11.pielikums

pie 2016.gada 31.marta domes sēdes protokols Nr.4.,23.§



Gulbenes novada dome

Apstiprināta ar

 Gulbenes novada domes

 2016.gada 31.marta

 sēdes lēmumu (protokols Nr.4, 23.**§**)

**Gulbenes novada Mārketinga stratēģija 2016. – 2021.gadam**

Gulbene 2016



**SATURA RĀDĪTĀJS**

[**IEVADS** 3](#_Toc444609237)

[**GULBENES NOVADA SVID ANALĪZE** 4](#_Toc444609239)

[**MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS IZKLĀSTS** 7](#_Toc444609240)

[Mērķa grupa: IEDZĪVOTĀJI 8](#_Toc444609241)

[Mērķa grupa: APMEKLĒTĀJI 9](#_Toc444609242)

[Mērķa grupa: UZŅĒMĒJI 9](#_Toc444609243)

[**MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS UZRAUDZĪBA** 10](#_Toc444609244)

[**GULBENES NOVADA MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS IEVIEŠANAS RĪCĪBAS PLĀNS** **Kļūda! Grāmatzīme nav definēta.**](#_Toc444609245)

# **IEVADS**

Gulbenes novada Mārketinga stratēģija 2016.–2021. gadam ir novada mārketinga aktivitāšu plānošanas dokuments sešiem gadiem, kas ir veidots saskaņā ar Gulbenes novada ilgtspējīgas attīstības stratēģiju 2014. -2030. gadam.

## Gulbenes novada Mārketinga stratēģija (turpmāk tekstā – Mārketinga stratēģija) ir izstrādāta Norvēģijas finanšu instrumenta līdzfinansētā Latvijas Pašvaldību savienības projekta “Lietpratīga pārvaldība un Latvijas pašvaldību veiktspējas uzlabošana” ietvaros. Mārketinga stratēģiju izstrādāja Gulbenes novada domes speciālisti: Konsultante-priekšsēdētāja palīdze Liāna Jansone, Attīstības un projektu nodaļas teritorijas plānotāja Dace Kurša, Attīstības un projektu nodaļas projektu vadītāja Daiga Muktupāvela, Sabiedrisko attiecību speciāliste Gunta Krevica, Finanšu un ekonomikas nodaļas Finanšu ekonomiste Daiga Krēsliņa, konsultējoties un sadarbojoties ar domes vadību un deputātiem, domes nodaļu un struktūrvienību speciālistiem, kā arī pagastu pārvalžu speciālistiem.

Mārketinga stratēģijā, balstoties uz SVID analīzi, noteikta novada mārketinga stratēģijas misija, vīzija, galvenās vērtības, prioritārie mērķi, kā arī izstrādāts Gulbenes novada Mārketinga stratēģijas ieviešanas rīcības plāns, fokusējoties uz mērķa grupām - **IEDZĪVOTĀJI, APMEKLĒTĀJI un UZŅĒMĒJI**. Gulbenes novada Mārketinga stratēģijas ieviešanas rīcības plāns ir veidots, aktualizējot un papildinot Gulbenes novada Rīcības un investīciju plānā 2015.-2017. gadam noteiktos mērķus, rīcības virzienus un uzdevumus.

