



LATVIJAS REPUBLIKAS
FINANŠU MINISTRIJA

NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA

Eiropas Savienības
struktūrfondi un
Kohēzijas fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

“Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda 2014. – 2020. gada plānošanas perioda komunikācijas stratēģijas 2015. – 2023. gadam ieviešanas efektivitātes vidusposma (*mid-term*) izvērtējums”

Iepirkuma identifikācijas numurs – FM2019/55 (TP KOM)

2020.gada 21.maijā



Izvērtējuma uzdevumi

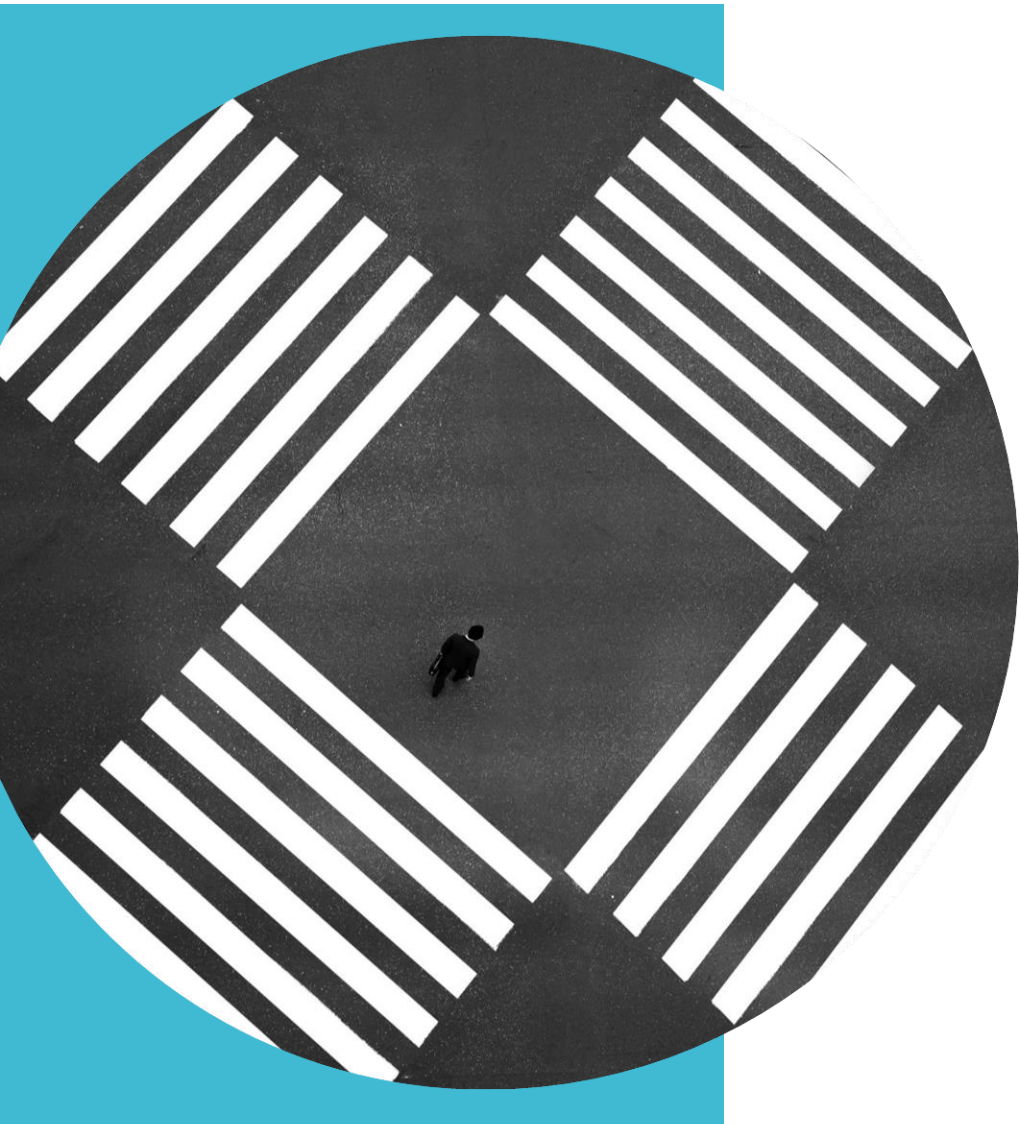
Izvērtēt komunikācijas pasākumu efektivitāti un lietderību

