

## LIETUVOS AGRARINIŲ IR MIŠKŲ MOKSLŲ CENTRO 2023–2024 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 bei produktų kūrimui ir 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 bei inovacijų kūrimu, jų perdavimu ir efektyvia eksperimentine plėtra – pažangus žemės ūkio, miškų ir maisto mokslų kompetencijos centras.

LAMMC viešinimo veikla sudaryta iš išorinės, orientuotos į santykių su visuomene puoselėjimą, pozityvios reputacijos kūrimą, ir vidinės, skirtos skatinti darbuotojų motyvaciją, 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, bet ir diferencijuotos paslaugos, prototipai, technologijos, specializuoti renginiai. Būtina ir komunikacijos strategija, orientuota ir į skirtingų tikslinių auditorijų poreikius, ir į konkrečių veiksmų planą. Ne mažiau svarbu ir vidinė komunikacija, daugiau dėmesio skiriant darbuotojų poreikiams nustatyti, jiems informuoti, stiprinti jų lojalumą organizacijai.

Toliau pateikiama LAMMC stiprybių, silpnųjų, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizė (1 lentelė), atlikta rengiant LAMMC strategijos įgyvendinimo priemonių planą 2022–2024 m., padėsianti įvertinti institucijos privalumus ir trūkumus.

1 lentelė. Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centro SSGG analizė

Vidinės stiprybės	Vidinės silpnybės
Subalansuotas mokslinis personalas	Per mažas aktyvumas teikiant projektų paraiškas

Subalansuota pajamų struktūra	Išsklaidyta infrastruktūra
Didėjantis tarptautinis matomumas	Per mažas mokslo/ne mokslo darbuotojų santykis
Stiprėjantis mokslininkų pasirengimas vykdyti MTEPI	Silpna tarpusavio komunikacija
Potencialas žemės ūkio politikos formavimui	Per lėtai atnaujinama mokslinė infrastruktūra
Tarpkryptinių tyrimų vykdymas	Informacijos apie darbuotojų pasitenkinimą darbu trūkumas
<b>Išorinės galimybės</b>	<b>Išorinės grėsmės</b>
ES žaliojo kurso strategija	Reikšmingai mažėjantis finansavimas dėl geopolitinės ir ekonominės situacijos
Ryšių su verslu poreikis	Laboratorinių tyrimų daugėjimas, lauko eksperimentų mažėjimas
Tarptautinis bendradarbiavimas	Podoktorantūros stažuočių trūkumas
Stabilūs žemės ūkio ir miškininkystės verslai	Nestabilus projektinis finansavimas
Didėjantis MTEPI finansavimas, ypač tarptautiniu lygmeniu	

Pagal pateiktą SSGG analizę galima daryti išvadą, kad didesnis dėmesys turi būti skiriamas vidinei komunikacijai, padėsiančiai užmegzti glaudesnius tarpusavio santykius įstaigos viduje. Bendradarbiaujant tarpusavyje didėja tikimybė pateikti konkurencingus projektus šalies ir tarptautiniu mastu. Darbo aplinka patenkinti mokslo darbuotojai pritrauks daugiau potencialių doktorantūros studentų, padėsiančių išlaikyti reikiamą mokslo darbuotojų skaičių.

### 3. LAMMC pagrindiniai viešinimo tikslai:

1. Įstaigos darbuotojų motyvavimas, lojalumo stiprinimas ir naujų žmogiškųjų išteklių pritraukimas.
2. Tarpinstitucinio bendradarbiavimo plėtra.
3. Doktorantūros studijų, praktikos vietų pasirinkimo skatinimas.
4. LAMMC paslaugų ir produktų žinomumo bei 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 teorinės, jos skirtos plačiai taikyti ir žemės bei miškų ūkio praktikoje.

### 5. Visuomenė

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

## 5. Informacijos kanalų analizė

LAMMC daugiausia informacijos skelbia tinklalapyje [www.lammc.lt](http://www.lammc.lt). Nors 2022 m. tinklalapio lankytojų buvo daugelyje pasaulio šalių (1 paveikslas), bet jų daugiausia yra iš Lietuvos (82 proc.), Kinijos (5,7 proc.) ir Pakistano (2,1 proc.) (remiantis *Google Analytics* sausio–lapkričio mėn. duomenimis)\*. Ši statistika rodo tarptautiškumo plėtros būtinybę, daugiau informacijos turi būti skelbiama anglų kalba, kad tinklapis būtų labiau lankomas užsienio šalyse.

