



Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā

Rekomendāciju ziņojums

Gala versija, 24.11.2022



Tieslietu ministrija



European Bank
for Reconstruction and Development



Finansē
Eiropas Savienība

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

Eiropas Komisijas atruna

© Eiropas Savienība, 2022. 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 atlasu un tā darba 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 ietverto informāciju un neuzņemas nekādu atbildību par šajā dokumentā ietverto 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
ĀTAP	Ārpustiesas tiesiskās aizsardzības process
ĀTR	Parādu ārpustiesas restrukturizācija
COVID-19	2019. gada koronavīrusa slimība
Darba grupa	Tieslietu ministrijas izveidotā darba grupa informācijas avotu izstrādei, finansiālo grūtību apzināšanai un atrisināšanai
EDS	Elektroniskās deklarēšanas sistēma
EK	Eiropas Komisija
EM	Ekonomikas ministrija
ERAB	Eiropas Rekonstrukcijas un attīstības banka
ES	Eiropas Savienība
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 vai uzskata, ka nespēs 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
IeVP	Ieslodzījuma vietu pārvaldes
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
LAKRA	Latvijas Kredītņēmēju asociācija
LB	Latvijas Banka
LDDK	Latvijas Darba devēju konfederācija
LIAA	Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra
LM	Labklājības ministrija
LMPAA	Latvijas Maksātnespējas 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.
mērķa grupas segments	Mērķa grupas apakškopa, un attiecas uz noteiktu mērķa grupas dalībnieku grupu ar noteiktu raksturīgu pazīmju kopu.
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. eiro vai balance zem 43 milj. eiro.

MKD	Maksātspējas kontroles dienests
NVA	Nodarbinātības valsts aģentūra
NVO	Nevalstiska organizācija
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. (Patērētāju tiesību aizsardzības likuma 1. panta 3. punkts)
Projekts	Projekts "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību apzināšanai un atrisināšanai"
PTAC	Patērētāju tiesību aizsardzības centrs
Rekomendāciju ziņojums (angl. – <i>Recommendations report</i>)	Projekta 3.posma nodevums
SIA	Sabiedrība ar ierobežotu atbildību
TAP	Tiesiskās aizsardzības process
TM	Tieslietu ministrija
Uzņēmēji	Individuālie komersanti, saimnieciskās darbības veicēji (fiziska persona, kas reģistrēta VID kā nodokļu maksātājs), individuālie (ģimenes) uzņēmumi, zemnieku / zvejnieku saimniecības un lauku amatnieku uzņēmumi / saimniecības.
VARAM	Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija
VID	Valsts ieņēmumu dienests
VISK	Valsts izglītības satura centrs
VPD	Valsts probācijas dienests
VPVKAC	Valsts un pašvaldību vienotais klientu apkalpošanas centrs

Satura rādītājs

Apzīmējumi un to skaidrojumi.....	3
Kopsavilkums.....	6
Ievads.....	15
Projekta tvērums	15
Metodoloģija	15
Ierobežojumi	18
1 Risināmā problemātika un komunikācijas mērķi.....	19
1.1. Risināmā problemātika komunikācijā par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu .	19
1.2. Komunikācijas mērķis, uzdevumi un pamatprincipi	19
2 Rekomendācijas.....	21
2.1. Rekomendāciju kopsavilkums un ieviešanas prioritātes	21
2.2. Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms.....	24
2.3. Informācijas avoti un kanāli	27
2.4. Komunikācijas saturs	35
2.4.1. Rekomendācijas MVU	36
2.4.2. Rekomendācijas uzņēmējiem	37
2.4.3. Rekomendācijas patērētājiem.....	39
Izmantotās informācijas saraksts	41
Pielikums 1. Rekomendāciju prioritizēšanā izmantotie kritēriji	43
Pielikums 2. Darbību kopsavilkums.....	45

Kopsavilkums



Ziņojuma mērķis

Šī ziņojuma mērķis ir izstrādāt rekomendācijas Tieslietu ministrijai un citām publiskās pārvaldes iestādēm par komunikāciju ar MVU, uzņēmēju un patērētāju mērķa grupām 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 (skat. Tabula 1), par kuru vienojās ERAB un EK Strukturālo reformu atbalsta ģenerāldirektorāts.

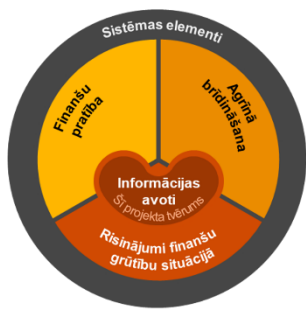
Tabula 1. Ziņojuma struktūras atbilstība Projekta nolikumam

Ziņojuma struktūra	Projekta nolikums
Ievads	N/A
1. Risināmā problemātika un komunikācijas mērķi	
1.1 Risināmā problemātika komunikācijā par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu	N/A
1.2 Komunikācijas mērķis, uzdevumi un pamatprincipi	
2. Rekomendācijas	"Specific Recommendations Report on the establishment of an appropriate source(s) of information to disseminate financial or other information missing in the Latvian market to SMEs, entrepreneurs and consumers as identified in the Assessment Report. The Specific Recommendation Report should have at least three clear and distinctive sections for separate analysis of SMEs, entrepreneurs and consumers and should address any areas where there are deficiencies in either skills or expertise, as identified by the gap analysis prepared during Activity 2.1.
2.1. Rekomendāciju kopsavilkums un prioritātes	
2.2. Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms	
2.3. Komunikācijas kanāli	
2.4. Komunikācijas saturs	Based the workshops and the Assessment Report, prepare the Specific Recommendations Report on the establishment of an appropriate source(s) of information to disseminate financial or other information missing in the Latvian market. The recommendations should address any gaps, as well as the issue of potential passivity by SMEs, entrepreneurs, and consumers and what type of promotion and information channels are needed to reach the maximum number of SMEs, entrepreneurs, and consumers. This should include recommendations on how to reach natural persons and/or businesses that do not have digital skills or access to digital information."
2.4.1. Rekomendācijas MVU	
2.4.2. Rekomendācijas uzņēmējiem	
2.4.3. Rekomendācijas patērētājiem	



Ziņojuma tvērums

Ziņojuma tvērumā ir rekomendācijas informācijas avotu izstrādei finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai. Informācijas avoti primāri skar risinājumus finanšu grūtību situācijā (TM atbildības joma). Tomēr, ņemot vērā, ka visaptveroša sistēma sastāv arī no finanšu pratības un agrīnās brīdināšanas komponentēm, rekomendācijas atsevišķos aspektos skar arī pārējos sistēmu elementus (t.sk. attiecībā uz pārvaldības mehānisma izveidi; informācijas avotu izstrādi, kuros iespējams iekļaut arī uz pārējiem sistēmas elementiem attiecināmos resursus).



	MVU	Uzņēmēji	Patērētāji
Finanšu pratība – zināšanu, attieksmes un prasmju kopums, kas ved uz privāto finanšu stabilitāti, palīdz sasniegt mērķus un veido finansiālo labklājību.	✓	✓	✓
Agrinā brīdināšana – sistēma, kur izplata savlaicīgu un jēgpilnu informāciju (brīdinājumu), kas ļauj finanšu riskiem pakļautiem subjektiem rīkoties atbilstoši un pietiekoši savlaicīgi, lai novērstu vai mazinātu kaitējumu (zaudējumus).	✓	✓	-
Risinājumi finanšu grūtību situācijā – MVU, uzņēmējiem un patērētājiem (iedzīvotājiem) pieejamais juridiskais, administratīvais, finanšu un cita veida atbalsts, kas palīdz risināt paredzamās vai iestājušās finanšu grūtību situācijas (piemēram, "otrās iespējas" sistēma).	✓	✓	✓
Informācijas avoti – metodoloģiskie un informatīvie materiāli, kā arī rīki, kas palīdz MVU, uzņēmējiem un patērētājiem identificēt un atrisināt finanšu grūtību situācijas.	✓	✓	✓



Ziņojuma pārskats

1. Risināmā problemātika un komunikācijas mērķi		2. Rekomendācijas
Risināmā problemātika	Komunikācijas mērķis	
Valsts kopīgas stratēģiskās koordinācijas trūkums Kopējais mērķa grupām pieejamais informatīvais saturs ir pietiekams, tomēr sadrumstalots Komunikācijā galvenokārt tiek izmantota vienvirziena (asimetriska) komunikācija Negatīvie psiholoģiskie aspekti mērķa grupu pārstāvjiem	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 pārstāvjus ar vienkārši un ērti pieejamu un saprotamu informāciju, kā arī sniedzot konsultatīvu atbalstu un iedrošinot rīkoties Komunikācijas uzdevumi Izstrādāt galvenos komunikācijas vēstījumus un identificēt katrai mērķa grupai komunikācijas kanālus Veicināt mērķa grupu pārstāvju informētību par pieejamajiem resursiem Veidot sabiedrībā atvērtu un atbalstošu attieksmi pret finanšu grūtībās nonākušiem patērētājiem, MVU un uzņēmējiem Komunikācijas pamatprincipi Stratēģiski pārvaldīta un integrēta komunikācija Viegla un saprotama valoda Iedrošinošs komunikācijas stils Divvirzienu komunikācija Dažādu valodu pielietojums	Rekomendācijas komunikācijas organizācijai un institucionālajam ietvaram Institucionālais ietvars komunikācijas ar mērķauditorijām organizācijai, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību Rekomendācijas informācijas avotu un kanālu izveidei Tīmekļvietne galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai Iespējamie informatīvie materiāli ar tīmekļvietnes galveno saturu Pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (Valsts probācijas dienests un Ieslodzījuma vietu pārvalde) – pilotprojekts Pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPVKAC tīklu – pilotprojekts Pirmā līmeņa atbalsta sniegšana valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku Izglītojoša komunikācijas kampaņa tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai Sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas Rekomendācijas komunikācijas satura izstrādei Jauns komunikācijas saturs lietotājam draudzīgā formātā, kas aptvertu visus ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītos aspektus katrai no mērķa grupām, apkopojot jau esošos publiskā, privātā un nevalstiskā sektora informatīvos avotus un nodrošinot to regulāru atjaunošanu, tādās jomās, kā, piemēram, nodokļu aspekti, pagaidu/ pastāvīgās atbalsta programmas, pieejamās konsultācijas, maksātspējas procedūras utt.

MVU

Uzņēmēji

Patērētāji

MVU
 Uzņēmēji
 Patērētāji



Rekomendāciju kopsavilkums un prioritātes

Ietekmes un atbildību matricā prioritizētas rekomendācijas komunikācijai par finanšu grūtību identificēšanu. Matricā attēlotā rekomendāciju prioritizācija **indikatīvi** ataino to ieviešanai nepieciešamās atbildīgās iestādes un ieviešanas rezultātā sasniedzamo ietekmi, pamatojoties uz diviem kritērijiem:

- **Rekomendāciju ieviesējs** (matricas dimensija: atbildības) – finanšu grūtībām ir daudzveidīga izpausme un cēloni, un rekomendācijas skar ne tikai TM kā par maksātnespējas politiku atbildīgo iestādi, bet arī citas iestādes, kas darbojas finanšu pratības, agrīnās brīdināšanas un citās jomās. Līdz ar to atbildību dimensija tika vērtēta caur ieviesēja prizmu.
- **Sasniegtais mērķa grupu pārstāvju skaits** (matricas dimensija: ietekme) – komunikācijas pasākumu rezultātā sasniegtais mērķa grupu pārstāvju skaits¹ ir būtisks indikators, kas parāda veikto pasākumu rezultativitāti un šī Projekta radīto ietekmi. Tabulā zemāk ir attēlots **kopējais potenciāli sasniedzamās mērķauditorijas skaits** sadalījumā pa rekomendācijām. Detalizētais aprēķins par reālistiski sasniedzamo mērķauditorijas skaitu tiks iekļauts Projekta 4. posma Rīcības plāna nodevumā, pamatojoties uz šajā ziņojumā ietverto kopējo skaitu un ņemot vērā papildu apsvērumus, kas ietekmē auditoriju sasniegšanu (piemēram, cilvēku īpatsvars, kas spēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā vai ir meklējuši ar finanšu grūtību risināšanu saistītu informāciju utt.).

¹ Kā mērķa grupu pārstāvju bāze ir ņemti patērētāji (~1 346 000 – patērētāju skaits pēc to klasifikācijas (skatīt “Apzīmējumi un to skaidrojumi”). MVU un uzņēmēju mērķa grupas pārklājas un ir daļa no patērētāju mērķa grupas, jo tā iekļauj visus Latvijas iedzīvotājus vecumā no 18 līdz 74 gadiem, tādējādi arī komunikācijas aktivitātēm patērētājiem sasniedzot pārējās mērķa grupas.

Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms – rekomendācijas ieviešana ir būtiska, lai ilgtermiņā nodrošinātu dažādu iestāžu sadarbību un iedzīvotāju rekomendācijas, kuru īstenošanai nepieciešams panākt vienošanos ar citām iestādēm. Rekomendācijas, kas attiecas tikai uz TM, iespējams īstenot arī neveicot šīs rekomendācijas ieviešanu. Komunikācijas saturs – rekomendācijas ieviešana ir priekšnoteikums tālāku rekomendāciju par komunikācijas kanāliem ieviešanai (t.i. pretējā gadījumā turpmākās rekomendācijas nevar tikt ieviestas). Komunikācijas kanāli (prioritātes):	
--	--

Nr.	Rekomendācija	MVU	Uzņ.	Pat.
	Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms	✓	✓	✓
1	Pārvaldības mehānisma stiprināšana, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmiska un ilgtspējīga.	✓	✓	✓
	Komunikācijas kanāli	✓	✓	✓
2a	Tīmekļvietne (ar primāro funkcionalitāti – ceļa karte) ³	✓	✓	✓
2b	Tīmekļvietne (ar primāro un sekundāro funkcionalitāti) ⁴	✓	✓	✓
3	Drukātie materiāli – (ceļa karte drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļautais saturs) ⁵	✓	✓	✓
4	Pilotprojekts: VPD un IeVP			✓
5	Pilotprojekts: Pašvaldības (VPVKAC)	✓	✓	✓
6	Valsts mēroga pirmā līmeņa atbalsts	✓	✓	✓
7a	Komunikācijas kampaņa (1.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes) ⁶	✓	✓	✓
7b	Komunikācijas kampaņa (2.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) ⁷	✓	✓	✓
7c	Komunikācijas kampaņa (3.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) ⁸	✓	✓	✓
8	Sabiedriskās domas izpēte ⁹	✓	✓	✓
	Komunikācijas saturs	✓	✓	✓
9	Komunikācijas satura izstrāde lietotājam draudzīgā formātā ("ceļa karte"), kas aptvertu visus ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītos aspektus, apkopojot jau esošos informatīvos avotus un nodrošinot to regulāru atjaunošanu.	✓	✓	✓

Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms

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

Projekta ietvaros veiktā izpēte parāda, ka valstiski funkcionējoša sistēma, kas ir vērsta uz sabiedrības (patērētāju, MVU un uzņēmēju) spēju sekmīgi plānot finanses, kā arī laicīgi identificēt un mērķtiecīgi risināt finanšu grūtību situācijas, sastāv no trīs galvenajām komponentēm (finanšu pratības aptveres, agrīnās brīdināšanas sistēmas, risinājumiem finanšu grūtību situācijā (tostarp preventīviem ārpus tiesas risinājumiem)). Informācijas avoti skar visas trīs sistēmas komponentes. Šādas sistēmas darbība prasa kompleksas pieejas īstenošanu un mērķtiecīgu darbu ciešā sadarbībā starp publisko, nevalstisko un privāto sektoru, ietekmējot mērķa grupu zināšanas, attieksmi un uzvedību. Informācijas avoti finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai ir tikai viena no sistēmas komponentēm, un, atrauti no citām, to izstrāde nespēs sniegt vēlamo rezultātu un sagaidāmo ietekmi sabiedrības finanšu grūtību kompleksā risināšanā (t.sk. preventīvi risinājumi un risinājumi, kas ir vērsti jau uz radušos grūtību risināšanu).

² Detalizēts pārskats par rekomendāciju prioritizēšanā izmantotajiem kritērijiem iekļauts Pielikums 1. Rekomendāciju prioritizēšanā izmantotie kritēriji.

³ Informējoša un skaidrojoša par galvenajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem problēmjasutājumiem un iestāžu atbildībām, palīdzot lietotājam orientēties informācijas apjomā un novirzot lietotāju uz konkrētai situācijai atbilstošāko, jau esošu informāciju dažādās tīmekļvietnēs.

⁴ Interaktīva, nodrošinot dažādus finanšu grūtību apzināšanai un risināšanai veltītus e-rīkus

⁵ Drukāto materiālu potenciālais skaits sakrīt ar konsultāciju (6., 7. un 8.rekomendāciju) sasniegtās mērķauditorijas kopsummu.

⁶ Informācijas izvietošana partneru kanālos, informācijas izplatīšana organizācijām un profesionālu asociācijām, mediju informēšana par jomas aktualitātēm un iepazīstināšana ar komunikācijas kanāliem, sociālo tīklu komunikācija projekta turētāja sociālo tīklu kontos, Google Ads risinājums.

⁷ 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.

⁸ Plaša un apjomīga reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa, ietverot plašu kanālu loku (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports u.c.), īpašs raidījumu cikls TV vai radio, ietekmētāju (influenceru) komunikācija.

