

Mārupes novada pilsētvides mārketinga un komunikācijas stratēģija

II. daļa Mārketinga programma

2016.gada 17.marts

SATURS

Ievads.....	3
1. Mārupes novada attīstības vīzija, mērķi un uzdevumi	4
2. Novada unikālās vērtības (identitāte), ekonomiskā specializācija	7
3. Mārupes novada teritoriālā mārketinga programma.....	10
4. Stratēģijas īstenošana, uzraudzība un rezultātu novērtējums	26

Ievads

“Mārupes novada pilsētvides mārketinga un komunikācijas stratēģija” ir pašvaldības plānošanas vidēja termiņa dokuments pašvaldības vadības un pilsētvides mārketinga stratēģijas īstenošanai laika posmā no 2016. līdz 2020. gadam.

Mārupes novada pilsētvides mārketinga un komunikācijas stratēģija ir dokuments, kas integrēts pilsētas attīstības plānošanas dokumentu sistēmā.

Mārketinga stratēģijā ņemti vērā pilsētas attīstības plānošanas dokumentos paredzētie attīstības virzieni, jo Mārupes novada ilgtermiņa attīstības vīzija, stratēģiskais mērķis un attīstības prioritātes ir pamats mārketinga darbības un komunikācijas aktivitāšu izstrādei un novada pozicionējumam.

Atbilstoši Mārupes novada attīstības programmai 2013.-2019. gadam Mārupes novada attīstības vīzija līdz 2030.gadam ir: **Mārupes novads ir labvēlīgam lidojumam teicama starta vieta.**

Savukārt ilgtermiņa prioritāte šajā programmā ir: **Kvalitatīva un harmoniski attīstīta vide iedzīvotājiem, biznesam un atpūtai.**

Mārupes novada mārketinga stratēģijā ir definēti prioritārie pašvaldības produkti, kā arī noteikti pasākumi, paredzot nepieciešamo resursu apjomu un pašvaldības produktu sniegšanas vietu izvirzīto mērķu sasniegšanai. Vienlaikus stratēģijā ir formulētas galvenās veicamās darbības Mārupes novada mārketinga attīstīšanā un mārketinga komunikācijas aktivitāšu virzieni.

Mārketinga stratēģijas īstenošana veicinās iedzīvotāju, uzņēmēju palikšanu novadā un jaunu iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu piesaisti, kā arī palīdzēs vairot Mārupes novada pievilcību. Vienlaikus dokuments var kalpot kā pamats pilsētas dokumentu aktualizēšanai, nevalstisko organizāciju un biznesa plānu sagatavošanai nākotnē.

Mārupes novada mārketinga stratēģija sastāv no:

1. „Mārupes novada pašreizējās situācijas raksturojums un analīze” , kur ir veikta novada pašreizējās situācijas, pašvaldības produktu un SVID analīze.
2. „Stratēģiskā daļa” , kur ir definēta novada unikalitāte, attīstības vīzija, mērķi un rīcības prioritātes, kā arī izstrādāta "Rīcības plāna", kur ir izvirzītas vidējā termiņa prioritātes, rīcības virzieni un uzdevumi, kuri formulēti rīcības programmas veidā, norādot katras aktivitātes ietekmi uz visiem izvirzītajiem mērķiem, vienlaikus nodaļā iekļaujot arī stratēģijas īstenošanas organizācijas un uzraudzības sistēmu.

Visas stratēģijā norādītās darbības ir vērstas uz novada pozicionējuma un unikalitātes, pievilcības izcelšanu, stiprināšanu un īstenošanu.

1. Mārupes novada attīstības vīzija, mērķi un uzdevumi

Saskaņā ar Mārupes novada ilgtspējīgu attīstības stratēģiju 2013.-2026.gadam Mārupes novada attīstības vīzija ir „**Labvēlīgam lidojumam teicama starta vieta**”. Vīzija ietver gan to, ka novads ir teicama dzīvesvieta, izdevīga starta vieta uzņēmējdarbības sākšanai un/vai attīstīšanai, kā arī tā ir vieta, kur atpūsties un smelties iedvesmu novada viesiem, ko palīdz nodrošināt pilsētas un zaļās vides neskarto dabas teritoriju līdzāspastāvēšana.

Mārupes novada vīzija ietver arī iespēju augt un attīstīties, strādāt un īstenot savas ieceres, kā arī sniegt pilnvērtīgas attīstības iespējas, nodrošinot līdzsvarotu un harmonisku attīstību visos segmentos visām mērķgrupām. Tā ir vieta radošam lidojumam, labvēlīgai attieksmei un personības attīstībai.

Mārketinga stratēģijas mērķis

Stratēģijas fokuss ir novada virzība, pozicionējuma un novada pievilcības veicināšana mērķgrupu vidū. Novada **pievilcība** ir atslēgas vārds, jo tieši pievilcības faktors ļauj sasniegt **iekšējās auditorijas** – novadā jau dzīvojošos iedzīvotājus un uzņēmumus, kuri darbojas tās teritorijā, kā arī **ārējās auditorijas** – potenciālos nākotnes iedzīvotājus, viesus vai uzņēmumus, kuri patlaban darbojas ārpus novada teritorijas.

Tādējādi **Mārupes novada mārketinga stratēģijas mērķis ir veicināt Mārupes novada pievilcību visu mērķauditoriju – iedzīvotāju, uzņēmēju un novada viesu - skatījumā, stiprinot novada pozīcijas un veicinot tā konkurētspēju.**

Šis stratēģiskais mērķis ir realizējams trijos virzienos. **Novada pievilcība iedzīvotāju kontekstā** ir skatāma kā:

pievilcīga vieta dzīvošanai, bērnu audzināšanai, ģimenes veidošanai, ar pieejamu infrastruktūru, pakalpojumiem, augstu labklājības, drošas un sakoptas vides indeksu, kā arī plašām izglītības, kultūras, atpūtas un brīvā laika pavadīšanas iespējām.

Uzņēmēju kontekstā novada pievilcība ir:

pievilcīga vieta uzņēmējdarbībai, labvēlīga uzņēmējdarbības vide investīciju piesaistei, konkurētspējas veicināšanai, kvalificēta darbaspēka esamība, dinamiska ekonomikas attīstība tradicionālo un inovatīvo nozaru attīstībai, atbilstošu teritoriju, dabas resursu, infrastruktūras pieejamība.

Novada pievilcība viesu skatījumā: attīstīta novada infrastruktūra. Atpūtas, sporta, kultūras un brīvā laika savienojamība ar kvalitatīvas dabas un kultūrvēsturiskā mantojuma, kā arī neskartu dabas teritoriju sniegtajām iespējām.

Iepriekš minētie mērķi korelē ar Mārupes novada kopējiem jeb ilgtermiņa attīstības stratēģijā minētajiem attīstības virzieniem – cilvēks, ekonomika un dzīves telpa.



1. attēls Mārupes novada attīstības virzieni

Lai sasniegtu izvirzītos mērķus, nepietiek vien ar „tehnisku problēmu” risinājumiem, kā, piemēram, attīstītas infrastruktūras nodrošinājums, **novadam ir nepieciešams veidot un attīstīt spēcīgu identitāti** un pozicionējumu tirgū. Šī spēcīgā identitāte ir nepieciešama ne tikai tāpēc, ka Mārupe ir ļoti dinamiski augošs novads, bet arī tāpēc, ka:

- teritorijai strauji attīstoties, ir iespējas radīt un ieviest savas teritoriālās vērtības;
- spēcīga identitāte ļaus panākt atpazīstamību, vērtību iesakņošanu un pievilcību mērķgrupu vidū;
- palīdz piesaistīt investīcijas;
- stiprina piederības sajūtu iedzīvotāju vidū;
- palīdz atbrīvoties no iesīkstējušiem stereotipiem.

