



Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā

Rīcības plāns

Gala versija 10.01.2023

Projekts īstenots ar Eiropas Savienības finansējumu, izmantojot Tehniskā atbalsta instrumentu un sadarbībā ar Eiropas Komisijas Strukturālo reformu atbalsta ģenerāldirektorātu



Finansē
Eiropas Savienība

Eiropas Komisijas atruna

© Eiropas Savienība, 2023. gads

Šī ziņojuma atkārtota izmantošana ir atļauta ar nosacījumu, ka tiek norādīts avots un netiek veiktas izmaiņas dokumenta sākotnējā nozīmē vai vēstījumā. EK neuzņemas atbildību, kas izriet no dokumenta atkārtotas izmantošanas. EK atkārtotas izmantošanas politika tiek īstenota ar EK 2011. gada 12. decembra lēmumu Nr. 2011/833/ES par EK dokumentu atkārtotu izmantošanu.

Šajā ziņojumā izklāstītie viedokļi ir tikai autoru viedokļi, un tie neatspoguļo EK oficiālo viedokli.

Eiropas Rekonstrukcijas un attīstības bankas saistību atruna

Šis dokuments ir sagatavots, atbrīvojot ERAB no jebkādas atbildības saistībā ar PwC atlasītiem darbu kvalitāti. ERAB neuzņemas nekādu atbildību par zaudējumiem, izmaksām, kaitējumu vai atbildību, kas rodas saistībā ar PwC iesaistīšanu vai uzraudzību, vai saistībā ar tā pakalpojumu izmantošanu vai paļaušanos uz tiem. ERAB nesniedz tiešu vai netiešu apliecinājumu vai garantiju par šajā dokumentā izklāstītās informācijas precizitāti vai pilnīgumu. ERAB nav neatkarīgi pārbaudījuši šajā dokumentā ietvertu informāciju un neuzņemas nekādu atbildību par šajā dokumentā ietvertu informāciju vai izteiktajiem nepatiesajiem apgalvojumiem, vai neiekļauto informāciju.

PricewaterhouseCoopers atruna

Šo ziņojumu ir sagatavojis PricewaterhouseCoopers SIA, pamatojoties uz klienta sniegtajiem norādījumiem. Sniedzot šo ziņojumu, mēs neuzņemamies atbildību par mērķiem vai pret jebkuru citu personu, kurai ir uzrādīts šis ziņojums vai pie kuras tas var nonākt, ja vien mūsu iepriekšēja rakstiska piekrišana nav skaidri noteikta.

Ja nepilnvarota persona ir piekļuvusi šim ziņojumam un to ir izlasījusi, šī persona, iepazīstoties ar ziņojumu, piekrīt šādiem noteikumiem:

1. PricewaterhouseCoopers SIA veiktais darbs tika veikts saskaņā ar mūsu adresāta klienta sniegtajiem norādījumiem un tika veikts tikai priekš mūsu adresāta klienta un to saistīto pušu vajadzībām, kas ir tieši iesaistītas plānotajā pārstrukturēšanā, iegūšanā un izmantošanā;
2. Šī ziņojuma lasītājs atzīst, ka šis ziņojums ir sagatavots pēc mūsu adresāta klienta norādījuma un var neietvert visus jautājumus, kas varētu būt būtiski citiem mērķiem;
3. Lasītājs piekrīt, ka PricewaterhouseCoopers SIA, tā partneri, direktori, darbinieki vai citi pārstāvji nav ne atbildīgi, ne piekrīt uzņemties atbildību pret šo personu neatkarīgi no tā, vai atbildība ir radusies no līguma pārkāpuma vai delikta (tajā skaitā, bet ne tikai, no nolaidības un normatīvajos aktos paredzēto pienākumu pārkāpuma). PricewaterhouseCoopers SIA pārstāvji nav atbildīgi par jebkādu zaudējumu, kaitējumu vai izdevumiem, kas radušies personai, kurai šis ziņojums ir kļuvis pieejams un kura ir izmantojusi šo ziņojumu jebkādā veidā, vai par jebkurām citām sekām, kas radušās no tā, ka šai personai ir kļuvis pieejams šis ziņojums.

Tieslietu ministrijas saistību atruna

Šajā dokumentā paustie viedokļi nekādā gadījumā neatspoguļo TM formālo viedokli un šajā dokumentā ietvertos ieteikumus TM izskatīs vispārējā likumdošanas procesā, ņemot vērā visu iesaistīto pušu viedokļus un kompetenci.

Atruna par valodu

Šis dokuments sākotnēji tika izstrādāts latviešu valodā, tādēļ neskaidrību gadījumā noteicošais dokuments ir latviešu valodā.

Apzīmējumi un to skaidrojumi

Apzīmējums	Skaidrojums
EK	Eiropas Komisija
EM	Ekonomikas ministrija
ERAB	Eiropas Rekonstrukcijas un attīstības banka
finanšu grūtības	Iedzīvotājiem: apstākļi, kad persona kavē vai viņai ir grūtības veikt noteiktus maksājumus (piemēram, hipotēkas vai īres maksājumus, vai komunālo pakalpojumu, vai kredītkaršu rēķinus utml.), un nespēj segt šīs saistības pie esošajiem ienākumiem vai uzkrājumiem. MVU un uzņēmējiem: apstākļi, kad uzņēmējs vai pašnodarbinātais kavē vai viņam ir grūtības veikt noteiktus ar saimniecisko darbību saistītus maksājumus (piemēram, kredīta, līzings vai kredītlīnijas maksājumus utml.), un nespēj segt šīs saistības pie esošajiem ienākumiem vai uzkrājumiem, kas gūti no saimnieciskās darbības.
FKTK	Finanšu un kapitāla tirgu komisija
FM	Finanšu ministrija
FNA	Finanšu nozares asociācija
IeM	Iekšlietu ministrija
IeVP	Ieslodzījuma vietu pārvalde
Informācijas avoti	Metodoloģiskie un informatīvie materiāli, kā arī rīki, kas palīdz MVU, uzņēmējiem un patērētājiem identificēt un atrisināt finanšu grūtību situācijas.
IZM	Izglītības un zinātnes ministrija
LAD	Lauku atbalsta dienests
LAKRA	Latvijas Kredītņēmēju asociācija
LB	Latvijas Banka
LDDK	Latvijas Darba devēju konfederācija
LIAA	Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra
LM	Labklājības ministrija
LMPAA	Latvijas Maksātspējas procesa administratoru asociācija
LTRK	Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera
mērķa grupa	Attiecas uz MVU, uzņēmējiem vai patērētājiem, kuriem Projekta tvērums ietver ar finanšu grūtībām saistītas informācijas avotu izstrādi, vai – ja daudzskaitlī – uz visām šīm grupām.
MK	Ministru kabinets
MVU	Mazie un vidējie uzņēmumi – sabiedrība ar ierobežotu atbildību, akciju sabiedrība, pilnsabiedrība, komandītsabiedrība, kas atbilst MVU definīcijai, kur darbinieku skaits ir mazāks nekā 250 un apgrozījums ir zem 50 milj. euro vai bilance zem 43 milj. euro.
MKD	Maksātspējas kontroles dienests
NVA	Nodarbinātības valsts aģentūra
Patērētāji	Fiziskā persona vecumā no 18-74 gadiem, kas izsaka vēlēšanos iegādāties, iegādājas vai varētu iegādāties vai izmantot precī vai pakalpojumu nolūkam, kurš nav saistīts ar tās saimniecisko vai profesionālo darbību. (Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1. panta 3. punkts)
Projekts	Projekts "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību apzināšanai un atrisināšanai"
PwC	PricewaterhouseCoopers SIA

Apzīmējums	Skaidrojums
Rekomendāciju ziņojums	Tieslietu ministrijas Projekta 2022. gada rekomendāciju ziņojums
SIA	Sabiedrība ar ierobežotu atbildību
TM	Tieslietu ministrija
UR	Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrs
Uzņēmēji	Individuālie komersanti, saimnieciskās darbības veicēji, individuālie (ģimenes) uzņēmumi, zemnieku / zvejnieku saimniecības un lauku amatnieku uzņēmumi / saimniecības.
VARAM	Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija
VID	Valsts ieņēmumu dienests
VPD	Valsts probācijas dienests
VPVKAC	Valsts un pašvaldību vienotais klientu apkalpošanas centrs
VSAA	Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūra

Satura rādītājs

Apzīmējumi un to skaidrojumi	3
Kopsavilkums.....	6
Ievads	14
Projekta tvērums	14
Metodoloģija	14
Ierobežojumi	15
1. Rīcības plāns aktivitāšu īstenošanai.....	17
1.1. Rīcības plāna pamatuzstādījumi	17
1.2. Veicamās aktivitātes	19
1.2.1. Vispārīgās aktivitātes	19
1.2.2. Aktivitātes komunikācijas organizācijas un pārvaldības mehānisma ieviešanai	20
1.3. Paredzamais cilvēkresursu apjoms un finansējums	40
1.3.1. Paredzamais cilvēkresursu apjoms	40
1.3.2. Paredzamais finansējums	41
1.4. Sasniedzamie ieguvuma, kvalitātes rādītāji	46
1.4.1. Ieguvuma rādītāji	46
1.4.2. Kvalitātes rādītāji	49
1.5. Potenciālais ekonomiskais ieguvums	50
1.6. Rīcības plāna ieviešanas riski	51
2. Laika plāns aktivitāšu īstenošanai	52
Izmantotās informācijas saraksts	54
Pielikums 1. Tīmekļvietnes izstrādes alternatīvas.....	55
Pielikums 2. Darbņu kopsavilkums.....	56

Kopsavilkums



Ziņojuma mērķis

Šī ziņojuma mērķis ir izstrādāt rīcības plānu rekomendāciju ieviešanai par publiskās pārvaldes komunikāciju ar MVU, uzņēmējiem un patērētājiem par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu.



Ziņojuma struktūra

Šis ziņojums ir izstrādāts Projekta ietvaros, kuru īsteno SIA "PricewaterhouseCoopers" ERAB uzdevumā sadarbībā ar EK un ar Eiropas Savienības finansējumu saskaņā ar līgumu Nr. 2021.003577/15278/105676, kas parakstīts 2021. gada 13. septembrī starp PwC un ERAB. Ziņojums un tajā veiktie uzdevumi atbilst Projekta nolikumam, par kuru vienotās ERAB un EK Strukturālo reformu atbalsta ģenerāldirektorāts.

Ziņojuma struktūra	Projekta nolikums
Ievads	N/A
1. Rīcības plāns aktivitāšu īstenošanai 1.1. Rīcības plāna pamatuzstādījumi 1.2. Veicamās aktivitātes 1.3. Sasniedzamie rezultāti un ietekmes rādītāji	Action Plan on topics to be covered and how to disseminate the information in a way recommended in the Specific Recommendations Report. The Action Plan should have at least three clear and distinctive separate sections for SMEs, entrepreneurs and consumers. Based on the Assessment Report and the Specific Recommendation Report, prepare an Action Plan with the assistance of the communications and policy experts, on topics to be covered and how to disseminate the information. The Action Plan shall contain a clear strategy with recommendations on how to present the Content (as defined below), including, without limitation, whether there may need to be a combination of digital information and information disseminated through other channels, possibly in paper form, and a communication plan analysing whether different strategies and communication styles would be needed for SMEs, entrepreneurs and consumers and especially, to reach the passive audience. The Action Plan could also explore the design of interactive user-friendly online tools, such as, a step-by-step online tool to take users through an assessment process of their financial situation and helping the users to reach a solution to their problem. The Action Plan should propose indicators or targets for successful project outcomes, such as numbers of information channels and target population accessing information.
2. Laika plāns aktivitāšu īstenošanai	N/A



Ziņojuma tvēruma

Rīcības plāns rekomendāciju ieviešanai ir izstrādāts balstoties uz 3.posma Rekomendāciju ziņojumā nedefinēto **komunikācijas mērķi** un uz tā bāzes definētajām **rekomendācijām** šī mērķa sasniegšanai. Lai nodrošinātu rekomendāciju praktisku ieviešanu, ziņojuma ietvaros detalizēti iekļauti apsvērumi šādiem aspektiem: veicamās aktivitātes, atbildību sadalījums, resursu sadalījums, laika grafiks un savstarpējās aktivitātes. Rīcības plāns ir sadalīts divos posmos (pirmkārt, sagatavošanās un , otrkārt, ieviešanas posmi – pilotprojekta īstenošana un pilna mēroga aktivitāšu īstenošana) atbilstoši to ieviešanas laika rāmim.

Rīcības plāna tvērums



Rīcības plāna kopsavilkums

Aktivitāšu plāns

Rīcības plānā paredzētas zemāk atspoguļotās aktivitātes. Par aktivitāšu ieviešanu primāri atbildīga ir TM kā Projekta iniciators un iniciatīvas virzītājs, taču iekļautas ir arī aktivitātes, kur atbildīgas ir citas iestādes. Dažādu aktivitāšu īstenošanā nepieciešams iesaistīt citas iesaistītās puses, tai skaitā EM, FM, LM, VARAM, IZM, VPD, IeVP LB, nevalstiskās organizācijas (LDDK, LTRK), LPS u.c. atbilstoši nepieciešamībai.

Rekomendācija	Aktivitāšu saraksts
Sagatavošanās posms valsts pusē aktivitāšu ieviešanai	
Vispārīgās aktivitātes	
Nodrošināt resursus rekomendāciju ieviešanai	<ul style="list-style-type: none"> Veikt rekomendāciju ieviešanai nepieciešamo cilvēkresursu un finansējuma piesaisti¹
Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms	
<p>Stiprināt pārvaldības mehānismu komunikācijas ar mērķauditorijām organizācijai, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmiska un ilgtspējīga</p>	<p>Alternatīva 1 (rekomendētā):</p> <ul style="list-style-type: none"> Izstrādāt MK noteikumu projektu par starpinstitucionālas koordinējošas padomes (tālāk – padome)² izveidošanu iesniegšanai MK Izveidot padomi Organizēt padomes darbu <hr/> <p>Alternatīva 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> TM izdod rīkojumu par padomes izveidi un izstrādā tās nolikumu – tā darbojas uz brīvprātības un savstarpējās sadarbības principa Izveidot padomi Organizēt padomes darbu
Ieviešanas posms	
Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana	
Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai - primārā funkcionalitāte (ceļa karte) ³	<ul style="list-style-type: none"> Sastādīt iestāžu, organizāciju banku un nebanku aizdevēju kontaktpersonu sarakstu, pie kuriem klientiem vērsties saistībā ar dažādiem finanšu grūtību aspektiem. Sarakstu atjauno pēc nepieciešamības vai TM iniciatīvas, pieprasot informāciju par kontaktpersonām reizi ceturksnī.

¹ Potenciālais finansējuma avots aktivitāšu ieviešanai uz doto brīdi nav noteikts. TM izskata vairākus iespējamus variantus.

² Koordinētas politikas finanšu grūtību kompleksai risināšanai.

³ Primārā funkcionalitāte ietver "Ceļa karti", kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem.

Rekomendācija	Aktivitāšu saraksts
	<ul style="list-style-type: none"> • Sagatavot iepirkuma dokumentāciju, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru tīmekļvietnes izstrādei • Abonēt tīmekļvietnes domēnu • Nodrošināt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, funkcionalitātes testēšanu ar mērķa grupu pārstāvjiem un iesaistītajām valsts pārvaldes iestādēm un ieviešanu • Apmācīt tīmekļvietnes uzturēšanas personālu tās administrēšanā • Nodrošināt tīmekļvietnes darbību (primārā funkcionalitāte)
<p>Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nodot izstrādāto materiālu lietošanai pilotēšanas punktos - VPD un IeVP, VPKAC tīklā un nodrošināt informatīvo materiālu izmantošanu pilotēšanas vajadzībām
<p>Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta (skat. 4. un 5. aktivitāte 1.2.3 Aktivitātes informācijas avotu un kanālu ieviešanai) sniegšanu TM resorā (VPD un IeVP). Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPKAC tīklu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vienoties par pilotprojekta tvērumu • Veikt metodisko materiālu par ceļa kartes pielietošanu izstrādi un mācības klientu konsultantiem • Iedibināt saziņas mehānismu ar konsultantiem • Veikt pilotprojekta īstenošanu
<p>Izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Izvēlēties komunikācijas kampaņas līmeni, izstrādāt iepirkuma dokumentāciju komunikācijas kampaņas īstenošanai, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru • Īstenot izvēlēto līmeņa komunikācijas kampaņu
<p>Veikt pilotprojekta izvērtēšanu un pieņemt lēmumu par darbībām pēc pilota noslēguma</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Veikt pilotprojekta izvērtēšanu un pieņemt lēmumu par darbībām pēc pilota noslēguma – par tīmekļvietni, iespējamiem informatīvajiem materiāliem, pilotprojektiem, komunikācijas kampaņu.
<p>Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana</p>	
<p>Papildināt tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – sekundārā funkcionalitāte⁴</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Atbilstoši izvērtējuma rezultātiem, izstrādāt iepirkuma dokumentāciju tīmekļa vietnes (ar sekundāro funkcionalitāti) izveidei, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru • Nodrošināt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, funkcionalitātes testēšanu ar mērķa grupu pārstāvjiem un iesaistītajām valsts pārvaldes iestādēm, un ieviešanu • Apmācīt tīmekļvietnes uzturēšanas personālu tās administrēšanā (tikai sekundārā funkcionalitāte) • Nodrošināt tīmekļvietnes darbību (sekundārā funkcionalitāte)
<p>Paplašināt iespiestu informatīvo materiālu izplatīšanas tvērumu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Panākt vienošanos ar iesaistītajām pusēm par sadarbību informatīvo materiālu izplatīšanā • Īstenot informatīvo materiālu izplatīšanu
<p>Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Panākt vienošanos ar iesaistītajām pusēm par sadarbību pirmā līmeņa atbalsta sniegšanā • Nodrošināt mācības konsultantiem • Veikt paplašinātā pirmā līmeņa konsultatīvā atbalsta ieviešanu • Iedibināt saziņas mehānismu ar konsultantiem • Veikt pilna mēroga atbalsta ieviešanu, t.sk. paredzēt mehānismu pirmā līmeņa konsultāciju sniegšanas snieguma uzraudzībai

⁴ Sekundārā funkcionalitāte ietver personalizētus rīkus finansiālās situācijas izvērtēšanai, pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos, iespēju abonēt jaunumus un forumu jeb vietu brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai.

Rekomendācija	Aktivitāšu saraksts
Turpināt īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai	<ul style="list-style-type: none"> Veikt atkārtotu komunikācijas kampaņu
Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas	<ul style="list-style-type: none"> Veikt socioloģisko aptauju patērētāju, MVU un uzņēmēju viedokļa apzināšanai (katrus 3-5 gadus)

Rīcības plāna ieviešanai paredzamais cilvēkresursu apjoms

Zemāk attēlots Rekomendāciju ieviešanai paredzamais cilvēkresursu apjoms TM kā par ieviešanu atbildīgajai iestādei sagatavošanās un ieviešanas posmos.