Izvērtēt vadības un koordinācijas efektivitāti

Izvērtēt komunikācijas pasākumu kvalitāti

2007. – 2013.gada perioda ieteikumu izvērtējums

Secinājumi un rekomendācijas

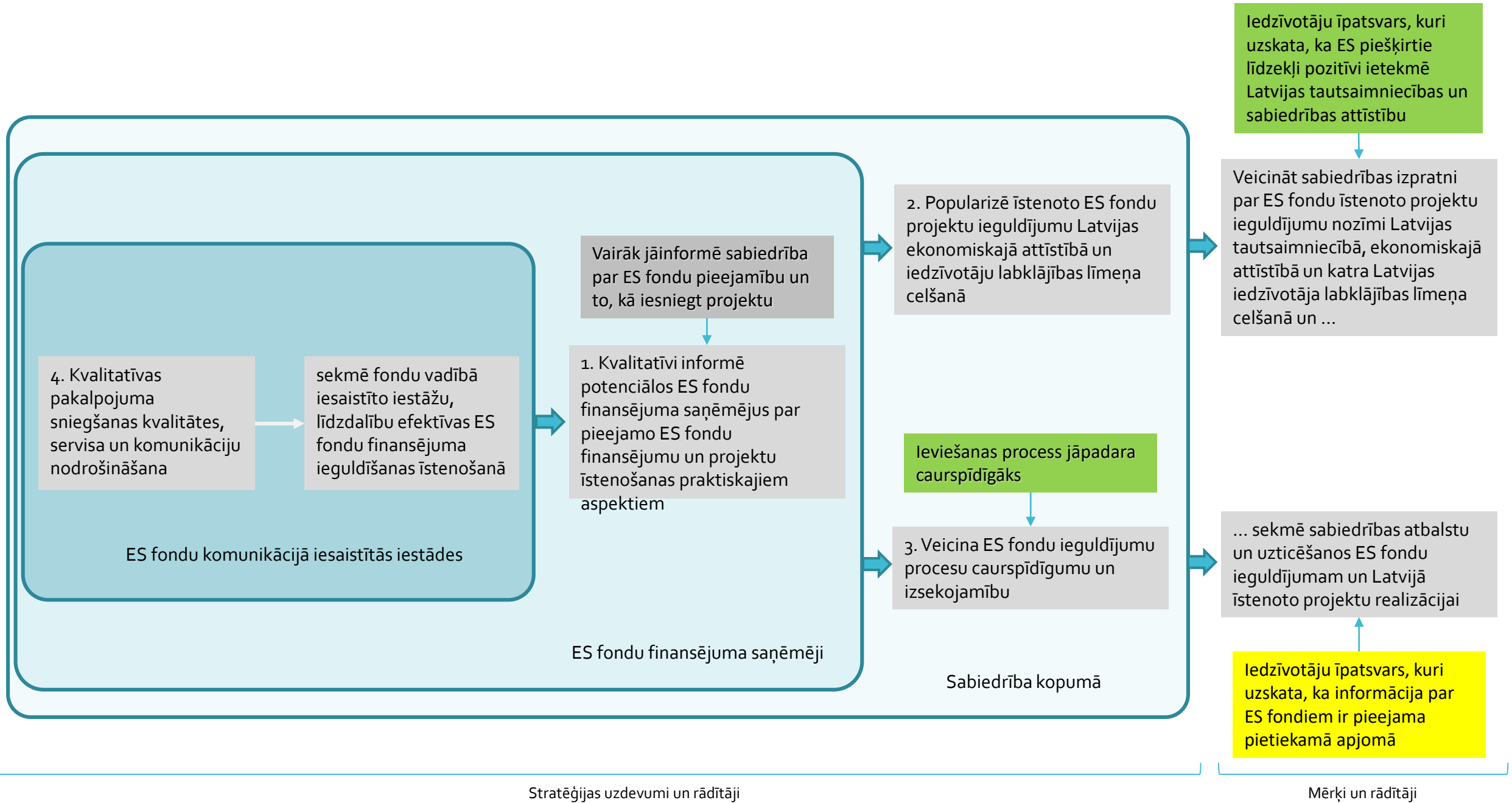


EFEKTIVITĀTE UN LIETDERĪBA

Pasākumi plānoti un īstenoti **MĒRĶTIECĪGI**, ko apliecina cēloņsakarības starp īstenotajiem pasākumiem, stratēģijas mērķiem un uzdevumiem

Vērojama liela **DAŽĀDĪBA** iestāžu īstenotajos komunikācijas pasākumos

MAZĀKA uzmanība pievērsta rezultātu un ietekmes analīzei, kas ne visos gadījumos ļauj pārlicināties par ieguvumiem mērķa grupām un konkrētām izmaiņām plašākā kontekstā.



Stratēģijas uzdevumi un rādītāji

Mērķi un rādītāji

Visbiežāk tiešā komunikācija: informatīvu materiālu sagatavošana, in house, web lapu uzturēšana, reprezentatīvu materiālu izgatavošana

VISVAIRĀK

VISBIEŽĀK

Komunikācijas veidi

	CFLA	LM	FM	EM	TM	VARAM	IZM	VM	KM	SM	VK	Kopā
Tiešās komunikācijas pasākumi	5	6	7	17	10	10	7	4	3	2	2	73
Informatīvi materiāli	8	13	7	5	8	4	8	7	4	2	3	69
"In house" komunikācija	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	42
Web lapu uzturēšana	8		6		3		3	4	3	4	1	32
Reprezentatīvi materiāli	4	3	2	3	1	2	2	4	4	3	3	31
Video	7	4	1	4	3		2	2	2	3		28
Kampaņas	1	4	5			11	2		2	1	1	27
Mediju monitorings	8											8
Reklāma	2			4	2							8
Raidījumi		2	4							1		7
Sabiedriskās doma aptauja		1	4		1							6
Pētījumi	2		1				2					5
e-marketing	3			1								4
Apmācības		3										3
Stratēģiju izstrāde un īstenošana		1			2							3
Kopā	52	41	41	38	34	31	30	25	21	20	13	346

KOPĀ

2016.-2019.gada komunikācijas plānos iekļautās izmaksas

VISVAIRĀK

Komunikācijas veidi	CFLA	EM	FM	IZM	KM	LM	SM	TM	VARAM	VK	VM	Kopā
Kampaņas	4 146		240 288	76 999	2 705	478 340,5	8 000		294 733	27 900		1 133 111,5
Pasākumi	122 020	129 821	78 661,5	97 860	10 460	52 955	7 800	63 410	104 270	21 570	27 400	716 227,5
Informatīvi materiāli	98 629,5	5 210	18 692	79 597	685	19 714,3	21 500	21 349	33 350	1 130	26 965	326 821,9
Video	22 250	5 000	30 000	39 980	9 190	27 776,8	35 341	71 700			9 000	250 237,8
Raidījumi			89 910			79 338,4	9 861,5					179 109,9
Reprezentācijas materiāli	36 990	7 000	9 594,5	7 603	23 596,2	6 454	14 992	9 007	13 710	14 915	32 572	176 433,7
Stratēģiju izstrāde un īstenošana						75 050		31 450				106 500
Web risinājumi	8 954		27 062,8	30 999	600		8 350	7 470			1 510	84 945,8
Pētījumi	7 950		36 391	27 840								72 181
Reklāma	58 385,7	9 100						559				68 044,7
Sabiedriskās domas aptauja			42 894			4 393		1 420				48 707
Mediju monitorings	39 400											39 400
Apmācības						18 128,1						18 128,1
E-marketing	740	200										940
"In house" komunikācija												0
Kopā	399 465,2	156 331	573 493,8	360 878	47 236,2	762 150,1	105 844,5	206 365	446 063	65 515	97 447	3 220 788,8

VISVAIRĀK

Visvairāk plānots kampaņām (35%) un pasākumiem (22%)

Visvairāk plānojusi LM, FM un CFLA

KAS PAVEIKTS, KO JĀPILNVEIDO:

Apjomīgs darbs apkopojot komunikācijas pasākumus un koordinējot to izpildi.

