



Finanšu ministrija

NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA

Eiropas Savienības
struktūrfondi un
Kohēzijas fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

IEPIRKUMA

**TIEŠSAISTĒ ESOŠĀS ES FONDU INFORMĀCIJAS SATURA UN
WWW.ESFONDI.LV PĀRLŪKOŠANAS STATISTIKAS ANALĪZE**

GALA NODEVUMS

Izpildītājs: SIA “Cube Aģentūra”

Rīga 2018

Saturs

1. Terminu skaidrojums	3
2. Izmantotās metodikas apraksts	4
3. Satura izpētes un mājaslapas statistikas analīzes kopskats.....	5
4. Darba grupu un amatpersonu interviju kopsavilkumi	9
5. Analīzes secinājumi un ieteikumi turpmākai esfondi.lv attīstībai	13
6. Jautājumi lietotāju intervijām.....	14
7. Anotācija.....	16

1. Terminu skaidrojums

- **Patens** – ieradumu raksturs.
- **CFLA** – Centrālā finanšu un līgumu aģentūra.
- **web** – tīmeklis.
- **Interakcijas** – mijiedarbības

2. Izmantotās metodikas apraksts

Lai veiktu visaptverošu analīzi par esfondi.lv esošo saturu, tā pārļūkošanas statistiku un informācijas meklēšanu tiešsaistē tika izmantotas sekojošas metodes:

1. Intervijas ar ES fondu vadību;
2. Diskusijas darba grupās;
3. Mājaslapas statistikas analīze.

Detalizētāk aprakstīta katra metode, kā veikta analīze un izmantotās metodes pamatojums.

Intervijas ar ES fondu vadību - Vadības intervijas ir saruna bez stingri definēta plāna, kas norisinās ar projektā ieinteresētajām amatpersonām. Tās laikā tiek uzdoti jautājumi par projekta mērķiem, auditoriju, problēmām, vēlmēm, ierobežojumiem, bažām un realizēšanā iesaistīto komandu. Interviju mērķis ir precizēt darba uzdevumu un noskaidrot pieņēmumus, viedokļus un risināmās problēmas, kā arī to plašāku kontekstu. Šo sarunu rezultāts var tikt izmantots kā pamats tālākai izpētei. Nodevums: Sarunu kopsavilkums.

Diskusijas darba grupās - Šī tikšanās ir saruna bez stingri definēta plāna, kas norisinās ar amatpersonām, kas ir kompetentas par lapā izvietoto saturu. Tās laikā tiek uzdoti jautājumi, lai precizētu lapas saturu, tā izcelsmi, izvietošanas mērķus un problēmas. Interviju mērķis ir precizēt darba uzdevumu saistībā ar lapā atspoguļojamo saturu. Šo sarunu rezultāts var tikt izmantots kā pamats tālākai izpētei. Nodevums: Sarunu kopsavilkums.

Mājaslapas statistikas analīze - Mājas lapas analītikas pētījums ir lapas apmeklējumu datu vākšana, apkopošana un analīze izmantojot web analītikas rīkus. Web analītikas rīki ļauj izmērīt, cik lielā mērā lapa atbilst tās mērķiem, palīdz saprast, kur tā klibo un kāpēc. Analītika parāda apmeklējumu tendences un ļauj saskatīt lietotāju uzvedības paternus jeb tendences — palīdz labāk saprast lietotājus. Nodevums: Atskaite ar datu analīzē gūtām atziņām kopā ar rekomendācijām uzlabojumiem un/vai idejām turpmākiem pētījumiem.