Loma	Cilvēkresursu apjoms
Sagatavošanās posms	
Projekta vadītājs:	~0,5 PLE
Ieviešanas posms	
Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana	
Projekta vadītājs:	~0,5 PLE
IT speciālists:	Ad-hoc iesaiste
Komunikācijas speciālists	Ad-hoc iesaiste
Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana	
Projekta vadītājs	~0,5 PLE (nepieciešams pārvērtēt pēc pilotprojekta noslēguma)
IT speciālists	Ad-hoc iesaiste
Komunikācijas speciālists	Ad-hoc iesaiste

Rīcības plāna ieviešanai paredzamais finansējums

Rekomendāciju ieviešanai paredzamais finansējums (neiekļaujot PVN) aplēsts ieviešanas posmam. Sagatavošanās posmam papildu finansējums nav nepieciešams.

Sagatavošanās posms: nav attiecināms

Ieviešanas posms

Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana

100 019 EUR	Paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (tīmekļvietnes domēna abonēšana, tīmekļvietnes izstrāde un TM darbinieku apmācības (kopā 40 019 EUR) ⁵ , komunikācijas kampaņas īstenošana (60 000 EUR), kas ir kritiski svarīgi aktivitāšu īstenošanai.
28 000 EUR	Paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (iepirkuma tehniskās specifikācijas izstrāde, metodisko materiālu izstrāde par ceļa kartes pielietošanu un mācību organizēšana konsultantiem, konsultantu aptauju pilotprojekta izvērtēšanas posmā) gadījumā, ja TM nolemj aktivitāšu īstenošanu uzticēt komersantam, nevis to veikt ar iekšējiem resursiem.
988 EUR ⁶	Paredzēti budžeta pārdalei VARAM VPVKAC par pilotprojekta īstenošanu. Finansējuma nepieciešams tikai gadījumā, ja vienošanās ar VARAM paredz nepieciešamību finansēt pilotēšanas aktivitāšu veikšanu.

Kopā:

129 007 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem⁷ un inflācija⁸ (izmaksas kopā 2025. gadā: 163 437 EUR)

Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana

Vienreizējās izmaksas kopā: 37 000 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija

20 500 EUR	Paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (tīmekļvietnes paplašinātās funkcionalitātes izstrāde un TM darbinieku apmācības), kas ir kritiski svarīgi aktivitāšu īstenošanai.
16 500 EUR	Paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (iepirkuma tehniskās specifikācijas izstrāde, mācību organizēšana konsultantiem) gadījumā, ja TM nolemj aktivitāšu īstenošanu uzticēt komersantam, nevis to veikt ar iekšējiem resursiem.

Ikgadējās izmaksas kopā: 80 346 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija

71 676 EUR	Paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (tīmekļvietnes domēna abonēšana, komunikācijas kampaņai un sociālajam pētījumam), kas ir kritiski svarīgs aktivitāšu īstenošanai
8 670 EUR	Paredzēti budžeta pārdalei VARAM VPVKAC par pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu.

Kopā:

117 346 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija (izmaksas kopā 2026. gadā: 151 637 EUR)

Sasniedzamie ieguvuma un kvalitātes rādītāji

Lai novērtētu sasniegtos rezultātus, nodēfīnēti rādītāji, kas paredz snieguma mērīšanu divos līmeņos:

- **Ieguvuma rādītāji**,⁹ kas paredz novērtēt ieviesto aktivitāšu tieši sasniegtos rezultātus;

⁵ Ārpakalpojumu pakalpojumu izmaksas ietver arī kiberdrošības testēšanu atbilstoši iepirkuma tehniskajā specifikācijā iekļautajām nefunkcionālām prasībām un licenču iegūšanu, lai nodrošinātu nepieciešamo tīmekļa vietnes funkcionalitāti. Tīmekļa vietni paredzēts izmītināt LVRTC valdības mākoņa infrastruktūrā, kas valsts pārvaldes iestādēm tiek nodrošināts bezmaksas

⁶ Iespējama finansējuma piesaiste VPD un leVP, kas varētu radīt papildu izmaksas un kas nav iekļautas pilota posmam paredzamajā nepieciešamajā finansējumā.

⁷ Izdevumi neparedzētiem gadījumiem sastāda 10% no 2022. gada aktivitāšu ieviešanai paredzētā finansējuma.

⁸ Latvijas Bankas makroekonomiskās prognozes – inflācija 2023. gadā ir prognozēta 9.2% apmērā, un 2024. gadā - 3.4%. 2025. un 2026. gada inflācija pieņemta pēc standarta prakses – 2% apmērā.

⁹ Ministru kabineta 2009. gada 17. novembra instrukcija Nr. 16 "Ministriju un citu centrālo valsts iestāžu rezultātu un to rezultatīvo rādītāju izstrādes un novērtēšanas metodika", 41. punkts.

- **Kvalitātes rādītāji**,^{10,11} kas paredz novērtēt ieviesto aktivitāšu sasniegto ietekmi uz sabiedrības vajadzību un vēlmju apmierinātības līmeni saistībā ar valsts pārvaldes iestāžu sniegtajiem pakalpojumiem finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jomā.

leguldījuma rādītājus¹² skatīt 1.3 Paredzamais cilvēkresursu apjoms un finansējums.

leguvuma rādītāji	Ieviešanas posms
	Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana
	<ul style="list-style-type: none"> • Tīmekļvietnes unikālo apmeklējumu skaits (26 629 gadā). • Tīmekļvietnē līdz noslēgumam izpildīto ceļa karšu skaits (5 326 gadā). • Pozitīvas atsauksmes par tīmekļa vietni (vismaz 20% no apmeklētājiem ir atstājuši novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)). • Izdrukāto materiālu skaits pilotprojektu norises vietās (VPD, leVP, VPVKAC) (prognozējami nepārsniegs 1 347). • VPD un leVP sniegto konsultāciju skaits (853).¹³ • Konsultantu novērtējums par VPD un leVP pilotprojektu (80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)). • VPVKAC sniegto konsultāciju skaits (494). • Konsultantu novērtējums par VPVKAC pilotprojektu (80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)). • Klientu pozitīvas atsauksmes par drukātajiem informatīvajiem materiāliem (vismaz 20% no klientiem pilotprojektu konsultāciju punktos ir piekrituši sniegt savu novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)). • Klientu pozitīvas atsauksmes par konsultāciju apmeklējumu (vismaz 20% no klientiem ir piekrituši sniegt savu novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)). • Komunikācijas kampaņas sasniegtās mērķauditorijas īpatsvars (50% no kopējā mērķauditorijas skaita jeb 673 125 gadā).¹⁴
	Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana
	Pēc pilotprojekta noslēguma izvērtēt pilotprojekta ietvaros izmantoto rezultatīvo rādītāju lietderīgumu un atbilstoši nepieciešamībai veikt tajos precizējumus.
Kvalitātes rādītāji ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> • Vismaz par 50% samazināts patērētāju, MVU un uzņēmēju skaits, kas informāciju par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu atrada ar grūtībām vai neatrada vispār, salīdzinājumā ar Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju.¹⁶ No 64% līdz 32% patērētājiem (kritums par 32 procentpunktiem), no 55% līdz 27% - MVU (kritums par 28 procentpunktiem) un no 51% līdz 25% - uzņēmējiem (kritums par 26 procentpunktiem). • Vismaz par 50% samazināts patērētāju, MVU un uzņēmēju skaits, kas uzskata, ka nav pietiekami informēti par jautājumiem, kas skar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, salīdzinājumā ar Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju. No 41% līdz 20% patērētājiem (kritums par 21 procentpunktu), no 36% līdz 18% - MVU (kritums par 18 procentpunktiem) un no 37% līdz 18% - uzņēmējiem (kritums par 19 procentpunktiem). • Piedāvātie risinājumi (tīmekļvietne, 1.līmeņa konsultāciju punkti) tiek minēti starp top 5 avotiem, kuri izmantoti informācijas par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu meklēšanai, salīdzinājumā ar Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju. • Vismaz par 25% samazinājās juridisko personu maksātspējas procesu, kad tiek sastādīts ziņojums par mantas neesamību, īpatsvars, salīdzinājumā ar 2021. gada datiem. No 54% uz 41% (kritums par 13 procentpunktiem).

¹⁰ Ministru kabineta 2009. gada 17. novembra instrukcija Nr. 16 "Ministriju un citu centrālo valsts iestāžu rezultātu un to rezultatīvo rādītāju izstrādes un novērtēšanas metodika", 42. punkts.

¹¹ Kvalitātes rādītājus iespējams mērīt, veicot periodisku mērķa grupu socioloģisko aptauju (skat. 8. rekomendāciju).

¹² Ministru kabineta 2009. gada 17. novembra instrukcija Nr. 16 "Ministriju un citu centrālo valsts iestāžu rezultātu un to rezultatīvo rādītāju izstrādes un novērtēšanas metodika", 40. punkts.

¹³ Ieguvuma rādītājs var samazināties, ja konsultācijas nenotiek visos leVP pārvaldītajos cietumos, bet izlases kārtībā.

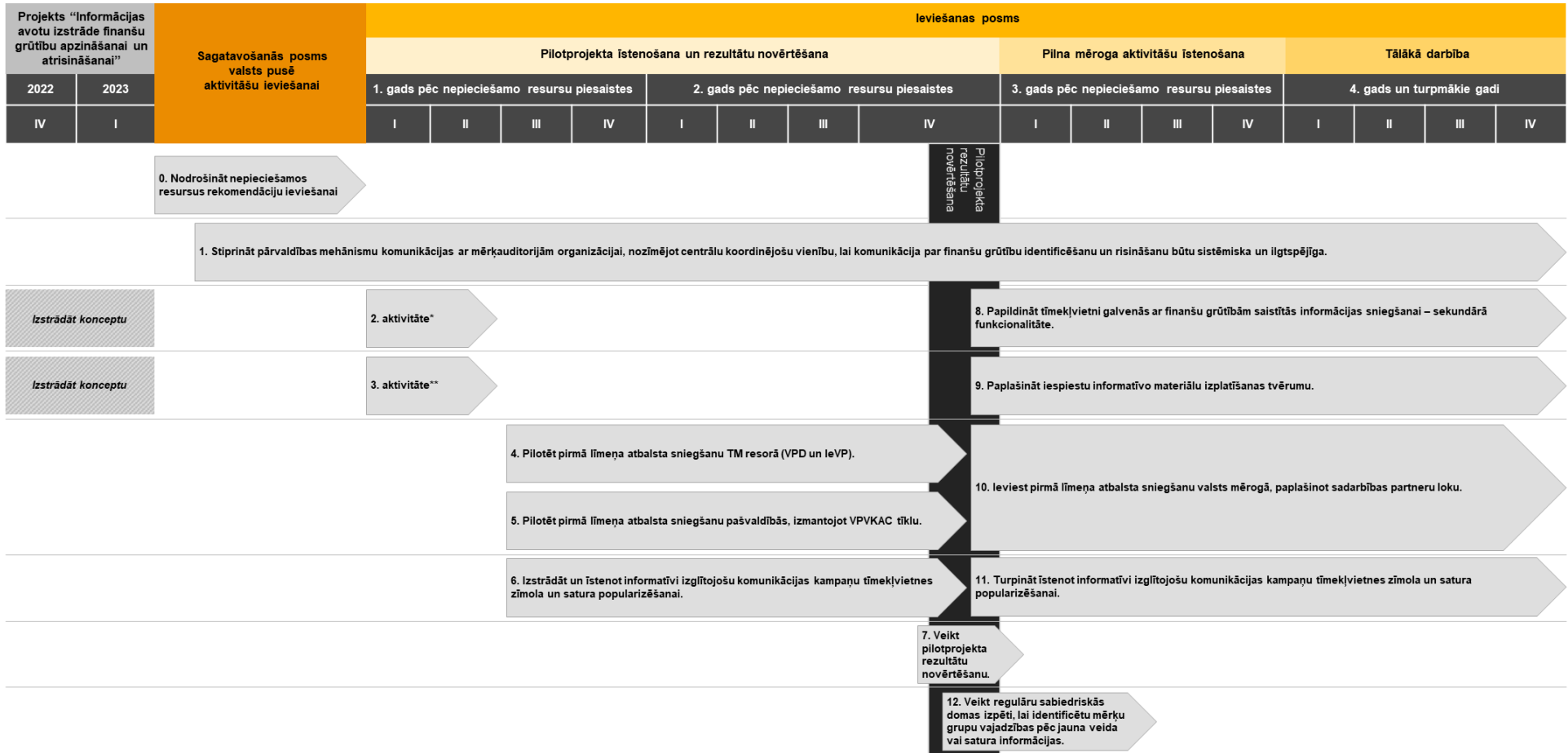
¹⁴ Ieguvuma rādītājs rekomendētajai 2. līmeņa informatīvi izglītojošajai komunikācijas kampaņai tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai.

¹⁵ Projekta ietekmi rekomendēts mērīt regulāri, pēc pilotprojekta noslēguma.

¹⁶ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā", kur no tiem respondentiem, kuri informāciju pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši, to atrada ar grūtībām vai neatrada vispār 64% patērētāju, 55% MVU, 51% uzņēmēju. Skatīts 2022.gadā.

Laika plāns aktivitāšu īstenošanai

Zemāk piedāvāts secīgs aktivitāšu ieviešanas laika plāns un identificētas aktivitāšu savstarpējo saistību. Aktivitāšu plāns izstrādāts nosedzot sagatavošanās un ieviešanas posmus (detalizētu aktivitāšu plānu skatīt *Excel* datnē sadaļā 2. Laika plāns aktivitāšu īstenošanai).



* 2. Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – primārā funkcionalitāte (ceļa karte).

** 3. Izveidot iespējamus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā).



Ziņojuma rezultātu pielietojums un tālākie soļi

- Šī Projekta paredzamais ilgtermiņa mērķis ir izstrādāt ar finanšu grūtībām saistītus informācijas avotus, ar ko tiek izprasti metodoloģiskie un informatīvie materiāli, kā arī rīkus, kas palīdzēs MVU, uzņēmējiem un patērētājiem (mērķa grupām) identificēt un risināt finanšu grūtību situācijas. Faktiskā rezultātu īstenošana (t.i., informācijas izplatīšana) paliek ārpus Projekta tvēruma.
- Projekts ir organizēts septiņos posmos. Šis ir projekta ceturtais posms. Ceturtā posma ietvaros ir izstrādāts Rīcības plāns, kas tiks izmantots Projekts nākamajos posmos:
 - Piekta posma ietvaros tiks izstrādāts Saturs: tajā paredzēts detalizēti izstrādāt tīmekļvietnes primāro funkcionalitāti¹⁷ un drukātus informatīvos materiālus. Abu materiālu kopums nodrošinās nepieciešamo pamata komunikācijas saturu par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu visām trīs mērķa grupām (t.sk. mērķa grupu pārstāvjiem ar un bez digitālām prasmēm).
 - Sestā posma ietvaros tiks rīkoti Informatīvie pasākumi: tajos paredzēta Projekta rekomendāciju prezentēšana un piektā posma ietvaros izstrādātā Saturā testēšana. Informatīvie pasākumi tiks rīkoti atbilstoši koprades pamatprincipiem un mērķa grupu pārstāvji (potenciālie Saturā lietotāji) tiks aicināti testēt tīmekļvietnes primāro funkcionalitāti – ceļa karti, un drukātus informatīvos materiālus, pārliecinoties par to lietojamību (teksta saprotamību). Testēšanas laikā konstatētie nepieciešamie precizējumi tiks iestrādāti Saturā.

¹⁷ Primārā funkcionalitāte ietver “**Ceļa karti**”, kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem.

Ievads

Projekta tvērums

Projekta mērķis

Sniegt atbalstu TM, lai izstrādātu informācijas avotus, kas mērķa grupām palīdzēs identificēt un risināt finanšu grūtību situācijas.

Projekta un ziņojuma tvērums

Projekts ir organizēts septiņos posmos. Ceturtā posma ietvaros ir izstrādāts Rīcības plāns, kas kalpos kā pamats nākamo posmu nodevumu izveidē.

Attēls 1. Ziņojuma tvērums

1. posms	2. posms	3. posms	4. posms	5. posms	6. posms	7. posms
Sākuma ziņojums	Ziņojums par esošo situāciju	Rekomendāciju ziņojums	Rīcības plāns	Saturs	Informatīvie pasākumi	Noslēguma ziņojums
Izstrādāt Projekta izpildes plānu un apkopot Projekta sākuma posmā pieņemtos lēmumus.	Izvērtēt esošo situāciju attiecībā uz informācijas pieejamību par pieejamo atbalstu un risinājumiem finanšu grūtību risināšanā.	Izstrādāt rekomendācijas kā katrai mērķa grupai izplatīt trūkstošo informāciju par pieejamo atbalstu un risinājumiem finanšu grūtību risināšanā.	Izstrādāt rīcības plānu informācijas izplatīšanai atbilstoši izvēlētajai stratēģijai.	Izstrādāt komunikācijas saturu (t.sk. veidnes, kontrolsarakstus, u.c.) atbilstoši izstrādājam rekomendāciju ziņojumam un rīcības plānam.	Organizēt informatīvos pasākumus mērķa grupām, lai informētu par Projekta rezultātiem.	Izstrādāt noslēguma ziņojumu, kas ietver kopsavilkumu par Projekta ietvaros sasniegtajiem rezultātiem un iegūto pieredzi.

Ziņojumā analizētās mērķa grupas

Patērētāji	Fiziskā persona vecumā no 18-74 gadiem, kas izsaka vēlēšanos iegādāties, iegādājas vai varētu iegādāties vai izmantot preci vai pakalpojumu nolūkam, kurš nav saistīts ar tās saimniecisko vai profesionālo darbību.																
MVU	Sabiedrība ar ierobežotu atbildību, akciju sabiedrība, pilnsabiedrība, komandītsabiedrība, kas atbilst MVU definīcijai: <table border="1"><thead><tr><th></th><th>Darbinieku skaits</th><th>Apgrozījums</th><th>Bilance</th></tr></thead><tbody><tr><td>Mikro (sīks)</td><td>< 10 un</td><td>≤ 2 milj. EUR vai</td><td>≤ 2 milj. EUR</td></tr><tr><td>Mazs</td><td>< 50 un</td><td>≤ 10 milj. EUR vai</td><td>≤ 10 milj. EUR</td></tr><tr><td>Vidējs</td><td>< 250 un</td><td>≤ 50 milj. EUR vai</td><td>≤ 43 milj. EUR</td></tr></tbody></table>		Darbinieku skaits	Apgrozījums	Bilance	Mikro (sīks)	< 10 un	≤ 2 milj. EUR vai	≤ 2 milj. EUR	Mazs	< 50 un	≤ 10 milj. EUR vai	≤ 10 milj. EUR	Vidējs	< 250 un	≤ 50 milj. EUR vai	≤ 43 milj. EUR
	Darbinieku skaits	Apgrozījums	Bilance														
Mikro (sīks)	< 10 un	≤ 2 milj. EUR vai	≤ 2 milj. EUR														
Mazs	< 50 un	≤ 10 milj. EUR vai	≤ 10 milj. EUR														
Vidējs	< 250 un	≤ 50 milj. EUR vai	≤ 43 milj. EUR														
Uzņēmēji	Individuālie komersanti, saimnieciskās darbības veicēji, individuālie (ģimenes) uzņēmumi, zemnieku / zvejnieku saimniecības un lauku amatnieku uzņēmumi / saimniecības.																