ES fondu komunikācijas plāni nodrošina koordinētu pasākumu plānošanu

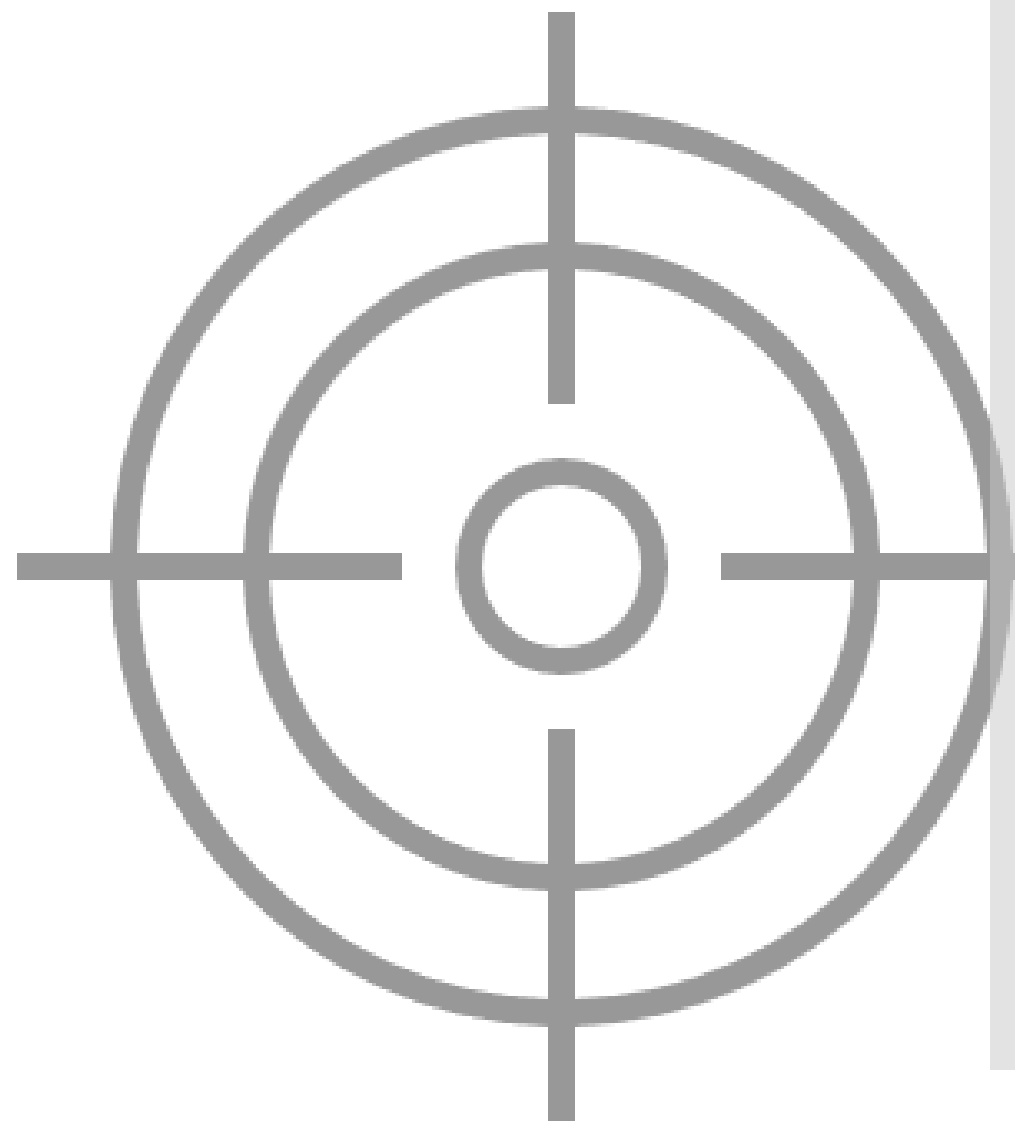
Šo divu instrumentu uzraudzība netiek savstarpēji saskaņota

Ieteicams stiprināt un konkretizēt komunikācijas pasākumu sasaisti ar Stratēģijas uzdevumiem

Iestādes plānojot pasākumus šobrīd pamatojumos vadās vairāk pēc to funkcijām un atbildībām, nevis atbilstības stratēģijas mērķiem un uzdevumiem

Ieteicams stiprināt plānu stratēģisko ietvaru skaidri norādot uzdevumu saistību un rādītājus, kas ļauj pārliecināties par to izpildi

Mērķa grupas reakcija uz plānotajām darbībām un šīs reakcijas rosinātās izmaiņas komunikācijas pasākumu pamatojumos atrodamas reti