3. Satura izpētes un mājaslapas statistikas analīzes kopskats

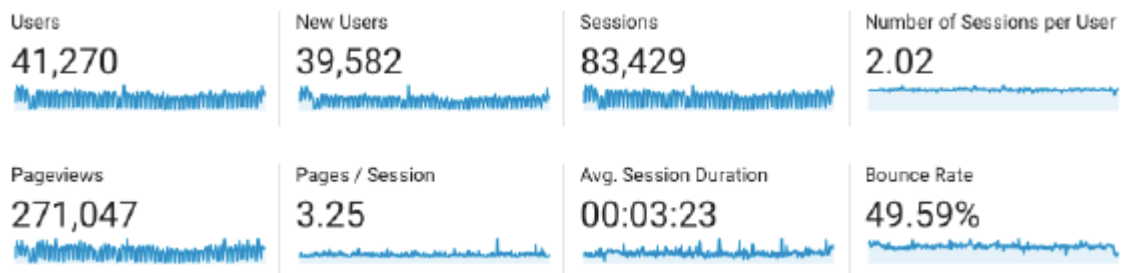
Audita metodika. Mājas lapas datu analīzei tika izmantoti Google Analytics (GA) dati dažādos laika periodos. Datu interpretāciju un analīzi veica pieredzējis datu analīzes speciālists, balstoties uz pieredzi un salīdzinājumu ar Latvijas interneta lapu vidējo statistiku.

Izmantotie audita laika periodi. Analīzei tika izmantoti dažādi laika periodi, kas skaidrojams ar dažādu datu pieejamību dažādos periodos. Apmeklējuma un satura statistikai tika izmantoti pēdējo 12 mēnešu dati (2017. gada 1. decembris līdz 2018.gada 30. novembrim), savukārt lietotāja uzvedībai un profilam periods no 2018. gada 24. novembra līdz 9.decembrim.

Auditā tika aplūkotas šobrīd esošās lapas - mobilā versija - <http://m.esfondi.lv> un pilnā versiju <http://www.esfondi.lv>, tā kā mobilajai versijai GA ir pieslēgts salīdzinoši nesen, kas nedod pilnu ieskatu par lietotāju uzvedību. Auditā tiek izmantoti tikai pilnās versijas dati.

Galvenie lapas rādītāji.

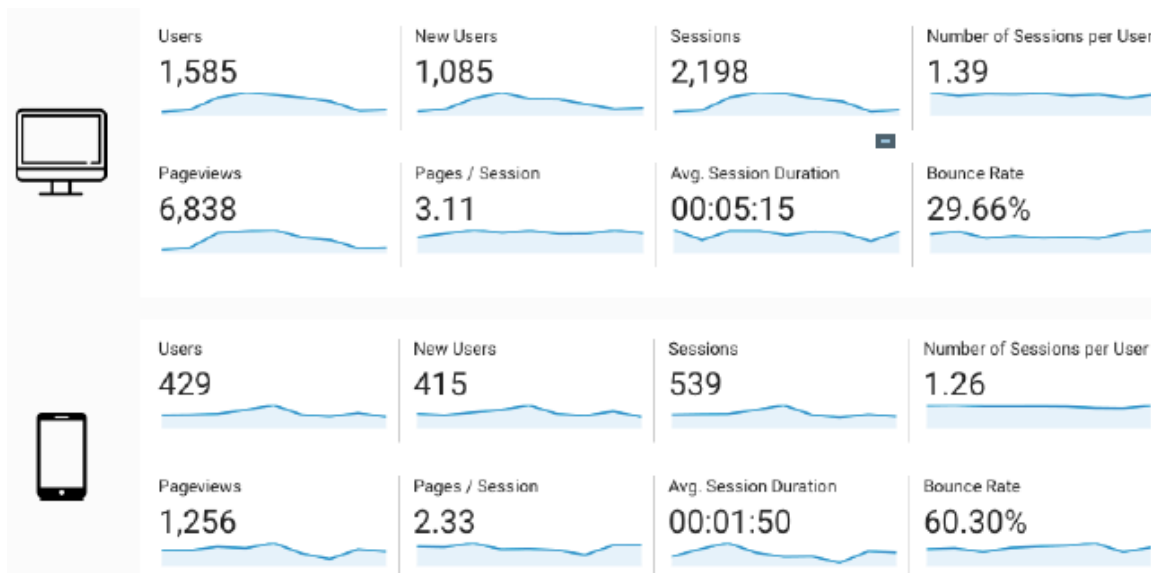
Gada laikā lapu ir apmeklējuši vairāk nekā 41 tūkstotis unikāli lietotāji vidēji katrs divas reizes, kas rezultējas vairāk nekā 83 tūkstošos apmeklējumu, kas liek secināt, ka tēma ir aktuāla un pieprasīta (skat. Attēls Nr.1). Bounce rate jeb atlēcienu rādītājs ir gandrīz 50%, kas vērtējams kā ļoti augsts, t.i. katrs otrais apmeklētājs apskatīja tikai vienu lapu. Lapai izteikts apmeklējums darba dienās.