Pareizs novada pozicionējums un tā komunikācija, kā arī Mārupes stāsta (leģendas) radīšana var palīdzēt izcelt novada unikalitāti un radīt spēcīgu identitāti, piemēram, ka Mārupes novads ir unikāla zaļas, nepiesārņotas dabas teritorija, kur dzīvo laimīgākie un apmierinātākie cilvēki Latvijā, turklāt tikai 10 minūšu attālumā no galvaspilsētas centra. Tāpat pozicionējumā var laimes sajūtu sasaistīt ne tikai ar dabas plašo mantojumu, bet arī iespēju būt prom no lielpilsētas trokšņa vai tamlīdzīgiem apstākļiem.

Kā vēl viens apstāklis, kas ļautu veidot ne tikai Mārupes novada atpazīstamību, bet izceltu tās unikalitāti un veicinātu iedzīvotāju lepnumu un tūristu piesaisti, ir atsevišķu uzņēmējdarbības veidu attīstība. Piemēram, jau šobrīd Mārupes novadā ir vairākas ēkas, kuras izceļas ar savu arhitektonisko veidolu un kuras pat ir ieguvušas Arhitektūras gada balvas godalgas, piemēram, Pinakotēka, Ziedleju ielā, arhitektes Zanes Teteres, kuras darbu apskati ir tikuši publicēti *The New York Times* un virknē citu ārvalstu mediju, privātmāja Mārupē. Augstvērtīgi ēku arhitektoniskie risinājumi ļaus veicināt ne tikai vienotu kompozicionālo telpu, bet arī pozicionējumu un, iespējams, tūrisma maršrūtus. Augstvērtīgāki arhitektoniskie risinājumi nākotnē būtu izmantojami un iesakāmi ne tikai darījumu teritoriju, bet arī privātmāju teritorijās

(izstrādājot atbilstošus saistošos noteikumus). Tāpat būtu izvērtējama kultūras iestāžu celtniecība, piemēram, Mārupes dabas koncertzāle.

Koncertzāle spētu piesaistīt plašu interesentu loku (tūristi, novada viesi, investori u.c.), spētu apmierināt iedzīvotāju vajadzības pēc kultūras, sniegtu daudzpusīgas uzņēmējdarbības attīstības iespējas un daudzus citus faktorus. Kultūra kā virziens īpaši būtu attīstāms gan tāpēc, ka iedzīvotāji visvairāk apmeklē tieši kultūras pasākumus novadā, gan uz šādu fundamentālu, unikālu un tūristu, jo īpaši rīdzinieku, infrastruktūru nepieciešamību ir norādījuši arī novada uzņēmēji.

Tāpat būtu attīstāms ainavu arhitektūras virziens.

Tomēr Mārupes novada gadījumā būtu nepieciešams veidot spēcīgu novada identitāti un tēlu kā pamatu novada zīmola attīstībai.

Mārupes novads kā zīmols ļautu mērķgrupām uztvert un saprast teritoriju un tās pakalpojumus. Spēcīga teritorijas zīmola esamība ļautu risināt ne tikai ekonomiskos, bet arī kultūras un sociālas dabas jautājumus. Spēcīga novada zīmola esamība ļautu izdarīt izvēli par labu Mārupes novadam gan kā labākajai vietai dzīvošanai, gan uzņēmējdarbībai, kā arī brīvai laika pavadīšanai.

Lai nodrošinātu iepriekš minēto mērķi, izvirzīti šādi **mārketinga uzdevumi**:

- veicināt jauniešu neformālās mācīšanās programmas un sabiedrisko aktivitāti;
- veicināt izglītības pakalpojumu kvalitāti;
- veicināt Mārupes novada jauniešu konkurētspēju darba tirgū;
- sniegt atbalstu iedzīvotājiem, ģimenēm un to vērtībām;
- paplašināt un modernizēt kultūras, sporta infrastruktūru novadā;
- nodrošināt daudzveidīgu un kvalitatīvu kultūras piedāvājumu;
- nodrošināt daudzpusīgu un kvalitatīvu sporta un aktīvās atpūtas piedāvājumu;
- veicināt fiziskās aktivitātes un veselīga uztura lietošanu bērnu un jauniešu vidū;
- sniegt atbalsta instrumentus jaunajiem uzņēmējiem;
- veicināt biznesa atbalsta institūciju attīstību;
- nodrošināt iespējas jauniešiem komercdarbības sākšanai;
- nodrošināt daudzpusīgu tūrisma piedāvājumu un informācijas pieejamību par tiem;
- veicināt Mārupes novada pakalpojumu kvalitāti.

Pašvaldība (komunicēšana un novada tēla pozicionēšana, teritorijas tēla koncepcijas un to veicinošu pasākumu izstrāde):

- Mārupes novada iedzīvotāju vajadzību apmierināšana, piedāvājot kvalitatīvus pašvaldības produktus un attīstot jaunus, iedzīvotājiem vajadzīgus produktus;
- teritorijas tēla koncepcijas un to veicinošu pasākumu izstrāde;
- novada produktu patērētāju lojalitātes līmeņa veicināšana un paaugstināšana;
- Mārupes novada kā zīmola popularizēšanas programmas izstrāde visās ar novadu saistītās komunikācijās;
- izstrādāt un radīt jaunus produkta komponentus atbilstoši mērķauditoriju vajadzībām un pieprasījumam;
- pasākumi zīmola vizualizācijas iedzīvināšanai, zīmola nostiprināšanas (darbs ar teritorijas infrastruktūru) veicināšanai;

- zīmola integrēšana;
- iedzīvotāju radošās izpausmes stimulēšana un radošās inteligences veidošana.

2. Novada unikālās vērtības (identitāte), ekonomiskā specializācija

Augsts vai zems kādas teritorijas uztveres līmenis izriet no faktoru summas, kas veidojušies no stabilajiem identitātes elementiem un/vai novada vērtībām, – **ģeogrāfiskais izvietojums (klīmats, reljefs, ūdeņi), vēsture, mainīgie identitātes faktori - pašvaldības lielums, iedzīvotāju blīvums, ārējais veidols, iedzīvotāju labklājība, kultūras tradīcijas, simboliskie faktori – novada simbolika, politiskais klīmats, iedzīvotāju uzvedības kultūra, zīmīgi notikumi, sabiedrībā pazīstamas personības, zīmīgi ražojumi u.c. mainīgie.**

Mārupes novada zīmola ideju nepieciešams sintezēt, izmantojot teritorijas raksturlielumus, piemēram, *labklājība, miers, romantika, skaistums, radošums, savu diferencēšanas spēju jeb konkurences nišu iegūstot nevis ar savu daudzšķautņaino identitāti, bet ar savu raksturu.*

Mārupes novada afektīvie raksturlielumi būtu: ģimeniskums, zaļa vide, aktīvs dzīvesveids, dzīvesprieks un izaugsme.

Ģimene kā afektīvais lielums ir izmantots apzināti, lai akcentētu to, ka Mārupe ir ne tikai jaunākais novads, bet tajā ir ļoti augsts jaunu ģimeņu īpatsvars. Tomēr vislielākā nozīme ir tādām raksturlielumam kā izaugsme. Mārupe ir tā vieta, kur ir iespējams piedzīvot izaugsmi un attīstību, sasniegt jaunas virsotnes un būt veiksmīgam – ģimenē, biznesā, karjerā, kā arī kur atpūsties un ļaut savam garam lidot.

