

# Bauskas novada pašvaldības Teritoriālā mārketinga plāns

---

2018. – 2022.GADAM.

## Saturs

IEVADS .....	3
1. Risināmie jautājumi un sasaiste ar aktuālajiem plānošanas dokumentiem .....	4
2. Teritoriālā mārketinga plāna ietvars.....	6
2.1. Vietu konkurence un tirgvedība.....	7
2.2. Vietas pievilcības un izaugsmes izaicinājumi.....	8
2.3. Mērķis .....	14
3. Mērķa grupas.....	15
3.1. Aktuālo segmentu raksturojums .....	16
3.2. Nākotnes mērķauditoriju potenciāls .....	19
3.3. Mērķa grupu prioritāšu noteikšana .....	21
4. Bauskas novada zīmolvēstības vadlīnijas un komunikācijas vēstījuma saturs.....	22
4.1. Stratēģiskās tēmas un unikālais piedāvājums .....	22
4.2. Piemērotākā vieta dzīvošanai: dzīves kvalitāte.....	25
4.3. Vieta stabilai, uz izaugsmi vērstai uzņēmējdarbībai un ilgtspējīgām investīcijām ...	26
4.4. Piemērotākā vieta apmeklēšanai, atpūtai un baudīšanai .....	27
4.5. Bauskas pilsētas un pagastu pozicionējums.....	29
5. Bauskas novada zīmola attīstība .....	32
6. Rīcības plāns .....	33

## Attēlu saraksts

1. attēls Ilgtspējīgas attīstības stratēģijā definētais ilgtermiņa stratēģiskais ietvars. Konsorts, 2012 .....	5
2. attēls Precizētais ilgtspējīgas attīstības stratēģijas ietvars: nākotnes attīstības redzējums, mērķi un prioritātes.....	5
3. attēls Bauskas novada pašvaldības plānotie ieņēmumi 2018.gadā.....	9
4. attēls. Bauskas novadā apkalpoto viesu skaits un viesu pavadīto nakšu skaits 2017.gadā ..	17
5. attēls Bauskas novadā apkalpoto ārvalstu viesu skaits un viņu pavadītās nakts naktsmītnēs 2017.gadā.....	17
6. attēls Bauskas novadā mērķauditoriju potenciāla vērtējums. ....	19
7.attēls Mērķauditoriju prioritārais daļījums .....	21
8. attēls Mijiedarbība starp Bauskas novada tēlu un novada identitāti kā telpu zīmolveidības attīstībai .....	28
9. attēls Bauskā īstenojamo vajadzību un atbilstošu tematisko produktu līniju veidošanas piemērs. ....	31

## Lietotie saīsinājumi

CSP – Centrālā statistikas pārvalde

PMLP – Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde

USP (Unique Selling Point) – Unikālais pārdošanas piedāvājums

LV – Latvijas Republika

LU – Latvijas universitāte

BNV – Pašvaldības informatīvais izdevums „Bauskas Novada Vēstis”

LIAA – Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra

VRAA – Valsts Reģionālās attīstības aģentūra

NVA – Nodarbinātības valsts aģentūra

LPS – Latvijas Pašvaldību savienība

ZPR – Zemgales plānošanas reģions

TIC – Tūrisma informācijas centrs

BKC – Bauskas Kultūras centrs

## IEVADS

Bauskas novada pašvaldības Teritoriālā mārketinga plāns ir pašvaldības vidējā termiņa plānošanas dokuments 2018. – 2022.gadam.

Teritoriālā mārketinga plāna galvenais mērķis ir palīdzēt sasniegt novada ilgtspējīgas attīstības stratēģijā un attīstības programmā definētos mērķus, izmantojot mērķtiecīgi virzītu iekšējo un ārējo komunikāciju, izstrādājot komunikācijas vadlīnijas un vienotu vizuālo identitāti, nosakot prioritārās mērķa grupas un galvenos vēstījumus tām un līdzsvarojot likumā par pašvaldībām noteikto autonomo funkciju īstenošanas pieeju (jomu pieeja) ar fokusētāku skatījumu uz mērķa grupu un iesaistīto pušu pieeju.

Plāns ir integrēts ar 2016.gadā izstrādāto „Bauskas novada zīmola attīstības stratēģija” pētniecisko daļu. Tajā identificētas novada stiprās puses un priekšlikumi novada pozicionējumam pieaugošas vietu konkurences apstākļos. Pētījumā detalizēti izvērtēts iesaistītās sabiedrības vērtību un attieksmju kopums Bauskas novada ilgtspējīgas attīstības stratēģijā (2012.-2030.gadam) un Bauskas novada attīstības programmā (2012.-2018.gadam) definēto attīstības mērķu sasniegšanai. Integrēti jārisina vietas zīmolvēstības stratēģiskie mērķi: kāpināt vietējo iedzīvotāju lojalitāti un iniciatīvu, vēlmi lepoties ar savu novadu, radīt vietas pievilcību vēlmei apmeklēt Bauskas novadu, izvēlēties Bauskas novadu kā darba vai dzīves vietu, iegādāties Bauskas uzņēmēju ražotās preces un pakalpojumus, veicināt investīciju piesaisti novada attīstībai, radīt instrumentu iekšējai komunikācijai ar iesaistītajām pusēm, radīt vienotāku vizuālo standartu pašvaldības administrācijas un struktūrvienību ārējai komunikācijai.

Bauskas novada pašvaldības Teritoriālā mārketinga plāna izstrādes likumiskais ietvars ir Bauskas novada domes 2017.gada 26.oktobra lēmums „Par Bauskas novada teritoriāla mārketinga stratēģijas 2018.- 2022.gadam izstrādāšanu” un Bauskas novada domes 2018.gada 25.janvāra lēmums „Par grozījumu Bauskas novada domes lēmumā „Par Bauskas novada teritoriālā mārketinga stratēģijas 2018. – 2022.gadam izstrādāšanu”.

## 1. Risināmie jautājumi un sasaiste ar aktuālajiem plānošanas dokumentiem

Bauskas novada pašvaldības Teritoriālā mārketinga plāna uzstādījumi akcentē komunikācijas un zīmolvedības instrumentu pielietojumu pašvaldības attīstības un izaugsmes mērķu labākai sasniegšanai:

1. risināt **vietas identitātes** jautājumu, atbildot, kas ir Bauska, Bauskas novads un to veidojošā sabiedrība;
2. stiprināt iedzīvotāju **emocionālu pieķeršanos** savai ikdienas **vietai**, pilsētai un novadam, veicināt līdziesaisti un iniciatīvu;
3. kāpināt Bauskas **pilsētas un novada pievilcību**, lai Latvijas un starptautiska mēroga sabiedrība vēlētos novadu apmeklēt, pieredzēt un apbrīnot;
4. palīdzēt **piesaistīt resursus** novada attīstībai un ilgtermiņa mērķu sasniegšanai, veidojot vienotu pašvaldības administrācijas un saistīto struktūrvienību **integrētu zīmolvedības saziņas rokrakstu** – grafisko standartu un nozīmīgāko vērtību komunicēšanu;
5. veicināt **novadā ražoto preču un pakalpojumu** eksportu, **pieprasījumu** ārpus novada, investīciju piesaisti jaunas uzņēmējdarbības attīstībai;
6. **piesaistīt talantīgus**, augsti kvalificētus cilvēkus novada attīstībai prioritārajās jomās;
7. kopt ilgtermiņa **attiecības ar bijušajiem baušļeniekiem**, novadam lojāliem iedzīvotājiem, cita starpā sniedzot idejas par instrumentiem, kā palīdzēt novada attīstībai “no malas”;
8. stiprināt pamatni vienotākai un stratēģiskai **iekšējai komunikācijai** ar Bauskas novada attīstībā iesaistītajām pusēm, sadarbības partneriem un viedokļu līderiem dažādās jomās.

