



«Lietpratīga pārvaldība un Latvijas pašvaldību veikspējas uzlabošana»

Pašvaldības Izglītības Attīstības Stratēģija kā pašvaldības attīstības stratēģijas sastāvdaļa

Pašvaldību izglītības un kultūras tīkls (T4-1)

Ināra Dundure

2015.23.04.

Mārketingu definē kā sabiedrisku procesu, kas virzīts uz cilvēka (grupas) vajadzību un vēlmju apmierināšanu ar darba produktu radīšanas un maiņas starpniecību. (Kotlers, 1992)

Kā viena no īsākajām mārketinga definīcijām „**mārketings ir peļņu nesoša vajadzību apmierināšana**” (Kotlers 2006).

- ražošanas filozofija;
- produkta filozofija;
- pārdošanas filozofija;
- mārketinga nodaļu (departamentu) filozofija;
- mārketinga koncepcijas filozofija;
- sociālā mārketinga filozofija (Sandhusen 1993, Kotler 2006).

- 1. Produkts (product),**
- 2. Cena (price),**
- 3. Vieta (place),**
- 4. Izplatīšana jeb virzīšana tirgū (promotion).**

4P = 4C

1. Produkts (product)

2. Cena (price)

3. Vieta (place)

**4. Izplatīšana
(promotion)**

**1. Patērētāja risinājums
(customer solution)**

**2. Patērētāja izmaksas
(customer cost)**

3. Ērtība (convenience)

**4. Komunikācija
(communication)**

1. Mārketinga veidi pēc mārketinga objekta

2. Mārketinga veidi pēc mārketinga darbību rakstura:

- Reagējošais mārketings;
- Prognozējošais mārketings;
- Radošais mārketings.

Skolas mārketinga matrica

Lietotāju grupa	Iedzīvotāji		Pedagogi	???????
	Vecāki	Bērni		
Mārketinga darbības				
Skola kā produkts				
Skolas cena				
Skolas sasniedzamība				
Skolas virzīšana tirgū				

Svarīgi izprast

- 1. Katras lietotāju grupas nozīmi skolai un tās attīstībai;**
- 2. Kas ir skola kā produkts un tās cena katrai lietotāju grupai;**
- 3. Kā pašvaldība var ietekmēt skolas kā produkta pilnveidošanu,**
- 4. Sasniedzamības uzlabošanu un cenas veidošanu;**

Stratēģijas definīcija un izstrādes nepieciešamība

Stratēģija ir loģisku, integrējošu un sabalansētu lēmumu sistēma. Stratēģija ir kaut kas vairāk nekā tas, ko organizācija struktūra (pārvaldes, institūcija u.c.) ir nodomājusi vai plāno darīt, tā ir tas, ko organizācija patiesībā dara. Kāpēc izstrādā stratēģiju?:

- **Lai noteiktu procesus, kas būtiski jāmaina.**
- **Lai risinātu specifiskas problēmas.**
- **Lai izdzīvotu.**
- **Lai uzlabotu darbību un sasniegumus.**
- **Lai noteiktu sabiedrības (iedzīvotāju, klientu) vajadzības un mainītu pakalpojumus.**
- **Lai reorganizētu institūciju.**

Stratēģijas izstrādes procesa uzdevumi

- 1. Panākt vienprātību par prioritātēm;**
- 2. Panākt vienprātību par darbības plānu;**
- 3. Novērtēt iespējas;**
- 4. Piešķirt resursus.**

Plānošanas dokumenta (stratēģijas kā plānošanas dokumenta) izstrādes uzdevumi ir:

- 1. Formulēt nodomus;**
- 2. Formulēt sasniedzamos rezultātus;**
- 3. Noteikt īstenošanai atvēlētos resursus un laika grafiku.**