Tas saskan arī ar Mārupes novada saukli, kurā ietverta ideja par lidojumu (lidmašīnas lidojums, putna lidojums, gara lidojums – virzība uz augšu).

Mārupe ir tā vieta, kura palīdz attīstīties un nes veiksmi tiem, kas ar to ir saistīti. Tā ir vieta panākumiem, laimei, izaugsmei un veiksmi.

Šāda identitātes koncepcija arī sakrīt ar Mārupes novada grafisko zīmi – stilizētu laimes četrlapu āboliņu.

Tāpat Mārupes novadam ir nepieciešams identitātes vēstījums, kas ir zīmola idejas un vērtību izklāsta svarīgākā daļa.

Mārupes novada gadījumā vēstījums skan šādi: **Mārupe – mūsu mājas.** Vēstījums ietver daudzus raksturlielumus, kuri parasti tiek minēti tikai tad, ja mēs kādu vietu asociējam kā mājas, piemēram, labvēlība, dzīvesprieks, mīlestība u.c. Būtiski, ka vēstījums tiek attiecināts ne tikai uz tiešo mērķauditoriju – iedzīvotājiem, bet arī uzņēmējiem un novada viesiem. Identitātes vēstījums pauž, ka Mārupē, gan dzīvojot, gan strādājot, gan apmeklējot to, ikviens var justies kā mājās.

Ekonomiskā specializācija

Izvērtējot Mārupes novada pašreizējo situāciju, pieejamos resursus, vēsturiskās tradīcijas, ir noteikta novada ekonomiskā specializācija.

Mārupes novada ekonomiskā specializācija ir saistīta ar lidostas „Rīga” darbību un turpmāko attīstību un biznesa parka izveidi. Specializācija ir saistāma arī ar lidostas teritorijā attīstījušos aviācijas klasteri - uzņēmumiem, kas apkalpo lidostu vai kuru darbība ir cieši saistīta ar aviācijas pārvaldījumiem.

Vienlīdz nozīmīga ir specializētā lauksaimniecība.

Novadā attīstītās loģistikas un industriālās teritorijas, specializētā un netradicionālā lauksaimniecība (ņemot vērā teritorijas novietojumu, Rīgas pilsētu kā noieta tirgu) un specializētais tūrisms, attīstot, piemēram, golfa laukumus, aktīvās atpūtas piedāvājumu, viesnīcas, veloceliņus, zirgu izjādes, peldvietas u.tml. Mārupes novada pašvaldība iesaistās tūrisma un aktīvās atpūtas iespēju popularizēšanā, piesaistot Rīgas pilsētas un citu pašvaldību iedzīvotājus.

Kā papildus novada specializācija būtu attīstāms kultūras virziens. Šeit būtu attīstāms gan darbs ar kultūras resursiem, gan aktīvas un bagātīgas kultūras dzīves izveide. (Sīkāk skat. zīmola Primārie teritorijas tēla veidošanas pasākumi).

Tādējādi Mārupes novada ekonomiskās specializācijas virzieni būtu:

- pakalpojumu biznesa attīstība;
- transports un loģistikas pakalpojumi, t.sk. lidosta un aviācija;
- biznesa parku un industriālo teritoriju attīstība (lielo algu sektorā un produkcijas ar augstu pievienoto vērtību ražošanas jomā), kas nerada gaisa vai ūdens piesārņojumu, vai troksni;
- specializētais (darījumu un rekreācijas) tūrisms. Specializētais darījumu tūrisms: konferences, viesnīcas un ēdināšanas pakalpojumi, izstādes;
- aktīvās atpūtas, sporta un kultūras industrija;
- specializētā un netradicionālā lauksaimniecība;
- inovatīvo produktu (pakalpojumu) eksportspējīgās nozares, starptautiski „nišas” produktu uzņēmumi un nozares.

Zīmola rīcības virzieni

Mārupes novada zīmola koncepcija būtu jāintegrē pašvaldības vidē, infrastruktūrā, pārvaldē un kultūrā.

Primārie teritorijas tēla veidošanas pasākumi:

Darbs ar pilsētvidi – zīmola vizualizācija:

- savdabīgi arhitektoniskie projekti;
- ainavu dizains;
- zīmola elementu iedzīvināšana novada vidē (grafiskā zīme ziedu kompozīcijās, norādēs uz informācijas dēļiem, tūrisma materiālos, liela grafiskā zīme, iebraucot novadā un izbraucot no tā u.c.).

Pie arhitektūras projektiem būtu pieskaitāmi skatu laukumi, dārzu un parku konfigurācija un tematika, gājēju ielas, promenādes, radošie kvartāli. **Zīmola dizaina elementu iedzīvināšanas mērķis vidē ir radīt mērķauditorijas uztverē spēcīgas asociācijas starp novada vidi un zīmola simboliku.**

Novada kopīgais arhitektoniskais veidojums būtu attīstāms ne tikai no ainavu arhitektūras skatpunkta, bet arī apbūves arhitektūras viedokļa. Augstvērtīgi ēku arhitektoniskie risinājumi ļaus veicināt ne tikai vienotu kompozicionālo telpu, bet arī pozicionējumu un iespējamus tūrisma maršrutus. Īpašais arhitektoniskais veidols būtu attiecināms arī uz kultūras un mākslas ēkām, piemēram, dabas koncertzāli Mārupes novadā.

Darbs ar teritorijas infrastruktūru – atsevišķos gadījumos infrastruktūra kalpo ne tikai kā fons zīmola tēla veidošanā, bet spēj kļūt par aktīvu tā sastāvdaļu. Piemēram, valsts nozīmes kultūras objektu klātbūtne (dabas koncertzāle).

Kultūras dzīve – kultūras dzīves projekti, kas eventuāli nodrošina to, ka teritorijas zīmols ir dzīvs un noturīgs pret iespējamiem iekšējiem un ārējiem riskiem.

Kultūras izmantošanai zīmola atdzīvināšanai ieteicams izmantot vairākus paņēmienus.

1. Simbolisku pasākumu organizēšana – festivāli, svētki, karnevāli, konkursi, sporta notikumi, izstādes un citi rezonējošu masu pasākumi pašvaldībā rada noteiktu emocionālo gaisotni. Ja masu pasākumus sasaista ar teritorijas identitāti, tad tie spēj veidot tās zīmola emocionālo daļu.

2. Zīmola vēstnieku izmantošana. Teritorijas identitātes veidošanā izmanto tos atribūtus, kas raksturīgi kādai slavenai personībai, kas vēlāk var pārtapt par teritorijas simbolu. (Slavenību piemēri: Edvards Bidzāns (motokrosists), Kristaps Zvejnieks (kalnu slēpotājs), Jānis Baumanis (Eiropas čempions rallijkrosā), Juris Opuļskis (hokejists), Samanta Tīna (dziedātāja) u.c.).

3. Darbs ar kultūras resursiem.

- tradicionālie kultūras infrastruktūras objekti (teātri, kinoteātri, kultūras centri utt.);
- māksla, kas piepilda pieminēto kultūras infrastruktūru;
- kultūrvēstures mantojums (muzeji, pieminekļi, vēsturiskā apbūve).