# **GULBENES NOVADA SVID ANALĪZE**

|  |  |
| --- | --- |
| **STIPRĀS PUSES**spēcīgi, labi attīstīti un pievilcīgi fakti par teritoriju  | **VĀJĀS PUSES**Vājās puses ir tie faktori, kas var parādīties kā teritorijas trūkumi, tai konkurējot ar citām vietām |
| 1. **Gulbenes novadam ir salīdzinoši liela un attīstīta teritorija:**
	* Gulbenes novada kopplatība 187 178,3 ha, kas Gulbenes novadu ierindo 5.vietā valstī pēc teritorijas lieluma.
	* Gulbenes novads ir zaļa pašvaldība – 54% teritorijas aizņem meži, novads ir iekļauts Eiropas Savienības kopīgajā aizsargājamo teritoriju tīklā – novadā ir noteiktas desmit Natura 2000 aizsargājamās teritorijas.
	* Teritorijā ir salīdzinoši zems reģistrētais bezdarba līmenis. Bezdarba līmenis pret darbspējīgā vecumā esošajiem 2014. gadā - 8.3%.
	* Sabiedriskie pakalpojumi kopumā ir pieejami iedzīvotājiem.
	* Renovēti kultūras nami, aktīvi darbojas jauniešu centri.
	* Novadā ir labi saglabājies vispārējās izglītības iestāžu tīkls, skolas ir aktīvas kopienas dzīves organizētājas.
	* Gulbenes novada bibliotēka attīstās kā daudzfunkcionāls centrs, visā novada teritorijā piedāvājot mūžizglītības pasākumus un aktivitātes dažādu vecumu iedzīvotājiem.
	* Gulbenes pilsēta kā novada nozīmes attīstības centrs nodrošina novada iedzīvotājiem pieejamos publiskos pakalpojumus un attīstās, kā daudzfunkcionāls administratīvo pakalpojumu centrs, kas ir arī nozīmīgs blakus esošajiem kaimiņu novadiem, līdz ar to nodrošinot ārējo apmeklētāju plūsmu uz novadu.
	* Gulbenes novadā aktīvi darbojas mājražotāji (gan amatnieki, gan pārtikas mājražotāji) un tiek attīstīta pašvaldības atbalsta sistēma amatniekiem un mājražotājiem.
	* Pilsētā izvietoti apmēram 35% no uzņēmumu kopskaita, bet lauku teritorijā 65% no uzņēmuma kopskaita, kas atbilst arī iedzīvotāju skaitam pilsētā un lauku teritorijā – līdzsvarota uzņēmējdarbības attīstība, kas ļauj neizzust iedzīvotājiem laukos.
2. **Gulbenes novads ir bagāts ar kultūrvēsturisko mantojumu un tajā ir labi attīstītas kultūras un sporta tradīcijas:**
* Teritorijā ir labi attīstījušās kultūrvēsturiskas tradīcijas, ko pozitīvi novērtē iedzīvotāji: novada svētki, “Bānīša svētki”, Gulbenes pilsētas svētki, “Silmači”, “Druvienas cilts” pasākumi. Novadā tiek koptas latviskās tradīcijas.
* Novadam ir bagāta vēsture un tajā ir daudz kultūrvēsturisko, tūrisma, dabas objektu. Kopumā novadā ir 275 kultūras pieminekļi.
* Novada atpazīstamības objekts – “Bānītis”.
* Sporta aktivitāšu un pasākumu daudzveidība.
* Novadā dzīvo daudz talantīgu un idejām bagātu cilvēku.
* Vēsturiski no novada nākušas daudzas talantīgas un sabiedrībā atpazīstamas personības.
* Aktīvi darbojas mākslinieciskā pašdarbība iedzīvotājiem iespējams iesaistīties 133 dažādos pašvaldības kolektīvos un interešu grupās.
* Gulbenes novada organizētos kultūras un sporta pasākumus apmeklē ievērojams cilvēku skaits, piemēram, 2014. gadā – 98430 kultūras pasākumu apmeklētāji.
* Tūristu un apmeklētāju piesaistei novadā veiksmīgi tiek izmantoti aģentūras “Gulbenes tūrisma un kultūrvēsturiskā mantojuma centrs” profili sociālajos tīklos (draugiem.lv, facebook.com, twitter.com), kā arī mājas lapa http://www.visitgulbene.lv/.
1. **Gulbenes novadā ir attīstīta Starptautiskā sadarbība**
	* Gulbenes novada pašvaldība ir viena no piecām aktīvākajām Latvijas novadu pašvaldībām, kas darbojas attīstības sadarbības un attīstības izglītības jomā.