⁹ Sabiedriskās domas izpēte ir paredzēta mērķa grupu vajadzību izpētei, un tā nenodrošinās tiešu ietekmi uz komunikācijas mērķu sasniegšanu.

Lai sasniegtu izvirzītos komunikācijas mērķus, nepieciešams iedarboties uz visām mērķa grupām, radot visaptverošu "ietekmes apli", ko saturiski nodrošina publiskā sektora iestādes (ministrijas un to padotības iestādes), nevalstiskās organizācijas un privātā sektora partneri. Šobrīd trūkstošā ir centrāla koordinējoša vienība, kuras loma būtu noteikt un uzraudzīt stratēģisko koordināciju par finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jautājumiem valsts mērogā, vienlaicīgi sekmējot plašāku ilgtermiņa un vidēja termiņa politikas plānošanas dokumentos noteikto mērķu sasniegšanu (piemēram, nodokļu politikas, ēnu ekonomikas mazināšanas vai citā jomā).

Centrālas koordinējošas vienības izveide paredz divas savstarpēji papildinošas darbības:

- Izveidot starpinstitutionāli koordinējošu padomi, kas nodrošinātu stratēģiski organizētas komunikācijas par risinājumiem finanšu grūtību situācijā pārvaldību un kontroli, kā arī citām saistītām jomām, piemēram, finanšu pratību un agrīno brīdināšanu, rūpētos par valsts mēroga komunikācijas risinājumu ieviešanu, kā arī administrētu un uzraudzītu to darbību;
- MK nozīmēt koordinējošo ministriju (rekomendējam TM kā atbildīgo par maksātspējas politiku), kas ir atbildīga par minēto jautājumu koordinēšanu un vairāku mērķu politikas īstenošanu, nodrošinot sadarbību ar citām iesaistītajām ministrijām (LM, FM un EM).

1 Centrālā koordinējoša vienība

☒
Rekomendēts izveidot

2 Atbildīgās iestādes

☒
Esošas iestādes

	 Risinājumi finanšu grūtību situācijā	 Finanšu pratība	 Agrīnā brīdināšana
Iedzīvotājiem	TM	LB	-
MVU	TM	LB	EM
Uzņēmējiem	TM	LB	EM

3 Izpildītāji / iesaistītie

☒
Esošas iestādes

LM	VARAM	IZM	IeM	FM	Profesionālās asociācijas	Pašvaldības
Dažādi informācijas izplatīšanas aspekti (izglītošana, iedrošināšana, izpratnes veicināšana, izglītības satura pielāgošana, komunikācijas un izglītības mehānismu izveide u.c.)						

Komunikācijas saturs

Rekomendēts komunikācijas saturu izstrādāt lietotājam draudzīgā formātā ("ceļa karte"), ar mērķi palīdzēt orientēties jau esošajā informācijas apjomā un ērtāk iegūt savai konkrētajai situācijai attiecināmo informāciju. Tas paveicams aptverot visus ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītos aspektus katrai no mērķa grupām, izmantojot jau esošos publiskā, privātā un nevalstiskā sektora informācijas avotus un nodrošinot to regulāru atjaunošanu.

Pieejamo iestāžu un organizāciju informācijas avotu izpēti un analīzi laikā tika secināts, ka mērķa grupām ir pieejams savai specifikai atbilstošs informatīvais saturs finanšu pratības, agrīnās brīdināšanas un risinājumu finanšu grūtību situācijas jomās.¹⁰ Lai gan visām mērķa grupām ir pieejams pietiekams informatīvais saturs, uzmanība būtu jāvērs uz tā sadrumstalotības dažādos informācijas avotos mazināšanu un pieejamības uzlabošanu mērķa grupu pārstāvjiem, mērķtiecīgi lietojot vienotus komunikācijas kanālus.

¹⁰ Tieslietu ministrija, 2021. Ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā".

Zemāk identificētais saturs tiks izmantots ceļa kartes¹¹ izstrādē kā resurss, uz kuru informācijas meklētājs tiks novirzīts, atkarībā no viņa vēlmēm un vajadzībām.

Komunikācijas saturs	Mērķa grupas		
	Patērētāji	Uzņēmēji	MVU
Finanšu pratība	✓	✓	✓
Budžeta plānošana	✓		
Informācija par kreditēšanas tirgus dalībniekiem un to licencēšanu	✓	✓	✓
Informācija par banku aktualitātēm attiecībā uz kreditēšanu	✓	✓	✓
Informācija par kredītu veidiem, izmantotajiem termiņiem	✓	✓	✓
Informācija par dažādiem finanšu pakalpojumu aspektiem (piemēram, pirmslīguma informācija, atteikuma tiesības, maksātnespējas vērtēšana)	✓		
Informācija par maksātnespējas politiku	✓	✓	✓
Kredīta un līzings kalkulatori	✓	✓	✓
Mācības, izglītības materiāli saistībā ar finanšu pratības aspektiem	✓	✓	✓
Agrīnā brīdināšana		✓ ¹²	✓
VID EDS: Nodokļu maksātāju reitinga sistēma			✓
Risinājumi finanšu grūtību situācijā	✓	✓	✓
Informācija par nodokļu aspektiem (termiņpagarinājumiem, atvieglojumiem utt.)	✓	✓	✓
Atbalsts COVID-19 pandēmijas un energoresursu kāpuma laikā	✓	✓	✓
Pastāvīgas atbalsta programmas, garantijas, aizdevumi, pabalsti, subsīdijas utt.	✓	✓	✓
Informācija par maksātnespējas procedūrām un soļu apraksts	✓	✓	✓
Informācija par fiziskās personas atbrīvošanu no parādsaitībām	✓	✓	
Vadlīnijas finanšu grūtību situācijā		✓ ¹³	✓
Ceļvedis izklūšanai no parādiem	✓		
Pieejamās konsultācijas (valsts iestāžu, organizāciju un kredītiestāžu)	✓	✓	✓

Komunikācijas risinājumi un kanāli

Projekta ietvaros veiktā izpēte parāda, ka informācijas iegūšanas veidi nenorāda uz būtiskām atšķirībām galveno mērķa grupu izmantotajos komunikācijas kanālos, tādēļ visām mērķa grupām jāizmanto vairāku komunikācijas kanālu kombinācija. Tādējādi tiks panākta plašāka mērķa grupu sasniegšana, atbilstoši atšķirīgiem informācijas ieguves prasmju un iespēju līmeņiem (piemēram, digitālajai pratībai, informācijas patēriņa paradumiem).

Lai sasniegtu mērķa grupas (MVU, uzņēmējus un patērētājus) rekomendēts izmantot:

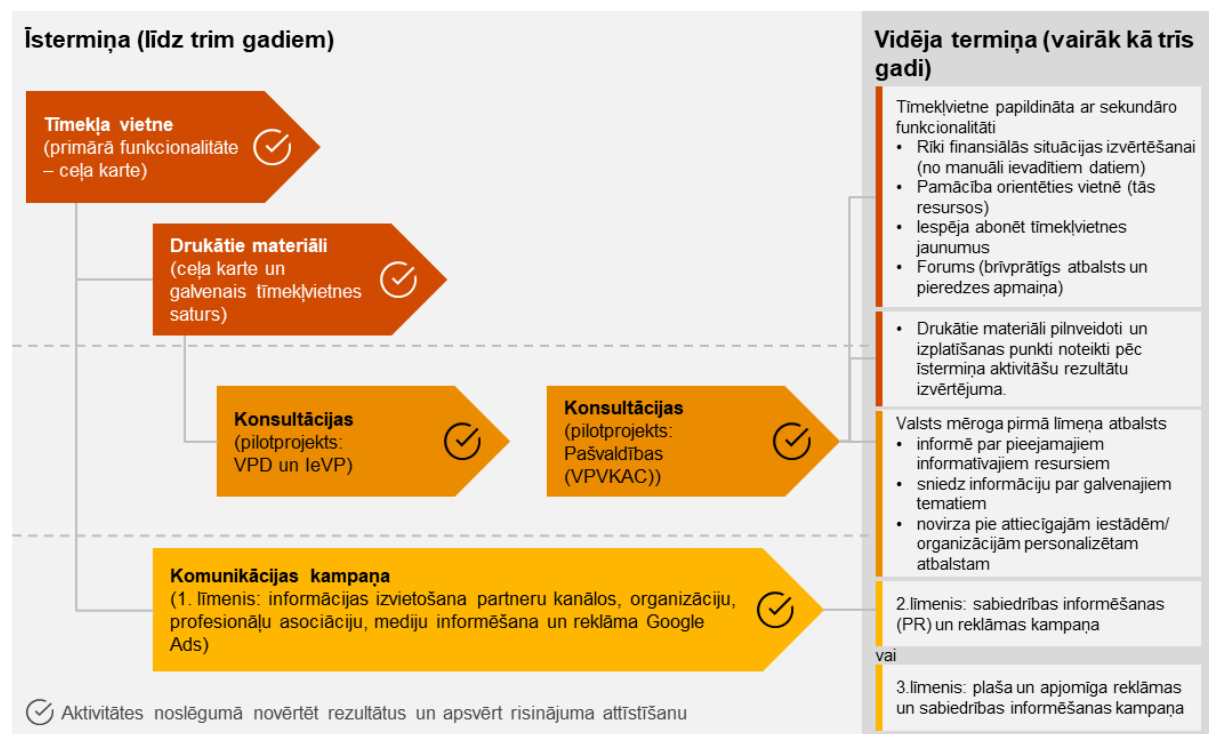
- **pamata komunikācijas kanālus**, kuros ir izvietota un / vai pieejama visaptveroša būtiskākā informācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, un ir nodrošināta divvirzienu komunikācija (tīmekļvietne, drukātie materiāli, konsultācijas);
- daudzveidīgi **papildu komunikācijas kanālus**, kas nodrošina auditorijas novirzīšanu uz pamata kanāliem (komunikācijas kampaņā izmantotie kanāli: partneru tīmekļa vietnes, sociālo tīklu profili un pasākumi, mediji, Google Ads risinājumi u.c.).

¹¹ Skat. Rekomendācija 2 un **Error! Reference source not found.**

¹² Zemnieku, zvejnieku un individuālajiem uzņēmumiem, par kuru darbību tiek iesniegts gada pārskats

¹³ Vadlīniju lietojamība ir atkarīga no komercdarbības formas

Risinājums rekomendēts ieviest šādā secībā:



Īstermiņa risinājumi:

- Timekļa vietne (ar primāro funkcionalitāti – ceļa karte)**¹⁴, kas kalpos kā pamata komunikācijas kanāls, novirzot informācijas meklētāju uz par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistīto aspektu atbildīgo iestāžu un organizāciju informācijas resursiem.¹⁵

¹⁴ 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 timekļvietnēs.

¹⁵ Rekomendācija attiecināma uz jaunas timekļvietnes izstrādi vai primārās funkcionalitātes iestrādi jau esošā timekļvietnē. Plašākai informācijai skatīt sadaļu "2.3. Komunikācijas kanāli"

Tīmekļvietnes izveides alternatīvas		
	Atsevišķa tīmekļvietne	Citās vietnēs integrēta tīmekļa lapa
Priekšrocības	- Plašākas satura izvietojšanas un funkcionalitātes iespējas, iekļaujot dažādus interaktīvus digitālos risinājumus. - Var tikt izvēlēta interaktīviem rīkiem piemērotākā tehniskā risinājuma platforma, kas efektīvi izpildītu pašreizējās un potenciālās nākotnes prasības, ko sagaida un pieprasa lietotājs. - Ar atsevišķu tīmekļvietni tiktu atrisināta resursu sadrumstalotības problēma, svarīgāko informāciju apkopojot vienuviet. Pašreiz novērojams ļoti plašs, taču dažādos informācijas avotos sadrumstalots informācijas apjoms.	Vieglāka mērķa grupu sasniegšana, integrējot tīmekļa lapu vietnēs, kuras bieži apmeklē mērķa grupas pārstāvji vai arī kurās tās varētu meklēt informāciju finanšu grūtību situācijās.
Trūkumi	Jaunas tīmekļvietnes sākotnēji zemā atpazīstamība un apmeklētība. Jāparedz komunikācijas aktivitātes lapas atpazīstamības veicināšanai, ilgstoši un sistemātiski virzot mērķa grupas uz vietni, pozicionējot to, kā drošu, noderīgu un leģitīmu platformu finanšu grūtību jautājumu identificēšanā un risināšanā.	- Informācijas sadrumstalotības risks – projekta mērķa grupu biežāk izmantotās tīmekļa vietnes atšķiras. Tā kā nav identificēta viena vietne, kas būtu piemērota visām trim mērķa grupām, būtu jāizvēlas vismaz divas vietnes (viena – MVU un uzņēmējiem; otra – patērētājiem). Dalot pēc satura un uzbūves vienotu risinājumu daļās, tiks veicināta tālāka informācijas sadrumstalotība. - Tehnisko risinājumu nesaderība. Jāizveido vairāki lapu tehniskie risinājumi, lai tos integrētu dažādās izvēlētajās valsts pārvaldes iestāžu tīmekļa vietnēs, paredzot, ka to izmantotās platformas atšķiras. Izmantoto tehnisko risinājumu atšķirības var ietekmēt satura izvietojšanas iespējas un praktiski var nozīmēt vairāku tīmekļa lapu izstrādi, kas palielina gan izstrādes laiku, gan nepieciešamo budžetu. - Ierobežotas satura izvietojšanas iespējas - informācijas daudzums nedrīkst pārsniegt vienā tīmekļa lapā optimāli izvietojamo informācijas apjomu, lai neriskētu ar tehniska rakstura sarežģītumiem un sarežģītu informācijas uztveramību. Jaunizveidotais risinājums (ceļa karte) var pazust esošo tīmekļa vietņu informācijas apjomā un nesasniegt vēlamu auditoriju. - Ierobežotas iespējas lapā integrēt dažādus digitālos rīkus. Jāievēro tehnoloģiju samērojamība ar visām valsts pārvaldes iestāžu un citu relevantu partneru izmantotajām platformām.
Balstoties uz identificētajām priekšrocībām un trūkumiem, secināms, ka abas alternatīvas ir iespējams īstenot. <u>PwC rekomendē atsevišķas tīmekļvietnes izveidi, kuras turētājs ir TM (kas nodrošina tīmekļvietnes ieviešanu, uzturēšanu un attīstīšanu) pamatojoties uz šādiem apsvērumiem:</u> - Plānotais vietnes primārais saturs ir interaktīva ceļa karte trim mērķa grupām (pēc satura un uzbūves vienots risinājums). Lai nodrošinātu koordinētu komunikāciju ar visām mērķa grupām un mazinātu esošo resursu sadrumstalotību, būtiski ir ceļa karti izvietot vienā tīmekļvietnē. Tomēr Projekta ietvaros veiktās izpētes rezultātā nav identificēta viena tīmekļvietne, kas būtu piemērota visām mērķa grupām. - Ceļa kartes funkcionalitāte paredz dažādus interaktīvus digitālos risinājumus. Līdz ar to esošo tīmekļvietņu izmantošana var uzlikt ierobežojumus no tehniskās iespējamības viedokļa. - Projekta ietvaros rīkotajās intervijās un darbnīcās citas institūcijas nav izrādījušas iniciatīvu kļūt par atbildīgo tīmekļvietnes ieviešanai (tomēr tās ir gatavas ierobežotā apjomā atbalstīt TM). Tāpēc citu institūciju jau esošo tīmekļvietņu izmantošana var būt komplicēta.		

- **Drukātie materiāli**, jo tie tiks veidoti, pamatojoties uz tīmekļvietnes saturu, un nodrošinās iespēju iegūt informāciju mērķa grupu pārstāvjiem ar zemākām digitālajām prasmēm un tiks sākotnēji izplatīti punktos, kuros paredzēts īstenot konsultāciju pilotprojektus. Drukātie materiāli izmantojami konsultējot cilvēkus ar zemām digitālajām prasmēm vai situācijās, kad nav pieejami digitālie rīki. **Konsultāciju pilotprojekti**, jo tiem ir nepieciešama izstrādāta tīmekļvietne un pieejami drukāti materiāli. Rekomendēts secīgi īstenot divos pilotprojektus (pirmais - sadarbībā ar VPD un IeVP; otrs – pašvaldību VPVKAC).
- **Komunikācijas kampaņa**, jo tās mērķis ir vairot tīmekļvietnes kā pamata komunikācijas kanāla atpazīstamību. Komunikācijas kampaņas aktivitātes var risināties paralēli drukātu materiālu izstrādei, jo tās savstarpēji neietekmē viena otru.

Īstermiņu risinājumu īstenošanas noslēguma stadijā nepieciešams veikt rezultātu analīzi, identificējot nepieciešamos uzlabojumus, pilotprojekta koncepta dzīvotspēju kā patstāvīgam risinājumam, kā arī apsverot ilgtermiņa risinājumu ar plašāku funkcionalitāti ieviešanu.

Ilgtermiņā īstenojamo risinājumu ieviešanu ietekmē īstermiņa rezultāti.