Modernie kultūras resursi, kas izpaužas kā novada ikdienas dzīve vai uzvedība, piemēram:

- novada mitoloģija un mitoloģiskā māksla, vēstures liecības un atmiņas (detalizēta Mārupes novada vēstures apguve);
- ar vietu saistītā darījumu, uzņēmējdarbības, amatniecības kultūra;
- ģimenes tradīcijas;
- vietējā virtuve;
- etnogrāfija;
- sporta tradīcijas, sporta skolas vai populāras vietējās komandas;
- sabiedriskās aktivitātes formas un tradīcijas;
- brīvā laika pavadīšanas ieradumi, vietējie svētki un folklorā.

Kāds no pieminētajiem kultūras aspektiem var nonākt teritorijas identitātes pamatā un kļūt par tās platformu. Sevišķi tas attiecas uz mazām pašvaldībām, kurām citu alternatīvu ir maz.

4. Mitoloģijas izmantošana. Mīti, leģendas, nostāsti un anekdotes ir īpaša kultūras forma. Teritoriju zīmolvedībā savu nozīmi tie gūst tad, kad tos sasaista ar novada vēsturi, telpu vai konkrētām būvēm, objektiem. Jebkura leģenda mudina teritoriju uztvert emocionāli un ar iztēli, paliekot atmiņā ar savu unikalitāti.

Strādājot pie Mārupes novada zīmola attīstības, pirmkārt, jānotiek vietējā patriotisma attīstīšanai ar mērķi paaugstināt mīlestību pret savu novadu. Otrkārt, cilvēki jāstimulē radoši izpausties, lai nākotnē viņi būtu gatavi saviem spēkiem iniciēt mikro projektus, kas būtu saskaņā ar zīmola ideju.

3. Mārupes novada teritoriālā mārketinga programma

Mārupes novada teritoriālā mārketinga stratēģijas programma ir veidota saskaņā ar pašvaldības mērķiem un ilgtspējīgas attīstības stratēģiju 2013.-2026.gadam un tajā definētajiem attīstības virzieniem. Mārketinga programma arī atbilst novada ilgtermiņa prioritātei, t.i., kvalitatīvi un harmoniski attīstīta vide iedzīvotājiem, biznesam un atpūtai. Tādā veidā tiek saglabāta novada attīstības pēctecība.

Tāpat par pamatu ņemti Mārupes novada ekonomiskās specializācijas virzieni, piemēram, pakalpojumu biznesa attīstība, aktīvās atpūtas, sporta un kultūras industrija, specializētais tūrisms u.c.

Vienlaikus teritoriālā mārketinga programma veidota kā teritoriālā zīmola vadības programma, kurā ir ietverta integrētā teritoriālā mārketinga koncepcija, kurā ietilpst gan mārketinga mikss elementu virzīšana, teritorijas menedžmenta un zīmola veidošana un sociālas atbildības problēmu risināšana. Lai zīmola ideju ietvertu konkrētās darbībās, tika noteikta novada identitāte un vērtības, kuras kalpoja par pamatu novada mārketinga programmas izstrādei. Novada vērtības tika detalizēti analizētas un izkristalizētas iedzīvotāju un uzņēmēju aptaujā, kur iedzīvotāju skatījumā galvenās vērtības ir: zaļa vide, draudzīga vide ģimenēm ar bērniem, augstas kvalitātes vispārējā izglītība pirmsskolā, kā arī sporta iespējas, daudzpusīgas interešu aktivitātes iespējas un aktīvās atpūtas iespējas. Līdzīgas vērtības tika definētas arī fokusa grupās. Vērtības dažādām mērķgrupām ir ļoti līdzīgas un korelē ar novada prioritātēm un attīstības virzieniem, kas arī bija galvenie programmas pamata postulāti.

Tāpat, izstrādājot programmu, tika ņemta vērā Mārupes novada mērķgrupas specifiskācija, tas, ka novadā dominē augsts jaunu ģimeņu īpatsvars, tādējādi daudzas aktivitātes tika vērstas uz ģimenēm un to labklājības vairošanu.

Visbeidzot, bet ne mazāk svarīgi, ka mārketinga programmā ir apvienots tāds aktivitāšu kopums, kas ļautu pilnībā īstenot zīmola koncepciju, iedzīvinot zīmola ideju vidē, infrastruktūrā, kultūrā un pārvaldē, veidojot spēcīgu zīmola tēlu mērķauditorijas uztverē. Programmas saturs ir veidots, lai tas būtu vienlīdz racionāls, iespējams un ļautu izprast Mārupes novada atšķirību un unikalitāti.

Mārketinga stratēģijas programma									
Nr. pk.	Uzdevums	Pasākumi/ aktivitātes	Mērķis	Uzdevuma apraksts	Izpildes termiņš vai periods	Finansējums EUR	Plānotais rezultatīvais rādītājs	Atbildīgie izpildītāji	Prioritātes
Kvalitatīva un mūsdienīga izglītība									
1.	Iesaistīt jauniešus pašvaldības darbībā. Sekmēt jauniešu piederības sajūtu novadam.	Lekciju cikls skolēniem: ar un par novadam nozīmīgiem notikumiem un personībām.	Sekmēt jauniešu piederības sajūtu novadam un savu spēju apzināšanos.	Radīt lekciju ciklu novada skolās, kurās savā pieredzē dalīsies populāri cilvēki Latvijā, no dažādām profesijām. Lekcijās tiks sniegti praktiski padomi, notiks dalīšanās ar personīgo pieredzi, caur kuru tiks motivēti jaunieši, iet, uzdrošināties un mērķtiecīgi virzīties uz savu sapņu īstenošanu. Iepazīt Mārupes novada attīstībai nozīmīgas personas.	2017. - pastāvīgi	2000 (gadā)	Nodrošināti informatīvi un izglītojoši pasākumi.	Izglītības dienests	1
2.	Veicināt jauniešu neformālās mācīšanās programmas un sabiedrisko aktivitāti.	Līdzfinansējums jauniešu starptautiskai sadarbībai.	Līdzfinansēt jauniešu organizācijas starptautiskās prakses un kompetences veicināšanai.	Rīkots konkurss par finansējuma piešķiršanu labākajam projektam, kurš ir iesniegts kādā no sekojošām tēmām: sabiedriskā aktivitāte, jauniešu karjera, brīvprātīgais darbs, jauniešu izglītība u.c. Iespējama sadarbība ar Jaunatnes starptautisko programmu aģentūru, LV Šveices sadarbības programmu, „Erasmus+: Jaunatne darbībā” u.c. Uzvarētājam tiek nodrošināts apmaiņas brauciens uz ārzemēm.	2018. - pastāvīgi	3000	Veicināta jauniešu sabiedriskā aktivitāte. Piņveidota darba ar jauniešiem kvalitāte. Ieviesta laba prakse jaunatnes organizāciju darbā.	Izglītības dienests, Attīstības nodaļa	2

