



Asociacijos LINAVA strategija 2025

VILNIUS

2025

1. Asociacija veiklos apžvalga: SSGG

STIPRYBĖS

1. Stipriausia lobistinė organizacija
2. Turtinga istorija
3. Didžiausia asociacija pagal narių skaičių
4. Reikšmingas narių indėlis BVP
5. Nacionalinis autoritetas – deleguotos Vyriausybės atsakomybės

SILPNYBĖS

1. Prastas įvaizdis dėl buvusių vadovų piktnaudžiavimo
2. Nėra nariams pakankamai paslaugų
3. Sumenkę pajamos dėl pastovių pajamų šaltinių stokos
4. Narių skaičiaus mažėjimas
5. Skirtingi narių interesai
6. Trūksta veiklos tęstinumo
7. Socialinės atsakomybės stoka

GALIMYBĖS

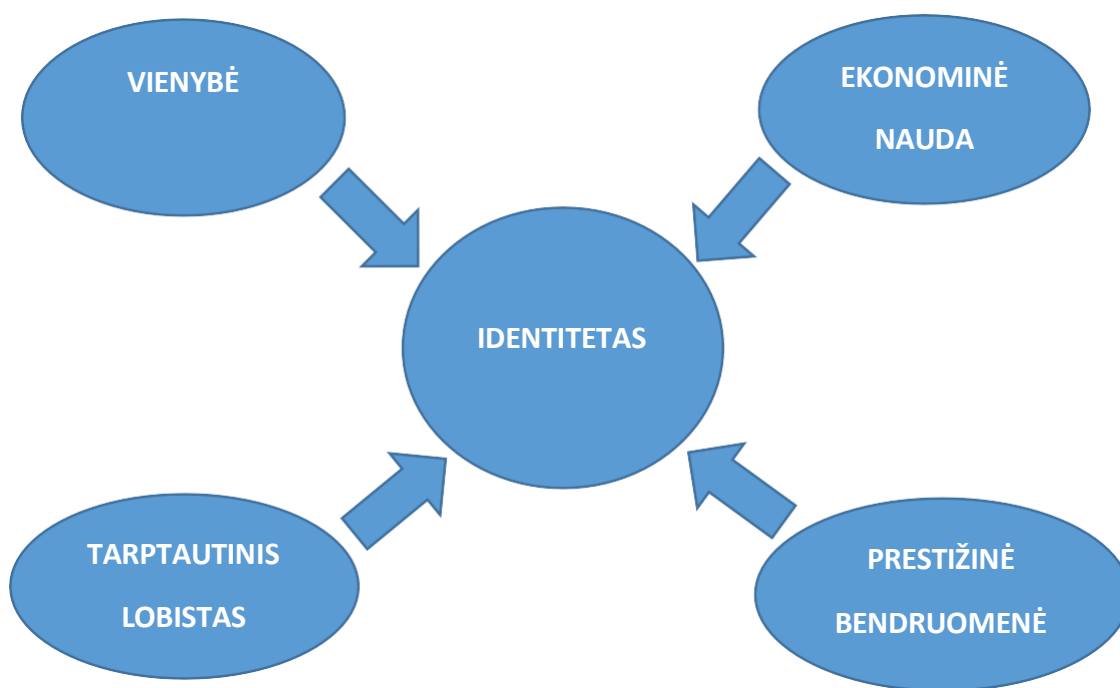
1. Draudimo paslaugų įvedimas
2. Naujų pajamų šaltinių paieška
3. Paslaugų plėtra nariams
4. Lobistinės veiklos stiprinimas
5. Įvaizdžio gerinimas
6. Aplinkosauga
7. Mokymai nariams
8. Paslaugų skaitmeninimas
9. Valdymo gerinimas
10. Bendruomeniškumo stiprinimas

GRĖSMĖS

1. Mobilumo paketas
2. Darbo užmokesčio koeficiento įvedimas
3. Rinkų protekcionizmas
4. Vairuotojų trūkumas
5. Verslo finansavimo sunkumai
6. Konkurencija tarp valstybių
7. Eilės pasienyje
8. Nepakankamas valdžios dėmesys

2. Asociacijos „Linava“ siektinas identitetas

Esminės charakteristikos, su kuriomis turėtų būti siejama ilgalaikė asociacijos „Linava“ veikla ir reputacija.