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 dzīvē) paliek ārpus Projekta tvēruma.
- Projekts ir organizēts septiņos posmos. Šis ir projekta trešais posms. Trešā posma ietvaros ir izstrādāts Rekomendāciju novērtējuma ziņojums, kas tiks izmantots Projekta nākamajos posmos:
 - Ceturtā posma ietvaros tiks izstrādāts **Rīcības plāns**: tajā paredzēts iekļaut nepieciešamās darbības un savstarpējās atkarības rekomendāciju ieviešanai, laika rāmi, atbildīgos, budžetu un nepieciešamos cilvēkresursus, kā arī sasniedzamos rezultātus rādītājus.

Piektā posma ietvaros tiks izstrādāts **Saturs**: tajā paredzēts detalizēti izstrādāt tīmekļvietnes primāro funkcionalitāti¹⁶ 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).

¹⁶ 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 (MVU, uzņēmējiem un patērētājiem) palīdzēs identificēt un risināt finanšu grūtību situācijas.

Projekta un ziņojuma tvērums

Projekts ir organizēts septiņos posmos. Trešā posma ietvaros ir izstrādāts rekomendāciju ziņojums, 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, kontrolesarakstus u.c.) atbilstoši izstrādātajam 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 precī 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:					
		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.					

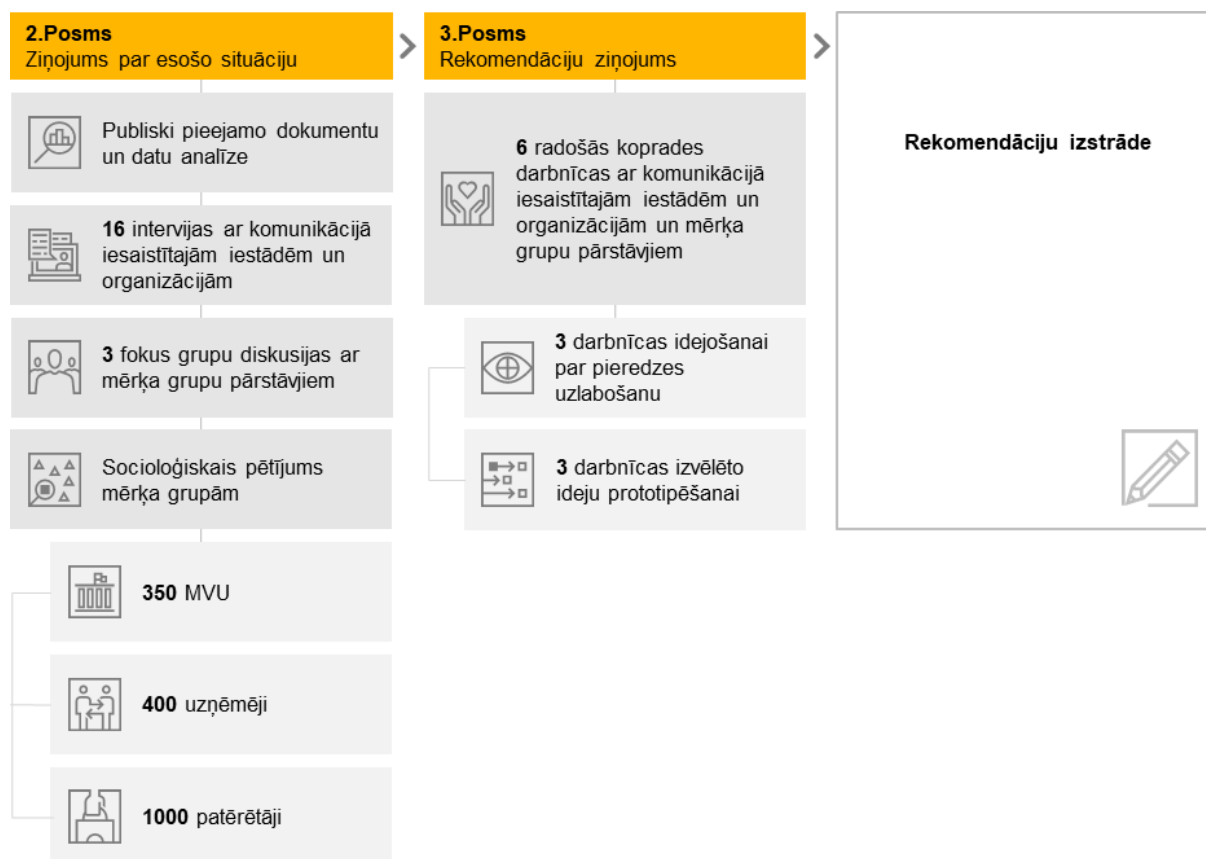
Ziņojuma mērķis

Šī ziņojuma mērķis ir izstrādāt rekomendācijas par komunikāciju ar MVU, uzņēmējiem un patērētājiem par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu.

Metodoloģija

Rekomendācijas ir izstrādātas pamatojoties uz Projekta 2.posma Ziņojumā par esošo situāciju ietvertajiem secinājumiem un 3.posma Rekomendāciju ziņojuma ietvarā organizētajās darbnīcās identificētajām pilnveides iespējām (skat. Attēls 2).

Attēls 2. Rekomendāciju izstrādes pieeja

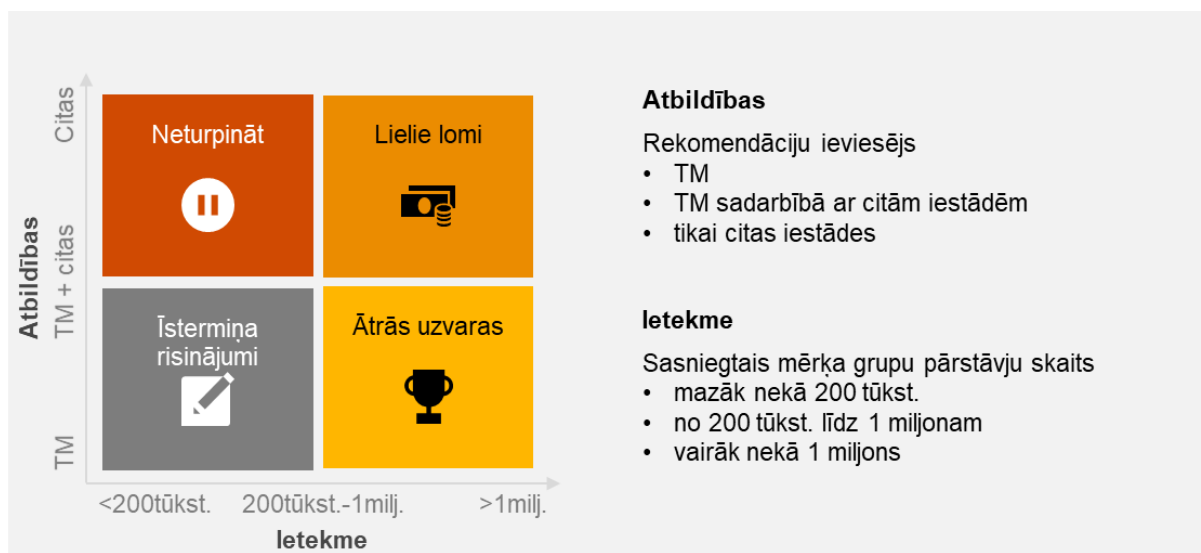


Ziņojuma 1.nodaļā “Risināmā problemātika un komunikācijas mērķi” identificēta risināmā problemātika komunikācijā par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, definēti sasniedzamie mērķi, komunikācijas uzdevumi un pamatprincipi.

Ziņojuma 2.nodaļā “Rekomendācijas” rekomendētie risinājumi ir strukturēti un izvērtēti, pielietojot trīs soļu pieeju:

- Rekomendācijas strukturētas trīs kategorijās**, kas aptver visus ar komunikācijas organizēšanu saistītos aspektus:
 - Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms
 - Komunikācijas saturs
 - Komunikācijas kanāli
- Izvērtēta rekomendācijas ieviešanas rezultātā ietekmētā mērķa grupa vai grupas:**
 - MVU
 - Uzņēmēji
 - Patērētāji
- Rekomendācijas prioritizētas atbilstoši to ietekmei.** Rekomendācijas atspoguļotas sadalījumā pa mērķa grupām, un to prioritizēšanai izmantota matrica, kurā piedāvātie risinājumi ir gradēti atkarībā no tā, cik liela ietekme ir šādam risinājumam un kādā veidā no atbildību sadalījuma viedokļa ir iespējama risinājuma ieviešana (angl. – *Impact / Effort Matrix*), lai maksimizētu risinājumu ieviešanas efektivitāti un mazinātu resursu nesamērīgu izmantošanu (Skat. Attēls 3).

Attēls 3. Ietekmes un atbildību matrica



Katrai no matricas dimensijām – atbildības un ietekme, tika izvēlēts viens kritērijs, lai izvērtētu rekomendācijas un prioritizētu to ieviešanu:

- **Rekomendāciju ieviešējs** (matricas dimensija: atbildības) – finanšu grūtībām ir daudzveidīga izpausme un cēloņi, un rekomendācijas skar ne tikai TM kā par juridisku personu (izņemot kredītiestādes) un fizisku personu maksātspējas politiku atbildīgo iestādi, bet arī citas iestādes. Līdz ar to atbildību dimensija tika vērtēta caur ieviešēja prizmu.
- **Sasniegtais mērķa grupu pārstāvju skaits** (matricas dimensija: ietekme) – komunikācijas pasākumu rezultātā sasniegtais mērķa grupu pārstāvju skaits¹⁷ ir būtisks indikators, kas parāda veikto pasākumu rezultativitāti un šī Projekta radīto ietekmi. Izvērtēts **kopējais potenciāli sasniedzamās mērķauditorijas skaits** sadalījumā pa rekomendācijām. Detalizētais aprēķins par reālistiski sasniedzamo mērķauditorijas skaitu tiks iekļauts Projekta 4. posma Rīcības plāna nodevumā, pamatojoties uz šajā ziņojumā ietverto kopējo skaitu un ņemot vērā papildu apsvērumus, kas ietekmē auditoriju sasniegšanu (piemēram, cilvēku īpatsvars, kas spēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā vai ir meklējuši ar finanšu grūtību risināšanu saistītu informāciju utt).

Nosakot prioritāri ieviešamos rekomendētos risinājumus, ievērojams uzsvars likts uz rekomendācijām ar augstu ietekmi:

- **Risinājumi, kuru ieviešanai ir augsta ietekme un nepieciešama tikai TM kā par ieviešanu atbildīgā iestādē:** prioritāri rekomendēti ieviešamie risinājumi īstermiņā.
- **Risinājumi, kuru ieviešanai ir augsta ietekme un nepieciešams iesaistīt citas par ieviešanu atbildīgās iestādes:** īstermiņā piedāvāts risinājuma pilotprojekta koncepts tā testēšanai mazākā mērogā un ar mazākiem resursiem Savukārt ilgtermiņā risinājuma ieviešana plašākā mērogā jāvērtē atbilstoši pilotēšanas rezultātiem.

¹⁷ Kā mērķa grupu pārstāvju bāze ir ņemti patērētāji (~1 346 000 – patērētāju skaits pēc to klasifikācijas (skatīt "Apzīmējumi un to skaidrojumi"), MVU un uzņēmēju grupām pārklājoties ar šo grupu. Skat. Pielikums 1. Rekomendāciju prioritizēšanā izmantotie kritēriji.

Ierobežojumi

Rekomendāciju tvērums: ziņojuma ietvaros izstrādātās rekomendācijas lielākoties ir attiecināmas uz TM kā Projekta iniciatoru un iniciatīvas virzītāju. Tajā pašā laikā, ņemot vērā, ka informācijas avoti finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai ir cieši saistīti ar citām jomām (finanšu pratību, agrīno brīdināšanu), ziņojumā ir ietvertas rekomendācijas, kuru ieviešanas sekmes, atbilstīgumu un ilgtermiņa noderīgumu mērķauditorijām var nodrošināt tikai citas iestādes un organizācijas.

Šī ziņojuma ietvaros, veicot rekomendāciju prioritizāciju, viens no izmantotajiem kritērijiem ir "Rekomendāciju ieviešjs". Precīza atbildīgā iestāde vai organizācija rekomendācijām, kas neattiecas uz TM, tiks identificēta 4.posma nodevumā "Rīcības plāns".

3.posma ietvaros organizētās radošās koprades darbnīcas (skat. Pielikums 2) norisinājās laika posmā no 2022. gada 23. maija līdz 2022. gada 1. jūlijam un tajās tika iesaistītas iestādes un organizācijas, kurām saskaņā ar iesaistīto pušu kartēšanu noteikta ietekme un interese uz Projektu:

- 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 un LMPAA)¹⁸, kā ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu dažādu aspektu saistītām iestādēm un organizācijām.
- citas TM darba grupā neietilpstošas iestādes, kurām identificēta pirmšķietama ietekme rekomendēto risinājumu ieviešanā (VARAM, LIAA), kā potenciālo informācijas avotu (tīmekļvietnes) pārvaldītājiem un sadarbības partneriem.
- pārstāvji no MVU, uzņēmēju un patērētāju mērķa grupām, uz kuriem attieksies izstrādātie risinājumi.

Darbnīcu dalībnieki akceptēja PwC risinājumu piedāvājumu virzienus (vienots informācijas avots, personalizētas konsultācijas un komunikācijas aktivitātes) finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai un nāca klajā ar vērtīgiem ieteikumiem, piemēram, kā papildināt materiālu saturu, uzlabot risinājumu saprotamību un piemērojamību visām trim mērķa grupām (papildu informācijai skat. Pielikums 2).

¹⁸ LAKRA un FKTK pārstāvji darbnīcās nepiedalījās

1 Risināmā problemātika un komunikācijas mērķi

Nodaļas mērķis: iezīmēt galveno problemātiku komunikācijā par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu un definēt komunikācijas mērķus, uzdevumus un pamatprincipus, ko izmantot par pamatu rekomendāciju izstrādei.

1.1. Risināmā problemātika komunikācijā par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu

Projekta 2. un 3. posma īstenoto aktivitāšu rezultātā ir identificētas galvenās problēmjomas komunikācijai. Ziņojuma ietvaros izstrādātās rekomendācijas ir mērķētas risināt identificēto problemātiku.¹⁹



Valsts kopīgas stratēģiskās koordinācijas trūkums komunikācijas vadībai par finanšu grūtību jautājumiem un komunikācijā iesaistīto iestāžu horizontālās koordinācijas trūkums, kā rezultātā informētība par citu iestāžu un organizāciju veiktajām un plānotajām aktivitātēm ir ierobežota.



Kopējais mērķa grupām pieejamais informatīvais saturs ir pietiekams, tomēr sadrumstalots dažādos resursos atbilstoši iestāžu un organizāciju kompetences jomai, līdz ar to pieejamā informācija šobrīd no lietotāja perspektīvas ir nepārskatāma un tās atrašana ir apgrūtināta.



Komunikācijā galvenokārt tiek izmantota vienvirziena (asimetriska) komunikācija, kas visbiežāk rada atturīgu attieksmi pret informācijas sniedzēju un vēstījuma saturu, un skepsi par to iespējām palīdzēt risināt finanšu grūtību situāciju.



Negatīvie psiholoģiskie aspekti mērķa grupu pārstāvjiem, kas saistīti ar nonākšanu finanšu grūtībās (piemēram, kauns, bailes utt.) un kas traucē to risināšanu.

1.2. Komunikācijas mērķis, uzdevumi un pamatprincipi

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 pārstāvjus ar vienkārši un ērti pieejamu un saprotamu informāciju, kā arī sniedzot konsultatīvu atbalstu un iedrošinot rīkoties.

Komunikācijas uzdevumi:

- **Izstrādāt galvenos komunikācijas vēstījumus un identificēt katrai mērķa grupai pamata un papildu informācijas avotus un komunikācijas kanālus**, kuros tās tiks nodrošinātas ar informāciju un iespēju sniegt atgriezenisko saiti.
- **Veicināt mērķa grupu pārstāvju informētību par pieejamajiem resursiem laicīgai finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai**, piedāvājot ērti pieejamus un vienkārši lietojamus rīkus sava finanšu stāvokļa novērtēšanai, kā arī informāciju par iespējamajiem atbalsta veidiem un institūcijām, kuras tos nodrošina.

¹⁹ TM, 2021. Ziņojums par esošo situāciju projektā "Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā".

- Veidot sabiedrībā atvērtu un atbalstošu attieksmi pret finanšu grūtībās nonākušiem patērētājiem, MVU un uzņēmējiem, veicinot iedrošinošu fonu problēmu identificēšanai un risināšanai.