Atpazīstamība un daudzpusīga kultūrvide									
3.	Paplašināt un modernizēt kultūras infrastruktūru novadā.	Dabas koncertzāles izveide.	Nodrošināt iedzīvotājiem un novada viesiem iespējas saņemt plaša spektra kvalitatīvus kultūras pakalpojumus, attīstīt novada kultūras un tūrisma infrastruktūru, kas vienlaikus pavērs plašas uzņēmējdarbības attīstības iespējas.	Dabas koncertzāles izbūve Mārupes novadā. Projekta ietvaros tiktu veikta ne tikai skatuves terases izbūve, bet arī dzīvzogu un aleju izveide. Dabas koncertzāle būtu ar āra apgaismojumu, nodrošinot tās darbību arī tumšajā periodā. Šāda koncertzāles izbūve Mārupes novadā ļautu izcelt dabas vērtības un resursus. Estrādes skatuvi izvietoto skatītāju zonu varētu pielāgot gan koru dziedāšanas svētkiem, gan ikdienas pasākumu rīkošanai. Estrāde būtu piemērota koncertiem un nometnēm, apvienībām, tādā veidā ļaujot rīkot liela mēra pasākumus un pievilinot ne tikai tuvāko novadu, bet arī galvaspilsētas iedzīvotājus un viesus. Koncertzāles mērķis ir ne tikai radīt fundamentālu, arhitektoniski interesantu, tūristus pievelkošu un novada atpazīstamības veicinošu infrastruktūru, Mārupes novada kultūras dzīves attīstīšanai, platformu daudzu uzņēmējdarbības veidu un uzņēmumu attīstībai, bet arī izcelt Mārupes kultūrvēsturisko nozīmi republikas mērogā, vienlaikus iesakņojot klientu apziņā Mārupes vērtības – zaļa vide, neskarta daba u.c. Skatuves iespējas būtu	2018. - 2020	250 000	Uzcelta dabas koncertzāle. Nodrošināts kvalitatīvas kultūras pakalpojumu klāsts iedzīvotājiem un novada viesiem. Radītas uzņēmējdarbības attīstības iespējas virknei uzņēmumu. Veicināta novada atpazīstamība un identitāte.	Attīstības nodaļa, Labiekārtošanas dienests, būvuzraugs	2

				izmantojamas gan apjomīgu Dziesmu svētku pasākumu nodrošināšanai, dziedātāju un skatītāju uzņemšanai, korporatīvo pasākumu rīkotāju piesaistei, gan jau ierasto un jaunu kultūras pasākumu rīkošanai - brīvdabas uzvedumi, āra kinoteātris, koncerti, zaļumballes u.c. Koncertzāle sniegs priekšrocības dažādu papildpakalpojumu un tūrisma produktu radīšanai/izmantošanai.					
4.		Radošā kvartāla izveide un radošo industriju atbalsta programma.	Radīt un veicināt kultūras un radošās uzņēmējdarbības telpu, kurā tiktu attīstīta radošā uzņēmējdarbība kultūras un radošo industriju jomā. Radošā kvartāla attīstība.	Sabiedrībai vienuviet būtu pieejama kultūras un radošo industriju attīstības, izglītības un uzņēmējdarbības telpa - mūsdienīgs daudznozaru kultūras komplekss radošo aktivitāšu īstenošanai, sadarbojoties publiskajam, privātajam un nevalstiskajam sektoram, vienlaikus nodrošinot pilsētvides un novada attīstību. Kvartālā var atrasties: un tikt veidotas: radošās darbnīcas un skolas, kultūras tūrisma un atbalsta centrs, kultūras un radošo industriju informācijas un konsultāciju centrs, kafejnīcas, mākslinieku un amatnieku tirdziņi, ārtelpu pasākumiem paredzēta, labiekārtota teritorija, konferenču telpas, kultūras un radošo industriju atbalstoši pasākumi	2018. - 2020.		Izveidots radošais kvartāls. Radīta un veicināta kultūras un radošās uzņēmējdarbības telpa, kurā tiktu attīstīta radošā uzņēmējdarbība kultūras un radošo industriju jomā. Veicināta radošā uzņēmējdarbība. Veicināta kultūrvēsturiskās telpas attīstība. Veicināta	Attīstības nodaļa, Labiekārtošanas dienests, sabiedriskās attiecības, teritorijas plānotājs	2

				(izstādes, semināri)u.c. Mērķis ir radošā kvartāla dzīvī iesaistīt maksimāli plašu sabiedrības loku, no dažādām radošām industrijām. Svarīgi ir ne tikai paša produkta (radošā kvartāla) izveide, bet arī tā atpazīstamības un pozicionējuma veidošana (vides reklāma ar uzrakstu radošais kvartāls, komunikācija, ar mediju attiecību starpniecību, kultūras darbinieku informētības un iesaistes veicināšana u.c.).			novada attīstība un identitāte.		
Sabiedrības integrācija un atbalsts ģimenēm									
5.	Atbalsts iedzīvotāju un jaunajām ģimenēm pie dienas centriem. Atbalsts ģimenēm un to vērtībām.	Bērnu pieskatīšanas vietas. Izglītojošo pasākumu nodrošināšana vecākiem dažādu dzīves prasmju apgūšanai un ģimenes vērtību stiprināšanai.	Izveidot bērnu rotaļistabas un bērnu pieskatīšanas vietas. Nodrošināt izglītojošo pasākumu ciklu vecāku zināšanu un prasmju pilnveidošanai.	Izveidot bērnu pieskatīšanas vietas un rotaļistabas pie dienas centriem gadījumos, kad vecāki apmeklē dienas centros kādas nodarbības, interešu izglītību. Var tikt saistīts ar mūžizglītības pasākumu organizēšanu. Organizēt bezmaksas izglītojošos pasākumus dienas centros. Sociālais dienests - realizētājs, piesaistot izglītības dienestu, skolas un PII.	2018 - pastāvīgi	6000 gadā (+tek. izm.)	Izveidotas 2 bērnu pieskatīšanas vietas/rotaļistabas. Nodrošināti (3) bezmaksas izglītojošie pasākumi vecākiem to sociālo un saskarsmes prasmju pilnveidošanai. Stiprinātas ģimenes vērtības.	Sociālais dienests, Izglītības dienests	2

6.		Ģimenes dienas pasākums "Mana ģimene - manas mājas".	Veicināt vecāku un bērnu kvalitatīva laika kopā pavadīšanu. Ar pasākuma starpniecību attīstīt organizāciju savstarpējo sadarbību.	Pirms pasākuma tiek izveidots īpašs ceļvedis - pasākuma notikumu kalendārs, vietas, kuras ir jāapmeklē kopā ar bērniem: pastaigu takas, apskates objekti u.c. Paralēli veicami īpašie pasākumi: koncerti, radošās darbnīcas, skaistāko ratiņu parāde u.c.	2018. gads	10000	Noorganizētas ģimenes dienas. Veicināta vecāku un bērnu kvalitatīva laika pavadīšana. Attīstīta organizāciju savstarpēja sadarbība. Sekmēta sabiedrības līdzdalība ģimenes vērtību stiprināšanā.	Sabiedriskās attiecības, mārketinga, tūrisma speciālists. Attīstības nodaļa	1
Daudzveidīgas sporta iespējas									
7.		Digitāls sporta sacensību un kultūras pasākumu, PII un skolu izlaidumu kalendārs, pasākumu tiešraižu nodrošināšana internetā.	Nostiprināt jau izveidotās tradīcijas, palielinot iedzīvotāju iesaistes līmeni.	Pilnveidot digitālu apvienotu lielo pasākumu kalendāru (sporta sacensību un kultūras, PII izlaidumi, skolu izlaidumu kalendāru (pa mēnešiem). Pasākumu tiešraižu nodrošināšana internetā. Kalendāru publicē mājas lapā, izplata soc.medijos, kā arī izsūta Mārupes novada iedzīvotājiem.	2017. - pastāvīgi (1x gadā)	Domes budžeta ietvaros	Veicināta dalībnieku aktivitāte sporta pasākumos t.sk. dalībnieku skaita pieaugums.	Sporta centrs, mārketinga, sabiedriskās attiecības. sporta organizācijas, pasākumu rīkotāji, iesp. Kaimiņu pašvaldības	1
Labvēlīga uzņēmējdarbības vide									