Attēls Nr.1
(Periods: 2017. gada 1. decembris - 2018. gada 30. novembris)

Apmeklētāju ierīces.

Tā kā šobrīd nav pieejama pilnīga informācija, par mobilās versijas lapas apmeklējumu, pēc esošajiem datiem tiek secināts, ka lietotāji pārsvarā izmanto galda datoru mājaslapas apmeklējumā. (skat Attēls Nr.2)



*Attēls Nr.2
(Periods: 2018. gada 1.-9. decembris)*

Demogrāfiskie dati un auditorijas intereses.

Google Analytics sniedz daļēju ieskatu lapas apmeklētāju demogrāfijā - lielākā apmeklētāju daļa ir 25-34 gadus vecas sievietes. Šī auditorija ir raksturīga daudzām interneta lapām. Pēc interesēm, kādas tiek identificētas mājaslapas apmeklētājiem uzmanība jāpievērš izglītības nozares darbiniekiem, studentiem, nekustamā īpašuma jomai, biznesa un finanšu konsultantiem, nodarbinātības jomai. (Plašāka informācija par demogrāfiskajiem datiem, auditorijas interesēm, meklējuma avotiem pieejami pievienotajā PDF prezentācijā, kurā ir apkopoti iegūtie rezultāti).

Lietotāju uzvedības izpēte mājaslapā.

Google produktos tika uzstādīti papildus parametri, lai labāk izprastu lietotāju uzvedību. Precīzi reģistrējot interakcijas, ir samazinājies bounce rate, kas liek secināt, ka iepriekš daļa no klikšķiem netika uzskaitīti. Tāpat ir palielinājies apmeklējuma laiks. Nepieciešama tālāka GA konfigurācija, lai izslēgtu robotu apmeklējumus. Iespēju robežās jāsadala GA skati (views), lai izslēgtu apmeklējumu no FM un citām iestādēm, kuras var uzskatīt par tiešā veidā iesaistītiem.

Izmantotie atslēgas vārdi Google

Lai veiktu izpēti par to, kā patreiz mājaslapa tiek atrasta tīmeklī tika pievienots papildus rīks Google Search Console, kas dod daļēju ieskatu atslēgas vārdos. Kā redzams (skat. Attēls Nr.3), galvenokārt izmantotie atslēgas vārdi saistās ar "es fondi" un neparādās atbalsta meklējumi

konkrētām nozarēm vai arī esfondi.lv lapa neparādās meklēšanas rezultātos konkrētām nozarēm. Jāveic padziļinātu atslēgas vārdu izpēte.

atslēgas vārds	klikšķi	impresijas	CTR
es fondi	29	54	54%
esfondi	19	27	70%
eiropas projekti	6	29	21%
eraf logo	5	27	19%
eiropas savienības projekti	5	6	83%
eraf	4	177	2%
eiropas fondi	4	18	22%
nacionālais attīstības plāns 2020 logo	3	12	25%
esf logo	3	7	43%
fondi	2	9	22%
es projekti	2	5	40%
eiropas sociālais fonds logo	2	4	50%
es māja	1	139	1%
nva projekti	1	14	7%
eiropas fondi jaunajiem uzņēmējiem	1	12	8%
eiropas savienības fondi	1	7	14%
eiropas finansējums jaunajiem uzņēmējiem	1	5	20%
eiropas finansējums lauku tūrismam 2018	1	4	25%

