Agrovizija“	
		Lauko dienos, seminarai, konferencijos	Lauko dienų ir seminarų, konferencijų organizavimas	Lauko dienos pagal įsipareigojimus vykdant projektus, bent 5 seminarai per metus	
		Radijas	Per LRT radiją laida apie vykdomus tyrimus ir teikiamas paslaugas	Vieną kartą per metus	
Nuolat rinkti, sisteminti ir skelbti aktualią informaciją visuomenei	Visuomenė	Tinklapis	Naujienos apie būsimus, praėjusius renginius, darbuotojų pasiekimus ir kita aktuali informacija	Po 2 ir daugiau įrašų per savaitę	Didesnis LAMMC žinomumas visuomenėje, išaugęs tinklalapio ir socialinių tinklų lankomumas
		Socialiniai tinklai ( <i>Facebook, Instagram</i> )	Įdomūs faktai, mokslininkų patarimai ar skiltis susipažinkime (naujų doktorantų, skyrių vedėjų pristatymas); LAMMC pasiekimai (veislės, nauji projektai ir kt.); nuotraukos iš LAMMC veiklos	Kartą per mėnesį pristatomas bent vienas žmogus, įdomus faktas ar patarimas; apdovanojimų, pasiekimų, įrašų žiniasklaidoje paskelbimas; Bent viena nuotrauka per mėnesį	
		Leidiniai	Informaciniai leidiniai	Nedideli informaciniai lankstinukai, paslaugų leidiniai, vienas ataskaitinis leidinys	



## 7. Komunikacijos strategijos efektyvumo vertinimas

<b>Veikla</b>	<b>Kas bus matuojama</b>	<b>Matavimo įrankis</b>	<b>Siektina vertė</b>
Informacinė veikla, susijusi renginiais	Dalyvių skaičius	Dalyvių skaičius	Vienas seminaras sudomintų daugiau nei 30 dalyvių, viena konferencija pritrauktų daugiau nei 100 dalyvių
Informavimas apie LAMMC veiklą internetinėje svetainėje	Lankytojų skaičius	<i>Google Analytics</i>	Mėnesio lankytojų srautas per mėnesį vidutiniškai 5000
Informavimas apie LAMMC socialinėse medijose	Naujų sekėjų skaičius	<i>Facebook</i> įžvalgos	Padidėtų iki 2200
Išaugęs doktorantų ir studentų susidomėjimas studijomis ir praktikomis	Stojančiųjų ir praktikantų skaičius	Stojančiųjų ir praktikantų skaičius	Kasmet 50 stojančiųjų studentų, daugiau nei 20 praktikantų
Išaugęs paslaugų įsigijimo skaičius	Ūkio subjektų skaičius	Sutartys su ūkio subjektais	Kasmet bent 20 naujų ūkio subjektų

## 8. Kontaktinis asmuo

Už viešinimo strategijos įgyvendinimą atsakingas asmuo – Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centro Komunikacijos skyriaus vadovė Gintarė Naujokienė, [gintare.naujokiene@lammc.lt](mailto:gintare.naujokiene@lammc.lt).