8.	Atbalsta instrumentu ieviešana jaunajiem uzņēmējiem. Nodrošināt iespējas jauniešiem komercdarbības uzsākšanai.	Grantu programma "Ideju fonds."	Veicināt uzņēmējdarbības uzsākšanu.	Sadarbībā ar Latvijas komercbankām izstrādājama grantu programma mazo un vidējo uzņēmumu attīstībai, konkrētas biznesa idejas atbalstam. Konkursa ietvaros, viena biznesa idejas finansējuma apjoms līdz 10 000 eiro, sākotnējo biznesa izmaksu segšanai. Grantu programmai var pieteikties privātpersonas vai komersanti, kas ir reģistrējušies Mārupes novadā ne ilgāk kā 2 gadi. Grantu programmā konkursa darbi tiek vērtēti pēc izstrādātiem kritērijiem, vērtējot biznesa idejas dzīvotspēju, unikalitāti, ilgtspēju u.c. faktoros. Granta programmas ietvaros izstrādāt iespēju pieteikt savu ideju vecāko klašu skolēniem. Labākajai, dzīvotspējīgākajai un inovatīvākajai idejai tiks piešķirts starta finansējums. Granta programmas ietvaros tiek sniegti arī praktiski padomi, ļaujot apgūt uzņēmējdarbības prasmes, iegūt pieredzi no pieredzējušiem uzņēmējiem, kā arī saņemt praktiskas konsultācijas.	2018. - pastāvīgi	30000 gadā	Veicināta uzņēmējdarbības uzsākšana. Reālu saimniecisko darbību veidojošu uzņēmumu pieaugums. Veicināta jauniešu interese par uzņēmējdarbību. Radīti priekšnoteikumi komercdarbības uzsākšanai.	Attīstības nodaļa, uzņēmējdarbības speciālists, izglītības iestādes, izglītības dienests, sabiedriskās attiecības	1
Daudzpusīgs tūrisma piedāvājums*									

9.	Mārupes novada tūrisma objektu un vietu popularizācija.	Tūrisma informācijas centrs.	Veicināt tūrisma attīstību.	Tūrisma informācijas centra izveide ar kvalitatīvas informācijas sniegšanu par tūrisma iespējām novadā vietējiem iedzīvotājiem un novada viesiem. Iespējama sadarbība ar kaimiņu pašvaldībām, piem. Olaines un Babītes par kopīga tūrisma informācijas centra izveidi.	2018. - pastāvīgi	3000 (pap. darbinieku atalgojums, uzturēš. izm.)	Tūrisma informācijas centra izveide. Sekmēta sadarbība starp novadiem.	Attīstības nodaļa, tūrisma speciālists, Mārupes novada Dome, Olaines un Babītes novadu Domes	2
10.	Mārupes novada atpazīstamības un identitātes veidošana. Zīmola elementu integrēšana novada vidē.	Grafiskās zīmes.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību.	Izgatavot un pie visām iebrauktuvēm Mārupes novadā izvietot vizuāli lielu un pamanāmu Mārupes novada grafisko zīmi (četrlapīti). Grafiskajai zīmei ir jābūt izgaismotai un pamanāmai arī diennakts tumšajā laikā, visās sezonās.	2016.	45000	Veicināta Mārupes novada atpazīstamība un zīmola stiprināšana.	Attīstības nodaļa, Labiekārtošanas dienests	1

11.	Nodrošināt tūrisma informācijas pieejamību un tās pielāgošanu mobilajām ierīcēm.	Mobilā aplikācija un tūrisma mikrolapa.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību.	Mobilās aplikācijas "Iepazīsti Mārupi" izveide Apple iOS un Android platformām, tās ieviešana un apkalpošana. Aplikācijā tiks izvietotas vairākas galvenās sadaļas, ieteikumi ceļotājiem (maršruti), ceļojumu plānotājs, ko apskatīt un redzēt, atkarībā no pieejamā laika (pusdienu, viena diena u.c.). Aplikācijā tiks ietverta informācija par dabas takām, velo maršrutiem, kā arī putnu, dzīvnieku vērošanas iespējām, informācijas centriem un punktiem, kā arī autostāvvietām, sabiedriskā transporta iespējām, nakšņošanas un ēdināšanas iespējām u.c. pakalpojumiem īpaši aizsargājamās dabas teritorijās. Izstrādāt Mārupes novada tūrismam vetītu mikrolapu, kurā vienkopus tiktu apvienoti visi tūrisma maršruti, apskates objekti, pasākumi, nakšņošanas un ēdināšanas iespējas, sabiedriskā transporta stāvvietas un tas integrēts interaktīvas kartes veidā.	2017.-	9000	Veicināta Mārupes novada atpazīstamība un Nodrošināta tūrisma informācijas pieejamība. Nodrošināta tūrisma informācijas pieejamība un tās pielāgošana mobilajām ierīcēm.	Attīstības nodaļa, Sabiedriskās attiecības, tūrisma speciālists, uzņēmēji.	1
-----	--	---	--	---	--------	------	--	--	---

13.	Tūroperatoru, aģentūru un žurnālistu vizīšu rīkošana.	Tūroperatoru un aģentūru vizītes.	Veicināt Mārupes novada kā tūrisma galamērķi atpazīstamību.	Organizēt darījumu un korporatīvo pasākumu, kā arī tūrisma aģentūru un žurnālistu vizītes, kuru laikā tiek iepazīstināts ar Mārupes novada kā tūrisma galamērķa iespējām. Vizītes tiek rīkotas reāli praksē parādot tūrisma objektus, vietas un īpašās novadam vien raksturīgās unikalitātes.	2018. - pastāvīgi	5000	Veicināta Mārupes novada atpazīstamība un paaugstināta informētība par Mārupes novada un tā tūrisma galamērķiem. Palielināta viesu plūsma.	Attīstības nodaļa, Sabiedriskās attiecības, tūrisma speciālists, uzņēmēji.	3
14.	Mārupes novada pakalpojumu kvalitātes veicināšana.	Kvalitātes sistēma.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību.	Izstrādāt un izveidot kvalitātes zīmi un kvalitātes sistēmu "Radīts Mārupē". Tiesības iegūt kvalitātes zīmi ir komersantiem un saimnieciskās darbības veicējiem, kuri sniedz tūrisma pakalpojumus, tajā skaitā tūrisma produkti, tūrisma informācijas sniedzēji, suvenīru izgatavotāji, naktsmītņu pakalpojumi, tūrisma apskates objekti, ēdināšanas pakalpojumi, tūrisma inventāra nomas pakalpojumi, pakalpojumi dažādos tūrisma veidos, gidu pakalpojumi, tūrisma transporta pakalpojumi, taksometru pakalpojumi, auto nomu pakalpojumi, kā arī citi tūrisma pakalpojumi. Kvalitātes zīmes ieguvēji tiek īpaši popularizēti pašvaldības tūrisma materiālos, vietnēs un pasākumos, veicinot to	2018. -	15 000	Veicināta Mārupes novada atpazīstamība un paaugstināta informētība par Mārupes novada un tā tūrisma galamērķiem. Palielināta viesu plūsma. Paaugstināti Mārupes novada uzņēmumu kvalitātes standarti. Izstrādāta Mārupes novada kvalitātes sistēma un zīme.	Attīstības nodaļa, Sabiedriskās attiecības, tūrisma speciālists, mārketingš, (iesp. Ārresors-kvalitātes zīmes izstrādātājs)	2