*Attēls Nr.3
(Periods: pēdējie trīs mēneši)
Avots: Google Search Console*

Meklēšana mājaslapā

Tikai 105 no 4246 apmeklējumiem tika izmantots lapas meklētājs. 2,5% ir augstāks rādītājs kā citās interneta lapās, taču joprojām meklētāja izmantošana lapās nav lietotājiem raksturīga darbība. Pārējie lietotāja uzvedības dati (apskatītās lapas, apmeklējuma ilgums) liecina, ka vajadzīgo informāciju neizdevās atrast ilgu laiku. Lapas meklētājā izmantotie atslēgas vārdi neļauj saskatīt tendences, tie ir ļoti dažādi un specifiski, gandrīz neatkārtojās. (skat. Attēls Nr.4)

Izmantojot atslēgas vārdus, kuri nav lapas saturā, rezultātu lapa ir tukša. Šādos gadījumos ir lietotājam ir jāpiedāvā galvenās sadaļas, līdzīgi kā 404 lapā.

Search Term	Total Unique Searches	Results Pageviews / Search	% Search Exits
	162 % of Total: 100.00% (162)	1.49 Avg for View: 1.49 (0.00%)	18.52% Avg for View: 18.52% (0.00%)
1. evalua	3 (1.85%)	5.67	33.33%
2. liepāja	3 (1.85%)	2.67	33.33%
3. saules paneļi	3 (1.85%)	1.00	0.00%
4. aktuālie projekti	2 (1.23%)	1.00	100.00%
5. funkciju un procedūru apraksts	2 (1.23%)	1.00	0.00%
6. kohēzijas	2 (1.23%)	1.50	0.00%
7. logo	2 (1.23%)	1.00	0.00%
8. Mazo lauksaimnieku atbalsts	2 (1.23%)	1.00	50.00%
9. mežsaimniecības kooperatīv	2 (1.23%)	1.00	50.00%
10. rādītāji	2 (1.23%)	1.00	0.00%
11. rādītāju pasēs	2 (1.23%)	1.00	0.00%
12. "orkla foods latvija"	1 (0.62%)	2.00	0.00%
13. "vadlīnijas projektu risku pārvaldībai"	1 (0.62%)	1.00	100.00%
14. 10.1 vadlīnijas	1 (0.62%)	1.00	0.00%
15. 2.5.	1 (0.62%)	1.00	0.00%
16. 2.5. vadlīnijas	1 (0.62%)	2.00	0.00%

Attēls Nr.4
(Periods: 2018. gada 24. novembris - 9. decembris)

4. Darba grupu un amatpersonu interviju kopsavilkumi

Intervija ar Diānu Rancāni un Solveigu Ozolu

Mērķauditorijas:

- Projektu īstenotāji – tiem galvenais resurss ir CFLA;
- Plašāka sabiedrība – varētu interesēties par rezultātiem un rādītājiem;
- Politikas veidotāji – ministrijas, aģentūras, uzraugošās iestādes. Varētu interesēt uzraudzības komitejas dokumentu portfelis. Specifiska auditorija/pētnieki – kam interesē izvērtēt specifiskus rezultātus;
- Mediji – kāds progress sarunās, aktuālie, vēsturiskie dati.

Situācija:

- Satura uzsvāri ir sezonāli - sākumā plānošana, tad finansējuma piešķiršana, tad uzraudzība;
- Galvenie uzsvāri šajā plānošanas periodā ir uzraudzība, ziņas sabiedrībai. Galvenie uzsvāri nākamajā plānošanas periodā – regulas, nostājas, ziņas par aktualitātēm attiecībā uz nākamo periodu;
- 2019. gada vidū varētu būt skaidrība par nākamo periodu. 2020. gadā sāktos lielāka aktivitāte;
- Saturu veido daudzi eksperti vairākās struktūrvienībās, saturu strukturē un ievieto lapā 2 cilvēki;
- Politikas veidotāji ir zinoši par saturu, procesiem, terminoloģiju. Ministrijām labāk izdodas komunikācija par jomām;
- Plašāka sabiedrība uz lapu tiek virzīta ar komunikācijas kampaņām;
- Iespējams, citi detalizētie dokumenti, kā finanšu tabulas jāvietoj vienotā vietnē, šobrīd tie atrodas gan SharePoint, gan esfondi.lv mājas lapā.

