



LABO PRAKŠU IEVIEŠANAS PLĀNS ĢEOMĀTIKAS RĪKU PIELIETOŠANAI VIDZEMES PLĀNOŠANAS REĢIONĀ

2014.gads, Vidzemes plānošanas reģions

Saturs

IEVADS	3
1. ESOŠĀS SITUĀCIJAS ANALĪZE.....	4
1.1. ĢEOMĀTIKAS ATTĪSTĪBA	4
1.2. ĢEOMĀTIKAS PIELIETOJUMS UZŅĒMĒJDARBĪBĀ.....	5
1.3. ĢEOMĀTIKAS PIELIETOJUMS LATVIJĀ	5
1.4. PIEEJAMIE UN ATTĪSTĪBAI NOZĪMĪGIE RESURSI ĢEOMĀTIKAS RISINĀJUMU IEVIEŠANAI VIDZEMES PLĀNOŠANAS REĢIONĀ	6
1.5. IZGLĪTĪBA UN ZINĀTNE VIDZEMES PLĀNOŠANAS REĢIONĀ	7
1.6. UZŅĒMĒJDARBĪBAS INFRASTRUKTŪRA	8
1.7. VIDZEMES PLĀNOŠANAS REĢIONA ĢEOMĀTIKAS RĪKU IZMANTOŠANAS PRAKSES SVĪD	11
1.8. PLĀNOŠANAS DOKUMENTI	13
1.9. PIEEJAMIE FINANŠU RESURSI (ES FONDI, VALSTS, PRIVĀTIE LĪDZEKĻI)	22
2. LABO PRAKŠU PĀRŅEMŠANAS PLĀNS VIDZEMES PLĀNOŠANAS REĢIONA TERITORIJĀ.....	27
2.1. „MADE IN GALWAY” LABĀS PRAKSES PĀRŅEMŠANAS PLĀNS	27
2.2. SOHO SOLO PĀRŅEMŠANAS PLĀNS	39
PIELIKUMI.....	45

Projektu līdzfinansē Eiropas Reģionālās attīstības fonds un to realizē programmas „Interreg IV C ietvaros”.

Par šīs publikācijas saturu pilnībā atbild autos un tas nekādā ziņā neatspoguļo Eiropas Komisijas oficiālo viedokli.

IEVADS

Informācijas komunikāciju tehnoloģijām, ģeomātikas rīkiem un ģeogrāfiskajām informācijas sistēmām ir būtiska nozīme Vidzemes plānošanas reģiona attīstībā un dzīves vietu pievilcības nodrošināšanā.

Tas rada iespējas šīs teritorijas iedzīvotājiem strādāt attālinātā režīmā, kā arī ātrāk un ērtāk saņemt e-pakalpojumus, neatkarīgi no atrašanās. Ar ģeomātikas rīka palīdzību iespējams popularizējot arī vietējos produktus, tādējādi veicinot vietējās identitātes paaugstināšanos.

Labo prakšu ieviešanas plāna izstrādes mērķis ir definēt Vidzemes plānošanas reģiona (turpmāk – VPR) prioritātes un rīcību virzienus ģeomātikas rīku pielietošanai lauku teritoriju atpazīstamības veicināšanai un citu projekta partneru labo prakšu pārņemšanas plāna izstrāde.

Dokuments sastāv no šādām galvenajām daļām: Vidzemes plānošanas reģiona esošās situācijas analīzes, un „Made in Galway” un „Soho Solo” labo prakšu pārņemšanas plāna.

Vidzemes plānošanas reģions kā partneris darbojas projektā GRISI PLUS, kurš apvieno 14 partnerus no 11 ES dalībvalstīm, kas pārstāv **pašvaldības, reģionu un provinču pārvaldes institūcijas, asociācijas un teritoriju attīstības aģentūras.**

GRISI PLUS projekta mērķis ir pilnveidot attīstības politiku lauku teritorijās, pielietojot ģeomātiskās informācijas rīkus.

Lai sasniegtu šo mērķi, projekta partneri dalās pieredzē, apzina un pārņems sekojošus labās prakses piemērus ar lauku teritoriju attīstību saistītās jomās:

- Jaunu iedzīvotāju piesaistīšana lauku teritorijām, veicinot šo teritoriju pievilcību, sniedzot iespēju strādāt attālināti, izmantojot jaunās informācijas un komunikāciju tehnoloģijas;
- Vietējo produktu popularizēšana, izmantojot ģeomātikas rīkus un ģeogrāfiskās informācijas sistēmas.

GRISI PLUS partneru valstis ir Francija, Īrija, Latvija, Kipra, Malta, Čehija, Slovēnija, Rumānija, Bulgārija, Igaunija un Grieķija.

Projekta vadošais partneris ir Žēras (*Gers*) Tirdzniecības un rūpniecības kamera no Francijas, kurai ir ilglaicīga pieredze, īstenojot inovācijas un komunikāciju tehnoloģiju projektus lauku teritoriju atbalstam.

Vidzemes plānošanas reģionam projekta tēma ir īpaši aktuāla, jo iedzīvotāju skaits samazinās, un tie noveco, vietējā ekonomiskā situācija pasliktinās, palielinās izolētība, netiek izmantotas informācijas un komunikāciju tehnoloģijas, nav nepieciešamās infrastruktūras, kūtri tiek ieviestas inovācijas.

Labo prakšu izstrādes plāna mērķis ir definēt Vidzemes plānošanas reģiona (turpmāk – VPR) prioritātes un rīcību virzienus ģeomātikas rīku pielietošanai lauku teritoriju atpazīstamības veicināšanai un citu projekta partneru labo prakšu pārņemšanas plāna izstrāde.

Plānu izstrādāja SIA „In Tra” un SIA „NK Konsultāciju birojs”, veicot šādus darbus:

Teksta autori:	SIA In Tra: Ievads, 1.8., 1.8.1., 1.8.2., 1.8.3., 1.8.4., 1.9., 1.9.1., 1.9.2., 1. un 2. pielikums NK Konsultāciju birojs: 1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 1.6., 1.7., 4. un 5. attēls SIA In Tra sadarbībā ar NK Konsultāciju biroju: 2.1.1., 2.1.2., 2.1.3., 2.1.4., 2.1.5., 2.1.6., 2.1.7., 2.1.8., 2.1.9., 2.1.10., 2.1.11., 2.2.2., 2.2.3., 2.2.4., 2.2.5., 2.2.6., 2.2.7.
-----------------------	---

1. ESOŠĀS SITUĀCIJAS ANALĪZE

1.1. Ģeomātikas attīstība

Ģeomātika ir prakse, kuras ietvaros tiek veidoti, vākti un izmantoti dati, kam ir ģeogrāfiska piesaiste. **Ģeomātika** ir ģeogrāfiski piesaistītu jeb koordinētu datu iegūšana, uzglabāšana, modelēšana, analizēšana un pārvaldīšana, t.i. dati tiek identificēti atbilstoši to atrašanās vietai. Tas ieslēdz telpiski piesaistītu dažādu avotu jeb izcelsmes datu transformēšanas procesu uz kopēju informācijas sistēmu ar ļoti droši zināmiem precizitātes raksturojumiem.

Ģeomātika ir 21.gadsimta topoša informācijas tehnoloģija. Tā nodarbojas ar telpisko datu iegūšanu, modelēšanu, analizēšanu un pārvaldīšanu, ieslēdzot aizraujošus pielietojumus tādus kā koordinātu noteikšanu pēc kosmosa pavadoņiem, distancionālo zondēšanu, zemes mērīšanu un ģeotelpiskās informācijas pārvaldīšanu. Ģeomātika ir viena no visstraujāk augošajām informātikas zinātnēm pasaulē.

Ģeomātika strauji attīstījās līdz ar informātikas, Zemes novērošanas, satelītu navigācijas un vispasaules tīmekļa attīstību:

- Uz datoriem bāzētas **ģeogrāfiskās informācijas sistēmas** apvieno kartogrāfijas, statistiskās analīzes un datorzinātnes praksi un ir attīstījušās kopš 1960.gada. Tās ļauj digitālā formātā uzkrāt un atainot ģeogrāfiskos datus.
- Mūsdienās plašāk izmantotās **Zemes novērošanas** sistēmas ir balstītas uz Zemes mākslīgo pavadoņu iegūtajiem attēliem, kas (pēc ortofotogrāfiskās apstrādes) kalpo par kartogrāfisko pamatni, tai skaitā ģeomātikas vajadzībām. Šīs sistēmas attīstījās līdz ar pirmo mākslīgo pavadoņu attīstību 1950to gadu beigās.
- **Satelītu navigācija** ir pakalpojums, ko nodrošina Zemes mākslīgo pavadoņu sistēma. Šī pakalpojuma ietvaros lietotāji iegūst informāciju par precīzu atrašanās vietu. Pirmā pilnvērtīgā civilā pielietojuma globāla mēroga satelītu navigācijas sistēma – Globālā pozicionēšanas sistēma (ASV) – izveidota 1994.gadā.
- **Vispasaules tīmeklis** ir sistēma, kas ar interneta – globālā datoru tīkla – palīdzību ļauj publicēt un piekļūt digitāla formāta datiem, tai skaitā ģeogrāfiskās informācijas sistēmām un to datiem. Vispasaules tīmeklis attīstījies kopš 1990.gada.

Ģeomātika ir tehnoloģijas un serviss sektors, kas orientējas uz ģeogrāfiskās piesaistītas informācijas iegūšanu (vākšanu), analīzi, izplatīšanu un pārvaldību, lai uzlabotu lēmumu pieņemšanu (izšķiršanos).

Var teikt arī vienkāršāk, pietuvinātāk dotajam projektam – **ģeomātika** ir praktiskas darbības, kuru ietvaros tiek veidoti, vākti, izmantoti un izplatīti dati, kam ir ģeogrāfiska piesaiste.

Ģeomātikas risinājumi ir kļuvuši par masveidā izmantotu praksi kopš 2005.gada, kad vispasaules tīmeklī brīvi pieejama kļuva programma *Google Earth* un *Google Maps* tehnoloģijā veidotie rīki. 2004.gadā tika uzsākts *OpenStreetMap* projekts – brīvi pieejamas un publicējamās tiešsaistes ģeogrāfiskās informācijas sistēmas izveide. Bez minētajiem risinājumiem vispasaules tīmeklī ir pieejams arī plašs klāsts ar citiem ģeomātikai nozīmīgiem telpiskiem resursiem.

Iepriekš minētie sasniegumi ir noveduši pie krasa ģeomātikas risinājumu popularitātes pieauguma. Ģeomātikas inženierija – jaunu ģeomātikas risinājumu izstrāde – pašlaik attīstās ļoti strauji un šīs jomas eksperti ir ļoti pieprasīti starptautiskajā darba tirgū.

Ģeomātikas risinājumi pārveido ne tikai virtuālo vidi. Tiem ir liels potenciāls uzņēmējdarbības attīstībā, tie sniedz jaunas iespējas teritoriju pievilcības veidošanā, pakalpojumu un kontaktu (gan attālinātu, gan tiešu) pieejamībā.

1.2. Ģeomātikas pielietojums uzņēmējdarbībā

Ģeomātikas risinājumi tiek aizvien plašāk izmantoti gan ikdienas vajadzībām (mobilie sakari, automašīnu un personu navigācija), gan zinātnē, attīstības plānošanā un pārvaldībā, gan arī uzņēmējdarbībā.

Uzņēmējdarbībā lielākā daļa ģeomātikas risinājumu lietotāju izvēlas vienkāršāko ģeomātikas praksi – atainot noteikta objekta (piemēram, paša uzņēmuma) vai vairāku objektu atrašanās vietu kartē tiešsaistes režīmā (internetā).

Specifiskākus risinājumus izvēlas noteiktā jomā specializēti uzņēmumi – tā, piemēram, *Next Big Sound* ar ģeomātikas risinājumu palīdzību seko sociālajiem tīkliem, pētot jaunākās tendences mūzikas tirgū dažādās pasaules vietās, *Apartmentlist* ļauj meklēt nekustamo īpašumu uz kartes, atsijājot klientam interesējošos īpašumus ne tikai pēc cenas vai ērtībām, bet arī pēc attāluma no sabiedriskā transporta pieturām utml.

Raksturīga moderno ģeomātikas risinājumu tendence ir *mashup* – t.i. pakalpojumu sniedzējs izmanto nevis paša savāktos datus, bet gan vispasaules tīmeklī jau pieejamus datus, šos datus pārveidojot un pasniedzot resursa lietotājam pēc iespējas ērtākā formātā. Tā, piemēram, *Google Earth* programma izmanto cita resursa – *Panoramio* – lietotāju uzņemtos fotoattēlus, šādi ļaujot aplūkot dažādas planētas vietas nevien no satelīta bet arī fotoattēlos.

Paredzams, ka *mashup* risinājumi turpmāk strauji attīstīsies. Tāpēc jebkuram uzņēmējam ir **ieteicams būt pārstāvētam pašlaik pieejamajos vispasaules tīmekļa resursos**, kas izmanto ģeogrāfiskos datus, jo šādi palielinās iespēja, ka viņa uzņēmuma dati tiks iekļauti arī citos tīmekļa resursos. No šī aspekta īpaši nozīmīga ir uzņēmuma pārstāvniecība *OpenStreetMap* projektā, jo šo resursu informācijas ieguvei pēdējā laikā izmanto aizvien vairāk nozīmīgu interneta resursu, tai skaitā *Wikipedia*, *Flickr*, *Foursquare*.

Ģeomātikas risinājumi padara uzņēmējdarbību demokrātiskāku, padarot uzņēmējus vienlīdzīgākus neatkarīgi no to atrašanās vietas un radot vienlīdzīgākas iespējas pārstāvēt sevi vispasaules tīmeklī neatkarīgi no uzņēmuma mārketingam pieejamā finansējuma apjoma. Šī iemesla dēļ ģeomātikas risinājumus ļoti bieži izmanto mazie un vidējie uzņēmumi, lauku uzņēmēji.

1.3. Ģeomātikas pielietojums Latvijā

Jau šobrīd Latvijas uzņēmēji plaši izmanto ģeomātikas risinājumu sniegtās iespējas sava biznesa attīstīšanai, kā piemēram:

- SIA Lursoft IT uztur Latvijas uzņēmumu datu bāzi, kurā atrodama ne tikai adrese un dati, bet uz Google kartes arī uzņēmuma ģeogrāfiskā lokalizācija;
- SIA „Latvijas Tālrunis” resursā zl.lv apkopo datus par Latvijas uzņēmumiem, visi uzņēmumi ir atrodami uz tiešsaistes kartes;
- www.zip.lv nekustamo īpašumu iegādei vai nomai var meklēt tieši uz kartes;
- SIA „Karšu izdevniecība Jāņa sēta” piedāvā plašu ģeomātikas risinājumu klāstu, tai skaitā individuāli izstrādātus produktus loģistikas uzņēmumiem, GPS navigācijas risinājumus;

- www.kurtuesi.lv piedāvā aktualizētu Latvijas veloceliņu, sporta trašu un tūrisma maršrutu karti, kā arī GPS navigācijas risinājumus;
- VAS „Latvijas Pasts” nodaļas ir atrodamas uzņēmuma mājaslapā uz kartes;
- Asociācija „Lauku ceļotājs” uz interaktīvas kartes iekļauj informāciju par viesnīcām, brīvdienu mājām, tūrisma objektiem.

Sagaidāms, ka, līdz ar straujo ģeomātikas inženierijas attīstību interese par ģeomātikas risinājumiem Latvijas uzņēmēju starpā arvien pieaugs, tai skaitā Latvijas uzņēmēji vēlēties attīstīt inovatīvus ģeomātikas risinājumus un šim nolūkam viņiem būs nepieciešami dati par citiem uzņēmējiem.

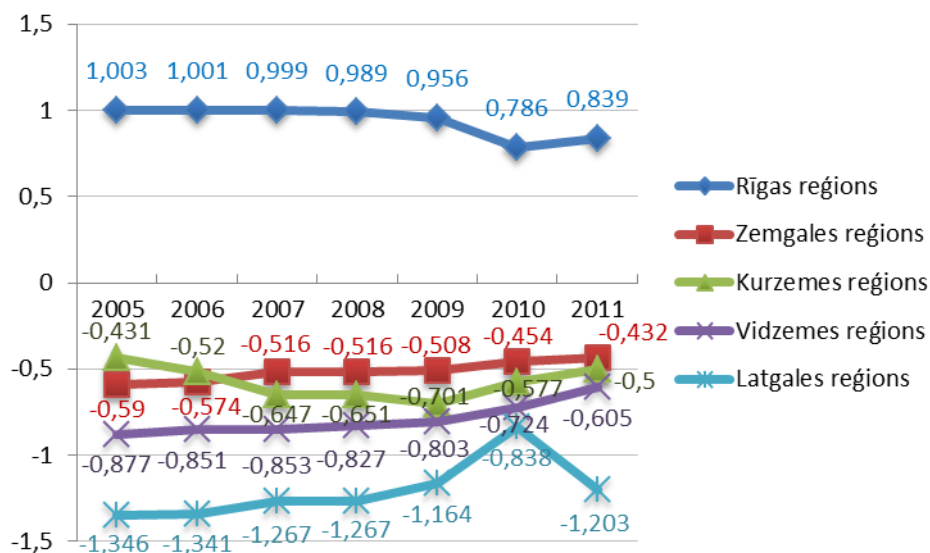
1.4. Pieejamie un attīstībai nozīmīgie resursi ģeomātikas risinājumu ieviešanai Vidzemes plānošanas reģionā

Iedzīvotāji un ekonomiskā situācija

Vidzemes statistiskajā reģionā dzīvo 10,18% no Latvijas iedzīvotājiem, taču šeit atrodas tikai 8,73% no Latvijā esošajām ekonomiski aktīvajām statistikas vienībām,¹ turklāt Vidzemes uzņēmumu skaita īpatsvars sarūk (piemēram, 2009.gadā Vidzemē atradās 9,28% Latvijas uzņēmumu). Vidzemē 2012.gada sākumā darbojās 9 662 ekonomiski aktīvās statistikas vienības, tai skaitā 4 776 komercsabiedrības (5,99% no visām Latvijas komercsabiedrībām), 2 938 zemnieku saimniecības (23,37%).

Uz Latvijas reģionu fona Vidzemes reģiona attīstības indekss 2011. gadā bija (-0,605), atstājot aiz sevis tikai Latgales reģionu (-1,203), tomēr ik gadu ir vērojams neliels kāpums (sk. 1.attēlu).

1.attēls. Reģionu attīstības indeksu dinamika



Attēla dati: MK noteikumi Nr. 482 „Noteikumi par teritorijas attīstības indeksa aprēķināšanas kārtību un tā vērtībām”

Lielākie uzņēmumi 2012.gadā Vidzemē bija AS „Valmieras stikla šķiedra” (Valmiera, apgrozījums EUR 70,49 milj.), AS „Stora Enso Latvija” (Smiltene, EUR 66,67 milj.) un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvā

¹ Centrālais statistikas birojs, www.csb.gov.lv, 2012.gada dati.

sabiedrība „Vidzemes agroekonomiskā kooperatīvā sabiedrība” (Valmiera, EUR 49,18 milj.).² Salīdzinājumam Latvijas lielākā uzņēmuma „Uralchem Trading” apgrozījums 2012.gadā bija EUR 1 208,87 milj., t.i. 17 reizes lielāks, nekā lielākajam Vidzemes uzņēmumam.

Var secināt, ka Vidzemi raksturo salīdzinoši mazāks uzņēmumu skaits un salīdzinoši liels zemnieku saimniecību īpatsvars. Reģiona lielākie uzņēmumi ir ievērojami mazāki, nekā valsts lielākie uzņēmumi. Lai gan reģiona lielākie uzņēmumi atrodas lielākajās pilsētās (Valmiera, Cēsis, Smiltene, Valka, Madona u.c.), liels skaits uzņēmumu, tai skaitā labi atpazīstamu un nozīmīgu uzņēmumu (piemēram, „Triakāta KS” Triakātā, „Graanul Invest” un „Stora Enso Latvija” Launkalnē, „Avoti SWF” Lizumā un citi) atrodas ārpus pilsētām.

1.5. Izglītība un zinātne Vidzemes plānošanas reģionā

Vidzemes plānošanas reģionā – Valmierā – atrodas **Vidzemes Augstskola**³, kura savās studiju programmās tieši ģeomātikas speciālistus nesagatavo. Inženierzinātņu fakultātes Sociotehnisku sistēmu modelēšanas (profesionālā maģistratūras studiju programmā) ir iekļauts priekšmets „Ģeoinformācijas sistēmas”. Pētniecības darbu veikšanai ir nodibināts Vidzemes Augstskolas **Sociotehnisku Sistēmu Inženierijas institūts**, kurā arī izveidota loģistikas informācijas sistēmu un radio frekvenču identifikācijas (RFID) laboratorija kopīgiem nozaru profesionāļu un akadēmiskā personāla pētījumiem. **Vidzemes augstskolā ir izveidots tālākizglītības un tehnoloģiju pārnese centrs**, kura mērķis ir uzlabot tālākizglītības un mūžizglītības kvalitāti, paaugstināt tās efektivitāti un pieejamību iedzīvotājiem Vidzemes reģionā, izveidojot un aprīkojot ar jaunākajām tehnoloģijām tālākizglītības un tehnoloģiju centru.

Reģionā atrodas arī 10 citu augstskolu 16 filiāles šādās 7 reģiona pilsētās.

Ar Vācijas valdības un vairāku vietējo uzņēmumu atbalstu izveidots **Vidzemes Profesionālās izglītības centrs (VPIC)**. Tas piedāvā vairākas apmācību programmas metālapstrādē, elektronikā, ekonomikā un vadībā un celtniecībā, kuras izstrādātas pēc pieprasījuma attiecīgajās darbaspēka kvalifikācijas jomās. Tomēr VPIC drīzāk ir pieaugušo izglītības, nevis arodizglītības mācību iestāde, jo tās darbība vairāk adresēta cilvēkiem ar iepriekšēju profesionālo sagatavotību, kuri vēlas paaugstināt kvalifikāciju. lai risinātu kvalificēta darbaspēka trūkuma problēmu Vidzemes reģionā.

Sākotnējās profesionālās izglītības programmas Vidzemes reģionā īsteno 12 profesionālās izglītības iestādes.

Sākotnējās profesionālās izglītības iestādes atrodas 8 novadu teritorijās, tajās audzēkņi iegūst arodizglītību un vidējo profesionālo izglītību atbilstoši 1. līdz 3. Profesionālās izglītības līmenim. Kopumā sākotnējo profesionālo izglītību reģionā var apgūt šādās nozarēs: būvniecība t.sk. ceļu būve; datorsistēmas; lauksaimniecība; mežsaimniecība; kokapstrāde; metālapstrāde; tūrisms; ēdināšanas pakalpojumi; grāmatvedība un komercdarbība.