	* Novadam kopumā ir noslēgti 10 sadarbības līgumi ar ārvalstu partneriem, kā arī projektu ietvaros notiek aktīva sadarbība ar vēl 11 ārvalstu sadarbības partneriem.
	* Novada pašvaldības izveidotie kontakti spēlē būtisku lomu kopēju projektu izstrādē, uzņēmējdarbības attīstībā, speciālistu pieredzes apmaiņā un kultūras un sporta tradīciju pilnveidošanā.
 | 1. **Iedzīvotāju skaita samazināšanās:**
* Kopumā teritorija ir maz apdzīvota. Iedzīvotāju blīvums 2014. gadā bija 12.7 iedzīvotāji /km2.
* Samazinās iedzīvotāju skaits - Iedzīvotāju skaits Gulbenes novadā 2014. gada beigās bija 23 345, kas ir par 1136 personām jeb 4,6% mazāk nekā 2012. gadā un par 6628 personām jeb 22,1 % mazāk nekā 1990. gadā.
* Pēdējos 25 gados Gulbenes novadā mirstība pārsniedz dzimstību vidēji 1,5 reizes.
* Iedzīvotāju skaits līdz darbspējas vecumam ir 3169 jeb 13% no kopējā iedzīvotāju skaita.
* Gulbenes novadā 2014. gada sākumā demogrāfiskā slodze bija 505 cilvēki, kas nozīmē, ka uz katriem 1000 darbspējas vecuma iedzīvotājiem bija 505 personas līdz darbaspējas (bērni) un virs darbaspējas (pensionāri) vecuma. Gada laikā demogrāfiskā slodze pieaugusi līdz 510, jo vislielākais iedzīvotāju skaita samazinājums noticis tieši darbspējas vecumā, kas nozīmē, ka novadā samazinās darbaspēka potenciāls.
* Pēdējo 20 gadu laikā notikušas būtiskas izmaiņas galvenajās iedzīvotāju vecuma grupās. 2014. gada beigās salīdzinājumā ar 1995. gadu 2,23 reizes samazinājies personu skaits līdz darbaspējas vecumam, par 5 % darbaspējas vecumā un par 31,2 % virs darbaspējas vecuma.
1. **Uzņēmējdarbības aktivitātes samazināšanās:**
* Samazinās uzņēmējdarbības aktivitāte novadā - uzņēmumu skaits uz 1000 iedzīvotājiem 2014. gadā – 57, kas ir par 6 uzņēmumiem mazāk nekā 2012. gadā.
* Novadā samazinās jaundibināto uzņēmumu skaits (2014. gadā par 32 uzņēmumiem mazāk nekā 2012. gadā).
* Trūkst labi apmaksātu darba vietu, kas veicina iedzīvotāju izceļošanu no novada.
* Teritorijā pastāv slēptais bezdarbs un trūkst darba vietu – iedzīvotāju ienākumu līmenis ir zems un vidējs, līdz ar to ir zema novada iedzīvotāju pirktspēja.
* Trūkst kvalitatīva dzīvojamā fonda tuvumā lielākajiem darba devējiem novadā.
1. **Zema iedzīvotāju līdzdalība**
* 2014. gadā novadā reģistrētas tikai 133 NVO. NVO organizāciju skaits novadā nav būtiski mainījies – 2013. gadā reģistrētas bija 130 organizācijas. NVO vidējais blīvums uz 1000 iedzīvotājiem 2013. gadā bija 5,62 organizācijas, kas bija ievērojami mazāks par vidējo rādītāju valstī (8,48).
* Sabiedrībā raksturīga noslāņošanās aktīvajos un pasīvajos iedzīvotājos.
* Trūkst līderu, nepietiekams pašvērtējums cilvēkiem.
* Nepietiekama cilvēku saliedētība.
* Zema iedzīvotāju aktivitāte pašvaldības organizētajās iedzīvotāju aptaujās, dokumentu sabiedriskajās apspriešanās.
* Palielinās iedzīvotāju skaita izmaiņas migrācijas rezultātā (2012. gadā - 0,61%, 2014. gadā – 1,97%)
 |
| **IESPĒJAS**Ārējās vides izmaiņas, kas veido jaunas iespējas un kuras var pārvērst par teritorijas priekšrocībām. Tas attiecas uz nākotnes plāniem, kas vēl ir jāīsteno, un kas pozitīvi ietekmēs teritorijas attīstību un tēlu. | **DRAUDI**Ārējās vides izmaiņas, kas rada potenciālus draudus un var būt nenozīmīgas, vai arī tādas, kurām ir potenciāls nodarīt nopietnus zaudējumus. |
| 1. **Attīstīt novada vizuālo identitāti**
	* Novada Zīmola iedzīvināšana un popularizēšana.