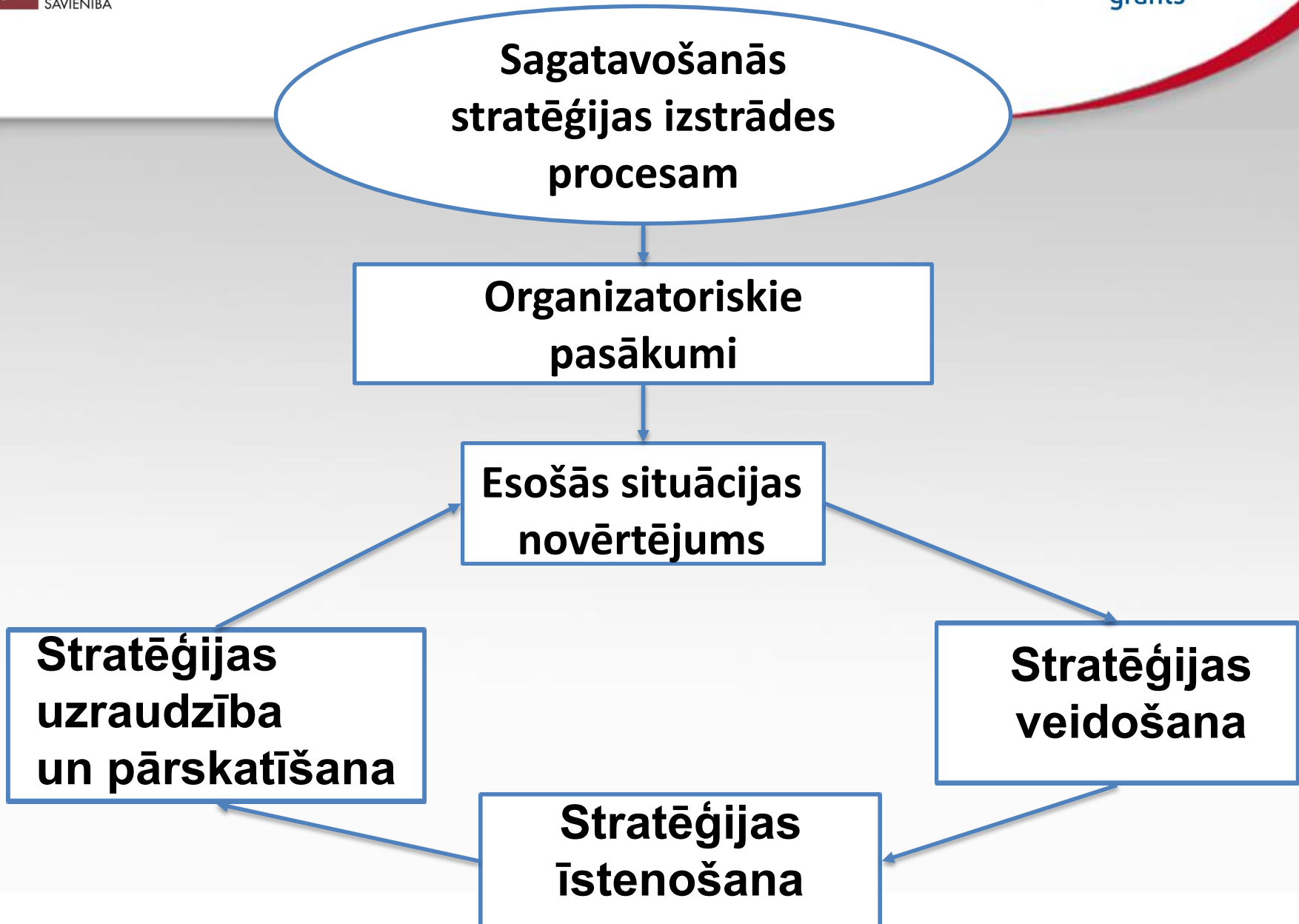
1. Esošās situācijas novērtējums;
2. Vīzija / virsmērķis;
3. Mērķi;
4. Uzdevumi (rīcības virzieni);
5. Īstenošanas un uzraudzības mehānisms.

jāizvēlas:

- vai ir viena kopīga visas pašvaldības aptveroša stratēģija, vai katrai grupai sava stratēģija, vai izmantots kāds grupu apvienojums;

- 1. Organizatorisko pasākumu veikšana**
- 2. Esošās situācijas novērtējums**
- 3. Stratēģijas veidošana**
- 4. Stratēģijas īstenošana**
- 5. Stratēģijas uzraudzība un pārskatīšana**