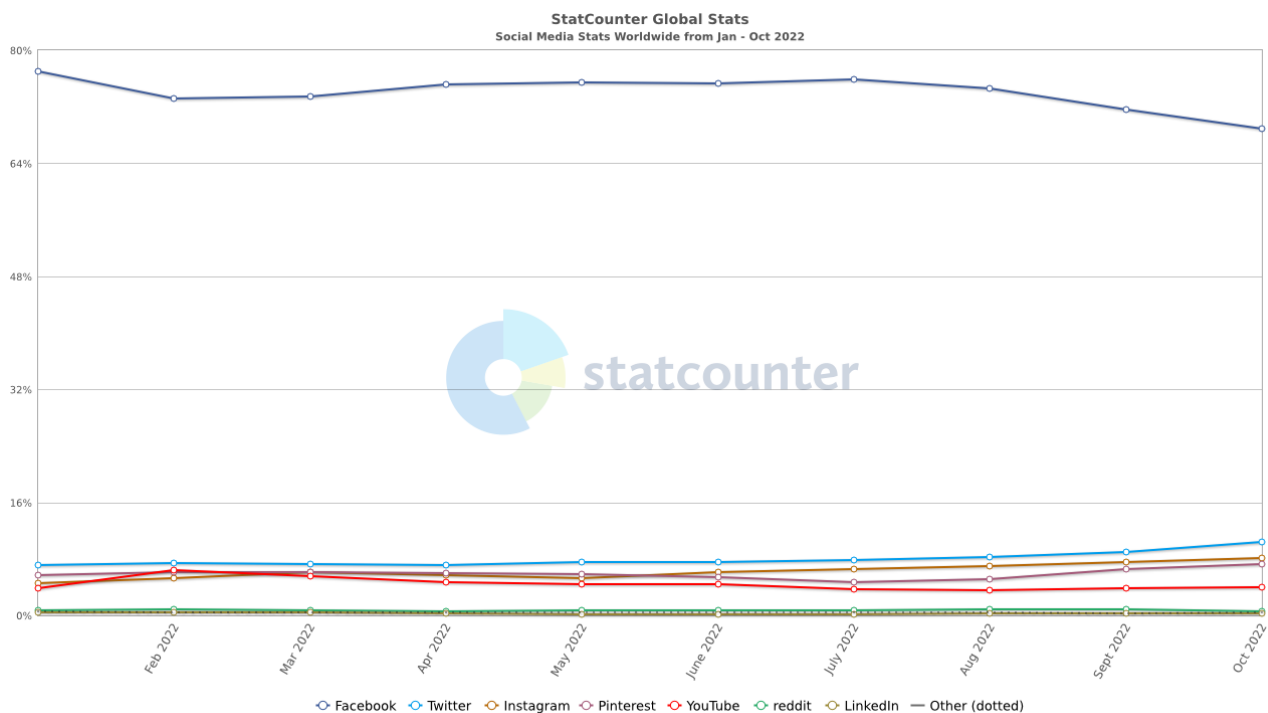


**1 paveikslas.** LAMMC tinklalapio lankymas pasaulyje

(*Google Analytics* duomenimis)

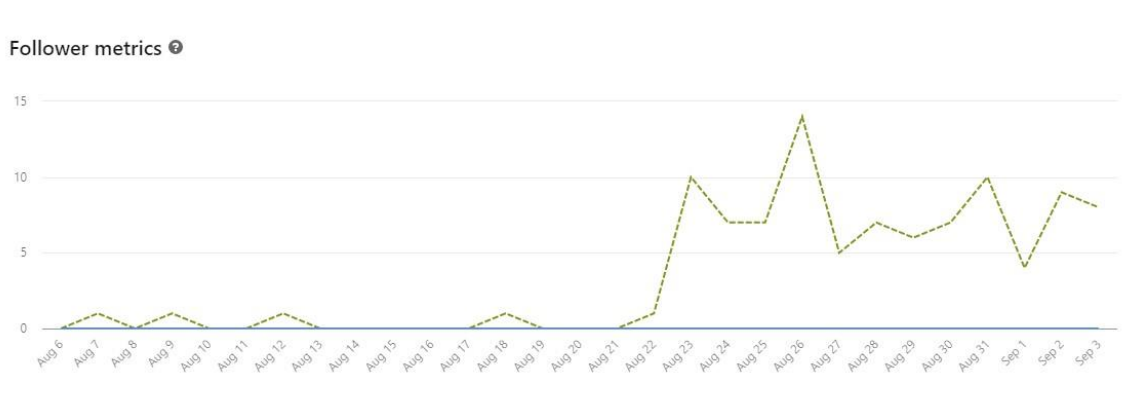
\* – atsižvelgiant į BDAR, matoma informacija tik tų lankytojų, kurie sutinka su statistiniais slapukais tinklalapyje.

LAMMC naudojami socialiniai tinklai *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *LinkedIn*, platforma *YouTube*. Pagrindinis 2021–2022 m. LAMMC naudotas socialinis tinklas buvo *Facebook*. Remiantis 2022 m. lapkričio mėnesio duomenimis, šis socialinis tinklas, nepaisant techninių trikdžių ir duomenų apsaugos spragų, vis dar yra labiausiai naudojamas socialinis tinklas Lietuvoje (2 paveikslas).