				<p>atpazīstamību. Vienlaikus Mārupes novada uzņēmēji piešķirto kvalitātes zīmi aicināti izvietot savos objektos un/vai uz produktiem, veicinot Mārupes novada atpazīstamību.</p> <p>Nodrošināta kvalitātes zīmju piešķiršana, jaunu dalībnieku iesaiste kvalitātes sistēmā un sistēmas attīstība. Vienlaikus kvalitātes sistēmā ietvert apakš virzienu, t.i. kvalitātes zīmi kura simbolizēs, ka tas uzņēmums, vieta, kura to ir saņēmusi ir ģimenēm draudzīga. Piemēram, kafejnīca, kurā ir bērnu stūrītis, veikals, kurā ir ērti uzbraukt ar bērnu ratiņiem u.c. Tiek izstrādāts kvalitātes zīmes nolikums, kurā tiek definēti kritēriji, kuri ir jāizpilda, lai iegūtu kvalitātes zīmi. Uzņēmēji tiek motivēti padarīt savas vietas draudzīgākas ģimenēm. Informācija par ģimenēm draudzīgām vietām un uzņēmumiem tiek izvietota īpašā ģimeņu interneta platformā, gan kartes veidā, gan nelielā tekstuālā aprakstā par katru no tiem.</p>					
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

15.	Mārupes novada pakalpojumu kvalitātes veicināšana.	Kvalitātes zīme.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību.	Kvalitātes zīmes dizaina izstrāde un patentēšana. Izstrādāti vizuālie materiāli zīmes atpazīstamības veicināšanai (uzlīmes, web uzlīmes u.c.)	2018.	7000	Kvalitātes zīmes izstrāde. Vizuālo materiālu izstrāde.	Attīstības nodaļa, Sabiedriskās attiecības, tūrisma speciālists, mārketing, (iesp. Ārresors-kvalitātes zīmes izstrādātājs)	1
Kampanjas un komunikācijas pasākumi									
16.	Sniegt Mārupes novada iedzīvotājiem iespēju paust savu lepnumu un pārliecību par novadu, vienlaikus paužot atbalstu un mīlestību pret novadu. Spēcināt saikni starp pašvaldību un tās iedzīvotājiem.	Komunikācijas kampanja "Es mīlu Mārupi".	Stiprināt Mārupes novada iedzīvotāju piederības sajūtu novadam un veicināt to emocionālo saikni ar novadu. Veicināt Mārupes novada atpazīstamību un zīmola stiprināšanu.	Lai veidotu spēcīgu Mārupes zīmola identitāti, iesakņojot mērķauditorijas vidū Mārupes unikalitāti, vērtības un atšķirības, tiek rīkota kampanja "Es mīlu Mārupi". Kampanjas nosaukums ir veidots kā spēcīgs lozungs, kurš var tikt izpausts visdažādākajos veidos un dažādām mērķauditorijām, tomēr vēstījuma saturs ir nepārprotams. Tas ir lepnuma, piederības, emocionālas saiknes sauciens. (Detalizētāk skat.pielikumu).	2017. - 2018	20000	Stiprināta Mārupes novada iedzīvotāju piederības sajūtu novadam un veicināta to emocionālā saikne ar novadu. Veicināta Mārupes novada atpazīstamība un zīmola stiprināšana.	Sabiedriskās attiecības, mārketing, attīstības nodaļa	1

17.	Iepazīstināt ar ceļošanas iespējām, tūrisma objektiem, apskates vietām. Veidot emocionālu saikni ar Mārupes novadu un tās iedzīvotājiem	Kampaņa "Iepazīsti Mārupi".	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību, iesakņojot tās vērtības un identitāti mērķgrupu vidū.	Lai popularizētu Mārupes novadu kā unikālu, skaistu, emocionālu novadu, kurā ir lieliskas ceļošanas iespējas, tūrisma apskates objekti un brīvā laika pavadīšanas iespējas tiek rīkota kampaņa "Iepazīsti Mārupi". Kampaņas ietvaros tiek pielietoti digitālie risinājumi, mediju attiecības, kampaņas vēstneši, audio-vizuālie risinājumi, sociālo mediju komunikācija, īpašie pasākumi u.c. (Sīkāk kampaņas aprakstu skat.pielikumā).	2018.-2019.	35000	Stiprināta Mārupes novada iedzīvotāju piederības sajūta novadam un veicināta to emocionālā saikne ar novadu. Veicināta Mārupes novada atpazīstamība un zīmola stiprināšana. Palielināta informētība par Mārupes novada tūrisma galamērķiem un pakalpojumiem.	Sabiedriskās attiecības, mārketinga, attīstības nodaļa, tūrisma speciālists	1
-----	---	-----------------------------	--	---	-------------	-------	--	---	---

18.	Mārupes novada rādītāju izcelšana. Attiecību veidošana ar masu medijiem. Viedokļu līdera statusa veidošana.	Mediju attiecības.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību, izceļot tā sasniegumus un unikalitāti.	Paplašināt mediju instrumentāriju loku, 2 x gadā rīkojot mediju brokastis. Lai panāktu lielāku mediju interesi, vietējās novada aktualitātes būtu sasaistāmas ar valsts mēroga notikumiem vai valsts mēroga rādītājiem, kas veicinātu Mārupes novada atpazīstamību un izceltu to rādītājus, sasniegumus ne tikai citu novadu vidū, bet valsts mērogā. Piemēram, gada sākumā, kad mediji raksta par pērnā gada ekonomiskiem rādītājiem, uzņēmējdarbības attīstību, vajag veidot mediju brokastis, kurās tiktu anonsēti pērnā gada rādītāji, Mārupes novada sasniegumi valsts mērogā (attīstītākais novads uzņēmējdarbības indikatori, zemākais bezdarba rādītājs, attīstības plāni, piem. velomaršruta izbūve starp novadiem utt).	2016. - pastāvīgi	Domes budžeta ietvaros	Veicināta Mārupes novada atpazīstamība, izcelti sasniegumi un novada unikalitāte. Palielināts Mārupes novada ziņu pārklājums. (Share of voice).	Sabiedriskās attiecības, Attīstības nodaļa	2
19.	Mārupes novada identitātes veidošana.	Mārupes novada vēstures izpēte un novada atpazīstamāko cilvēku dokumentēšana.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību.	Dokumentēt novada atpazīstamākos cilvēkus (video) un veikt izpēti par Mārupes novada vēsturi.	2018. gads	20 000	Izveidots hronoloģiski, faktoloģisks Mārupes novada vēstures apraksts, kurš tālāk tiek integrēts un izmantots publicitātes materiālos,	Attīstības nodaļa, sabiedriskās attiecības, Mārupes novada domes izglītības un kultūras iestādes	1

							visām mērķgrupām, t.sk.medijiem, tūrisma aģentūrām, gidiem u.c.		
20.	Veicināt sociālo mediju konta sekotāju līdzdalību, iesaisti un atgriezenisko saikni.	Sociālo mediju komunikācija.	Veicināt Mārupes novada atpazīstamību.	Dažādot sociālo mediju saturu, padarot to saistošāku un atbilstošāku sociālo mediju komunikācijai - atgriezeniskā saite vajadzīga gan internetā, gan iedzīvotājus aptaujās par būtiskiem notikumiem, anonīmas pastkastītes veidošana, lai iedzīvotāji var anonīmi ielikt vēstuli, kurā būtu rakstīts par kādu problēmu.	2019. - pastāvīgi	Domes budžeta ietvaros	Paplašināts sociālo mediju komunikācijas saturs un veicināta lietotāju iesaiste.	Sabiedriskās attiecības	3

4. Stratēģijas īstenošana, uzraudzība un rezultātu novērtējums

Mārupes novada teritoriālā mārketinga un komunikācijas programmā ir izstrādāti konkrēti uzdevumi un aktivitātes. Tāpat ir izvirzīti konkrēti mērķi un sasniedzamie rezultāti. Tomēr, lai novērtētu mārketinga stratēģijas rezultātus, nepieciešams analizēt galvenos sasniegtos rādītājus.