Ziņojuma mērķis

Šī ziņojuma mērķis ir izstrādāt rīcības plānu rekomendāciju ieviešanai par komunikāciju ar MVU, uzņēmējiem un patērētājiem par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu.

Metodoloģija

Rīcības plāns ir izstrādāts pamatojoties uz Projekta 2.posma Ziņojumā par esošo situāciju ietvertajiem secinājumiem, 3.posma Rekomendāciju ziņojumā ietvertajām rekomendācijām un 4.posma Rīcības plāna izstrādes ietvarā organizētajās darbnīcās identificētajiem rīcības virzieniem (skat. Attēls 2).

Attēls 2. Rīcības plāna izstrādes pieeja



Ziņojuma 1.nodaļā “Rekomendāciju ieviešanas stratēģija” definēti stratēģijas pamatuzstādījumi un piedāvātas svarīgākās veicamās aktivitātes, atbildību sadalījums (par aktivitātes īstenošanu atbildīgā iestāde vai organizācija un iesaistītās iestādes un organizācijas), kā arī nepieciešamie resursi.

Ziņojuma 2.nodaļā “Laika plāns aktivitāšu īstenošanai” izstrādāts secīgs aktivitāšu ieviešanas laika plāns un identificēta aktivitāšu savstarpējā saistība.

Ierobežojumi

Rīcības plāna tvērums aptver zemāk atspoguļotos posmus (skat. Attēls 3).

Attēls 3. Rīcības plāna tvērums



Ziņojuma ietvaros aktivitātes detalizēti definētas laika posmam no 2023. līdz 2026.gadam (Sagatavošanās posms un Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana), jo Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana (plānota no 2026.gada) ir atkarīga no pilotprojekta rezultātiem. Ziņojumā ietverti ieteikumi Pilna mēroga aktivitāšu īstenošanai, balstoties uz pašreizējo redzējumu. Tomēr pēc pilotprojekta ir nepieciešams izvērtēt pilotprojekta rezultātus, identificējot nepieciešamos uzlabojumus, pilotprojekta koncepta kā patstāvīga risinājuma dzīvotspēju, kā arī apsverot ilgtermiņa risinājumu ar plašāku funkcionalitāti ieviešanu.

4.posma ietvaros organizētās radošās koprades darbnīcas norisinājās laika posmā no 2022. gada 30. augusta līdz 2022. gada 2. septembrim, un tajās tika iesaistītas iestādes un organizācijas, kurām saskaņā ar iesaistīto pušu kartēšanu noteikta ietekme uz Projektu un interese par to:

- TM izveidotās darba grupas informācijas avotu izstrādei finansiālo grūtību apzināšanai un atrisināšana dalībnieki (EM, FM, LM, TM, MKD, Tiesu administrācija, PTAC, VID, NVA, LB, LTRK, LDDK, FNA, Latvijas Pašvaldību savienība, LAKRA un LMPAA),¹⁸ kā ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu dažādu aspektu saistītās iestādes un organizācijas.
- citas TM darba grupā neietilpstošas iestādes, kurām identificēta pirmšķietama ietekme rekomendēto risinājumu ieviešanā (VARAM), kā potenciālo informācijas avotu (tīmekļvietnes) pārvaldītājiem un sadarbības partneriem, vai konsultāciju pakalpojuma nodrošināšanā mērķa grupām (VPD, leVP un VARAM).

¹⁸ Radošās koprodes darbnīcās no darba grupas nepiedalījās: FM, Tiesu administrācija, LTRK, LAKRA.

1. Rīcības plāns aktivitāšu īstenošanai

Nodaļas mērķis: sagatavot stratēģiju un plānu rekomendāciju ieviešanai un identificēt svarīgākās aktivitātes, atbildīgos par to ieviešanu, nepieciešamos resursus un sasniedzamos rezultātus rādītājus.

1.1. Rīcības plāna pamatuzstādījumi

Rīcības plāns rekomendāciju ieviešanai ir izstrādāta balstoties uz 3.posma Rekomendāciju ziņojumā nodēfīnēto **komunikācijas mērķi** un uz tā bāzes definētajām **rekomendācijām** šī mērķa sasniegšanai. Lai nodrošinātu rekomendāciju praktisku ieviešanu, ziņojuma ietvaros detalizēti aprakstīti no veicamo aktivitāšu, atbildību sadalījuma, resursu sadalījuma, laika grafika un aktivitāšu savstarpējo aktivitāšu apsvērumi.

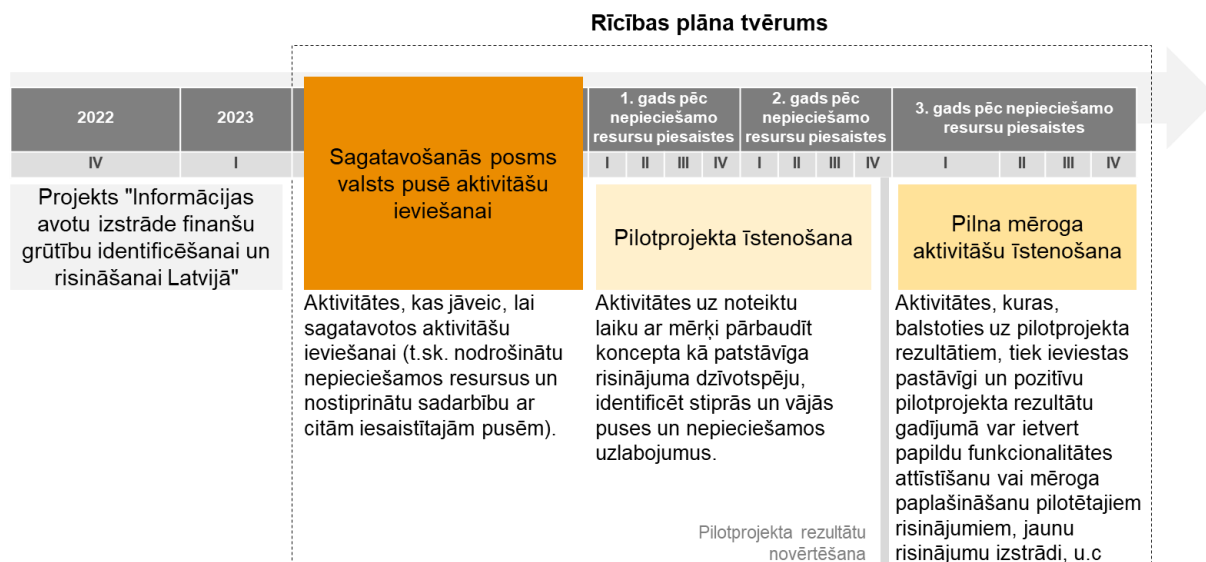
Komunikācijas mērķis:

Veicināt patērētāju, MVU un uzņēmēju laicīgu un uz risinājumu vērstu rīcību situācijās, kas saistītas ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, nodrošinot mērķa grupas ar vienkārši un ērti pieejamu un saprotamu informāciju, kā arī sniedzot konsultatīvu atbalstu un iedrošinot rīkoties.

Rīcības plāna tvērums

Rīcības plānā ir aprakstīti praktiskās ieviešanas aspekti visām 3.posma Rekomendāciju ziņojumā ietvertajām rekomendācijām. Rīcības plāns ir sadalīts divos posmos (sagatavošanās un ieviešanas posmi) atbilstoši to ieviešanas laika rāmim (skat. Attēls 4):

Attēls 4. Rīcības plānā ietvertie posmi



Ņemot vērā, ka finanšu grūtību identificēšana un risināšana ir relatīvi šaurs temats, lai panāktu pietiekamu ietekmi, paredzēts, ka tiek ieviestas **visas** rekomendācijas (skat. Tabula 1 un Tabula 2). Šī iemesla dēļ rīcības plānā nav veikta aktivitāšu prioritizācija, jo visas aktivitātes tiek uzskatītas par būtiskām reformas ieviešanā un nepieciešamās ietekmes sasniegšanā.

Gandrīz visas Rīcības plānā ietvertās rekomendācijas un no tām izrietošās aktivitātes ir attiecināmas uz visām trim projekta mērķa grupām – MVU, uzņēmējiem un patērētājiem. Vienīgā aktivitāte, kas ir attiecināma tikai uz patērētājiem ir "4". Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un leVP).

Tabula 1. Rekomendācijas, kuru ieviešana paredzēta sagatavošanās posmā

Sagatavošanās posms valsts pusē aktivitāšu ieviešanai	
Vispārīgās	
0	Nodrošināt resursus rekomendāciju ieviešanai
Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms	
1	Stiprināt pārvaldības mehānismu komunikācijas ar mērķauditorijām organizācijai , nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmiska un ilgtspējīga

Tabula 2. Rekomendācijas, kuru ieviešana paredzēta ieviešanas posmā

Komunikācijas kanāli	
Pilotprojekta īstenošana	
2	Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai - primārā funkcionalitāte (ceļa karte). ¹⁹ Informējoša un skaidrojoša par galvenajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem problēmjautājumiem un iestāžu atbildībām, palīdzot lietotājam orientēties informācijas apjomā un novirzot lietotāju uz konkrētai situācijai atbilstošāko, jau esošu informāciju dažādās tīmekļvietnēs
3	Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļauto saturu)
4	Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un IeVP)
5	Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās , izmantojot VPVKAC tīklu
Izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai	
Komunikācijas kampaņa (1.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes)	
Informācijas izvietošana partneru kanālos, informācijas izplatīšana organizācijām un profesionāļu asociācijām, mediju informēšana par jomas aktualitātēm un iepazīstināšana ar komunikācijas kanāliem, sociālo tīklu	
6	komunikācija projekta turētāja sociālo tīklu kontos, Google Ads risinājums
Komunikācijas kampaņa (2.līmenis: obligāti ieteicamās aktivitātes)	
Sabiedrības informēšanas kampaņa (mediju attiecības, vides objekti, tiešā komunikācija, pasākumi utt.), reklāmas kampaņa (internets, radio), sociālo tīklu komunikācija īpaši izveidotos sociālo tīklu kontos, satura projekts kādā no lielākajiem nacionālajiem portāliem, dalība vai materiālu izvietošana partneru organizētos pasākumos	
7	Veikt pilotprojekta rezultātu novērtēšanu
Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana	
8	Papildināt tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – sekundārā funkcionalitāte ²⁰
9	Paplašināt iespiestu informatīvo materiālu izplatīšanas tvērumu
10	Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku.
11	Turpināt īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai
12	Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti , lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas

Detalizēts rekomendāciju ieviešanas laika grafiks un aktivitāšu savstarpējās aktivitātes ir ietvertas nodaļā "2. Laika plāns aktivitāšu īstenošanai".

¹⁹ Primārā funkcionalitāte ietver "Ceļa karti", kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem.

²⁰ Sekundārā funkcionalitāte ietver personalizētus rīkus finansiālās situācijas izvērtēšanai, pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos, iespēju abonēt jaunumus un forumu jeb vietu brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai.

1.2. Veicamās aktivitātes

1.2.1. Vispārīgās aktivitātes

0 Nodrošināt nepieciešamos resursus rekomendāciju ieviešanai

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais
0.1	Veikt rekomendāciju ieviešanai nepieciešamo cilvēkresursu un finansējuma piesaisti	<p>Kopējais rekomendāciju ieviešanai paredzamais cilvēkresursu un papildu finansējuma apjoms ir attēlots Tabula 3 un Tabula 4.</p> <p>Ņemot vērā, ka bez papildu finansējuma vairāku aktivitāšu īstenošana nav iespējama, būtiskākais šajā posmā ir potenciālo finansējuma avotu apzināšana un finansējuma iegūšanai nepieciešamo darbību veikšana.</p>	TM

1.2.2. Aktivitātes komunikācijas organizācijas un pārvaldības mehānisma ieviešanai

- 1 Stiprināt pārvaldības mehānismu komunikācijas ar mērķauditorijām organizācijai, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmiska un ilgtspējīga.

Rekomendācijas ieviešana paredz nozīmēt centrālu koordinējošas vienību, kas ietver:

- **Koordinējošās ministrijas nozīmēšanu**, kas ir atbildīga par minēto jautājumu koordinēšanu un vairāku mērķu politikas īstenošanu.
- **Starpinstitucionālas padomes izveidi**, kas nodrošinātu stratēģiski organizētas komunikācijas par finanšu pratības, agrīnās brīdināšanas un risinājumiem finanšu grūtību situācijā pārvaldību un kontroli, rūpētos par valsts mēroga komunikācijas risinājumu ieviešanu, kā arī administrētu un uzraudzītu to darbību.

Rekomendācijas ieviešanai ir identificētas divas alternatīvas. PwC rekomendētā ir Alternatīva 1, kura paredz obligātu dalību iesaistītajām pusēm.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
Alternatīva 1:				
		<ul style="list-style-type: none"> • Koordinējošā ministrija – nozīmē MK²¹ • Starpinstitucionāla padome, kurā dalība ir saistoša (obligāta) atbilstošajām iesaistītajām pusēm (MK izdots normatīvais akts) 		
1.1a	Izstrādāt MK noteikumu projektu iesniegšanai MK	MK noteikumu projektā jāatrunā nepieciešamība veidot koordinētu politiku finanšu grūtību kompleksā risināšanā un izveidot starpinstitucionālu koordinējošu padomi, kurā dalība ir saistoša atbilstošajām iesaistītajām pusēm	TM	-
1.2a	Izveidot padomi	MK jāizdod MK noteikumi par starpinstitucionālas koordinējošas padomes izveidi, apstiprinot tās darbības nolikumu. Nolikumā jānedefinē padomes funkcijas ²² , uzdevumi, tiesības, padomes skaitliskais sastāvs (atbilstošā pārstāvniecība), padomes vadība, padomes darbība un padomes darba nodrošināšana. Saskaņā ar rīkojumu attiecīgajām institūcijām jādelegē pārstāvji (valsts sekretāru līmeņa) patstāvīgai dalībai padomē.	MK	Ministrijas (TM, EM, FM, LM, VARAM, IZM) un to padoģības iestādes, LB, nevalstiskās organizācijas (LDDK, LTRK), LPS, u.c. atbilstoši nepieciešamībai

²¹ Saredzam iespēju TM būt koordinējošai ministrijai saistībā ar to, ka TM ir atbildīgā iestāde par maksātspējas politiku, kas vistiešāk atbilst finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jomai.

²² Padomes funkciju piemēri:

- veidot politiku jautājumos par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, un koordinēt sadarbību ar citām iestādēm, lai nodrošinātu efektīvu iedarbību uz visām mērķa grupām;
- nodrošināt stratēģiski organizētas komunikācijas par finanšu pratības, agrīnās brīdināšanas un risinājumiem finanšu grūtību situācijā pārvaldību un kontroli;
- ieviest valsts mēroga komunikācijas risinājumus, administrēt un uzraudzīt to darbību (t.sk. koordinēt vienotu terminu un definējumu pielietojumu un izstrādāt vienotas norādes komunikācijai par visiem ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītiem jautājumiem);
- veikt mērķa grupu uzvedības regulāru analīzi.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
1.3a	Organizēt starpinstitucionālas padomes darbu	Atbildīgā ministrija veic sekretarāta funkciju.	Atbildīgā ministrija ²³	Ministrijas (TM, EM, FM, LM, VARAM, IZM) un to padotības iestādes, LB, nevalstiskās organizācijas (LDDK, LTRK), LPS u.c. atbilstoši nepieciešamībai
Alternatīva 2:				
<ul style="list-style-type: none"> Koordinējošā ministrija – TM Starpinstitucionāla koordinējoša padome darbojas uz brīvprātības un savstarpējās sadarbības principa (TM izdots iekšējs normatīvais akts) 				
1.1b	Izveidot padomi	TM jāizdod rīkojums par starpinstitucionālas koordinējošas padomes izveidi un jāizstrādā tās darbības nolikums. Saskaņā ar rīkojumu attiecīgajām institūcijām jādeleģē pārstāvji dalībai padomē.	TM	Ministrijas (EM, FM, LM, VARAM, IZM) un to padotības iestādes, LB, nevalstiskās organizācijas (LDDK, LTRK), LPS u.c. atbilstoši nepieciešamībai
1.2b	Organizēt starpinstitucionālas padomes darbu		TM	Ministrijas (EM, FM, LM, VARAM, IZM) un to padotības iestādes, LB, nevalstiskās organizācijas (LDDK, LTRK), LPS u.c. atbilstoši nepieciešamībai

²³ Skat. iepriekš.

1.2.3. Aktivitātes informācijas avotu un kanālu ieviešanai

2 Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai - primārā funkcionalitāte (ceļa karte)

Rekomendācijas ieviešana paredz izstrādāt tīmekļvietnes **primāro funkcionalitāti** - "**ceļa karti**", kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem. "Ceļa kartes" galvenā funkcija ir pēc iespējas ērtākā un vienkāršākā veidā sniegt lietotājam atbildi uz meklēto jautājumu vai sniegt informāciju saistībā ar vēlamu tematu, novirzot lietotāju no tīmekļvietnes uz citu valsts pārvaldes institūciju resursiem, specifiskākas un izvērstākas informācijas atrašanās vietu. Ceļa karte būs interaktīvs, lietotājam draudzīgs tiešsaistes rīks, kas ļaus novērtēt finanšu situāciju un iegūt informāciju par viņiem piemērotākajiem risinājumiem.

Ceļa karte ir veidota kā tīmekļa pārlūkprogrammā balstīta anketa (jautājumu/atbilžu formātā), kur anketas lietotājs sākotnēji izvēlās, kā vēlās to pildīt – kā privātpersona (ar ko šī ziņojuma ietvaros tiek saprasts patērētājs) vai uzņēmējs (ar ko šī ziņojuma ietvaros tiek saprasts MVU un uzņēmējs). Balstoties uz sākotnējo izvēli, lietotājam tiek secīgi rādīti tam atbilstoši jautājumi finanšu situācijas izvērtēšanai. Ja tiek identificēts, ka lietotājam varētu būt finanšu grūtības, tad tiek uzdoti papildu jautājumi, kas palīdz noskaidrot tam pieejamos finanšu grūtību risinājumus/rezultātus un tos prioritizēt.