Komunikācijas pamatprincipi:

- **Stratēģiski pārvaldīta un integrēta komunikācija.** Stratēģiskā komunikācija par finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jautājumiem valsts mērogā jāveido un jākoordinē primāri vienam turētājam – centrālai koordinējošai vienībai, kas regulāri seko līdzi informācijas atjaunošanai un savienošanai ar citiem resursiem. Valsts pārvaldes realizētajā komunikācijā jāievieš vienoti atslēgas vārdi un formulējumi.
- **Viegla un saprotama valoda.** Jāizmanto vienkāršotus skaidrojumus, izvairoties no pārmērīgas finanšu un grāmatvedības terminu, kā arī juridisku formulējumu izmantošanas. Komunikācijas saturā jāiekļauj vienkāršoti skaidrojumi un/vai jāsniedz ērta pieeja definīcijām, kas palīdz uztvert vēstījumus arī gadījumos, kad sarežģītāku terminu izmantošana ir neizbēgama.
- **Iedrošinošs komunikācijas stils.** Galvenajiem komunikācijas vēstījumiem jāietver pamudinājums laicīgi risināt radušās finanšu grūtības, jāveicina atsaucība no valsts pārvaldes iestāžu puses, jāiedrošina meklēt informāciju un palīdzību, kā arī saprotami jāizskaidro ar tematiku saistītie jautājumi, sniedzot visaptverošu informāciju par iespējamajiem risinājumiem un atbalsta mehānismiem, kā arī daloties ar pieredzes stāstiem.
- **Divvirzienu komunikācija.** Komunikācijai jābūt organizētai, nodrošinot iespēju mērķa grupas pārstāvjiem iesaistīties tajā un sniegt atgriezenisko saiti (vai apkopot to domas, lai tās izmantotu dažādiem uzlabojumiem, skat. Rekomendācija 8. Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas.).
- **Dažādu valodu pielietojums.** Būtiskākās informācijas nodošanai jāpielieto vairāku valodu princips, lai nodrošinātu pēc iespējas plašāku mērķa grupu aptveri. Apzinoties potenciālos ierobežojumus²⁰ un riskus informācijas pieejamībai vairākās valodās, primāri izmantojama latviešu valoda, taču ilgtermiņā ieteicams apsvērt informāciju nodrošināt arī citās valodās.

²⁰ Saeimas 1999.gada 9.decembrī Valsts valodas likuma 21.panta 1.punkts "Valsts un pašvaldību iestāžu, tiesu un tiesu sistēmai piederīgo iestāžu, valsts un pašvaldību uzņēmumu, kā arī uzņēmējsabiedrību, kurās lielākā kapitāla daļa pieder valstij vai pašvaldībai, sabiedrības informēšanai paredzētā informācija sniedzama tikai valsts valodā, izņemot šā panta piektajā daļā noteiktos gadījumus. Šis noteikums attiecināms arī uz privātām iestādēm, organizācijām, uzņēmumiem (uzņēmējsabiedrībām), kā arī pašnodarbinātajām personām, kuras, pamatojoties uz likumu vai citu normatīvo aktu, veic noteiktas publiskas funkcijas, ja informācijas sniegšana saistīta ar attiecīgo funkciju izpildi".

2 Rekomendācijas

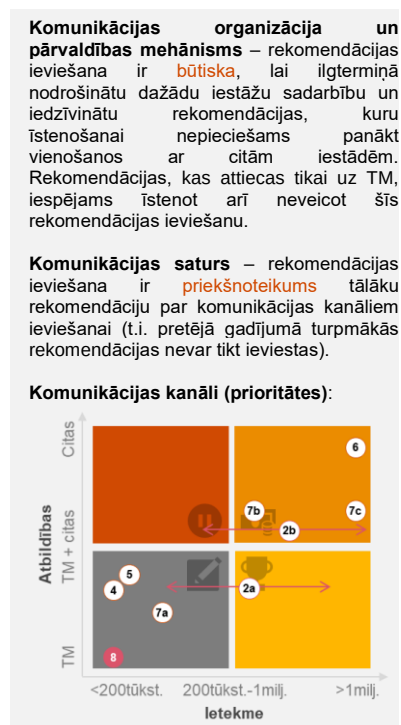
Nodaļas mērķis: definēt un prioritizēt rekomendācijas komunikācijai par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu.

2.1. Rekomendāciju kopsavilkums un ieviešanas prioritātes

Ietekmes un atbildību matricā prioritizētas rekomendācijas komunikācijai par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saskaņā ar “Ievads” aprakstīto metodoloģiju. Matricā attēlotā rekomendāciju prioritizācija **indikatīvi** ataino to ieviešanai nepieciešamās atbildīgās iestādes un ieviešanas rezultātā sasniedzamo ietekmi, pamatojoties uz izvēlētajiem kritērijiem.²¹ Tabulā zemāk ir attēlots **kopējais potenciāli sasniedzamās mērķauditorijas skaits** sadalījumā pa rekomendācijām. Detalizētais aprēķins par reālistiski sasniedzamo mērķauditorijas skaitu tiks iekļauts Projekta 4. posma Rīcības plāna nodevumā, pamatojoties uz šajā ziņojumā ietverto kopējo skaitu un ņemot vērā papildu apsvērumus, kas ietekmē auditoriju sasniegšanu (piemēram, cilvēku īpatsvars, kas spēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā vai ir meklējuši ar finanšu grūtību risināšanu saistītu informāciju utt).

²¹ 4. posma ziņojuma “Rīcības plāns” ietvaros tiks detalizēti izvērtēti rekomendāciju ieviešanas praktiskie aspekti, līdz ar to izmantotajos kritērijos iespējami precizējumi.

Attēls 4. Ietekmes un atbildības matrica²²



Rekomendāciju pārskats

Nr.	Rekomendācija	MVU	Uzņ.	Pat.
	Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms	✓	✓	✓
1	Pārvaldības mehānisma stiprināšana, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmisku un ilgtspējīga.	✓	✓	✓
	Komunikācijas kanāli	✓	✓	✓
2a	Tīmekļvietne (ar primāro funkcionalitāti – ceļa karte) ²³	✓	✓	✓
2b	Tīmekļvietne (ar primāro un sekundāro funkcionalitāti) ²⁴	✓	✓	✓
3	Drukātie materiāli – (ceļa karte drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļautais saturs) ²⁵	✓	✓	✓
4	Pilotprojekts: VPD un IeVP			✓
5	Pilotprojekts: Pašvaldības (VPVKAC)	✓	✓	✓
6	Valsts mēroga pirmā līmeņa atbalsts	✓	✓	✓
7a	Komunikācijas kampaņa (1.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes) ²⁶	✓	✓	✓
7b	Komunikācijas kampaņa (2.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) ²⁷	✓	✓	✓
7c	Komunikācijas kampaņa (3.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) ²⁸	✓	✓	✓
8	Sabiedriskās domas izpēte ²⁹	✓	✓	✓
	Komunikācijas saturs	✓	✓	✓
9	Komunikācijas satura izstrāde lietotājam draudzīgā formātā ("ceļa karte"), kas aptvertu visus ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītos aspektus, apkopojot jau esošos informatīvos avotus un nodrošinot to regulāru atjaunošanu.	✓	✓	✓

Tīmekļvietnes un drukāto materiālu ietekme jeb sasniegtā auditorija ir lielā mērā atkarīga no izmantotā komunikācijas kampaņas līmeņa, īstenojamajam kanālu atpazīstamības aktivitātēm.

Īstermiņā rekomendējam risinājumus ieviest šādā secībā:

- **Tīmekļvietnes ar primāro funkcionalitāti³⁰ izstrāde (skat. Rekomendācija 2),** jo tā kalpos kā pamata komunikācijas kanāls, novirzot informācijas meklētāju uz par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistīto aspektu atbildīgo iestāžu un organizāciju informācijas resursiem.³¹

²² Detalizēts pārskats par rekomendāciju prioritizēšanā izmantotajiem kritērijiem iekļauts Pielikums 1. Rekomendāciju prioritizēšanā izmantotie kritēriji.

²³ 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.

²⁴ Interaktīva, nodrošinot dažādus finanšu grūtību apzināšanai un risināšanai veltītus e-rīkus

²⁵ Drukāto materiālu potenciālais skaits sakrīt ar konsultāciju (6., 7. un 8.rekomendāciju) sasniegtās mērķauditorijas kopsummu.

²⁶ 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.

²⁷ 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.

²⁸ Plaša un apjomīga reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa, ietverot plašu kanālu loku (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports u.c.), īpašs raidījumu cikls TV vai radio, ietekmētāju (influenceru) komunikācija.

²⁹ Sabiedriskās domas izpēte ir paredzēta mērķa grupu vajadzību izpētei, un tā nenodrošinās tiešu ietekmi uz komunikācijas mērķu sasniegšanu.

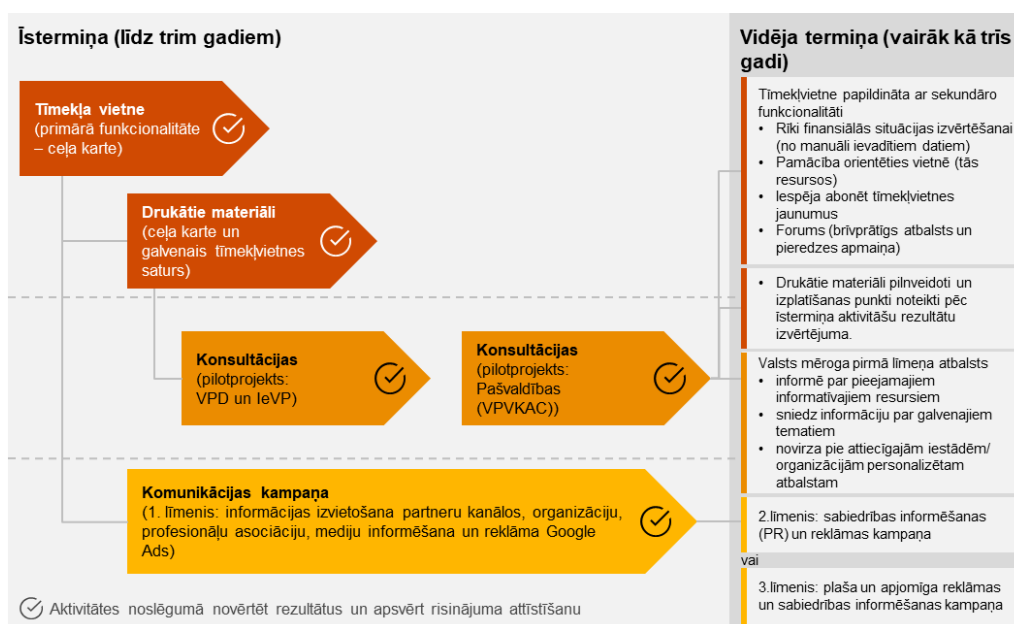
³⁰ Informējoša un skaidrojoša par galvenajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem problēmjautājumiem un iestāžu atbildībām, palīdzot lietotājam orientēties informācijas apjomā un novirzot lietotāju uz konkrētai situācijai atbilstošāko, jau esošu informāciju dažādās tīmekļvietnēs.

- **Drukātu materiālu izstrāde** (skat. **Rekomendācija 3**), jo tie tiks veidoti, pamatojoties uz tīmekļvietnes saturu.³²
- **Komunikācijas kampaņas īstenošana** (skat. **Rekomendācija 7**), jo tās mērķis ir vairot tīmekļvietnes kā pamata komunikācijas kanāla atpazīstamību. Komunikācijas kampaņas aktivitātes var risināties paralēli drukātu materiālu izstrādei, jo tās savstarpēji neietekmē viena otru.
- **Konsultāciju pilotprojektu īstenošana** (skat. **Rekomendācija 4** un **Rekomendācija 5**), jo tām ir nepieciešama izstrādāta tīmekļvietne un pieejami drukāti materiāli. Pilotprojektu laikā notiek tīmekļvietnes (ceļa kartes) un drukāto materiālu testēšana to izmantošanai klientu konsultēšanā. Rekomendēts secīgi īstenot divos pilotprojektus (pirmais - sadarbībā ar VPD un IeVP; otrais – pašvaldību VPKAC).

Īstermiņu risinājumi ir uzskatāmi kā pilotprojekts un to īstenošanas noslēguma stadijā nepieciešams veikt rezultātu analīzi, identificējot nepieciešamos uzlabojumus, pilotprojekta koncepta dzīvotspēju kā patstāvīgam risinājumam, kā arī apsverot ilgtermiņa risinājumu ar plašāku funkcionalitāti ieviešanu.

Ilgtermiņā īstenojamo risinājumu ieviešanu ietekmē īstermiņa rezultāti.

Attēls 5. Ieteicamā rekomendāciju ieviešanas secība



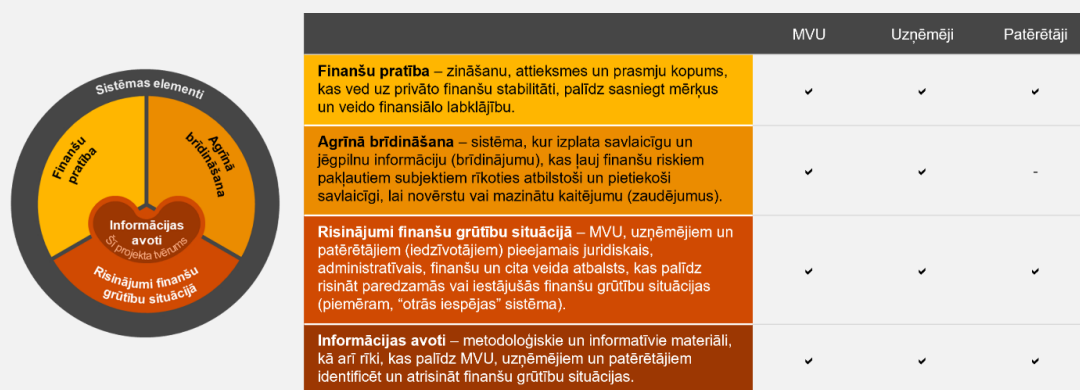
³¹ Rekomendācija attiecināma uz jaunas tīmekļvietnes izstrādi vai primārās funkcionalitātes iestrādi jau esošā tīmekļvietnē. Plašākai informācijai skatīt sadaļu “2.3. Komunikācijas kanāli”

³² Sākotnējie drukāto materiālu izplatīšanas punkti ir VPD, IeVP un VPKAC, kuru konsultāciju pilotprojektu laikā informācijas meklētājus informēs par pieejamajiem informatīvajiem resursiem, tostarp drukātajiem materiāliem. Tālākie drukāto materiālu potenciālie izplatīšanas punkti ir VPKAC tīkls, Latvijas bibliotēku tīkls, pašvaldību sociālie dienesti u. c. – izvērtējums nepieciešams pēc īstermiņa aktivitāšu izpildes.

2.2. Komunikācijas organizācija un pārvaldības mehānisms

Projekta ietvaros veiktā izpēte parāda, ka valstiski funkcionējoša sistēma, kas ir vērsta uz sabiedrības (patērētāju, MVU un uzņēmēju) spēju sekmīgi plānot finanses, kā arī laicīgi identificēt un mērķtiecīgi risināt finanšu grūtību situācijas, sastāv no trīs galvenajām komponentēm (finanšu pratības aptveres, agrīnās brīdināšanas sistēmas, risinājumiem finanšu grūtību situācijā (tostarp preventīviem ārpus tiesas risinājumiem)). Informācijas avoti skar visas trīs sistēmas komponentes. Šādas sistēmas darbība prasa kompleksas pieejas īstenošanu un mērķtiecīgu darbu ciešā sadarbībā starp publisko, nevalstisko un privāto sektoru, ietekmējot mērķa grupu **zināšanas, attieksmi un uzvedību**. **Informācijas avoti finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai ir tikai viena no sistēmas komponentēm, un, atrauti no citām, to izstrāde nespēs sniegt vēlamo rezultātu un sagaidāmo ietekmi sabiedrības finanšu grūtību kompleksā risināšanā (t.sk. preventīvi risinājumi un risinājumi, kas ir vērsti jau uz radušos grūtību risināšanu).**

Attēls 6. Nepieciešamie sistēmas elementi



Latvijā novērojams minēto elementu stratēģiskās koordinācijas trūkums, kas ierobežo valstiski funkcionējošas sistēmas darbību.

Kopējas stratēģiskās koordinācijas trūkuma dēļ pasīvas ir arī citas potenciāli ieinteresētās puses publiskajā, nevalstiskajā un privātajā sektorā (piemēram, ar pensiju fondu pārvaldību saistītas organizācijas, apdrošinātāji, kuriem neattīstās finanšu konsultantu identifikācijas procesi, analogiski citām valstīm nepotiek finanšu konsultantu pārprofilēšana uz finanšu grūtību risināšanas pakalpojumu sniegšanu, u.c.).

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

Lai sasniegtu izvirzītos komunikācijas mērķus, nepieciešams iesaistīties uz visām mērķa grupām, radot visaptverošu "ietekmes apli", ko saturiski nodrošina publiskā sektora iestādes (ministrijas un to padotības iestādes), nevalstiskās organizācijas un privātā sektora partneri. Lai pēc iespējas mērķtiecīgāk un efektīvāk iesaistītos uz mērķa grupām, ieteicams sekmēt sadarbību starp iestādēm, kas ir atbildīgas par minētajām sistēmas komponentēm. (Skat. Attēls 7.)

1 Centrālā koordinējošā vienība

☒
Rekomendēts izveidot

2 Atbildīgās iestādes

☒
Esošas iestādes

	 Risinājumi finanšu grūtību situācijā	 Finanšu pratība	 Agrīnā brīdināšana
Iedzīvotājiem	TM	LB	-
MVU	TM	LB	EM
Uzņēmējiem	TM	LB	EM

3 Izpildītāji / iesaistītie

☒
Esošas iestādes

LM	VARAM	IZM	IeM	FM	Profesionālās asociācijas	Pašvaldības
Dažādi informācijas izplatīšanas aspekti (izglītošana, iedrošināšana, izpratnes veicināšana, izglītības satura pielāgošana, komunikācijas un izglītības mehānismu izveide u.c.)						