Nodibinājums "**Vides risinājumu institūts**" izstrādā un pilnveido zinātniski pamatotus risinājumus pārdomātai vides plānošanai un ilgtspējīgai dabas resursu apsaimniekošanai. Institūts nodarbojas ar lietišķo pētniecību, kā arī sabiedrības informēšanu un izglītošanu par moderno informācijas tehnoloģiju, īpaši uz aviācijas platformām (lidmašīnām) balstītu attālās izpētes iekārtu pielietošanu vides resursu izpētes un apsaimniekošanas jautājumu

² „Vidzemē strādājošo uzņēmumu vidējais apgrozījums pēdējos gados nav uzrādījis strauju pieaugumu”, www.lursoft.lv, 16.10.2013.

³ <http://www.va.lv/node/312>

risināšanai. Institūts ir atvērts sadarbībai ar Vidzemes plānošanas reģionu un sabiedrības informēšanai par jaunākajām informācijas un komunikācijas tehnoloģiju izmantošanas iespējām un praktiskiem piemēriem.

Valsts Priekuļu laukaugu selekcijas institūta darbības mērķis ir radīt jaunas zināšanas un izstrādāt inovatīvas tehnoloģijas, kas sekmē Latvijas augkopības nozares ilgtspējīgu attīstību un konkurētspēju.

Reģionā ģeomātikas speciālistu apmācību veic Vidzemes Augstskola, darbojas zinātniskie institūti informācijas komunikāciju tehnoloģiju un ģeomātikas nozaru pētniecības projektu izstrādei. Taču trūkst kvalificētu ģeomātikas speciālistu: programmatūras izstrādātāju un kartogrāfu. Izglītības piedāvājumā trūkst neklātienas apmācību kursi, kuri varētu būt piedāvāti arī kā studiju moduļi konkrēti ģeomātikas apguvei. Privāto uzņēmumu piedāvātie kursi ir dārgi, un individuālai apmācībai/profesionālai pilnveidei praktiski nav apmaksājami. Savukārt veicot profesionālo orientāciju/karjeras izglītību, ir nepieciešams informēt jauniešus par šīs specialitātes nozīmi, lomu un perspektīvu ekonomiskās attīstības veicināšanā, tādējādi ieinteresējot apgūt ģeomātikas nozares profesijas.

Izveidoti sadarbības tīkli ģeomātikas jomā, kuri veicina joma pārstāvjus diskutēt par jaunumiem ģeomātikā un ģeogrāfisko informāciju sistēmu pielietošanā, problēmām ikdienas darbā un to risinājumiem. Būtu nepieciešams iesaistīt vairāk interesentus gan informācijas izplatīšanas, izglītošanas, gan pieredzes apmaiņas nolūkā.

Reģionam ir iespējas izmantot dažādas apmācību un informāciju nodošanas metodes t.sk. tiešās prezentācijas vietējos, reģionālos un nacionālos pasākumos, sabiedrības informēšanai un izglītošanai, īpaši par ģeomātikas rīku izmantošanas iespējām un pielietojamību reģiona lauku teritoriju attīstībai.

Ģeomātikas rīku apguvi nepieciešams plašāk integrēt profesionālās izglītības, augstākās izglītības, pieaugušo tālākizglītības mācību programmās, tādējādi atbilstoši reģiona darba tirgus pieprasījumam sagatavojot profesionālus speciālistus un ģeomātikas rīku lietotājus.

1.6. Uzņēmējdarbības infrastruktūra

Reģionā darbojas divi biznesa inkubatori⁴ – Valmierā un Cēsīs. **Valmieras biznesa un inovāciju inkubatorā** (VBII) darbojas 26 uzņēmumi, no tiem 7 strādā Gulbenes filiālē. Inkubators sniedz arī virtuālās inkubācijas pakalpojumus Valkā. Šajā inkubatorā darbojošies uzņēmumi pārstāv dažādas nozares, tajā skaitā informācijas un komunikāciju tehnoloģijas, enerģētiku, būvprojektēšanu un būvniecību, mašīnbūvi, tūrisma nozari, kosmētikas līdzekļu ražošanu, pārtikas rūpniecību, biokurināmā ražošanu un citas saimnieciskās darbības jomas.

Cēsu biznesa inkubatorā “Magnus” darbojas 23 komersanti, no kuriem 9 atrodas biznesa inkubatora filiālē Madonā. Tiek sniegti arī inkubācijas pakalpojumi Alūksnē. Šajā inkubatorā darbojošies uzņēmumi galvenokārt pārstāv konsultāciju, informācijas un komunikāciju tehnoloģijas, pakalpojumu, enerģētikas, medicīnas un ražošanas nozares.

Vidzemes reģionā biznesa un inovāciju inkubatori atbalsta mikro, mazos un vidējos uzņēmumus. Uzņēmējdarbības infrastruktūras attīstības pasākumi tiek īstenoti ar nolūku piedāvāt iespējas jauniem uzņēmējiem iepazīties ar uzņēmējdarbības vidi, tās iespējām un darbības likumsakarībām, kā arī palīdzēt uzsākt patstāvīgu darbību uz atvieglotiem noteikumiem, saņemot konsultācijas biznesa uzsākšanā, mārketingā,

⁴ [www.varam.gov.lv/in_site/tools/download.php?file=files/text/.](http://www.varam.gov.lv/in_site/tools/download.php?file=files/text/)

grāmatvedībā, papildus finanšu līdzekļu piesaistē, izstrādājumu patentēšanā, iekārtu izmantošanā un citos uzņēmējdarbībai nozīmīgos jautājumos.

2010.gadā Vidzemes reģions iniciējis Vidzemes augstvērtīgas un veselīgas pārtikas klastera izveidi, kura darbības mērķis: **Sekmēt sadarbību un zināšanu pārnesi** starp uzņēmumiem un to asociācijām, izglītības un pētniecības institūcijām un citām organizācijām, ar nolūku veicināt veselīgas, drošas un augstvērtīgas pārtikas ražošanas attīstību un tādā veidā sekmēt Vidzemes reģiona attīstību.

KLASTERA UZŅĒMUMI: SIA «Aloja Starkelsen» (kartupeļu cietes izstrādājumi); SIA «Valmiermuižas alus» (alus); SIA «Konso» (projektu attīstība un konsultācijas); SIA «Felici» (musli); SIA «Valmiermuižas pils» (gardēžu tūrisms); SIA «Valmiera Organize» (ogu produkti); SIA «Dimdiņi» (dārzeņu produkti); SIA «Perfecto» (sēklu produkti); SIA «Skrīveru saldumi» (saldumi); Z/S «Veckūkuri» (piena produkti); SIA «Very Berry» (ogu produkti); Z/S «Jāņakalni» (ogu produkti); Z/S «Gundegas» (ogu produkti); Z/S «Ķelmēni» (maize); SIA «Shpats and sons» (ogu produkti); SIA «Smiltenes sidra darītava» (sidrs); SIA „E&E” (bioloģiskie etiķi); SIA „Sula” (bērzu sulas); Z/S „Pīlādži” (augļi un vīni).

Jaunie un potenciālie dalībnieki:

1. SIA «Lat Eko Food» (bērnu pārtika)
2. SIA «NG Līnija» (medus)
3. SIA «E&E» (dabīgie etiķi)
4. SIA «EkoMako» (olu nūdeles)

Zinātniskās institūcijas: Valsts Priekuļu laukaugu selekcijas institūts; Rīgas Stradiņa universitāte Vidzemes Augstskola; Vides risinājumu institūts; LLU Biotehnoloģijas un veterinārmedicīnas zinātniskais institūts «SIGRA»; **ASOCIĀCIJAS:** Latvijas Diētas un uztura speciālistu asociācija; Latvijas augļkopju asociācija; Savvaļas dzīvnieku audzētāju asociācija. Vidzemes plānošanas reģionā darbojas speciālists klastera darbības aktivitāšu koordinēšanai.

Ģeomātikas rīku praktisks pielietojums ir nepieciešams stabilas IKT (ģeomātikas) infrastruktūras izstrādāšanai Vidzemes reģiona pārtikas produktu datu bāzei, mārketingam un, iespējams, arī tirdzniecībai.

Tūrisma infrastruktūra. Vidzemes reģionā ir labi attīstīta tūrisma infrastruktūra, sevišķi, dažāda veida naktsmītnes un ēdināšanas iestādes. Vidzemes reģionā kopā ir 37 viesnīcas un moteļi ar 1,83 tūkstošiem vietu, 98 viesu mājas ar 2,2 tūkst. vietām un 64 brīvdienu mājas ar 649 vietām. Reģionā ir 35 jauniešu mītnes, kurās tiek piedāvātas vairāk kā 1000 vietas jauniešiem. Kopumā reģionā 244 naktsmītnēs var izmitināt vairāk kā 5000 tūristu.

Vidzemes reģionā ir daudzveidīgs un bagāts kultūrvēsturiskais mantojums, kas pārstāv ne tikai Latvijas, bet arī Eiropas kultūras mantojumu un ietver vairāk nekā 1000 dažādus objektus – pils, muižu ansambļus, baznīcas, dabas ainavas, zemnieku sētas, pilsētu teritorijas.

Tūrisma pakalpojumu sniedzējiem jebkurš ģeomātikas jauninājums uzlabo to konkurētspēju un tūrisma pakalpojumu pieejamību.

Informācijas tehnoloģiju infrastruktūra

Reģionā tiek radīti inovatīvi e-risinājumi⁵, tā, piemēram, 2010. gadā SIA “E Forma” sadarbībā ar SIA “EUSO” ir laidusi klajā latviešu valodas Burtu ābeci bērniem un citiem interesentiem, kuri vēlas apgūt latviešu valodu, darbojoties ar *iPhone*, *iPad* un *iPod Touch*.

Analogās telefonu līnijas ir pieejamas visās Vidzemes reģiona pilsētās un apdzīvotās vietās. Vidzeme ietilpst austrumu optiskā kabeļa lokā, kas savieno Gulbeni, Valmieru, Valku, Rūjienu un Cēsis. Alūksni un Madonu ar šo loku vieno ciparu mikroviļņu līnija. Tātad Lattelecom optiskais internets ar ātrumu līdz pat 500 Mbit/s, kas ļauj bez traucējumiem skatīties augstas kvalitātes video vai interneta tiešraides, lejupielādēt apjomīgus failus (attēlus, mūziku), pilnvērtīgi izmantot tādus pakalpojumus kā Lattelecom Interaktīvā televīzija (video noma, 3D video noma) vai biznesa vidē nepieciešamos mākoņdatošanas risinājumus ir pieejams pagaidām samērā nedaudz mājsaimniecību Vidzemes pilsētās un lauku teritorijās. Bet kopumā *Lattelecom* mērķis tuvāko gadu laikā ir palielināt optiskā interneta pieejamību līdz pat 75% no visām Latvijas mājsaimniecībām⁶.

Vidzemes reģiona teritorijā mobilo elektronisko sakaru pakalpojumu sniedz Latvijas mobilo elektronisko sakaru operatori: SIA „Latvijas Mobilais telefons”, SIA „Tele2”, SIA „Bite Latvija” un „Triatel”. Vidzemes reģiona pierobežas rajonos ir iespējas izmantot Igaunijas mobilo elektronisko sakaru tīklu operatorus: „Igaunijas Mobilais telefons”, „Igaunijas Tele2”, „Bravocom” un „Radiolinija Eesti AS” pakalpojumus. Šie operatori piedāvā arī mobilo internetu. Mobilā interneta pārklājuma zona Latvijā ir apmēram 98%, kas ir labs pieejamības rādītājs. Šis interneta pieslēgums ir izdevīgs ar to, ka ir pieejams visur, kā arī pieslēguma ātrums ir samērā labs un nav jāievēl papildu vadi. Neskatoties uz piedāvājumiem interneta ātrumiem (kas ir krietni zemāki par optisko internetu), ir jāņem vērā arī pārī faktorus, kas var ietekmēt interneta ātrumu: interneta ātrums var samazināties, ja atrašanās vieta ir tālu no bāzes stacijas, ja tīkls ir pārslogots, vai modemam vai ierīcei ir nepareizi iestatījumi.

Visos bijušo pašvaldību centros, skolās un bibliotēkās ir pieejams globālais tīmeklis. Paralēli tiek izmantoti kabeļu tīkli telekomunikāciju tehnoloģijām nepieciešamo datu pārraidei un radio pārraidēm. Ir iespējas pakalpojuma attīstībai, lai nodrošinātu pēc iespējas plašāku ātrgaitas interneta pārklājumu ar attiecīgu datu pārraides ātrumu pieejamību fiziskām personām, valsts pārvaldes iestādēm, komersantiem, skolām un slimnīcām un citiem interesentiem pieejamību par draudzīgu cenu visā reģiona teritorijā.

Biznesa atbalsta un informācijas tehnoloģiju infrastruktūras t.sk. esošais interneta pārklājums nodrošina iespējas labvēlīgai darba telpai/videi Vidzemes reģionā gan biznesa uzsākšanai, gan attīstībai, kā arī attālinātā darba veikšanai.

Pieejams plašs izglītības iestāžu un sociālo, sporta un atpūtas pasākumu komplekss labvēlīgai dzīves telpai Vidzemes reģionā un vēlmei dzīvot, strādāt un investēt.

⁵ http://www.vidzeme.lv/lv/vidzemes_reģiona_pasvaldibu_kapacitates_stiprinasana_inovaciju_ekonomikas_attistibas_projektu_joma/

⁶ <http://jaunumi.lattelecom.lv/biznesam/ejaunumi/ittlatvija/ldz-gada-beigm-lattelecom-optiskais-internets-bs-pieejams-gandr-60-latvijas-misaimniecibu/>

1.7. Vidzemes plānošanas reģiona ģeomātikas rīku izmantošanas prakses SVID

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> · Reģionā atrodas Vidzemes augstskola, Tālākizglītības un tehnoloģiju pārneses centrs, Sociotehnisku Sistēmu Inženierijas institūts, Nodibinājums „Vides risinājumu institūts” un citi zinātnes centri un institūti · Divi biznesa inkubatori – Valmierā un Cēsīs · Atrašanās Latvijas centrālajā daļā, tuvu valsts galvaspilsētai · Attīstīta infrastruktūra, šeit krustojas nozīmīgas starptautisko pasažieru un preču transporta plūsmas, ko nodrošina autoceļi un dzelzceļš · Ceļu tīkls saistībā ar galvaspilsētu Rīgu ir labāks nekā starp lielākajām apdzīvotajām vietām reģionā, tādējādi veidojot izteikti radiālu mobilitātes shēmu · Informācijas tehnoloģiju pieejamība - Pietiekams interneta nodrošinājums uzņēmējdarbības vadīšanai, sadarbības veidošanai attālināti⁷ · Laba datu pārraides infrastruktūra · Piesaistīti ES struktūrfondu līdzekļi biznesa infrastruktūras attīstībai · Kvalificēts un pieejams darbaspēks reģiona pilsētās un attīstības centros. · Salīdzinoši zems atalgojuma līmenis · Darbaspēka, inženieru un pētnieku prasmes un pieredze · Izveidoti sadarbības tīkli ģeomātikas profesionāļu starpā 	<ul style="list-style-type: none"> · Uzņēmumi maz sadarbojas ar zinātniskajām institūcijām · Uzņēmumi zinātniskajā un tehnoloģiskajā izpētē iegulda maz finanšu līdzekļus · Nozaru struktūrā dominē nozares ar zemu pievienoto vērtību · Maz inovatīvu uzņēmumu · Nepietiekošs finansējums pētījumiem · Nav izveidota ilglaicīga un stabila finansējuma sistēma zinātniskajai darbībai · Investīciju piesaistes profesionāļu trūkums valsts un pašvaldību struktūrās · Uzņēmējdarbības vides trūkumi – Zināšanu un izpratnes trūkums valsts pārvaldē un sabiedrībā par ārvalstu tiešo investīciju pozitīvo ietekmi uz ekonomiku · Informācijas trūkums par pašvaldību piedāvājumu investoriem. · Augsts nodarbināto īpatsvars pakalpojumu nozarēs · Trūkst mērķtiecīgas atbalsta politikas konkurētspējīgas uzņēmējdarbības attīstībai · Kvalificēta darbaspēka aizplūšana no reģiona · Autoceļu un ielu tehniskais stāvoklis nav apmierinoša · Iedzīvotāju skaita samazināšanās un novecošanās · Profesionāļu trūkums nozarē — trūkst programmētāju, digitālās vides dizaineru · Uzņēmējdarbība nozarē balstās projektu principā, nav iespējams ģenerēt vienmērīgu ienākumu plūsmu, tas mudina perspektīvus speciālistus meklēt nodarbošanos ārpus reģiona, piemēram, Rīgā · Vāja pašvaldību sadarbība ar savā teritorijā

⁷ [http://www.vidzeme.lv/lv/swot_analize_audiovizualajam_sektoram_vidzemes_planosanas_rejona/](http://www.vidzeme.lv/lv/swot_analize_audiovizualajam_sektoram_vidzemes_planosanas_rejiona/)

	strādājošiem uzņēmumiem
<p style="text-align: center;">Iespējas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Stabilas un ilglaicīgas pētījumu programmas, kurās tiktu iesaistīti jaunie zinātnieki, studenti · Jaunu, konkurētspējīgu un inovatīvu produktu ražošanai · Tradicionālo reģionā esošo nozaru attīstība ar augstas pievienotās vērtības ražošanu · Fiziskās infrastruktūras uzlabošana · Intensīvāka Vidzemes un Latvijas priekšrocību popularizēšana · Darbaspēka kvalifikācijas celšana · IKT t.sk. ģeomātikas apmācību un informatīvo pasākumu organizēšana · Pašvaldības kapacitātes un prasmju celšana investīciju piesaistē · Finanšu instrumenti: nepietiekama finanšu pieejamība · Latvijas mērogā ir brīva un pievilcīga niša Vidzemes reģionam pozicionēties kā digitālo un audiovizuālo iespēju centram · Globālā tirgus pieejamība, iespējas veidot un realizēt starptautiski pievilcīgus produktus un pakalpojumus · Paredzams IKT risinājumu aizvien plašāks lietojums visdažādākajās jomās, pieprasījums pēc digitāliem un mobiliem risinājumiem · Brīva niša ĢIS jomas uzņēmumu izstrādņēm, bet jebkurā gadījumā pakalpojumu cenas salīdzinoši būs zemākas, nekā attiecīgajam produkta/pakalpojumam Rīgā 	<p style="text-align: center;">Draudi</p> <ul style="list-style-type: none"> · Zems finansējuma līmenis zinātnei un pētījumiem · Ierobežots privātais finansējums, kā rezultātā reģiona ekonomikā neveidojas inovatīvi produkti un neattīstās ekonomika · Kvalificētu zinātnieku aizplūšana no reģioniem neapmierinoša atalgojuma dēļ · Uzņēmējdarbības attīstības politika nav ilglaicīga un mērķtiecīga · Ierobežojumi un administratīvā sloga līmenis traucē uzņēmējdarbības attīstībai · Nekonkurētspējīgi darbaspēka nodokļi saglabājas ilgtermiņā · Nozares ārkārtīgi straujā attīstība, pieprasījuma izmaiņas, nepieciešamība reaģēt, pielāgoties, nemitīgi pilnveidot produktus

1.8. Plānošanas dokumenti

1.8.1. Eiropas Savienības stratēģiskie plānošanas dokumenti

Eiropas Komisija ir izstrādājusi virkni stratēģisku dokumentu Eiropas Savienības un tās dalībvalstu attīstībai.

Eiropas Komisija stratēģijas „Eiropa 2020” („Eiropa 2020”)⁸ ietvaros ir izvirzījusi šādas savstarpēji saistītas prioritātes ES tautsaimniecības izaugsmes nodrošināšanai:

1. Gudra izaugsme – uz zināšanām un inovāciju balstītas ekonomikas attīstība;
2. Ilgtspējīga izaugsme – resursu ziņā efektīvākas, videi nekaitīgākas un konkurētspējīgākas ekonomikas veicināšana;
3. Integrējoša izaugsme – tādas ekonomikas veicināšana, kurā ir augsts nodarbinātības līmenis un kas nodrošina sociālo un teritoriālo kohēziju.

Informācijas un komunikācijas tehnoloģiju lomu šo ieceru īstenošanā līdz 2020.gadam nosaka **Digitālā programma Eiropai**⁹, kura ir viena no septiņām stratēģijas „Eiropa 2020” parauginiciatīvām un nosaka virzienus informācijas komunikāciju tehnoloģiju (IKI) sociālā un ekonomiskā potenciāla maksimizēšanai, īpaši vitāli svarīgajām darbībām internetā, kas ir būtiskas saimnieciskās, sabiedriskās, uzņēmējdarbības, darba rotaļu, saziņas un brīvas pašizpaušmes videi.¹⁰

Stratēģiskā sistēma Eiropas sadarbībai izglītības un apmācības jomā „ET 2020” („ET 2020”) ir izveidota ar mērķi veicināt „Eiropa 2020” noteikto mērķu sasniegšanu izglītības un apmācības jomā, paredzot līdz 2020.gadam uzlabot izglītības un apmācības sistēmas ES dalībvalstīs ar mērķi nodrošināt visu iedzīvotāju personīgo, sociālo un profesionālo izaugsmi, kā arī ilgtspējīgu ekonomisko labklājību un nodarbinātības iespējas, vienlaikus popularizējot demokrātijas vērtības, sociālo kohēziju, pilsonisko aktivitāti un kultūru dialogu. „ET 2020” uzsver profesionālo zināšanu, prasmju un kompetenču attīstību mūžizglītības jomā. Digitālās prasmes ir viena no 8.pamatkompetencēm (zināšanu, prasmju un attieksmju kopums), kas veicina prasmi piemēroties jaunajiem darba tirgus apstākļiem.

„ET 2020” izvirza šādus stratēģiskos mērķus:

1. Mūžizglītību un mobilitāti padarīt par realitāti;
2. Uzlabot izglītības un apmācības kvalitāti un efektivitāti, nodrošinot, lai ikviens apgūtu pamatiemaņas;
3. Veicināt taisnīgumu, sociālo kohēziju un pilsonisko aktivitāti, nodrošinot ikvienam iespēju dzīves laikā iegūt, atjaunināt un pilnveidot ar darbu saistītās prasmes un zināšanas, reizē atbalstot pilsonisko aktivitāti un kultūru dialogu;
4. Visos izglītības un apmācības līmeņos sekmēt novatorismu un jaunradi, tostarp uzņēmējdarbības garu.