Identiteto teiginys

Įtakinga ir gerbiama lobistinė organizacija, vienijanti ir atstovaujanti Lietuvos vežėjus nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyje, kurianti reikšmingas ekonomines ir socialines naudas savo nariams.

3. Misija

Asociacija skirta sudaryti jos nariams
kuo palankesnes sąlygas savarankiškai
vystyti ir plėtoti visų rūšių pervežimus.

4. Kuriama vertė

Nariams:

1. Atstovavimas valstybinėse institucijose
2. Teisėkūra – pakomitetis seime
3. Tarptautinis atstovavimas
4. Kolektyvinės ekonominės naudos kūrimas
5. Informavimas
6. Kultūrinė – socialinės vertės
7. Priklausymo bendruomenei prestižas

Darbuotojams:

1. Socialinės garantijos
2. Šilti santykiai
3. Kvalifikacijos kėlimas
4. Motyvacijos sistema
5. Patraukli darbo aplinka
6. Motyvacijos stiprinimas - metiniai pokalbiai

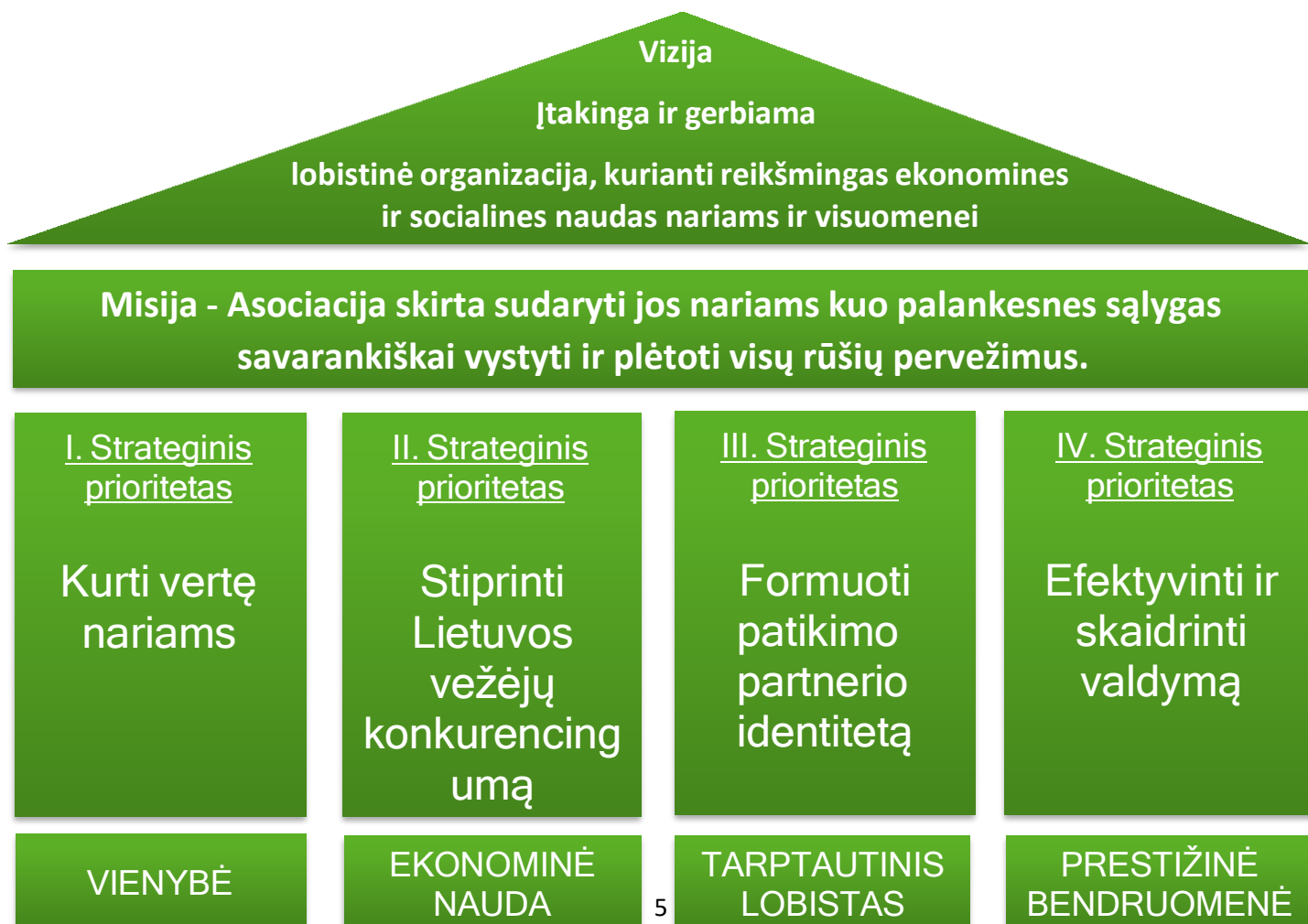
Visuomenei:

1. Socialinės - ekonominės gerovės kūrimas – darbo vietos, BVP
2. Aplinkosauga
3. Teisėkūra
4. Šalies konkurencingumo stiprinimas
5. Edukacija transporto klausimais

5. Strateginiai prioritetai

- I. VERTĖ NARIAMS
- II. TARPTAUTINIS IR NACIONALINIS ATSTOVAVIMAS
- III. PATIKIMAS IDENTITETAS
- IV. SKAIDRUS VALDYMAS

6. Strategijos žemėlapis



7. Strateginiai tikslai ir uždaviniai

Strateginis tikslas	Strateginiai uždaviniai	Rezultatas/ rodiklis
1. Kurti vertę nariams	1.1. Naujos paslaugos - nauji pajamų šaltiniai	Pajamos, mln Eur Pajamų iš nario mokesčio dalis, %
	1.2. Renginiai ir paslaugos nariams	Narių skaičius Narių pasitenkinimas
	1.3. Bendruomeniškumo stiprinimas	Narių įsitraukimas Socialinių veiklų skaičius
2. Stiprinti Lietuvos vežėjų konkurencingumą	2.1. Narių atstovavimas nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyje	Iniciatyvos nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyje
	2.2. Verslo finansavimo gerinimas	Finansinių sąlygų pokyčiai
	2.3. Imigracinių sąlygų lengvinimas	Imigracinių sąlygų pokyčiai
3. Formuoti patikimo partnerio identitetą	3.1. Išorinės komunikacijos gerinimas	Aktyvumas žiniasklaidoje
	3.2. Dėmesys aplinkosaugai	Aplinkosauginės iniciatyvos
	3.3. Narių sėkmių ir socialinių iniciatyvų sklaida	Socialinės iniciatyvos Narių istorijų skaičius žiniasklaidoje
4. Efektyvinti ir skaidrinti valdymą	4.1. Vidinės komunikacijos gerinimas	Narių informuotumo lygis
	4.2. Paslaugų skaitmeninimas	E-paslaugų portalas
	4.3. Valdymo atskaitomybė	Narių pasitikėjimo asociacija lygis

8. Strategijos veiksmų planas

<u>Strateginiai uždaviniai</u>	<u>Rezultatas/ rodiklis</u>	<u>Veiksmų planas 2020</u>	<u>Rezultatas</u>
1.1. Naujos paslaugos - nauji pajamų šaltiniai	Pajamos, mln Eur Pajamų iš nario mokesčio dalis, %	1.1.1. Nario mokesčio didinimas 1.1.2. E-CMR 1.1.3. Skaitmeninių paslaugų platforma 1.1.4. Statistinių apžvalgų pardavimas	1.1.1. Nauja kainodara 1.1.2. Projektas 1.1.3. Pasiūlymai sprendimui 1.1.4. Projektas
1.2. Renginiai ir paslaugos nariams	Narių skaičius Narių pasitenkinimas	1.2.1. Konferencijos ir seminarai 1.2.2. Imigracinio proceso paslaugų teikimas 1.2.3. Atstovybių kūrimas užsienyje	1.2.1. Renginių planas 2020m 1.2.2. Projektas 1.2.3. Konceptija
1.3. Bendruomeniškumo stiprinimas	Narių įsitraukimas Socialinių veiklų skaičius	1.3.1. Aplinkosauginės akcijos 1.3.2. Aplinkos tvarkymo akcijos 1.3.3. Šauktinių lavinimas E ir D vairavimo kategorijoms gauti	1.3.1. Iniciatyvų planas 2020m 1.3.2. Iniciatyvų planas 2020m 1.3.3. Projektas