Ja lietotājam **netiek identificētas finanšu grūtības** (ar ko mēs saprotam nespēju segt savas finanšu saistības), tad, atkarībā no sniegtajām atbildēm, anketas rezultātu lapā tiek parādīts viņa finanšu situācijas novērtējums un sniegts ieteikums ielūkoties papildu tīmekļvietnes resursos par, piemēram, budžeta plānošanu, lai pilnveidotu savas zināšanas par dažādiem finanšu aspektiem.

Ja lietotājam **tiek identificētas finanšu grūtības**, tad rezultātu lapā, papildus finanšu situācijas novērtējumam un ieteikumiem, lietotājs saņem arī sev pieejamos risinājumus/rezultātus (un to paskaidrojošu informāciju) tam prioritizētā secībā:

- Privātpersonas: ieteikumi finanšu situācijas uzlabošanai, vienošanās ar kreditoru, fiziskās personas maksātspējas process, fiziskās personas atbrīvošana no parādsaistībām un piespiedu izpilde un parādu piedziņa;
- Uzņēmēji (pieejamie risinājumi/rezultāti ir atkarīgi no darbības/komercdarbības formas): ieteikumi finanšu situācijas uzlabošanai, reorganizācija, neformālā restrukturizācija, uzņēmuma likvidācija, formālā restrukturizācija, juridiskās personas maksātspējas process, fiziskās personas maksātspējas process un piespiedu izpilde un parādu piedziņa.

Lietotājs tālāk tiek novirzīts uz citiem publiski pieejamajiem informācijas resursiem saistībā ar finanšu grūtību risināšanu un/vai finanšu pratības aspektiem.

Tīmekļvietnes un drukāto materiālu (t.sk. ceļa karte) prototipi detalizētākā pakāpē tiks izstrādāti Projekta piektā posma ("Saturs") ietvaros.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
2.1	Izstrādāt tīmekļvietnes prototipu (ceļa karti)	Projekta 5.posma ietvaros izstrādātais saturs ietvertu tīmekļvietnes prototipu, t.sk.: <ul style="list-style-type: none"> • ceļa kartes saturu, t.i., apkopotu galveno tēmu loku, izstrādātus jautājumus un risinājumus, kā arī nepieciešamos atbalsta tekstus; • ceļa kartes sasaisti ar citām tīmekļvietnēm; • ceļa kartē ietvertā satura algoritma izstrādi; 	PwC	TM

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
		<ul style="list-style-type: none"> dizaina vadlīnijas. 		
2.2	Sastādīt iestāžu, organizāciju, banku un nebanku aizdevēju kontaktpersonu sarakstu, pie kuriem klientiem vērsties saistībā ar dažādiem finanšu grūtību aspektiem	Minēto sarakstu rekomendēts iekļaut attiecīgajās ceļa kartes sadaļās, kurās norādīta vērsšanās pie konkrētās iestādes, organizācijas, banku vai nebanku aizdevēja. Attiecīgajām kontaktpersonām jābūt informētām, ka pie tām vērsīsies ceļa kartes lietotāji un jāspēj atbildēt uz jautājumiem. Sarakstu atjauno pēc nepieciešamības vai TM iniciatīvas, pieprasot informāciju par kontaktpersonām reizi ceturksnī.	TM	LB, EM, LIAA, PTAC, VARAM, FM, VID, MKD, LM, NVA, FKTK, LDDK, LAKRA, FNA, LMPAA, banku un nebanku aizdevēji u.c. ²⁴
2.3	Sagatavot iepirkuma dokumentāciju, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru tīmekļvietnes izstrādei Tīmekļvietnes izstrādei TM var izvēlēties 2 alternatīvas. <u>PwC rekomendētā ir Alternatīva 1.</u> Alternatīva 1: realizēt šādu projektu patstāvīgi un nodrošināt izveidotās tīmekļvietnes darbību (izmitināšanu) ārpus Valsts un pašvaldību iestāžu tīmekļvietņu vienotās platformas. ²⁵ Alternatīva 2: realizēt šādu projektu kā pilotprojektu Valsts kancelejas iecerētā projektā par Valsts un pašvaldību iestāžu tīmekļvietņu vienotās platformas tālāku attīstību, ieviešot funkcionalitāti tematisko mājas lapu izveidei. <u>Detalizēts pārskats par abām alternatīvām ir iekļauts Pielikums 1.</u>	Iepirkuma tehniskā specifikācija ietvers <ul style="list-style-type: none"> funkcionālās prasības vismaz šādu tīmekļvietnes sadaļu izstrādei latviešu valodā (tīmekļvietnes sākuma lapa; tīmekļvietnes jaunumi; interaktīvs rīks – ceļa karte; valsts institūciju kartotēkas sadaļa jeb kāda veida informāciju atrast citās svarīgākajās partneru vietnēs, kontaktu sadaļa; iespēja sniegt atsauksmes par tīmekļvietnes funkcionalitāti un saturu); funkcionālās prasības informācijas meklēšanai, t.sk. prasības meklētājprogrammas optimizācijas funkcijai (angļu.val. – search engine optimization (SEO)), un interaktīvai informācijas atlasei. nefunkcionālās prasības, t.sk. tīmekļvietnes testēšanai (10 biežākie tīmekļa lietojumprogrammu drošības riski), divu gadu garantija un uzturēšana (funkcionalitāte), TM darbinieku apmācības; organizatoriskās prasības projekta izpildei. Iepirkuma veids provizoriski: iepirkums PIL 9.panta kārtībā (līdz 41 999 EUR).	TM	<i>Iepirkuma dokumentācijas izstrādi iespējams uzticēt arī komersantam</i>
2.4	Iegādāties Robusta TL Pro burtveidolu	Valsts pārvaldes iestāžu vienota vizuālā identitāte – grafiskā standarta dizaina elements.	TM	Valsts kanceleja
2.5	Abonēt tīmekļvietnes domēnu	TM nodrošina tīmekļa vietnei izvēlētajā domēna reģistrāciju un uzturēšanu. “gov.lv” domēna gadījumā to praktiski nodrošinās valsts akciju sabiedrība Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs ²⁶ . “.lv” domēna gadījumā to	TM	LVRTC vai LU MII

²⁴ Saraksts ar uzskaitītājam iestādēm var tikt papildināts pēc nepieciešamības, piemēram, saistībā ar psiholoģiskā atbalsta sniegšanu.

²⁵ Tīmekļvietne ir paredzēta, lai novirzītu lietotājus uz citiem publiski pieejamajiem resursiem (tīmekļvietnē tiks iekļautas saites uz citām vietnēm). Nav paredzēta elektroniska informācijas apmaiņa (integrācijas ar citām vietnēm).

²⁶ Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs. Gov.lv domēna uzturēšana. Skatīts 2022.gadā

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
		praktiski nodrošinās Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa (NIC) ²⁷ .		
2.6	Nodrošināt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, funkcionalitātes testēšanu ar mērķa grupu pārstāvjiem un iesaistītajām valsts pārvaldes iestādēm un ieviešanu	Atbilstoši iepirkuma procedūras tehniskai specifikācijai un izstrādes līguma nosacījumiem.	Iepirkumā izvēlētais pakalpojuma sniedzējs	TM un iesaistītās valsts pārvaldes iestādes
2.7	Apmācīt tīmekļvietnes uzturēšanas personālu tās administrēšanā	Atbilstoši iepirkuma procedūras tehniskai specifikācijai un izstrādes līguma nosacījumiem. Apmācības izmaksas iekļautas tīmekļvietnes primārās funkcionalitātes izstrādes izmaksās.	Iepirkumā izvēlētais pakalpojuma sniedzējs	TM
2.8	Nodrošināt tīmekļvietnes darbību (primārā funkcionalitāte)	Minētais ietver primārās funkcionalitātes administrēšanu (t.sk. informācijas pārskatīšanu un atjaunošanu tīmekļvietnē un ar to sasaistītajās lapās). Līdz ar to nepieciešams vienoties par atbildību sadalījumu ar iesaistītajām pusēm informācijas pārskatīšanai un atjaunošanai tīmekļvietnē un sasaistītajās lapās.	TM	LB, EM, LIAA, PTAC, VARAM, FM, VID, MKD, LM, NVA, FKTK, LDDK, LAKRA, FNA, LMPAA, banku un nebanku aizdevēji u.c. ²⁸

²⁷ Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa. Par mums. Skatīts 2022.gadā

²⁸ Saraksts ar uzskaitītajām iestādēm var tikt papildināts pēc nepieciešamības, piemēram, saistībā ar citu iestāžu vai organizāciju informatīvo resursu izmantošanu.

3 Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā).

Rekomendācijas ieviešana paredz izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu, lai neizslēgtu no informācijas aprites cilvēkus ar zemu digitālo prasmi vai cilvēkus, kuri dod priekšroku klātienē komunikācijas kanāliem.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
3.1	Izstrādāt iespiestu informatīvo materiālu prototipu (ceļa karti)	<p>Projekta 5.posma ietvaros izstrādātais saturs ietvertu iespiestu informatīvo materiālu prototipu, t.sk.:</p> <ul style="list-style-type: none"> saraksta formātā un galvenos risinājumus. Jautājumiem un atbildēm tiek piedēvēts noteikts punktu skaits, pēc kuriem materiāla lietotājs saprot, kuri risinājumi attiecīgajā gadījumā ir prioritāri; valsts institūciju kartotēkas saturu, iekļaujot pamata informāciju par katras iestādes atbildību un iespējām konsultēt ar finanšu grūtībām saistītos jautājumos; informāciju par tīmekļvietnē iekļauto saturu un sniegtajām iespējām, mudinot drukāto materiālu lietotājus plašākas funkcijas izmantot tīmekļvietnē; dizaina vadlīnijas. 	PwC	TM
3.2	Nodot izstrādāto materiālu lietošanai pilotēšanas punktos - VPD un leVP, VPVKAC tīklā un nodrošināt informatīvo materiālu izmantošanu pilotēšanas vajadzībām	<p>Paredzēts, ka tīmekļa vietnē ir nodrošināta iespēja lejupielādēt informatīvā materiāla drukas failu (latviešu valodā), lai to ikviens varētu izdrukāt un pielietot pēc nepieciešamības (t.sk. izsniegt cilvēkiem ar zemām digitālajām prasmēm vai tiem, kuri dod priekšroku drukātu materiālu izmantošanai).</p> <p>Pilotprojekta fāzē paredzēts, ka VPD, leVP, VPVKAC pārstāvji materiālu izdrukās atbilstoši pieprasījumam.</p>	TM	VPD, leVP, VPVKAC

- 4 Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un leVP).**
- un**
- 5 Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPVKAC tīklu.**

Rekomendācijas ieviešana paredz pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu VPD,²⁹ leVP,³⁰ VPVKAC klientiem attiecībā uz finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, izmantojot informācijas aģentu tīklu (VPD, leVP un VPVKAC speciālistus). Pirmā līmeņa atbalsta sniegšanas pilotu aktivitātes (VPD, leVP un VPVKAC) tiek skatītas kopā, jo tās ir vienādas neatkarīgi no konsultāciju sniedzēja.

Pirmā līmeņa atbalsts sevī ietvertu vismaz šādas darbības:

- informēšana par pieejamajiem informācijas avotiem, kuros iegūt informāciju par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu - tīmekļvietni (skat. "2 Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai") un iespējamiem informatīvajiem materiāli (skat. "3 Izveidot iespējamus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļauto saturu");
- informācijas sniegšana par galvenajiem ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītajiem tematiem;
- novirzīšana pie attiecīgajām iestādēm un organizācijām personalizēta un kompetenta atbalsta saņemšanai (atbilstoši nepieciešamībai).

Sniegtais atbalsts būtu vērst uz informētības un izpratnes palielināšanu attiecībā uz vispārējiem finanšu pratības jautājumiem (budžeta plānošanas, finanšu risku apzināšanās nepieciešamības) un piedāvātajiem risinājumiem finanšu grūtību situācijā, kas galu galā ļautu mērķa grupām pieņemt informētākus finanšu lēmumus. Pilotprojekti nodrošinās iespēju testēt izveidoto tīmekļvietni un drukātos materiālus.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
4.1 un 5.1	Vienoties par pilotprojektu tvērumu	Nepieciešams vienoties par tādiem aspektiem kā: <ul style="list-style-type: none"> pakalpojuma apmērs; pilottestēšanas tvērumu³¹; 	TM	VPD, leVP, VPVKAC, VARAM

²⁹ Veicot pilotprojektu VPD jāņem vērā likumā noteiktie ierobežojumi, kas attiecas uz probācijas klientiem (t.sk. elektroniskā uzraudzībā esošām personām).

³⁰ Veicot pilotprojektu leVP jāņem vērā likumā noteiktie ierobežojumi, kas attiecas uz ieslodzījumā esošām personām (t.sk. iespēja izmantot tehniskos līdzekļus, lai pieteiktu un izmantotu pieejamos risinājumus – piekļuve telefonam, datoram, internetam, iespēja lietot e-parakstu, saistību dzēšanas plāna izpilde ar ieslodzījumā iegūtajiem ienākumiem, u.c.).

³¹ PwC rekomendē pilotprojektu veikt:

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
		<ul style="list-style-type: none"> finansēšanas nosacījumiem. 		
4.2 un 5.2	Veikt metodisko materiālu par ceļa kartes pielietošanu izstrādi un mācības klientu konsultantiem	<p>Apmācības tēmas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ceļa kartes funkcionalitāte un lietošana; Ceļa kartē ietvertie juridiskie un finanšu risinājumi; Ceļa kartes pasniegšana klientam un tā informēšana par ceļa kartes saturu un pielietošanas iespējām; Procedūra klienta progresā/ situācijas apzināšanai pēc pirmās konsultācijas reizes. <p>Apmācības paredzēts integrēt jau esošajās konsultantu apmācībās.</p>	TM	VPD, leVP, VPVKAC <i>Metodisko materiālu izstrādi un mācību veikšanu iespējams uzticēt arī komersantam</i>
4.3 un 5.3	Iedibināt saziņas mehānismu ar konsultantiem	<p>Rekomendēts:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nozīmēt atbildīgo personu, kas sniegs nepieciešamo atbalstu VPD, leVP, VPVKAC konsultantiem par ceļa kartes funkcionalitāti un lietošanu un ceļa kartē ietvertajiem juridiskajiem/ finanšu risinājumiem saturiski. Izveidot projekta komandas (TM) un 1.līmeņa atbalsta sniegšanā iesaistīto konsultantu saziņas platformu (koprades vietni). Koprades vietnē būtu iespējams apskatīt metodiskos materiālus, iesūtīt jautājumus TM atbildīgajai personai, kā arī apmainīties ar jautājumiem, atziņām, pieredzi un ieteikumiem. 	TM	-
4.4 un 5.4	Veikt pilotprojekta īstenošanu		VPD, leVP, VPVKAC	TM

- VPVKAC: kopējais skaits - (četri - Vidzemes, četri - Zemgales, četri - Latgales, četri - Kurzemes vēsturiskajos novados), vismaz viens reģionālas nozīmes VPVKAC katrā novadā, trīs novada nozīmes. VARĀM nodrošina VPVKAC apzināšanu saistībā ar vēlmi iesaistīties pilotprojektā par konsultāciju sniegšanu klientiem finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai un piedāvā ieinteresēto VPVKAC sarakstu.
- VPD un leVP – visos leVP pārvaldītajos cietumos, kuros atrodas pilngadīgas personas (Daugavgrīvas cietums, Ilģuciema cietums, Jelgavas cietums, Jēkabpils cietums, Liepājas cietums, Olaines cietums, Rīgas centrālcietums, Valmieras cietums), vai arī izlases kārtībā un visās VPD filiālēs.

6 Izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai

Rekomendācijas ieviešana paredz izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu, lai popularizētu tīmekļvietnes zīmolu un saturu, kā arī klātienē konsultāciju saņemšanas vietas. Komunikācijas kampaņa iespējama trīs līmeņos, no kuriem pirmais un otrais ir īstenojami obligāti, un trešais rekomendējams balstoties uz pieejamajiem resursiem. Augstāka līmeņa izvēle nodrošina labāku mērķauditoriju sasniedzamību.

Komunikācijas kampaņa (1.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes un atkarotajām aktivitātes uzturošajai komunikācijai): informācijas izvietošana partneru kanālos, informācijas izplatīšana organizācijām un profesionāļu asociācijām, mediju informēšana par jomas aktualitātēm un iepazīstināšana ar komunikācijas kanāliem, sociālo tīklu komunikācija projekta turētāja sociālo tīklu kontos, *Google Ads* risinājums

Komunikācijas kampaņa (2.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes un atkarotajām aktivitātes uzturošajai komunikācijai): sabiedrības informēšanas kampaņa (mediju attiecības, vides objekti, tiešā komunikācija, pasākumi utt.), reklāmas kampaņa (internets, radio), sociālo tīklu komunikācija īpaši izveidotos sociālo tīklu kontos, satura projekts kādā no lielākajiem nacionālajiem portāliem, dalība vai materiālu izvietošana partneru organizētos pasākumos

Komunikācijas kampaņa (3.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes): salīdzinājumā ar 2.līmeni, plašāka un apjomīgāka reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa atkarībā no budžeta, ietverot paplašinātu komunikācijas kanālu loku gan nacionālajā, gan reģionālajā līmenī (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports, speciālie sabiedrības informēšanas pasākumi u.c.). Papildus tam, izstrādāts īpašs raidījumu cikls TV vai radio/ podkāstā un izmantota ietekmētāju (influenceru) un publiski atpazīstamu personu komunikācija.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
6.1	Izvēlēties komunikācijas kampaņas līmeni, izstrādāt iepirkuma dokumentāciju komunikācijas kampaņas īstenošanai, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru	<p>Iepirkuma tehniskajā specifikācijā iekļaujamā informācija:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampaņas mērķi, uzdevumi, sasniedzamie rezultāti; • Kampaņas mērķauditorijas; • Kampaņas galvenie komunikācijas kanāli; • Kampaņas partneri un partneru iespējas; • Kampaņas mērķu sasniegšanai nozīmīgas iesaistītās puses (ārpus kampaņas partneru loka) un to informēšanas plāns (piemēram, kredītiestādes un dažādas organizāciju un profesionāļu asociācijas) <p>Pilotprojekta sākumā, lai nodrošinātu tā veiksmīgu norisi, rekomendēts īstenot 1. un 2. līmeņa komunikācijas kampaņu. Jebkura jauna risinājuma ieviešanā nepieciešama mērķtiecīga komunikācijas kampaņa un 1.līmenis var sasniegt tikai nelielu mērķauditoriju daļu un labi funkcionēt kā uzturošās komunikācijas sastāvdaļa. Pilotprojekta</p>	TM	LB, EM, LIAA, PTAC, VARAM, FM, VID, MKD, LM, NVA, FKTK, LDDK, LAKRA, FNA, LMPAA, banku un nebanku aizdevēji u.c. ³²

³² Saraksts ar uzskaitītājām iestādēm var tikt papildināts pēc nepieciešamības, piemēram, saistībā ar citu iestāžu vai organizāciju piesaistīšanu komunikācijas kampaņas aktivitātēs.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
6.2	Īstenot izvēlētā līmeņa komunikācijas kampaņu	sākumā nepieciešams īstenot plašākas komunikācijas aktivitātes, kas ietvertas komunikācijas kampaņas 1. un 2.līmenī.	Iepirkumā izvēlētais pakalpojuma sniedzējs	TM

Ieteikumi komunikācijas kampaņas īstenošanai

Iepriekš veiktā izpēte norāda uz nebūtiskām atšķirībām mērķauditoriju izmantotajos informācijas avotos, tādēļ rekomendēts izmantot visām mērķauditorijām vienotus informācijas avotus un, galvenokārt, vienotus komunikācijas kanālus, ar nelielām atšķirībām, lai nodrošinātu lielāku sasniegtās auditorijas apjomu katrā atsevišķajā mērķauditorijā.