1 Centrālās koordinējošās vienības (rekomendēts izveidot) loma būtu noteikt un uzraudzīt stratēģisko koordināciju par finanšu grūtību identificēšanas un risināšanas jautājumiem valsts mērogā, vienlaicīgi sekmējot plašāku ilgtermiņa un vidēja termiņa politikas plānošanas dokumentos noteikto mērķu sasniegšanu (piemēram, nodokļu politikas, ēnu ekonomikas mazināšanas vai citā jomā). Tabula 2 ietverti divi savstarpēji papildinoši ieteikumi kā izveidot atbilstošu pārvaldības mehānismu un iestāžu atbildību, kas nodrošinātu patstāvīgu ietekmi un sabiedrības paradumu maiņu.

Tabula 2. Pārskats par centrālās koordinējošās vienības izveides variantiem

	MK nozīmē koordinējošo ministriju	Starpinstitucionāla koordinējošā padome
Centrālā koordinējošās vienības funkcijas: - 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; - ieviekt 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.	Jautājumi, kas skar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu tiešā vai pastarpinātā veidā atrodas četru resoru (ministriju) pārziņā. Visticamāk tie ir saistīti ar maksātspējas politiku³³, kas ir TM kompetencē, taču zināma ietekme ir arī sociālajai politikai (LM)³⁴, finanšu politikai (FM)³⁵ un komercdarbības attīstības un patērētāju tiesību aizsardzības politikai (EM)³⁶. Līdz ar to saredzam iespēju TM būt koordinējošai ministrijai, kas ir atbildīga par minēto jautājumu koordinēšanu un vairāku mērķu politikas īstenošanu (līdzīgs piemērs ir sankciju ieviešanas process).	Padomes kompetenci un sastāvu noteiktu likumdevējs, padomē tiktu ievēlēti / iecelti pastāvīgi padomes locekļi un nodrošināts padomes sekretariāts. Padomes sastāvā rekomendēts iekļaut Attēls 3 atainotos atbilstīgo institūciju pārstāvjus.

³³ MK 2017.gada 16.augusta noteikumi Nr. 474 "Tieslietu ministrijas nolikums".

³⁴ MK 2004.gada 27.janvāra noteikumi Nr. 49 "Labklājības ministrijas nolikums".

³⁵ MK 2003.gada 29.aprīļa noteikumi Nr. 239 "Finanšu ministrijas nolikums".

³⁶ MK 2020.gada 22.septembra noteikumi Nr. 588 "Ekonomikas ministrijas nolikums".

2 Atbildīgo iestāžu un izpildītāju / iesaistīto (esošās iestādes) loma šobrīd ir un nākotnē būtu savas kompetences ietvaros sagatavot un / vai izplatīt informāciju (komunicēt) ar savu mērķauditoriju. Tādā veidā tiktu nodrošināts, ka komunikācija sasniedz iespējami plašāku loku, tai skaitā potenciāli visapdraudētākās sabiedrības mērķa grupas.

Sadarbība un komunikācija atbildīgo iestāžu, tostarp izpildītāju / iesaistīto iestāžu un organizāciju, starpā palīdzētu labāk sinhronizēt to darbības, izmantot esošās sinerģijas, lai savu kompetenču ietvaros kopīgi īstenotu pasākumus mērķauditoriju informēšanā par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu.

2.3. Informācijas avoti un kanāli

Projekta ietvaros veiktā izpēte parāda, ka informācijas ieguves veidi nenorāda uz būtiskām atšķirībām galveno mērķa grupu izmantotajos informācijas ieguves avotos, tādēļ visām mērķa grupām var izmantot vienotus informācijas avotus un vairāku komunikācijas kanālu kombināciju, pielāgojot informāciju pēc nepieciešamības. Tādējādi tiks panākta plašāka mērķa grupu sasniegšana, atbilstoši atšķirīgiem informācijas ieguves prasmju un iespēju līmeņiem (piemēram, digitālajai pratībai, informācijas patēriņa paradumiem).

Lai sasniegtu mērķa grupas (MVU, uzņēmējus un patērētājus) jāizmanto:

- **pamata informācijas avoti un komunikācijas kanāli**, kuros ir izvietota un / vai pieejama visaptveroša būtiskākā informācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, un ir nodrošināta divvirzienu komunikācija (tīmekļvietne, drukātie materiāli, konsultācijas);
- daudzveidīgi **papildu komunikācijas kanāli**, kas nodrošina auditorijas novirzīšanu uz pamata informācijas avotiem un komunikācijas kanāliem (komunikācijas kampaņā izmantotie kanāli: partneru tīmekļa vietnes, sociālo tīklu profili un pasākumi, mediji, *Google Ads* risinājumi u.c.).

Pamata komunikācijas kanāli visām mērķa grupām ir vienādi, atšķirība ir nodrošinātajā saturā, kas ir piemērots katras mērķa grupas specifiskajām vajadzībām. Atšķirības ir papildu komunikācijas kanālos, kuru loks ir plašāks, un atsevišķi no tiem ir piemēroti tikai vienas mērķa grupas sasniegšanai.

Tabula 3. Mērķa grupu sasniegšanai rekomendētie informācijas avoti un kanāli

Informācijas avoti un Kanāli	MVU	Uzņēmēji	Patērētāji
Tīmekļvietne			
Tīmekļvietne (ar primāro funkcionalitāti – ceļa karte) ³⁷	✓	✓	✓
Tīmekļvietne (ar sekundāro funkcionalitāti) ³⁸	✓	✓	✓
Drukātie materiāli			
Konsultācijas			
Pilotprojekts: VPD un IeVP			✓
Pilotprojekts: Pašvaldības (VPVKAC)	✓	✓	✓
Valsts mēroga pirmā līmeņa atbalsts	✓	✓	✓
Komunikācijas kampaņa			
1. Līmenis (obligāti īstenojamās aktivitātes) ³⁹	✓	✓	✓
2. Līmenis (papildus ieteicamās aktivitātes) ⁴⁰	✓	✓	✓
3. Līmenis (papildus ieteicamās aktivitātes) ⁴¹	✓	✓	✓

³⁷ 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.

³⁸ Interaktīva, nodrošinot dažādus finanšu grūtību apzināšanai un risināšanai veltītus e-rīkus

³⁹ 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.

⁴⁰ 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.

Rekomendācija 2. Izveidot tīmekļvietni galvenās ar finanšu grūtībām saistītās informācijas sniegšanai.

Tīmekļvietne (atsevišķa vai citās vietnēs integrēta tīmekļa lapa/-s) jāievieš kā galvenais informācijas avots, ar kura palīdzību tiktu veicināta izpratne par būtiskākajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem tematiem, iesaistīto institūciju atbildību finanšu grūtību situāciju identificēšanā un risināšanā, kā arī atbalsta sniegšanā. Identificētas divas savstarpēji izslēdzošas tīmekļvietnes izveides iespējas (skat. **Error! Reference source not found.**).

Tīmekļvietnes funkcionalitāte:

1. Informējoša un skaidrojoša par galvenajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem problēmjautājumiem un iestāžu atbildībām (**primāri**), palīdzot lietotājam orientēties informācijas apjomā un novirzot lietotāju uz konkrētai situācijai atbilstošāko, jau esošu informāciju dažādās tīmekļvietnēs.
2. Interaktīva, nodrošinot dažādus finanšu grūtību apzināšanai un risināšanai veltītus e-rīkus (**sekundāri**).

Tīmekļvietnes izstrādē jāizmanto meklētājoptimizācija (*angl. – search engine optimization (SEO)*). Tādā veidā paredzēts nodrošināt, ka meklēšanas platformās tīmekļvietne parādās kā svarīgākais un leģitīmākais informācijas avots. Tīmekļvietne kā pamata informācijas avots jāpopularizē ar citu – komunikācijas kanālu palīdzību (piemēram, sociālajos tīklos un izvietojot digitālo reklāmu), lai sasniegtu pēc iespējas plašāku auditoriju.

⁴¹ Plaša un apjomīga reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa, ietverot plašu kanālu loku (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports u.c.), īpašs raidījumu cikls TV vai radio, ietekmētāju (influenceru) komunikācija.

Tabula 4. Tīmekļvietnes izveides iespēju salīdzinājums

Tīmekļvietnes izveides alternatīvas		
	Atsevišķa tīmekļvietne	Citās vietnēs integrēta tīmekļa lapa
Priekšrocības	- Plašākas satura izvietojšanas un funkcionalitātes iespējas, iekļaujot dažādus interaktīvus digitālos risinājumus. - Var tikt izvēlēta interaktīviem rīkiem piemērotākā tehniskā risinājuma platforma, kas efektīvi izpildītu pašreizējās un potenciālās nākotnes prasības, ko sagaida un pieprasa lietotājs. - Ar atsevišķu tīmekļvietni tiktu atrisināta resursu sadrumstalotības problēma, svarīgāko informāciju apkopojot vienuviet. Pašreiz novērojams ļoti plašs, taču dažādos informācijas avotos sadrumstalots informācijas apjoms.	Vieglāka mērķa grupu sasniegšana, integrējot tīmekļa lapa vietnēs, kuras bieži apmeklē mērķa grupas pārstāvji vai arī kurās tās varētu meklēt informāciju finanšu grūtību situācijās.
Trūkumi	Jaunas tīmekļvietnes sākotnēji zemā atpazīstamība un apmeklētība. Jāparedz komunikācijas aktivitātes lapas atpazīstamības veicināšanai, ilgstoši un sistemātiski virzot mērķa grupas uz vietni, pozicionējot to, kā drošu, noderīgu un leģitīmu platformu finanšu grūtību jautājumu identificēšanā un risināšanā.	- Informācijas sadrumstalotības risks – projekta mērķa grupu biežāk izmantotās tīmekļa vietnes atšķiras. Tā kā nav identificēta viena vietne, kas būtu piemērota visām trim mērķa grupām, būtu jāizvēlas vismaz divas vietnes (viena – MVU un uzņēmējiem; otra – patērētājiem). Dāļot pēc satura un uzbūves vienotu risinājumu daļās, tiks veicināta tālāka informācijas sadrumstalotība. - Tehnisko risinājumu nesaderība. Jāizveido vairāki lapu tehniskie risinājumi, lai tos integrētu dažādās izvēlētajās valsts pārvaldes iestāžu tīmekļa vietnēs, paredzot, ka to izmantotās platformas atšķiras. Izmantoto tehnisko risinājumu atšķirības var ietekmēt satura izvietojšanas iespējas un praktiski var nozīmēt vairāku tīmekļa lapu izstrādi, kas palielina gan izstrādes laiku, gan nepieciešamo budžetu. - Ierobežotas satura izvietojšanas iespējas - informācijas daudzums nedrīkst pārsniegt vienā tīmekļa lapā optimāli izvietojamo informācijas apjomu, lai neriskētu ar tehniska rakstura sarežģījumiem un sarežģītu informācijas uztveramību. Jaunizveidotais risinājums (ceļa karte) var pazust esošo tīmekļa vietņu informācijas apjomā un nesasniegt vēlamo auditoriju. - Ierobežotas iespējas lapā integrēt dažādus digitālos rīkus. Jāievēro tehnoloģiju samērojamība ar visām valsts pārvaldes iestāžu un citu relevantu partneru izmantotajām platformām.
Balstoties uz identificētajām priekšrocībām un trūkumiem, secināms, ka abas alternatīvas ir iespējams īstenot. <u>PwC rekomendē atsevišķas tīmekļvietnes izveidi, kuras turētājs ir TM (kas nodrošina tīmekļvietnes ieviešanu, uzturēšanu un attīstīšanu)</u> pamatojoties uz šādiem apsvērumiem: - Plānotais vietnes primārais saturs ir interaktīva ceļa karte trim mērķa grupām (pēc satura un uzbūves vienots risinājums). Lai nodrošinātu koordinētu komunikāciju ar visām mērķa grupām un mazinātu esošo resursu sadrumstalotību, būtiski ir ceļa karti izvietot vienā tīmekļvietnē. Tomēr Projekta ietvaros veiktās izpētes rezultātā nav identificēta viena tīmekļvietne, kas būtu piemērota visām mērķa grupām. - Ceļa kartes funkcionalitāte paredz dažādus interaktīvus digitālos risinājumus. Līdz ar to esošo tīmekļvietņu izmantošana var uzlikt ierobežojumus no tehniskās iespējamības viedokļa. - Projekta ietvaros rīkotajās intervijās un darbnīcās citas institūcijas nav izrādījušas iniciatīvu kļūt par atbildīgo tīmekļvietnes ieviešanai (tomēr tās ir gatavas ierobežotā apjomā atbalstīt TM). Tāpēc citu institūciju jau esošo tīmekļvietņu izmantošana var būt komplicēta.		

Izveidot "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 vēlamo tematu, novirzot lietotāju no tīmekļvietnes uz citu valsts pārvaldes institūciju resursiem, specifiskākas un izvērstākas informācijas atrašanās vietu.

Lai uzlabotu informācijas atrašanu, tīmekļvietnē ir jānodrošina informācijas atlases funkcionalitāte, kas pakāpeniski, pa soļiem ļauj izvēlēties interesējošo tēmu loku un nonākt pie nepieciešamās informācijas.⁴²

Tāpat "ceļa karte" pilda arī valsts institūciju kartotēkas funkciju, jo, balstoties uz lietotāja izvirzītajiem kritērijiem, sniedz informāciju par katras iestādes atbildību un iespējām konsultēt ar finanšu grūtībām saistītajos jautājumos.

Ceļa karti nepieciešams testēt un pielāgot atbilstoši mērķauditorijas vajadzībām, balstoties uz pilotprojektu, kurā tā elektroniskā un drukātā formātā (skat. **Rekomendācija 3**) ir viena no svarīgākajām komponentēm.

Izstrādāt personalizētus rīkus (finansiālās situācijas izvērtēšanai), kas analizē lietotāja manuāli ievadīto finanšu informāciju, palīdz identificēt finanšu grūtības un sniedz personalizētus padomus finanšu grūtību risināšanā.

Personalizēti rīki finansiālās situācijas izvērtēšanai būtu papildinājums ceļa kartei, tomēr tiem nav paredzēta agrīnās brīdināšanas risinājumu standarta funkcionalitāte (t.sk. dažādu datu avotu savstarpējas integrācijas, kas nodrošina datu automatizētu iegūšanu). Personalizētu rīku izstrāde var tikt aizstāta ar esošo agrīnās brīdināšanas risinājumu (piemēram, VID) uzlabošanu vai jaunu izstrādi. Šādā gadījumā tīmekļvietnē esošajā "ceļa kartē" nepieciešams iekļaut norādi uz minēto rīku.

Tīmekļvietnē sniegt pamācību, kā orientēties vietnē un tās digitālajos risinājumos. Efektīvākais formāts būtu video ar subtitriem vai animēts video.

Tīmekļvietnē nodrošināt iespēju abonēt jaunumus un informēt par izmaiņām, jaunumiem un citām mērķa grupām saistošām tēmām, izsūtīt informāciju e-pastos. Mērķa grupas kā informācijas saņemšanai ērtu kanālu ir atzinušas centralizētu e-pastu saņemšanu, taču, lai saglabātu informācijas pamata bāzi vienuviet, e-pastu izsūtīšana jāsinchronizē ar izmaiņu veikšanu un satura papildināšanu tīmekļvietnē, t.i. e-pasti tiek izsūtīti būtisku jaunumu vai izmaiņu gadījumā tad, ja šī tēma primāri ir jau iekļauta mājas lapas saturā.

Izstrādāt forumu (vieta brīvprātīgai atbalsta sniegšanai un pieredzes apmaiņai). Forums paredz iespēju lietotājiem dalīties pieredzē un sniegt bezmaksas atbalstu citiem, kuri nonākuši dažādās finanšu grūtību situācijās. Kā atbalsta sniedzēji var reģistrēties gan valsts pārvaldes iestāžu deleģēti darbinieki, gan ikviens uzņēmējs vai privātpersona, kas ir ar mieru dalīties pieredzē. Platformā izvietotā informācija un padomi ir jāpārbauda, pirms akceptēt to publicēšanu, tāpēc nepieciešams foruma administrators.

Kā alternatīvs variants foruma izveidei, ilgtermiņā var tikt apsvērtā virtuālā asistenta funkcionalitātes ieviešana tīmekļvietnē.

⁴² Kā ārvalstu labās prakses piemēru var uzskatīt [Kanādas finanšu prātības datu bāzes \(angl. – Canadian Financial Literacy Database\)](#) informācijas atlases mehānismu

Rekomendācija 3. Izveidot iespiestus informatīvos materiālus ar tīmekļvietnes galveno saturu (t.i. "ceļa karti" drukātā formātā un galveno tīmekļa vietnē iekļauto saturu).

Lai neizslēgtu no informācijas aprites cilvēkus ar zemu digitālo prasību vai cilvēkus, kuri dod priekšroku klātienē komunikācijas kanāliem, svarīgākais tīmekļa vietnes saturs jāintegrē nedigitālajos kanālos, piemēram, izmantojot tādus drukātus materiālos kā plakātus, bukletus.

To saturā iekļaut:

- tīmekļa vietnē izveidoto "ceļa karti", kas tālāk norāda uz ieteicamajiem darbības modeļiem tālāku grūtību prevencijā vai esošās situācijas uzlabošanā;
- valsts institūciju kartotēku, kas sniedz vispārēju informāciju par katras iestādes atbildību un iespējām konsultēt ar finanšu grūtībām saistītos jautājumos, grupējot pēc iestāžu atbildības sfēras un palīdzības noderīguma dažādām mērķa grupām;
- galveno tīmekļa vietnē iekļauto saturu (uzskaitot), lai veicinātu tās atpazīstamību un informētu, kādos ar finanšu grūtībām saistītos jautājumos tajā atrodama padziļinātāka informācija.