Digitālā pamatprasmē ietver pārlicinātu un kritisku informācijas komunikāciju tehnoloģiju (IKT) t.sk. uz ģeomātiku balstīto produktu pielietojumu darbā, brīvajā laikā un komunikācijā. Šīs prasmes attīstību paredz „ET 2020” stratēģiskie mērķi, bet praktisku īstenošanu paredz EK programma Erasmus+ un Eiropas struktūrfondi. VPR reģiona iedzīvotāju profesionālās kompetences IKT jomā iespējams attīstīt, sagatavojot projektu pieteikumus (skat. Pieejamie finanšu resursi sadaļu)

⁸ http://ec.europa.eu/europe2020/index_lv.htm

⁹ http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

¹⁰ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:LV:HTML>

Telpiskās informācijas infrastruktūru Eiropas Kopienā nosaka **Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva 2007/2/EK (INSPIRE)¹¹**, kura tika pieņemta 2007.gadā, nosakot tās īstenošanu vairākos posmos, to pilnībā ieviešot līdz 2019.gadam **INSPIRE direktīvas mērķi ir:**

Radīt vairāk un labākus publiski pieejamus ģeotelpiskos datus, t.i. radīt harmonizētas ģeotelpisko datu kopas, kuras lietotāji var saņemt ar interneta pakalpojumu palīdzību. Galvenie šādu pakalpojumu lietotāji būs Eiropas Kopienas iestādes un struktūras, dalībvalstu publiskās (valsts) iestādes un privātā sektora pārstāvji;

Izveidot ES telpisko datu infrastruktūru, kas radītu ar vidi saistītas telpiskās informācijas apmaiņas iespējas starp publiskā sektora organizācijām, lai veicinātu sabiedrības piekļuvi telpiskajai informācijai visā Eiropā, izmantojot jaunākos tehnoloģiju risinājumus programnodrošināšanā, un palīdzētu ES pārrobežu politikas veidošanā vides jomā.

INSPIRE nosaka vairākus kopējus principus, kas jāievēro dalībvalstīm:

- Dati jāvāc un jāuzglabā tikai vienu reizi tur, kur to var saglabāt visefektīvāk, lai varētu izveidot no robežām brīvu telpisko informāciju no dažādiem avotiem visā Eiropā ar ko varēs dalīties daudzi lietotāji, izmantojot visiem pieejamās lietojumprogrammas;
- Ir jābūt iespējai dalīties ar informāciju, kas savākta vienā līmenī (vai mērogā) visos pārējos līmeņos, lai sasniegtu ilgtspējīgas attīstības vispārējos stratēģiskos mērķus;
- Ģeogrāfiskā informācija ir nepieciešama labai pārvaldībai visos līmeņos;
- Telpiskai informācijai jābūt viegli pieejamai un pārredzamai (caurskatāmai), kā arī izmantojamai lēmumu pieņemšanā, kas ir saistīti ar apkārtējās vides izmaiņām un ietekmi uz to;
- Telpiskai informācijai jābūt pieejamai sabiedrībai, kā arī izmantojamai dažādiem mērķiem gan informācijai, gan pētniecībai un zinātnei, gan uzņēmējdarbības un pakalpojumu attīstībai ģeotelpiskās informācijas sistēmu (ĢIS) jomā;
- Telpiskās informācijas lietošanas un izmantošanas nosacījumiem, kā arī tās lietošanas aprakstam (rīkiem) jābūt nodrošinātiem un pieejamiem bez papildus skaidrojumiem vai interpretācijas iespējām.

Latvijas likumdošana ģeomātikas jomā ir izstrādāta, pamatojoties uz Eiropas Komisijas izstrādāto INSPIRE direktīvu, kuras mērķis ir radīt vairāk un labākus publiski pieejamus ģeotelpiskos datus, t.i. radīt harmonizētas ģeotelpisko datu kopas, kuras nogādāt pie lietotājiem ar interneta pakalpojumu palīdzību. INSPIRE direktīvas prasības Latvijas Republikas normatīvajos aktos nosaka Ģeotelpiskās informācijas likumu un no tā izrietošos Ministru kabineta noteikumus. Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldībām, saskaņā ar normatīvajiem aktiem, ir jāpieņem saistošie noteikumi par augstas detalizācijas topogrāfiskās informācijas aprites kārtību (pagaidām pieņemts Valmieras pilsētā). Iespējams, ka šādi noteikumi būtu jāpieņem reģionu līmenī un reģioniem būtu jāuzņemas atbildība par šo datu ieguves un aprites kārtību.

1.8.2. Latvijas Republikas stratēģiskie dokumenti

Apzinoties neatgriezeniskos globālos procesus un ar tiem saistītos demogrāfiskos, nodarbinātības, iedzīvotāju migrācijas, klimata izmaiņu, enerģijas patēriņa pieauguma, politisko konfliktu ietekmes, jaunu sabiedriskas līdzdalības formu veidošanās, globālas vidusslāņa attīstības un nabadzības risku pieauguma, urbanizācijas pieauguma izaicinājumus, kā arī, atbalstot starptautisko organizāciju (ANO un ES vienošanās) atbalstīto modeli

¹¹ <http://inspire.jrc.ec.europa.eu/index.cfm/pageid/48>

ilgtspējīgas izaugsmes jomā, ir izstrādāta **Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas līdz 2030. gadam (Latvija 2030)**¹². Šis modelis aicina valstis veidot tādu attīstības politiku, kuras prioritātes ir līdzsvarota ikviena sabiedrības locekļa dzīves kvalitātes uzlabošana, sociālā saliedētība un drošību un vides resursu saglabāšana nākamajām paaudzēm, kur vides, sociālie un ekonomiskās izaugsmes jautājumi ir risināti integrēti, pārskatāmi un pārdomāti, attīstot un pavairojot valsts nacionālo bagātību jeb kapitālu, nodošanai to nākamajam paaudzēm (1992. gada ANO samita Riodežaneiro).

Latvija 2030 izvirza šādas galvenās prioritātes:

1. Kultūras telpas attīstība;
2. Ieguldījumi cilvēkkapitālā;
3. Paradigmas maiņa izglītībā;
4. Inovatīva un ekoeftīva ekonomika,;
5. Daba kā nākotnes kapitāls;
6. Telpiskās attīstības perspektīva;
7. Inovatīva pārvaldība un sabiedrības līdzdalība.

Latvija 2030 norāda uz **jaunu iemaņu, zināšanu un prasmju (kompetenču) nepieciešamību** inovatīvas ekonomikas nodrošināšanai un darba tirgus vajadzībām, kur tieši tehnoloģiskā kompetence, spēja integrēt dažādu jomu prasmes un kompetences, radošas iemaņas, cilvēku un risku vadības prasmes, kā arī atvērtība starptautiskai un starpkultūru sadarbībai ieņem svarīgu lomu, liecinot par izmaiņām sabiedrības (iedzīvotāju un uzņēmēju) paradumos informācijas apmaiņā un lietošanā, pakalpojumu radīšanā, pieprasīšanā un patēriņā, kā arī līdzdalībā sabiedrībai svarīgu lēmumu pieņemšanas procesā.

Latvija 2030 norāda uz **atvērto inovāciju praksi** (183, Atvērtā koda programmatūras iepirkums), atzīmējot, ka atvērtā koda darbības principu ievērošana vairumā gadījumu rada lielāku un straujāku inovāciju konvergenci. Atvērtu inovāciju praksi ar savu piemēru jo īpaši var veicināt valsts un pašvaldības institūcijas, atvēlot daļu no programmatūru iepirkumam paredzētiem līdzekļiem atvērtā koda programmatūras iegādei un izstrādājot attiecīgas iepirkuma programmas. Atvērtā koda programmas var iegādāties lētāk vai pat bez maksas, bet tās prasa augstākus uzturēšanas izdevumus. Pat ja kopējās izmaksas, izmantojot atvērtā koda programmatūru valsts institūcijās, nesamazinātos, to izmantošana radītu pozitīvus blakusefektus – radītu darbavietas vietējā IT sektorā, attīstītu Latvijas darbaspēka programmēšanas prasmes un tādējādi veicinātu uzņēmējdarbību. Atvērtā koda programmu iepirkums tiešā veidā atbalstītu augsto tehnoloģiju nozari Latvijā un Vidzemes plānošanas reģionā.

Latvija 2030 atzīmē, ka iegūtās zināšanas noveco arvien straujāk (184, Atvērtas zināšanas un zinātne), tāpēc svarīgāks kļūst **zināšanu izplatīšanās ātrums un pieejamība** uzņēmumiem un iedzīvotājiem, pieprasot arvien jaunas pieejas zināšanu izplatīšanā atvēlot tehnoloģiskiem risinājumiem un internetam arvien nozīmīgāku vietu zināšanu izplatīšanā un šķēršļu mazināšanā piekļuvei valsts finansētām augstskolām un pētniecības institūtiem, valsts augstskolu lekciju kursu materiāliem, valsts finansētu zinātnisko pētījumu rezultātiem Latvijas iedzīvotājam. *Latvija 2030* aicina attīstīt **brīvi pieejamus virtuālos biznesa inkubatorus un digitālās zināšanu pārneses tīklus un digitālās platformas**, kuros eksperti, pasniedzēji un zinātnieki dalītos savās zināšanās, atvieglojot piekļuvei zināšanām, bet vienlaikus ievērojot intelektuālā īpašuma turētāju intereses.

¹² <http://www.varam.gov.lv/lat/pol/ppd/?doc=13857>

Savukārt intelektuālais un radošais potenciāls, ko attīstītu ar izglītības palīdzību, būtu nozīmīgs faktors „inovatīvas un ekoeftīvas ekonomikas” veidošanā”.

Latvija 2030 nosaka būtiskākos attīstības virzienus līdzvērtīgas dzīves un darba apstākļu nodrošināšanai iedzīvotājiem neatkarīgi no dzīves vietas un nostiprinātu valsts policentrisku apdzīvojamu struktūru: **attīstības centru veidošana** – reģionu attīstības virzītājspēka – potenciāla un konkurētspējas paaugstināšana, atbilstoši to resursiem un prioritātēm, veidojot pievilcīgu pilsētvidi gan iedzīvotājiem, gan investoriem.

Būtiska loma ir **attīstības centru funkcionālo tīklu veidošanai**, vienojoties par resursu efektīvu izmantošanu, kas balstīta uz lomu papildinātības un sadarbības principiem.

Šo attīstības virzienu īstenošanai ir nepieciešama **integrēta pieeja teritoriju attīstības plānošanā** un īstenošanā, radošas pilsētvides attīstībā, kā arī pilsētu un pilsētu-lauku partnerībā. Lai to sasniegtu, ir jāuzlabo plānošanas reģionu un pašvaldību kapacitāte teritorijas attīstības plānošanā.

Lai maksimāli izmantotu Latvijas cilvēkkapitālu, pieņemtu kvalitatīvākus lēmumus un atvieglotu to ieviešanu, **politikas veidošanā maksimāli jāiesaista sabiedrība**. Lai to izdarītu, jārada reālas līdzdalības iespējas, kā arī jāparedz motivācijas mehānismi, kas mudinātu šīs iespējas izmantot, piemēram, sociālās atzinības sistēmas, administratīvi atvieglojumi vai gluži vienkārši uzskatāmi pierādījumi, ka līdzdalības rezultāti tiek reāli ieviesti.

Iesaistot sabiedrību likumu un lēmumu projektu izstrādē un izvērtēšanā, jāņem vērā sabiedrības dažādība un sociālā daudzveidība. Jātīcas, lai diskusijā tiktu ņemti vērā visu ieinteresēto sabiedrības grupu viedokļi. Politikas un sabiedrisko pakalpojumu projektu veidotājiem ir **savlaicīgi jāidentificē sabiedrības grupas, uz kurām attiecīgais projekts attiecas, tās jāuzrunā un jāiesaista diskusijā**. Katrai mērķauditorijai jāizmanto piemērotākie līdzekļi un jānodrošina atgriezeniskā saite, informējot sabiedrību par to, kas ir un kas nav ticis ņemts vērā. Trīspusējā sociālā dialoga mehānisms ietver darba devēju un darbinieku organizāciju sadarbību ar valsts un pašvaldību iestādēm, savukārt divpusējais sociālais dialogs – darba devēju un darba ņēmēju viedokļu un interešu saskaņošanu.

Latvija 2030 nosaka, ka **jāstiprina Latvijas iedzīvotāju spējas un prasmes līdzdarboties sabiedriskajos procesos**, lai padarītu sabiedriskās līdzdalības procesu pēc iespējas konstruktīvāku un efektīvāku, īstenojot pilsoniskās izglītības programmas gan vispārējās izglītības ietvaros, gan ārpus tās – semināru, lekciju un kursu formā. Tādā veidā pilsoniskā izglītība ne tikai attīstītu sabiedrības spējas līdzdarboties, bet arī veicinātu sabiedrības sociālo integrāciju.

Latvija 2030 norāda uz pieaugošo **e-pārvaldības un sabiedriskās inovācijas lomu** modernā sabiedrībā nevis vienkārši digitalizējot esošās administratīvās prakses, bet pārstrukturējot valsts institūcijas, izmantojot jaunu informācijas tehnoloģiju radītas efektīvākas pārvaldības iespējas.

Virzieni **e-pārvaldības un sabiedriskā inovācijas attīstībai**:

1. *Masveida jaunrades portāls*. Lai maksimāli izmantotu sabiedrības radošo potenciālu, ir jāievieš mehānisms, lai ikviens varētu ieteikt jaunrades idejas. Izmantojot e-vidi, tas varētu būt portāls, kurā iedzīvotāji var iesniegt savas idejas, novērtēt, komentēt un papildināt citu iesniegtās idejas. Lai motivētu cilvēkus apmainīties idejām, jāveido fonds veiksmīgāko ideju testēšanai un realizācijai, un jānosaka, ka, piemēram, 10 populārākās idejas ik gadu tiek realizētas no fonda līdzekļiem, u.tml.
2. *Masveida jaunrades balva*. Lai motivētu iedzīvotājus domāt par to, kā inovatīvi uzlabot sabiedrības pārvaldību, daudzās valstīs tiek izmantoti sociālās atzinības mehānismi, piemēram, nacionāla masveida jaunrades balva, kas ik gadu tiek piešķirta oriģinālākajam vai veiksmīgākajam jaunievedumam.

3. *Starpnozaru masveida jaunrades koordinācijas institūcija.* Lielākā daļa sabiedriskās jaunrades skar vairākas nozares un valsts institūcijas, tāpēc otrs būtisks priekšnosacījums ir dažādu nozaru un institūciju savstarpēja sadarbība inovatīvu ideju realizācijā. Atsevišķās valstīs šim nolūkam tiek izveidotas atsevišķas institūcijas, kuru rīcībā ir administratīvie un finanšu resursi masveida jaunrades pārbaudīšanai un īstenošanai praksē.
4. *E-pārvaldība.* E-pārvaldības ieviešana būtu jāizmanto, lai strukturāli reformētu līdzšinējo valsts pārvaldi, veidojot to efektīvāku. Lai atvieglotu pilsoņu iespēju piedalīties referendumos un parakstu vākšanā gan vietējā, gan nacionālā līmenī, būtu jānodrošina iespēja piedalīties referendumā un iesniegt peticijas, izmantojot e-tehnoloģijas. Iespēja balsot internetā līdz šim jau veiksmīgi īstenota vairākās Eiropas valstīs. Tāpat būtu aktīvi jāizmanto e-diskusiju, komentāru un reitingu iespējas, kā arī jāievieš lietotājam izdevīgs un vienkārši lietojams e-paraksts.

Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2013 – 2020¹³, kura viens no mērķiem ir veidot Latviju kā konkurētspējīgu valsti, kurā dzīvo čaki, izglītoti un radoši cilvēki, nosaka šādas telpiskās attīstības perspektīvas: Radīt līdzvērtīgus dzīves un darba apstākļus visiem iedzīvotājiem, neatkarīgi no dzīves vietas, sekmējot uzņēmējdarbību reģionos, attīstot kvalitatīvu transporta un komunikāciju infrastruktūru un publiskos pakalpojumus;

1. Stiprināt Latvijas un tās reģionu starptautisko konkurētspēju, palielinot Rīgas kā Ziemeļeiropas metropoles un citu valsts lielāko pilsētu starptautisko lomu;
2. Saglabāt Latvijas savdabību – daudzveidīgo dabas un kultūras mantojumu, tipiskās un unikālās ainavas. Vidzemes plānošanas reģionā attīstot attālinātā darba veikšanas iespējas un uzņēmējdarbības popularizēšanu caur IT risinājumiem, iespējams īstenot NAP definēto mērķi.

Latvijas telpiskās attīstības perspektīvas uzdevums ir noteikt politikas virzienus mērķa „Ilgtspējīga, līdzsvarota valsts teritorijas attīstība” realizēšanai, panākot reģionu ekonomiskā potenciāla pilnvērtīgu izmantošanu, iedzīvotāju dzīves kvalitātes paaugstināšanu, dabas un kultūrvēsturisko vērtību saglabāšanu un prasmīgu izmantošanu.

Telpiskās attīstības perspektīva akcentē šādus galvenos aspektus:

1. Sasniedzamība un mobilitātes iespējas;
2. Apdzīvojumus kā ekonomiskās attīstības, cilvēku dzīves un darba vide;
3. Nacionālo interešu telpa – unikālu, visas valsts teritorijas attīstībai nozīmīgu, specifisku, teritoriju saglabāšana;
4. Kvalitatīva un pievilcīga dzīves vide;
5. Plašs publisko pakalpojumu klāsts;
6. Cilvēkresursu un iniciatīvu koncentrācija ir izaugsmes priekšnoteikums;
7. Ārējās un iekšējās sasniedzamības uzlabošana
8. Transporta infrastruktūras plānošana (integrēta transporta sistēma)

¹³Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2013.-2020.gadam. Pieejams:

http://www.nap.lv/images/20121220_NAP2020_Saeim%C4%81_apstiprin%C4%81ts.pdf

Lielākā daļa ekonomisko un sociālo procesu šobrīd un arī turpmāk būs atkarīgi no iespējām saņemt informāciju, strādāt un apmainīties ar to, tādēļ jānodrošina tāds **informācijas pārraides tīklu pārklājums**, kas rada stabilu un nepārtrauktu piekļuvi internetam un citām informācijas sistēmām visā valsts teritorijā.

Izveidojot ātras darbības platjoslas tīklus, internets kļūs ātrāks un piedāvās jaunus, interaktīvus pakalpojumus. Lietišķais internets veidos pamatu jauniem interneta lietojuma veidiem, piemēram, energopatēriņa monitoringam, transporta drošības sistēmām vai ēku drošības uzraudzībai.

Jebkurai mājsaimniecībai ir jābūt pieejamam augstas kvalitātes interneta pieslēgumam par samērīgu pakalpojuma izmantošanas cenu, neatkarīgi no izmantojamās tehnoloģijas.

Lai veicinātu interneta lietotāju skaita pieaugumu, ir nepieciešams kvalitatīvs moblais internets, kas radīs ne tikai jaunas uzņēmējdarbības iespējas un pārveidotus darba organizācijas modeļus, bet arī sniegs sabiedriskus pakalpojumus, piemēram, atbalsta pakalpojumus ceļotājiem ar funkcionāliem traucējumiem vai neatliekamās palīdzības darbiniekiem. Līdzvērtīga pieeja informācijas un telekomunikāciju pakalpojumiem, t.sk. arī platjoslas internetam, ir jānodrošina visā valsts teritorijā, tuvākajos gados primāri attīstot šo pakalpojumu pieejamību lauku teritorijās un attālākajos centros ar sliktākām satiksmes iespējām. Nepieciešams veikt sabiedrisko radio un televīzijas apraides tīklu un sistēmu modernizāciju, nodrošinot stabilu un kvalitatīvu valsts radio un TV programmu uztveršanu visā valstī, it sevišķi attālākās lauku teritorijās un pierobežā.

Informācijas pārraides tīklu pārklājuma jeb digitālā platjoslas interneta infrastruktūras nodrošināšana gan laukos, gan pilsētās ir būtiski svarīga Vidzemes plānošanas reģiona novadu attīstībai. Papildus tehniskai infrastruktūrai ir nepieciešams izglītēt iedzīvotājus par IKT un ģeomātikas izmantošanas iespējām, kādas paveras, dzīvojot un strādājot laukos.

1.8.3. Vidzemes plānošanas reģiona plānošanas dokumenti

Vidzemes plānošanas reģiona (VPR) teritorijas attīstību nosaka šādi dokumenti:

- VPR Teritorijas plānojums 2007.-2027.gadam;
- VPR Attīstības programma 2007.-2013.gadam.

VPR Teritorijas plānojums 2007. – 2027. gadam ir ilgtermiņa attīstības plānošanas dokuments, kas nosaka plānošanas reģiona attīstības iespējas, virzienus un ierobežojumus 20 gadiem. VPR teritorijas plānojums ir saistošs tajā ietilpstošajām pašvaldībām, izstrādājot un realizējot savu teritoriju plānojumus un attīstības programmas.

VPR Attīstības programma 2007. - 2013. gadam ir vidēja termiņa attīstības plānošanas dokuments, kas noteikts kā reģionāla līmeņa politikas dokuments. VPR attīstības programmas vispārīgais mērķis ir veicināt reģiona stabilitu, sabalansētu un ilgtspējīgu attīstību, paaugstinot katra iedzīvotāja dzīves kvalitāti un nodrošinot reģiona konkurētspēju starptautiskā mērogā.

Vidzemes plānošanas reģiona teritorijas plānojuma telpiskās struktūras apraksts¹⁴ atspoguļo reģiona pašreizējo izmantošanu saistībā ar cilvēku un viņa dzīvesveidu, vērtību un teritorijas izmantošanas aspektā. Tas ietver nacionālās vērtības, nosaka reģionālas vērtības un reģiona telpiskās attīstības tendences, kā arī problēmteritorijas. Telpiskās struktūras aprakstā ir arī sniegta vispārēja informācija par elektronisko sakaru pielietojumu reģionā.

¹⁴ http://www.vidzeme.lv/lv/teritorijas_planojums1/

VPR telpiskās attīstības vīzija:

Vidzeme ir dinamisks un konkurētspējīgs reģions ar dabas un kultūrvēsturiskā mantojuma daudzveidību lauku teritorijās, ar nozīmīgiem transporta koridoriem Rail Baltica, VIA Hanseatica un Vidzemes šoseju, ar pilsētām - reģiona ekonomiskās attīstības dzinējspēku.

Lai sasniegtu šo vīziju, informāciju tehnoloģijas un ĢIS spēlē nozīmīgu lomu visu zemāk raksturojošo elementu nodrošināšanai:

1. Augsta vides kvalitāte un spēcīga reģiona identitāte;
2. Attīstīta pamata infrastruktūra;
3. Līdzsvarota, policentriska apdzīvojuma struktūra;
4. Attīstītas pilsētas – reģiona ekonomiskās attīstības dzinējspēks;
5. Attīstītas pagastu un novadu pašvaldības.

Vidējā termiņa mērķa 2.1.3.2.2. Veicināt lauku ekonomikas dažādošanu, viena no rīcībām ir:

- Attīstot IT pieejamību, radīt iespēju strādāt mājās ar moderno tehnoloģiju palīdzību.