Teritoriālā mārketinga plāns ir saskaņots ar šādiem Bauskas novada pašvaldības plānošanas dokumentiem:

1. Bauskas novada Ilgtspējīgas attīstības stratēģija 2012.-2030.gadam;
2. Bauskas novada Attīstības programma 2012.-2018. gadam;
3. Bauskas novada Tūrisma attīstības programma un plāns 2015.-2020.gadam;
4. Bauskas novada pašvaldības Sabiedrības veselības un sociālo pakalpojumu attīstības stratēģija 2017. –2024.gadam;
5. Bauskas novada Jaunatnes politikas attīstības stratēģija 2017.-2024.gadam;
6. Bauskas novada Sporta attīstības stratēģija 2016.-2022.gadam;
7. Bauskas novada Kultūras attīstības stratēģija 2016.-2022.gadam.

Teritoriālā mārketinga plāna mērķis saskan ar Ilgtspējīgas attīstības stratēģijā iepriekš definēto ilgtermiņa stratēģisko ietvaru (skatīt 1.attēlu).

<b>Novada attīstības redzējums</b>	Bauskas novads ir bagāts novads Zemgales centrā, kurā cilvēki grib dzīvot	
<b>Stratēģiskie mērķi</b>	Bauskas novada iedzīvotāji var strādāt	Bauskas novada iedzīvotāji grib dzīvot Bauskas novadā
<b>Ilgtermiņa prioritāte</b>	Pievilcīga un droša dzīves un darba vide	

1. attēls Ilgtspējīgas attīstības stratēģijā definētais ilgtermiņa stratēģiskais ietvars. Konsorts, 2012

Lai gan Bauskas novada stratēģiskais ietvars ir apstiprināts Bauskas novada pašvaldības ilgtermiņa plānošanas dokumentos, tas neliedz, nenovirzoties no galvenajiem mērķiem, tos paplašināt un izvērst atbilstoši mērķgrupām. Vienlaikus ietverot precīzāku vietas potenciāla izmantošanas redzējumu katrā no būtiskākajām novada attīstību veicinošajām sfērām: iedzīvotāji, uzņēmējdarbība, tūrisms (skat. 2.attēlu).

<b>Novada attīstības redzējums</b>	Bauska ir šodien un vēl <b>stiprāka būs 2030.gadā</b> , nacionāla vērtība un labklājības vieta Zemgales centrā, kur īstenot Latvijas ilgtspējīgu izaugsmi, izmantojot pilnu novada un tā kopienu potenciālu		
<b>Stratēģiskie mērķi</b>	Bauskas novads ir <b>starp pievilcīgākajām dzīvesvietām 100 km rādiusā ap galvaspilsētu</b> , kur drošība un kvalitatīva vēsturiskā vide mijas ar plašu izvēles brīvību un ambīcijām uz dinamisku ikdienu, veidojot ģimenes, audzinot bērnus un attīstot personību	Bauskas novads ir <b>Baltijas loģistikas pakalpojumu centrs</b> ar spēcīgu saimniecisko darbību un ieviestām viedām specializācijām lauksaimniecībā un tās produktu pārstrādē, vieta augsti kvalificētu pakalpojumu attīstībai	Bauskas novads stratēģiskā sadarbībā ar kaimiņnovadiem pārstāv “autentisku Zemgales” identitāti un ir <b>starp eksportspējīgākajiem tūrisma un viesmīlības pakalpojumu galamērķiem Baltijā</b>
<b>Ilgtermiņa prioritāte</b>	Pārdomāta un ilgtspējīga novada telpiskā potenciāla izmantošana, lai nodrošinātu sociālo, ekonomisko, vides un vietas infrastruktūras attīstības virzienu pozitīvas pārmaiņas		

2. attēls Precizētais ilgtspējīgas attīstības stratēģijas ietvars: nākotnes attīstības redzējums, mērķi un prioritātes

## 2. Teritoriālā mārketinga plāna ietvars

Galvenais vēstījums par Bauskas novadu veidojas no prioritārajām mērķa grupām definētajiem labumiem – gan pragmatiskiem un funkcionāliem, gan emocionāliem. To pastiprina vietas raksturīgās iezīmes, simboli, vēsture un sabiedrības attīstība, kas to atšķir no citiem novadiem. Visbiežāk ar infrastruktūras labumu izcelšanu vien ir par maz, jo jāasniedz noteikts infrastruktūras un pakalpojumu standarts, lai pilsēta varētu saukties par pilsētu, vai novads atbilstu gaidām par labu dzīves vai darba vietu, vietu, kur ir interesanti viesoties. Tāpēc ir svarīgi pastiprinoši veidot dialogu ar galvenajām mērķa grupām, iesaistot emocionālos argumentus un vietu zīmolvedības instrumentus. Runāt par pilsētu, ciemu un novadu kā par cilvēcisku personību, kuru var iemīlēt, kurai var pieķerties, ar kuru lepoties, ko apbrīnot no malas, kuras nākotnes izaugsmei ir vēlme veltīt gan personisko, gan pilsonisko iniciatīvu un resursus.

Atsevišķi izceļami Bauskas pilsētvides dizaina galvenie akcenti un raksturojuma elementi kontekstā ar kopējiem novada izaugsmes mērķiem. Tas palīdz pozicionēt pilsētu un novadu kā īpašu starp citām konkurējošām vietām, kāpina vietas pievilcību, izmantojot vēstījuma ziņā savstarpēji papildinošu un vienotu, vizuālās identitātes ziņā saskaņotu zīmolvedības pamatni. Tāpēc priekšlikumiem zīmolvedības stratēģijā jābūt cieši fokusētiem uz galvenajām mērķa grupām, akcentējot tām svarīgas tēmas un ietverot galvenos vēstījumus ikdienas saziņā. Piemēram, kādi izcili notikumi plašā Latvijas auditorijā raisa apbrīnu par Bauskas novadu? Vai, kāda dzīvesstila un vērtību kopiena dos priekšroku dzīvei mazpilsētā vai piepilsētā, laukos – pat neskatoties uz zemākiem ienākumiem vai citiem nosacījumiem salīdzinājumā ar galvaspilsētu vai reģiona centru. Nozīmīgs izaicinājums ir novada attīstībā iesaistītās daudzās dažādās puses – vai iespējams panākt vienotu viedokli par prioritārajām vērtībām un galvenajiem vēstījumiem nozīmīgākajām mērķgrupām konkurences apstākļos?

## 2.1. Vietu konkurence un tirgvedība

Mūsdienās pašvaldības vēl izteiktāk konkurē savstarpēji par resursiem attīstībai. Teritoriālais mārketingšādā situācijā izmantojams kā komplekss instruments noteiktas teritorijas priekšrocību izcelšanai, balstoties uz visaptverošu situācijas analīzi. Priekšrocībām jābūt tādām, kas pilnvērtīgi izmanto vietējo teritoriālo kapitālu un pozitīvi ietekmē izaugsmes pārmaiņas. Ar to palīdzību nostiprinās konkurētspēja iedzīvotāju piesaistē (migrācijā), uzņēmējdarbības attīstīšanā, kvalificēta darba spēka piesaistē vai pievilcīguma veicināšanā tūrisma plūsmas pieaugumam. To var summēt, apzīmējot kā vietas pievilcības veicināšanu kopumā. To ietekmē ne tikai vietas infrastruktūras attīstība, bet arī iedzīvotāju tolerance pret svešiniekiem (jaunienācējiem), vietējo maksātspēja, uzņēmējdarbības gara izpausmes u.c.