Drukātos materiālos nepieciešams testēt un pielāgot atbilstoši mērķauditorijas vajadzībām, balstoties uz pilotprojekta, kurā drukātie materiāli ir viena no svarīgām komponentēm, rezultātiem (skat. **Rekomendācija 4**). Tālākā materiālu izplatīšanas modelī jāizvērtē materiālu izvietošana, nodrošinot materiālu izmantošanu atbilstošākajos klātienē punktos. Ziņojumā par esošo situāciju veikta izpēte liecina, ka iedzīvotājus kopumā raksturo augstas digitālās prasmes un interneta pieejamība arī ir augsta, tādēļ drukāto materiālu apjomi jānosaka, balstoties uz pilotprojekta rezultātiem.

Ieteicamie izplatīšanas punkti ilgtermiņā:

- VPD un IeVP;
- VPVKAC tīkls;
- Latvijas bibliotēku tīkls;
- Pašvaldību sociālie dienesti;
- Valsts iestāžu klientu apkalpošanas punkti.

Resursu optimizēšanas nolūkos un drukāto materiālu pieejamības uzlabošanai ieteicams izvēlēties ērti izdrukājamu formātu un nodrošināt drukas faila pieejamību dažādām valsts pārvaldes iestādēm, lai tās varētu izdrukāt un pielietot materiālus pēc nepieciešamības.

Ilgtermiņā ieteicams izskatīt iespēju turpināt pilota posmā iesāktu pieeju īstenojot materiālu pieejamību, tos izdrukājot pēc nepieciešamības. Alternatīvi iespējams apsvērt tādus variantus kā ieviest pieteikšanās mehānismu materiālu saņemšanai (telefoniski vai elektroniski) un izsūtīt tos, izmantojot, piemēram, Latvijas Pasta starpniecību vai citu izvēlētu variantu.

Rekomendācija 4. Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu TM resorā (VPD un leVP).

Pirmā līmeņa atbalsta sniegšana ietvertu atbalstu VPD un leVP klientiem attiecībā uz finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu, izmantojot informācijas aģentu tīklu (VPD un leVP speciālistus),⁴³ kurš:

- informētu par pieejamajiem informācijas avotiem, kuros iegūt informāciju par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu - tīmekļvietni (skat. **Rekomendācija 2**) un iespiestajiem informatīvajiem materiāli (skat. **Rekomendācija 3**);
- sniegtu informāciju par galvenajiem ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītajiem tematiem;
- novirzītu pie attiecīgajām iestādēm un organizācijām personalizēta atbalsta saņemšanai (atbilstoši nepieciešamībai) (skat. **2.4. Komunikācijas saturs**).

Sniegtais atbalsts būtu vērsts uz informētības un zināšanu palielināšanu attiecībā uz vispārējiem finanšu pratības jautājumiem (budžeta plānošana, finanšu risku apzināšanās) un piedāvātajiem risinājumiem finanšu grūtību situācijā, kas galu galā ļautu mērķa grupām pieņemt informētākus finanšu lēmumus.

Rekomendējam pilotprojektu veidot ar VPD un leVP starpniecību, kas nodrošinās iespēju testēt izveidoto tīmekļvietni un drukātos materiālus.

Rekomendācija 5. Pilotēt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu pašvaldībās, izmantojot VPVKAC tīklu.

Pirmā līmeņa atbalsta sniegšana ietvertu **Rekomendācija 4** minētās darbības. VPVKAC ir pakalpojumu pieteikšanas vietas pašvaldībās, kur iedzīvotāji vienkopus var pieteikt atsevišķus pieprasītākos valsts pakalpojumus un pašvaldības pakalpojumus. Patlaban VPVKAC darbojas 35 pašvaldībās, kopā 138 vietās.⁴⁴

Pašlaik VPVKAC sniegtie pakalpojumi ietver informēšanu par pieprasītākajiem valsts pārvaldes iestāžu pakalpojumiem, "klienta darba vietas nodrošināšanu", palīdzību latvija.lv pieejamo e-pakalpojumu pieteikšanā, apmācības darbā ar datoru, internetu u.c. Nepieciešams paplašināt VPVKAC sniegto pakalpojumu grozu un tajā ietvert pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu attiecībā uz finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu.⁴⁵

Pilotēšanas mērķiem rekomendēts izvēlēties reģionālas nozīmes VPVKAC, kuros pieejams plašāks pakalpojumu klāsts un kuros raksturo augstāki apmeklējuma rādītāji.⁴⁶

Rekomendācija 6. Ieviest pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu valsts mērogā, paplašinot sadarbības partneru loku.

Pamatojoties uz pilotēšanas rezultātiem (**Rekomendācija 4**, **Rekomendācija 5**) rekomendēts izvērtēt iespējas paplašināt pirmā līmeņa atbalsta sniegšanu un paplašināt sadarbības partneru loku. Pirmā līmeņa atbalsta sniegšana valsts mērogā nozīmētu, ka informācijas aģentu tīkls veiktu vismaz šādas darbības:

- informētu par pieejamajiem informācijas avotiem, kuros iegūt informāciju par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu - tīmekļvietni (skat. **Rekomendācija 2**) un iespiestajiem informatīvajiem materiāli (skat. **Rekomendācija 3**);

⁴³ VPD un leVP (TM padotības iestādes) piekrita piedalīties pilotprojektā, saskatot šādu konsultāciju sniegšanas aktualitāti saviem klientiem. Šo iestāžu speciālisti sniegs pirmā līmeņa atbalstu.

⁴⁴ PakalpojumuCentri.lv, 2015. Klientu apkalpošanas centri.

⁴⁵ Pirmā līmeņa atbalsts ietver (skat. Rekomendācija 4): 1) informēt par pieejamajiem informācijas avotiem un 2) sniegt informāciju par galvenajiem ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītajiem tematiem, kā arī 3) novirzīt pie attiecīgajām iestādēm un organizācijām personalizēta atbalsta saņemšanai (piemēram, novirzītu klientu pie kreditoriem parādu konsolidācijai vai pie MKD jautājumos par maksātnespēju u.c.).

⁴⁶ MK 2017. gada 4. jūlija noteikumu Nr. 401 "Noteikumi par valsts pārvaldes vienoto klientu apkalpošanas centru veidiem, sniegto pakalpojumu apjomu un pakalpojumu sniegšanas kārtību" otrās daļas 5. punkts.

- sniegtu informāciju par galvenajiem ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītajiem tematiem;
- novirzītu pie attiecīgajām iestādēm un organizācijām personalizēta atbalsta saņemšanai (atbilstoši nepieciešamībai) (skat. **2.4. Komunikācijas saturs**).

Minētās funkcijas varētu pildīt:

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

Nevalstiskajā sektorā: asociāciju pārstāvji. Papildu rekomendēts izskatīt iespēju paplašināt konsultāciju tvērumu (piemēram, specializētas speciālista konsultācijas), šādu iespēju izskatot sadarbībā ar citām iestādēm (piemēram, EM, kura ir atbildīga par agrīnās brīdināšanas sistēmas ieviešanu).

Integrētā komunikācijas kampaņa

Rekomendācija 7. Izstrādāt un īstenot informatīvi izglītojošu komunikācijas kampaņu tīmekļvietnes zīmola un satura popularizēšanai.

Informatīvi izglītojoša kampaņa, kurā izmantoti dažādi papildu kanāli mērķa grupu sasniegšanai, ir būtiska gan pamata kanālu popularizēšanai, gan kopumā temata aktualizēšanai sabiedrībā un mērķa grupu uzrunāšanai, iedrošinot finanšu grūtību gadījumos rīkoties laicīgi.

Rekomendējam kampaņas rīkot atkārtoti, sākotnēji uzsvāru liekot uz informētības paaugstināšanu par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu un popularizējot pamata kanālu sniegtās iespējas, savukārt nākamajās kampaņās jau vairāk strādājot pie attieksmes maiņas un rīcības veicināšanas.

Lai sasniegtu izvirzītos komunikācijas mērķus, nepieciešams iesaistīties uz visām mērķa grupām, izmantojot plašu papildu kanālu loku un primāri izmantojot visus iespējamus partneru, NVO un publiskā sektora kanālus, sekundāri arī papildu maksas kanālus. Komunikācijas kampaņā izmantotie kanāli (papildu kanāli) ir līdzīgi visām mērķa grupām, tomēr ir atsevišķi kanāli, ko specifiski iespējams izmantot tieši vienas mērķa grupas - patērētāju, uzņēmēju vai MVU – sasniegšanai, kā attēlots zemāk.

Tabula 5. Komunikācijas kampaņā izmantojamie kanāli sadalījumā pa mērķa grupām

Aktivitāte	MVU	Uzņēmēji	Patērētāji
1. Līmenis (obligāti īstenojamās aktivitātes)			
Informācijas izvietošana partneru kanālos – partneru mājas lapās izvietoti baneri, kas ved uz centrālo tīmekļvietni, un informācija jaunumu sadaļā par jaunu, uzticamu, visaptverošu kanālu finanšu grūtību novērtēšanai un risināšanai; partneru sociālajos tīklos izvietota informācija par tīmekļvietni. Šeit būtiski aptvert pēc iespējas plašāku iesaistīto institūciju, NVO un uzņēmumu loku, kas var izplatīt informāciju mērķa grupām.	✓ LDDK, LIAA, EM	✓ LDDK, LIAA, EM	✓ LM, NVA, PTAC
Informācijas izplatīšana organizācijām un profesionālu asociācijām, kurās iespējams kontakts ar mērķa grupas pārstāvjiem (piemēram, maksātspējas procesa administratoru, zvērinātu revidentu, ārpakalpojuma grāmatvežu u.tml. profesionālajām organizācijām)	✓	✓	
Mediju informēšana par situāciju valstī finanšu grūtību risināšanas jomā un iepazīstināšana ar jaunu tīmekļvietni, konsultāciju iespējām un iespēju saņemt materiālus, kas ļauj novērtēt situāciju un atrast sev piemērotāko risinājumu.	✓	✓	✓
Sociālo tīklu komunikācija projekta turētāja (TM) sociālo tīklu kontos.	✓	✓	✓
Google Ads risinājums, to izmantojot tīmekļvietnes popularizēšanai un mērķa grupu novirzīšanai uz centrālo tīmekļvietni.	✓	✓	✓

2. līmenis (papildus ieteicamās aktivitātes)			
Sabiedrības informēšanas (<i>angl. - public relations (PR)</i>) kampaņa, kas realizēta, lai paaugstinātu mērķa grupu informētību, aktualizētu tematu sabiedrībā un veidotu labvēlīgu fonu finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai (mediju attiecības, vides objekti, tiešā komunikācija, pasākumi utt.).	✓ biznesa mediji; līdzdalība/ informācija uzņēmējdarbības pasākumos	✓ biznesa mediji; līdzdalība/ informācija uzņēmējdarbības pasākumos	✓
Reklāmas kampaņa (internets, radio).	✓	✓	✓
Sociālo tīklu komunikācija īpaši izveidotos sociālo tīklu kontos.	✓	✓	✓
Aktivitāte	MVU	Uzņēmēji	Patērētāji
Satura projekts kādā no lielākajiem nacionālajiem portāliem par finanšu grūtību situācijām, to identificēšanu, risinājumiem un atbalsta mehānismiem (piemēram, pieredzes stāsti, kas vienkāršoti parāda ceļu uz risinājumiem un ved uz tīmekļa vietni).			✓
Dalība vai materiālu izvietošana partneru organizētos pasākumos.	✓ LIAA, EM, VID rīkoti pasākumi	✓ LIAA, EM, VID rīkoti pasākumi	✓ NVA, LM, PTAC rīkoti pasākumi
3. līmenis (papildus ieteicamās aktivitātes)			
Plaša un apjomīga reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa, ietverot plašu kanālu loku (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports u.c.).	✓	✓	✓
Īpašs raidījumu cikls TV vai radio par finanšu situācijas identificēšanu, risinājumiem un atbalsta iespējām.	✓	✓	
Ietekmētāju (influenceru) komunikācija.			✓

Pamata kanālu popularizēšanai tālākajā periodā izmantojamas valsts pārvaldes komunikācijas kanālu sniegtās iespējas, pielāgojoties katras mērķa grupas vajadzībām, sadarbība ar banku un nebanku aizdevējiem, kā arī vienota, centralizēta e-pasta izsūtne, izmantojot e-adreses un VID EDS sistēmas risinājumus.

Vislielākās iespējas sasniegt lielāko atbilstošo mērķa grupu pārstāvju skaitu ir iestādēm, ar kurām saskarsme ir obligāta, tādēļ svarīgāko valsts pārvalžu iestāžu mājas lapās un arī pašvaldību mājas lapās būtu jāizvieto norādes vai atsauces uz izstrādāto tīmekļvietni, kas apkopo visus ar finanšu grūtībām saistītos jautājumus un pilda ceļa kartes funkciju. Tādējādi tiek novērsta arī informācijas diversifikācija vai dublēšanās dažādās valsts pārvaldes iestāžu tīmekļvietnēs. Tās var integrēt vienotās tīmekļa vietnes saturu vai novirzīt uz to.

Citi pasākumi

Rekomendācija 8. Veikt regulāru sabiedriskās domas izpēti, lai identificētu mērķu grupu vajadzības pēc jauna veida vai satura informācijas.

Dažādi ārēji faktori (piemēram, nestabilās ģeopolitiskās situācijas radītā inflācija un cenu pieauguma temps, dažādu finanšu instrumentu piedāvājumu attīstība tirgū un tam sekojošās likumdošanas izmaiņas u.c.) provizoriski ietekmē mērķa grupu viedokli un vajadzības. Atbilstoši to svārstībām nepieciešams veikt mērķa grupu viedokļu izzināšanu, lai savlaicīgi identificētu izmaiņas mērķa grupu vajadzībās pēc jauna veida un satura informācijas par parādsaistību situāciju risināšanas iespējām un proaktīvi sagatavotu un papildinātu jaunizveidoto vietni ar identificētajām tendencēm atbilstošu informatīvo materiālu, tādējādi nodrošinot pozitīvu atgriezenisko saiti.

2.4. Komunikācijas saturs

Rekomendācija 9. Komunikācijas saturu izstrādāt lietotājam draudzīgā formātā (“ceļa karte”), ar mērķi palīdzēt orientēties jau esošajā informācijas apjomā un ērtāk iegūt savai konkrētajai situācijai attiecināmo informāciju. Tas paveicams aptverot visus ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītos aspektus katrai no mērķa grupām, izmantojot jau esošos publiskā, privātā un nevalstiskā sektora informatīvos avotus un nodrošinot to regulāru atjaunošanu.

Pieejamo iestāžu un organizāciju informācijas avotu izpēti un analīzi laikā tika secināts, ka mērķa grupām ir pieejams savai specifikai atbilstošs informatīvais saturs finanšu pratības, agrīnās brīdināšanas un risinājumu finanšu grūtību situācijās jomās.⁴⁷

Lai gan visām mērķa grupām ir pieejams pietiekams informatīvais saturs, uzmanība būtu jāvērs uz tā sadrumstalotības dažādos informācijas avotos mazināšanu un pieejamības uzlabošanu mērķa grupu pārstāvjiem, mērķtiecīgi lietojot vienotus komunikācijas kanālus. Zemāk sniegts satura tematiskais apkopojums par mērķa grupām pieejamo saturu, kuru rekomendēts apkopot lietotājam draudzīgā formātā (skat. Tabula 6). Tematiskais apkopojums nosedz 2.posma ziņojumā “Ziņojuma par esošo situāciju” identificētās vajadzības. Identificētais **saturs tiks izmantots ceļa kartes⁴⁸ izstrādē kā resurss, uz kuru informācijas meklētājs tiks novirzīts, atkarībā no viņa vēlmēm un vajadzībām.**

Tabula 6. Esošais komunikācijas saturs MVU, uzņēmējiem un patērētājiem, kuru piedāvāts izmantot ceļa kartes izstrādē

Komunikācijas saturs	Mērķa grupas		
	Patērētāji	Uzņēmēji	MVU
Finanšu pratība	✓	✓	✓
Budžeta plānošana	✓		
Informācija par kredītēšanas tirgus dalībniekiem un to licencēšanu	✓	✓	✓
Informācija par banku aktualitātēm attiecībā uz kredītēšanu	✓	✓	✓
Informācija par kredītu veidiem, izmantotajiem termiņiem	✓	✓	✓
Informācija par dažādiem finanšu pakalpojumu aspektiem (piemēram, pirmslīguma informācija, atteikuma tiesības, maksātnespējas vērtēšana)	✓		
Informācija par maksātnespējas politiku	✓	✓	✓
Kredīta un līzings kalkulatori	✓	✓	✓
Mācības, izglītības materiāli saistībā ar finanšu pratības aspektiem	✓	✓	✓
Agrīnā brīdināšana		✓ ⁴⁹	✓
VID EDS: Nodokļu maksātāju reitinga sistēma			✓
Risinājumi finanšu grūtību situācijā	✓	✓	✓
Informācija par nodokļu aspektiem (termiņpagarinājumiem, atvieglojumiem utt.)	✓	✓	✓
Atbalsts COVID-19 pandēmijas un energoresursu kāpuma laikā	✓	✓	✓
Pastāvīgas atbalsta programmas, garantijas, aizdevumi, pabalsti, subsīdijas utt.	✓	✓	✓
Informācija par maksātnespējas procedūrām un soļu apraksts	✓	✓	✓
Informācija par fiziskās personas atbrīvošanu no parādsaistībām	✓	✓	
Vadlīnijas finanšu grūtību situācijā		✓ ⁵⁰	✓
Celvedis izklūšanai no parādiem	✓		
Pieejamās konsultācijas (valsts iestāžu, organizāciju un kredītiestāžu)	✓	✓	✓

⁴⁷ Tieslietu ministrija, 2021. Ziņojums par esošo situāciju projektā “Informācijas avotu izstrāde finanšu grūtību identificēšanai un risināšanai Latvijā”.