Attālināts darbs no mājām ar moderno tehnoloģiju palīdzību kļūst par aizvien modernāku tendenci, kas izplatīta visā pasaulē. Savukārt Latvijā tā ir ne tik izplatīta prakse un neizmantota iespēja, ko realizējot, ieguvējs būs gan uzņēmums, gan darbinieks. Svarīgi atzīmēt, ka ir profesijas, kuras paver iespējas šādai darba specifikai kā piem. tulki, grāmatveži, dizaineri, juristi, žurnālisti, pārdošanas speciālisti, klientu apkalpošanas speciālisti pa telefonu, IT speciālisti u.c.. Strādājot attālināti, darbinieks pats izvēlas laiku, kad viņa produktivitāte ir visaugstākā, turklāt netērē laiku ceļam. Jaunajām inovatīvām idejām, pieejām un tehnoloģijām sākotnējā posmā ir raksturīgi vienmēr būt svešām, tāpēc to ieviešanai nepieciešams kāds grūdiens. Līdz ar iespēju nodrošināšanu strādāt mājās, nozīmīgākie faktori rīcības īstenošanai ir interneta ātrums un stabilitāte jeb tehnoloģisko risinājumu attīstība un sabiedrības ieradumu maiņa Vidzemes reģionā.

Saskaņā ar Latvijas reģionu ekonomisko profilu¹⁵, Vidzemes plānošanas reģiona galvenās pamatvērtības ir:

- Dažādu paaudžu iedzīvotāji, to intelektuālais potenciāls un ekonomiski aktīvie iedzīvotāji kā saimnieciski aktīvākā daļa, kas veido darbaspēka resursus reģionā;
- Meža zeme un koksnes krāja reģionā, kas pozitīvi ietekmē un veicina mežsaimniecības un kokapstrādes nozares attīstību;
- Vidzemes ainavas un unikālas dabas teritorijas, tai raksturīgā lauku apdzīvojuma struktūra, tradīcijas un bagātais kultūrvēsturiskais mantojums, kas nodrošina kvalitatīvu dzīves vidi reģionā.

1.8.4. Vidzemes plānošanas reģiona ilgtermiņa attīstības mērķi

¹⁵ http://www.vidzeme.lv/upload/lv/Teritorijas_planojums/RegEkonAttPersp_10_11.pdf

Vidzemes plānošanas reģiona ilgtermiņa prioritātes ir noteiktas saskaņā ar Eiropas Komisijas stratēģijas „Eiropa 2020” pamatnostādņem, kā arī pieejamiem un attīstībai nozīmīgiem resursiem ģeomātikas risinājumu ieviešanai Vidzemes plānošanas reģionā:

1. Gudra izaugsme – uz zināšanām un inovāciju balstītas ekonomikas attīstība;
2. Ilgtspējīga izaugsme – resursu ziņā efektīvākas, videi draudzīgas un konkurētspējīgākas ekonomikas veicināšana;
3. Integrējoša izaugsme – tādas ekonomikas veicināšana, kurā ir augsts nodarbinātības līmenis un kas nodrošina sociālo un teritoriālo kohēziju.

Kā Vidzemes plānošanas reģiona vidēja termiņa prioritāte 2014-2020 izvirzīta – **Zināšanu, informācijas un inovāciju sabiedrības veidošana** – tās ietvaros definējot vairākus rīcības virzienus un uzdevumus šīs prioritātes īstenošanai:

Nr.	Rīcības virzieni	Uzdevumi
1.	Sekmēt cilvēkresursu attīstību	<ul style="list-style-type: none"> · Radošas, uz indivīda spējām un talantiem vērstas izglītības sistēmas izveide · Izglītības kvalitātes uzlabošana visās izglītības pakāpēs virzībai uz indivīda augstu kompetenču līmeni un radošās domāšanas attīstību) · IKT, GIS un citu augsto zinātņu tehnoloģiju izglītošanas/pielietošanas veicināšana · Interešu izglītības pieejamība un pilnveidošana · Darba tirgus pieprasījumam atbilstoša darbaspēka sagatavošana (t.sk. pedagogu profesionalitātes paaugstināšana · Izglītības pakalpojumu pieejamība visās tās pakāpēs, karjeras un profesionālās orientācijas pakalpojumu pieejamība · Izglītības iestāžu infrastruktūras un materiāli tehniskās bāzes attīstība · Sociālā riska grupu iesaistīšana dažādos izglītības līmeņos (pakāpēs).
2.	Sekmēt informācijas un telekomunikāciju tehnoloģiju pieejamību un pielietošanu	<ul style="list-style-type: none"> · Sekmēt elektroenerģijas resursu stabilitāti un pārklājumu · Sekmēt interneta un platjoslas interneta pārklājumu pieejamību un pārklājumu (digitālā iekļautība) · Veicināt digitālo tīklu (dažādu IT platformu) pieejamību, savietojamību (sadrumsalotības likvidēšana) sadarbību (balstīti uz standartiem un atklātām platformām). · Veicināt e-infrastruktūras – mākoņdatošanas (datu glabāšana, apstrāde un izmantošana attālos datoros, kuriem piekļūst, izmantojot internetu) izmantošanu un pielietošanu · Veicināt IT sistēmu elastību un drošumu („kibernozieģumu” izskaušana)
3.	Nodrošināt pašvaldību informācijas pakalpojumu attīstību reģionā, t.sk. e-pakalpojumus	<ul style="list-style-type: none"> · Pakāpeniska sabiedrisko pakalpojumu sniegšanas elektronizācija · Pakalpojumu vajadzības attiecinātas uz mērķa grupas lielumu, kā arī ņemot vērā pakalpojumu saņēmēju faktisko pieprasījumu pēc konkrētā pakalpojuma · Veicināt valsts un publiskās pārvaldes iestāžu, plānošanas reģiona, vietējo pašvaldību, NVO u.c. organizāciju publiskās informācijas pieejamību internetā (sabiedrībai būtu pieejama informācija, kura ir iestādes rīcībā vai kuru iestādei atbilstoši tās kompetencei ir pienākums radīt)¹⁶ · Veicināt jaunu publisko interneta pieejas punktu izveidi un esošo attīstību

¹⁶ <http://likumi.lv/doc.php?id=50601>

		<p>(arī multi-pakalpojumu centru attīstību: piemēram, skolās, pasta nodaļās, veikalos, degvielas uzpildes stacijās, bibliotēkās, muzejos, u.tml)</p> <ul style="list-style-type: none"> Savas kompetences robežās atbalstīt ar INSPIRE ieviešanu saistītu ES strukturālo fondu ģeotelpiskās informācijas infrastruktūras praktisko ieviešanas projektu ieviešanu plānošanas reģiona līmenī, piemēram: <ul style="list-style-type: none"> Valsts reģionālās attīstības aģentūras (VRAA) realizētais projekts „Vienota ģeotelpiskās informācijas portāla izveidošana un ĢIS integrācija” – ar plānošanas reģiona un pašvaldību rīcībā esošajiem datiem un pakalpojumiem; Latvijas Ģeotelpiskās informācijas aģentūras realizētais projekts “Valsts ģeotelpisko pamatdatu informācijas infrastruktūras izveide”; VZD realizētais projekts “Valsts zemes dienesta ģeotelpisko datu ģeotelpiskās informācijas sistēmas izveide”; Valsts reģionālās attīstības aģentūras realizētais projekts “Pašvaldību teritorijas attīstības plānošanas, infrastruktūras un uzraudzības informācijas sistēma – 1.kārta” – iesaistoties projekta ieviešanā plānošanas reģiona un pašvaldību līmenī.
4.	Izveidot zināšanu platformu (atbalsta sistēmu)	<ul style="list-style-type: none"> Izstrādāt Vidzemes reģiona uzņēmējdarbības klasteru politiku Uzlabot reģiona profesionālo izglītības iestāžu sagatavoto speciālistu zināšanu un prasmju kvalitāti Stiprināt ciešāku biznesa inkubatoru un izglītības iestāžu sadarbību, veicinot inovāciju un zināšanu pārnesi un veidot uzņēmēju prasībām atbilstošu izglītības piedāvājumu Attīstīt specifisku starpdisciplināru izglītības piedāvājumu nišas, piemēram - industriālo dizainu, alternatīvo enerģijas sistēmu inženieriju u.c.
5.	Pētniecības un inovāciju attīstība	<ul style="list-style-type: none"> Atbalsts zinātnisko pētījumu veikšanai Izveidot un uzturēt koordinētas informācijas un zināšanu pārneses atbalsta sistēmu (<i>virtuālie biznesa inkubatori un digitālie zināšanu pārneses tīkli un digitālās platformas, kuros eksperti, pasniedzēji un zinātnieki dalītos savās zināšanās, atvieglojot piekļuvi zināšanām, bet vienlaikus ievērojot intelektuālā īpašuma turētāju intereses</i>).
6.	Inovatīvas uzņēmējdarbības attīstība	<ul style="list-style-type: none"> Zināšanu ietilpīgo nozaru attīstība Tradicionālo un vietējo resursu nozaru attīstība un preču/pakalpojumu intelektualizācija/ komercializācija Industriālo pakalpojumu ar augstu pievienoto vērtību īpatsvaru palielināšana Produktivitātes palielināšana, inovāciju veicināšana (inovācijas izstrāde līdz rūpnieciskai ražošanai) Atbalsta sistēma inovatīvas uzņēmējdarbības attīstībai Digitāls vienots tirgus (e-komercija, pārrobežu e-komercija) Vienots tirgus telesakaru pakalpojumu jomā

Prioritātes „Zināšanu, informācijas un inovāciju sabiedrības veidošana” ietekmes uz attīstību vietējā reģionālā, un nacionālā līmenī var tik izmērīta ar sekojošiem rezultātiem rādītājiem:

1. Pastāvīgo iedzīvotāju skaits
2. Iedzīvotāju ilgtermiņa migrācijas saldo
3. Pastāvīgo iedzīvotāju galvenās vecuma grupas
4. Iedzīvotāju dabiskais pieaugums

5. Datoru un interneta pieejamība
6. Vidējā bruto darba samaksa, Ls
7. Attīstības indekss
8. Saražotā pievienotā vērtība (pēc NACE)
9. Strādājošo skaits pamatdarbā (pēc NACE)
10. Saražotā pievienotā vērtība uz 1 strādājošo (pēc NACE)
11. IKP uz 1 iedzīvotāju*
12. Ekonomiski aktīvās statistikas vienības
13. Inovatīvie uzņēmumi
14. Nefinanšu investīcijas
15. Nodarbinātības līmenis*
16. Bezdarba līmenis (reģistrētais)*
17. Ilgstošie bezdarbnieki
18. Ekonomiski aktīvie iedzīvotāji
19. Doktorantu, maģistrantu skaits un izstrādātie darbi VA

1.9. Pieejamie finanšu resursi (ES fondi, valsts, privātie līdzekļi)

Nozīmīgs finanšu resurss ģeomātikas rīku attīstībai Vidzemes plānošanas reģionā ir ES fondu investīcijas 2014.–2020. gada plānošanas periodā. Izstrādājot projektu pieteikumus ar skaidri definētiem investīciju mērķiem. Atbilstoši programmu nosacījumiem, iespējama pieteikšanās finanšu resursu piesaistei Eiropas Komisijas un Nacionālajās programmās.

1.9.1. Eiropas Komisijas finanšu atbalsta programmas

Eiropas Komisijas Publiskā un privātā sektora partnerības pamatprogrammas "**Apvārsnis 2020**"¹⁷ uzsaukumos, kuros projekta pieteikumi iesniedzami Briselē, Vidzemes plānošanas reģions atbilstoši reģiona attīstības mērķiem, var risināt stratēģijas "Eiropa 2020" mērķus inovāciju un pētniecības attīstībai Eiropas ekonomiskās izaugsmes, starptautiskās konkurētspējas un ilgtspējas stiprināšanā, kā arī cilvēcei būtisku procesu (klimata ietekmju mazināšanas, piesārņojuma seku, enerģijas daudzveidības avotu un sabiedrības novecošanas izmaksu) izpētē.

Stratēģijas "Eiropa 2020" mērķu ieviešanas stiprināšanai Eiropas Komisija ir izstrādājusi pamatiniciatīvu „Inovācijas savienība”, kura paredz veicināt publiskās – privātās partnerības stiprināšanu pētniecībā un zinātnē, atbalstot to ar attiecīgu Eiropas Komisijas normatīvo aktu priekšlikumiem un kopējo investīciju paketi 22 miljrd. EUR apmērā septiņu gadu laikā.

Eiropas Komisija atzīmē, ka nozaru nozīmīgums, uzdevumu un tehnoloģiju sarežģītība, ilgie projektu cikli un nepieciešamais investīciju mērogs ir iemesls publiskā sektora atbalsta sarukumam konkrētiem projektiem un

¹⁷ <http://www.esia.gov.lv/news/petniecibas-un-inovacijas-pamatprogramma-apvarsnis-2020-sak-darbu-ar-15-miljardu-eiro-budzetu-pirmajiem-diviem-gadiem>

var nesniegt vajadzīgos rezultātus. Savukārt, programma "Apvārsnis 2020" piedāvā sekojošus publiskā-privātās partnerības risku mazināšanas risinājumus:

- Ilgtermiņa pieeja pētniecībai un inovācijai, veidojot ilgtermiņa saistības;
- Juridisko struktūru resursu piedāvāšana;
- Pārdomāta un specializācijai atbilstoša kombinēta programmas "Apvārsnis 2020" un Eiropas strukturālo un investīciju fondu līdzekļu piesaiste;
- Kopīgu (starpvalstu) finansiālo, infrastruktūras un cilvēkresursus izmantošana, mazinot sadrumstalotības risku un palīdzot panākt apjomradītus ietaupījumus un mazākas izmaksas;
- Efektīvāki risinājumi sarežģītiem uzdevumiem, izstrādājot starpdisciplīnu pieejas un efektīvāk apmainīties ar zināšanām un lietpratību;
- Efektīvākas mārketinga stratēģijas un atbalsts tām inovatīvu produktu (īpaši tehnoloģiju jomā) un pakalpojumu iekšēja tirgus izveidei.

Līdz 2020. gadam ir plānots investēt kopīgās tehnoloģiju ierosmēs (KTI) 6440 milj. EUR, no tiem 1 215 milj. EUR KTI Elektronisko komponentu un sistēmu ierosmē, paredzot daudz vērienīgākas partnerības mērķus nekā pašreizējās paaudzes KTI Septītajā pamatprogrammā:

- Orientāciju uz inovāciju un ietekmes, kas šķir pētniecību no komerciālo, mazināšanu;
- Svarīgu pamattehnoloģiju (piemēram, elektronikas tehnoloģiju) izstrādi, kas būs pamatā plaša diapazona Eiropas nozaru konkurētspējai;
- Izveidot ciešāku saikni ar līdzīgām darbībām dalībvalstu un reģionu līmenī;
- Nostiprināta katras KTI dalībvalstu pārstāvju grupa.

Publiskā un privātā sektora partnerības ar aktīvu nozares līdzdalību un apjomīgām saistībām ir ārkārtīgi svarīgi elementi pamatprogrammas "Apvārsnis 2020" un stratēģijas "Eiropa 2020" mērķu sasniegšanā.

Programma "Apvārsnis 2020" apver iespējas sinerģijai, saistot darbības visā inovācijas ciklā no pētījumu rezultātiem līdz uz tirgus orientētām darbībām, sekmējot uzņēmējdarbību un uzņēmumu rašanos Eiropas ekonomikai īpaši svarīgās jomās.

VPR būs iespēja šīs programmas ietvaros izstrādāt projektus ar mērķi veidot zināšanu, informācijas un inovāciju sabiedrību inovatīvu un konkrētu IKT risinājumu ieviešanā ģeomātikā, atbalstot pētniecības un inovāciju attīstību, kā arī veicināt izmantot publiskā un privātā sektora partnerības modeļu pielietošanu.

Cilvēkresursu attīstības jomā finanšu resursu piesaisti nodrošinās Eiropas Savienības izglītības, apmācības, jaunatnes un sporta programma "Erasmus visi (Erasmus+)"¹⁸ 2014.–2020. gadam, kura radīs iespēju studēt vai iesaistīties apmācībā ārzemēs līdz pat pieciem miljoniem cilvēku, t. i., gandrīz divreiz lielākam skaitam nekā iepriekšējā programmēšanas periodā. Programmā uzmanība būs vērsta uz ES pievienoto vērtību un sistēmisko ietekmi, sniedzot atbalstu trim darbību veidiem: mācību iespējām cilvēkiem ES un ārpus tās; izglītības iestāžu, jaunatnes organizāciju, uzņēmumu, vietējo un reģionu iestāžu un NVO institucionālai sadarbībai, kā arī atbalstam reformām dalībvalstīs ar mērķi modernizēt izglītības un apmācības sistēmas un veicināt inovāciju, uzņēmējdarbību un nodarbinātības iespējas.

Programmas "Erasmus+" pamatdarbības ir šādas:

¹⁸ http://ec.europa.eu/latvija/news/press_releases/2011_11_23_1_lv.htm

Nr. 1. (PD1) – personu mobilitāte mācību nolūkos: personu mobilitāte izglītības, apmācības un jaunatnes jomā, kopīgu maģistra grādu iegūšana, apjomīgi Eiropas brīvprātīgā darba pasākumi.

Nr. 2. (PD2) – sadarbība inovācijas veicināšanai un labas prakses apmaiņa: stratēģiskās partnerības izglītības, apmācības un jaunatnes jomā; zināšanu apvienības, nozaru prasmju apvienības, spēju veidošana jaunatnes jomā.

Iesniedzamos projektus Latvijā administrēs Valsts Izglītības un attīstības aģentūra, bet atsevišķās prioritātēs projektu iesniegšana paredzēta Briselē. Projektu pirmie iesniegšanas termiņi, plānoti 2014. gada pirmajā ceturksnī¹⁹. Projektu pieteikumu iesniegšanas nosacījumu būs zināmi 2014.gada janvārī.

Kā praktisku iespēju dalībai “Erasmus+” programmas projektos, var minēt VPR darbinieku profesionālo zināšanu un prasmju paaugstināšana piedaloties pieredzes apmaiņā vai arī praktizējoties kādā no Programmas teritorijas dalībvalstīm. Uzlabot darbinieku profesionālās prasmes var jebkura institūcija/organizācija/uzņēmums, īpaši ģeomātikas rīku pielietošanas labo prakšu apguvei ārzemēs, uzrakstot projekta pieteikumu un saņemot uzņemošās organizācijas uzaicinājumu. Arī partnerības projektu ietvaros ir iespējams risināt kopīgus ģeomātikas jautājumus vairāku dalībvalstu starpā.

1.9.2. ES Struktūrfondu un Kohēzijas fonda regulu priekšlikumi 2014.-2020.gada periodam

ES paredzējusi šādu finansējumu Kohēzijas politikas ieviešanai Latvijā (sk. 2.attēlu):

2.attēls. Kohēzijas fonda līdzekļu sadalījums

NAP 2020	ES budžets/nacionālā aploksne
Nacionālā Kohēzijas politikas aploksne – tuvu NAP apstiprinātajiem uzdevumiem	
4,404 miljardi EUR <ul style="list-style-type: none"> • Paredzētais atbalsts no ESF, ERAF un KF • Bez Tehniskās palīdzības 	4,441 miljardi EUR Izaugsmes un nodarbinātības mērķim (ieskaitot iezīmēto ESF daļu atbalstam vistrūcīgākajām personām) 0,091 miljardi EUR ETS mērķim (ERAF finansējums)
Papildus iegūstamie līdzekļi	
1,35 miljardi EUR – paredzētais finansējums no CEF transports un enerģētika 0,630 miljardi EUR – paredzētais finansējums no Horizon2020 (BIRTI)	0,230 miljardi EUR – CEF* prioritāte LV transporta infrastruktūras projektiem līdz 2016.gada beigām Jauniešu nodarbinātības iniciatīva (precīzākas aplēses par finansējumu arīja beigās)

ES fondu finansējums (KF, ERAF un ESF, ELFLA un EKZF) 2014.-2020. gadiem mērķtiecīgi sasaista Kohēzijas politiku ar ES2020 stratēģiju, balstoties uz **11 tematiskiem mērķiem un ieguldījumu prioritātēm**²⁰ (skat. 2.pielikumu)

VPR stratēģiskā rīcības virziena „**Gudra izaugsme** - uz zināšanām un inovāciju balstītas ekonomikas attīstība” īstenošanai piemēroti sekojoši tematiskie mērķi²¹:

¹⁹ http://new.eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=OJ:JOC_2013_362_R_NS0004&from=EN

²⁰ ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/.../csf_part2_lv.doc

²¹ http://www.esfinanses.lv/aaddmm/uploads/PPT_Regulas_14-20.pdf

- 1. tematiskais mērķis „Nostiprināt pētniecību, tehnoloģiju attīstību un inovāciju” NAP prioritātes „Tautas saimniecības izaugsme” ietvaros”
- 2. tematiskais mērķis „Uzlabot informācijas un komunikācijas tehnoloģiju pieejamību, izmantošanu un kvalitāti” NAP prioritātes „Izaugsmi atbalstošas teritorijas” ietvaros
- 7. tematiskais mērķis „Veicināt ilgtspējīgu transportu un novērst trūkumus galvenajās tīkla infrastruktūrās” NAP prioritātes „Izaugsmi atbalstošas teritorijas” ietvaros
- 8. tematiskais mērķis „Veicināt nodarbinātību un atbalstīt darbaspēka mobilitāti” NAP prioritāšu „Cilvēka drošumspēja” un „Tautas saimniecības izaugsme” ietvaros
- 10. tematiskais mērķis „Ieguldīt izglītībā, prasmēs un mūžizglītībā” NAP prioritātes „Cilvēka drošumspēja”, kā arī NAP prioritātes „Izaugsmi atbalstošas teritorijas” ietvaros. Eiropas Savienības fondu finansējumu plānots izmantot iedzīvotāju e-prasmju pilnveidei un izglītības iestāžu optimizācijai.

Balstoties uz NAP 2014.-2020.gadam prioritātēm un tematiskajiem mērķiem Vidzemes plānošanas reģiona teritorijai būs iespējams piesaistīt no Eiropas Teritoriālās sadarbības 2014-2020²²:

- Centrālā Baltijas jūras reģiona pārrobežu sadarbības programmas;
- Igaunijas – Latvijas pārrobežu sadarbības programmas;
- Baltijas jūras reģiona transnacionālā sadarbības programmas;
- Starpreģionu sadarbības programmas INTERREG VC visai Eiropas Savienības teritorijai^{23, 24};
- Pilsētvides attīstības programmas URBACT III;
- ESPON programmas (Eiropas telpiskās plānošanas uzraudzības tīkls).

Kohēzijas politikai jaunajā plānošanas periodā 2014-2020.gadā tiek noteikta jauna stratēģiska pieeja - pirms Eiropas Reģionālās attīstības fonda ieguldījumi tiek piešķirti pētniecībai un inovācijām, dalībvalstīm un reģioniem jāizstrādā tā dēvētās pārdomātās specializācijas stratēģijas. Šīs pārdomātās specializācijas stratēģijas palīdzēs reģioniem izmantot to inovāciju potenciālu un pilnveidot konkrētus līdzekļus un priekšrocības. Ikviens reģions koncentrēsies uz ierobežotu prioritāro jomu kopumu, attiecībā, uz kuru tam jau ir konkurētspējas priekšrocības. VPR esošie resursi ģeomātikas jomā nodrošina pasākuma „Sekmēt informācijas un telekomunikāciju tehnoloģiju pieejamību un pielietojšanu” definēšanu par vienu no prioritāro jomām reģiona attīstībā un ieviest līdzsvarotu ekonomisko attīstību balstītu uz jaunākajām tehnoloģijām un pārbaudītiem ārvalstu labo prakses piemēriem.