	* Vizuālās reklāmas par novadu un vides objektu ar novada simboliku izvietošana novada teritorijā.
2. **Pilnveidot pašvaldības instrumentus iedzīvotāju informēšanai par aktualitātēm un iespējām novadā**
	* Regulāra un plānveidīga novada reklamēšana un notikumu atspoguļošana vietējā un nacionālā mēroga masu mēdijos, sociālajos tīklos.
	* Pašvaldības mājaslapas satura un funkcionalitātes pilnveidošana.
	* Pašvaldības informatīvā izdevuma “Gulbenes Novada Ziņas” pieejamības iedzīvotājiem pilnveidošana.
3. **Veicināt novada iedzīvotāju līdzdalību un iesaistīšanos novada attīstības veicināšanā**
	* Novērtējums iedzīvotāju iniciatīvām un ieguldījumam novada attīstībā.
	* Novada iedzīvotāju veiksmes stāstu radīšana un popularizēšana vietējos un nacionālā mēroga masu mēdijos.
	* Akciju, iedzīvotāju forumu un citu interaktīvo formu pielietošana iedzīvotāju iesaistīšanā novada dzīves plānošanā un lēmumu pieņemšanā.
	* Nevalstisko organizāciju, biedrību un nodibinājumu darbības veicināšana novada teritorijā.
4. **Attīstīt dzīves vides kvalitāti un infrastruktūru, kā arī pakalpojumu pieejamību iedzīvotājiem**
	* Attīstīt infrastruktūru aktīvas brīvā laika pavadīšanas iespējām novadā.
	* Pakalpojumu attīstība iedzīvotājiem.
5. **Attīstīt kultūras, tūrisma un atpūtas iespēju piedāvājumu novada apmeklētāju piesaistei**
	* Novada kultūrvēsturiskā mantojuma – kā vērtības, tūrisma produktu un kultūras pasākumu tradīciju saglabāšana, attīstīšana.
	* Jaunu tūrisma produktu attīstība aktīvas atpūtas iespēju paplašināšanai novadā.
	* Sporta infrastruktūras attīstība.
6. **Attīstīt pašvaldības pakalpojumus un infrastruktūru uzņēmējdarbības attīstībai novadā**
	* Pasākumi uzņēmējdarbības attīstībai un darba vides pieejamībai, lai radītu priekšnosacījumus iedzīvotāju nodarbinātībai.
	* Atbalsts novada ražojošo uzņēmēju popularizēšanai nacionālajā un starptautiskajā mērogā.
7. **Attīstīt pašvaldības darbinieku kompetenci veiksmīga pašvaldības mārketinga realizācijai**
	* Izpratnes par pašvaldības mārketingu un uz iedzīvotājiem orientētas attieksmes veidošana pašvaldības administrācijā un pašvaldības iestādēs.
 | 1. **Iedzīvotāju skaita samazināšanās teritorijā:**
* Darbspējīgo iedzīvotāju zaudēšana.
* Jauniešu aizplūšana no novada, neredzot iespējas realizēt sevi dzimtajā pusē.
* Zems dzimstības rādītājs.
* Kultūrvēsturisko tradīciju zaudēšana.
1. **Bezdarba līmeņa paaugstināšanās ekonomiskās lejupslīdes apstākļos.**
2. **Dabas resursu un kultūrvēsturiskā mantojuma nenovērtēšana un bezatbildīga izmantošana.**
3. **Pašvaldības ieņēmumu samazināšanās, kas saistīta ar nodokļu maksātāju skaita negatīvām izmaiņām novadā un var ietekmēt novada attīstībai nozīmīgu projektu realizāciju.**
4. **Grūti prognozējamais resursu (elektroenerģijas, kurināmā, degvielas u.c.) sadārdzinājums, kas var ievērojami palielināt uzņēmējdarbības veikšanai nepieciešamās izmaksas.**
5. Pašvaldības budžeta veidošanas procesā grūti prognozēt ienākuma nodokļa apjomu, dotāciju apjomu no finanšu izlīdzināšanas fonda, nekustāmā īpašuma nodokļa apjomu, jo bieži tiek veiktas izmaiņas normatīvos aktos.
6. Pastāv risks, palielinoties Valsts kases aizdevumu procentu likmei, pieaugt kopējo kredītprocentu atmaksas summai. Aizdevumu procentu likmes palielinājums var būtiski ietekmēt kredīta apjomu pret pamatbudžeta ieņēmumiem un nākotnē ierobežot finanšu līdzekļu pieejamību pašvaldības projektu ieviešanai.
 |