Jebkuru teritoriālu veidojumu (konkrētajā gadījumā pilsētu, ciemu vai novadu) no tirgvedības puses ir lietderīgi saistīt ar patēriņu, vienlaikus pieņemot, ka vienmēr pastāv izvēles alternatīvas. Izvēle dzīvot laukos, ciemā vai pilsētā – savrupmājā vai daudzdzīvokļu mājā; izvēle strādāt attālināti vai kopā ar citiem kolēģiem – savā pašvaldībā vai tuvākajā lielākajā darba tirgū. Šīs izvēles ir saistītas gan ar maksātspēju, kvalifikāciju un profesionālo kompetenci, taču ļoti lielā mērā arī ar emocionālām izvēlēm, ko ietekmē vērtības, dzīvesstils un citi apsvērumi (senču dzimtas māja, veselīgs dzīves veids kā prioritāte, brīvības sajūta u.c.). Plašas izvēles iespējas saistītas arī ar ceļojuma galamērķa izvēli un brīvā laika pavadīšanas vietām, kas arī rada kopējo vietas priekšrocību summu. Dažas vietas ir aktīvākas darba tirgū, citas pievilcīgākas dzīvošanai vēl citas ir populārākas brīvā laika pavadīšanai un tūrismam. Bauskas novadam salīdzinoši attīstīti ir visi šie trīs virzieni.

Ar tirgvedības metožu pielietojumu teritorijas pievilcības “labumu” izcelšana un popularizēšana palīdz palielināt to labvēlīgu izmantošanu kā pašā pilsētā vai novadā, tā arī ārpus tā; veicina iedzīvotāju, investīciju, tūristu, studentu utt. piesaisti, stiprina pieķeršanos vietai – lojalitāti. Gala rezultātā precīza un efektīvi organizēta teritoriālā mārketinga instrumentu pielietošana paaugstina vietējo kopienu dzīves kvalitāti un ekonomisko labklājību.



## 2.2. Vietas pievilcības un izaugsmes izaicinājumi

Galvenie izaicinājumi un ar tiem saistītās prioritārās mērķgrupas

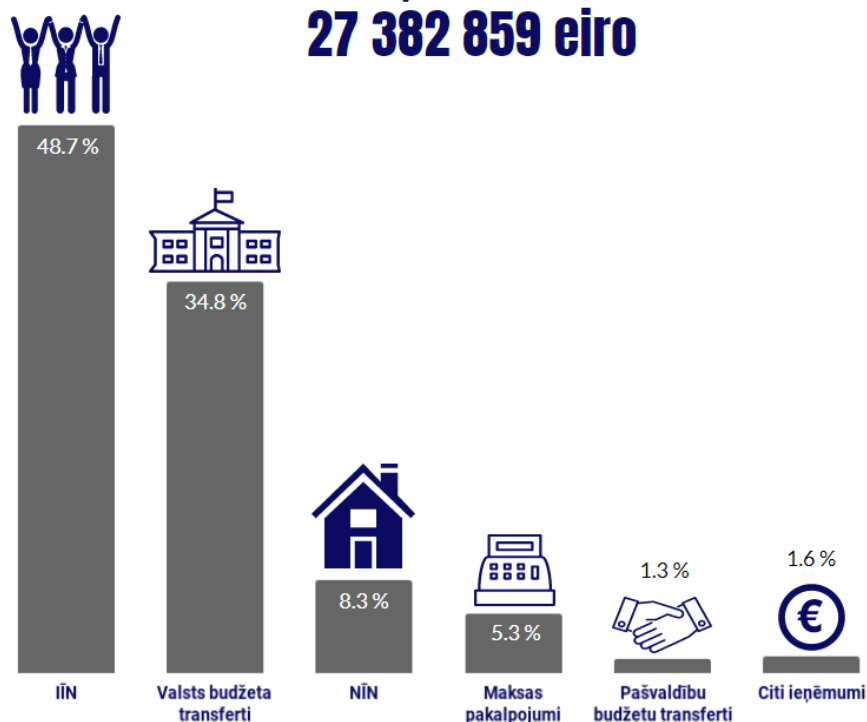


Bauskas pilsētā un novadā pēdējos gados novērojama pastāvīgo iedzīvotāju skaita samazināšanās tendence. Lai gan iedzīvotāju skaita samazinājums ir ievērojami mazāks nekā vidēji valstī un arī mazāks nekā Zemgalē kopumā<sup>1</sup>, taču samazinājums kā tāds vērtējams kritiski. Iedzīvotāji ir pašvaldības pastāvēšanas jēga, vienlaikus arī galvenais ienākumu avots (skat. 5.attēlu). Lielāko pašvaldības budžeta daļu, tātad arī nepieciešamos finanšu līdzekļus pašvaldības likumā noteikto funkciju izpildei un teritorijas attīstībai nodrošina tieši ienākumi no iedzīvotāju ienākuma nodokļa. Nepieciešams pastiprināt mērķtiecīgu mārketinga komunikāciju, lai, atbilstoši mērķgrupas interesēm un vajadzībām, novērstu iedzīvotāju skaita lejupslīdi: apturētu aizplūšanu no novada un piesaistītu jaunus iedzīvotājus. Jāvērš uzmanība uz novada stiprajām pusēm, kas, attiecībā pret tuvākajiem konkurentiem, izceļ Bauskas novada pašvaldību un padara to pievilcīgāku.

Galvenā prioritāte ir **ģimenes ar bērniem**. Tie ir cilvēki, kas mērķtiecīgi, ļoti apzināti un pamatīgi izsver lēmumu par dzīvesvietas izvēli, jo viņus vietai piesaista ne vien pašu vēlmes, bet bērnu vajadzības. Mainīt šīs iedzīvotāju kategorijas paradumus ir visgrūtāk, jo viņiem būtiskākais ir stabilitāte, drošība un izaugsmes garantijas viņu bērniem. Bauskas novada pašvaldība jau tagad nodrošina prasības pēc drošas, stabilas un ērtas dzīvesvides, taču uzlabojama un attīstāma ir izglītības kvalitāte un tālākizglītības iespējas tuvu dzīvesvietai. Bauskas novads vilina ar sakārtotu un mierīgu dzīvesvidi, taču pretrunas rada darba iespēju

<sup>1</sup> <http://www.csb.gov.lv/notikumi/iedzivotaju-skaitis-latvija-turpina-samazinaties-riga-verojams-pieaugums-45899.html>

## Plānotie ieņēmumi 2018.gadā 27 382 859 eiro



3. attēls Bauskas novada pašvaldības plānotie ieņēmumi 2018.gadā

meklējumi ārpus novada robežām. Bauskas novada izaugsme var turpināties ciešākā mijiedarbībā ar blakus teritorijām. Nav pamatuzdevums nodrošināt visas darba vietas pašvaldībā, ja ar ērtu mobilitāti paveras plašākas darba tirgus iespējas Jelgavas, Rīgas vai Lietuvas virzienā. Taču attiecībā uz pievilcību dzīvošanai jāakcentē tie faktori, kas dod priekšrocības dzīvesvietas izvēlei salīdzinot ar konkurējošām alternatīvām.