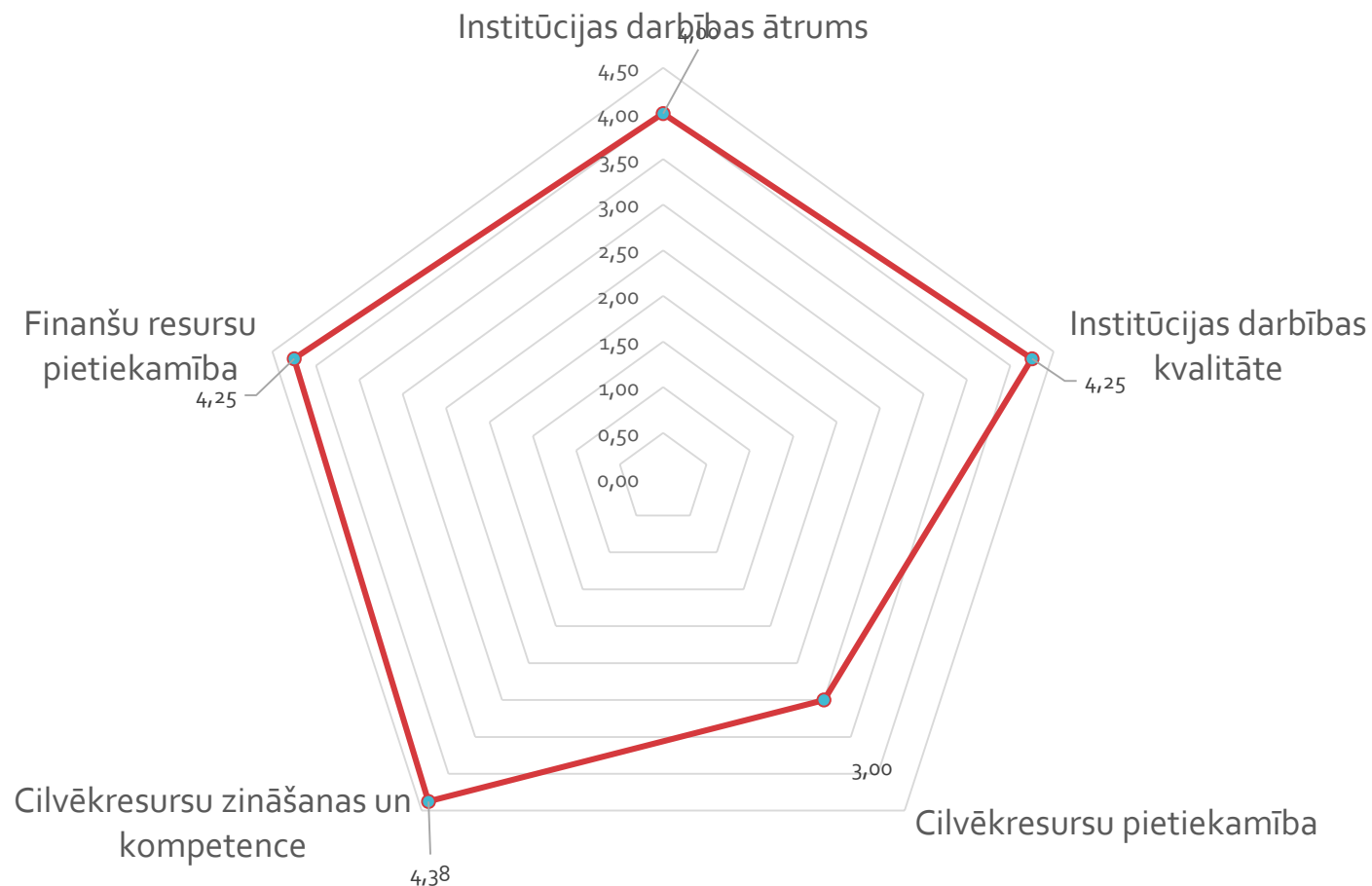


VADĪBAS UN KOORDINĀCIJAS EFEKTIVITĀTE

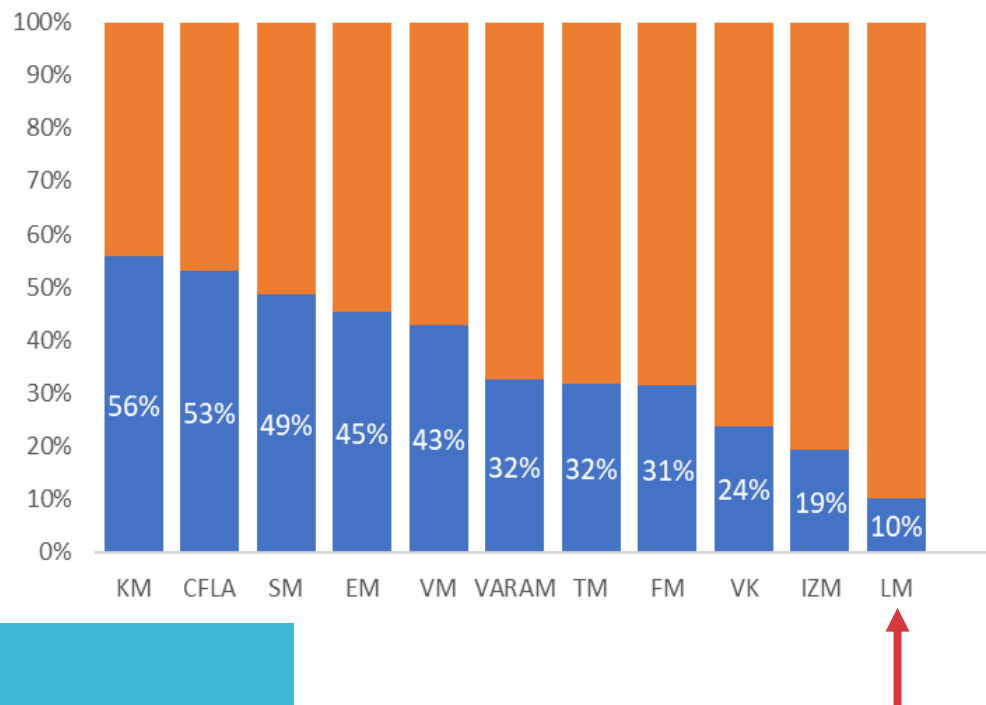
Kā darbojas ES fondu komunikācijas vadības sistēma -
vai institūcijas darbojas pietiekami **ĀTRI**,
ELASTĪGI un **SAPROTAMI**,
un vai izveidotie mehānismi ir paši labākie, lai
sasniegtu komunikācijas stratēģijā nospraustos
mērķus.