<u>Strateginiai uždaviniai</u>	<u>Rezultatas/ rodiklis</u>	<u>Veiksmų planas 2020</u>	<u>Rezultatas</u>
2.1. Narių atstovavimas nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyje	Iniciatyvos nacionaliniame ir tarptautiniame lygmenyje	2.1.1. Stipresnė partnerystė su LPK 2.1.2. Partnerystė su kitų šalių vežėjų asociacijomis 2.1.3. Bendradarbiavimas su Vyriausybe 2.1.4. Aktyvi komunikacija žiniasklaidoje 2.1.5. Bendradarbiavimas su politikais, palankiais vežėjams	2.1.1. Klausimų, remiamų LPK, planas 2.1.2. Partnerystės projektas 2.1.3. Klausimų, adresuojamų Vyriausbei, planas 2.1.4. Komunikacijos planas 2.1.5. Bendradarbiavimo planas
2.2. Verslo finansavimo gerinimas	Finansinių sąlygų pokyčiai	2.2.1. Verslo finansavimo problematikos viešinimas 2.2.2. Verslo iškėlimo į užsienį atvejų viešinimas	2.2.1. Problematikos viešinimo planas 2.2.2. Viešinimo planas
2.3. Imigracinių sąlygų lengvinimas	Imigracinių sąlygų pokyčiai	2.3.1. Lobistinė veikla imigracijos sąlygų lengvinimui 2.3.2. Derybos dėl DU koeficiento	2.3.1. Lobistinės veiklos planas 2.3.2. DU koeficiento problematikos pokyčio planas

<u>Strateginiai uždaviniai</u>	<u>Rezultatas/ rodiklis</u>	<u>Veiksmų planas 2020</u>	<u>Rezultatas</u>
3.1. Išorinės komunikacijos gerinimas	Aktyvumas žiniasklaidoje	3.1.1. Pagrindinės sklaidos temos: Transporto problematika; Sektoriaus tarptautinės tendencijos; Narių sėkmės istorijos...	3.1.1. Komunikacijos planas
3.2. Dėmesys aplinkosaugai	Aplinkosauginės iniciatyvos	3.2.1. Transporto sektoriaus aplinkosauginiai pasiekimai 3.2.2. Naujų automobilių įsigijimo skatinimo lobizmas	3.2.1. Komunikacijos planas 3.2.2. Naujų automobilių įsigijimo skatinimo veiksmų planas
3.3. Narių sėkmių ir socialinių iniciatyvų sklaida	Socialinės iniciatyvos Narių istorijų skaičius žiniasklaidoje	3.3.1. Narių socialinės veiklos 3.3.2. Narių verslų sėkmės 3.3.3. Šeimų verlų istorijos 3.3.4. Vairuotojo profesijos viešinimas	3.3.1/2/3 Informacijos rinkimo iš narių rinkimo ir viešinimo planas 3.3.4. Komunikacijos planas

<u>Strateginiai uždaviniai</u>	<u>Rezultatas/ rodiklis</u>	<u>Veiksmų planas 2020</u>	<u>Rezultatas</u>
4.1. Vidinės komunikacijos gerinimas	Narių informuotumo lygis	4.1.1. Naujienlaiškis nariams 4.1.2. Sekretoriato darbo rezultatų viešinimas	4.1.1. Naujienlaiškio koncepcija 4.1.2. Viešinimo projektas
4.2. Paslaugų skaitmeninimas	E-paslaugų portalas	4.2.1. Paslaugų teikimo skaitmeninė platforma 4.2.2. Asociacijos internetinio puslapio gerinimas	4.2.1. Pasiūlymai sprendimui 4.2.2. Pasiūlymai atnaujinimui
4.3. Valdymo atskaitomybė	Narių pasitikėjimo asociacija lygis	4.3.1. Narių įsitraukimo kongrese gerinimas 4.3.2. Narių atsakomybės stiprinimas 4.3.3. Prezidiumo veiklos gerinimas 4.3.4. Prezidiumo reputacijos gerinimas 4.3.5. Sekretoriato atsakomybė ir atskaitomybė	4.3.1. Įstatų pakeičio pasiūlymai 4.3.2.1. E-balsavimo projektas; 4.3.2.2. Etikos kodeksas 4.3.2.3. Kongreso veiklos reglamentas 4.3.3.1. Prezidiumo rinkimo tvarkos projektas 4.3.3.2. Prezidiumo veiklos reglamentas 4.3.4. Kandidatų į Prezidiumą reikalavimų kompetencijai ir reputacijai projektas 4.3.5.1. Sekretoriato struktūros pakeičio projektas 4.3.5.2. Sekretoriato veiklos planas 2020 4.3.5.3. Sekretoriato veiklos atskaitomybės ir rezultatų sklaidos projektas