Prioritāra auditorija ir **jaunieši**, kuriem jāuzsver esošās Bauskas novada priekšrocības, jāsniedz nākotnes iespēju perspektīva un jāveido ciešāka emocionālā saikne. Nav risks, ka jaunieši pēc pamata vai vidējās izglītības iegūšanas, atstāj Bauskas novadu, lai turpinātu izglītoties Rīgā vai kādā citā no lielajām pilsētām, arī ārvalstīs. Tā ir uztverama kā papildu iespēja kompetenču stiprināšanai ar ārējo resursu palīdzību. Taču svarīgāk ir veidot saikni, lai nākotnes dzīves iespēju veidošanai Bauskas novads tiktu apsvērts kā nozīmīga alternatīva, arī tiktu izvēlēta. Domāt par veicinošām rīcībām, lai īpaši noturētu talantīgos jauniešus dažādās kompetenču sfērās.

Jauniešu piesaistei kopumā nepieciešams nodrošināt kvalitatīvu un daudzpusīgu izglītību iespējami tuvāk dzīvesvietai. Jāattīsta neizmantotais Kandavas lauksaimniecības tehnikuma Saulaines filiāles potenciāls, lai tajā radītu, pirmkārt, pieprasītu, otrkārt, kvalitatīvu izglītības piedāvājumu un jauniešu darbošanos integrētu ar Bauskas novada vajadzībām un piedāvājumu. Bauskas novadā darbojas arī Latvijas universitātes filiāle, kurā būtu apsverama iespēja dažādot studiju programmas, bez pedagoģijas studijām, piedāvājot arī Bauskas novada attīstības specifikai nepieciešamas izglītības un prasmju ieguvei piemērotas studiju

programmas (tostarp mūžizglītību). Paralēli nepieciešams dažādot brīvā laika piedāvājumu un alternatīvas jauniešu socializēšanās iespējas, lai ikdienas iespējas būtu pievilcīgākas. Jārod līdzsvars starp klusumu un mieru, kuru šeit meklē cilvēki darbspējīgā vecumā un ģimenes ar bērniem un jaunatnei nepieciešamo dinamiku, kustību, jaunradi un virzību.

Cita prioritāra mērķgrupa ir **talanti – kvalificēti speciālisti** ražošanā, pakalpojumu jomā, radošajās industrijās, IKT jomā u.c. Viņu piesaistei svarīgi stimulēt uzņēmējdarbības attīstību, jaunaļiem speciālistiem piedāvāt prakses vietas – uzsvērt karjeras attīstības iespējas. Taču paralēli akcentēt dzīvesveidu un mājokļa priekšrocības – dzīves kvalitātes uztveri kā kopumu, kas darbojas kā alternatīva lielpilsētām ar to iespējām, bet arī vājajām pusēm.

### Vieta stabilai un uz izaugsmi vērstai **UZŅĒMĒJDARBĪBAI** un ilgtspējīgām investīcijām

#### 1. Esošo uzņēmēju konkurētspējas stiprināšana un jaunu perspektīvu iniciatīvu veicināšana

1. Mazie un vidējie uzņēmumi sektoros ar augstāku pievienoto vērtību, vienlaikus augstāku algu līmeni, viedā specializācija & produktivitātes celšana, pakalpojumu joma

2. Lielie ražošanas uzņēmumi sektoros ar augstāku pievienoto vērtību un augstāku algu līmeni, viedā specializācija & produktivitātes celšana

3. Jaunie uzņēmēji – prioritāte novada specializācijas jomās, darbībā ar augstāku pievienoto vērtību, nišas pakalpojumi - perspektīva globālajos tirgos

#### 2. Investīciju piesaiste

1. Novada stipro pušu pastiprinājums un uzņēmējdarbības pozicionējums (lauksaimniecības produktu pārstrāde, loģistika, tūrisms) – viedās specializācijas jomās (bioekonomika, IKT, viedā enerģētika) & degradētajās teritorijās, perspektīvajās zonās

2. Nišas uzņēmējdarbība un dzīves kvalitātes nodrošināšanai trūkstošo pakalpojumu segments

3. Investīcijas nekustamajā īpašumā

#### 3. Sociālā uzņēmējdarbība

Sociālās uzņēmējdarbības virzienu attīstība, īpaši pakalpojumu nodrošinājumam attālinātākos novada ciemos

Kā liecina CSP apkopotā informācija, uzņēmumu skaits novadā ik gadu palielinās, taču pieaugums ir salīdzinoši neliels. Ar pašvaldības mārketinga komunikācijas iespējām mērķtiecīgi jāveicina šī pozitīvā tendence, kā arī jāatbalsta uzņēmumi viņu centienos pēc preču un pakalpojumu tirgus daļas pieauguma. Bauskas novada specializācija ir lauksaimniecība, ko nosaka augstā lauksaimniecībā izmantojamo zemju auglība, tomēr šī joma jau ir sasniegusi ļoti augstu produktivitātes līmeni un optimālu nodarbinātību, brīvo lauksaimniecības zemju resurss ir praktiski beidzies. Sekojot produktu vērtību ķēdes loģikai, turpinājumā lielāks potenciāls saistāms ar lauksaimniecības produktu pārstrādes uzņēmumiem. Cits svarīgs un līdz galam neizmantotais resurss ir ģeogrāfiskais novietojums un blīvais ceļu tīkls, kas paver iespējas Bauskas novadam un Bauskas pilsētai nākotnē attīstīties par nozīmīgu loģistikas pakalpojumu centru. Trešais sektors novada specializācijā ir tūrisms un ar to saistītie pakalpojumi, kur turpināma izaugsmes kāpināšana. Zināmā pakāpē Bauskas novads ir pašpietiekams, un lielāko daļu pakalpojumu iedzīvotāji saņem vai nu tuvu savai dzīvesvietai vai novada centrā – Bauskā. Tomēr joprojām ir nišas attīstības iespējas, trūkstojši pakalpojumi – protams, ņemot vērā salīdzinoši nelielo vietējo tirgu, tā vajadzības un maksātspēju. Piemēram, brīvā laika iespēju dažādošana iedzīvotājiem un novada viesiem. Līdz ar jaunā peldbaseina atvēršanu iedzīvotājiem parādījusies jauna iespēja brīvā laika piepildīšanai, taču joprojām tiek uzsvērts, ka ļoti pietrūkst kino, boulinga, iespēju vakara izklaidēm nedēļas nogalēs. Tā ir ne tikai izklaide kā pakalpojums – no pašvaldības viedokļa – arī vietējās kopienas socializēšanās, kas veido lielāku lojalitāti vietai vienlaikus ar sociālo saikņu stiprināšanu. Bauskas specializācija lauksaimniecībā, pārtikas pārstrādē, loģistikā un tūrismā neierobežo iespējas attīstīt radošu, inovatīvu uzņēmējdarbību ar augstu pievienoto vērtību citos sektoros, īpaši sekojot jaunākajām tirgus tendencēm un iespējām pārdot saražoto vai pakalpojumus globālajā tirgū, izmantot tīmekļa un attālinātā darba priekšrocības. Atsevišķi jaunie uzņēmēji Bauskas novadā jau tagad aplicina šādu biznesa modeļu dzīvotspēju.