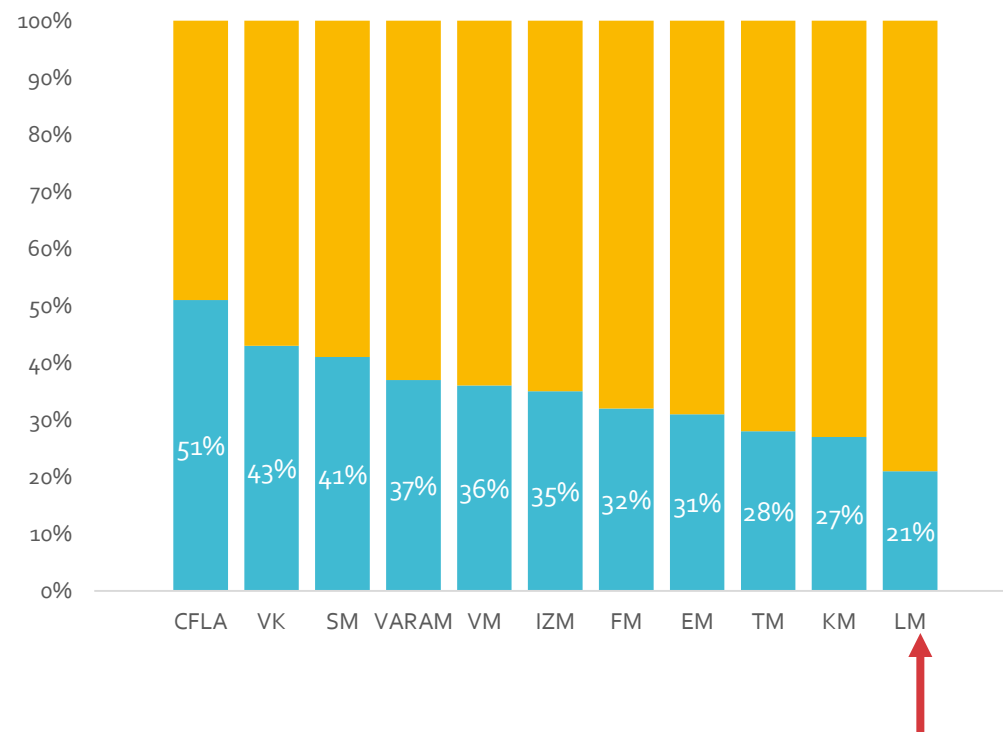
Komunikācijas stratēģijas ieviešanā pieejamā finansējuma un cilvēkresursu attiecībā ir vērojams **NEVIENMĒRĪGS** sadalījums institūciju starpā



Pārskata periodā (2015.-2018.) maksājuma pieprasījumos iekļauto kopējo attiecināmo izdevumu un iekļauto izdevumu atlīdzībai % īpatsvars



TP 2 pārskata periodā (2019.-2021.) plānoto kopējo izdevumu un atlīdzības % īpatsvars

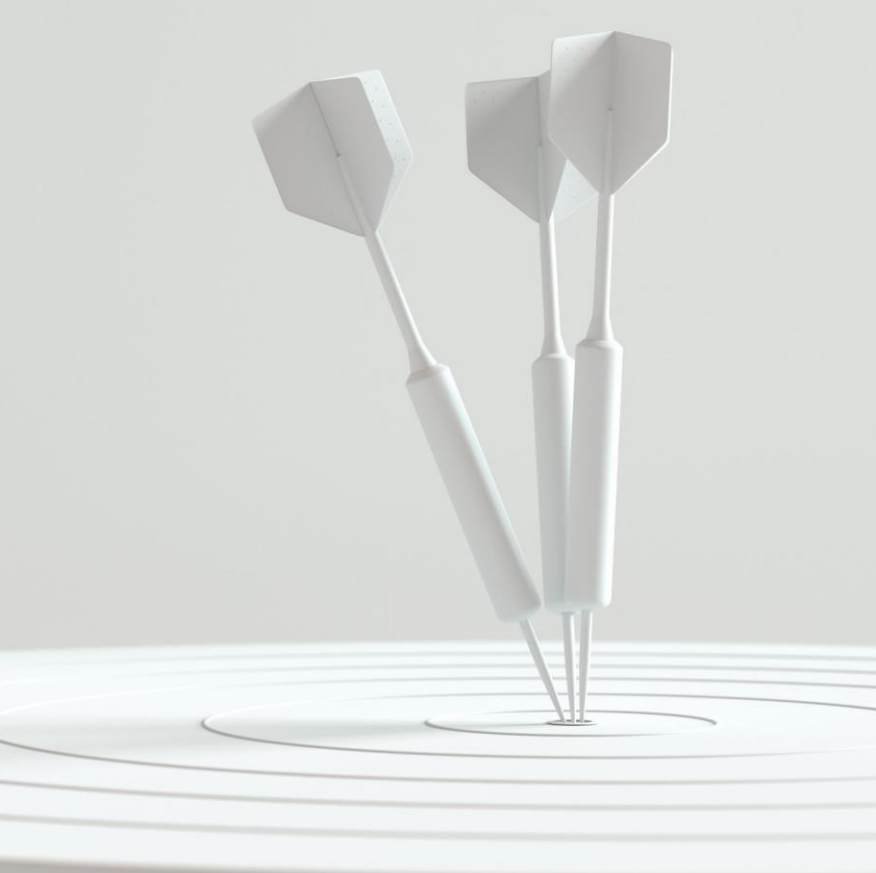




ES fondu komunikācijas vadības un koordinācijas sistēma kopumā darbojas **ATBILSTOŠI** normatīvajos aktos institūcijām noteiktajam funkciju un kompetenču dalījumam