Pieejamas arī citas programmas projektu īstenošanai (piem. Nordplus u.c.)

Bez ES fondu projektiem kā finanšu instrumentiem VPR attīstības politikas ieviešanai, iespējami citi finanšu resursi – **ārvalstu finanšu palīdzības, juridisko un fizisko personu ieguldījumi**²⁵. Izejot no biznesa plānu un projektu peļņas un riska attiecības, var apjaust tos ārējos finansējuma avotus, no kuriem varēs piesaistīt finansējumu. Jāņem vērā, ka bankas, izņemot īpašas kredītu programmas, drīzāk nefinansēs jaunu, mazu uzņēmumu bez resursiem, kurus var ieķīlāt.

²² http://www.varam.gov.lv/lat/fondi/ets_1420/

²³ <http://prezi.com/a15lywu4yfje/interreg-vc-indicators/>

²⁴ <http://www.interreg4c.eu/programme/2014-2020/>

²⁵ www.latgale.lv/lv/files/download?id=1931

Lai ieviestu ģeomātikas pasākumus Vidzemes plānošanas reģiona teritorijā, iespējamie investīciju piesaistes veidi ir:

- *Kredīts*: naudas līdzekļu, preču un pakalpojumu sniegšana uz parāda vai nomaksu; šādā veidā sniegti naudas līdzekļi, preces, pakalpojumi.
- *Sēklas finansējums* ir riska kapitāls tā visagrīnākajā etapā; parasti tas ir būtisks jaunizveidotajiem projektiem augsto tehnoloģiju jomā, lai ļautu uzņēmējiem izveidot, izpētīt, analizēt un attīstīt sākotnējos produktu prototipus, kas vēlāk veidos nākamā biznesa pamatu.
- *Riska kapitāls* (Risk capital): pamatkapitāla un kvazikapitāla²⁶ finansējums uzņēmumiem to sākotnējās izaugsmes stadijas (priekšizpētes, darbības uzsākšanas un paplašināšanas fāzēs), cerot uz lielu un strauju peļņu no kapitāla ieguldījuma, kas atbilst riska līmenim. Tas var tikt sniegts vairākos veidos: Agrīnas stadijas darbības uzsākšanas kapitāls.
- *Biznesa enģeļi* (neformālais riska kapitāls): privātpersonas, kas dažādus savus personīgos naudas līdzekļus riska kapitāla formā investē jaunos uzņēmumos.
- *Riska kapitāls* (Venture capital): investīciju fondu (riskā kapitāla fondu), kas apsaimnieko privātpersonu, iestāžu vai paši savu naudu, investīcijas biržā nekotētos uzņēmumos.
- *Korporatīvais riska kapitāls*: riska kapitāls, ko investē jau pastāvošie uzņēmumi ar mērķi finansēt inovatīvus uzņēmumus, ko dibinājuši to darbinieki vai kas darbojas jomās, kuras tiek uzskatītas par stratēģiski svarīgām.

Citu finanšu resursu piesaiste ir iespējama un būtu jāizmanto visas finanšu resursu piesaistes iespējas kopīgā stratēģiskā mērķa sasniegšanai Vidzemes plānošanas reģionā.

²⁶ "kvazikapitāla ieguldījums" ir finansējuma veids, kurš klasificējams starp pašu kapitālu un parāda instrumentu un kuram ir augstāks risks nekā prioritāram parādam un zemāks risks nekā pamata pašu kapitālam, un kura peļņa turētājam galvenokārt ir atkarīga no attiecīgā mērķa uzņēmuma peļņas vai zaudējumiem, un kura saistību neizpildes gadījumā nav nodrošinājuma. http://ec.europa.eu/competition/consultations/2013_consolidated_gber/annex_I_lv.docx

2. LABO PRAKŠU PĀRŅEMŠANAS PLĀNS VIDZEMES PLĀNOŠANAS REĢIONA TERITORIJĀ

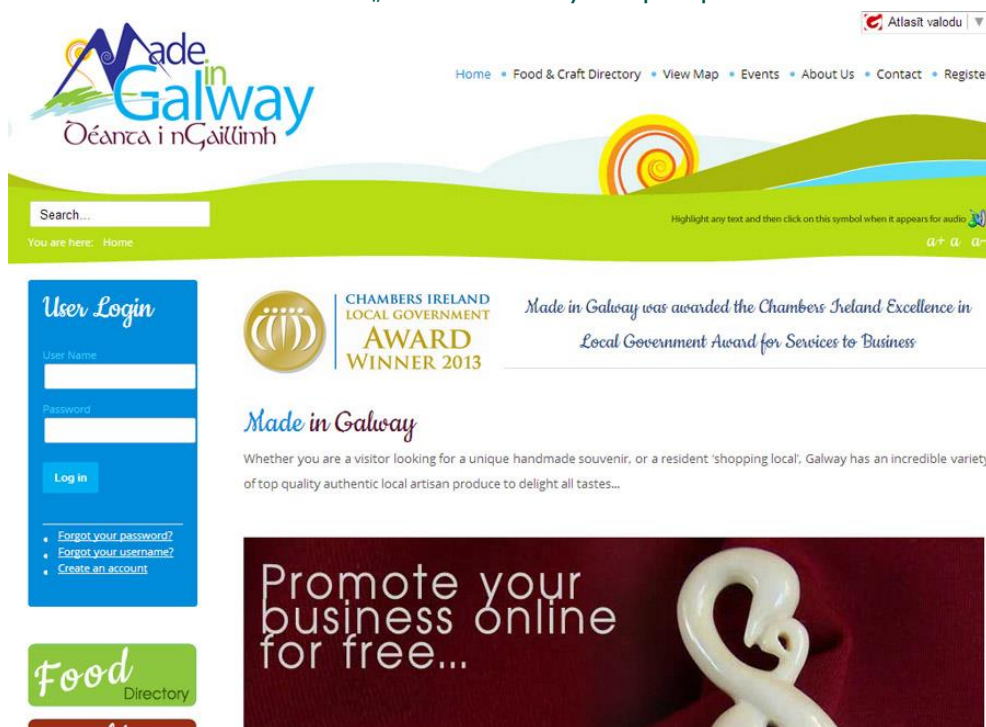
Vidzemes plānošanas reģiona lauku teritoriju attīstībai identificēti un tiek prezentēti divi Grisi Plus projekta labās prakses piemēri: a) „Made in Galway” un b) „Soho Solo”. Šie projekti izvēlēti, jo tie ataino divas atšķirīgas pieejas, kas ar ģeomātikas metožu palīdzību ļauj izcelt vietas pievilcību un veicināt vietējo ražotāju produkcijas atpazīstamību.

2.1. „Made in Galway” labās prakses pārņemšanas plāns

2.1.1. Labās prakses piemēra apraksts

„Made in Galway” ir pēc Golvejas grāfistes (*Galway County*, Īrija) iniciatīvas 2012.gadā izveidota interneta resurss, adrese <http://www.madeingalway.ie/>, lai veicinātu vietējo uzņēmēju atpazīstamību un to ražotās produkcijas popularizēšanu un tirdzniecību.

3.attēls. „Made in Galway” mājaslapa



The screenshot shows the homepage of the 'Made in Galway' website. At the top, there is a navigation menu with links for Home, Food & Craft Directory, View Map, Events, About Us, Contact, and Register. A search bar is located below the navigation. The main content area features a 'User Login' section with fields for User Name and Password, and a 'Log in' button. Below the login section, there are links for 'Forgot your password?', 'Forgot your username?', and 'Create an account'. To the right of the login section, there is a banner for the 'CHAMBERS IRELAND LOCAL GOVERNMENT AWARD WINNER 2013'. The banner text reads: 'Made in Galway was awarded the Chambers Ireland Excellence in Local Government Award for Services to Business'. Below the banner, there is a section titled 'Made in Galway' with the text: 'Whether you are a visitor looking for a unique handmade souvenir, or a resident 'shopping local', Galway has an incredible variety of top quality authentic local artisan produce to delight all tastes...'. At the bottom of the screenshot, there is a promotional banner for 'Promote your business online for free...' with an image of a white ceramic object.

Attēls: ekrānšāviņš, www.madeingalway.ie, 2013.gada 8.janvāris

„Made in Galway” mājaslapā ir pieejama informācija par Golvejas grāfistes uzņēmēju piedāvāto produkciju un pakalpojumiem. Informācija ir pieejama vairākos vērsumos:

- **Katalogs**, kurā alfabēta kārtībā pieejama informācija par a) pārtikas produktiem; b) amatniecības izstrādājumiem. Katram no uzņēmējiem ir uzdevums / iespēja šo informāciju atjaunot un papildināt.
- **Interaktīva karte**, kur grāfistes uzņēmumi atainoti kartē ar dažāda veida karodziņiem, atkarībā no produkcijas veida. Uzspiežot uz karodziņa, ir pieejama saite uz plašāku informāciju šajā pašā mājaslapā.

- **Notikumu kalendārs**, kur pieejama informācija par plānotajiem tirdziņiem un citiem pasākumiem.

Alexa ranžējumā mājaslapa ir 2 926 495. vietā (2013.gada 8.janvāris), tās popularitāte pēdējo trīs mēnešu laikā ir būtiski sarukusi. Lapa ir uzskatāma par maz apmeklētu, varbūtējais apmeklētāju skaits diennaktī ir ap 160 – 250.

Lai gan lapai ir būtiski trūkumi (tā nav iekļauta plašākā tīklā, caur to nevar iepirkties, notikumu kalendārs ir tukšs), „Made in Galway” pieeja sniedz ierosmi pēc pieejas radniecīga resursa izveidei Vidzemes reģionam.

Trījas prakse ir raksturīgs piemērs pieejai, kad uzņēmēji informē potenciālos klientus, izmantojot interaktīvu karti. Šādas pieejas mērķis ir pēc iespējas ērtākā formātā, izmantojot kartogrāfisko pamatni, informēt potenciālos klientus par kādā reģionā esošu uzņēmumu piedāvāto produkciju vai pakalpojumiem.

Šādas prakses veiksmes priekšnosacījumi ir:

- Iekļautās informācijas konkurētspēja, tai skaitā augsts mājaslapas novērtējums vispasaules tīmeklī (augsta atrašanās vieta Google meklējumos, liels apmeklējums, augsts Alexa rangs). Šim nolūkam var, piemēram, izmantot jau esošas, augstu novērtētas mājaslapas (mājaslapu) paspārni;
- Uz klienta vajadzībām vērsta informācijas pasniegšana, t.i. izvairīšanās no nenozīmīgas informācijas un fokusēšanās uz piedāvāto produktu / pakalpojumu;
- Demokrātiska un visaptveroša pieeja – vienlīdz labi pārstāvēti ir lieli un mazi dažādu profilu uzņēmumi, klients uzzina par visu reģiona piedāvājumu;
- Vienots informācijas pasniegšanas formāts un augsta piedāvātās informācijas kvalitāte. Ļoti būtiski ir sniegt informāciju ārvalstu klientiem saprotamā valodā;
- Bezmaksas pakalpojuma sniegšana gan uzņēmējiem (lai nodrošinātu pilnvērtīgu informācijas klāstu), gan klientiem (lai saglabātu augstu apmeklējumu un līdz ar to labus rādītājus Google meklējumos);
- Pēc iespējas plaša pakalpojumu spektra sniegšana, vēlams – no uzziņām par pieejamiem produktiem / pakalpojumiem līdz to iegādei.

Šīs prakses pārņemšanas mērķis ir veicināt uzņēmējdarbību Vidzemē, uzlabojot Vidzemes uzņēmēju preču un pakalpojumu noietu ar jaunām mārketinga iespējām. Šī prakse Vidzemes reģionam ir īpaši piemērota, jo:

- Reģions ir reti apdzīvots. Līdz ar to uzņēmēji nevar balstīties uz iekšējo patēriņu un viņiem ir nepieciešams meklēt produkcijas / pakalpojumu noietu ārpus sava reģiona. Internetā bāzēti mārketinga pakalpojumi ir viens no lētākajiem un efektīvākajiem veidiem ārējā noieta veicināšanai;
- Lielākā daļa uzņēmēju sniedz pakalpojumus, un ražo preces nelielā apjomā un pieņem individuālus pasūtījumus. Šādā situācijā ir iespējams nodrošināt preču un pakalpojumu pārdošanu individuāliem klientiem, izmantojot interneta starpniecību.
- Uzņēmēji ir izvietoti visā reģionā, un Vidzemes uzņēmumu izvietojuma kartogrāfiskais atainojums būs saistošs, jo vienmērīgs ikonu izvietojums kartē rada lielāku interesi noskaidrot, kādi uzņēmumi katrā no vietām atrodas. Pretstatam, nereti pilsētās liels skaits uzņēmumu var atrasties, piemēram, vienā augstceltnē un kartē visu šo uzņēmumu ikonas atradīsies vienuviet, šādi samazinot interesi par katru no uzņēmumiem.
- Vidzemes reģions kļūst par aizvien pievilcīgāku tūristu galamērķi. Papildus informācija par reģionā pieejamajiem pakalpojumiem un produkciju tūrisma braucienu padara interesantāku un nereti var likt pat īpaši pielāgot maršrutu, lai iegrieztos pie attālāka uzņēmēja, kurš var piedāvāt unikālu produktu vai pakalpojumu.

- Vidzemē ir nodrošināta pieejamība labas kvalitātes interneta sakaru infrastruktūrai, ir pieredze mājaslapu veidošanā un uzturēšanā.

2.1.2. Mērķauditorija

Pirms līdzīga interneta resursa izveides ir būtiski noteikt, kādai mērķauditorijai tas ir domāts, jo tas nosaka šādas mājaslapas saturu un struktūru.

Pēdējo gadu laikā vispasaules tīmeklī ir notikusi krasa interneta resursu noslāņošanās: vairumam interneta lietotāju ir izveidojušies salīdzinoši noturīgi interneta lietošanas paradumi un viņi pamatā izmanto nelielu skaitu resursu (piemēram, *Facebook* un vienu vai divus ziņu serverus), necenšoties meklēt jaunus. Tikai atsevišķi notikumi noved pie īslaicīgas atkāpšanās no šiem paradumiem un ir jānotiek kam īpašam, lai ierastos ikdienas resursus aizstātu citi. Līdz ar to paredzams, ka tikai nelielam skaitam lietotāju Vidzemes uzņēmēju mājaslapa varētu kļūt par ikdienas resursu un vairums no apmeklētājiem to izmantos tikai vienu – divas reizes, līdz ar to lapai ir jābūt vienkāršai, lietotājam maksimāli draudzīgai. Augstāku reitingu un līdz ar to lielāku apmeklētāju skaitu var piesaistīt tās mājaslapas, kuras tiek izveidotas uz jau esošas, populāras mājaslapas pamata.

Vidzemes reģiona gadījumā ir ieteicams orientēties uz šādu mērķauditoriju:

- **Vietējie klienti.** Visstabilāko pieprasījumu jebkurā tirgū var nodrošināt vietējais pieprasījums. Latvijā ir pieaugoša interese par vietējā ražojuma produkciju, jo īpaši veselīgu pārtiku, rokdarbiem, neparastiem produktiem. Šiem klientiem interesēs ne tikai produkcija, bet arī pats uzņēmums, un ražotājam bieži vien var palīdzēt tas, ka viņu atpazīs skolas un studiju biedri, bijušie kolēģi un citi paziņas.
- **Klienti ārpus Vidzemes reģiona,** tai skaitā ārvalstnieki. Līdz ar to informācija ir jāpasniedz tādā formātā, lai tā būtu saistoša un saprotama arī klientiem no Latvijai eksotiskām valstīm, ir jāizceļ Vidzemes īpatnības, unikālie un tradicionālie produkti. Šiem klientiem interesēs galvenokārt produkcija, nevis paši uzņēmumi. Piemēram, ja viens un tas pats uzņēmums ražo gan mājas vīnu, gan maizi, tam ir jābūt pārstāvētam gan vīna, gan arī maizes sadaļās un kartē jānorāda nevis uzņēmuma juridiskā adrese bet gan vieta, kur produkciju var faktiski iegādāties. Mājaslapā ievadītajai informācijai jābūt pieejamai vismaz angļu valodā, kā arī jāpārlicinās, vai lietotājam ir viegli pārskatīt šo informāciju uz Google Translate lapu (piemēram, nav vēlams, ka informācija atrodas uzlecošajos logos).
- **Tūristi.** Informācija ir jāsniedz tādā formātā, lai tā pēc iespējas viegli būtu ievadāma navigācijas sistēmās, piemēram, ģeogrāfiskās koordinātas (t.sk. atceroties cik sarežģītas ārvalstu tūristam var būt mūsu mīkstinājuma zīmes un garumzīmes) un, lai pēc iespējas pārliecinātu tūristu, ka ir vērts iegriezties. Vienlaikus ir jābūt godīgiem pret potenciālajiem tūristiem un jābrīdina, ka, piemēram, lielu grupu apmeklējumi uzņēmumā nav vēlami jeb vai, ka ceļš uz uzņēmumu pavasaros nav izbraucams.
- **Attāli klienti,** kas gatavi iegādāties produkciju ar pasta starpniecību. Šādu klientu interesēs ir jānodrošina pēc iespējas kvalitatīvi produkcijas attēli, ir jāpārlicina, ka uzņēmums ir gatavs sūtīt produkciju pa pastu, ir jāsniedz ērti pieejama kontaktinformācija – telefons un e-pasta adrese.
- **Citi interneta resursi,** kas vēlas izmantot to pašu informāciju. Interneta resursam primāri ir jādarbojas Vidzemes uzņēmēju interesēs un līdz ar to ir jāveicina iegūtās informācijas izplatīšana, necenšoties to kavēt. Šim nolūkam mājaslapā ir:

- Skaidri jānorāda autortiesību informācija, turklāt ir vēlams, lai informācija (tai skaitā attēli) būtu pieejama un izplatāma atbilstoši *Common Creatives* licences nosacījumiem. Pirms tam ar katru no uzņēmējiem ir jāvienojas par nosacījumiem informācijas tālākajai izplatīšanai;
- Informācija jāapkopo ērtā formātā, kuru viegli pārkopēt, piemēram, brīvi pieejamā *Google Fusion Tables* tabulā.

2.1.3. Piedāvātie pakalpojumi

Vidzemes reģiona uzņēmumu lapā potenciāli var tikt piedāvāti līdzīgi pakalpojumi, kā „Made in Galway” piemēra gadījumā:

- **Piedāvāto preču un pakalpojumu katalogs.** Īrijas piemērā ir lietots iedalījums pārtikas un amatniecības precēs, taču ir iespēja papildināt šo klāstu ar citām kategorijām, piemēram, tūrisma pakalpojumi, sadzīves pakalpojumi, būvniecības pakalpojumi u.c. Kategoriju sadalījumam jābūt ērti lietojamam, piemēram, neērts ir „Made in Galway” gadījumā lietotais sadalījums pa uzņēmumu nosaukuma alfabēta burtiem, jo tas liek koncentrēties uz uzņēmumu nosaukumiem (kas klientam nav būtiski) nevis uz produktu veidiem.
- **Interaktīva pārskata karte.** Kartē vēlams lietot produkcijas / pakalpojumu sadalījumu pa veidiem, to atainojot ar dažāda noformējuma karodziņiem. Uzlecošajos logos noteikti jāiekļauj saite uz produkta lapu, ieteicams nosaukt piedāvāto produkciju, uzņēmuma nosaukumu un kontaktinformāciju, var tikt izmantots arī ilustratīvs attēls.

Notikumu kalendāra izmantošana ir diskutabla, jo praktiskā pieredze liecina, ka šādi kalendāri netiek pietiekami labi uzturēti un līdz ar to zaudē savu jēgu, turklāt tie dublē citus interneta resursus.

Ļoti vēlama, taču praktiski diezgan sarežģīta ir **interneta veikala** izveide, jo tam ir nepieciešams drošs risinājums un vienošanās ar katru uzņēmēju. Šāda veikala izveide mājaslapai piesaistītu lielu uzņēmēju interesi (pie nosacījuma, ka tā uzņēmējam nerada papildus izmaksas), kā arī klientu interesi.

Vēlama ir arī **bloga** izveide, dodot iespēju uzņēmējiem izteikties, publicējot viņu rakstus. Blogs var radīt papildus interesi par mājaslapu, piesaistīt tai atsauces no citiem interneta resursiem, un, galvenokārt, radīt jaunu platformu uzņēmēju uzskatu paušanai. Vienlaikus ir jānosaka bloga politika, piemēram, atsakoties no produkcijas reklāmas rakstiem.

Var apsvērt arī iespēju veidot **uzņēmēju un klientu forumu**, tomēr praktiskā pieredze liecina, ka šādi forumi var gūt popularitāti tikai tad, ja lapai ir augsts apmeklējums (vairāki tūkstoši dienā), bez tam foruma uzturēšana prasa diezgan lielas pūles.

2.1.4. Lapas struktūra

Šī lapa ir vērsta uz ļoti daudzveidīgu lietotāju klāstu, kuriem nav laika un, iespējams, arī intereses, ilgstoši iedziļināties mājaslapas struktūrā un to visu izpētīt. Līdz ar to lapai ir jābūt pēc iespējas vienkāršai, ar nelielu izvēlņu skaitu un ar nosaukumiem, kas skaidri informē par izvēlnēs pieejamo saturu. Jātiecas nodrošināt to, ka visa informācija ir pēc iespējas ātri pieejama, piemēram, ar, lielākais, trīs klikšķu palīdzību.

Veidojot lapu, ir jārēķinās ar mobilo telefonu lietotājiem, izvairoties no nevajadzīgiem attēliem / grafiskajiem elementiem un veidojot responsīvu lapas dizainu. Turklāt ir jāveido lietotājam draudzīgs lapas izdrukas formatējums, drukas formātam atslēdzot iekrāsotos laukumus un bannerus.

Lapas augšdaļā jāpievieno labi redzama valodas izvēlne, meklēšanas lauciņš un sociālo tīklu (vismaz uz izveidotajām *Facebook*, *Draugiem.lv*, *Twitter* lapām, bet vēlams arī *Pinterest*, *Google+*, *Tumblr*) saites.