Nozīmīgu **ražošanas investīciju piesaiste** ir sarežģīta, prasa individuālu pieeju un kompleksus risinājumus, augstāko amatpersonu intensīvu iesaistīšanos un individualizētas saziņas kapacitāti. Tāpēc primāri neieklaujas vispārējais pašvaldības mārketinga komunikācijas uzdevums. Tomēr stabilas investīciju pamatnes, uzņēmējdarbības vides priekšrocību un virzienu “iesaiņošana” ieceru rosināšanai ir šajā sadaļā paveicamā puse. Uzskatāmākai komunikēšanai izmantojamas GIS vizualizācijas, sasaistot kapitalizējamās zemes gabalus ar infrastruktūru, loģistikas iespējām, saistītajiem uzņēmumiem u.c.

Cits, mazāk prioritārs, tomēr kopumā svarīgs virziens ir **investēšana Bauskas novada nekustamajā īpašumā**. Neapgūts potenciāls šajā jomā ir Bauskas vecpilsētas vēsturiski izteiksmīgās, taču bieži nepietiekami apsaimniekotās ēkas, kas ar pašvaldības gudru un mērķtiecīgu iesaisti varētu kļūt par saistošu vietu investīcijām un privātām iniciatīvām. Tādējādi sakārtotos vecpilsētas šobrīd samērā sliktā stāvoklī esošais dzīvojamais fonds. Vienlaikus iegūtu arī publiskā pilsētvide, augtu vecpilsētas tūrisma potenciāls. Šo nepieciešamību pastiprina arī zemā aktivitāte Bauskas pilsētas nekustamo īpašumu tirgū, ko

apliecina tikai dažu pārdošanas un īres piedāvājumu esamība lielākajos Latvijas sludinājumu portālos. Tas vienlaikus norāda uz risku, ka Bauska nav gatava uzņemt vairāk jaunus iedzīvotājus, ko izdotos piesaistīt ar mērķtiecīgām pašvaldības mārketinga aktivitātēm.

Cita nozīmīga joma ir sociālās uzņēmējdarbības veicināšana, tādā veidā risinot novada attālinātāko ciemu pakalpojumu pieejamības problēmu un sniedzot atbalstu neaizsargātajām sociālajām grupām.

### Piemērotākā vieta apmeklēšanai, atpūtai un baudīšanai



Tūrisma jomai Bauskas novadā ir stabilas pozīcijas Latvijas mērogā, ko apstiprina augsts pieprasījums, uzņēmējdarbības aktivitāte un ārējās vides piemērotība. To palīdz uzturēt nozīmīgi vietas pievilcības faktori: kultūras un dabas mantojums, kvalitatīvas ainavas resursi, uzņēmēju radošums, vietējās kopienas viesmīlīgums, arī tūrisma galamērķa novietojums tuvu galvaspilsētai, Rundāles pilij un Lietuvas robežai un ērtā piekļuve, īpaši akcentējot *Via Baltica* starptautiskā ceļa lomu. No mārketinga viedokļa nepieciešams izcelt kompleksā piedāvājuma galvenos racionālos apsvērumus, galamērķim raksturīgo tematiku (iekļaujot Zemgales identitāti un autentiskumu), taču vēl vairāk kāpināt emocionālo priekšrocību akcentus. Jāstiprina

sinerģija komplekso piedāvājumu attīstīšanai ar citām ievērojamām tūristu piesaistēm, jāveido augstvērtīgs pieredzējums, iesaistot niansētāku pakalpojuma dizaina pieeju tematiski nostrādātā piedāvājuma saturā.

Viens no būtiskākajiem izaicinājumiem Bauskas tūrisma un atpūtas pieprasījuma kontekstā ir tūrisma pakalpojumu vienmērīguma nodrošināšana cikliski mainīgos pieprasījuma apstākļos. Tūrisma sezonālības amplitūdas gada laikā svārstās nozīmīgā apjomā (taču ik gadu ir līdzīgi prognozējamās), kas uzņēmējiem liek meklēt alternatīvu mazāk pieprasītajos mēnešos.

Zemgales reģiona pieprasījuma saturā dominē dažu stundu atpūtas izbraucieni un vienas dienas braucieni bez nakšņošanas. Vienas dienas ceļotāji ir ļoti nozīmīgs resurss, tomēr nepieciešams palielināt ceļotāju uzturēšanās ilgumu novadā. Kā norādīts pētījumā „Bauskas novada tūrisma nozares analīze. Galveno stratēģisko attīstības virzienu noteikšana” (Nocticus, 2014), galamērķa mārketinga organizācijai perspektīvā vairāk jāpievērš uzmanība apmeklētāju piesaistei no Rīgas, Pierīgas, kā arī no citām valstīm. Nenovērtēta potenciāla ziņā ir tuvāko Zemgales (īpaši Jelgavas) apmeklētāju piesaiste, kam tiek saskatīta zemāka prioritāte nākotnē. Starp ārvalstu mērķtirgiem (aptaujāto tūrisma pakalpojumu sniedzēju skatījumā) Lietuva netiek uztverta kā nozīmīgākais, lai arī tuvo ārvalstu iespēja noteikti izmantojama mērķtiecīgāk. Bauskas TIC informācijas pieprasījumos pēdējos gados Lietuvas tūristi ir stabila piektā daļa no visiem ārvalstniekiem. Tiešais robežas tuvums un vieglā sasniedzamība ļauj šo tirgu dalīt niansētāk, nekā citiem Latvijas galamērķiem. Lielāka perspektīva nākotnē tiek paredzēta Krievijas tirgum, lai arī galvenie prioritārie tirgi saglabājas tie paši arī turpmāk un sakrīt ar Latvijas galvenajiem eksporta tirgiem – dominē Baltijas jūras reģiona valstis. Atšķirībā no Latvijai nozīmīgākajiem eksporta tirgiem, augstākā pozīcijā tiek ierindota Polija, kam būtu pievēršama pastiprināta uzmanība. No resursu efektīvāka pielietojuma viedokļa, tālākajos ārvalstu tirgos vēlāmāk veidot vienotu piedāvājumu ar Zemgali, Rīgu un pārējiem Latvijas novadiem, skaidri izceļot Bauskas pozicionējumu un izmantojot Rundāles pils eksporta plūsmas pievilcības spēku. Kopumā panākama lielāka privātā sektora aktivitāte un iniciatīva galamērķa attīstībai nozīmīgu jautājumu risināšanā un kopīgu mārketinga aktivitāšu iesaistē. TIC funkcijās vairāk uzmanība jāpievērš galamērķa pārvaldībai un komunikēšanai, ieinteresēto pušu piesaistei, privātās-publikās partnerības attīstīšanai.