Institūcijas izprot **KOORDINĀCIJAS** svarīgumu un izmanto kopīgus pasākumus, lai palielinātu sasniedzamo mērķauditoriju

VI darbs tiek vērtēts pozitīvi - īpaši **ATSAUCĪBA** dažādu jautājumu risināšanā



VEICINOŠIE FAKTORI

- ✓ pieredzes apmaiņa un mācīšanās vienam no otra
- ✓ ES fondu komunikācijā iesaistīto cilvēkresursu pieredze
- ✓ profesionāli pasūtījumu izpildītāji
- ✓ pastarpināta koordinācija ar VK valsts pārvaldes komunikācijas grupu



NEPIECIEŠAMS UZLABOT

- ✓ pārskatīt institūcijām pieejamā finansējuma un funkciju apjomu
- ✓ izvērtējama MK noteikumos noteiktā prasība VI apstiprināt ikgadējos komunikāciju plānus un saskaņot to grozījumus
- ✓ dalīšanās ar labajiem piemēriem būtu attīstāma vēl plašāk, kā arī tiek sagaidīta lielāka VI iesaiste kopīgo tēmu definēšanā un pasākumu plānošanā

KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU KVALITĀTE

Sasniegta plaša **AUDITORIJA**

Informācija pieejama vairākos, mērķa auditorijai **ATBILSTOŠOS** informācijas kanālos

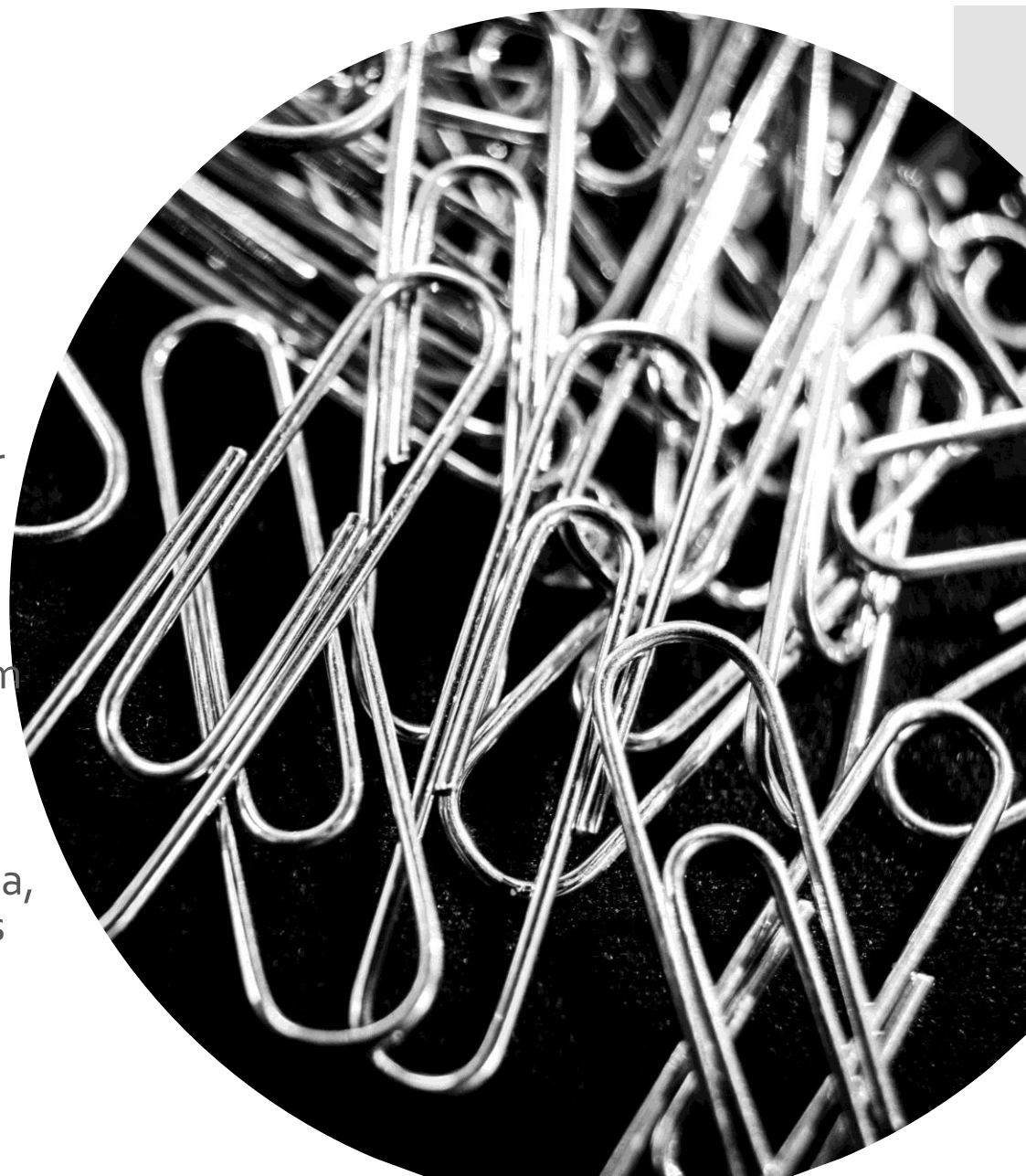
Informācija ir pasniegta mērķa auditorijas valodā, **RADOŠI**. Ir oriģināla, negaidīta pieeja