Plāns komunikācijai ar MVU

Projektā veiktās izpētes rezultāti³³ liecina, ka MVU mērķauditorija visbiežāk norādīja, ka pēdējo piecu gadu laikā ir meklējuši ar finanšu grūtībām saistītu informāciju, tādēļ ir svarīgi sasniegt plašu mērķauditoriju jau pilotprojektā. Esošās situācijas izvērtējums par MVU parādīja šādas mērķauditorijai specifiskas raksturiezīmes:

- augsta digitālā prasme (tās biežāk izmantotie informācijas avoti ir digitāli);
- biežāka vēršanās pēc palīdzības pie speciālistiem nekā citās mērķauditorijās;
- visbiežākā saskarsme ar tādām valsts pārvaldes iestādēm kā VID, UR un VSAA.

Tādēļ komunikācijai ar MVU rekomendējam:

- banerus par jauniem risinājumiem un informācijas avotiem finanšu grūtību situāciju risināšanā izvietot valsts pārvaldes iestāžu un līdzīgās tīmekļa vietnēs, kuras MVU patērē visbiežāk: valsts iestāžu mājas lapas (VID, Altum, LIAA, FM, EM), pašvaldību mājas lapas, kredītiestāžu (banku) tīmekļa vietnes, un Latvija.lv portāls;
- ceļa kartes saturā iekļaut mērķauditorijai atbilstošus risinājumus un skaidrojumus, taču formālā valodā, jo pastāv augsta iespēja, ka MVU ar risinājumos minētajiem konceptiem jau būs saskārušies kādā no uzņēmuma dzīves cikliem;
- nodrošināt, ka informācija par projektā radītajiem informācijas avotiem ir pieejama dažādām organizācijām un profesionāļu asociācijām, kurās iespējams kontakts ar MVU pārstāvjiem;
- izstrādātajā tīmekļa vietnē izmantot ar finanšu grūtībām visbiežāk saistītos konceptus, lai, izmantojot interneta meklētāju, MVU tiktu piedāvāta projektā izstrādātā tīmekļa vietne;
- komunikācijas kampaņās nodrošināt, ka projektā izveidotās tīmekļa vietnes reklāmas baneri vai cita veida integrācija ir iekļauta to valsts pārvaldes iestāžu tīmekļa vietnēs, ar kurām MVU ir visbiežākā saskarsme (VID, UR un VSAA); nodrošināt, ka iepriekšminēto iestāžu darbinieki ir informēti par projektā radītajiem informatīvajiem avotiem un var ieteikt tos finanšu grūtībās nonākušiem vai riska kategorijās esošiem MVU;
- komunikācijas saturā, neatkarīgi no izvēlētajiem informācijas avotiem un komunikācijas kampaņu līmeņiem, ir ietvert MVU saistošus vēstījumus, piemēram, pieminot, ka MVU ir nozīmīga daļa no valsts ekonomikas, tādēļ katras situācijas pozitīvs iznākums ir valstiski svarīgs. Vēstījumos jāietver uzticēšanās MVU un to spējam attīstīt savus saimnieciskās darbības, sniedzot būtisku pienesumu tautsaimniecībai;
- izmantot iedrošinošu, atbalstošu un uz risinājumiem vērstu komunikācijas stilu;
- komunikācijas kampaņu mediju sadaļās iekļaut pieredzes stāstus un intervijas ar MVU pārstāvjiem, kurās tie dalās pieredzē, kā atrisinājuši dažādas finanšu grūtību situācijas, un iedrošina arī citus sekot viņu piemēram.³⁴

³³ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā". Skatīts 2022.gadā

³⁴ Rekomendējam vērsties pie LDDK un LTRK, kas ir šī Projekta TM darba grupas dalībnieki un ir lielākās ar uzņēmējdarbību saistītās asociācijas Latvijā, lai aicinātu savus biedrus, kuri pārstāv dažādas nozares, dalīties ar savu pieredzi.

Plāns komunikācijai ar uzņēmējiem

Projektā veiktās izpētes rezultāti³⁵ par uzņēmējiem parādīja šādas mērķauditorijai specifiskas raksturiezīmes:

- uzņēmēji finanšu grūtību situāciju risināšanā visbiežāk padomu meklēs paziņu lokā, kredītiestādēs vai pie speciālistiem;
- uzņēmēji ikdienā saziņā ar valsts pārvaldes iestādēm un ar uzņēmējdarbību saistītu procesu veikšanā, izmanto digitālos risinājumus;
- uzņēmēji visbiežāk meklē informāciju valsts iestāžu mājas lapās (VID, LAD, Altum, NVA, EM), vienkārši interneta meklētājā, pašvaldību mājas lapās, kredītiestāžu (banku) tīmekļa vietnēs un Latvija.lv portālā.

Tādēļ komunikācijai ar uzņēmējiem iesakām:

- komunikācijas kampaņu saturā iekļaut pieredzes stāstu, veidojot iespaidu, ka finanšu grūtību situācijās ir nonākuši un tās atrisinājuši daudzi līdzīga profila uzņēmēji;
- nodrošināt, ka kredītiestādes un dažādas organizāciju un profesionāļu asociācijas ir informētas par projektā radītajiem informācijas avotiem un nepieciešamības gadījumā var uzņēmēju par tiem informēt;
- komunikācijā ar uzņēmējiem dažādus finanšu grūtību risinājumus atstāt formālā valodā, jo, visticamāk, lielāko daļu terminu un konceptu uzņēmēji atpazīs, vai atstās lēmuma pieņemšanu par finanšu grūtību risināšanu profesionāļu ziņā;
- saziņai ar mērķauditoriju izmantot projektā izstrādātos digitālos informācijas avotus; ceļa kartē tīmekļa vietnē ietvert uzņēmējiem paredzētus finanšu grūtību situāciju risinājumu;
- banerus par jauniem risinājumiem un informācijas avotiem finanšu grūtību situāciju risināšanā izvietot iepriekšminētajās, uzņēmēju izmantotajās valsts iestāžu mājas lapās - VID, LAD, Altum, NVA, EM, interneta meklētājā, pašvaldību mājas lapās, kredītiestāžu (banku) tīmekļa vietnēs un Latvija.lv portālā;
- komunikācijas saturā uzsvērt, cik uzņēmēji ir svarīgi Latvijas valsts ekonomikai, cik daudz un dažādi atbalsta pasākumi pieejami un veicināt pārliecību, ka valsts pārvaldes iestāžu darbs ir vērst uz katra uzņēmuma glābšanu;
- saglabāt formālu, taču iedrošinošu komunikācijas stilu, aicinot risināt finanšu grūtību situācijas un rast iespēju turpināt uzņēmējdarbību.

Plāns komunikācijai ar patērētājiem

Projektā veiktās izpētes rezultāti³⁶ par patērētājiem parādīja šādas mērķauditorijai specifiskas raksturiezīmes:

- lielākā daļa patērētāju informācijas iegūšanai izmanto digitālos risinājumus, tomēr tieši patērētāju mērķauditorijā iekļauta arī neliela sabiedrības daļa, kas dod priekšroku drukāto materiālu izmantošanai, ikdienā maz izmanto digitālos risinājumus vai arī nejūtas pārliecināti digitālo risinājumu izmantošanā;
- patērētāji informāciju meklē valsts iestāžu mājas lapās (VID, NVA, PTAC, Altum), interneta meklētājā, pašvaldību mājas lapās, Latvija.lv portālā, kredītiestāžu (banku) tīmekļa vietnēs, un nebanku aizdevēju tīmekļa vietnēs;
- normatīvajā regulējumā patērētājiem nav noteikti obligāti saskarsmes punkti ar iestādēm, taču arī patērētāji neizbēgami nonāk saskarsmē ar dažādām valsts pārvaldes iestādēm, meklējot atbalstu vai finanšu grūtību risinājumus.

³⁵ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā". Skatīts 2022.gadā

³⁶ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā". Skatīts 2022.gadā

Tādēļ komunikācijai ar patērētājiem iesakām:

- izmantot informatīvo materiālu drukas versijas;
- izstrādājot informatīvo materiālu drukas versijas, izmantot pēc iespējas vienkāršotāku valodu;
- patērētājiem paredzētajos finanšu grūtību situāciju risinājumos terminu skaidrojumus iekļaut pēc iespējas izvērstāk un vienkāršotā valodā;
- informatīvos banerus izvietot un sasaisti ar projektā izveidoto tīmekļa vietni veidot tīmekļa vietnēs, kuras patērētāji izmanto informācijas iegūšanai, t.i. valsts iestāžu mājas lapas (VID, NVA, PTAC, Altum), interneta meklētājs, pašvaldību mājas lapas, Latvija.lv portāls, kredītiestāžu (banku) tīmekļa vietnes, un nebanku aizdevēju tīmekļa vietnes;
- tīmekļa vietnes izstrādē izmantot patērētāju biežāk izmantotos atslēgvārdus, lai interneta meklētājs projektā izstrādāto tīmekļa vietni patērētājiem uzrādītu kā vienu no pirmajiem avotiem finanšu grūtību jautājumos;
- izmantot vienkāršotu valodu (kur iespējams - vieglo valodu);
- izmantot iedrošinošu komunikācijas stilu, uzsvērt radīto informācijas avotu diskrētumu un pielietojamību patērētājam ērtā vietā un laikā, izvairoties no kāda ārējā vērtējuma vai potenciālā nosodījuma,
- komunikācijas kampaņu materiālos, īpaši uzrunājot patērētājus, iesaistīt sabiedrībā zināmas personas, kuras dalās ar savu pieredzi finanšu grūtību risināšanā un iedrošina arī citus,
- patērētāju uzrunāšanai izmantot dzīvesstila medijus, nacionālo un reģionālo ziņu kanālus,
- publicitātes materiālos iekļaut pieredzes stāstus (piemēram, satura projekti populārajos interneta ziņu portālos sniegtu rezultātu patērētāju mērķauditorijas pasīvās daļas sasniegšanai).

7 Veikt pilotprojekta rezultātu novērtēšanu

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
7.1	Veikt pilotprojekta izvērtēšanu un pieņemt lēmumu par darbībām pēc pilota noslēguma	Izvērtējuma ietvaros ieteicams apzināt šādus aspektus:		
		Tīmekļvietne: tīmekļa vietnes apmeklētāju skaits, atsauksmes un to saturs, t.i. norādes uz trūkstošo informāciju, komentāri par funkcionalitāti u.c. atsauksmes.	TM	
		Iespiesti informatīvie materiāli: lietderīgums nosakāms: <ul style="list-style-type: none"> apzinot un aptaujājot pilotprojektā iesaistīto iestāžu darbiniekus par novēroto klientu apmierinātību lietojot drukāto ceļa karti (funkcionalitāte, jēdzieni, piedāvātie risinājumi u.c.); apkopojot klātienē konsultāciju apmeklētāju atsauksmes par drukātajiem informatīvajiem materiāliem. 	TM	VPD, IeVP, VPVKAC
		Pilotprojekts IeVP, VPD, VPVKAC: ietver šādus aspektus: <ul style="list-style-type: none"> pakalpojuma apmērs; reģionālais pārklājums; mācību un metodisko materiālu nodrošinājums; apmācību pietiekamība; tehniskais atbalsts; nepieciešamā un faktiskā sagatavotības pakāpe klientam³⁷; atgriezeniskā saite no konsultantiem saistība ar citiem konsultāciju aspektiem. <p>Klientu konsultanti jāaptaujā saistībā par šādām tēmām:</p> <ul style="list-style-type: none"> Klientu sarežģītumi lietojot ceļa karti (nesaprotamā funkcionalitāte, jēdzieni, risinājumi, tālākā rīcība u.c.); <p>Konsultantu sarežģītumi konsultējot klientu izmantojot ceļa karti (nesaprotamā funkcionalitāte, jēdzieni, risinājumi, klientu novirzīšana pie attiecīgiem informācijas avotiem, klienta situācijas apzināšana u.c.).</p>	TM	VPD, IeVP, VPVKAC <i>Atgriezeniskās saites ievākšanu iespējams uzticēt arī komersantam</i>
		Komunikācijas kampaņa: sasniegtā auditorija (tīmekļvietnes apmeklētāju skaits, informatīvo materiālu izdruku skaits, dažādu informatīvo baneru impresijas, publicitātes un reklāmu sasniegtās auditorijas rādītāji).		

³⁷ Piemēram, izpildīta ceļa kartes anketa, līgumi ar aizdevējiem, materiāls klienta profila noteikšanai u.c. dokumenti un/ vai informācija

8 Papildināt tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – sekundārā funkcionalitāte

Rekomendācijas ieviešana paredz izstrādāt tīmekļvietnes **sekundāro funkcionalitāti**, t.i. personalizētus rīkus finansiālās situācijas izvērtēšanai, pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos, iespēju abonēt jaunumus un forumu jeb vietu brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
8.1.	Atbilstoši izvērtējuma rezultātiem, izstrādāt iepirkuma dokumentāciju tīmekļa vietnes (ar sekundāro funkcionalitāti) izveidei, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru	Tehniskā specifikācija ietvers a) funkcionālās prasības vismaz šādu tīmekļvietnes sadaļu izstrādei: <ul style="list-style-type: none"> • interaktīvs rīks finansiālās situācijas izvērtēšanai; • iespēja pieteikties jaunumu saņemšanai; • forums (kā alternatīva var tikt apsvērta virtuālā asistenta funkcionalitātes ieviešana). b) nefunkcionālās prasības, t.sk. sekundārās funkcionalitātes testēšanai un TM darbinieku apmācībām; c) organizatoriskās prasības projekta izpildei. Iepirkuma veids provizoriski: iepirkums PIL 9.panta kārtībā (līdz 41 999 EUR)	TM	<i>Iepirkuma dokumentācijas izstrādi iespējams uzticēt arī komersantam</i>
8.2	Nodrošināt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, funkcionalitātes testēšanu ar mērķa grupu pārstāvjiem un iesaistītajām valsts pārvaldes iestādēm, un ieviešanu	Atbilstoši iepirkuma procedūras tehniskai specifikācijai un izstrādes līguma nosacījumiem.	Iepirkumā izvēlētais pakalpojuma sniedzējs	TM un iesaistītās valsts pārvaldes iestādes
8.3	Apmācīt tīmekļvietnes uzturēšanas personālu tās administrēšanā (tikai sekundārā funkcionalitāte)	Atbilstoši iepirkuma procedūras tehniskai specifikācijai un izstrādes līguma nosacījumiem.	Iepirkumā izvēlētais pakalpojuma sniedzējs	TM
8.4	Nodrošināt tīmekļvietnes darbību (sekundārā funkcionalitāte)		TM	LB, EM, LIAA, PTAC, FM, VID, MKD, LM, NVA, FKTK, LDDK, LAKRA, FNA, LMPAA, banku un nebanku aizdevēji u.c. ³⁸

³⁸ Saraksts ar uzskaitītajām iestādēm var tikt papildināts pēc nepieciešamības, piemēram, saistībā ar citu iestāžu vai organizāciju resursu izmantošanu.

9 Paplašināt iespēju informatīvo materiālu izplatīšanas tvērumu

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
9.1	Panākt vienošanos ar iesaistītajām pusēm par sadarbību informatīvo materiālu izplatīšanā	<p>Rekomendēts apsvērt informatīvo materiālu izvietošanu Latvijas bibliotēku tīklā, Pašvaldību sociālajos dienestos, Valsts iestāžu klientu apkalpošanas punktos un citur, ja nepieciešams.</p> <p>Kā papildu izplatīšanas alternatīvu iespējams apsvērt izmantot konsultatīvo tālruni/ e-pasta pieprasījumu par drukāto materiālu piegādi saņemšanai no privātpersonām un juridiskām personām, nodrošinot piegādi ar Latvijas Pasta starpniecību.</p>	TM	
9.2	Īstenot informatīvo materiālu izplatīšanu	Digitālo kopiju nodošana sadarbības iestādēm.	TM	

10 Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku.

Rekomendācijas ieviešana paredz, pamatojoties uz pilotēšanas rezultātiem (skat. "4 Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un leVP)" un "5 Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPVKAC tīklu"), rekomendēts izvērtēt iespējas paplašināt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu un paplašināt sadarbības partneru loku.

Pirmā līmeņa atbalsts sevī ietvertu vismaz šādas darbības:

- informēšana par pieejamajiem informācijas avotiem, kuros iegūt informāciju par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu - tīmekļvietni (skat. "2 Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai") un iespējamiem informatīvajiem materiāli (skat. "3 Izveidot iespēstus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļauto saturu)");
- informācijas sniegšana par galvenajiem ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītajiem tematiem;
- novirzīšana pie attiecīgajām iestādēm un organizācijām personalizēta atbalsta saņemšanai (atbilstoši nepieciešamībai).

Pirmā līmeņa atbalstu varētu sniegt:

- Valsts iestādēs: klientu apkalpošanas speciālisti;
- Pašvaldībās: VPVKAC darbinieki (visās pašvaldībās, kurās atrodas VPVKAC), pašvaldību uzņēmējdarbības speciālisti, sociālie darbinieki u.c.);
- Nevalstiskajā sektorā: asociāciju pārstāvji.