Problēmas:

- Saturs dublējas ar CFLA un atbildīgo iestāžu mājaslapām;

- Lapa ir apaugusi ar informāciju, daudz tabulu;
- Rezultātu sadaļa nav pasniegta sabiedrībai skatāmā veidā.

Vēlmes:

- Interesanti, lietotāji ērti var atrast to, pēc kā atnākuši;
- Ierosinājums skaidri nodalīt lietotājus – institūcijas no pārējās sabiedrības;
- Vēlme panākt, lai lapa un tās saturs ir sabiedrībai draudzīgi;
- Vēlme sabiedrībai domātos vispārējos datus attēlot automātiski ģenerētās infografikās.

Izaicinājumi:

- Lai būtu disciplinēts un skaidrs saturs;
- Radīt lapu, kas ir saprotama un ērta;
- Tehniskās integrācijas ar citiem servisiem, lapām.

Kā vērtēs rezultātu:

- Atsauksmes no uzraugošajām iestādēm;
- Lietotāju aptaujas;
- Vēlamies būt iesaistītas starpnodevumu prezentācijās.

Intervija ar Armandu Eberhardu un Edgaru Šadri

Mērķauditorijas:

- Sabiedrība kopumā, kam vajadzīga virspusīga informācija par to, kas notiek;
- Potenciālie finansējuma saņēmēji, kurus vajadzētu novirzīt uz konsultantu.

Situācija:

- Projektu īstenotājiem viss vajadzīgais ir CFLA lapā;
- Jautājumos par naudas izlietojumu interesē visi/dažādi periodi;
- Pavisam ir 5 plānošanas cikli. Var būt vajadzīga informācija par visiem cikliem;
- Par plānošanu un finansējumu informāciju meklēs nākotnes kontekstā.

Problēmas:

- Procesā vēlamies saprast, cik samērīgi ir uzturēt informāciju potenciālajiem projektu īstenotājiem;
- Šobrīd tā īsti nav skaidrs, kas lapu skatās;
- Apgrūtināta informācijas ievietošana, šobrīd tā tiek sagatavota pēc ES fondu iekšējās struktūras, nevis lietotāju vajadzībām.

Vēlmes:

- Vēlamies nonākt pie labāka, efektīvāka rīka klientiem;
- Sniegt objektīvu info sabiedrībai par to kas notiek ar ES fondiem;
- “Efektīva meklētāja funkcija” ir prioritāte;
- Lapai jābūt viegli uzturamai. Uzturamajam informācijas apjomam jābūt samērīgam;
- Komunikācijas departamentam vajadzētu spēt pārvaldīt lapas saturu;
- Lapai jābūt efektīvai, intuitīvai un modernai;
- Vēlme rādīt sabiedrībai datus dalītus par reģioniem un vispārējos rezultātus. Sniegt priekšstatu sabiedrībai – ko mēs darām, kāds ir progress, labā pieredze.

Diskusija darba grupās

Mājas lapas mērķis un vispārējie uzstādījumi:

- Mērķis ir veidot esfondi.lv mājas lapu kā centrālo informācijas avotu un izvairīties no dublētas informācijas citās interneta vietnēs;
- Eiropas Komisijas uzstādījums ir, ka dalībvalstī nepieciešama vienota platforma, kur lietotājam vērsties saistībā ar ES fondiem;
- ES fondu mājas lapā nav tiešā veidā domāta finansējumu saņēmējiem, tam ir paredzēta CFLA mājas lapas funkcija. Fondu mājas lapas funkcija ir vairāk informatīva;
- Mērķis ir izveidot vienotu principu satura pasniegšanai (esošajā mājas lapā ir informācija un saite uz citu mājas lapu, kur informācija tiek atspoguļota citādi un lietotāji apjūk);
- Vēlētos ierosinājumus, kā organizēt SharePoint (Uzraudzības komitejas e-portfelis) dokumentu krātuvi;

- Vēlme mājas lapā izvietot realizēto projektu veiksmes stāstus un piemērus, kā arī veiksmīgu projektu meklētāju ar karti.