## 2.3. Mērķis

***Paaugstināt Bauskas novada konkurētspēju iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu un talantu (kvalificēta darba spēka) piesaistē un lojalitātes stiprināšanā ar vietas vērtības izceļošu un koordinētu komunikāciju, ievērojot vienotu vizuālās identitātes stilu.***

Izsakot mērķi kvantitatīvi

<i>Segmenta grupa</i>	<i>Bāzes vērtība 2017</i>	<i>Sasniedzamā vērtība 2022</i>
Novadā deklarētie iedzīvotāji	23591 <sup>2</sup>	↑ ~5%; 24770
Ģimeņu skaits Bauskas novadā	2654 <sup>3</sup>	↑ ~5%; 2787
Iedzīvotāju skaits darba spējas vecumā	14787 <sup>4</sup>	↑ ~5%; 15526
Kopējais uzņēmumu skaits	1807 <sup>5</sup>	↑ ~10%; 1988
Jaunuzņēmumu skaits gadā	77 <sup>6</sup>	↑ ~10%; 85
Investīciju piesaiste no ārvalstīm uzņēmējdarbības attīstīšanai	3 017 958,44 <sup>7</sup>	↑ ~10%; 3 319 754
Kopējais nakšņojošo tūristu skaits	19666	↑ ~10% 21633
Ārvalstu tūristu nakšņojumu proporcija no kopējā skaita	60,6%	↑ ~10%; 70,6%
Bauskas pils muzeja apmeklētāju skaits	182837	↑ ~10%; 201120
Naktsmītņu kopējais kvalitātes vērtējums (pēc <i>Booking</i> datiem)	8,4 balles no 10	8,6

2

[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala\\_ikgad\\_iedz\\_iedzskaits/IS0120.px/table/tableViewLayout2/?rxid=09cbdccf-2334-4466-bdf7-0051bad1decd](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_iedz_iedzskaits/IS0120.px/table/tableViewLayout2/?rxid=09cbdccf-2334-4466-bdf7-0051bad1decd)

<sup>3</sup> (jaundzimušie + izglītības iestāžu audzēkņi + izglītības iestāžu audzēkņi, kas mācās ārpus Bauskas novada teritorijas)/vidējais bērnu skaits LV ģimenēs

4

[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala\\_ikgad\\_iedz\\_iedzskaits/IS0180.px/table/tableViewLayout2/?rxid=09cbdccf-2334-4466-bdf7-0051bad1decd](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_iedz_iedzskaits/IS0180.px/table/tableViewLayout2/?rxid=09cbdccf-2334-4466-bdf7-0051bad1decd)

<sup>5</sup><https://www.lursoft.lv/lursoft-statistika/Aktivo-un-likvideto-uznemumu-skaitis-sadalijuma-pa-Latvijas-novadiem-pilsetam&id=57>

<sup>6</sup> [https://www.lursoft.lv/lursoft\\_statistika/?&novads=100015758&id=263](https://www.lursoft.lv/lursoft_statistika/?&novads=100015758&id=263)

<sup>7</sup> [https://www.lursoft.lv/estadistic?act=UR\\_STATS&l=LV&&id=523&tablesequence=&tablepage=3](https://www.lursoft.lv/estadistic?act=UR_STATS&l=LV&&id=523&tablesequence=&tablepage=3)

### 3. Mērķa grupas

Veiksmīgai pašvaldības mārketinga saziņas īstenošanai nepieciešamas precīzi izvēlētas mērķa grupas. To segmentēšanu nosaka atšķirības ikdienas norisēs: galvenajās vajadzībās un vēlmēs. Prioritātes iedzīvotājam var nesakrist ar prioritātēm uzņēmējiem. Atšķiras vērtību sistēmas un par nozīmīgiem uzskatāmie labumi, atkarībā vai vieta tiek uztverta kā vieta dzīvošanai, uzņēmējdarbības uzsākšanai vai tūrisma apmeklējumam. Lai noteiktu potenciālo pašvaldības pakalpojumu un vietas izvēles ‘pircēju’, veidojamas lielākas kopas, ko raksturo līdzīgas vajadzības, uztvertie vietas labumi, ikdienas paradumi u.c.

Vispārināti var nošķirt divas salīdzinoši lielas grupas:

- iekšējās auditorijas, kas aptver iedzīvotājus, uzņēmējus, to darbiniekus, kuri jau atrodas Bauskas novada teritorijā – attiecīgi komunikācijas stratēģija vērsta uz to lojalitātes stiprināšanu, vēlmi lepoties ar savu novadu, dot priekšroku, salīdzinot ar citām izvēlēm.
- ārējās auditorijas, kas aptver potenciālos nākotnes iedzīvotājus un uzņēmējus, kas patlaban darbojas ārpus Bauskas novada teritorijas, taču būtu potenciāli ieinteresējami. Attiecībā uz otro grupu komunikācijas stratēģija iziet galvenos saziņas veidošanas etapus: uzmanības pievēršanu, ieinteresēšanu, dziļākas vēlmes radīšanu apmeklēt vietu vai izvēlēties tās piedāvājumu un rīcības, kas to īsteno.
- Citu grupu, kas zināmā mērā atrodas starp abām pieminētajām, veido dzīves vietas deklarēšanas statuss. Iedzīvotājs var izvēlēties savu dzīves vietas deklarēto adresi, piemēram, ja ir vairāki īpašumi vai radnieku mājoklis citā pašvaldībā, īres dzīvoklis u.tml. Tāpēc papildu uzdevums ir panākt lielāku proporciju deklarēto dzīves vietu to iedzīvotāju vidū, kuri izmanto novada pakalpojumus un fiziski dzīvo pašvaldības teritorijā, bet nav oficiāli deklarējušies. Vai arī pastiprināt vēlmi palīdzēt savam novadam, piemēram, Rīgā dzīvojošos baušļniekus, kuri izvēlas deklarēties pie vecākiem, novirzot iedzīvotāju ienākuma nodokli pašvaldības budžetā.

Katrai no šīm grupām nepieciešama atšķirīga pieeja. Atšķirsies dažādu saziņas kanālu efektivitāte. Protams, pastāv iespēja komunicēt ar visām mērķa grupām vienlaicīgi populāros medijos, tomēr tas nenodrošina pilnvērtīgu efektivitāti un ieguldītā atdevi.

Lai veiktu komunikācijas pielāgošanu auditorijai:

- jāizvēlas pakalpojums vai tēma, kas ir saistoša mērķa grupai un apmierina konkrētās mērķa grupas vajadzības;
- jāpielāgo komunikācijas tonis, ziņa un risinājums, kas piemērots mērķa grupas pārstāvju dzīves stilam;
- jāizmanto komunikācijas kanāli, kas visefektīvāk spēj sasniegt konkrēto mērķa grupu;
- jāsaista šī ziņa ar definētajām vietas vērtībām, uz nākotnes izaugsmi vērstu zīmolvēstījumu.



### 3.1. Aktuālo segmentu raksturojums

**Vietējie iedzīvotāji** – Bauskas novadā, pēc CSP<sup>8</sup> datiem, dzīvo 23 591 deklarētie iedzīvotāji. Šī mērķa grupa ir Bauskas pilsētā un novadā dzīvojošie iedzīvotāji, kuri izmanto novada infrastruktūru un pakalpojumu, lai nodrošinātu savas ikdienas vajadzības. Šai mērķa grupai svarīga sakārtota un droša dzīves telpa ar atvērtu pieeju kvalitatīviem sociālajiem pakalpojumiem, ārstniecības iespējām, mazumtirdzniecībai. Ļoti būtiski, lai dzīvesvieta būtu piemērota bērnu audzināšanai, ietverot kvalitatīvu un pieejamu izglītību, ārpusstundu nodarbību daudzveidību, iespējas sportam un pieejamība bērniem piemērotai, drošai videi no pienākumiem brīvajā laikā. Ne mazāk svarīga ir darba vietu, tai skaitā augsti kvalificētu darba iespēju, pieejamība un ērta nokļūšana darba vietā.

**Uzņēmēji** – Bauskas novadā atbilstoši Lursoft sniegtajai informācijai<sup>9</sup> (3.05.2018.) reģistrēti 1807 aktīvie uzņēmumi. Tie ir Bauskas novada teritorijā strādājoši uzņēmumi. Šī mērķa grupa aktīvi izmanto novada teritoriju, infrastruktūru, darba spēku un atbalstošus pašvaldības pakalpojumus savas saimnieciskās darbības uzturēšanai un attīstīšanai. Kvalitatīvie rādītāji, kas nosaka uzņēmējdarbības vides attīstību ir izdevīga atrašanās vieta, sakārtota infrastruktūra, mijiedarbība ar pašvaldību. Svarīgs ir kompetents un pieejams darba spēks. Dominējoši lielākā daļa ir mazie uzņēmumi.