**2 paveikslas.** Socialinių tinklų populiarumas Lietuvoje  
(interneto srauto analizės svetainės *statcounter.com* duomenimis)

2023–2024 m. dėl galimo *Facebook* tinklo populiarumo mažėjimo planuojamas didesnis informacijos paskirstymas *Facebook* ir *LinkedIn*. Būtent *LinkedIn* svarbus dėl galimybės pritraukti partnerių, potencialių darbuotojų, studentų. Pavyzdžiui, 2022 m. doktorantų priėmimo laikotarpiu pastebėtas itin padidėjęs *LinkedIn* lankomumas (3 paveikslas) leidžia daryti išvadą, kad šis tinklas vis labiau turėtų būti naudojamas doktorantams pritraukti.



**3 paveikslas.** Naujų sekėjų skaičius *LinkedIn* socialiniame tinkle

Kiti socialiniai tinklai būtų naudojami konkrečioms tikslams: *Youtube* (dėl galimybės studentus ir ūkininkus sudominti vaizdo įrašais), *Instagram* (populiarus tarp jaunesnės auditorijos atstovų, studentų), *Twitter* (dėl informacijos sklaidos mokslo bendruomenėje).

*Twitter* socialiniame tinkle informacija skelbiama tik anglų kalba, *LinkedIn* daugiausia anglų kalba, apie svarbius nacionalinius LAMMC renginius – lietuvių kalba, kituose tinkluose – lietuvių kalba.

Daugiau dėmesio planuojama skirti veiklai viešinti ne LAMMC komunikacijos kanaluose – pavyzdžiui, partnerių socialiniuose tinkluose, ypač prieš didesnius LAMMC renginius, ir išorinėje žiniasklaidoje. Straipsniai žiniasklaidoje bus viešinami ir tiesiogiai kreipiantis į redakcijas, prireikus ir naudojantis BNS, ELTA naujienų agentūrų ir *Zen PR* sistemos paslaugomis. Papildomai ir vidinei, ir išorinei komunikacijai bus pasitelktas 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, LinkedIn</i> )	Įdomūs faktai, mokslininkų patarimai arba skiltis susipažinkime (naujų doktorantų, skyrių vedėjų pristatymas); LAMMC pasiekimai (veislės, nauji projektai, apdovanojimai ir kt.); straipsniai su aukštu (didesniu nei 5) citavimo indeksu; dalijimasis aktualiais darbuotojų įrašais, susijusiais su darbo pasiekimais.	Kartą per mėnesį pristatomas bent vienas darbuotojas, įdomus faktas arba patarimas; pagal situaciją skelbiama informacija apie straipsnius su aukštais citavimo indeksais	
		Elektroninis paštas	Naujienlaiškis apie svarbiausius ketvirčio įvykius, kitus pasiekimus	Naujienlaiškis kartą per ketvirtį	
		Renginiai	Kalėdiniai, sporto, aktyvios veiklos ir kiti renginiai	Pagal poreikį ir finansines galimybes	
		Apklausa	Darbuotojų pasitenkinimo darbu apklausa/tyrimas	Kartą per metus	
		Išvažiuojamieji susitikimai	Periodiškai organizuojami išvažiuojamieji susitikimai/pasitarimai su nutolusių padalinių darbuotojais	Kartą per ketvirtį	
Plėsti bendradarbiavimo su nacionalinėmis ir tarptautinėmis mokslo	Mokslo ir verslo partneriai	Socialiniai tinklai ( <i>Facebook, Twitter, LinkedIn</i> )	Įrašai apie naujus projektus; įrašai apie partnerius	Kaskart, pasirašius naujus arba įgyvendinus svarbius tarptautinius projektus; kartą per ketvirtį parengti įrašą apie verslo ar mokslo partnerius	Per metus bent po 2 naujus mokslo ir verslo partnerius

organizacijomis bei institucijomis tinklą		Reprezentacinė atributika	Vizitinės kortelės ir kt. (pagal poreikį)	Įteikiama per susitikimus su verslo ar mokslo partneriais	
		Partnerių tinklalapiai (pvz., VDU, FTMC, LEI, <i>RTO Lithuania</i> , ir kitų mokslo bei studijų institucijų)	Spaudos pranešimai apie būsimus arba praėjusius renginius, bendrų projektų rezultatus	Bent 4 kartus per metus	
		Konferencijos, seminarai (jei nuotoliniai ir yra įrašomi, skelbiami platformoje <i>Youtube</i> )	Sausio mėnesį mokslinė konferencija, kovo mėnesį Žemės diena skirta konferencija ir kiti renginiai	Vieną kartą per metus ataskaitinė konferencija ir Žemės diena skirta konferencija	
		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 žmogiškuosius išteklius, reikalingus LAMMC veiklai vykdyti ir plėsti	Studentai	Tinklalapis	
Socialiniai tinklai ( <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> , <i>LinkedIn</i> )	Vaizdo įrašai apie LAMMC; nuotraukos iš LAMMC veiklos; kvietimai studijuoti ir atlikti praktikas	Vienas vaizdo įrašas kartą per pusmetį			
Reklaminė atributika	Skrajutės, rašikliai	Įteikiama per susitikimus su studentais			