Stratēģijas izstrādes process



- **stratēģijas izstrādē veicamie uzdevumi un pasākumi;**
- **Siesaistītās puses un to pienākumi, uzdevumi;**
- **Stratēģijas izstrādes organizatoriskā struktūra;**
- **Stratēģijas izstrādes laika grafiks;**
- **Stratēģijas izstrādei nepieciešamie resursi, t.sk. finansējums;**

Ārējās vides un tās ietekmes faktoru apzināšana, analīze un prognozēšana, gan iekšējo attīstības faktoru apzināšana un analīze.

Viena no biežāk izmantotajām situācijas analīzes metodēm ir **SWOT jeb SVID** stipro pušu, vājo pušu, iespēju un draudu analīze.

jānovērtē gan makrovides faktori:

- kā demogrāfiskie, ekonomiskie, politiski juridiskie, tehnoloģiskie un sociāli kulturālie faktori, gan arī lietotāji un konkurenti.

Turpmākās analīzes ietvaros jāskatās patērētāju (skolēnu, vecāku, pedagogu) vajadzības

- sfēra, kura visvairāk jāietekmē, un tad jāveic tirgus iespēju analīze, lielāku uzmanību pievēršot priekšrocībām.

Pamatjautājumi, kas, balstoties uz esošās situācijas novērtējumu, **ir jānosaka** stratēģijas veidošanas posmā ir:

1. Kādu iztēlojamies nākotnes situāciju?
2. Ko vēlamies sasniegt?
3. Kā to panākt?

Šajā stratēģijas izstrādes posmā iesaistītajām pusēm jāvienojas par:

- **Vīziju**
- **Mērķiem**
- **Uzdevumiem.**

Vīzija; Mērķi

„Kādu vēlamies redzēt nākotni?”. Vīzija ir virsmērķis, ko vēlamies sasniegt.

Mērķi izriet no esošās situācijas novērtējuma, tie bieži ir saistīti ar risināmajām problēmām. **Ir jāatbilst šādām prasībām:**

- Mērķiem jābūt konkrētiem un specifiskiem.
- Mērķiem jābūt sasniedzamiem un reāliem.
- Mērķiem jābūt mērāmiem un izmērāmiem.
- Mērķiem jānosaka to sasniegšanas termiņš, tiem ir jābūt laikā ierobežotiem.
- Mērķiem jābūt elastīgiem. Izvirzot mērķus, jāparedz iespēja tos operatīvi korigēt un mainīt.

- Nosakot mērķus, jāformulē uzdevumi (pasākumi), kā tos var sasniegt.
- Jānosaka, kas ir jāizdara, lai sasniegtu svarīgākos mērķus vai, kas ir jādara, lai atrisinātu būtiskākās problēmas.

Rezultatīvie rādītāji (indikatori) apraksta mērķus (uzdevumus) izmērāmos lielumos. Rezultatīvie rādītāji ir uzraudzības sistēmas pamats. Formulējot rezultatīvo rādītājus, jābūt skaidriem informācijas avotiem, kuri nepieciešami, lai pārliccinātos par sasniegto:

- kāda informācija pieejama;
- kādā veidā tā iegūstama;
- kam jānodrošina informācija;
- vai informācija pieejama jau esošajos avotos (statistika, pārskati) vai informācija ir ticama un aktuāla;
- vai nepieciešama īpaša datu vākšana;
- vai ieguvums attaisno izmaksas (cik dārgas metodes plānots izmantot).

Stratēģijas īstenošanai nepieciešams veikt šādus soļus:

- 1. Vispusīga ieviešanas plāna (rīcības programmas) jeb taktiskā līmeņa plāna izstrādāšana;**
- 2. Darbs pie projektu datu bāzes;**
- 3. Atbilstošu resursu nodrošināšana.**

Uzraudzība un pārskatīšana

Lai īstenotu uzraudzību un izvērtēšanu, nepieciešams noteikt ne tikai rezultātos rādītājus, bet arī kārtību, kādā uzraudzības un izvērtēšanas process notiks, citiem vārdiem sakot,

Jānosaka:

- kas,
- kam,
- par ko un
- kādā veidā atskaitās.