# **MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS IZKLĀSTS**

**Mārketinga stratēģijas misija:** veicināt novada atpazīstamību un konkurētspēju, attīstot to kā pievilcīgu vidi dzīvošanai, strādāšanai, izaugsmei un atpūtai.

Mārketinga stratēģijā izvirzītās galvenās Gulbenes novada vērtības, kas var nodrošināt tā pozitīvu atpazīstamību:

* uzņēmīgi, veiksmīgi un sociāli aktīvi iedzīvotāji,
* pieejama un sakārtota vide dzīvošanai, strādāšanai un atpūtai,
* dzīvs un bagātīgs kultūrvēsturiskais mantojums, kas palīdz saglabāt identitāti un piederības sajūtu esošajiem iedzīvotājiem, kā arī piesaista apmeklētājus,
* tradīcijām bagāti un kvalitatīvi kultūras un sporta pasākumi iedzīvotājiem un apmeklētājiem,
* pārmaiņām un izaugsmei atvērta un iespējām bagāta uzņēmējdarbības vide.

**Mārketinga stratēģijas mērķi:**

*M.1. Attīstīt novada vizuālo identitāti*

*M.2. Pilnveidot pašvaldības instrumentus iedzīvotāju informēšanai par aktualitātēm un iespējām novadā*

*M.3. Veicināt novada iedzīvotāju līdzdalību un iesaistīšanos novada attīstības veicināšanā*

*M.4.Attīstīt dzīves vides kvalitāti un infrastruktūru, kā arī pakalpojumu pieejamību iedzīvotājiem*

*M.5. Attīstīt kultūras, tūrisma un atpūtas iespēju piedāvājumu novada apmeklētāju piesaistei*

*M.6. Attīstīt pašvaldības pakalpojumus un infrastruktūru uzņēmējdarbības attīstībai novadā*

*M.7. Attīstīt pašvaldības darbinieku kompetenci veiksmīga pašvaldības mārketinga realizācijai*

*1.attēls. Mārketinga stratēģijas mērķu (M) ietekme uz mērķa grupām: Iedzīvotāji, Uzņēmēji, Apmeklētāji.*

*Sākot ar 2016. gada 26. februārī Gulbenes novada pašvaldība uzsākusi lietot jauno Gulbenes novada logotipu, kā arī zīmolvedības rokasgrāmatu, kas ir pamats turpmākai novada vizuālā tēla veidošanai. Mārketinga stratēģijas pirmais mērķis ir* ***“Attīstīt novada vizuālo identitāti” (M1)****, kas paredz aktivitātes novada jaunizveidotā zīmola iedzīvināšanu un popularizēšanu, kā arī vizuālās novada reklāmas un vides objektu ar novada simboliku izvietošana novada teritorijā, veidojot pievilcīgu vidi, novada atpazīstamību apmeklētājiem, kā arī piederības sajūtu esošajiem iedzīvotājiem un uzņēmējiem.*

**

*2.attēls. Gulbenes novada logotips ar devīzi*

Mārketinga stratēģijas septītais mērķis ir **“*Attīstīt pašvaldības darbinieku kompetenci veiksmīga pašvaldības mārketinga realizācijai” (M7),*** kas ietekmē Mārketinga stratēģijas realizāciju kopumā un attiecas uz pašvaldības tēlu un komunikācijas veidošanu ar visām trīs stratēģijā izvirzītajām mērķa grupām. Veiksmīgas Mārketinga stratēģijas realizācijas priekšnosacījums ir informēti un ieinteresēti darbinieki, tāpēc mērķa ietvaros paredzēti pasākumi, lai veicinātu pašvaldības iestādēs strādājošo darbinieku izpratni par apstiprināto Mārketinga stratēģiju, kā arī zināšanas un kompetences klientu apkalpošanas jomā, uz klientu orientētu attieksmi un izpratni par to, ka ikviens pašvaldības iestādes darbinieks ir pašvaldības administrācijas seja un tēla veidotājs.