**Viesi** – novada apmeklētāji – viendienas ceļotāji un nakšņotāji - tūristi, kuri ierodas šeit personisku vai lietišķu iemeslu dēļ. Arī novada viesi izmanto infrastruktūru un pakalpojumus, tikai atšķiras akcenti, kas svarīgi citām grupām. Viesiem svarīgs kvalitatīvs ar tūrismu saistīto pakalpojumu piedāvājums. Lai viņi izvēlētos apmeklēt konkrēto teritoriju, svarīgs ir tūrisma piedāvājums – ievērojami apskates objekti, kas ietver dažādus vēsturiskus un mūsdienu objektus, dabas ainavas, pārgājienu un velosipēdu takas, utt. Būtisks ir kvalitatīvs kultūras, sporta un biznesa pasākumu piedāvājums – festivāli, koncerti, dažāda līmeņa sacensības, gadatirgi. Apmeklētājus piesaista arī vēsturisku personību faktors - slavenu mākslinieku vai rakstnieku, kuri teritorijā ir dzimuši, dzīvojuši vai to apmeklējuši. Pieprasīti ir vietas identitāti raksturojoši produkti, kas vienlaikus popularizē kādu novada aspektu.

Kā liecina CSP sniegtā informācija<sup>10</sup>, 2017.gadā Bauskas novada naktsmītnes kopumā apkalpojušas 19 666 personas (skat. 7.attēlu). Šie viesi Bauskas novada naktsmītnēs 2017.gadā pavadījuši 24124 naktis, tas nozīmē, ka viens viesis Bauskas novadā uzskatāmajā vidēji 1,23

---

8

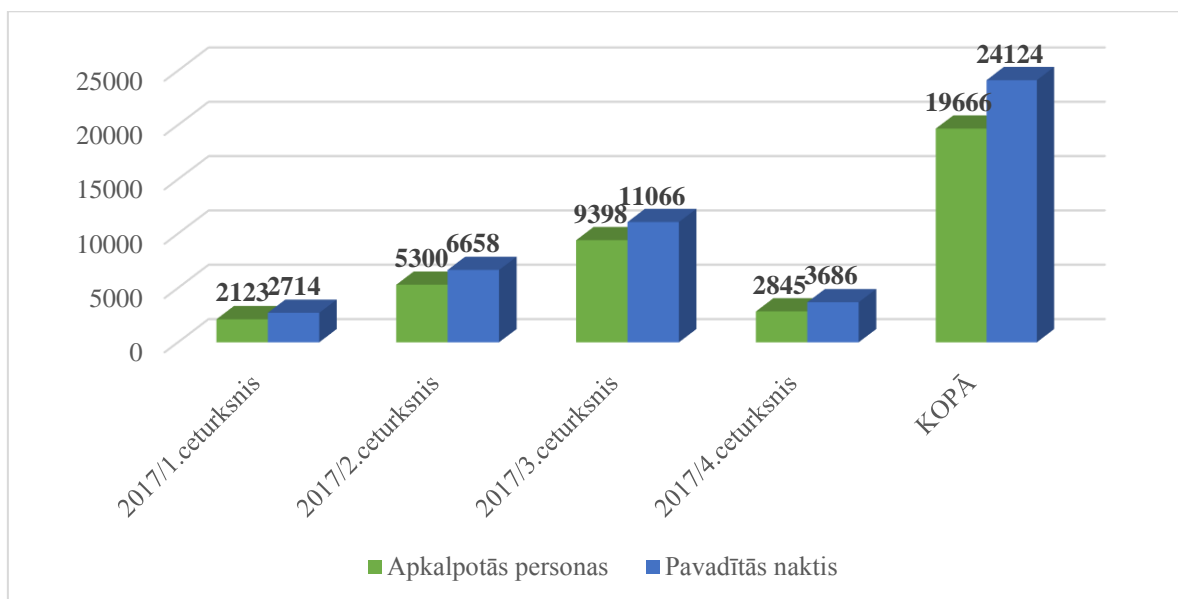
[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala\\_ikgad\\_iedz\\_iedzskaits/IS0120.px/table/tableViewLayout2/?rxid=09cbdccf-2334-4466-bdf7-0051bad1decd](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_iedz_iedzskaits/IS0120.px/table/tableViewLayout2/?rxid=09cbdccf-2334-4466-bdf7-0051bad1decd)

<sup>9</sup><https://www.lursoft.lv/lursoft-statistika/Aktivo-un-likvideto-uznemumu-skaitis-sadalijuma-pa-Latvijas-novadiem-pilsetam&id=57>

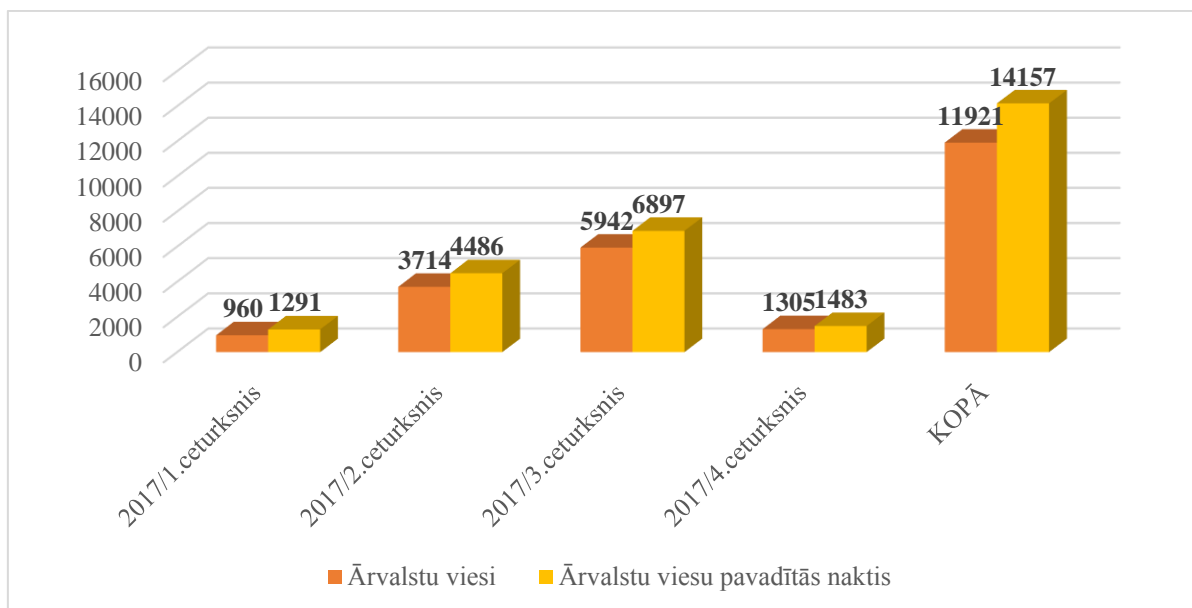
10

[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp\\_istern\\_turisms/TU0050c.px/table/tableViewLayout2/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_istern_turisms/TU0050c.px/table/tableViewLayout2/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0)

naktis. Lielākā daļa no novada naktsmītnēs apkalpotajiem viesiem, kā informē CSP<sup>11</sup> ir ārvalstnieki – 11921 persona. Viņi novadā 2017.gadā uzturējušies 14157 naktis, tātad vidēji viens ārvalstu viesis Bauskas novadā pavadījis 1,2 naktis, kas ir nedaudz mazāk nekā vidējais rādītājs kopumā apkalpoto viesu grupā.