⁴⁸ Skat. Rekomendācija 2 un **Error! Reference source not found.**

⁴⁹ Zemnieku, zvejnieku un individuālajiem uzņēmumiem, par kuru darbību tiek iesniegts gada pārskats

⁵⁰ Vadlīniju lietojamība ir atkarīga no komercdarbības formas

2.4.1. Rekomendācijas MVU

Komunikācijas saturu MVU mērķa grupai primāri iespējams nodrošināt no valsts iestāžu izveidotajiem resursiem, to papildinot ar atsevišķiem nevalstisko organizāciju, banku un nebanku aizdevēju resursiem.

Informācija par pieejamajām atbalsta iespējām pieejama EM, FM, NVA un VID resursos, savukārt informācija par grūtību risināšanas procesu TM, MKD, VID resursos.

Tabula 7. MVU esošo avotu apkopojums, kurus izmantot ceļa kartes izstrādē

Iestāde / organizācija	Informācijas avots ⁵¹
Finanšu pratība	
TM	- Informācija par juridisko personu maksātnespējas politiku - Vadlīnijas "Parādu ārpustiesas restrukturizācija Latvijā – parādu ārpustiesas restrukturizācijas principi"
VID	Informācija un materiāli juridiskām personām par dažādiem nodokļu aspektiem (piemēram, ieteikumi neaktīvajiem saimnieciskās darbības veicējiem)
PTAC	Izmaksu kalkulatori (aizdevumiem līdz 30 dienām ar izmaksu procentuālo pieaugumu dienā ("cenu trepes"), aizdevumiem virs 30 dienām (ar grafiku), aizdevumiem ar nenosakāmu faktisko kredīta termiņu)
FKTK	"Informācija par tirgus dalībniekiem un to licencēšanu"
LDDK	Informācija par asociācijas biedriem pieejamo konsultatīvo atbalstu (piemēram, par uzņēmējdarbības vides uzlabošanu, izglītības, nodarbinātības, sociālās drošības, veselības aprūpes, darba tiesību un darba aizsardzības jomām)
LAKRA	Informācija par palīdzību kredītņēmējiem
FNA	- Informācija un materiāli par banku nozares aktualitātēm, sadarbības dokumenti klientu atbalstam, moratorijs juridiskām personām - Prezentāciju materiāli (t.sk. "Vai bankas turpinās finansēt biznesu 2022. gadā?" (iekļauti kredīta pieejamības nosacījumi uzņēmumiem), "Kredītu likmes noteicošie faktori un uzņēmumu spēja aizņemties", "Starptautiskās sankcijas pret Krieviju un Baltkrieviju – praktiski padomi uzņēmumiem kontroles mehānismu izveidei", "Banku atbalsts uzņēmumiem un mājsaimniecībām")
LMPAA	Informācija par apmācību funkciju t.sk. grāmatvedības jautājumiem, nodokļu aktualitātēm u.c.
VARAM	latvija.lv tīmekļvietnē informācija par dzīves situācijām (uzņēmējdarbības uzsākšana, veikšana un pabeigšana).
Citi (banku un nebanku aizdevēji)	- Kalkulatori (kredīts un līzings): industriālais kalkulators, komerctransporta kalkulators, finansējuma kalkulators, mikrokredīta kalkulators, investīciju kredīta kalkulators, lauksaimniecības tehnikas kalkulators - Kalkulatori (citi): atbalsta programmu; eksporta kredīta garantijas maksas; aizdevuma summas/ikmēneša maksājumu kalkulators
Agrīnā brīdināšana	
VID	VID EDS: Nodokļu maksātāju reitinga sistēma; Rīks, kura mērķi ir informēt nodokļu maksātājus par viņa saimniecisko darbību raksturojošo rādītāju atbilstību vispārējām ekonomiskajām tendencēm
Risinājumi finanšu grūtību situācijā	
TM	"Labās prakses vadlīnijas lēmumu pieņemšanas procesā uzņēmumiem, kas nonākuši finansiālās grūtībās" - Informācija par juridisko personu maksātnespējas politiku - Vadlīnijas "Parādu ārpustiesas restrukturizācija Latvijā – parādu ārpustiesas restrukturizācijas principi"

⁵¹ Pārskats par analizētajiem informācijas avotiem ietverts "Izmantotās informācijas saraksts" sadaļā "Iestāžu un organizāciju, kā arī tematiskās tīmekļvietnes".

Iestāde / organizācija	Informācijas avots ⁵¹
EM	Informācija par atbalstu uzņēmējiem (piemēram, atbalsta pasākumi COVID-19 pandēmijas un energoresursu cenu kāpuma laikā, kā arī pastāvīgās atbalsta programmas)
FM	Informācija par atbalstu saimnieciskās darbības veicējiem COVID-19 ietvaros (piemēram, iestāžu atbalsts saimnieciskās darbības turpināšanai, dīkstāves pabalsti un moratorijs)
MKD	- Informācija un materiāli juridiskām personām par maksātnespējas procedūru (juridiskas personas maksātnespējas process, parādu ĀTR, TAP un ĀTAP) un procesa soļu apraksts - Infografikas un videomateriāli (piemēram, "Kādus pakalpojumus var saņemt Maksātnespējas kontroles dienestā?", "Saziņa ar administratoru", "Kas ir parādnieka pārstāvis maksātnespējas procesā?")
NVA	Informācija un materiāli par pieejamo atbalstu darba devējam (piemēram, algu subsīdiju atbalsta pasākums, subsidētās darba vietas, atbalsts reģionālajai mobilitātei, atbalsts kolektīvās atļaušanas gadījumā) un darba meklētājam (piemēram, bezdarbnieka/ darba meklētāja statuss; darba meklēšanas atbalsts; apmācību iespējas; nodarbinātības atbalsts personām ar invaliditāti, saimnieciskās darbības uzsākšanai)
VID	- Informācija un materiāli fiziskām un juridiskām personām (piemēram, algu subsīdijas darbiniekiem, grants apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai COVID-19 laikā, termiņpagarinājumi un nodokļu parādi, uzņēmumu reorganizācija un likvidācija). - Infografikas un informatīvie materiāli (t.sk. "Ieteikumi iesnieguma "COVID-19 krīzes skartā uzņēmuma iesniegums atbalsta saņemšanai apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai" aizpildīšanai mikro uzņēmumiem un pašnodarbinātajām personām" u.c.)
Citi (banku un nebanku aizdevēji)	Konsultācijas

2.4.2. Rekomendācijas uzņēmējiem

Līdzīgi kā MVU, komunikācijas saturu uzņēmēju mērķa grupai primāri iespējams nodrošināt no valsts iestāžu izveidotajiem resursiem, to papildinot ar atsevišķiem nevalstisko organizāciju, banku un nebanku aizdevēju resursiem. Informatīvo resursu klāsts sakrīt ar uzņēmēju un MVU mērķa grupām.

Tabula 8. Uzņēmēju esošo avotu apkopojums, kurus izmantot ceļa kartes izstrādē

Iestāde / organizācija	Informācijas avots ⁵²
Finanšu pratība	
TM	Informācija par juridisko personu un fizisko personu maksātnespējas politiku.
VID	Informācija un materiāli fiziskām un juridiskām personām par dažādiem nodokļu aspektiem (piemēram, informācija par saimnieciskās darbības uzsākšanu, par riskanto nodokļu maksātāju grupu, ieteikumi neaktīvajiem saimnieciskās darbības veicējiem)
PTAC	- Informācija un materiāli patērētājam par dažādiem finanšu pakalpojumu aspektiem (piemēram, par ko jāpādomā pirms tiek noslēgts līgums (pakalpojumu vai kredītsaistību), pirmslīguma informāciju, atteikuma tiesībām, atbildīgu aizņemšanos, maksātnespējas vērtēšanu) - Izmaksu kalkulatori (aizdevumiem līdz 30 dienām ar izmaksu procentuālo pieaugumu dienā ("cenu trepes"), aizdevumiem virs 30 dienām (ar grafiku), aizdevumiem ar nenosakāmu faktisko kredīta termiņu) - Metodiskais materiāls "Ceļā uz dzīves meistarību", kas ietver šādas sadaļas: "Atbildīga aizņemšanās", "Pieteikšanās kredītam", "Kredīta atmaksa" - Videomateriāli (t.sk. "Aizņemies atbildīgi")

⁵² Pārskats par analizētajiem informācijas avotiem ietverts "Izmantotās informācijas saraksts" sadaļā "Iestāžu un organizāciju, kā arī tematiskās tīmekļvietnes".

	PTAC uzturēta vietne (parads.ptac.gov.lv), kas satur informāciju par dažādiem kredīta veidiem, termiņu vārdnīcu.
FKTK	Informācija par tirgus dalībniekiem un to licencēšanu
LAKRA	Informācija par palīdzību kredītņēmējiem
FNA	- Informācija un materiāli par banku nozares aktualitātēm, sadarbības dokumenti klientu atbalstam, moratorijs privātpersonām/juridiskām personām - Prezentāciju materiāli (t.sk. "Vai bankas turpinās finansēt biznesu 2022. gadā?" (iekļauti kredīta pieejamības nosacījumi uzņēmumiem), "Kredītu likmes noteicošie faktori un uzņēmumu spēja aizņemties", "Starptautiskās sankcijas pret Krieviju un Baltkrieviju – praktiski padomi uzņēmumiem kontroles mehānismu izveidei", "Banku atbalsts uzņēmumiem un māsaimniecībām")
LMPAA	Informācija par apmācību funkciju t.sk. grāmatvedības jautājumiem, nodokļu aktualitātēm u.c.
VARAM	latvija.lv tīmekļvietnē informācija par dzīves situācijām (uzņēmējdarbības uzsākšana, veikšana un pabeigšana).
Citi (banku un nebanku aizdevēji)	- Kalkulatori (kredīts un līzings): industriālais kalkulators, komerctransporta kalkulators, finansējuma kalkulators, mikrokredīta kalkulators, investīciju kredīta kalkulators, lauksaimniecības tehnikas kalkulators, - Kalkulatori (citi): atbalsta programmu; eksporta kredīta garantijas maksas; aizdevuma summas/ikmēneša maksājumu kalkulators - Konsultācijas
Agrīnā brīdināšana⁵³	
VID	VID EDS: Nodokļu maksātāju reitinga sistēma; Rīks, kura mērķi ir informēt nodokļu maksātājus par viņu saimniecisko darbību raksturojošo rādītāju atbilstību vispārējām ekonomiskajām tendencēm
Risinājumi finanšu grūtību situācijā	
TM	"Labās prakses vadlīnijas lēmumu pieņemšanas procesā uzņēmumiem, kas nonākuši finansiālās grūtībās" - Informācija par juridisko personu un fizisko personu maksātnespējas politiku
EM	Informācija par atbalstu uzņēmējiem (piemēram, atbalsta pasākumi COVID-19 pandēmijas un energoresursu cenu kāpuma laikā, kā arī pastāvīgās atbalsta programmas)
FM	Informācija par atbalstu saimnieciskās darbības veicējiem COVID-19 ietvaros (piemēram, iestāžu atbalsts saimnieciskās darbības turpināšanai, dīkstāves pabalsti un moratorijs)
MKD	- Informācija un materiāli fiziskām un juridiskām personām par maksātnespējas procedūrām (fiziskās/ juridiskās personas maksātnespējas process, parādu ĀTR, TAP un ĀTAP) un procesa soļu apraksts - Infografikas un videomateriāli (piemēram, "Kādus pakalpojumus var saņemt Maksātnespējas kontroles dienestā?", "Saziņa ar administratoru", "Kas ir parādnieka pārstāvis maksātnespējas procesā?")
NVA	Informācija un materiāli par pieejamo atbalstu darba devējam (piemēram, algu subsīdiju atbalsta pasākums, subsīdētās darba vietas, atbalsts reģionālajai mobilitātei), kā arī saimnieciskās darbības uzsākšanai
VID	- Informācija un materiāli fiziskām un juridiskām personām (piemēram, algu subsīdijas pašnodarbinātajiem, patentmaksas maksātājiem un grants apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai COVID laikā, termiņpagarinājumi un nodokļu parādi, un uzņēmumu likvidācija). - Infografikas un informatīvie materiāli (t.sk. "Ieteikumi iesnieguma "COVID-19 krīzes skartā uzņēmuma iesniegums atbalsta saņemšanai apgrozāmo līdzekļu plūsmas nodrošināšanai" aizpildīšanai mikro uzņēmumiem un pašnodarbinātajām personām" u.c.)
PTAC	- Informācija un materiāli patērētājam par dažādiem finanšu pakalpojumu aspektiem (piemēram, padomi par ārpustiesas parāda atgūšanas procesu) - PTAC uzturēta vietne (parads.ptac.gov.lv), kur izvietots ceļvedis izklūšanai no parādiem, parādu kalkulators
Citi (banku un nebanku)	Konsultācijas

⁵³ zemnieku, zvejnieku un individuālajiem uzņēmumiem, par kuru darbību tiek iesniegts gada pārskats

2.4.3. Rekomendācijas patērētājiem

Līdzīgi kā MVU un uzņēmējiem, komunikācijas saturu patērētāju mērķa grupai primāri iespējams nodrošināt no valsts iestāžu izveidotajiem resursiem, to papildinot ar atsevišķiem nevalstisko organizāciju, banku un nebanku aizdevēju resursiem.

Informācija par pieejamajām atbalsta iespējām pieejama LM, EM, FM un NVA resursos, savukārt informācija par grūtību risināšanas procesu TM, MKD, VID, NVA, PTAC un banku/nebanku aizdevēju resursos.

Tabula 9. Patērētāju esošo avotu apkopojums, kurus izmantot ceļa kartes izstrādē

Iestāde / organizācija	Informācijas avots ⁵⁴
Finanšu pratība	
TM	- Informācija par fizisko personu maksātspējas politiku - TM un LM pirmslaulību mācību programma "Laulības tiesiskie, psiholoģiskie, ētiskie un sadzīves aspekti. Modulis: Finanšu pratība"
LM	TM un LM pirmslaulību mācību programma "Laulības tiesiskie, psiholoģiskie, ētiskie un sadzīves aspekti. Modulis: Finanšu pratība"
NVA	E-apmācību modulis "Mana nauda šodien un rīt. Finanšu pratība" apguve fiziskās personas atbrīvošanai no parādsaistībām"
VID	Informācija un materiāli fiziskām personām par dažādiem nodokļu aspektiem (piemēram, informācija par saimnieciskās darbības uzsākšanu, par riskanto nodokļu maksātāju grupu)
PTAC	- Informācija un materiāli patērētājam par dažādiem finanšu pakalpojumu aspektiem (piemēram, par ko jāpadamā pirms tiek noslēgts līgums (pakalpojumu vai kredītsaistību), pirmslīguma informāciju, atteikuma tiesībām, ikgadējo finanšu pratības nedēļu, atbildīgu aizņemšanos, maksātspējas vērtēšanu, kā ietaupīt un krāpniecību) - Izmaksu kalkulatori (aizdevumiem līdz 30 dienām ar izmaksu procentuālo pieaugumu dienā ("cenu trepes"), aizdevumiem virs 30 dienām (ar grafiku), aizdevumiem ar nenosakāmu faktisko kredīta termiņu) - Metodiskais materiāls "Ceļā uz dzīves meistarību", kas ietver šādas sadaļas: "Atbildīga aizņemšanās", "Pieteikšanās kredītam", "Kredīta atmaksa", "Finanšu plānošana" - Videomateriāli (t.sk. "Ceļā uz dzīves meistarību", "Aizņemies atbildīgi") - PTAC uzturēta vietne (parads.ptac.gov.lv), kas satur informāciju par dažādiem kredīta veidiem, termiņu vārdnīcu.
FKTK	- Informācija par patērētāju finanšu pratību, materiāli finanšu prasmju pilnveidei, kā arī tirgus dalībnieki un to licencēšana - Infografikas, piemēram, "Kā rūpēties par nākotni jau no pirmās algas?", "Latvijas iedzīvotāju finanšu pratības stratēģija 2021b.–2027. gadam", "Latvijas iedzīvotāju finanšu pratība"
LAKRA	Informācija par palīdzību kredītņēmējiem
FNA	- Informācija un materiāli par banku nozares aktualitātēm, sadarbības dokumenti klientu atbalstam, moratorijs privātpersonām personām, kā arī noderīgi resursi finanšu pratībā - Prezentāciju materiāli (t.sk. "Diskusija: Kā veikt ilgtspējīgus pirkumus tiešsaistē?", "Banku atbalsts uzņēmumiem un māsaimniecībām", "Telefonkrāpniecība Latvijā: kā atpazīt un izvairīties?")
LB	- LB uzturēta vietne (klientuskola.lv), kurā atrodama informācija par, piemēram, ieguldījumu, noguldījumu, kredītu, norēķinu un apdrošināšanas aspektiem, termiņu skaidrojumi, atbildes uz jautājumiem, rīks finanšu pratības indeksa noteikšanai, finanšu mērķtiecības tests - LB uzturēta vietne (finansupratiba.lv), kurā atrodama informācija par dažādiem finanšu pratības aspektiem (piemēram, finanšu pratības stratēģija, kompetenču standarts finanšu pratībā)

⁵⁴ Pārskats par analizētajiem informācijas avotiem ietverts "Izmantotās informācijas saraksts" sadaļā "Iestāžu un organizāciju, kā arī tematiskās tīmekļvietnes".