Komunikācija ir balstīta uz mērķauditoriju sākotnējo **IZPĒTI**

Tiek saņemta pozitīva atgriezeniskā **SAITE** no mērķauditorijām

Komunikācijas aktivitātes balstītas uz **KONKRĒTU** cilvēku, organizāciju pieredzi

Ir nodrošināta **TIEŠĀ** saskarsme, cilvēks-cilvēkam komunikācija, konsultācijas. Tiešajām mērķauditorijām ir iespēja līdzdarboties



ES fondu komunikāciju ieteicams pilnveidot, lai:

Nodrošinātu saprotamu aktivitāšu saistību ar **ES fondu** ieguldījumu

Precīzi izvēlētos metodi, laiku, vietu, tēmu, lai sasniegtu **MĒRĶAUDITORIJU**

Sniegtu **NEFORMĀLU**, netehnisku, interesantu informāciju

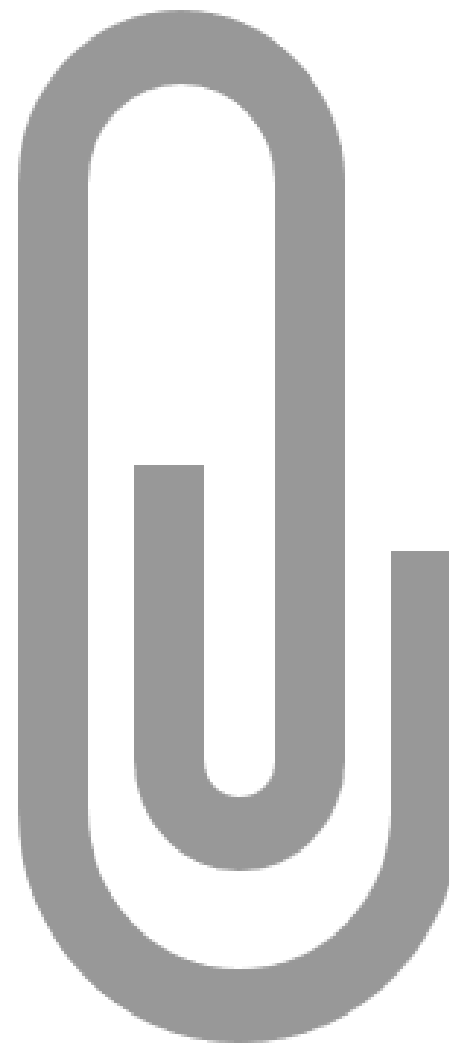
Izvairītos no **DĀRGĀM** aktivitātēm, kas sasniedz nelielu auditoriju, vai neietekmē mērķauditoriju

Informāciju par pasākumiem sniegtu **SAVLAICĪGI**, nesasteigtu komunikāciju

Nodrošinātu veiksmīgu, efektīvu **KRĪZES** komunikāciju

Nodrošinātu efektīvu un operatīvu **SADARBĪBU** starp struktūrfondu vadībā iesaistītajām institūcijām un finansējuma saņēmējiem

Veiktu monitoringu, nodrošinātu atgriezenisko **SAITI**



EX-POST IZVĒRTĒJUMA IETEIKUMU NOVĒRTĒJUMS

	IZPILDĪTĀJS	PAŠ- VĒRTĒJUMS	PAŠVĒRTĒJUMS	
1			X	
2			X	
3				X
4			X	
5			X	
6			X	
7			X	
8				X
9				X
10				X
11			X	
12			X	
13			X	
14			X	

Gadskārtējie ziņojumi par DP ieviešanu sniedz ierobežotu informāciju par īstenotajiem komunikācijas pasākumiem, sasniegtajiem rādītājiem un auditorijām.

Ieteicams VI izstrādāt atskaites formātu AI un SI par komunikācijas pasākumu rezultātiem (ieguldītajiem līdzekļiem, pasākumu un kampaņu skaitu, sasniegto auditoriju, publikāciju skaitu u.c.)

Kopš 2016.g. SI regulāri reizi gadā veic FS apmierinātības aptauju.

Ieteicams aptaujas rezultātus publicēt CFLA mājaslapā; iepazīstināt KVG

Netiek apkopota un analizēta informācija par komunikācijas pasākumiem izlietoto TP budžetu un sasniegtajiem rādītājiem. Trūkst pārskatāmu TP finansēto komunikācijas pasākumu ieviešanas rezultātu.

Trūkst praktisku piemēru projektu īstenotājiem, kā komunikācijas plāna izveidošana, informatīvo materiālu, prezentāciju, foto, video, mājaslapas veidošana, pasākumu, preses konferenču rīkošana, ieteikumi komunikācijai ar žurnālistiem, preses relīzes rakstīšanas principi.

Ieteicams VI izstrādāt praktisku rokasgrāmatu ar šādiem piemēriem, organizēt apmācības



Rekomendācijas

Papildināt **Vizuālās identitātes vadlīnijas** ar piemēriem

Nodrošināt savlaicīgu plānoto **pasākumu koordināciju**

Īstenot vairāk **kopīgus pasākumus** ar vienotu vadmotīvu, tēmu

Izstrādāt **tipveida iepirkumu paraugus**

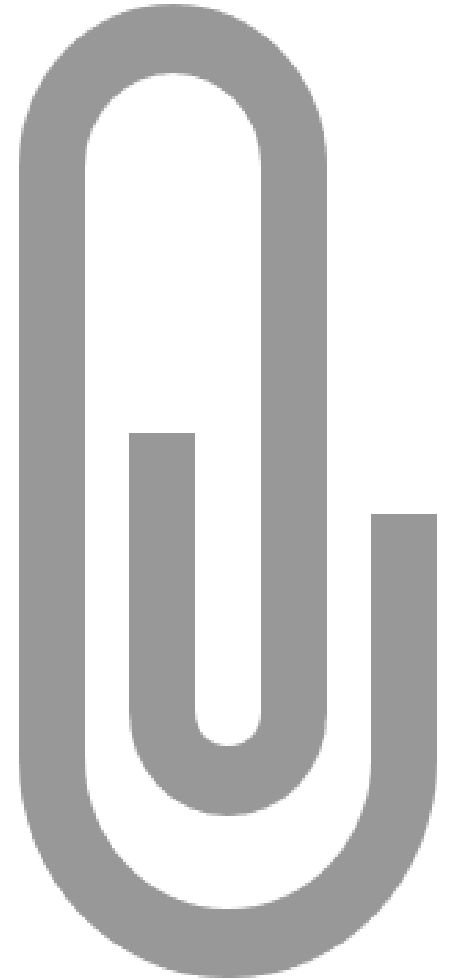
Uzlabet iesaistīto personu **prezentācijas prasmes**

