

NFI projekta
***“Lietpratīga pārvaldība un Latvijas
pašvaldību veikspējas uzlabošana” T1 tīkla***
sanāksme Valmierā 27.10.2015.

LPS
27.10.2015.

Mārketinga stratēģijas izstrādes etapi

- 1) analizētas stiprās un vājās īpašības, tai skaitā esošie un trūkstošie resursi,
- 2) analizētas iespējas un draudi. Analizēti konkurenti un sabiedrotie,
- 3) sastādīta vīzija, kas raksturo iecerēto sasniedzamo stāvokli noteiktā laikā,
- 4) formulēta misija – izvēlētā organizācijas “sūtība”, veids kā nonākt no esošā stāvokļa iecerētajā stāvoklī,
- 5) analizēti faktori, kas sekmē vai kavē misijas veikšanu,
- 6) no daudziem faktoriem tiek izdalīti daži svarīgākie, kuriem ir vislielākais iespaids uz tā ietekme,
- 7) formulēti mērķi, kuru tuvināšana visvairāk ietekmē vīzijas / misijas izpildi,
- 8) analizēti faktori, kas sekmē vai kavē mērķu tuvināšanu,
- 9) no faktoriem tiek izdalīti svarīgākie, kuriem ir vislielākā ietekme uz mērķiem,
- 10) tiek sastādīta rīcības programma mērķu sasniegšanai**, kas sastāv no konkrētām veicamajām darbībām izvēlēto svarīgāko faktoru izmaiņai,
- 11) tiek izveidota organizācijas struktūra, kas piemērota darbu izpildei un rezultātu mērīšanai.

Mārketinga stratēģijā izvirzītie mērķi

- Izejas punkts mērķu noteikšanā ir faktoru analīze. Jāizvēlas būtiskākie faktori, kas visvairāk ietekmē vīzijas / misijas tuvināšanu.
- Atbilde uz jautājumu – kā pašvaldībai ietekmēt būtisko (-os) faktoru (-us), no kura (-iem) galvenokārt atkarīga vīzijas / misijas tuvināšana, ir mērķa noteikšanas būtība.
- Mērķiem jābūt elastīgiem, ir jāparedz iespēja tos koriģēt un mainīt, ja nepieciešams operatīvi un elastīgi reaģēt uz situācijas izmaiņām.
- Mārketinga stratēģijas mērķi nevar būt pretrunā ar citos pašvaldības plānošanas dokumentos izvirzītajiem mērķiem.
- Mērķa sasniegšanai sastāda rīcības programmu, kuras sekmes raksturo mērķa tuvināšana – rezultātu rādītāji.

Mārketinga stratēģijā izvirzītie mērķi un to rezultatīvie rādītāji

Mērķi		Rādītāji	
S	Skaidri un konkrēti (Specific)	➤ Izpildes rādītāji (output)	Kvalitatīvi vai kvantitatīvi raksturo pašvaldības politikas īstenošanu
M	Izmērāmi (Measurable)	➤ Rezultātu rādītāji (outcome)	
A	Sasniedzami (Achievable)		
R	Nozīmīgi (Relevant)	➤ Ietekmes rādītāji (impact)	
T	Ierobežoti laikā (Time-Bound)		

- Izpildes rādītāji raksturo pašvaldības uzdevumu izpildi;
- Rezultātu rādītāji raksturo pašvaldības mērķu tuvināšanu;
- Ietekmes rādītāji raksturo pašvaldības vīzijas tuvināšanu (misijas izpildi)

Mērķiem jābūt	<i>Jautājumi, uz kuriem jāatbild:</i>
skaidriem un konkrētiem	<i>Ko vēlamies sasniegt? Kāds būs pašvaldības ieguvums?</i> <i>Kādā veidā tiks sasniegts mērķis?</i> <i>Kādas struktūrvienības / kuri darbinieki tiks iesaistīti mērķa sasniegšanā un kurš būs atbildīgs par rezultātu?</i> <i>Cik ilgā laikā mērķis tiks sasniegts?</i> <i>Kādi resursi (cilvēkresursi, finanšu resursi u.c.) vajadzīgi, lai izvirzīto mērķi sasniegtu?</i>
izmērāmiem	<i>Kā zināsim, ka mērķis ir sasniegts? Kā zināsim, ka tuvojamies mērķim?</i> <i>Kā sapratīsim, ka mērķis var netikt sasniegts?</i>
sasniedzamiem	<i>Vai mērķis ir reāli piepildāms?</i> <i>Vai mērķa sasniegšanu kontrolē pati pašvaldība?</i>
nozīmīgiem	<i>Vai izvirzītais mērķis ir nozīmīgs pašvaldībai?</i>
ierobežotiem laikā	<i>Kad tiks uzsākta mērķa īstenošana?</i> <i>Kad (kādā laika posmā) mērķis tiks sasniegts?</i>

PRECĪZA MĒRĶU UN UZDEVUMU FORMULĒŠANA IR VEIKSMĪGA MĀRKETINGA PLĀNA PRIEKŠNOSACĪJUMS

Palielināt pašvaldībā deklarēto darbaspējas vecuma iedzīvotāju skaitu

Palielināt pašvaldībā deklarēto darbaspējas vecuma iedzīvotāju skaitu
par 10%

**Piecu gadu laikā – līdz 2020.gadam – palielināt pašvaldībā
deklarēto darbaspējas vecuma iedzīvotāju skaitu par 10%**

1. Mērķis, uzdevums
2. Pasākums (rīcība)
3. Nepieciešamais finansējums
4. Finansējuma avoti
5. Atbildīgā struktūrvienība
6. Līdzatbildīgās struktūrvienības
7. Pasākuma sākuma un beigu datums
8. Sasniedzamie rezultāti

[illegible]

Paldies par uzmanību!