Mājas lapas saturs:

- Izmantotā terminoloģija mājas lapā tiek regulēta, taču ir iespēja lietot saīsinātos nosaukumus, kuri lietotājiem būtu potenciāli vieglāk uztverami;
- Pēc normatīvajiem aktiem ir regulēts, kas ir obligāti publicējamās satura vienības. Ir satura vienības, kuras tiek publicētas pēc pašu iniciatīvas. Piemēram, sadaļai “Izvērtēšana” ir obligāta satura vienība, kurā tiek ievietoti pētījumi atbilstoši regulas prasībām. Sadaļa “Revīzija” ir obligāta satura vienība, kas jāpublisko mājas lapā;
- Sadaļā “Vadlīnijas” šobrīd tiek izvietota informācija PDF formātā. Šo sadaļu eksperti uzskata par ērti lietojamu, taču PDF formātu labprāt aizstātu ar web bāzētu risinājumu.
- Sadaļa #Cohesion30 ir kampaņas sadaļa, kas tiek izveidota 1x gadā. Tajā tiek izvietots saturs sabiedrības informēšanai par ES fondiem;
- Sadaļa “Citas programmas” – lietotājs tiek informēts par citām finansējuma iegūšanas iespējām/ iestādēm.

Problēmas:

- Mājas lapā ir grūti atrast nepieciešamo informāciju;
- Grūtības ir atrast plānošanas dokumentus un e-portfeli;
- Izvietotie dokumenti SharePoint ir nepārskatāmi un sadrumstaloti, meklēšana iespējama pēc datuma, taču, ja datums nav zināms, tad atrast sagādā grūtības;
- Šobrīd mājas lapā nav pieejami dati reģionālā griezumā, kas interesētu pašvaldības par piešķirto finansējuma apmēru katrā pašvaldībā;
- Visa informācija šobrīd tiek glabāta MS Excel dokumentos.

5. Analīzes secinājumi un ieteikumi turpmākai esfondi.lv attīstībai

Veicot mājaslapas analīzi, tikai iegūti sekojoši secinājumi un ieteikumi turpmākajai esfondi.lv mājaslapas attīstībai.

- Lapai ir salīdzinoši liels apmeklējums, kas norāda uz ES fondu aktualitāti;
- Lapa galvenokārt tiek skatīta datoros un darbdienās;
- “Kas meklē, tas atrod” – neskatoties uz lielo informācijas apjomu, daudzām sadaļām ir liels skatījumu skaits un skrollēšanas dziļums;
- Būtiski jāuzlabo lapas un satura atrāšanās Google meklētājā, jāveido strukturēti sitelinks;
- Jāturpina sekot bounce rate izmaiņām, lai novērtētu lapas kopējo efektivitāti un uzlabotu konkrētas sadaļas;
- Esošajā lapā nepastāv lapas satura koks, kas būtiski apgrūtina nepieciešamās informācijas atrašanu, kā arī lapas datu analīzi un izpratni par lietotāju ceļiem;
- Jāizvēlas “dažas” galvenās nosēšanās lapas, kur katra ir optimizēta Google meklētājam un kā tālākā satura rādītājs, lai palīdzētu apmeklētājam atrast nepieciešamo;
- Nav pamatojuma izmantot divas lapas versijas – pilnā un mobilā –, jāveido vienu responsīva lapa, kuru var izmantot visos ekrānu izmēros;
- Jāuzlabo lapā esošais meklētājs vai jāveido jauns, taču nevar paļauties, ka lietotāji to izmantos un tas spēj aizstāt saprotamu navigāciju;
- Lapas saišu nosaukumi (URL) neatbilst konkrēto lapu nosaukumiem (page title);
- Dokumentācija un atskaites ir svarīga satura sastāvdaļa un tai ir pastāvīga auditorija;
- Sākulapā jāveido satura navigācija, kas apmeklētājam ļauj viegli saprast tālāko ceļu - par fondiem / pirms projekta / projekta laikā / dokumentācija / kontakti;
- Jāveic padziļināta atslēgas vārdu izpēte satura uzlabošanai;
- Populārākajās lapās jāveicina lietotāja tālākas darbības (call-to-action);
- Pievienot https drošības sertifikātu;
- Google Analytics konta konfigurēšanas, mērķu uzstādīšana.