## Mērķa grupa: IEDZĪVOTĀJI

Saskaņā arGulbenes novada ilgtspējīgas attīstības stratēģiju 2014. -2030. gadam “*IEDZĪVOTĀJI**ir galvenais novada resurss, no kuru zināšanām, prasmēm, atbildības, iniciatīvas un darbības atkarīga tālāka novada attīstība. Svarīgākais attīstības priekšnoteikums ir sabiedrības vienotība un atbalsts pozitīvām aktivitātēm”.*

**Mārketinga stratēģijas vīzija: Novada iedzīvotāji jūtas piederīgi un lepojas ar vietu, kurā dzīvo, tās unikalitāti un ir gatavi stāstīt par to citiem.**

Komunikācija ar iedzīvotājiem ir viens no instrumentiem, kā pašvaldība var veidot savu tēlu un veicināt iedzīvotāju pozitīvu attieksmi un novērtējumu novada teritorijai, kā piemērotai vietai dzīvošanai, strādāšanai un atpūtai. Jau šobrīd Gulbenes novada pašvaldības komunikācijā ar iedzīvotājiem tiek izmantots plašs informācijas kanālu klāsts: iedzīvotājiem ir brīvi pieejama informācija par pašvaldības aktualitātēm novada mājaslapā [www.gulbene.lv](http://www.gulbene.lv), pašvaldības informatīvajā izdevumā “Gulbenes Novada Ziņas”, kā arī sociālajos tīklos. Tomēr esošais informācijas pasniegšanas veids dažkārt ir formāls, tajā trūkst radošuma un pozitīvu uzmanību piesaistošu elementu. Iedzīvotāju atsauksmes par novadu un pašvaldības darbu bieži ir negatīvas, iedzīvotāji nepietiekami novērtē informāciju par pozitīvām aktivitātēm, kas notiek novadā, kā arī iespējām iesaistīties, piedalīties novada dzīves veidošanā. Kā viens no mārketinga stratēģijas mērķiem tiek izvirzīts “***Pilnveidot pašvaldības instrumentus iedzīvotāju informēšanai par aktualitātēm un iespējām novadā” (M2),*** *kura ietvaros paredzētas aktivitātes,* lai veicinātu esošo iedzīvotāju informētību un pozitīvu novērtējumu novadā esošajām iespējām, lojalitāti novadam.

Nevalstisko organizāciju sektoram, sabiedrības līdzdalībai un iedzīvotāju iniciatīvām ir būtiska loma jebkuras pašvaldības attīstībā. Lai arī novadā ir atsevišķās spēcīgas un aktīvas nevalstiskās organizācijas un spēcīgi līderi, kopumā iedzīvotāju konstruktīva līdzdalība un iesaistīšanās ir zema, par ko liecina dalība plānošanas dokumentu apspriešanā, pašvaldības regulāri organizētajās iedzīvotāju aptaujās, konkursos. Novada sabiedrībā raksturīga noslāņošanās aktīvajos un pasīvajos iedzīvotājos. NVO blīvums uz 1000 iedzīvotājiem 2013. gadā bija 5,62 organizācijas, kas bija ievērojami mazāks par vidējo rādītāju valstī (8,48), un pēdējo gadu laikā NVO skaits novadā nav būtiski mainījies. Kā vēl viens mārketinga stratēģijas mērķis tiek izvirzīts “***Veicināt novada iedzīvotāju līdzdalību un iesaistīšanos novada attīstības veicināšanā” (M3),*** kura ietvaros paredzētas aktivitātes, laiveicinātu novada iedzīvotāju saliedētību, iesaistīšanos un līdzdalību pašvaldības attīstības plānošanā, kā arī vietējo problēmu risināšanā, atbalstītu iedzīvotāju iniciatīvas un popularizētu novada veiksmes stāstus***.***

Uz iedzīvotājiem vērsts ir arī Mārketinga stratēģijas ceturtais mērķis ***“Attīstīt dzīves vides kvalitāti un infrastruktūru, kā arī pakalpojumu pieejamību iedzīvotājiem” (M4)****,* kura ietvaros plānoti pasākumi, lai attīstītu novadā infrastruktūru dažādu vecuma grupu iedzīvotāju atpūtai un veselīgam dzīvesveidam, kā arī attīstītu novadam aktuālo sociālos pakalpojumu, jo pieejama un sakārtota vide ir viens no būtiskākajiem priekšnoteikumiem, lai iedzīvotāji justos motivēti dzīvot novadā.

## Mērķa grupa: APMEKLĒTĀJI

Mārketinga stratēģijas ietvaros apmeklētāji atbilstoši esošajai apmeklētāju uzskaitei pašvaldībā tiek iedalīti divās kategorijās:

* Gulbenes novada kultūras un sporta pasākumu apmeklētāji, kas netiek sīkāk grupēti un ir gan vietējie novada iedzīvotāji, gan ārējie apmeklētāji;
* Tūristi, kas apmeklē Gulbenes novada tūrisma objektus, kas netiek sīkāk grupēti un var būt gan vietējie novada iedzīvotāji, gan ārējie apmeklētāji.