Mārketinga stratēģijas īstenošana ir veicama trijos posmos. Tieši tāpat ir sadalāmi veicamie uzdevumi/darbības atbilstoši prioritātēm.

Mārketinga stratēģijas izvērtējuma posmi:

- Īstermiņa (2016.gads);
- Vidēja termiņa (2017.gads);
- Ilgtermiņa (no 2016. līdz 2020. gadam).

Pirmais, īstermiņa posms, ir nepieciešams, lai izvērtētu, vai nepieciešamas korekcijas mārketinga stratēģijas realizācijā un jau šajā posmā veiktu paveikto darbu un sasniegto rezultātu monitoringu. Savlaicīga mārketinga stratēģijas novērtēšana ir būtiska, lai pārbaudītu to efektivitāti un atpazītu izmaiņu lietderību gadījumā, ja korekcijas ir nepieciešamas. Tāpat novērtējums ļauj analizēt, vai stratēģija tiek ieviesta atbilstoši laika grafikam un plānotajam budžetam, palīdz identificēt problēmas un iespējas, kam veltīt tālāku izpēti un darbības, nodrošina ar informāciju sabiedrību, pašvaldības politikas, darbiniekus un citas ieinteresētās puses, kā arī nodrošina novada pašvaldības struktūrvienību un nodaļu koordinētu darbību.

Izvērtējums veicams, lai mārketinga programmas realizācijas gaitā būtu iespējams veikt realizēto aktivitāšu monitoringu un katra projekta sasniegtā atbilstības novērtējumu pret plānoto. Mārketinga programmas rīcību rezultāti tiek vērtēti atbilstoši sākotnēji noteiktiem prioritāšu stratēģiskajiem mērķiem un rezultātu sasniegšanas rādītājiem. Tādējādi veicot novērtējumu jāanalizē ne tikai ieguldījums (aktivitāte), bet arī atdeve (aktivitātes ietekme).

Izvērtējamie aspekti:

- Kas ir paveikts?
- Kas ir sasniegts? Vai sasniegtais rezultāts atbilst plānotajam?
- Cik veiksmīgi tiek ieviestas mārketinga programmā definētās darbības?
- Vai mārketinga programmā iekļautās aktivitātes tika īstenotas iepļānotajā termiņā un budžeta ietvaros?
- Vai sasniegtais veicina mērķu sasniegšanu?
- Kāda bija mērķauditorijas atdeve, iesaiste?

Iespējamie rezultātu mērījumi:

Iedzīvotāji	Uzņēmēji, investori	Novada viesi
Iedzīvotāju skaits novadā	Reģistrēto uzņēmumu skaits	Uzņēmumu skaits, kuri sniedz tūrisma pakalpojumus
Deklarēto iedzīvotāju skaits	Uzņēmumu skaits, kuri veic saimniecisko darbību	Novada viesu skaits un to uzturēšanās ilgums
Bērnu un jauniešu skaits	Darba vietu skaits	Tūrisma objektu un vietu skaits
Ekonomiski aktīvo statistisko vienību skaits uz 1000 iedzīvotājiem	Piesaistīto investoru un investīciju apjoms	Vidējie ieņēmumi no tūrisma nozares
Iedzīvotāju apmierinātība ar dzīvi novadā	Uzņēmēju apmierinātība ar “dzīvi” novadā/to vēlme turpināt attīstīt uzņēmējdarbību Mārupes novadā	Novada viesu apmierinātība ar tūrisma iespējām, pakalpojumiem un to kvalitāti Mārupes novadā
Iedzīvotāju informētība par notiekošo novadā	Uzņēmēju apmierinātība ar uzņēmējdarbības vidi	Novada viesu un tūristu informētība par tūrisma iespējām novadā
	Uzņēmēju informētība par notiekošo novadā	

Uzraudzības un novērtējuma procesā vienlīdz svarīgi ir analizēt komunikācijas aktivitātes, izmantotos komunikācijas kanālus, komunikācijas saturu un atgriezenisko saikni, lai noteiktu izmantoto komunikācijas kanālu un komunikācijas satura efektivitāti. To var nodrošināt regulāri veicot komunikācijas kanālu un komunikācijas (satura) un atgriezeniskās saiknes auditu, līdzīgi kā tas tika darīts stratēģijas daļā. Komunikācijas audits ir būtisks, lai analizētu novada atpazīstamības un asociāciju indeksu, kā arī lai analizētu, cik ļoti Mārupes novada vērtības un identitāte ir integrējušies mērķauditorijas uztverē.

Ņemot vērā stratēģijā minēto, ilgtermiņā būtu analizējama Mārupes novada kā zīmola esamība. Padziļināti analizējot to, kā mērķgrupas uztver un saprot novadu, tajā notiekošo, sniegtos produktus, pakalpojumus, iespējas un novadu kopumā, kā arī auditējot novada pievilcību visu mērķgrupu vidū.

Mārketiņa attīstības programma ir sagatavota 5 gadiem, kuru var aktualizēt katru gadu, tomēr nemainot programmas prioritātes un stratēģiskos mērķus. Programmas aktualizācija var attiekties uz plānotajiem pasākumiem un rīcībām.

Mārketiņa programmā ir ietvertas pašvaldības attīstību veicinošās projektu idejas vai projekti, kuri tiek izstrādāti un ieviesti, pamatojoties uz stratēģisko daļu. Projektu īstenošanai var tikt piesaistīti pašvaldības, valsts, Eiropas Savienības un citi finanšu resursi.

Par attīstības programmas uzraudzību atbildīgā institūcija ir Mārupes novada domes Attīstības nodaļa. Informāciju par katru pasākumu/aktivitāti regulāri sniedz par pasākumu atbildīgā struktūrvienība. Mārketiņa attīstības programmas novērtējuma

rezultāti tiek iekļauti ziņojumā „Pārskats par Mārupes novada pilsētvides mārketinga un komunikācijas programmas 2016.-2020.gadam īstenošanu” ik gadu par kārtējo gadu un 1 reizi 3 gados par 3 gadu periodu.

Ziņojumā ir jāietver mārketinga programmas īstenošanas progresu analīze:

- Projektu īstenošana (rīcību analīze);
- Plānotie un sasniegtie darbības rādītāji;
- Konstatētās novirzes no plānotā un to skaidrojums;
- Mārketinga programmā iekļauto prioritāšu (pasākumi un aktivitātes) sasniedzamības iespējamība (izpilde (termiņi, budžets, mērķa sasniegšana) vai novirze no plānotā));
- Veicamās korekcijas mārketinga programmā (ja nepieciešams);
- Secinājumi un ieteikumi darbības uzlabošanai ar mērķi sasniegt noteiktos rādītājus.