6. Jautājumi lietotāju intervijām

Uz intervijām tiek aicināti produkta auditorijas segmentiem atbilstoši lietotāji. Intervija ir saruna bez stingri definēta plāna, kas norisinās viens pret vienu. Lietotājam tiek uzdoti atvērta tipa jautājumi par viņu dzīvesveidu, paradumiem, kāda ir produkta loma viņu dzīvē.

Intervijās gūtā informācija ļauj izveidot precīzākus lietotāju profilus, kas ir pamats turpmākiem lēmumiem mājaslapas izstrādē. Jūs saņemsiet kopsavilkumu ar biežāk pieminētajām tēmām un lietotāju komentāriem.

Kopā paredzētas 15 intervijas.

Ierosinām tās sadalīt piecās mērķauditorijās:

Pirmā mērķauditorija - Finansējuma meklētāji (3 respondenti)

- Kā jūs meklējat finansējumu savam projektam?
- Ko Jūs zināt par ES fondiem?
- Kā jūs vēlētos, lai informācija par ES fondiem tiktu pasniegta mājaslapā?
- Kā Jūs reaģētu, ja informācija par finansējuma iespējām būtu citas iestādes lapā uz kuru Jūs tiktu novirzīts/a no ES fondu lapas?

Otrā mērķauditorija - Projekta īstenotāji (3 respondenti)

- Kāda saistība Jums ir ar ES fondiem?
- Kādiem mērķiem esat lietojis ES fondu mājaslapu?
- Ko vēlētos tur redzēt, kas šobrīd tur nav?
- Kas mājas lapā neapmierina/mulsina?
- Kā Jūs reaģētu, ja visa informācija par projekta īstenošanu atrastos CFLA lapā?
- Vai esat meklējis informāciju atbildīgo iestāžu (ministriju vai Valsts kancelejas) mājaslapās?

Trešā mērķauditorija - Sabiedrība (3 respondenti)

- Ko Jūs zināt par ES fondiem?
- Kādos gadījumos esat saskāries ar nepieciešamību pēc informācijas par ES fondiem?
- Kur jūs meklētu informāciju par jums interesējošo tēmu?

- Kā jūs vēlētos, lai šī informācija tiktu pasniegta mājaslapā?

Ceturrtā mērķauditorija - Politikas veidotāji (3 respondenti)

- Kāda saistība Jums ir ar ES fondiem?
- Kādos gadījumos esat saskāries ar nepieciešamību pēc informācijas par ES fondiem?
- Kādiem mērķiem esat lietojis ES fondu mājaslapu?
- Ko vēlētos tur redzēt, kas šobrīd tur nav?
- Kas mājas lapā neapmierina/mulsina?

Piektā mērķauditorija - Mediji, pētniecība (3 respondenti)

- Ko Jūs zināt par ES fondiem?
- Kādos gadījumos esat saskāries ar nepieciešamību pēc informācijas par ES fondiem?
- Ko sagaidāt no ES fondu mājaslapas?
- Kas mājas lapā neapmierina/mulsina?