Piedāvātā lapas struktūra ir šāda:

- **Ievadlapa (Home):** misija, īsa informācija (divas rindkopas) par Vidzemes uzņēmēju piedāvājumu, kontaktinformācija;
- **Produktu katalogs:** ērts, ātri skatāms piedāvāto preču un pakalpojumu katalogs ar iespēju piekļūt detālākai informācijai par katru no tām. Gadījumā, ja tiek attīstīts veikals, tas ir pieejams caur šo sadaļu, neveidojot atsevišķu sadaļu. Īpaši apsverama ir iespēja pievienot lietotāju komentārus – šādā gadījumā lapas uzraudzībai ir īpaši augstas prasības, turklāt ir jāizstrādā politika rīcībai, piemēram, negatīvu komentāru gadījumā.
- **Karte:** ērta, liela (ieteicams – pa visu logu) karte, kas parāda piedāvātās produkcijas / pakalpojumu saņemšanas vietas. Informāciju var atlasīt pa produkcijas / pakalpojumu veidiem. Detālāka informācija pieejama ar uzlecošo logu starpniecību;
- **Uzņēmējiem:** informācija par iespējām ievietot saturu šajā lapā, iespēja ielogoties jau ievietoto datu rediģēšanai, dati tabulu formātā utml.

Nelielais sadaļu skaits paver iespēju nākotnē pievienot vēl citas sadaļas, piemēram:

- **Kalendārs;**
- **Raksti** – bloga raksti.

Lapas apakšējā daļā jāpievieno saites uz administratīva rakstura informāciju, piemēram:

- **Par mums** – detālāka informācija par lapas veidotājiem, uzturētājiem un izveides mērķiem;
- **Nosacījumi** – iekļautās informācijas kvalitātes kritēriji, atrunas par atbildību nekvalitatīva produkta / pakalpojuma sniegšanas gadījumā, autortiesību noteikumi utml.

2.1.5. Iekļaujamie dati

Veiksmīgas mājaslapas uzturēšanai ir nepieciešams strikts tajā iekļaujamās informācijas definējums. Strādājot ar lielu skaitu dažādu uzņēmumu ir vēlams pēc iespējas saīsināt pieprasāmās informācijas sarakstu, lai veicinātu to, ka dati ir pēc iespējas viegli atjaunojami un papildināmi un iesaistītajām pusēm nerodas šaubas par pieprasīto datu nepieciešamību.

Būtiskākie mājaslapā izmantojamie dati ir par piedāvātajiem produktiem un pakalpojumiem, kā arī par uzņēmumiem, kas tos sniedz:

- **Nosaukums:** pēc iespējas īss produkta / pakalpojuma nosaukums. Nosaukumu veidošanā jātiecas izmantot vienotu pieeju, piemēram, nelietojot vienā gadījumā daudzskaitli (mēteļi) un citā – vienskaitli (mētelis);
- **Kategorija:** produkta / pakalpojuma kategorija;
- **Uzņēmums:** produkta / pakalpojuma sniedzējs;
- **Adrese, kontaktinformācija, rekvizīti;**
- **Koordinātas:** Produkta / pakalpojuma pieejas punkta koordinātes, vēlams vienotā formātā (piem. digitālās koordinātas ar četrām zīmēm aiz komata);
- **Produkta apraksts:** īss, lietišķs produkta apraksts. Nevēlams ir agrāk bieži izmantotais apraksta stils, kas iekļāva mazinformatīvas reklāmas frāzes (“Mēs vienmēr centīsimies nodrošināt to, ka jūsu uzturēšanās pie mums sagādās jums tikai patīkamus mirkļus...”, “Mūsu krēsli piešķirs Jūsu istabai jaunu raksturu!” utt.).

Noteikti ir jāiekļauj informācija, kas raksturo produkta vai pakalpojuma unikalitāti (“Vienīgais kartupeļu vīns Latvijā, gatavots pēc tikai šim novadam raksturīgas receptes”);

- **Attēli:** 1 – 4 klikšķināmi attēlu sīktēli, kas paši par sevi ir pietiekami lieli (150 – 200 px), lai jau varētu novērtēt uz lielākā attēla redzamo. Attēlu kvalitātei ir jāatbilst minimālām prasībām: sliktas kvalitātes attēli nebūtu iekļaujami, jo bezmaz jebkuram produkcijas veidam internetā ir pieejami augstas kvalitātes attēli, kas nekvalitatīvi nofotografēto produktu nostādīs nepamatoti nelabvēlīgā situācijā;
- **Pieejamība:** eksemplāru skaits, izgatavošanas laiks, pakalpojuma (ne)sniegšanas laiks;
- **Cena:** ļoti vēlama informācija, tomēr ļaujot katram uzņēmējam pašam noteikt, vai šāda informācija ir publicējama vai nē. Uzņēmējiem un lapas īpašniekiem savā starpā ir nepieciešams vienoties par pušu atbildībām gadījumā, ja cena norādīta nepareizi;
- Informācijas atjaunošanas datums: administratīva rakstura informācija mājaslapas uzturētājiem, kuru pēc lapas uzturētāju izvēles var arī publicēt.

2.1.6. Mājaslapas izveidei nepieciešamā programmatūra un pakalpojumi

Mājaslapas izveidei ir nepieciešams:

- **Hostinga pakalpojumu sniedzējs**, uz kura servera tiek izvietoti mājaslapu veidojošie faili. Vēlams izvēlēties profesionālu hostinga pakalpojumu sniedzēju, kas piedāvā ērtu kontroles paneli (piemēram, c-panel vai Plesk), neierobežotu trafiku, ikdienas rezerves kopēšanu. Tā kā lielā attēlu skaita dēļ mājaslapa varētu būt apjomīga, vēlams izvēlēties tādu pakalpojumu sniedzēju, kas pieļauj neierobežotu diska vietu. Vēlams, lai hostinga pakalpojumu sniedzējs nodrošinātu diennakts tehnisko atbalstu, būtu atsaucīgi un palīdzīgi. Tā kā lielākā daļa apmeklējumu mājaslapai varētu nākt no Latvijas, arī hostinga pakalpojumu sniedzējam vēlams atrasties Latvijā. Hostinga pakalpojumu izvēlē nekādā gadījumā cenas kritērijs nedrīkst būt noteicošais, jo šādā situācija klients var saņemt zemas kvalitātes pakalpojumus. Kvalitatīvu hostinga pakalpojumu izmaksas gadā sastāda ap EUR 100 – 150 EUR un vairāk.
- **Domēna vārds.** Vēlams izvēlēties vienkāršu nosaukumu, piemēram, joprojām ir pieejams domēna vārds www.vidzeme.eu. Domēna vārdu pieejamību var noskaidrot, piemēram, adresē www.name.com. To domēna vārdu iegādei, kas nebeidzas ar sufiksu .lv, ir ieteicams izvēlēties autoritatīvu pakalpojumu sniedzēju, piemēram, name.com. Domēna vārds vidzeme.eu gadā izmaksās EUR 3,7.
- **Satura vadības sistēma** – programmatūra, ar kuras palīdzību tiek publicēts, rediģēts un mainīts mājaslapas saturs. Ir jātiecas izvēlēties risinājumu, kas ir viegli pielāgojams klienta vajadzībām un padara mājaslapas uzturētājus neatkarīgus no ārpalpojumu sniedzējiem, t.i. lai neveidotos situācija, kurā mājaslapas uzturētājiem jāgriežas pie ārpalpojumu sniedzējiem ik reizi, kad mājaslapā ir nepieciešamas nelielas izmaiņas, piemēram, jaunas kategorijas izveide jeb vai jaunas sociālā tīkla ikonas iekļaušana. Mūsdienās vispasaules tīmeklī pieejamie risinājumi ļauj izveidot savu mājaslapu, iztiekot pat bez ārpalpojumu piesaistes un neieģādājoties īpašu programmatūru. Pašlaik vispopulārākās ir atvērtā koda satura vadības sistēmas *WordPress*, *Drupal* un *Joomla!* *WordPress* ir salīdzinoši vienkāršāka sistēma, kam teorētiski ir mazāk iespēju (kuras tomēr pārspēj bezmaz jebkuras mājaslapas nepieciešamības), kamēr *Drupal* ir salīdzinoši sarežģītāka, taču ar praktiski neierobežotām iespējām. Piedāvātās mājaslapas struktūrai pilnvērtīgu risinājumu sniedz jau *WordPress*, kura iespējas demonstrē tādas populāras mājaslapas kā metro.co.uk (trešais lielākais interneta laikraksts Apvienotajā Karalistē), traveloregon.com, www.inquisitr.com un daudzas citas.

WordPress, Drupal un Joomla! ir bezmaksas risinājumi, kam pieejams ļoti kvalitatīvs bezmaksas atbalsts. Tām pieejami arī gatavi mājaslapas dizaina risinājumi – **tēmas**, kuras pēc to instalācijas klienti var attiecīgi pielāgot savām vajadzībām. Daļa no tēmām ir bezmaksas, daļa – par maksu. Labākās bezmaksas tēmas ir viegli atrast, piemēram, izmantojot *Google* (atslēgas vārdi – piemēram, „*best free Wordpress themes*”).

Rezultātā augstas kvalitātes mājaslapu ar plašām iespējām var izveidot, neiepērkot ārpakalpojumus un īpašu programmatūru. Tomēr nespeciālistam šīs darbības var prasīt ļoti daudz laika un, iespējams, lētāk ir piesaistīt ekspertu ar pieredzi *WordPress* mājaslapu izveidē, kurš var veikt nepieciešamās darbības (domēna vārda iegāde, *WordPress* un tēmas instalācija, sākotnējā pielāgošana klienta vajadzībām un instruēšana par *WordPress* vadības paneļa lietošanu) dažu darba dienu laikā.

Mājaslapas dizaina izveide. Lai gan *WordPress* tēmas piedāvā daudzveidīgus un elegantus dizaina risinājumus, mājaslapas logo un īpašas identitātes izveidei var rasties nepieciešamība izmantot grafiskā dizaina programmatūru. Biežāk izmantotās programmas *Adobe Photoshop*, *Adobe Fireworks*, *Adobe Illustrator* ir dārgas, to iegāde un apguve viena projekta nepieciešamībām neatmaksājas. Šim nolūkam var veikt ārpakalpojuma iepirkumu jeb vai instalēt un apgūt atvērta koda programmatūru (piemēram, *GIMP*). Tomēr programmas *Adobe Photoshop* iegāde ir jāapsver saistībā ar to, ka būs nepieciešams apstrādāt lielu skaitu produktu fotoattēlu, kuros vēlams iekļaut arī logo un informāciju par piedāvāto produktu. Vecas programmas versijas (kas ir pilnībā piemērotas nepieciešamo darbu veikšanai) maksā 100 EUR, kamēr pašlaik jaunākā versija *Adobe Photoshop CC* maksā 20 – 40 EUR mēnesī.

2.1.7. Ģeomātikas risinājumi mājaslapā

Mājaslapā ir ieteicams lietot pēc iespējas vienkārši rediģējamu un viegli uzturamu ģeomātikas risinājumu. Šim nolūkam tiek izmantotas divas galvenās komponentes:

- **Tiešsaistes karšu pamatne.** Vēlams izmantot starptautiska līmeņa karšu pamatnes, šādi palielinot iespēju, ka kartē iekļautie resursi tiks izmantoti arī citos interneta resursos. Populāras tiešsaistes karšu pamatnes ir *Google Maps*, *OpenStreetMaps*, *Bing Maps*, *Yahoo Maps* un citi. Ar plašu funkciju nodrošinājumu izceļas *Google Maps* un *Bing Maps*, savukārt *OpenStreetMaps* raksturo augstāka karšu detalizācijas pakāpe un kartogrāfisko datu pieejamība uz *OdbL* licences pamata. Visas tiešsaistes karšu pamatnes paredz pārslēgšanos starp satelītattēlu un zīmētu (vektorizētu) karšu pamatni. Tiešsaistes karšu pamatne mājaslapā tiek iekļauta, rezervējot noteiktā lapas vietā ar HTML koda palīdzību laukumu un iekļaujot *Google Maps* piedāvāto saiti – šo darbu dažu minūšu laikā var paveikt mājaslapu veidotājs ar nelielām priekšzināšanām.
- Lietojumprogrammas saskarne (*API*) un datu vizualizācijas pakalpojumu nodrošinājums. Katrai tiešsaistes karšu pamatnei ir izstrādāta lietojumprogrammas saskarne (*API*), kas sniedz plašākas iespējas, piemēram, iespēju izveidot interaktīvu kartes leģendu, kas ļauj pieslēgt vai atslēgt no kartes noteiktu simbolu (piemēram – viesnīcu vai skolu) grupu.
- Katras *API* lietošana prasa specifiskas zināšanas un pieredzi: *API* ir vienkāršāka nekā programmēšanas valoda, tomēr izstrādātājam ir vēlams labi pārzināt programmēšanas valodu (*Google Maps* API gadījumā – *JavaScript*).

Šo situāciju var ievērojami atvieglināt datu vizualizācijas pakalpojumi, piemēram, *Google Maps* gadījumā šādus pakalpojumus sniedz *Google Fusion Tables* – *MS Excel* tabulai līdzīgs tiešsaistes dokumenta formāts. Ja šajās tabulās tiek iekļauta kolonna ar ģeogrāfiskajām koordinātām, tad katrs ieraksts tiek atlikts uz

kartes. Tāpat, kā tiešsaistes karšu pamatnes, arī *Google Fusion Tables* var tikt iekļauta jebkurā mājaslapā, t.i. kartē iekļauto objektu marķieri un informācija par tiem ir pieejama tiešsaistes kartē, kas iekļauta mājaslapā.

Parastam lietotājam (piemēram, kāda Vidzemes pašvaldības Tūrisma informācijas centra darbiniekam) iepriekš sagatavotas *Google Fusion Tables* lietošana ir vienkārša: saņemot pieejas kodu viņš piekļūst datu tabulai un var to papildināt un rediģēt līdzīgi, kā tiek papildināts vai rediģēts tabulu saturs *MS Word* vai *MS Excel* programmās. Tabulā var iekļaut saites uz interneta resursiem, attēlus. Esošu *Fusion Tables* tabulu var arī papildināt ar iepriekš sagatavotu *MS Excel* vai cita formāta tabulu. Šādā veidā, izmantojot iepriekš sagatavotu *Fusion Tables* un karšu risinājumu, pēc dažu stundu apmācības jebkurš TIC darbinieks var, piemēram, reizi ceturksnī, pusgadā vai gadā atjaunot un papildināt kartē pieejamo informāciju par savā darbības teritorijā esošiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem.

Kartogrāfisko datu vizualizācijas pakalpojumi attīstās ātri un katram no tiem ir savi ierobežojumi. Tā, piemēram, *Google Fusion Tables* ir bezmaksas pakalpojums, kas pieļauj liela datu apjoma iekļaušanu, taču datu atainošanā var izmantot tikai 200 *Google* definētus simbolus. Maksas pakalpojumu klāsts ir plašāks, tā piemēram, vizuāli daudz izteiksmīgākie *CartoDB* un *Mapbox* servisi paredz bezmaksas paketi, taču tā tiek izsmelta pēc 10 000 lietošanas reizēm (*CartoDB*) vai 3 000 reizēm mēnesī (*Mapbox*), kas populārām mājaslapām var tikt pārsniegts jau pēc dažām dienām vai pat stundām.

Līdz ar to no finanšu viedokļa efektīvāka pašlaik ir *Google Maps* un *Google Fusion Tables* lietošana, kam tikai uz neilgu laiku nepieciešama ārējā eksperta piesaiste un nav jāveic citi maksājumi.

Ja ir vēlme lietot ievērojami pilnīgāko *OpenStreetMaps* tiešsaistes karšu pamatni, nākas apmaksāt *CartoDB* vai cita pakalpojumu sniedzēja servisu jeb vai izstrādāt individuālu risinājumu, piesaistot speciālistu, kas pārvalda *JavaScript* vai citu atbilstošu programmēšanas valodu.

Paredzams, ka tuvākajā nākotnē datu vizualizācijai tiks radīti atvērtā koda bezmaksas risinājumi, kas būs izmantojami *OpenStreetMaps* vidē. Rēķinoties ar šādu iespēju, ir mērķtiecīgi datus sākotnēji izvietot bezmaksas *Google Fusion Tables* vidē, atainojot datus uz *Google Maps* karšu pamatnes. Uz šādu pieņēmumu ir balstītas turpmākās rekomendācijas.

2.1.8. Izveide, uzturēšana, uzraudzība

„Made in Galway” labās prakses pārņemšanai – Vidzemes uzņēmēju mājaslapas izveidei nepieciešamās rīcības ir iedalāmas vairākos virzienos:

- **Mājaslapas izveide.** Ja mājaslapa tiek veidota atbilstoši augstāk aprakstītajam scenārijam, tās izveidei ir nepieciešams aptuveni 1 mēnesis. Nepieciešams ārējo ekspertu (*WordPress*) darbs 2 – 3 dienu ilgumā, internetā bāzētu karšu eksperta ar *JavaScript* prasmi darbs (3 – 5 dienas), dizainera darbs (3 – 5 dienas) kā arī topošo mājaslapas uzturētāju darbs – programmatūras apguve un ērta mājaslapas dizaina plānošana, ekspertu pakalpojumu iepirkšana. Mājaslapas tehniskās izveides (t.i. bez satura) izmaksas ietver:
 - ārējo *WordPress* ekspertu darbs: EUR 300 – 600;
 - internetā bāzētu karšu eksperta ar *Javascript* prasmi darbs: EUR 800 – 1400;
 - dizainera darbs: EUR 500 – 800 vai vairāk, atkarībā no darba uzdevuma;
 - domēna vārda iegāde (vēlams, uz vairākiem gadiem): 10 – 20 EUR;
 - hostinga pakalpojumu iegāde (ja izvēlēta hostinga firma ar augstu reputāciju, tad vēlams iegādāties pakalpojumu uz vairākiem gadiem): 300 – 450 EUR.

Līdz ar to mājaslapas izveides izmaksas sasniedz ap EUR 1910 – 3270 vai vairāk.

- **Satura izveide.** Apjomīgākais darba virziens ir mājaslapai nepieciešamā satura izveide. Mājaslapas uzturētājiem patstāvīgi ir jāizveido šādas sadaļas:
 - **Ievadlapa** (Home): misija, īsa informācija (divas rindkopas) par Vidzemes uzņēmēju piedāvājumu, kontaktinformācija;
 - **Produktu kataloga iedalījums:** jāizveido lietotājam un uzņēmējiem ērts produktu kataloga iedalījums, kurā jebkurš uzņēmējs un potenciālais klients viegli var atrast sev interesējošo preci;
 - **Uzņēmējiem:** informācija par iespējām ievietot saturu šajā lapā;
 - **Par mums:** detālāka informācija par lapas veidotājiem, uzturētājiem un izveides mērķiem;
 - **Nosacījumi:** iekļautās informācijas kvalitātes kritēriji, atrunas par atbildību nekvalitatīva produkta / pakalpojuma sniegšanas gadījumā, autortiesību noteikumi utml.

Lapas **pamatinformācija** – Vidzemē iegādājamo vietējo **produktu un pakalpojumu katalogs** ir jāizveido sadarbībā ar novada uzņēmējiem. Šo informāciju var iegūt, apzinot iesaistāmo uzņēmēju loku un izsūtot viņiem aptaujas anketas ar jautājumiem, kas uzskaitīti sadaļā „Iekļaujамie dati”.

Īpaša uzmanība ir jāpievērš **produkcijas un pakalpojumu attēliem**. Ir jāizstrādā šo attēlu kvalitātes minimālās prasības un jāvienojas ar uzņēmējiem, ka šie attēli ir brīvi izplatāmi atbilstoši *Common Creatives* licences nosacījumiem. Uz attēliem var iekļaut īsu informāciju (uzņēmuma nosaukums, kontakttelefoni, mājaslapas logo), līdz ar to šo attēlu tālākā izplatīšana (piemēram populārajā attēlu saitā *Pinterest*) palīdzēs izplatīt informāciju par Vidzemes uzņēmēju produkciju.

Informācijas kvalitātes **uzraudzības sistēma** ir atkarīga no izvēlētās datu ievades sistēmas:

- Ja uzņēmējiem tiek dota ierobežota pieeja *WordPress* (vai citas sistēmas) mājaslapai, lai viņi paši ievadītu informāciju par sava uzņēmuma produkciju, tad mājaslapas pārvaldītājiem ir nepieciešams regulāri iepazīties ar *WordPress* sniegto informāciju par nesen veiktajām izmaiņām un tās pārskatīt. *WordPress* paredz arī iespēju, ka uzņēmēji sagatavo informācijas uzmetumu, bet to var publicēt tikai mājaslapas pārvaldītāji. Paredzams, ka daļa uzņēmēju nespēs vai nevēlēsies sagatavot informāciju, piemēram, angļu valodā un tas būs jādara pašiem mājaslapas pārvaldītājiem.
- Ja uzņēmēju iesūtīto informāciju ievada paši mājaslapas pārvaldītāji, ir nepieciešams organizēt iekšējās kvalitātes kontroles sistēmu (piem. t.s. „četrus acu princips”, kas paredz, ka pirms publicēšanas informāciju izskata vismaz divi cilvēki).
- Nozīmīgākais risks mājaslapas darbībai ilgtermiņā ir pašu veidotāju intereses atslābums, kas noved pie tā, ka lapā pieejamā informācija pakāpeniski noveco un ir nepilnīga. Šis risks ir jānovērš ar to, ka sākotnēji tiek izstrādāts mājaslapas uzturēšanas plāns, piemēram, paredzot to, ka katrs uzņēmējs tiek atkārtoti aptaujāts vismaz reizi gadā. Šajā aspektā ērts instruments ir detāls kalendārais plāns *MS Excel* formātā, kurā *MS Excel* automātiski ik dienu, atbilstoši grafikam ģenerē e-pasta paziņojumus uz aptaujājamo uzņēmēju e-pastiem caur *MS Outlook*. Turklāt ir jāapraksta veidi, kā regulāri tiks apzināti jauni uzņēmēji, tai skaitā popularizējot to publiskos pasākumos.

2.1.9. Uzņēmēju līdzdalība

Viens no „Made in Galway” prakses pārņemšanas stūrakmeņiem ir demokrātiska, visiem uzņēmējiem pieejama un draudzīga vide, kas no uzņēmēja prasa minimālu laiku un resursu ieguldījumu un sniedz pēc iespējas daudz atdeves.

Iesaistot uzņēmējus mājaslapas veidošanā ir jāuzsver šādas priekšrocības, ko sniegs līdzdalība šajā projektā:

- Uzņēmēju piedāvātie produkti un pakalpojumi iegūs **jaunu mārketinga kanālu**. Vienlaikus jānorāda, ka sākotnēji šim kanālam būs neliela ietekme, tā popularitāte ir iegūstama tikai kopējā darbā, iesaistot pēc iespējas daudz uzņēmumu un reklamējot šo mārketinga kanālu.
- Jaunais tīmekļa resurss būs visērtākais **informācijas un uzziņas avots** pašiem uzņēmējiem, un, visdrīzāk, pavērs jaunas sadarbības iespējas uzņēmumu starpā, šādi veicinot iekšējo patēriņu un nodrošinot konkurētspējīgāku cenu un kvalitāti.
- Uzņēmuma iekļaušana jaunajā mājaslapā, tai skaitā ar ģeomātikas risinājumiem, palielinās iespēju, ka informācija par uzņēmumu tiks iekļauta arī **citos vispasaules tīmekļa resursos**.
- Produkcijas un pakalpojumu **attēli** ar *Common Creatives* licenci būs populāri un bieži tiks izmantoti citos interneta resursos. Nereti īpaši pievilcīgi produktu attēli (piemēram, apģērbu dizaina attēli) tiek izplatīti tūkstošos lapu, unikālu produktu attēli var tikt izmantoti pat tādos populāros resursos, kā *Wikipedia*.