Pēdējos gados ir vērojama pozitīva tendence Gulbenes novada kultūras pasākumu apmeklētāju pieaugumā: 2012. gadā – 85078; 2014. gadā – 98430 apmeklētāji (pieaugums par 14%, kas liecina par pasākumu dažādību, kvalitāti un aktualitāti dažādām sabiedrības grupām, gan vietējiem iedzīvotājiem, gan ārējiem apmeklētājiem.

2013. gadā PA “Gulbenes tūrisma un kultūrvēsturiskā mantojuma centrs” klātienē kopumā tika apkalpoti 5571 apmeklētāji, 2014. gadā 6510 apmeklētāji (pieaugums par 16%), bet 2015. gadā 7385 apmeklētāji (pieaugums par 13%). Pēdējos gados Aģentūrā visbiežāk griezušies tūristi no Igaunijas, Krievijas, Vācijas, Somijas un Lielbritānijas. Apmeklētāji interesējās par informatīvajiem materiāliem, ekskursiju ar elektrovilcieniņu, naktsmītnēm un apskates objektiem, 2015. gadā ievērojami bija pieaugusi interese tieši par apskates saimniecībām, aktīvās atpūtas iespējām un vietām, kur iespējams pavadīt laiku kopā ar ģimeni.

Tūristu un apmeklētāju piesaistei novadā veiksmīgi tiek izmantoti aģentūras “Gulbenes tūrisma un kultūrvēsturiskā mantojuma centrs” (turpmāk – Aģentūra) profili sociālajos tīklos (draugiem.lv, facebook.com, twitter.com), kā arī mājas lapa <http://www.visitgulbene.lv/>

Laikā no 2012. gada līdz 2015. gadam mājas lapas <http://www.visitgulbene.lv/> apmeklētāju skaits pieaudzis par 40% jeb 23044 apmeklētājiem, kas liecina par pieaugošu apmeklētāju intereses piegumu par novadu, efektīvu informācijas pasniegšanas veidu un kvalitatīvu tūrisma produktu piedāvājumu.

Svarīgi ir saglabāt novada apmeklētāju skaita pieauguma tendences, nodrošinot kvalitatīvu, mūsdienīgu, daudzveidīgu kultūras, sporta pasākumu, kā arī tūrisma produktu piedāvājumu novadā.

**Mārketinga stratēģijas vīzija: Gulbenes novads ir atpazīstams apmeklētājiem ar uz tradīcijām un kultūrvēsturisko mantojumu balstītu, kvalitatīvu un mūsdienīgu aktīvās atpūtas, kultūras un sporta pasākumu piedāvājumu.**

Uz apmeklētājiem fokusējas Mārketinga stratēģijas piektais mērķis***“Attīstīt kultūras, tūrisma un atpūtas iespēju piedāvājumu novada apmeklētāju piesaistei” M5****,* kas paredz pasākumus novada kultūrvēsturiskā mantojuma – kā vērtības, tūrisma produktu un kultūras pasākumu tradīciju saglabāšanai un attīstīšanai; jaunu tūrisma produktu attīstībai aktīvas atpūtas iespēju paplašināšanai novadā, un sporta infrastruktūras attīstībai.

## Mērķa grupa: UZŅĒMĒJI

Gulbenes novadā tautsaimniecības attīstība pamatos balstās uz vietējo resursu izmantošanu: meži un lauksaimniecībā izmantojamā zeme. Lielāko novada uzņēmumu galvenie darbības virzieni ir kokapstrāde, mežizstrāde, lauksaimnieciskā ražošana un pārtikas produktu ražošana. Līdztekus attīstās būvniecības, tirdzniecības, metālapstrādes un pakalpojumu nozares. Pēc apgrozījuma dominējošās nozares novadā ir kokapstrāde, mežizstrāde un būvniecība. Gulbenes novadā uzņēmējdarbības vidi veido mikro, mazie un vidējie uzņēmumi, liela uzņēmuma statusam atbilst tikai viens uzņēmums.