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana				
10.1	Panākt vienošanos ar iesaistītajām pusēm par sadarbību pirmā līmeņa atbalsta sniegšanā	Jāpanāk vienošanās par aktivitāšu turpināšanu pilotprojekta iestādēs un citās iestādēs un organizācijās. Nepieciešams vienoties par tādiem aspektiem kā: <ul style="list-style-type: none"> • pakalpojuma apmērs; • reģionālais pārklājums; • finansēšanas nosacījumi. Nākotnē pēc pilotprojekta noslēgšanas papildus rekomendēts izskatīt iespēju paplašināt konsultāciju pakalpojuma apmēru (piemēram, specializētas speciālista konsultācijas), šādu iespēju izskatot sadarbībā ar citām iestādēm (piemēram, LM, kura ir atbildīga par sociālo politiku).	TM	VARAM, leVP, VPD, citas valsts iestādes, pašvaldību iestādes, nevalstiskais sektors
10.2	Nodrošināt mācības konsultantiem	Apmācības tēmas: <ul style="list-style-type: none"> • Ceļa kartes funkcionalitāte un lietošana; 	Izvēlētais pakalpojuma sniedzējs (ja	TM, VARAM, citas valsts iestādes, pašvaldību iestādes, nevalstiskais sektors

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
		<ul style="list-style-type: none"> • Ceļa kartē ietvertie juridiskie un finanšu risinājumi; • Procedūra klienta progresa/ situācijas apzināšanai pēc pirmās konsultācijas reizes; • Citas tēmas, kas tika identificētas pilotprojektu izvērtējumu laikā. <p>Apmācības integrētas esošajās iestāžu konsultantu apmācībās (primāri, iestādēs, kas ir īstenojušas konsultāciju pilotu, bet arī augstāk norādītajās potenciālajās pirmā līmeņa atbalsta vietās – valsts iestādes, pašvaldības un nevalstiskajā sektorā).</p>	izvēlēts pakalpojumu iepirkts)	
10.3	Veikt paplašinātā pirmā līmeņa konsultatīvā atbalsta ieviešanu	Paplašināto pirmā līmeņa konsultatīvo atbalstu ievieš atbilstoši panāktajai vienošanās ar iesaistītajām pusēm, saņemot informāciju no iesaistītajām iestādēm un organizācijām par to gatavību šādu atbalstu sniegt.	TM	Jāprecizē atbilstoši izvēlētajiem sadarbības partneriem
10.4	Iedibināt saziņas mehānismu ar konsultantiem ³⁹	<p>Rekomendēts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nozīmēt atbildīgo personu, kas sniegs nepieciešamo atbalstu VPD, IeVP, VPVKAC konsultantiem par ceļa kartes funkcionalitāti un lietošanu un ceļa kartē ietvertajiem juridiskajiem/ finanšu risinājumiem saturiski; • Izveidot projekta komandas (TM) un 1.līmeņa atbalsta sniegšanā iesaistīto konsultantu saziņas platformu (koprades vietni). Koprades vietnē būtu iespējams apskatīt metodiskos materiālus, iesūtīt jautājumus TM atbildīgajai personai, kā arī apmainīties ar jautājumiem, atziņām, pieredzi un ieteikumiem. 	TM	
10.5	Veikt pilna mēroga atbalsta ieviešanu, t.sk. paredzēt mehānismu pirmā līmeņa konsultāciju sniegšanas snieguma uzraudzībai	<p>Snieguma uzraudzības mehānismā jāparedz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atgriezeniskās saites no konsultantiem un klientiem iegūšana; • Konsultāciju sniegšanas dinamikas monitorēšana (sniegto pakalpojumu skaits sadalījumā pa mērķa grupas demogrāfiskajiem rādītājiem, piemēram, vecums, izglītība, nodarbinātība, ienākumi, atrašanās vieta, u.c.). 	TM	

³⁹ Rekomendējam izmantot iestādēm jau pieejamās saziņas platformas (piemēram, Microsoft Teams) vai bezmaksas saziņas platformas (piemēram, WhatsApp), kas nodrošinātu nepieciešamo funkcionalitāti, kā arī neradītu papildus izmaksas. Paredzamā finansējuma (skat. sadaļu 1.3.2.) aplēsēs aktivitāte netiek iekļauta.

11 Turpināt īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
11.1	Veikt atkārtotu komunikācijas kampaņu	<p>Komunikācijas kampaņas īstenojamas, balstoties uz pilotprojekta rezultātiem un aktuālāko apzināto, mērķauditorijām aktuālo problēmjautājumu loku. Mainoties mērķauditorijām aktuālajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem jautājumiem vai ekonomiskajai situācijai, komunikācijas kampaņas var tikt īstenotas atkārtoti, ar dažādiem vēstījumiem un mērķiem, uzlabojot radīto risinājumu dzīvotspēju dažādos to ieviešanas un pastāvēšanas posmos.</p> <p>Turpmākās komunikācijas kampaņas iespējams īstenot katrai mērķauditorijai atsevišķi, pēc nepieciešamības uzlabot informētību kādā no mērķauditorijām atsevišķi, vai informējot par jauniem risinājumiem.</p> <p>Turpmākās komunikācijas kampaņas rekomendējam īstenot vismaz tā paša vai augstāka līmeņa, atkarībā no vēlamās sasniedzamās auditorijas skaita.</p> <p>Atkārtotības regularitāte: vismaz vienu reizi gadā, vai, ja notiek būtiskas izmaiņas nozarē, pēc nepieciešamības.</p>	TM un/vai izvēlētais ārpalpojuma sniedzējs	<i>Komunikācijas kampaņas īstenošanu iespējams uzticēt arī komersantam</i>

12 Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas

Nr.	Aktivitātes	Komentārs	Atbildīgais	Iesaistītie
Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana				
12.1	Veikt socioloģisko aptauju patērētāju, MVU un uzņēmēju viedokļa apzināšanai (katrus 3-5 gadus)	<p>Aptaujas mērķis būtu noskaidrot, kāda ir pieeja risinot situācijas, kas saistītas ar finanšu grūtībām – kā tīktu meklēta informācija, kādi informatīvie avoti tīktu izmantoti, pie kā vērstos pēc atbalsta u.tml.</p> <p>Aptaujā aicinām izmantot gan jautājumus, kas bija ietverti jau iepriekš, rezultātu salīdzināšanai,⁴⁰ kā arī jaunus – tīmekļvietnes ietekmes noteikšanai un iespējamiem uzlabojumiem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kādus informācijas avotus pēdējo 5 gadu laikā esat izmantojis, lai iegūtu informāciju saistībā ar finanšu grūtību risināšanu? • Kāda bija Jūsu pēdējā pieredze, kad meklējāt informāciju valsts iestādēs par atbalstu finanšu grūtību mazināšanai? • Pie kā jūs grieztos vai kur meklētu informāciju par palīdzības saņemšanu no valsts vai no cita avota? • u.c. <p>Rekomendējam aptauju veikt, nodrošinot reprezentatīvu Latvijas iedzīvotāju izlasi.⁴¹ Patērētāji: 1000; MVU: 400; Uzņēmēji: 350.</p>	TM	LB ⁴² <i>Sabiedriskās domas izpēti iespējams uzticēt arī komersantam</i>

⁴⁰ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā". Skatīts 2022.gadā.

⁴¹ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā". Skatīts 2022.gadā.

⁴² Realizēt iespējamās sinerģijas ar LB. LB sarunā ar PwC minēja iespēju iekļaut LB ik trijos gados veiktajā socioloģiskajā aptaujā jautājumus, kas saistīti ar finanšu grūtību aspektiem, pēc TM pieprasījuma saņemšanas. Likuma "Par Latvijas Banku" pārejas noteikumu 12.punkts un Naudas prasme 2021. "Latvijas iedzīvotāju finanšu pratības stratēģija 2021.-2027.gadam" ietver līdzīgu mērķa grupu sadalījumu finanšu pratības griezumā.

1.3. Paredzamais cilvēkresursu apjoms un finansējums

1.3.1. Paredzamais cilvēkresursu apjoms

Zemāk attēlots Rekomendāciju ieviešanai paredzamais cilvēkresursu apjoms TM kā par ieviešanu atbildīgajai iestādei sagatavošanās un ieviešanas posmos.

Tabula 3. Rekomendāciju ieviešanai paredzamais cilvēkresursu apjoms

Loma un veicamie uzdevumi	Cilvēkresursu apjoms
Sagatavošanās posms	
Projekta vadītājs: <ul style="list-style-type: none">Koordinēt pārvaldības mehānisma (centrālas koordinējošas vienības) izveidi (aktivitātes 1.1a-1.3a vai 1.1b-1.2b);Vadīt rīcības plāna ieviešanai nepieciešamā finansējuma piesaisti, t.i. identificēt finansējuma avotus, sagatavot projekta pieteikumus (aktivitāte 0.1).	~0,5 PLE
Ieviešanas posms	
Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana	
Projekta vadītājs: <ul style="list-style-type: none">Vadīt visu rīcības plānā ietvertu aktivitāšu īstenošanu organizatoriski un saturiski, lai pilnveidotu publiskās pārvaldes komunikāciju ar MVU, uzņēmējiem un patērētājiem par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu;Sagatavot detalizētus aktivitāšu īstenošanas soļus un pārvaldīt aktivitāšu īstenošanu attiecībā uz termiņiem, budžetu;Koordinēt pilotprojekta rezultātu izvērtēšanu un sasniedzamo rezultatīvo rādītāju izpildi;Savlaicīgi identificēt riskus veiksmīgai projekta realizācijai, plānot un kontrolēt risku mazināšanas aktivitātes;Nodrošināt sadarbību ar citām iesaistītajām pusēm.	~0,5 PLE
IT speciālists: <ul style="list-style-type: none">Piedalīties iepirkuma tehniskās specifikācijas sagatavošanā tīmekļvietne izstrādei (aktivitātes 2.3);Vadīt tīmekļvietnes domēna abonēšanu (aktivitāte 2.5);Uzraudzīt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, sadarboties ar izvēlēto pakalpojuma sniedzēja pārstāvjiem un TM biznesa pārstāvjiem (aktivitāte 2.6).	Ad-hoc iesaiste iespējama sadarbība ar Tiesu namu aģentūru IT atbalsta saņemšanai.
Komunikācijas speciālists <ul style="list-style-type: none">Sniegt redzējumu par atbilstošāko komunikācijas kampaņas līmeni, piedalīties iepirkuma tehniskās specifikācijas sagatavošanā (aktivitāte 6.1);Uzraudzīt komunikācijas kampaņas ieviešanu, sadarboties ar izvēlēto pakalpojuma sniedzēja pārstāvjiem un nodrošināt atbilstību kopējai TM komunikācijas stratēģijai (aktivitāte 6.2);Piedalīties komunikācijas aktivitāšu rezultātu izvērtēšanā (aktivitāte 7.1).	Ad-hoc iesaiste
Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana	
Projekta vadītājs <ul style="list-style-type: none">Veikt papildu aktivitāšu plānošanu, balstoties uz pilotprojekta rezultātiem;Vadīt aktivitāšu īstenošanu organizatoriski un saturiski, t.sk. veicot tās pašas darbības, kas aprakstītas pie pilotprojekta ieviešanas un rezultātu novērtēšanas.	~0,5 PLE (nepieciešams pārvērtēt pēc pilotprojekta noslēguma)
IT speciālists <ul style="list-style-type: none">Sagatavot tehnisko specifikāciju tīmekļvietnes izstrādei (aktivitātes 8.1);Uzraudzīt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, sadarboties ar izvēlēto pakalpojuma sniedzēja pārstāvjiem un TM biznesa pārstāvjiem (aktivitāte 8.2).	Ad-hoc iesaiste
Komunikācijas speciālists <ul style="list-style-type: none">Sniegt redzējumu par turpmāku komunikācijas aktivitāšu īstenošanu, t.sk. papildu komunikācijas kampaņu īstenošanu (aktivitāte 11.1);Piedalīties aktivitāšu īstenošanā un rezultātu novērtēšanā atbilstoši nepieciešamībai.	Ad-hoc iesaiste

1.3.2. Paredzamais finansējums

Rekomendāciju ieviešanai paredzamais finansējums (neiekļaujot PVN) aplēsts ieviešanas posmam. Sagatavošanās posmam papildu finansējums nav nepieciešams. Tabula 4 ir uzskaitītas tās aktivitātes, kuru ieviešanai provizoriski nepieciešams papildu finansējums.

Ņemot vērā strauji mainīgos apstākļus, kam ir nozīmīga ietekme uz dažādām dzīves sfērām, arī preču un pakalpojumu izmaksām, nākotnē ir paredzams izmaksu pieaugums. Lai korekti aplēstu nepieciešamo budžeta rīcības plānā iekļauto aktivitāšu īstenošanai, aprēķinā iekļauti dati par sagaidāmo inflācijas pieaugumu.⁴³ Tā kā pilotprojekts tiks īstenots divus gadus, tad inflācijas aprēķins ir veikts par 2024. un 2025. gadu, savukārt pilnai mēroga aktivitāšu īstenošanai – par 2026. gadu (par turpmākajiem gadiem inflācijas aplēses jāņem vērā atbilstoši Latvijas bankas datiem). Tāpat arī aprēķinā tiek iekļauti izdevumi neparedzamiem gadījumiem, kas sastāda 10% no 2022. gadā nepieciešamā paredzamā finansējuma, ko aprēķinos ietekmē arī inflācija.

Kopējās paredzamās izmaksas: 1) pilotprojekta īstenošanai 129 007 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija (izmaksas kopā 2025. gadā: 163 437 EUR); 2) pilna mēroga aktivitāšu īstenošanai 117 346 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija (izmaksas kopā 2026. gadā: 151 637 EUR)

• **Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana: 129 007 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija**

- 100 019 EUR paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (tīmekļvietnes domēna abonēšana, tīmekļvietnes izstrāde un TM darbinieku apmācības (kopā 40 019 EUR)⁴⁴, komunikācijas kampaņas īstenošana (60 000 EUR)), kas ir kritiski svarīgi aktivitāšu īstenošanai.
- 28 000 EUR paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (iepirkuma tehniskās specifikācijas izstrāde, metodisko materiālu izstrāde par ceļa kartes pielietošanu un mācību organizēšana konsultantiem, konsultantu aptauju pilotprojekta izvērtēšanas posmā) gadījumā, ja TM nolemj aktivitāšu īstenošanu uzticēt komersantam, nevis to veikt ar iekšējiem resursiem.
- 988 EUR paredzēti budžeta pārdalei VARAM VPVKAC par pilotprojekta īstenošanu. Finansējuma nepieciešams tikai gadījumā, ja vienošanās ar VARAM paredz nepieciešamību finansēt pilotēšanas aktivitāšu veikšanu.⁴⁵

• **Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana:**

- **Vienreizējās izmaksas (2026.gads): 37 000 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija**

- o 20 500 EUR paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (tīmekļvietnes paplašinātās funkcionalitātes izstrāde un TM darbinieku apmācības), kas ir kritiski svarīgi aktivitāšu īstenošanai.
- o 16 500 EUR paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (iepirkuma tehniskās specifikācijas izstrāde, mācību organizēšana konsultantiem) gadījumā, ja TM nolemj aktivitāšu īstenošanu uzticēt komersantam, nevis to veikt ar iekšējiem resursiem.

- **Ikgadējās izmaksas (2026.gads un turpmākie gadi): 80 346 EUR + izdevumi neparedzētiem gadījumiem un inflācija**

- o 71 676 EUR paredzēti ārpakalpojuma iepirkšanai (tīmekļvietnes domēna abonēšana, komunikācijas kampaņai un socioloģiskajam pētījumam^{46,47}), kas ir kritiski svarīgs aktivitāšu īstenošanai
- o 8 670 EUR paredzēti budžeta pārdalei VARAM VPVKAC par pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu.

⁴³ Latvijas Bankas makroekonomiskās prognozes – inflācija 2023. gadā ir prognozēta 9.2% apmērā, un 2024. gadā - 3.4%. 2025. un 2026. gada inflācija pieņemta pēc standarta prakses – 2% apmērā.

⁴⁴ Ārpakalpojumu pakalpojumu izmaksas ietver arī kiberdrošības testēšanu atbilstoši iepirkuma tehniskajā specifikācijā iekļautajām nefunkcionālām prasībām un licenču iegūšanu, lai nodrošinātu nepieciešamo tīmekļa vietnes funkcionalitāti. Tīmekļa vietni paredzēts izmitināt LVRTC valdības mākoņa infrastruktūrā, kas valsts pārvaldes iestādēm tiek nodrošināts bezmaksas.

⁴⁵ Finansējuma nepieciešams gadījumā, ja vienošanās ar VARAM paredz nepieciešamību finansēt pilotēšanas aktivitāšu veikšanu. Aprēķins: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (pilotprojektā plānotie 16 no valstī esošajiem 140 VPVKAC (11.4%)) * (cilvēki, kas nespēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā (14%)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadi (5)) * (informatīvās kampaņas paredzētā sasniegtā mērķauditorija (50%)) * (indikativās pakalpojuma izmaksas (2 EUR)).

⁴⁶ Aprēķinā paredzēts, ka aptauja tiek veikta reizi 3 gados (izmaksas pārdalītas uz katru gadu).

⁴⁷ Rekomendējam veikt socioloģisko aptauju kopā ar LB, veicot pieprasījumu pēc attiecīgajiem datiem, kas ļautu TM ietaupīt daļēji vai pilnībā šajā izmaksu pozīcijā.

Tabula 4. Pilota posmam paredzamais finansējums

Nr.	Rekomendācija / aktivitātes	Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana			Avots
		Ārpalpojums (nepieciešams)	Ārpalpojums (izvēles)	Budžeta pārdale	
2	Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai - primārā funkcionalitāte (ceļa karte) ^a				
2.3	Sagatavot iepirkuma dokumentāciju, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru tīmekļvietnes izstrādei		9 500		Eksperta aplēse
2.4	legādāties Robusta TL Pro burtveidolu		1000		Valsts kancelejas aplēses
2.5	Abonēt tīmekļvietnes domēnu	19			Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa ^b
2.6	Nodrošināt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, funkcionalitātes testēšanu ar mērķa grupu pārstāvjiem un iesaistītajām valsts pārvaldes iestādēm un ieviešanu	38 500			IT piegādātāju aptauja
2.7	Apmācīt tīmekļvietnes uzturēšanas personālu tās administrēšanā	1500			IT piegādātāju aptauja
3	Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā).^c				
4	Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un IeVP).				
	un				
5	Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPVKAC tīklu.				
4.2 5.2	Veikt metodisko materiālu par ceļa kartes pielietošanu izstrādi un mācības klientu konsultantiem		9 500		Eksperta aplēse
4.4 5.4	Veikt pilotprojekta īstenošanu			988 ^{d, e, f}	PwC aprēķins, pamatojoties uz VARAM sniegto informāciju par izmaksām
6	Izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai.				
6.2	Īstenot izvēlētā līmeņa komunikācijas kampaņu (PwC rekomendē 2.līmeni)	60 000			Eksperta aplēse
7	Veikt pilotprojekta izvērtēšanu un pieņemt lēmumu par darbībām pēc pilota noslēguma				
7.1	Klientu konsultantu aptauja		8 000		Eksperta aplēse
Izmaksas pa grupām (EUR):		100 019	28 000	988	
Kopā 2022. gadā (EUR) (neskaitot izdevumus neparedzētiem gadījumiem un inflāciju)		129 007 (vienreizējās izmaksas)			

Piezīmes:

^a Primārā funkcionalitāte ietver "Ceļa karti", kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem.