Šie aspekti apvienojumā ar to, ka informācijas iekļaušana ir bezmaksas, vienkārša un neprasa daudz laika, kā arī draudzīga un atbalstoša mājaslapas pārvaldītāju attieksme var nodrošināt labus panākumus. Papildus efektu var radīt izveides procesā iesaistīto uzņēmēju socializācijas pasākumi, kopīga izstāžu veidošana, pieredzes apmaiņas braucieni un citi pasākumi.

2.1.10. Mārketings

Praktiskā mājaslapu veidotāju pieredze liecina, ka neatkarīgi no satura kvalitātes un unikalitātes mājaslapa negūst īpaši labus panākumus, ja netiek veikti tās mārketinga pasākumi.

Šie mārketinga pasākumi var tikt veikti vairākos virzienos:

- **Pašu Vidzemes uzņēmēju iesaiste**, veicinot to, ka viņi ir ieinteresēti regulārā mājaslapas apmeklēšanā. Šādi tiek nodrošināts labs mājaslapas bāzes apmeklējums, veicinot to, ka tā stabili ieņem salīdzinoši augstu pozīciju *Google* meklējumos.
- **Meklētājprogrammas optimizācija**. Viens no svarīgākajiem mājaslapas mārketinga veidiem ir meklētājprogrammas optimizācija ar mērķi panākt, ka šis tīmekļa resurss nokļūst pēc iespējas augstu *Google* un citu meklētājprogrammu rangos. Nozīmīgi ir šādi trīs darbības virzieni:
 - **Augsta koda un satura kvalitāte**: kodam ir jāatbilst W3C standartiem, lapai jābūt ar responsīvu dizainu, tās struktūrai ir jābūt meklētājprogrammām draudzīgai, pārdomāti jālieto atslēgas vārdi. Mājaslapas saturam jābūt unikālam un saistošam. Īpašas priekšrocības rada teksts angļu valodā un *Common Creatives* licences lietošana attēliem.
 - **Saišu izveide** uz mājaslapu. Lai gan meklētājprogrammu optimizācijas eksperti regulāri piedāvā dažādas saišu izveides taktikas, visvienkāršākā un produktīvākā taktika ir vienkārša saišu apmaiņa ar pēc iespējas daudzām citām nozares mājaslapām, kā arī ar visiem iesaistītajiem uzņēmējiem.
 - **Dalība sociālajos tīklos**. Interneta resursam vēlams izveidot atbalsta lapas sociālajos tīklos. Šīs lapas gadījumā vēlams lietot gan klasiskos sociālos tīklos (*draugiem.lv*, *Facebook*, *Twitter*, *Google+*), gan arī veidot lapas tādos tīklos, kā *Flickr*, *Pinterest*, *Panoramio*, kas ļoti veicinās uzņēmēju produkcijas attēlu izplatību. Liela nozīme ir tam, lai paši uzņēmēji un viņu atbalstītāji atbalsta Vidzemes uzņēmēju tīmekļa resursu sociālajos tīklos („Like” spiešana, dalīšanās utml.), kā arī tam, lai visos sociālajos tīklos regulāri tiktu publicēti saistoši jaunumi. Īpašus panākumus gūs neparasti attēli, kurus citi sociālo tīklu lietotāji labprāt izplatīs tālāk (viena no virālā mārketinga metodēm).

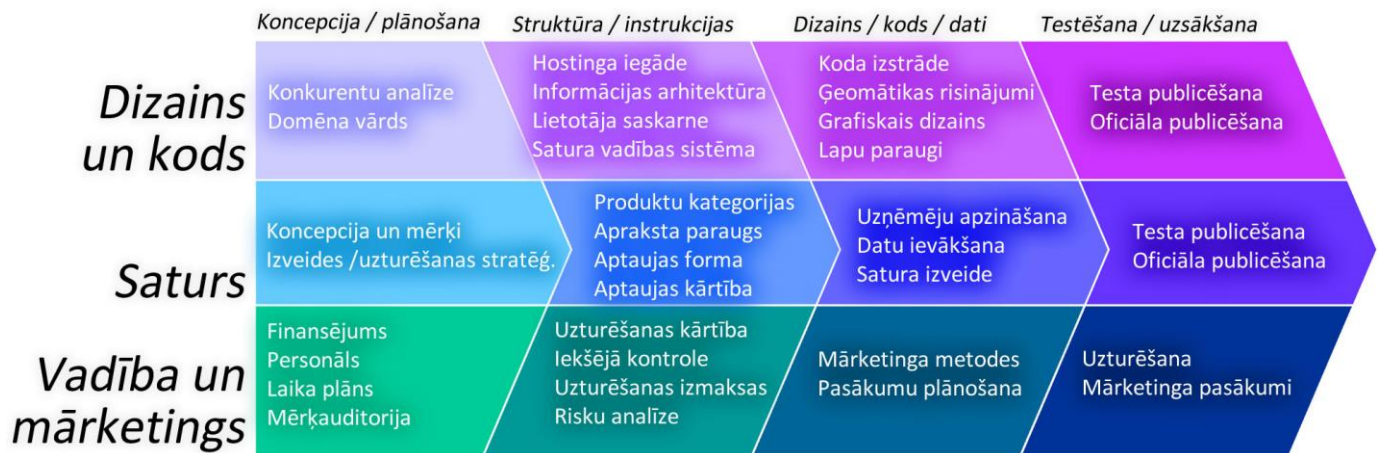
- Meklētājprogrammas optimizācijas panākumiem var sekot līdzi ar vairākām metodēm, piemēram, regulāri **analizējot** mājaslapu ar *Nibbler* (nibbler.silktide.com).
- **Pasākumu organizēšana un publikācijas masu mēdijos.** Viena no veiksmīgākajām praksēm tīmekļa resursa popularitātes veicināšanai ir regulāra informēšana par savu darbību, izmantojot klātienē pasākumus un masu mēdijus. Piemēram, var tikt organizētas vairākas ikgadējās balvas, kuru vērtēšana, kandidātu izvirzīšana un balvu pasniegšana var radīt lielu interesi. Īpaši veiksmīga ir neparastu un nebijušu notikumu radīšana – piemēram „Labākā Vidzemes uzņēmēja mājaslapa”, „Gada dīvainākais produkts”, „Vidzemes maizes ēšanas svētki” utml., jo šādiem notikumiem nav pat īpaši jācenšas piesaistīt mēdiju interesi. Tomēr šādu pasākumu plānošana ir jāveic ļoti rūpīgi, īpašu vērību pievēršot cilvēkresursu pieejamībai. Gadījumā, ja labi iecerētā pasākuma veikšanai trūkst laika un enerģijas, tā kvalitāte var būt nepietiekami laba un tas neturpināsies nākamajā gadā.
- **Virālais mārketing.** Līdz ar vispasaules tīmekļa attīstību aizvien populārāks un daudzveidīgāks kļūst virālais mārketing – mārketing, kuru bez maksas, no brīvas gribas veic citi. Šāda mārketinga piemēri ir:
 - Uzmanību piesaistošs *YouTube* video, kur paša produkta reklāma kļūst pat šķietami sekundāra (Taizemes dzīvības apdrošināšanas firmas *Mae Toi* reklāmas);
 - Sociālo tīklu „Share” pogas katrā no produktu lapām, kas lietotājiem ļau dalīties ar atrasto informāciju;
 - Raksti (publicējami ar *Common Creatives* licenci, kas pieprasa atsauci uz sākotnējo informācijas resursu), kas ietver uzskaitījumus. Piemēram: „10 Vidzemes pilis – viesnīcas ar spokiem”, „10 neparastākās Vidzemē ceptās maizes”. Šos rakstus mājaslapas pārvaldītāji paši var nosūtīt tādiem resursiem, kā *tvnet.lv*, *spokiem.lv* un publicēt ārvalstu resursos (piemēram *reddit.com*, *scribd.com*, *list25.com*). Šādi raksti spēj saglabāt savu popularitāti gadiem ilgi.
 - Apjomīgu atlaižu akcijas. Šādas akcijas ir iespējamās tad, ja ir iespējams vienoties ar uzņēmējiem, ka kāds vērtīgs produkts tiek ziedots vai pārdots par nelielu daļu no reālās cenas apmaiņā pret mājaslapas popularizēšanas aktivitāti, piemēram, sociālajos tīklos.

Vidzemes uzņēmēju mājaslapa tādā formātā, kā aprakstīts augstāk, veicinās Vidzemes reģiona uzņēmumu atpazīstamību un attīstību. Tomēr ir sagaidāms, ka mājaslapas ietekme būs vēl plašāka – tā veicinās visa Vidzemes reģiona atpazīstamību, palīdzēs veidot tā identitāti, veicinās katra vidzemnieka pašidentitātes nostiprināšanos un lepnumu par savu reģionu.

2.1.11. Ieviešanas plāns

Pārņemot „Made in Galway” labo praksi, ir ieteicams sekot prakses pārņemšanas modelim (sk. 4.attēlu).

4.attēls. „Made in Galway” labās prakses pārņemšanas modelis



Attēls: „NK Konsultāciju birojs”

Pārņemšanas modelis paredz to, ka rīcības tiek iedalītas trīs galvenajos veidos – a) topošā resursa izveides vadība un mārketinga; b) satura sagāde; c) mājaslapas dizaina un koda izstrāde, savukārt darbu veikšanai ir šādas galvenās fāzes: i) koncepcijas izstrāde un plānošana; ii) interneta resursa struktūras un darbības instrukciju izstrāde; iii) interneta resursa dizaina, koda izstrāde un datu vākšana; iv) interneta resursa testēšana un darbības uzsākšana.

Darbībām nepieciešamo laiku noteiks pieejamie finanšu un cilvēkresursi.

2.2. „Soho Solo” pārņemšanas plāns

2.2.1. Labās prakses piemēra apraksts

„Soho Solo” ir pēc Žēras departamenta (*Le Gers*, Francija) iniciatīvas 2005.gadā izveidota interneta resurss, adrese <http://www.soho-solo-gers.com/>, kura mērķis ir piesaistīt reģionam jaunus iedzīvotājus, nodrošinot tos ar attālinātā darba iespējām un tam nepieciešamo infrastruktūru.

5.attēls. „SOHO SOLO” mājaslapa



Attēls: ekrānšāviņš, <http://www.soho-solo-gers.com/>, 2013.gada 9.janvāris

Mājaslapā tiek sniegta informācija par Žēras departamentā sniegto atbalstu jaunajiem uzņēmējiem un interesentiem, kas vēlētos pārcelties uz Žēras departamentu un tajā uzsākt uzņēmējdarbību. Galvenās sadaļas ir:

- **Dzīve Žēras departamentā.** Sadaļā ir sniegta vispārīga informācija par Žēras departamentu, tā identitāti, vēsturi, kultūras dzīvi, sportu. Šeit sniegta arī informācija par iegādei pieejamo nekustamo īpašumu, kas ietver karti ar informāciju par nekustamā īpašuma cenām dažādās departamenta pašvaldībās. Iekļauta kontaktinformācija par departamentā pieejamiem pakalpojumiem.
- **Darbs vienam cilvēkam.** Sadaļā ietverta informācija tiem potenciālajiem Žēras departamenta iedzīvotājiem, kas šeit vēlētos pārcelties un veidot savu uzņēmumu, tai skaitā attālinātai darba veikšanai. Sadaļā iekļautas saites uz juridiska un praktiska rakstura informāciju, atsauksmes no tiem uzņēmējiem, kas pārcēlušies uz departamentu. Specifiska ir informācija par īpašo *Soho Solo* atbalsta sistēmu ar uzņēmējdarbības atbalsta infrastruktūru, sabiedrisko organizāciju, kā arī īpašu departamenta specializāciju – Žēras departaments cenšas piesaistīt māksliniekus un nodrošina kultūras pasākumu programmu.
- **Atbalsts tiem, kas pārceļas** un veido departamentā savu uzņēmumu. Sadaļa ietver informācija par īpašo viesmīlības ciemu (*villages d'accueil*) atbalsta sistēmu (sabiedriskas organizācijas, kas nodrošina personisku atbalstu katram, kas vēlas uz ciemu pārcelties un sākt strādāt). Viesmīlības ciemu informācija pieejama arī

ar interaktīvas kartes palīdzību. Pieejama arī informācija par īpašiem uzņēmējdarbības atbalsta pasākumiem, biznesa inkubatoriem. Mājaslapā iekļauta saziņas forma.

Alexa ranžējumā mājaslapa ir 2 306 219 vietā (2013.gada 9.janvāris), tās popularitāte pēdējo trīs mēnešu laikā ir nedaudz sarukusi. Lapa ir uzskatāma par maz apmeklētu, varbūtējais apmeklētāju skaits diennaktī ir ap 240 – 350.

Mājaslapa „Soho Solo” ir ērti veidota, tajā nav neaizpildītu sadaļu. Mājaslapa var sniegt vērtīgu ierosmi līdzīgu interneta resursu izveidei Vidzemes reģionā vai atsevišķās reģiona pašvaldībās. Tā ir uzskatāma par modernu un pārlicinošu instrumentu, ar kura palīdzību piesaistīt pašvaldībai tieši tādus jaunus iemītniekus, kas tai no ekonomikas attīstības viedokļa ir visvairāk nepieciešami: uzņēmīgus cilvēkus, kas mūsdienu tehnoloģiju laikmetā savu uzņēmējdarbību vai darbu var veikt attālinātā režīmā jeb „no mājām”.

Var pieņemt, ka šādas prakses veiksmes priekšnosacījumi ir:

- Stabila uzņēmējdarbības un pārceļotāju atbalsta sistēma. Lielākā mājaslapas vērtība ir tas, ka tā sniedz ziņas par tiem Žēras departamentā dzīvojošiem cilvēkiem un organizācijām, kas vēlas un spēj sniegt atbalstu varbūtējiem jaunpienācējiem. Ja mājaslapā iekļautās saites un atsauces nenovestu pie risinājuma, kas nepieciešams potenciālajam jaunatnācējam, tās jēga būtiski samazinātos. Visdrīzāk, šādu lapu pat nav pamata veidot, ja pašvaldībā nav izveidoti šādi atbalsta pasākumi.
- Uz klienta vajadzībām vērsta informācijas pasniegšana, t.i. izvairīšanās no nenozīmīgas informācijas un fokusēšanās uz piedāvāto produktu / pakalpojumu. Liela nozīme ir pēc iespējas pilnam pakalpojumu spektram, lai interesents iegūtu visu nepieciešamo informāciju ar vienas mājaslapas palīdzību;
- Vienots informācijas pasniegšanas formāts un augsta piedāvātās informācijas kvalitāte;
- Pašvaldības specializācija (Žēras departamenta gadījumā īpaši gaidīti ir kultūras darbinieki), kas motivē tieši tos potenciālos iemītniekus, kas šajā jomā saskata savu dzīves piepildījumu;
- Iespējams, ģeomātikas risinājumi būtu vēl ērtāki, ja tie būtu pieejami vienuviet, t.i. līdzās nekustamā īpašuma cenām atrastos informācija par pieejamo īpašumu un par viesmīlības ciemiem;
- Žēras departamenta gadījumā informācija ir sniegta tikai franču valodā. Latvijā pašvaldības var izvērtēt arī iespēju veidot to citās valodās, atbilstoši vēlmei piesaistīt ieceļotājus.
- Bezmaksas pakalpojuma sniegšana jeb vai skaidri definēta maksas pakalpojumu sniegšana;
- Mājaslapas koncepcijas un sniegto atbalsta pakalpojumu unikalitāte. Sagaidāms, ka pirmie viesmīlības ciemi Latvijā gūs daudz plašāku publicitāti un piesaistīs lielāku interesentu uzmanību, nekā nākamie.

Šai mājaslapai nav tik svarīgi iegūt augstu novērtējumu vispasaules tīmeklī, jo tā paredzēta specifiskiem meklējumiem.

Prakses pārņemšanas mērķis ir veidot Vidzemes pašvaldībās tādus pakalpojumus, kas motivētu un novada pašvaldībām pārcelties uzņēmīgus cilvēkus. Jaunu iedzīvotāju piesaiste lauku pašvaldībās ir viens no ilgtermiņa lielākajiem izaicinājumiem, jo iedzīvotāju skaits laukos ar katru gadu samazinās. Prakse Vidzemes reģionam ir ļoti vērtīga, jo tā:

- Sniedz ierosmi un motivāciju līdz šim Latvijā neizmantotām metodēm jaunu iedzīvotāju piesaistei, tai skaitā – viesmīlības ciemu veidošanai, publiski pieejamai informācijai par nekustamo īpašumu un tā cenām u.c.;
- Ir piemērota, jo reģionā nereti atrodamas pamestas vai reti apdzīvotas mājas, kuru iegāde un pielāgošana pastāvīgi dzīvošanai ir salīdzinoši lēta. Tas apvienojumā ar pievilcīgu dzīves vidi paver iespējas piesaistīt jaunus iedzīvotājus, un, iespējams, tikai informācijas trūkuma dēļ tas nav noticis jau agrāk.

- Motivē attīstīt arī tradicionālos uzņēmējdarbības atbalsta instrumentus, tai skaitā īpašus atbalsta fondus, sabiedriskās organizācijas;
- Mājaslapas izveide ir salīdzinoši lēta un vienkārša, tomēr jāērēķinās, ka tai ir maza vērtība, ja pašvaldībā nav izveidota efektīva uzņēmējdarbības un pārceļotāju atbalsta sistēma.

2.2.2. Mērķauditorija

Līdzīgi kā „Made in Galway” piemēra gadījumā, mājaslapa ir jāveido tā, lai tā iedvesmotu un sniegtu atbalstu tiem, kam tā ir domāta: **cilvēkiem, kas vēlas attīstīt savu uzņēmējdarbību un ir gatavi pārcelties uz citu dzīves vietu**. Veidojot mājaslapas struktūru un saturu ir vēlams konsultēties ar lielāku skaitu šādu cilvēku.

Vēlams fokusēties ne tikai uz jebkuru potenciālo interesentu, bet arī noteikt pašvaldības **specializāciju**, šādi, piemēram, veidojot labvēlīgu vidi noteikta uzņēmējdarbības veida attīstībai (piemēram, mēbeļu dizains un ražošana). Šādi var nodrošināt to, ka nākotnē, pieaugot šīs specializācijas interesentu skaitam pašvaldībā palielināsies iespēja veidot šīs nozares uzņēmumus, izglītības programmas un iestādes, nodrošināt pašvaldības atpazīstamību un prestižu, augstāku produkcijas pievienoto vērtību un iedzīvotāju ieņēmumus.

Vēlams piedāvāt informāciju to profesiju pārstāvjiem, kas spēj veikt **attālināto darbu** (piemēram, interneta dizains, programmēšana, konsultācijas u.c.).

Latvijas situācijā ir vērtējama arī iespēja īpaši vērsties pie tiem cilvēkiem, kas lauku pašvaldībās vēlas iegādāties **otras mājas brīvdienām**.

Nepieciešams vērtēt iespēju ievietot tādu informāciju, ko izmanto arī **citi interneta resursi**, piemēram, nekustamo īpašumu pārdošanas uzņēmumi.

2.2.3. Piedāvātie pakalpojumi un lapas struktūra

Pakalpojumu klāstu un līdz ar to mājaslapas struktūru nosaka tas uzņēmējdarbības un pārceļotāju atbalsta pakalpojumu klāsts, kāds attiecīgajā pašvaldībā ir pieejams.

„Soho Solo” piemērs Latvijas situācijā, visdrīzāk, būtu uzskatāms par ļoti veiksmīgu, tomēr Latvijas lauku pašvaldībās pagaidām nav attīstīts tik plašs pakalpojumu klāsts, piemēram, viesmīlības ciemi, uzņēmējdarbības atbalsta fondi utml.

Tomēr arī ierobežota pakalpojumu klāsta gadījumā ir iespēja veidot mājaslapu, kas aicina uz pašvaldību pārcelties jaunus iedzīvotājus un piedāvā nodarbinātības iespējas.

Līdzīgi kā „Soho Solo” gadījumā, Latvijas lauku novada mājaslapā var tikt iekļauti šādi informācijas bloki:

- **Dzīve pašvaldībā.** Vispārīga informācija par pašvaldības identitāti, kultūras dzīvi, sportu, pieejamo tehnisko un sociālo infrastruktūru, kontaktinformācija par pieejamajiem pakalpojumiem. Ļoti vēlams iekļaut informāciju par novārtā pamestajiem un / vai pārdošanā esošajiem īpašumiem.
- **Nodarbinātības iespējas.** Pašvaldībā nepieciešamie darbinieki un pakalpojumi (piemēram, daudzās pašvaldībās nav pieejami friziera, jurista, sadzīves tehnikas apkopes un remonta un citi pakalpojumi). Atbalsts uzņēmumu izveidē, pieejamā infrastruktūra un atbalsta uzņēmumi (piemēram, telpu pieejamība šādiem uzņēmumiem). Atsauksmes no tiem uzņēmējiem, kas pārcēlušies uz novadu. Novada specializācija.
- **Atbalsts tiem, kas vēlas pārcelties** uz pašvaldību. Pat, ja pašvaldībā nav šādas atbalsta sistēmas, ir jāaplicina, ka jaunpienācēji pašvaldībā ir gaidīti, jāsniedz informācija par tiem pašvaldības administrācijas darbiniekiem vai citiem cilvēkiem, kas var sniegt nepieciešamo informāciju.

Līdzīgi kā *Made in Galway* piemēra gadījumā, ir jārēķinās ar daudzveidīgu lietotāju klāstu, tomēr šajā gadījumā var rēķināties, ka mājaslapas lietotājam būs lielāka interese apgūt mājaslapā ievietoto informāciju, tas biežāk notiks no datora.

Lapas augšdaļā jāpievieno labi redzama valodas izvēlne, meklēšanas lauciņš un sociālo tīklu (vismaz uz izveidotajām *Facebook*, *Draugiem.lv*, *Twitter* lapām, bet vēlams arī *Pinterest*, *Google+*, *Tumblr*) saites.

2.2.4. Programmatūra, ģeomātikas risinājumi

Mājaslapas izveidei ir līdzīgas nepieciešamības, kā *Made in Galway* piemēra gadījumā, tomēr *SohoSolo* piemēra gadījumā drīzāk var lietot esošu pašvaldības mājaslapu, veidojot tai jaunu sadaļu, iespējams, ar individuālu dizainu. Šai sadaļai var veltīt atšķirīgu domēna vārdu, piemēram, ja Ērgļu novada pašvaldības mājaslapas adrese ir www.ergli.lv, tad šeit aprakstītajai mājaslapai adrese var būt www.ergli.eu.