Iestāde / organizācija	Informācijas avots ⁵⁴
	pieaugušajiem un pētījumi par iedzīvotāju finanšu prātību), kā arī informācija par ikgadējo finanšu prātības nedēļu u.c. LB uzturēta vietne (naudasskola.lv), kurā atrodami ar finanšu prātību saistīti materiāli (t.sk. "10 patiesības par naudu, "Nedzīvo vienai dienai", "Pietaupi nebaltaī dienai" un "Viegli aizņemties, grūtāk atdot"), interaktīvi materiāli, spēles u.c.
VARAM	latvija.lv tīmekļvietnē informācija par dzīves situācijām (sociālie pakalpojumi, pabalsti un atvieglojumi, nodarbinātība, nauda un nodokļi).
Citi (banku un nebanku aizdevēji)	- Informācija par finanšu nozares pakalpojumiem, patērētāju kreditēšanas pakalpojumu sniedzējiem Latvijā, aizdevēja izvērtēšanu; kredīta pieteikuma izvērtēšanas procesu, atbildīgu izvēli, kredīta atmaksu un iespējamām sodiem, patērētāju tiesībām, kredīta izmaksu aprēķināšanu u.c. - Budžeta plānotājs, kur var apskatīt ienākušos un izejošos maksājumus, kategorizētu izdevumu pārskatu, noskaidrot, kur optimizēt tēriņus un iestatīt limitus. - Kalkulatori (kredīts un līzings): kādu mājokli varat atļauties, hipotekārā kredīta ikmēneša maksājumu kalkulators, mazais mājokļa kredīts, būvniecības izmaksu kalkulators, mājokļa energoefektivitātes kredīts, apbūves zemes kredīts, kredīts ar nekustamā īpašuma ķīlu, kredīta summas kalkulators, pirmās iemaksas uzkrājumu kalkulators, auto līzings un kredīta kalkulators, patērētāja kredīta ikmēneša maksājumu kalkulators, ikmēneša maksājuma izmaiņu kalkulators, kredītkartes kalkulators, studiju kredīta kalkulators, ideju kalkulators
Agrīnā brīdināšana	
-	-
Risinājumi finanšu grūtību situācijā	
TM	- Fiziskās personas atbrīvošana no parādsaistībām - Informācija par fizisko personu maksātnespējas politiku.
LM	Informācija par atbalstu (piemēram, atbalsts iekļaušanai darba tirgū, pieejamie sociālie pabalsti un atvieglojumi)
EM	Informācija par atbalstu patērētājiem (piemēram, atbalsta pasākumi energoresursu cenu kāpuma laikā)
FM	Informācija par atbalstu patērētājiem COVID-19 ietvaros (piemēram, dīkstāves pabalsti un moratorijs)
MKD	- Informācija un materiāli fiziskām personām (fiziskās personas maksātnespējas process) un procesa soļu apraksts - Infografikas un videomateriāli (piemēram, "Kādus pakalpojumus var saņemt Maksātnespējas kontroles dienestā?", "Saziņa ar administratoru", "Kas ir parādnieka pārstāvis maksātnespējas procesā?")
NVA	- Informācija un materiāli par pieejamo atbalstu darba meklētājam (piemēram, bezdarbnieka/ darba meklētāja statuss; darba meklēšanas atbalsts; apmācību iespējas; nodarbinātības atbalsts personām ar invaliditāti, saimnieciskās darbības uzsākšanai) - E-apmācību modulis "Kā veidot efektīvu darba meklēšanas stratēģiju"
VID	Informācija un materiāli fiziskām (piemēram, nodokļu atvieglojumi privātpersonām, termiņpagarinājumi un nodokļu parādi).
PTAC	- Informācija un materiāli patērētājam par dažādiem finanšu pakalpojumu aspektiem (piemēram, padomi par ārpusstiesas parāda atgūšanas procesu) - PTAC uzturēta vietne (parads.ptac.gov.lv), kur izvietots ceļvedis izklūšanai no parādiem, parādu kalkulators
Citi (banku un nebanku aizdevēji)	- Informācija par pirmskrīzes kredītu dzēšanas (pilnā apmērā vai daļēji), kredītu apvienošanu un refinansēšanu - Kalkulatori (citi): darba algas kalkulators, bērna un vecāku pabalsta kalkulators, bezdarbnieku pabalsta kalkulators, kalkulators diferencētā neapliekamā minimuma ietekmes aprēķinam - Konsultācijas

Izmantotās informācijas saraksts

No.	Nosaukums
Normatīvie akti	
1	Latvijas Bankas likums (stājas spēkā 01.01.2023.). Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/326575
2	Ministru kabineta 16.08.2017. noteikumi Nr. 474 "Tieslietu ministrijas nolikums". Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/292913
3	Ministru kabineta 2003. gada 16. septembra noteikumi Nr. 528 "Izglītības un zinātnes ministrijas nolikums". Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/79100
4	Ministru kabineta 2022. gada 14. jūlija noteikumi Nr. 434 "Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas nolikums". Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/334038
5	Ministru kabineta 22.09.2020. noteikumi Nr. 588 "Ekonomikas ministrijas nolikums". Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/317511-ekonomikas-ministrijas-nolikums
6	Ministru kabineta 27.01.2004. noteikumi Nr. 49 "Labklājības ministrijas nolikums". Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/83758
7	Ministru kabineta 29.04.2003. noteikumi Nr. 239 "Finanšu ministrijas nolikums". Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/74752
8	Saeimas 09.12.1999. pieņemtais Valsts valodas likums. Pieejams: https://likumi.lv/ta/id/14740
Iestāžu un organizāciju, kā arī tematiskās tīmekļvietnes	
9	aizdevums.lv. Pieejams: https://www.aizdevums.lv/
10	Attīstības finanšu institūcija Altum. Pieejams: https://www.altum.lv/lv/
11	Citadele. Pieejams: https://www.citadele.lv/lv/private/
12	Ekonomikas ministrija. Pieejams: https://www.em.gov.lv/lv/
13	Finanšu ministrija. Pieejams: https://www.fm.gov.lv/lv/
14	Finanšu nozares asociācija. Pieejams: https://www.financelatvia.eu/
15	Finanšu pratība. Pieejams: https://www.finansupratiba.lv/
16	Finanšu un kapitāla tirgus komisija. Pieejams: https://www.fktk.lv/
17	FKTK Klientu skola. Pieejams: https://www.klientuskola.lv/lv/
18	Labklājības ministrija. Pieejams: https://www.lm.gov.lv/lv/
19	Latvijas Banka. Pieejams: https://www.bank.lv/
20	Latvijas Darba devēju konfederācija. Pieejams: https://lddk.lv/
21	Latvijas Kredītņēmēju asociācija. Pieejams: https://kreditnemejuasociacija.lv/
22	Latvijas Maksātnespējas procesa administratoru asociācija. Pieejams: https://www.administratori.lv/lv/par-biedribu/aa-aktualitates
23	Latvijas Pašvaldību savienība. Pieejams: https://www.lps.lv/lv/

No. Nosaukums	
24	Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera. Pieejams: https://www.ltrk.lv/
25	Luminor. Pieejams: https://www.luminor.lv/lv
26	Makroekonomika. Pieejams: https://www.makroekonomika.lv/
27	Maksātnespējas kontroles dienests. Pieejams: https://www.mkd.gov.lv/lv
28	Naudas skola. Pieejams: https://www.naudasskola.lv/
29	Nodarbinātības valsts aģentūra. Pieejams: https://www.nva.gov.lv/lv
30	Parads.lv. Pieejams: http://parads.ptac.gov.lv/
31	Patērētāju tiesību aizsardzības centrs. Pieejams: https://www.ptac.gov.lv/lv
32	SEB banka. Pieejams: https://www.seb.lv/
33	Swedbank. Pieejams: https://www.swedbank.lv/private
34	Tieslietu ministrija. Pieejams: https://www.tm.gov.lv/lv
35	Valsts ieņēmumu dienests. Pieejams: https://www.vid.gov.lv/
Citi	
36	Centrālās statistikas pārvalde "Oficiālās statistikas portāls". Pieejams: https://stat.gov.lv/lv
37	Ekonomikas ministrijas 2021. gada pētījums "Labāko Eiropas atbalsta, agrās brīdināšanas un otrās iespējas sistēmu pārneses iespēju analīze Baltijas jūras reģiona valstīs". Pieejams: https://www.em.gov.lv/sites/em/files/content/petijums.docx
38	Finanšu un kapitāla tirgus komisijas un partneru 2021.gada dokuments "Latvijas iedzīvotāju finanšu pratības stratēģija 2021.–2027. gadam". Pieejams: https://www.finansupratiba.lv/wp-content/uploads/2021/03/Finansu-pratibas-strategija.pdf
39	Ieslodzījuma vietu pārvalde "Statistika 2021". Pieejams: https://www.ievp.gov.lv/lv/media/5297/download
40	Tieslietu ministrijas 2020. gada ziņojums "Galveno reformējamo jomu analīze esošajā Latvijas parādu pārstrukturēšanas ietvarā". Pieejams: https://www.tm.gov.lv/lv/media/4163/download
41	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
42	Valsts probācijas dienests "2021.gada statistikas rādītāji". Pieejams: https://www.vpd.gov.lv/lv/2021gada-statistikas-raditaji

Pielikums 1. Rekomendāciju prioritizēšanā izmantotie kritēriji

Katrai no matricas dimensijām – atbildības un ietekme, tika izvēlēts viens kritērijs, lai izvērtētu rekomendācijas un prioritizētu to ieviešanu (skatīt “Metodoloģija”):

- **Rekomendāciju ieviešējs** (matricas dimensija: atbildības) – ņemot vērā, ka šī Projekta iniciators un iniciatīvas turētājs ir TM, tai rekomendāciju ieviešana iespējama ar zemākām pūlēm nekā gadījumos, kad par ieviešanu ir nepieciešams panākt vienošanos ar citām iestādēm:
 - Zema – TM;
 - Vidēja – TM sadarbībā ar citām iestādēm;
 - Augsta – tikai citas iestādes.
- **Sasniegtais mērķa grupu pārstāvju skaits** (matricas dimensija: ietekme) – komunikācijas pasākumu rezultātā sasniegtais mērķa grupu pārstāvju skaits⁵⁵ ir būtisks indikators, kas parāda veikto pasākumu rezultativitāti un šī Projekta radīto ietekmi. Tabulā zemāk ir attēlots **kopējais potenciāli sasniedzamās mērķauditorijas skaits** sadalījumā pa rekomendācijām. Detalizētais aprēķins par reālistiski sasniedzamo mērķauditorijas skaitu tiks iekļauts Projekta 4. posma Rīcības plāna nodevumā, pamatojoties uz šajā ziņojumā ietverto kopējo skaitu un ņemot vērā papildu apsvērumus, kas ietekmē auditoriju sasniegšanu (piemēram, cilvēku īpatsvars, kas spēj gūt sev nepieciešamo informāciju internetā vai ir meklējuši ar finanšu grūtību risināšanu saistītu informāciju utt).

Kritērija kategorizācija:

- Zema – mazāk nekā 200 tūkst.
- Vidēja – no 200 tūkst. līdz 1 miljonam;
- Augsta – vairāk nekā 1 miljons.

Nr.	Rekomendācija	Atbildības	Ietekme
		Rekomendācijas ieviešējs	Kopējās potenciāli sasniedzamās mērķauditorijas skaits (tūkst.)
	Komunikācijas organizācija un institucionālais ietvars	-	-
1	Pārvaldības mehānisma stiprināšana, nozīmējot centrālu koordinējošu vienību, lai komunikācija par finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu būtu sistēmisku un ilgtspējīga.	-	-
	Komunikācijas saturs	-	-
2	Komunikācijas satura izstrāde lietotājam draudzīgā formātā (“ceļa karte”), kas aptvertu visus ar finanšu grūtību identificēšanu un risināšanu saistītos aspektus, apkopojot jau esošos informatīvos avotus un nodrošinot to regulāru atjaunošanu.	-	-

⁵⁵ Kā mērķa grupu pārstāvju bāze ir ņemti patērētāji (~1 346 000 – patērētāju skaits pēc to klasifikācijas (skatīt “Apzīmējumi un to skaidrojumi”), MVU un uzņēmēju grupām pārklājoties ar šo grupu. Skat. Pielikums 1. Rekomendāciju prioritizēšanā izmantotie kritēriji.

	Komunikācijas kanāli		
3	Tīmekļvietne (ar primāro funkcionalitāti – ceļa karte) ⁵⁶	TM (atbildīgais) + citi	~673 000 (vienāds ar 2. komunikācijas kampaņas ietekmes rādītāju) ⁵⁷
4	Tīmekļvietne (ar sekundāro funkcionalitāti) ⁵⁸	TM (atbildīgais) + citi	
5	Drukātie materiāli	TM (atbildīgais) + citi	Nepārsniedz 6., 7. un 8. rekomendāciju ietekmes rādītāju summu ⁵⁹
6	Pilotprojekts: VPD un IeVP	TM (atbildīgais) + citi	~20 000 (potenciālais klientu skaits) ⁶⁰
7	Pilotprojekts: Pašvaldības (VPVKAC)	TM (atbildīgais) + citi	~153 000 (potenciālais klientu skaits 16 VPVKAC ietvaros) ⁶¹
8	Valsts mēroga pirmā līmeņa atbalsts	Tikai citi	~1 346 000 (100% no mērķauditorijas) ⁶²
9	Komunikācijas kampaņa (1.līmenis: obligāti īstenojamās aktivitātes) ⁶³	TM	~135 000 (10% no mērķauditorijas)
10	Komunikācijas kampaņa (2.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) ⁶⁴	TM (atbildīgais) + citi	~673 000 (50% no mērķauditorijas)
11	Komunikācijas kampaņa (3.līmenis: papildus ieteicamās aktivitātes) ⁶⁵	TM (atbildīgais) + citi	~1 077 000 (80% no mērķauditorijas)
12	Sabiedriskās domas izpēte	TM	Reprezentatīva izlase

⁵⁶ Informējoša un skaidrojoša par galvenajiem ar finanšu grūtībām saistītajiem problēmjautājumiem un iestāžu atbildībām, palīdzot lietotājam orientēties informācijas apjomā un novirzot lietotāju uz konkrētai situācijai atbilstošu, jau esošu informāciju dažādās tīmekļvietnēs.

⁵⁷ Pieņemts, ka komunikācijai tiks pielietots komunikācijas kampaņas otrais līmenis un tādējādi sasniegs 50% no patērētāju mērķauditorijas.

⁵⁸ Interaktīva, nodrošinot dažādus finanšu grūtību apzināšanai un risināšanai veltītus e-rīkus.

⁵⁹ Drukāto materiālu skaits nepārsniegs minēto rekomendāciju ietekmes rādītāja kopsummu. Nav ņemti vērā dažādi mērķa grupu apsvērumi, kas būtiski samazinās drukāto materiālu skaitu.

⁶⁰ Sasniegtās mērķauditorijas skaits ir kopsumma (1) VPD klientu skaitam 2021.gadā (VPD, 2022. 2021.gada statistikas rādītāji) un (2) ieslodzīto skaits ieslodzījuma vietās (IeVP, 2021. Statistika 2021).

⁶¹ Pilotprojektu sākotnēji plānots īstenot 16 VPVKAC. Aprēķins: (patērētāju skaits (1 346 250)) * (pilotprojektā plānotie 16 no valstī esošajiem 140 VPVKAC (11.4%)).

⁶² Patērētāju skaits pēc to klasifikācijas (skatīt "Apzīmējumi un to skaidrojumi").

⁶³ Informācijas izvietošana partneru kanālos, informācijas izplatīšana organizācijām un profesionālu asociācijām, mediju informēšana par jomas aktualitātēm un iepazīstināšana ar komunikācijas kanāliem, sociālo tīklu komunikācija projekta turētāja sociālo tīklu kontos, Google Ads risinājums.

⁶⁴ 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.

⁶⁵ Plaša un apjomīga reklāmas un sabiedrības informēšanas kampaņa, ietverot plašu kanālu loku (internets, vide, radio, reģionālā prese, sabiedriskais transports u.c.), īpašs raidījumu cikls TV vai radio, ietekmētāju (influenceru) komunikācija.

Pielikums 2. Darbnīcu kopsavilkums

Klikšķināt uz zemāk pievienotās datnes, lai atvērtu pielikumu.



2.pielikums_Darbnīcu
kopsavilkums.pdf