^b Avots: Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa. Maksa un norēķini. Skatīts 2022.gadā. Tradicionālā domēna vārda abonēšanas uz pilotprojekta laiku (2 gadiem) izmaksas.

^c Izmaksas ir konsultējošajām institūcijām (VPD, leVP un VPVKAC), nevis TM (netiek iekļautas paredzamā finansējuma aprēķinā). Indikatīvās izmaksas konsultējošajām institūcijām par drukū: VPD un leVP – 171 EUR, VPVKAC – 99 EUR.

^d Finansējuma nepieciešams gadījumā, ja vienošanās ar VARAM paredz nepieciešamību finansēt pilotēšanas aktivitāšu veikšanu.

Aprēķins: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (pilotprojektā plānotie 16 no valstī esošajiem 140 VPVKAC (11.4%)) * (cilvēki, kas **nespēj** gūt sev nepieciešamo informāciju internetā (14%)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadi (5)) * (informatīvās kampaņas paredzētā sasniegtā mērķauditorija (50%)) * (indikativās pakalpojuma izmaksas (2 EUR)).

^e Konsultāciju sniegšana saistībā ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu tiek pievienots konsultantu jau esošajiem sniegtajiem pakalpojumiem, un konsultanti specializēti tikai konsultāciju finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai sniegšanā netiek paredzēti.

^f Iespējama finansējuma piesaiste VPD un leVP, kas varētu radīt papildu izmaksas un kas nav iekļautas pilota posmam paredzamajā nepieciešamajā finansējumā.

Tabula 5. Pilna mēroga aktivitāšu īstenošanas posmam paredzamais finansējums

Nr.	Rekomendācija / aktivitātes	Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana			Avots
		Ārpalpojums (nepieciešams)	Ārpalpojums (izvēles)	Budžeta pārdale	
8	Papildināt tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – sekundārā funkcionalitāte ^a				
2.5	Abonēt tīmekļvietnes domēnu	10			Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa ^b
8.1	Atbilstoši izvērtējuma rezultātiem, izstrādāt iepirkuma dokumentāciju tīmekļa vietnes (ar sekundāro funkcionalitāti) izveidei, izsludināt iepirkumu un nodrošināt iepirkuma procedūru		9 500		Eksperta aplēse
8.2	Nodrošināt tīmekļvietnes tehnisko izstrādi, funkcionalitātes testēšanu ar mērķa grupu pārstāvjiem un iesaistītajām valsts pārvaldes iestādēm, un ieviešanu	19 000			IT piegādātāju aptauja
8.3	Apmācīt tīmekļvietnes uzturēšanas personālu tās administrēšanā (tikai sekundārā funkcionalitāte)	1 500			IT piegādātāju aptauja
10	Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku.				
10.2	Nodrošināt mācības konsultantiem		7 000		Eksperta aplēse
10.3	Veikt paplašinātā pirmā līmeņa konsultatīvā atbalsta ieviešanu			8 670 ^{c, d, e}	PwC aprēķins, pamatojoties uz VARAM sniegto informāciju par izmaksām
11	Turpināt īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai.				
11.1	Veikt atkārtoto komunikācijas kampaņu ^f		60 000		Eksperta aplēse
12	Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas.				
12.1	Veikt socioloģisko aptauju patērētāju, MVU un uzņēmēju viedokļa apzināšanai (katrus 3-5 gadus)		35 000 ^g		Eksperta aplēse
Izmaksas pa grupām (EUR):		20 510	111 500	8 670	
Kopā 2022. gadā (EUR) (neskaitot izdevumus neparedzētiem gadījumiem un inflāciju)		37 000 (vienreizējās izmaksas) 80 346 (ikgadējās izmaksas)			

Piezīmes:

^a Sekundārā funkcionalitāte ietver personalizētus rīkus finansiālās situācijas izvērtēšanai, pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos, iespēju abonēt jaunumus un forumu jeb vietu brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai.

^b Avots: Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa. Maksa un norēķini. Skatīts 2022.gadā. Tradicionālā domēna vārda abonēšanas uz 1 gadu izmaksas.

^c Finansējums nepieciešams gadījumā, ja vienošanās ar VARAM paredz nepieciešamību finansēt pilotēšanas aktivitāšu veikšanu.

Aprēķins: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (cilvēki, kas **nespēj** gūt sev nepieciešamo informāciju internetā (14%)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadi (5)) * (informatīvās kampaņas paredzētā sasniegtā mērķauditorija (40%)) * (indikatīvās pakalpojuma izmaksas (2 EUR)).

^d Konsultāciju sniegšana saistībā ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu tiek pievienots konsultantu jau esošajiem sniegtajiem pakalpojumiem, un konsultanti specializēti tikai konsultāciju finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai sniegšanā netiek paredzēti.

^e Ja pēc pilotprojekta noslēguma tiek pieņemts lēmums par sadarbības partnera loka paplašināšanu, kas sniedz pirmā līmeņa atbalstu, tad ir iespējama nepieciešamība pēc papildu finansējuma piesaistes.

^f Turpmākās komunikācijas kampaņas rekomendējam īstenot vismaz tā paša vai augstāka līmeņa, atkarībā no vēlamās sasniedzamās auditorijas skaita.

^g Rekomendējam veikt socioloģisko aptauju kopā ar LB, veicot pieprasījumu pēc attiecīgajiem datiem, kas ļautu TM ietaupīt daļēji vai pilnībā šajā izmaksu pozīcijā.

1.4. Sasniedzamie ieguvuma, kvalitātes rādītāji

Lai novērtētu sasniegtos rezultātus, noteikti rādītāji, kas paredz snieguma mērīšanu divos līmeņos:

- **Ieguvuma rādītāji**,⁴⁸ kas paredz novērtēt ieviesto aktivitāšu tieši sasniegtos rezultātus;
- **Kvalitātes rādītāji**,⁴⁹ kas paredz novērtēt ieviesto aktivitāšu sasniegto ietekmi uz sabiedrības vajadzību un vēlmi apmierinātības līmeni saistībā ar valsts pārvaldes iestāžu sniegtajiem pakalpojumiem finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jomā.

Ieguldījuma rādītājus⁵⁰ skatīt 1.3 Paredzamais cilvēkresursu apjoms un finansējums.

1.4.1. Ieguvuma rādītāji

Pilota posmā rekomendēts mērīt Tabula 6 ietvertos rādītājus.

Tabula 6. Ieguvuma rādītāji pilota posmam

Nr.	Aktivitātes	Ieguvuma rādītājs
2	Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai - primārā funkcionalitāte (ceļa karte) ⁵¹	<ul style="list-style-type: none">• Tīmekļvietnes unikālo apmeklējumu skaits (26 629 gadā)⁵².• Tīmekļvietnē līdz noslēgumam izpildīto ceļa karšu skaits (5 326 gadā).⁵³• Pozitīvas atsauksmes par tīmekļa vietni (vismaz 20% no apmeklētājiem ir atstājuši novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)).
3	Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļauto saturu)	<ul style="list-style-type: none">• Klientu pozitīvas atsauksmes par drukātajiem informatīvajiem materiāliem (vismaz 20% no klientiem pilotprojektu konsultāciju punktos ir piekrituši sniegt savu novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)).• Izdrukāto materiālu skaits pilotprojektu norises vietās (VPD, IeVP, VPVKAC) (prognozējami nepārsniegs 1 347).⁵⁴ <p>Saistībā ar to, ka valsts politika ir paaugstināt digitalizācijas līmeni, līdz ar to pašmērķis nav augstāks iespiestu informatīvo materiālu īpatsvars. Rādītājs paredzēts, lai monitorētu skaitu iespiestu informatīvu materiāla izmantošanai, kas palīdzētu pieņemt lēmumu par turpmākajām darbībām pēc pilotprojekta beigām.</p>
4	Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un IeVP)	<ul style="list-style-type: none">• Sniegto konsultāciju skaits (853)⁵⁵;• Konsultantu novērtējums par pilotprojektu (80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)).

⁴⁸ Ministru kabineta 2009. gada 17. novembra instrukcija Nr. 16 "Ministriju un citu centrālo valsts iestāžu rezultātu un to rezultatīvo rādītāju izstrādes un novērtēšanas metodika", 41. punkts.

⁴⁹ Ministru kabineta 2009. gada 17. novembra instrukcija Nr. 16 "Ministriju un citu centrālo valsts iestāžu rezultātu un to rezultatīvo rādītāju izstrādes un novērtēšanas metodika", 42. punkts.

⁵⁰ Ministru kabineta 2009. gada 17. novembra instrukcija Nr. 16 "Ministriju un citu centrālo valsts iestāžu rezultātu un to rezultatīvo rādītāju izstrādes un novērtēšanas metodika", 40. punkts.

⁵¹ Primārā funkcionalitāte ietver "Ceļa karti", kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem.

⁵² Aprēķins: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (cilvēki, kas spēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā (86%)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadī (5)) * (informatīvās kampaņas paredzētā sasniegtā mērķauditorija (50%)).

⁵³ Aprēķins: (Tīmekļvietnes unikālo apmeklējumu skaits (26 629 gadā)) * (pieņēmums par apmeklētājiem, kas līdz noslēgumam izpilda ceļa karti (20%)).

⁵⁴ Aprēķins balstīts uz abos pilotprojektos (skat. tabulas 4. un 5. rindas) prognozēto klātienē konsultāciju skaitu.

⁵⁵ Aprēķins: (Mērķauditorijas skaits: (1) VPD klientu virs 18 gadiem skaits 2021.gadā (15 371) un (2) ieslodzīto skaits visās vai arī pēc izlases kārtības, kas var samazināt rezultātu, ieslodzījuma vietās 2021.gadā (3 183)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadī (5)). Aprēķins veiks pieņemot, ka konsultācijas tiks sniegtas visās struktūrvienībās.

Nr. Aktivitātes	Ieguvuma rādītājs
	<ul style="list-style-type: none"> Klientu pozitīvas atsauksmes par konsultāciju apmeklējumu (vismaz 20% no klientiem ir piekrituši sniegt savu novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)).
5 Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPKAC tīklu	<ul style="list-style-type: none"> Sniegto konsultāciju skaits (494)⁵⁶; Konsultantu novērtējums par pilotprojektu (80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)). Klientu pozitīvas atsauksmes par konsultāciju apmeklējumu (vismaz 20% no klientiem ir piekrituši sniegt savu novērtējumu, no tiem 80% respondenti kopumā novērtē ar 4 un 5 (5 baļļu skalā)).
6 Izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai⁵⁷	
Komunikācijas kampaņa (1.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes) Informācijas izvietošana partneru kanālos, informācijas izplatīšana organizācijām un profesionāļu asociācijām, mediju informēšana par jomas aktualitātēm un iepazīstināšana ar komunikācijas kanāliem, sociālo tīklu komunikācija projekta turētāja sociālo tīklu kontos, Google Ads risinājums	<ul style="list-style-type: none"> Sasniegtās mērķauditorijas īpatsvars (10% no kopējā mērķauditorijas skaita jeb 134 625 gadā).
Komunikācijas kampaņa (2.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) Sabiedrības informēšanas kampaņa (mediju attiecības, vides objekti, tiešā komunikācija, pasākumi utt.), reklāmas kampaņa (internets, radio), sociālo tīklu komunikācija īpaši izveidotos sociālo tīklu kontos, satura projekts kādā no lielākajiem nacionālajiem portāliem, dalība vai materiālu izvietošana partneru organizētos pasākumos	<ul style="list-style-type: none"> Sasniegtās mērķauditorijas īpatsvars (50% no kopējā mērķauditorijas skaita jeb 673 125 gadā).
Komunikācijas kampaņa (3.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) Salīdzinājumā ar 2.līmeni, plašāka un apjomīgāka reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa atkarībā no budžeta, ietverot paplašinātu komunikācijas kanālu loku gan nacionālajā, gan reģionālajā līmenī (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports, speciālie sabiedrības informēšanas pasākumi u.c.). Papildus tam, izstrādāts īpašs raidījumu cikls TV vai radio/ podkāstā un izmantota ietekmētāju (influenceru) un publiski atpazīstamu personu komunikācija	<ul style="list-style-type: none"> Sasniegtās mērķauditorijas īpatsvars (70-80% no kopējā mērķauditorijas skaita jeb no 942 375 līdz 1 077 000 gadā).

Pilna mēroga aktivitāšu īstenošanas posmā rekomendēts mērīt Tabula 6 ietvertos rādītājus.

⁵⁶ Aprēķins: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (pilotprojektā plānotie 16 no valstī esošajiem 140 VPKAC (11.4%)) * (cilvēki, kas nespēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā (14%)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadi (5)) * (informatīvās kampaņas paredzētā sasniegtā mērķauditorija (50%)).

⁵⁷ Komunikācijas kampaņu kvantitatīvais rezultāts - dažādu komunikācijas aktivitāšu rezultātā sasniegto personu skaits (tas nosakāms, izmērot katru aktivitāti atsevišķi, un summējot iegūtos rezultātus. Skatoties pēc kampaņā iekļautajām aktivitātēm, var kvantitatīvi uzskaitīt: pasākumu apmeklētāju skaitu, publikāciju lasījumus un sasniegto auditoriju, katra digitālā ieraksta lasījumus, interakcijas un personu, kas redzējušas ierakstu, skaitu u.c. rādītājus). Zīmola un satura popularitātes kvantitatīvai novērtēšanai - veicot sabiedriskās domas aptauju par zīmola atpazīstamību.

Tabula 7. Ieguvuma rādītāji pilna mēroga ieviešanas posmam

Nr.	Aktivitātes	Ieguvuma rādītājs
7	Veikt pilotprojekta rezultātu novērtēšanu	Rekomendēts izvērtēt pilotprojekta ietvaros izmantoto rezultatīvo rādītāju lietderīgumu un atbilstoši nepieciešamībai veikt tajos precizējumus
8	Papildināt tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – sekundārā funkcionalitāte⁵⁸	
9	Paplašināt iespiestu informatīvo materiālu izplatīšanas tvērumu	
10	Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku	
11	Turpināt īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai	
12	Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas	<p>Pozitīva dinamika (skat. 1.4.2 Kvalitātes rādītāji) tādos, ar informāciju finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai, aspektos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cilvēku skaits, kas spēj atrast sev nepieciešamo informāciju finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jautājumos; • Tīmekļvietnes un konsultāciju izmantošana; • Augstāka informētība par jautājumiem, kas saistīti ar finanšu grūtību risināšanu; • u.c.

⁵⁸ Sekundārā funkcionalitāte ietver personalizētus rīkus finansiālās situācijas izvērtēšanai, pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos, iespēju abonēt jaunumus un forumu jeb vietu brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai.

1.4.2. Kvalitātes rādītāji

Projekta ietekmi rekomendēts mērīt regulāri, pēc pilotprojekta noslēguma. Kvalitātes rādītājus iespējams mērīt, veicot periodisku mērķa grupu sociālo aptauju (skat. 8. rekomendāciju)⁵⁹, kā arī salīdzinot ar finanšu grūtībām saistītu institūciju ievāktos datus (piemēram, MKD datus). Rekomendēts apsvērt mērīt šādus kvalitātes rādītājus:

- Vismaz par **50%** samazināts patērētāju, MVU un uzņēmēju skaits, kas informāciju par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu atrada ar grūtībām vai neatrada vispār, salīdzinājumā ar Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju.⁶⁰ No 64% līdz 32% patērētājiem (kritums par 32 procentpunktiem), no 55% līdz 27% - MVU (kritums par 28 procentpunktiem) un no 51% līdz 25% - uzņēmējiem (kritums par 26 procentpunktiem).
- Vismaz par **50%** samazinās patērētāju, MVU un uzņēmēju skaits, kas uzskata, ka nav pietiekami informēti par jautājumiem, kas skar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, salīdzinājumā ar Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju.⁶¹ No 41% līdz 20% patērētājiem (kritums par 21 procentpunktiem), no 36% līdz 18% - MVU (kritums par 18 procentpunktiem) un no 37% līdz 18% - uzņēmējiem (kritums par 19 procentpunktiem).
- Piedāvātie risinājumi (tīmekļvietne, 1.līmeņa konsultāciju punkti) tiek minēti starp **top 5** avotiem, kuri izmantoti informācijas par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu meklēšanai, salīdzinājumā ar Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju.
- Vismaz par **25%** samazinājās juridisko personu maksātnespējas procesu, kad tiek sastādīts ziņojums par mantas neesamību, īpatsvars, salīdzinājumā ar 2021. gada datiem.⁶² No 54% uz 41% (kritums par 13 procentpunktiem).

Pēc pilotprojekta noslēguma, apsverot aktivitāšu ieviešanu ilgtermiņā, papildu rekomendēts apsvērt proaktīvi izvēlēto risinājumu⁶³ īpatsvaru.

⁵⁹ Aprakstītie kvalitātes rādītāji norādīti saistībā ar pirmās sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem, kuru plānots veikt pēc pilotprojekta noslēguma, salīdzinot ar šī Projekta ietvaros veikto socioloģisko aptauju. Pēc pilotprojekta nepieciešams izvērtēt sasniegtos rezultātus un plānotajām aktivitātēm izvirzīt atbilstošus rādītājus, kas jāsasniedz līdz nākamajai aptaujai. Sabiedriskās domas aptaujai salīdzinājumā ar iepriekšējā periodā veikto aptauju allaž būtu jārada pozitīva tendence.

⁶⁰ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā", kur no tiem respondentiem, kuri informāciju pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši, to atrada ar grūtībām vai neatrada vispār 64% patērētāju, 55% MVU, 51% uzņēmēju. Skatīts 2022.gadā.

⁶¹ Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā", kur savu zināšanu līmeni kā nepietiekamu vai drīzāk nepietiekamu vērtē 41% patērētāju, 36% MVU, 37% uzņēmēju. Skatīts 2022.gadā.

⁶² Maksātnespējas kontroles dienesta 2021. gada ziņojuma sadaļas "5. Maksātnespējas nozares aktuālie dati" dati par maksātnespējas procesa efektivitātes rādītājiem (24. lpp.).