		Straipsniai žiniasklaidoje	Studijų reklama žiniasklaidoje	Pagal poreikį prieš doktorantūros konkurso paskelbimą arba konkurso laikotarpiu	
		Parodos ir renginiai	Bent viena virtuali arba 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 ir užmegzti naujus su potencialiais klientais	Žemės ūkio ir miškininkystės paslaugų naudotojai	Tinklapis	Naujienos apie dirvožemio būklę, pradedamą prekybą sėklomis, sodinukais, teikiamas paslaugas ir kt.	Pagal paslaugų/prekių aktualumą, bet ne rečiau kaip kartą per du mėnesius	Paslaugų/prekių įsigijimo augimas
		Socialinis tinklas ( <i>Facebook</i> )	Naujienos apie dirvožemio būklę, pradedamą prekybą sėklomis, sodinukais, teikiamas paslaugas ir kt.	Pagal paslaugų/prekių 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, mokymų organizavimas	Lauko dienos pagal įsipareigojimus vykdant projektus, bent 5 seminarai per metus	
		Radijas	Laida per LRT radiją apie vykdomus tyrimus ir teikiamas paslaugas	Vieną kartą per metus	
Nuolat rinkti, sisteminti ir skelbti visuomenei aktualią informaciją	Visuomenė	Tinklapis	Naujienos apie praėjusius ir būsimus renginius, darbuotojų pasiekimus ir kita aktuali informacija	Po du ir daugiau įrašų per savaitę	Didesnis LAMMC žinomumas visuomenėje, išaugęs tinklalapio ir socialinių tinklų lankomumas
		Socialiniai tinklai ( <i>Facebook, LinkedIn, Instagram</i> )	Įdomūs faktai, mokslininkų patarimai arba skiltis susipažinkime (naujų doktorantų, skyrių vedėjų pristatymas); LAMMC pasiekimai (veislės, nauji projektai ir kt.);	Pagal poreikį pristatomas naujas darbuotojas, įdomus faktas arba patarimas; apdovanojimų, pasiekimų, įrašų žiniasklaidoje paskelbimas;	



		LAMMC veiklos nuotraukos	bent viena nuotrauka per mėnesį
	Leidiniai	Informaciniai leidiniai	Nedideli informaciniai lankstinukai, paslaugų leidiniai, vienas ataskaitinis leidinys

### Komunikacijos strategijos efektyvumo vertinimas

Veikla	Kas bus matuojama	Matavimo įrankis	Siektina vertė
Informacinė veikla, susijusi su renginiais	Dalyvių skaičius	Dalyvių skaičius	Vienas seminaras sudomintų daugiau nei 30 dalyvių, viena konferencija pritrauktų daugiau nei 80 dalyvių
Naujų mokslo žinių sklaida mokslo visuomenei ir tikslinėms grupėms	Renginių skaičius	Tarptautinių ir nacionalinių renginių skaičius	21 11*
Informavimas apie LAMMC socialinėse medijose	Naujų sekėjų skaičius	Įžvalgos <i>Facebook</i> , <i>LinkedIn</i> ir <i>Twitter</i> tinkluose	3000 1000 200*
Padidėjęs doktorantų ir studentų susidomėjimas studijomis ir praktikomis	Stojančiųjų ir praktikantų skaičius	Stojančiųjų ir praktikantų skaičius	Kasmet 30 stojančiųjų studentų, daugiau nei 20 praktikantų
Padidėjęs paslaugų įsigijimo skaičius	Ūkio subjektų skaičius	Sutartys su ūkio subjektais	Kasmet bent 5 nauji ūkio subjektai
Lyčių lygybės užtikrinimas renginiuose**	Dalyvių moterų ir vyrų santykis	Registracija per <i>Google Forms</i> arba pasirašant fiziškai	Bent 40 proc. dalyvių moterų

\* – rodikliai sutampa su LAMMC strategijos įgyvendinimo priemonių planu 2022–2024 m.; \*\* – siekiant užtikrinti Lygių galimybių politiką

## **7. 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), už veiklas, susijusias su vidine komunikacija – ir Teisės ir žmogiškųjų išteklių tarnybos vadovė Jolita Paliulytė, [jolita.paliulyte@lammc.lt](mailto:jolita.paliulyte@lammc.lt).