7. Anotācija

Anotācija pētījumam Tiešsaistē esošās ES fondu informācijas satura un www.esfondi.lv pārlūkošanas statistikas analīze

(pētījuma nosaukums)

Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti latviešu valodā	Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti angļu valodā
<p>Pētījuma mērķis ir precizēt mājas lapas pārveides darba uzdevumu un noskaidrot pieņēmumus, viedokļus un risināmās problēmas, kā arī to plašāku kontekstu. Sekundārs mērķis ir noskaidrot mājas lapas mērķauditorijas un pieņēmumus attiecībā uz tām, lai pēcāk veiktu to padziļinātu izpēti.</p> <p>Pētījums tika veikts trīs posmos. Pirmajā posmā tika iepazīts mājas lapas saturs, otrajā posmā tika veiktas intervijas ar iestādes vadību un trešajā posmā tika veikts mājas lapas analītikas pētījums.</p> <p>Galvenie rezultāti – mājas lapai ir vairākas auditorijas (5), kas ir diezgan atšķirīgas pēc savām interesēm attiecībā uz saturu.</p>	<p>The primary aim of the research is to clarify the website's re-development tasks and clear up the assumptions, opinions and problems to-be-solved in a broader scope. The secondary aim is to provide a clear description of the website's target audience and the regarding presumptions in order to dive into a deeper analysis of it. The research was divided into three phases. During the first phase, the website's content was explored. The second phase was comprised out of interviews with the institution's management. Finally, the third phase was for the website's analytical investigation. Main conclusions: the website has a number of target audiences (5), which differ from each other greatly, when it comes to their interests and expectations towards the content.</p>
Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas	Esfondi.lv saturs, mājaslapas pārlūkošanas statistika, informācijas meklēšana tiešsaistē par ES fondiem, mājaslapas lietojamība
Pētījuma pasūtītājs	Latvijas Republikas Finanšu ministrija
Pētījuma īstenotājs	SIA "CUBE Aģentūra"
Pētījuma īstenošanas gads	2018
Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots	2 555,00
Pētījuma klasifikācija*	Padziļinātas ekspertīzes pētījumi
Politikas joma, nozare**	Ārvalstu finanšu instrumentu ieviešana, Eiropas Savienības fondi un citi ārvalstu finanšu instrumenti

Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums (visa Latvija vai noteikts reģions/novads)	Visa Latvija
Pētījuma mērķa grupa/-as (piemēram, Latvijas iedzīvotāji darbaspējas vecumā)	ES fondu vadība, eksperti un mājaslapas apmeklētāji
Pētījumā izmantotās metodes pēc informācijas ieguves veida:	
1) tiesību aktu vai politikas plānošanas dokumentu analīze	N/A
2) statistikas datu analīze	Google Analytics, Google Search Console
3) esošo pētījumu datu sekundārā analīze	N/A
4) padziļināto/ekspertu interviju veikšana un analīze	ES fondu vadības intervijas
5) fokusa grupu diskusiju veikšana un analīze	ES fondu mājaslapas satura ekspertu fokusa grupas diskusijas
6) gadījumu izpēte	N/A
7) kvantitatīvās aptaujas veikšana un datu analīze	N/A
8) citas metodes (norādīt, kādas)	N/A
Kvantitatīvās pētījuma metodes (ja attiecināms):	N/A
1) aptaujas izlases metode	
2) aptaujāto/anketēto respondentu/vienību skaits	
Kvalitatīvās pētījuma metodes (ja attiecināms):	
1) padziļināto/ekspertu interviju skaits (ja attiecināms)	4 intervijas
2) fokusa grupu diskusiju skaits (ja attiecināms)	3 diskusijas
Izmantotās analīzes grupas (griezumi)	Esfondi.lv lietotāju dzimums, vecums, intereses
Pētījuma pasūtītāja kontaktinformācija	Finanšu ministrijas Komunikācijas departamenta vecākā eksperte Lauma Silakaktiņa, tālr. (+371) 67095656, e-pasts: lauma.silakaktina@fm.gov.lv
Pētījuma autori*** (autortiesību subjekti)	Mārcis Miķelsons-Germs, Kārlis Smiltens, Ilze Tenase, Līga Rolava