⁶³ Ar proaktīviem risinājumiem mēs saprotam (pretstatā reaktīvam tiesiskam risinājumam – piespiedu izpilde un parādu piedziņa):

- 1) patērētājiem – fiziskās personas maksātnespēja, fiziskās personas atbrīvošana no parādsaistībām, vienošanās ar kreditoru;
- 2) MVU un uzņēmējiem – neformālā restrukturizācija (ārpustiesas) (1. saistību atmaksas nosacījumu maiņa, 2. uzņēmējdarbības operacionālā restrukturizācija, 3. finanšu restrukturizācija);
- 3) MVU un uzņēmējiem (izņemot saimnieciskās darbības veicēji (fiziskās personas)) – reorganizācija (apvienojot, sadalot vai pārveidojot uzņēmumu – reģistrācija LR UR), formālā restrukturizācija (tiesā) (tiesiskās aizsardzības process (TAP) un ārpustiesas tiesiskās aizsardzības process (ĀTAP)), uzņēmuma likvidācija, juridiskās personas maksātnespēja;
- 4) Uzņēmējiem (saimnieciskās darbības veicēji (fiziskās personas)) – fiziskās personas maksātnespēja.

1.5. Potenciālais ekonomiskais ieguvums

Rekomendāciju ieviešanas rezultātā tiks mazināta informācijas avotu saistībā ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu sadrumstalotība un nodrošināta iespēja mērķa grupām saņemt informāciju gan digitālos, gan nedigitālos kanālos. Paredzams, ka rekomendāciju ieviešana tiešā veidā ietekmēs mērķa grupu pārstāvju skaitu, kuri sev atbilstošu informāciju spēs atrast bez sevišķās grūtībām (Projekta ietvaros veiktas socioloģiskās aptaujas rezultāti rāda, ka 2022. gadā to spēja tikai ceturtā daļa katras mērķa grupas pārstāvju).

Ekonomiskais ieguvums ir novērojams mērķa grupu spējā atrast sev nepieciešamo informāciju ātrāk, radot laika ietaupījumu. Šo pozitīvo ietekmi var mērīt laika vērtībā, kā arī monetārā izteiksmē, pieņemot, ka šis laiks var tikt izmantots ekonomiskai aktivitātei.

Lai novērtētu **ekonomisko ieguvumu**, tika analizēts patērētāju mērķa grupas potenciālais laika ietaupījums, kas saistīts ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītas informācijas meklēšanai, un tā monetārā vērtība. Patērētāji sevī iekļauj arī visus MVU vadītājus un uzņēmējus, tādējādi patērētāju potenciālā ekonomiskā ieguvuma aprēķins nosedz visas trīs mērķa grupas.⁶⁴ Potenciālais patērētāju ekonomiskais ieguvums ir (aprēķini redzami zemāk):

- **Laika vērtībā (stundas/ gadā): 39 604**
- **Monetārā vērtībā (eiro/ gadā): 183 305**

Aprēķins iegūtajai laika vērtībai: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (patērētāji, kuri pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši kādu informāciju, kas varētu noderēt finanšu grūtību risināšanai (23%)) / (gadi (5)) * (patērētāji, kuri informāciju atrada ar grūtībām vai neatrada vispār (64%)) * (informatīvās kampaņas paredzētā sasniegtā mērķauditorija (50%)) * (rekomendāciju ieviešanas rezultātā, pieņemtais vidējais patērētāju ietaupītais laiks informācijas finanšu grūtību situācijas risināšanai meklēšanā (2h))

Aprēķins iegūtajai monetārajai vērtībai: (iegūtā laika vērtība) * (neto mēneša darba samaksas mediāna 2021. gadā (740))⁶⁵ / (normālais mēneša darbalais (160h)).

⁶⁴ Potenciālā ekonomiskā ieguvuma aprēķinā ņemts vērā, ka mērķa grupas nav viena otru izslēdzošas (piemēram, uzņēmējs informāciju var meklēt kā patērētājs un kā uzņēmējs). Patērētāju mērķa grupā tiek iekļauti Latvijas iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 74 gadiem, kas sevī ietver arī lielu daļu uzņēmēju un MVU vadītāju, sastādot vienu un to pašu pieaugušo iedzīvotāju grupu. Balstoties uz Projekta ietvaros veiktās socioloģiskās aptaujas datiem, aptuveni 25% mērķa grupu pārstāvji pēdējo 5 gadu laikā ir meklējuši informāciju, kas saistīta ar finanšu grūtību risināšanu. Lai gan informācija saistībā ar finanšu grūtību risināšanu atšķiras atkarībā no mērķa grupas, tostarp arī ceļa kartes piedāvātie risinājumi/ rezultāti, kas paredzēti visām trim mērķa grupām, tās iegūšanas ceļš (tīmekļvietnes apmeklējums, iespēju izpēte un rīcība) mērķa grupām ir vienāds.

Šī iemesla dēļ ekonomiskā ieguvuma aprēķinam mērķa grupas tika apvienotas vienā. Ņemot vērā to, ka mērķa grupas nav viena otru izslēdzošas, ekonomiskā ieguvuma aprēķinā ir ievērota piesardzība attiecībā uz personu dubulto uzskaiti, kas var novest pie ekonomiskā ieguvuma pārvērtēšanas vai novērtēšanas par zemu konkrētai mērķa grupai, tādējādi apšaubot iegūtos rezultātus.

Pēc risinājumu iedzīvināšanas, būs iespējams iegūt precīzus datus par informācijas meklētājiem sadalījumā – patērētāji, MVU un uzņēmēji – kas dos iespēju aprēķināt ekonomisko ieguvumu konkrētai mērķa grupai.

⁶⁵ Centrālā statistikas pārvalde, 2022. Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa un mediāna (eiro).

1.6. Rīcības plāna ieviešanas riski

Galvenie riski, kas saistīti ar Rīcības plānā minēto aktivitāšu ieviešanu, ir iekļauti zemāk tabulā. Paredzēts, ka projekta vadītājs būs atbildīgs par riska pārvaldību, gan pilotprojekta īstenošanas un rezultātu novērtēšanas posmā, gan pilna mēroga aktivitāšu īstenošanas posmā. Zemāk esošajā tabulā ir sniegts risku pārskats un to vērtējums (sarkans – augsts risks, dzeltens – vidējs risks, zaļš – zems risks). Katram identificētajam riskam piedāvāti risku mazināšanas pasākumi.

Tabula 8. Rīcības plāna ieviešanas riski un to mazināšanas pasākumi

Risks	Riska mazināšanas pasākumi
<ul style="list-style-type: none"> ● Iekšējā TM vadības prioritāšu maiņa attiecībā uz rīcības plānā ietvertu aktivitāšu īstenošanu 	<p>Finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jautājumu nozīmība regulāri jāaktualizē TM un iesaistīto pušu vidū, piemēram, starpinstitucionālajā koordinējošajā padomē (skat. 1.2.2 Aktivitātes komunikācijas organizācijas un pārvaldības mehānisma ieviešanai), izvirzot stratēģiskās prioritātes un nodrošinot to īstenošanu.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Iekšējās kapacitātes zudums TM rīcības plāna aktivitāšu ieviešanai 	<p>Jānodrošina, ka Projektā ir iesaistīti vairāki darbinieki no TM puses, kā arī ir pieejami ar Projektu saistītie materiāli, nodrošinot zināšanu pārnesi, Projekta pēctecību darbinieku vidū, ja rodas situācija, ka galvenās ar Projektu saistītās personas jebkāda iemesla dēļ nevar turpināt darbu pie Projekta.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Liels iesaistīto pušu loks, kuriem ir loma (piemēram, nevēlās iesaistīties) aktivitāšu ieviešanā 	<p>TM ir rekomendēta kā atbildīgā iestāde gandrīz visu aktivitāšu īstenošanā, kas, kā galvenajam iniciatoram finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai jomas pilnveidošanā, mazina TM atkarību no citiem iesaistītajiem. Tā kā vairāku aktivitāšu īstenošanā TM ir jāsadarbības ar citām iestādēm (ministrijām un to padotības iestādēm), tad nozīmētajam projektu vadītājam no TM puses ir nepieciešams organizēt regulāru sadarbību ar citām iestādēm un organizācijām. Rīcības plāna aktivitāšu īstenošanai, kā pirmo aktivitāti paredzam koordinējošās ministrijas nozīmēšanu un starpinstitucionālas padomes izveidi (skat. 1.2.2 Aktivitātes komunikācijas organizācijas un pārvaldības mehānisma ieviešanai), kas nodrošinātu stratēģiski organizētu mērķu politikas īstenošanu, komunikāciju, risinājumu ieviešanu un uzraudzību, piemēram, informācijas pārskatīšanu un atjaunošanu tīmekļvietnē un ar to saistītajās lapās.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Grūtības nepieciešamā finansējuma vai cilvēkresursu piesaistē 	<p>Rīcības plānā iekļautās aktivitātes iespējams ieviest gan izmantojot ārpalpojumu, gan ar TM iekšējiem cilvēkresursiem. Atbilstoši iespējām un piemērotumam, pilnai vai daļējai aktivitātes ieviešanai jāizvēlas viens, otrs vai abu variantu kombinācija. Atsevišķās aktivitātēs (piemēram, komunikācijas kampaņas īstenošana) paredzēti vairāki iespējamie varianti, kurus iespējams izvēlēties atbilstoši resursu pieejamībai.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Rīcības plānā iekļautās aktivitātes zaudē aktualitāti 	<p>Rīcības plānā iekļautās aktivitātes lielā mērā risina problēmjomas, kuras nevar tikt līdz galam atrisinātas, bet situācija var tikt uzlabota. Finanšu grūtību tēmu var apskatīt no dažādiem skatupunktiem, pielāgojot uzsvarus uz dažādiem finanšu grūtību aspektiem (īpaši komunikācijas kampaņas aktivitātes), tādējādi nodrošinot to aktualitāti atbilstoši konkrētajā brīdī aktuālajai problemātikai.</p>

2. Laika plāns aktivitāšu īstenošanai

Nodaļas mērķis: parādīt aktivitāšu secības loģiku un nepieciešamo laiku aktivitāšu īstenošanai.

Zemāk piedāvāts secīgs aktivitāšu ieviešanas laika plāns un identificēta aktivitāšu savstarpējā saistība. Aktivitāšu plāns izstrādāts laika posmam sākot no nepieciešamo resursu piesaistes, nosedzot sagatavošanās un ieviešanas posma pirmo gadu.

Saskaņā ar laika plānu paredzēts, ka:

- 2023.gada I ceturksnī tiek noslēgts Projekts;
- Pirmajos mēnešos notiek sagatavošanās pilotprojekta īstenošanai, kas ietver ieviešanai nepieciešamā budžeta un cilvēkresursu piesaisti. Papildu tiek paredzēta iespēja uzsākt atsevišķu aktivitāšu ieviešanu (iepirkuma tīmekļvietnes izstrādei dokumentācijas sagatavošanu, vienošanās panākšanu ar IeVP un VPD par pilotprojekta īstenošanu un praktisko detaļu saskaņošanu tā īstenošanai).

Pēc nepieciešamo resursu piesaistes:

- Tālākajos 24 mēnešos notiek pilotprojekta īstenošana, kas paredz tīmekļvietnes un iespiestu informatīvo materiālu izveidi, mācību nodrošināšanu konsultantiem pirmā līmeņa atbalsta sniegšanai, iepirkuma organizēšanu komunikācijas kampaņas piegādātāja izvēlei, kā arī faktisko pilotprojekta norisi un pilota rezultātu izvērtēšanu.
- Tālāk (24 mēnešus pēc nepieciešamo resursu piesaistes) ir paredzēta pilna mēroga aktivitāšu norise, par kuru īstenošanas tvērumu un pieeju lēmums jāpieņem, balstoties uz pilotēšanas rezultātiem.

Detalizēts laika plāns Ganta diagrammas formātā ir pievienots pielikumā.

Klikšķināt uz zemāk pievienotās datnes, lai atvērtu pielikumu.



Laika plāns.xlsx

Tabula 9. Augsta līmeņa laika plāns aktivitāšu īstenošanai

Projekts "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību apzināšanai un atrisināšanai"		Sagatavošanās posms valsts pusē aktivitāšu ieviešanai	Ieviešanas posms																
			Pilotprojekta īstenošana un rezultātu novērtēšana								Pilna mēroga aktivitāšu īstenošana				Tālākā darbība				
			1. gads pēc nepieciešamo resursu piesaistes				2. gads pēc nepieciešamo resursu piesaistes				3. gads pēc nepieciešamo resursu piesaistes				4. gads un turpmākie gadi				
2022	2023		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
		0. Nodrošināt nepieciešamos resursus rekomendāciju ieviešanai																	
		1. Stiprināt pārvaldības mehānismu komunikācijas ar mērķauditorijām organizācijai, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmiska un ilgtspējīga.																	
Izstrādāt konceptu		2. aktivitāte*																	8. Papildināt tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai – sekundārā funkcionalitāte.
Izstrādāt konceptu		3. aktivitāte**																	9. Paplašināt iespiestu informatīvo materiālu izplatīšanas tvērumu.
																			10. Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku.
																			11. Turpināt īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un saturs popularizēšanai.
																			12. Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai saturs informācijas.

* 2. Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai - primārā funkcionalitāte (ceļa karte).

** 3. Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā).

Izmantotās informācijas saraksts

No.	Nosaukums
1.	Elektroniskā iepirkumu sistēma. Pieejama: https://www.eis.gov.lv/EIS/
2.	Ieslodzījumu vietu pārvalde. Struktūrvienību kontakti. Pieejams: https://www.ievp.gov.lv/lv/strukturvienibas
3.	Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa. Par mums. Pieejams: https://www.nic.lv/lv/par-mums
4.	Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs. Gov.lv domēna uzturēšana. Pieejams: https://www.lvrta.lv/pakalpojumi/valsts_sektoram/gov_domens/
5.	Naudas prasme 2021. "Latvijas iedzīvotāju finanšu pratības stratēģija 2021.-2027.gadam". Pieejams: https://www.finansupratiba.lv/wp-content/uploads/2021/03/Finansu-pratibas-strategija.pdf
6.	Saeimas 23.09.2021. pieņemtais Latvijas Bankas likums. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/326575-latvijas-bankas-likums
7.	Saeimas 23.09.2021. likuma "Par Latvijas Banku" pārejas noteikumu 12.punkts. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/326577
8.	Tieslietu ministrijas 2021. gada ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā". Pieejams: https://www.tm.gov.lv/lv/media/10478/download
9.	Tiesu administrācija 2022. Ārpustiesas ceļvedis. Pieejams: https://manas.tiesas.lv/eTiesasCelvedis/
10.	Valsts probācijas dienests. Filiāļu kontakti. Pieejams: https://www.vpd.gov.lv/lv/filiales
11.	VARAM 2021. Valsts un pašvaldības vienotais klientu apkalpošanas centru tīkls. Pieejams: https://www.varam.gov.lv/lv/vpvkac

Pielikums 1. Tīmekļvietnes izstrādes alternatīvas

Alternatīva 1: realizēt šādu projektu patstāvīgi un nodrošināt izveidotās tīmekļvietnes darbību (izmitināšanu) ārpus Valsts un pašvaldību iestāžu tīmekļvietņu vienotās platformas. Šādu tīmekļvietni teorētiski var izmitināt manas.tiesas.lv portālā kā atsevišķu sadaļu (pēc analogijas ar “Ārpustiesas ceļvedi”⁶⁶), bet tas ierobežos interaktivitāti, jo šis portāls izmanto novecojušas tehnoloģijas. Var izmitināt arī pilnīgi autonomā mājas lapā, kuras pieejamības un drošības prasības nedefinē iepirkuma nefunkcionālajās prasībās.



Priekšrocības

1. Nav tehnisku un laika ierobežojumu no citiem projektiem (Valsts kancelejas projekta par vienotās mājas lapu platformas pilnveidošanu)
2. Mazāks risks, ka IT iepirkumi beidzas bez rezultāta (dēļ neveiksmīgas tehniskās specifikācijas vai augstas nozares konkurences).
3. Mazāks IT projekts ar mazāku koplīcību, kas ļauj to vieglāk pārvaldīt un drošāk iegūt vēlamu rezultātu (tīmekļvietnei nepieciešamo interaktivitāti).



Trūkumi

1. Jāpiesaista papildus finansējums tīmekļa vietnes izstrādei. Neveiksmīgas finansējuma piesaistes gadījumā ir alternatīva meklēt atbalstu TM E-lietas attīstības projektā no Atvēršanas un noturības mehānisma līdzekļiem.

Alternatīva 2: realizēt šādu projektu kā pilotprojektu Valsts kancelejas iecerētā projektā par Valsts un pašvaldību iestāžu tīmekļvietņu vienotās platformas tālāku attīstību, ieviešot funkcionalitāti tematisko mājas lapu izveidei. Šajā gadījumā tīmekļvietne ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai tiktu izmitināta Valsts un pašvaldību iestāžu tīmekļvietņu vienotā platformā. Tehniskās specifikācijas tīmekļvietnes primārai⁶⁷ un sekundārai⁶⁸ funkcionalitātei būtu kā Valsts kancelejas projekta tehniskās specifikācijas sastāvdaļa un iepirkumu centralizēti realizētu Valsts kanceleja.



Priekšrocības

1. Nav jāpiesaista papildus finansējums tīmekļa vietnes izstrādei (tiks izmantoti Valsts kancelejas projektam piešķirtie līdzekļi).
2. Nav jāspecificē tīmekļvietnes nefunkcionālās prasības (pieejamība / drošība). Izmanto jau esošu platformu.
3. TM nav jāorganizē IT iepirkumi (atslogo savus admin. resursus). Iepirkumus organizēs Valsts kanceleja.



Trūkumi

1. Šobrīd nav konkrēta lēmuma par vienotās mājas lapu platformas pilnveidošanu (tikai ieceres līmenī).
2. Tīmekļvietnes izveides laika grafiks stingri atkarīgs no Valsts kancelejas projekta īstenošanas gaitas un gala rezultāta.
3. Risks, ka vienotās mājas lapas platformas pilnveidošanas specifikācijā netiek iekļautas funkcionālās prasības, kas ir būtiskas tīmekļvietnes interaktivitātei.

⁶⁶ Tiesu administrācija 2022. Ārpustiesas ceļvedis. Skatīts 2022.gadā

⁶⁷ Primārā funkcionalitāte ietver “**Ceļa karti**”, kas sniedz iespēju mērķa grupu pārstāvjiem, atbildot uz savu situāciju novērtējošiem jautājumiem, saņemt pamata informāciju un ieteikumus piemērotākajiem finanšu grūtību situācijas risinājumiem.

⁶⁸ Sekundārā funkcionalitāte ietver personalizētus rīkus finansiālās situācijas izvērtēšanai, pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos, iespēju abonēt jaunumus un forumu jeb vietu brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai.

Pielikums 2. Darbnīcu kopsavilkums

Klikšķināt uz zemāk pievienotās datnes, lai atvērtu pielikumu.



2.pielikums_Darbnīcu
kopsavilkums.pdf



PwC