Pilsētā izvietoti apmēram 35% no uzņēmumu kopskaita, bet lauku teritorijā 65% no uzņēmuma kopskaita, kas atbilst arī iedzīvotāju skaitam pilsētā un lauku teritorijā. Visvairāk uzņēmumu izvietots Lizuma pagastā, kur tiek nodrošinātas vairāk nekā 800 darba vietas Gulbenes novada un arī citu novadu iedzīvotājiem. Tomēr, pamatojoties uz VID un pašu uzņēmumu sniegto informāciju, var secināt, ka Gulbenes novadā liela daļa nodarbināto ir tieši valsts un pašvaldības iestādēs. Līdz ar to ir nepieciešams veicināt uzņēmējdarbību, kas rada jaunas darba vietas, iedzīvotāju pašnodarbinātību. Ņemot vērā to, ka pašvaldības īpašumā ir salīdzinoši neliels teritorijas un īpašumu apjoms, ko var piedāvāt ārējo investoru piesaistei, nepieciešams stimulēt esošo uzņēmumu izaugsmi, attīstību, paplašināšanos.

**Mārketinga stratēģijas vīzija: Gulbenes novada pašvaldība aktīvi sadarbojas un sniedz atbalstu uzņēmējdarbības attīstībai novadā, radot priekšnosacījumus darba vides pieejamībai un iedzīvotāju nodarbinātībai.**

*Mārketinga stratēģijas sestais mērķis ir* ***“Attīstīt pašvaldības pakalpojumus un infrastruktūru uzņēmējdarbības attīstībai novadā” (M6),*** kura ietvaros paredzētipasākumi uzņēmējdarbības attīstībai un darba vides pieejamībai, lai radītu priekšnosacījumus iedzīvotāju nodarbinātībai. Kā viens no pasākumiem paredzēta Eiropas Savienības līdzfinansējuma piesaiste publiskās infrastruktūras sakārtošanai, lai radītu labvēlīgus apstākļus uzņēmējdarbības uzsākšanai vai attīstībai. Eiropas Savienības līdzfinansējumu paredzēts piesaistīt specifikā atbalsta mērķa (SAM) 3.3.1. „Palielināt privāto investīciju apjomu reģionos, veicot ieguldījumus uzņēmējdarbības attīstībai atbilstoši pašvaldību attīstības programmās noteiktajai teritoriju ekonomiskajai specializācijai un balstoties uz vietējo uzņēmēju vajadzībām”, SAM 5.6.2. “Teritoriju revitalizācija, reģenerējot degradētās teritorijas atbilstoši pašvaldību integrētajām attīstības programmām”, kā arī Lauku attīstības programmas investīciju pasākumu ietvaros. Plānots arī paplašināt un attīstīt pašvaldības konsultatīvo atbalsta sistēmu uzņēmējiem novadā, veicināt sadarbību ar uzņēmējiem dzīvojamā fonda attīstībai, kā arī sniegt atbalstu novada ražojošo uzņēmēju popularizēšanai nacionālajā un starptautiskajā mērogā.

# **MĀRKETINGA STRATĒĢIJAS UZRAUDZĪBA**

Gulbenes novada Mārketinga stratēģijas un tās rīcības plāna uzraudzībai, izvērtēšanai un aktualizācijai ar Gulbenes novada domes priekšsēdētāja rīkojumu tiks izveidota **Mārketinga stratēģijas uzraudzības grupa**, kuras sastāvā ietilps Gulbenes novada domes deputāti, kā arī par Mārketinga stratēģijas ieviešanu atbildīgie struktūrvienību un iestāžu vadītāji. Mārketinga stratēģijas uzraudzības grupa vismaz reizi gadā nodrošinās Mārketinga stratēģijā un rīcības plānā noteikto mērķu, uzdevumu, aktivitāšu izpildes, kā arī noteikto rezultatīvo rādītāju sasniegšanas izvērtēšanu un uzraudzību, kā arī sagatavos priekšlikumus Mārketinga stratēģijas un rīcības plāna aktualizācijai.

*Šis materiāls ir izstrādāts ar Norvēģijas finanšu instrumenta 2009.-2014. gada perioda programmas "Kapacitātes stiprināšana un institucionālā sadarbība starp Latvijas un Norvēģijas valsts institūcijām, vietējām un reģionālām iestādēm" atbalstu projekta "Lietpratīga pārvaldība un Latvijas pašvaldību veiktspējas uzlabošana" ietvaros.*

*Par tā saturu pilnībā atbild Gulbenes novada dome, un tas neatspoguļo Programmas un iesaistīto valstu oficiālo viedokli.*