Organizācijas (skolas) vērtību veidošanas process



STRATĒĢISKIE REZULTĀTI

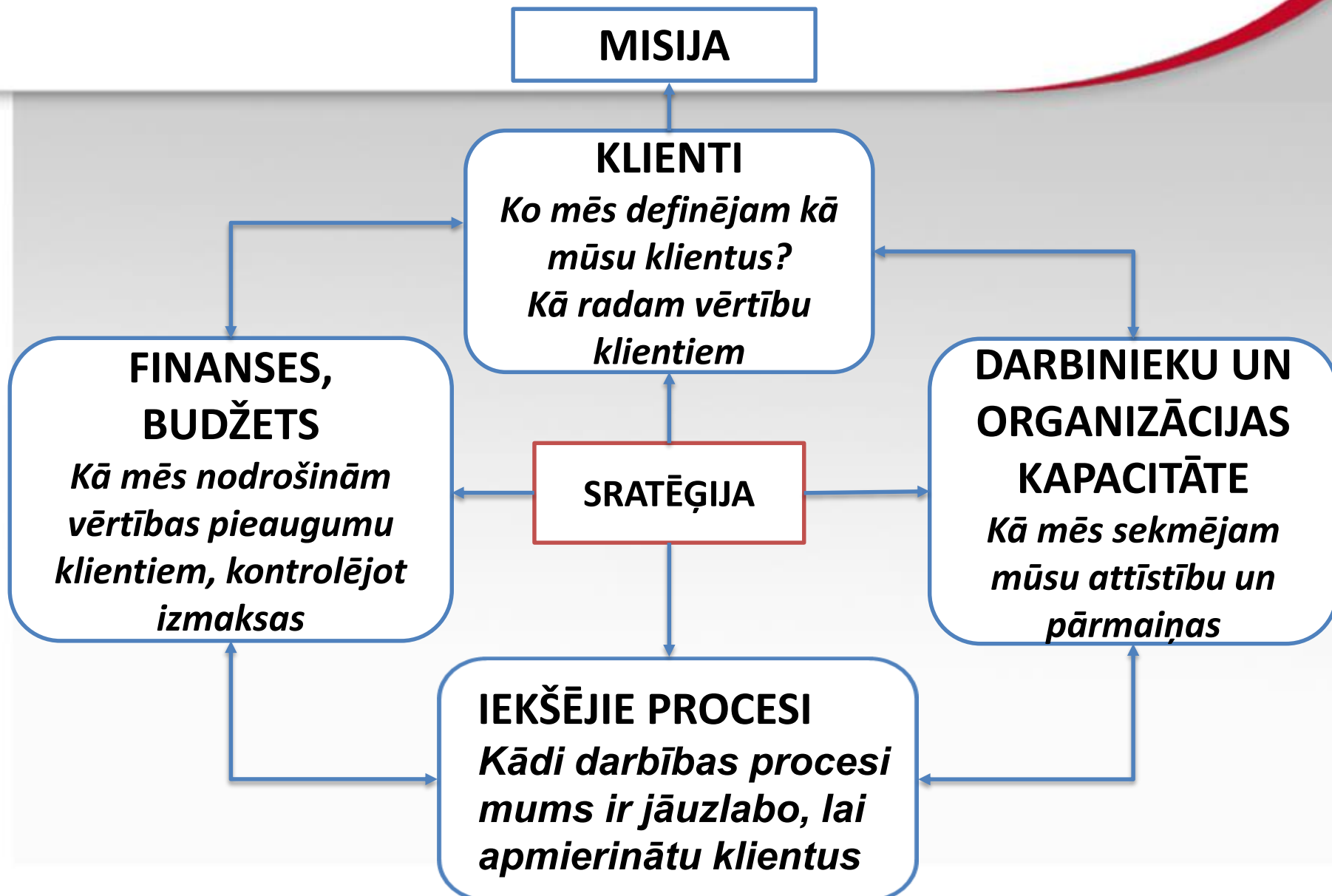
Motivēti un
sagatavoti
darbinieki

Apmierinātas
pašvaldības

Apmierināti
klienti

Racionāli un
iedarbīgi procesi

Līdzsvarotā vadības karte



Viedokļu sadalījums par apstākļiem, kas kavē labi veikt darba pienākumus

1. Iestādei ir definēta misija, un darb. par to ir informēts.
2. Ir definēti iestādes mērķi, un darb. par tiem ir informēts.
3. Darbinieks izprot iestādes mērķus un uzdevumus.
4. Iestādei ir izstrādāta darbības stratēģija, un darbinieks par to ir informēts.
5. Darbinieks skaidri izprot sava amata mērķus.
6. Darba pienākumi atbilst amata aprakstā minētajiem mērķiem.
7. Darb. apzinās amata mērķu saistību ar iestādes mērķiem.

Atbilžu varianti: Jā; Nē; Nezinu. Apkopojuma tabula

Rindu %	Neskaidri amata mērķi	Neskaidri darba pienākumi	Darbam nepieciešamās informācijas trūkums	Zināšanu trūkums	Motivācijas trūkums	Cits variants
---------	-----------------------	---------------------------	---	------------------	---------------------	---------------

Apmierinātība ar darbinieka iespējām ietekmēt iestādē pieņemto lēmumu saturu

1. Cik lielā mērā Jūs esat informēts/a par lēmumiem, kuri tiek pieņemti iestādē ?

Atbilžu varianti:

- 1. Esmu informēts/ta tikai par lēmumiem pie kuriem strādāju***
- 2. Esmu informēts/ta par lēmumiem, kuri ietilpst manā kompetences sfērā***
- 3. Esmu informēts/ta par visiem iestādē pieņemtajiem lēmumiem***

2. Vai Jūs piekrītat lēmumiem, kuri tiek pieņemti iestādē ?

Atbilžu varianti:

- 1.Nekad; 2.Nē; 3.Biežāk nē; 4.Biežāk jā;5. Jā; 6.Vienmēr.***

Apmierinātība ar darbinieka iespējām ietekmēt iestādē pieņemto lēmumu saturu

3. Kādas ir Jūsu reālās iespējas ietekmēt iestādē pieņemto lēmumu saturu ?

Atbilžu varianti:

1.Niecīgas; 2.Mazas;3.Nelielas; 4.iespējas ir; 5.Pietiekamas; 6.Ļoti lielas

4. Vai Jūs apmierina pašreizējos apstākļos nodrošinātā iespēja izteikt savas domas un uzskatus profesionālajos un darba jautājumos ?

Atbilžu varianti:

1.Nekad; 2.Nē; 3.Biežāk nē; 4.Biežāk jā; 5.Jā; 6.Vienmēr.

Cik lielā mērā mācībās iegūtās zināšanas un prasmes tiek izmantotas darbā

1. Kādas ir Jūsu iespējas pilnveidot sevi nepieciešamajās jomās iestādes, pašvaldības, ministrijas vai citas organizācijas organizētajosursos un apmācībās?

Atbilžu varianti:

- 1. Iespējas ir atkarīgas no manas iniciatīvas;***
- 2. Iespējas ir atkarīgas no mana tiešā vadītāja;***
- 3. Iespējas ir atkarīgas no pašvaldības;***
- 4. Mācības ir tikai izredzētajiem;***
- 5. Iespējas ir atkarīgas no iestādes (pašvaldības) budžeta;***
- 6. Cits variants***

Cik lielā mērā mācībās iegūtās zināšanas un prasmes tiek izmantotas darbā

2. Kādā veidā tiek noteiktas Jūsu mācību vajadzības?

Atbilžu varianti:

- 1. Pārrunāju mācību vajadzības ar tiešo vadītāju;***
- 2. Ar darbinieku aptauju palīdzību;***
- 3. Saskaņā ar darba novērtēšanas rezultātiem;***
- 4. Saskaņā ar jauniem darba pienākumiem;***
- 5. Saskaņā ar jaunām darba procedūrām;***
- 6. Saskaņā ar personiskās karjeras plānu iestādē, pašvaldībā;***
- 7. Cita variants.***



Paldies par uzmanību!