Padarīt efektīvāku komunikācijas pasākumu **plāna apstiprināšanu**

Samērot pieejamo finansējumu un personālu

Plānot pasākumus balstoties izpētē par **mērķauditoriju vajadzībām**

Izstrādāt vienotu atskaišu formātu tipiskākajiem pasākumiem, kas ļautu **novērtēt sasniegto**



Stratēģijas uzdevumi

DARBĪBAS JA tiek veiktas noteiktas darbības

IEGUVUMI UN iesaistītās puses atbilstoši reaģē / notiek vēlamie procesi iecerētajā veidā

SASNIEGUMI KAS ved pie vēlamajām izmaiņām

IETEKME KO apliecina

1. Kvalitatīvi informēt potenciālos ES fondu finansējuma saņēmējus par pieejamo ES fondu finansējumu un projektu īstenošanas praktiskajiem aspektiem

2. Popularizēt īstenoto ES fondu projektu ieguldījumu Latvijas ekonomiskajā attīstībā un iedzīvotāju labklājības līmeņa celšanā

3. Veicināt ES fondu ieguldījumu procesu caurspīdīgumu un izsekojamību

4. Sekmēt fondu vadībā iesaistīto iestāžu, līdzdalību efektīvas ES fondu finansējuma ieguldīšanas īstenošanā nodrošinot kvalitatīvu pakalpojuma sniegšanas kvalitāti, servisu un komunikāciju

- Īstenoti pasākumi
- Izstrādāta un īstenota kampaņa
- Īstenota komunikācijas stratēģija
- Izgatavotas infografikas, materiāli, plāksnes, rīki, stendi, veikti tulkojumi
- Izveidoti video materiāli un nodrošinātas tiešraides
- Izveidoti un pārraidīti raidījumi

- Izveidoti reprezentācijas materiāli
- Izplatīta reklāma
- Nodrošināts e-marketinga pakalpojums

- Vietņu administrēšana, aktualizēšana, izveide un uzturēšana
- Iegādāti regulāri mediju pārskati
- Veikti pētījumi un sabiedriskās domas aptauja
- Noorganizēti apmācību semināri

- Mērķa grupas piedalās pasākumos Uzlabotas zināšanas un attīstītas prasmes**
Nodrošināta informācijas pieejamība
- Uzrunāta un informēta sabiedrība, dažādas mērķauditorijas
[Mērķauditorijas ir uztvērušas informāciju, kas rosina konkrētu attieksmes / rīcības maiņu]
- Nodrošināta vienota komunikācijas pasākumu īstenošana
Attīstīta komunikācijas kvalitāte un efektivitāte
- iedzīvotāji ievērojuši viegli uztveramu informāciju**
Nodrošinātas publicitātes prasības
- Informāciju dzirdējusi/redzējusi liela daļa iedzīvotāju**

- Nodrošinātas reprezentatīvās vajadzības
Veicināta papildus komunikācija
- Sasniegta plašāka mērķauditorija**
- Mērķa grupas izmanto uzlabotās web vietnes un izstrādātos risinājumus**
- Darbinieki ir pastāvīgi informēti par mediju pārklājumu**
- Noskaidrots sabiedrības viedoklis un attieksme identificētas komunikācijas nepilnības**
Mērīta komunikācijas rādītāju sasniegšana un iegūti dati
- Darbinieki piedalās apmācībās**

- Veicināta potenciālo finansējuma saņēmēju informētība un iesaiste
- Sekmēta ES fondu mērķu sasniegšana**
- Sabiedrības attieksmes maiņa pret noteiktām mērķa grupām, procesiem**
Veicināta iedzīvotāju informētība un izpratne
- Sasniegta lielāka mērķauditorija
Veicināts pozitīvs viedoklis par ES fondu nozīmi
- Mazināti sabiedrības aizspriedumi**
Popularizētas projektu vērtības
- Veicināta ieguldījumu procesa caurskatāmība un izsekojamība**
- Veicināta ES fondu ieguldījuma atpazīstamība**
- Veicināta specifisku mērķa grupu konkrēta rīcība**
- Ērtāka, pārskatāmāka un pilnvērtīgāka informācija, uzlaboti pakalpojumi un rīki **[ko apliecina izmaiņas vietņu lietošanas dinamikā]**
- Uzlabota komunikācijas kvalitāte un efektivitāte pateicoties nodrošinātajai atgriezeniskajai saitei**
Veicināta vienota izpratne
Uzlabota ES projektu īstenošana
- Apzināta ārvalstu prakse un pārņemti labākās prakses piemēri**
Vienotas un kvalitatīvas komunikācijas nodrošināšana

Izmaiņas sabiedrības informētības līmenī par ES fondiem, īpaši vērtējumā par ES fondu ietekmi uz tautsaimniecības un sabiedrības attīstību

Izmaiņas sabiedrības informētības līmenī par ES fondiem, īpaši ieguldījumu caurspīdīguma un atklātības vērtējumā

Izmaiņas sabiedrības informētības līmenī par ES fondiem, īpaši vērtējumā par informācijas pieejamību