Pamanāma mājaslapa jau darbojas Vidzemes reģionā, kuras specifiskais nosaukums piesaista uzmanību, ļauj veidot sava veida "ģeokešingu" jeb slēpņošanu, meklējot īpašu vietu maltītei vai izklaidei - <http://www.gardumuti.lv/>. Izmantojot un novērtējot savus vietējos sasniegumus, piesaistot pasaules labāko praksi, mēs iegūsim ilgtspējīgus risinājumus sava reģiona pievilcībai un attīstībai.

SohoSolo piemēra gadījumā ģeomātikas risinājumi mājaslapā nav īpaši nozīmīgi. Latvijas pašvaldības ir krietni mazākas, nekā Žēras departaments, un tāpēc, piemēram, ir daudz vieglāk arī bez interaktīvas kartes atrast varbūtējos viesmīlības ciemus, nav iespējas veidot nekustamā īpašuma cenu kartes.

Tomēr ģeomātikas risinājumi pat nelielu pašvaldību gadījumā var padarīt mājaslapu daudz interesantāku un vieglāk uztveramu. Piemēram, mājaslapā var iekļaut karti ar pašvaldībā esošajiem uzņēmējiem, un tas uzskatāmi var parādīt to, ka, piemēram, salīdzinoši lielā ciemā nav neviena šuvēja. Ģeomātikas risinājumam var lietot līdzīgus rīkus, kā aprakstīts „*Made in Galway*” piemēra gadījumā. Vēlams izveidot sadaļu, kurā visa kartogrāfiskā informācija ir pieejama vienuviet.

2.2.5. Izveide, uzturēšana, uzraudzība

„*Soho Solo*” labās prakses pārņemšanai nepieciešamās rīcības ir jāīsteno vienas pašvaldības vai vairāku pašvaldību grupas ietvaros, veicot darbības šādos virzienos:

- **Satura izveide.** Pirms mājaslapas izveides ir jāapkopo tajā potenciāli izvietojamā informācija, vērtējot, vai informācijas klāsts ir pietiekami saistošs potenciālajiem interesentiem un vai tas veido pietiekami lielu informācijas daudzumu, lai būtu nepieciešams veidot atsevišķu mājaslapu. Satura izveidē vislielāko ieguldījumu var sniegt atbildīgie pašvaldības darbinieki, kā arī nevalstiskās organizācijas un vietējie uzņēmēji. Liela nozīme ir konsultācijām ar potenciālajiem mājaslapas lietotājiem, kā arī izteiksmīgiem un kvalitatīviem fotoattēliem.
- **Mājaslapas izveide.** „*Soho Solo*” labās prakses paraugā ietvertā mājaslapa neietver komplicētus risinājumus, šeit nav nepieciešama ilgstoša ārējo ekspertu piesaiste. Nosacīti sarežģītākā daļa var būt tieši ģeomātikas risinājumi, kuru komplicētība ir atkarīga no pasūtītāja vēlmēm un pieejamā informācijas klāsta. Izstrādei var būt nepieciešams ārējo ekspertu (*WordPress*) darbs 2 – 3 dienu ilgumā, internetā bāzētu karšu eksperta ar *JavaScript* prasmi darbs (3 – 5 dienas), dizainera darbs (3 – 5 dienas) kā arī topošo mājaslapas uzturētāju darbs – programmatūras apguve un ērta mājaslapas dizaina plānošana, ekspertu pakalpojumu iepirkšana. Mājaslapas tehniskās izveides (t.i. bez satura) izmaksas ietver:

- Ārējo *WordPress* ekspertu darbs: EUR 300 – 600;
- Internetā bāzētu karšu eksperta ar *JavaScript* prasmi darbs: EUR 800 – 1400;
- Dizainera darbs: EUR 500 – 800 vai vairāk, atkarībā no darba uzdevuma;
- Domēna vārda iegāde (vēlams, uz vairākiem gadiem): EUR 10 – 20;
- Hostinga pakalpojumu iegāde (ja mājaslapa tiek izvietota uz pašvaldībai nepiederīga servera): EUR 300 – 450.

Līdz ar to mājaslapas izveides izmaksas sasniedz ap EUR 1910 – 3270 vai vairāk.

Informācijas kvalitātes **uzraudzības sistēma** lielākoties ietver regulāru mājaslapā reklamēto pakalpojumu kvalitātes un pieejamības novērtējumu, jaunu pakalpojumu pievienošanu un pastāvīgu mājaslapā iekļautā satura atsvaidzināšanu un papildināšanu.

Nozīmīgs risks mājaslapas darbībai ilgtermiņā ir pašu veidotāju **intereses atslābums**, kas noved pie tā, ka lapā pieejamā informācija pakāpeniski noveco un ir nepilnīga. Šis risks ir jānovērš ar to, ka sākotnēji tiek izstrādāts mājaslapas **uzturēšanas plāns**, piemēram, paredzot mājaslapas saišu pārbaudi noteiktos termiņos.

2.2.6. Mārketingis

„Soho Solo” labās prakses piemēram liels mājaslapas apmeklējums nav augstākā prioritāte. Piemēram, daudz veiksmīgāka šajā gadījumā būs tā mājaslapa, kuru apskatīs 10 cilvēki, kas meklē iespējas pārvākties tieši uz tādu dzīves vietu, kāda aprakstīta mājaslapā, nekā ja mājaslapu apskatīs 1000 cilvēki, kam nav intereses pārcelties. Tomēr, lai mājaslapa sasniegtu tieši tos lietotājus, kam tā ir nepieciešama, ir jārealizē pārdomāts mārketinga plāns, pievēršot uzmanību šādiem aspektiem:

- Lielu uzmanību interesentu starpā var piesaistīt šādas mājaslapas un tajā piedāvāto pakalpojumu **unikalitāte**. Lai pievērstu tai uzmanību, ir rūpīgi jāplāno mājaslapas atklāšanas pasākumi, cenšoties panākt, ka mājaslapas izveide sasniedz ziņu izplatīšanas kanālus un par to uzzina pēc iespējas daudz pašvaldības iedzīvotāju, kas par to informētu savus paziņas (virālais mārketingis).
- Laicīgi jāplāno lapas unikalitāte **ilgtermiņā**. Ja „Soho Solo” parauga iniciatīva gūs panākumus, tā tiks ieviesta arī citās pašvaldībās, tāpēc jau sākotnēji jāparedz aspekti, kas netiks atkārtoti citur, piemēram, izceļot pašvaldības specializāciju.
- Dalība **sociālajos tīklos**. Interneta resursam vēlams izveidot atbalsta lapas sociālajos tīklos, jo īpaši *draugiem.lv*, *Facebook*, *Twitter*, arī *Google+*. Darbam sociālajos tīklos ir jāpievērš īpaša uzmanība, jo *SohoSolo* iniciatīvas gadījumā var veidoties mērķauditorijai nozīmīga informācijas plūsma (jauns īpašums pārdošanā, jaunas darba iespējas, jauns pārceļšanās piemērs).
- **Pasākumu** organizēšana un **publikācijas masu mēdijos**. Viena no veiksmīgākajām praksēm mērķauditorijas piesaistei ir regulāra informēšana par savu darbību, izmantojot klātienē pasākumus un masu mēdijus. Līdzīgi, kā *Made in Galway* piemēra gadījumā, var organizēt ikgadējās balvas, kuru vērtēšana, kandidātu izvirzīšana un balvu pasniegšana var radīt lielu interesi. Šādu pasākumu plānošana ir jāveic ļoti rūpīgi, īpašu vērību pievēršot cilvēkresursu pieejamībai. Gadījumā, ja labi iecerētā pasākuma veikšanai trūkst laiks un enerģija, tā kvalitāte var būt nepietiekami laba un tas neturpināsies nākamajā gadā.

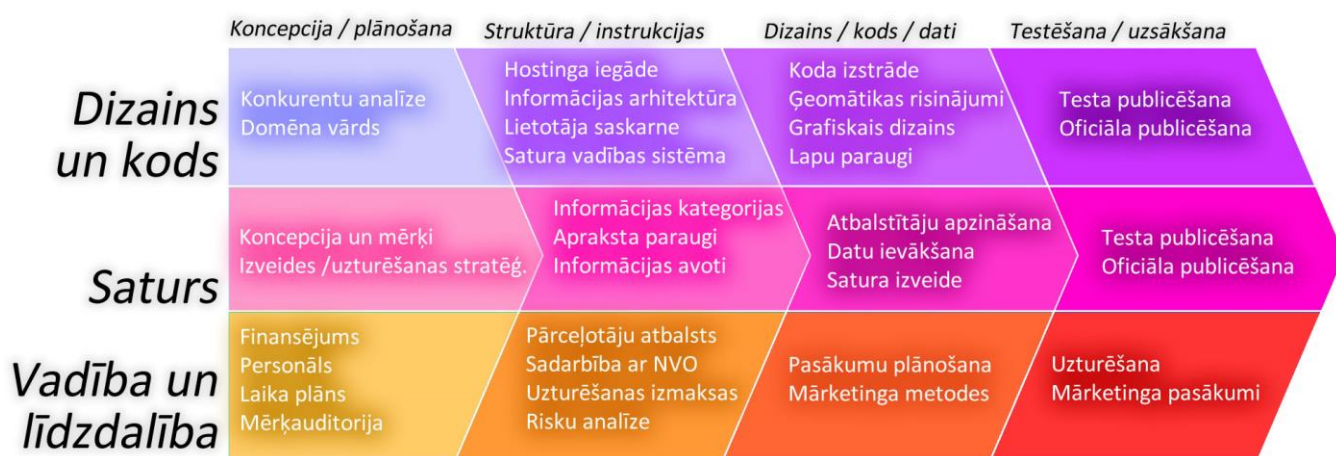
Mājaslapa, kas aicina pārcelties uz pašvaldību un attīstīt tajā uzņēmējdarbību, var kļūt par nozīmīgu instrumentu, lai piesaistītu Vidzemes pašvaldībām jaunus iedzīvotājus un uzņēmējus. Šāda pašvaldības iniciatīva var kalpot par ierosmi arī esošajiem novada iedzīvotājiem, attīstot savu uzņēmējdarbību jeb vai

vienkārši apzinoties sava novada pievilcību, kā arī motivēt pašvaldības administrāciju un nevalstiskās organizācijas mērķtiecīgi attīstīt uzņēmējdarbības un pārceļotāju atbalsta programmu.

2.2.7. Ieviešanas plāns

Pārņemot „Soho Solo” labo praksi, ir ieteicams sekot prakses pārņemšanas modelis (sk. 6.attēlu).

6.attēls. „Soho Solo” labās prakses pārņemšanas modelis



Attēls: „NK Konsultāciju birojs”

Pārņemšanas modelis paredz to, ka rīcības tiek iedalītas trīs galvenajos veidos – a) topošā resursa izveides vadība un sabiedrības līdzdalība; b) saturs sagāde; c) mājaslapas dizaina un koda izstrāde. Darbu veikšanai ir šādas galvenās fāzes: i) koncepcijas izstrāde un plānošana; ii) interneta resursa struktūras un darbības instrukciju izstrāde; iii) interneta resursa dizaina, koda izstrāde un datu vākšana; iv) interneta resursa testēšana un darbības uzsākšana.

Darbībām nepieciešamo laiku noteiks pieejamie finanšu un cilvēkresursi.

PIELIKUMI

1.pielikums

Plānošanas reģionu attīstības pamatrādītāji

	Platība, km ²	Iedzīvotāju skaits 2013.g. sākumā	Iedzīvotāju blīvums 2013.g. sākumā, cilv./km ²	Iedzīvotāju skaita izmaiņas no 2008.g. sākuma līdz 2013.g. sākumam, %	Demogrāfiskā slodze 2013.g. sākumā	Iedzīvotāju sadalījums pa vecuma grupām 2013.g. sākumā, %			Iedzīvotāju ienākuma nodokļa ieņēmumi pašvaldības budžetā uz 1 iedz. 2012.g., Ls	Bezdarbības līmenis 2013.g. sākumā, %	Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistikas vienību skaits pa komercdarbības formām, 2011.g.						Individ. komersantu un komersab. skaits uz 1000 iedz., 2011.g.
						līdz darbības vecumam	darbības vecumā	virs darbības vecuma			Kopā	Pašnodarb. personas	Individ. komersanti	Komersabiedrības	Zemnieku un zvejnieku saimn.	Skaits uz 1000 iedz.	
Rīgas reģions	10 437	1090303	104,5	-1,0	549,1	14,2	64,6	21,2	389,6	4,9	77662	18900	3214	53598	1950	71,0	51,9
Vidzemes reģions	15 246	225181	14,8	-5,4	529,7	13,3	65,4	21,4	250,1	8,3	14826	6473	855	4443	3055	64,5	23,0
Kurzemes reģions	13 596	289916	21,3	-4,7	548,4	14,4	64,6	21,0	265,7	7,4	17298	7600	1388	5634	2676	58,6	23,8
Zemgales reģions	10 733	270947	25,2	-4,6	521,3	14,3	65,7	20,0	270,0	7,9	14315	5679	1190	4725	2721	51,9	21,4
Latgales reģions	14 550	324849	22,3	-6,9	523,8	12,7	65,6	21,7	203,0	13,7	17677	9226	1353	4308	2790	53,2	17,0
Latvijā	64 562	2201196	34,1	-3,3	539,8	13,9	64,9	21,1	316,7	7,3	141778	47878	8000	72708	13192	63,7	36,2

2.pielikums

ES fondu finansējums (KF, ERAF un ESF, ELFLA un EKZF) 2014.-2020. gadiem sadales **11 tematiskiem mērķiem un ieguldījumu prioritātēm**²⁷:

Mērķa nr.	Tematiskais mērķis	Ieguldījumu prioritātes
1	Nostiprināt pētniecību, tehnoloģiju attīstību un inovāciju	Uzlabot pētniecības un inovāciju (P&I) infrastruktūru un spēju attīstīt P&I izcilību, kā arī veicināt kompetences centru, it īpaši Eiropas nozīmes centru, izveidi
		Sekmējot uzņēmumu ieguldījumu inovācijā un pētniecībā un veidojot saiknes un sinerģiju starp uzņēmumiem, P&I centriem un augstākās izglītības sektoru, jo īpaši sekmējot preču un pakalpojumu attīstību, tehnoloģiju apmaiņu, sociālās inovācijas un sabiedrisko pakalpojumu lietotnes, pieprasījuma stimulēšanu, tīklošanu, kopu izveidi un tiešu inovāciju ar viedās specializācijas palīdzību, atbalstot tehnoloģisko un lietišķo pētniecību, pilotiekārtas, produktu validēšanu agrīnās tā izstrādes stadijās, palielinātas ražošanas spējas un svarīgāko pamattehnoloģiju pirmo ražošanu, kā arī universālo tehnoloģiju izplatīšanu
2	Uzlabot informācijas un komunikācijas tehnoloģiju pieejamību, izmantošanu un kvalitāti	Paplašinot platjoslas pakalpojumu izvietojumu un sekmējot ātrgaitas tīklu attīstību, kā arī atbalstot jauno tehnoloģiju un tīklu ieviešanu digitālās ekonomikas vajadzībām
		Attīstot IKT produktus un pakalpojumus, e-komerciju un palielinot pieprasījumu IKT jomā
		Stiprinot IKT lietojumprogrammas e-pārvaldes, e-mācību, e-iekļaušanas, e-kultūras un e-veselības jomā
3	Uzlabot mazo un vidējo uzņēmumu, kā arī lauksaimniecības nozares (attiecībā uz ELFLA) un zivsaimniecības un akvakultūras nozares (attiecībā uz EJZF) konkurētspēju	Sekmējot uzņēmējdarbību, jo īpaši veicinot jaunu ideju izmantošanu ekonomikā un jaunu uzņēmumu izveidošanu, tostarp ar uzņēmējdarbības inkubatoru palīdzību
		Attīstot un īstenojot jaunus uzņēmējdarbības modeļus MVU, jo īpaši starptautiskajai darbībai
		Atbalstot palielinātu spēju radīšanu un paplašināšanu attiecībā uz produktu un pakalpojumu attīstīšanu
		Atbalstot MVU spēju iesaistīties izaugsmes un inovācijas procesos
4	Atbalstīt pāreju uz ekonomiku, kura rada mazas oglekļa emisijas visās nozarēs	Sekmējot atjaunojamo energoresursu ražošanu un sadali
		Atbalstot energoefektivitāti un atjaunojamo energoresursu izmantošanu uzņēmumos
		Atbalstot energoefektivitāti un atjaunojamo energoresursu izmantošanu publiskajās infrastruktūrās, tostarp sabiedriskajās ēkās un mājokļu nozarē
		Attīstot un ieviešot viedas zemsprieguma un vidēja sprieguma sadales sistēmas
		Veicinot visiem teritoriju veidiem, jo īpaši pilsētām, paredzētas ar zemu oglekļa dioksīda emisiju līmeni saistītas stratēģijas, tostarp veicinot ilgtspējīgu mobilitāti pilsētās un ar seku mazināšanu saistītus pielāgošanās pasākumus

²⁷ ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/.../csf_part2_lv.doc

		<p>veicinot pētniecību, inovāciju un zemu oglekļa emisiju tehnoloģiju ieviešanu</p> <p>Sekmējot siltuma un elektroenerģijas augstas efektivitātes koģenerācijas izmantošanu, balstoties uz lietderīgā siltuma pieprasījumu</p>
5	Veicināt pielāgošanos klimata pārmaiņām, riska novēršanu un pārvaldību	<p>Atbalstot ieguldījumu, kas dotu iespēju pielāgoties klimata pārmaiņām</p> <p>Veicinot ieguldījumu, kas ļauj risināt ar konkrētiem riskiem saistītas problēmas, nodrošināt noturību pret katastrofām un izstrādāt katastrofu pārvarēšanas sistēmas</p>
6	Aizsargāt vidi un veicināt resursu izmantošanas efektivitāti	<p>Pievērsties būtiskajai nepieciešamībai veikt ieguldījumus atkritumu apsaimniekošanas nozarē, lai būtu ievērotas Savienības vides acquis noteiktās prasības</p> <p>Pievērsties būtiskajai nepieciešamībai veikt ieguldījumus ūdensapgādes nozarē, lai būtu ievērotas Savienības vides <i>acquis</i> noteiktās prasības</p> <p>Aizsargājot, veicinot un attīstot kultūras un dabas mantojumu</p> <p>Aizsargājot un atjaunojot bioloģisko daudzveidību un augsni, kā arī veicinot ekosistēmu pakalpojumus, tai skaitā NATURA 2000 un zaļās infrastruktūras</p> <p>Veicot darbības pilsētvides uzlabošanai, pamestu rūpniecisku teritoriju atjaunošanai un gaisa piesārņojuma samazināšanai</p> <p>Veicinot inovatīvas tehnoloģijas, lai uzlabotu vides aizsardzību un resursu efektivitāti atkritumu apsaimniekošanas nozarē, ūdensapgādes nozarē, lai uzlabotu augsnes aizsardzību vai lai samazinātu gaisa piesārņojumu</p> <p>Atbalstot rūpniecības pāreju uz resursu izmantošanas ziņā efektīvu ekonomiku un veicinot videi nekaitīgu izaugsmi</p>
7	Veicināt ilgtspējīgu transportu un novērst trūkumus galvenajās tīkla infrastruktūrās	<p>Atbalstot daudzmodālo Eiropas vienoto transporta telpu, ieguldot Eiropas transporta tīklā (TEN-T)</p> <p>Palielinot reģionālo mobilitāti ar sekundāro un terciāro transporta mezglu pievienošanu TEN-T infrastruktūrai</p> <p>Attīstot videi draudzīgas un zema oglekļa dioksīda emisijas līmeņa transporta sistēmas, tostarp upju un jūras transportu, ostas un multimodālus savienojumus</p> <p>Attīstot un atjaunojot visaptverošu, kvalitatīvu un savstarpēji savietojamu dzelzceļu sistēmu</p> <p>Attīstot viedas gāzes un elektroenerģijas sadales, glabāšanas un pārvades sistēmas</p>
8	Veicināt nodarbinātību un atbalstīt darbaspēka mobilitāti	<p>Attīstot uzņēmējdarbības inkubatorus un ieguldot pašnodarbinātības, mikrouzņēmumu un uzņēmējdarbības izveides atbalstā</p> <p>Atbalstot videi labvēlīgu izaugsmi – konkrētu apgabalu teritoriālās stratēģijas ietvaros veicinot iekšējā potenciāla attīstīšanu, tostarp to rūpniecības reģionu pārveidi, kuros vērojama ekonomiskā lejupslīde, kā arī palielinot konkrētu dabas un kultūras resursu pieejamību un attīstot šos resursus</p> <p>Vietējas attīstības ierosmes un atbalsts struktūrām, kas sniedz kaimiņattiecību pakalpojumus, lai radītu jaunas darba vietas, ja šādas darbības nav ietvertas Regulas (ES) Nr. [...] /2012 [ESF] darbības jomā</p> <p>Ieguldot valsts nodarbinātības dienestu infrastruktūrā</p> <p>Pārrobežu darba tirgu integrāciju, tostarp pārrobežu mobilitāti, kopīgas nodarbinātības iniciatīvas vietējā mērogā un kopīgu apmācību</p>

9	Veicināt sociālo iekļaušanu un apkarot nabadzību	leguldot veselības aprūpes un sociālajā infrastruktūrā, kas veicina valsts, reģionālo un vietējo attīstību, samazinot atšķirības attiecībā uz veselības stāvokli, un atbalstot pāreju no institucionāliem uz pašvaldību pakalpojumiem
		Fiziskas, ekonomiskas un sociālas atjaunošanās atbalsts trūcīgām pilsētu un lauku kopienām un apvidiem
		Atbalsts sociālajiem uzņēmumiem
		Dzimumu līdztiesības un iespēju vienlīdzības veicināšanu pārrobežu mērogā, kā arī sociālās iekļaušanas veicināšanu pārrobežu mērogā
10	leguldīt izglītībā, prasmēs un mūžizglītībā	leguldījums izglītībā, prasmju pilnveidošanā un mūžizglītībā, attīstot mācību un apmācību infrastruktūru
		Kopīgu izglītības un apmācību shēmu izstrādi un īstenošanu
11	Uzlabot institucionālās spējas un efektīvu valsts pārvaldi	Institucionālo spēju un efektīvas valsts pārvaldes stiprināšana, veicinot valsts pārvaldes un sabiedrisko pakalpojumu efektivitāti un institucionālās spējas saistībā ar ERAF īstenošanu, un atbalstot ESF atbalstīto valsts pārvaldes darbību efektivitāti un institucionālās spējas.
		Tiesiskās un administratīvās sadarbības un sadarbības starp iedzīvotājiem un iestādēm veicināšanu