4. attēls. Bauskas novadā apkalpoto viesu skaits un viesu pavadīto nakšu skaits 2017.gadā



5. attēls Bauskas novadā apkalpoto ārvalstu viesu skaits un viņu pavadītās naktis naktsmītnēs 2017.gadā

11

[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp\\_\\_istern\\_\\_turisms/TU0050c.px/table/tableViewLayout2/?rxid=cdcb978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp__istern__turisms/TU0050c.px/table/tableViewLayout2/?rxid=cdcb978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0)

Izaicinājums ir uzturēšanās ilguma palielināšana, ko varētu panākt, koncentrējoties uz kompleksiem un pārdomātiem tūrisma piedāvājumiem, veidojot piepildītu, daudzpusīgu un kvalitatīvu tūrisma produktu. Valsts mērogā tūristu vidējā uzturēšanās ilguma tendence ir lejupslīdoša, taču ceļo biežāk (lai arī īsāku laiku). Izteikts viesu skaita pieaugums ik gadu ir no maija līdz septembrim un sezonālā noteiktā cikla izmaiņas līdz šim pārvarēt bijis grūti. Komunikācijas ziņā nevēlamais vārdu salikums ir “tūrisma sezonas atklāšana” – tā nekad nav tikusi “aizvērta” un tas vēl vairāk no pašu profesionāļu puses nostiprina asociācijas ar tūrisma pakalpojumu lietošanu vasarā. Jāmeklē piedāvājuma alternatīvas ziemā, perspektīvāki ir veselības un biznesa tūrisma piedāvājumi. Bauskas pils muzejs ir visvairāk apmeklētais tūrisma objekts Bauskas novadā un 2017.gadā apmeklētāju skaits sasniedzis 182837<sup>12</sup>. Kopējais viendienas ceļotāju skaits novadā ir vismaz 10 reizes lielāks, nekā viesnīcās apkalpoto viesu skaits. Tūrisma objektus ikdienā regulāri apmeklē arī vietējie iedzīvotāji, citi pat vairākkārt.

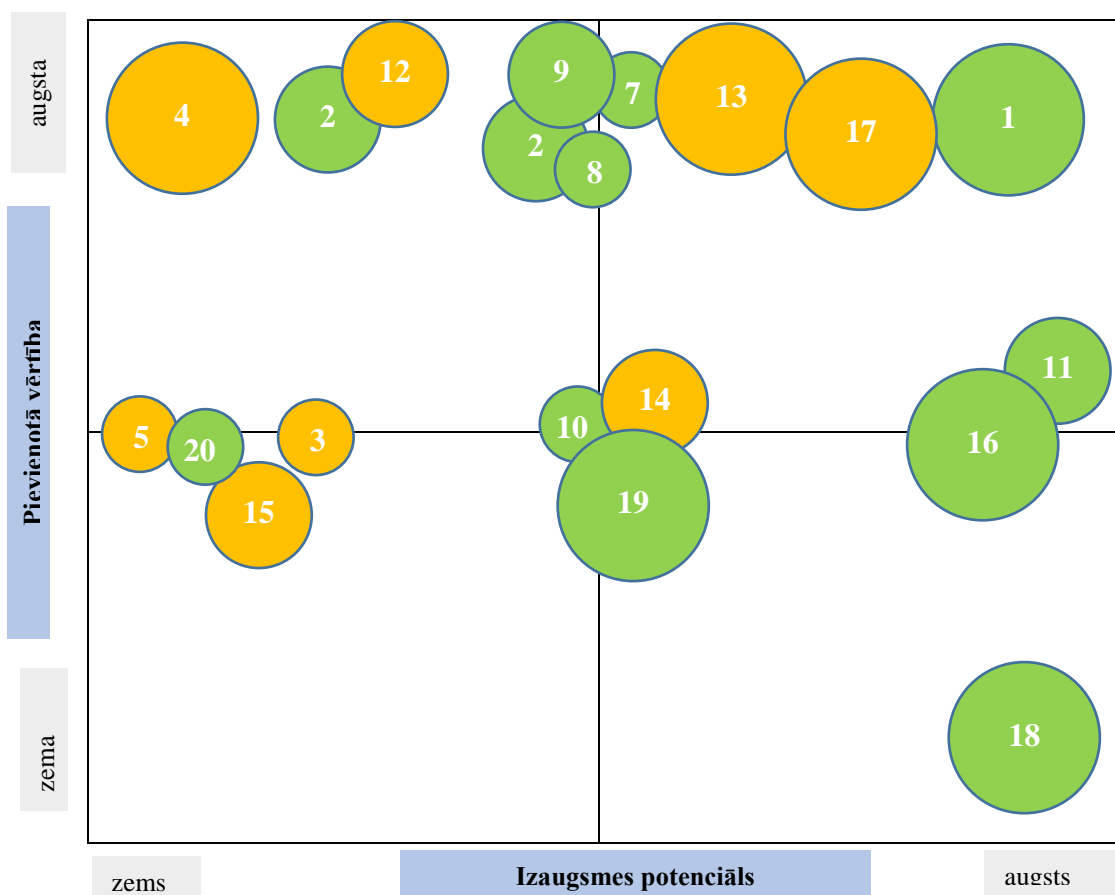
Lai mērķtiecīgi un lietderīgi ieguldītu resursus mērķgrupu piesaistē, nepieciešams novērtēt izaugsmes un ietekmes potenciālu, kā arī veikt to izvērtēšanu atbilstoši prioritātēm.

---

<sup>12</sup> <http://www.kulturaskarte.lv/lv/?meklesana-nosaukums=bauskas+pils+muzejs>

### 3.2. Nākotnes mērķauditoriju potenciāls

Mērķauditoriju potenciāls attiecināts uz jaunu cilvēkresursu piesaisti: no kurienes būtu iespējams ierasties jauniem iedzīvotājiem: vai tie tiek “pārvilināti” no blakus novadiem, Rīgas vai Lietuvas, vai tiek aktīvi uzrunāti savulaik emigrējušie iedzīvotāji. Tas pats par potenciāliem investoriem un uzņēmējiem – kas ir viņu šā brīža mītnes vieta un uz ko attiecināt komunikāciju, lai viņi izvērtētu iespējas izvēlēties Bausku, kuri no tiem ieguldītu lielāku pievienoto vērtību. Līdzīgi ar tūristiem – kuru tirgu un mērķgrupu piesaiste ir izdevīgāka un kuru potenciāls norāda uz lielākām izaugsmes iespējām. Visi segmenti vērtēti arī no ilgtermiņa vai īstermiņa iespējas tos piesaistīt. Pievienotā vērtība skatīta relatīvos salīdzinājumos (maza, vidēja, liela) – no ietekmes uz pašvaldības budžetu, jaunu darba vietu radīšanu vai tūristu tēriņu apjomiem. Pat pie vienādiem vērtējumiem, koordinātu asīs mēģināts parādīt niansētākas mērķgrupu attiecības, izvēloties savstarpējo novietojumu, kam vairāk ir nevis precīzu koordinātu, bet savstarpējā pozicionējuma nozīme. Pie izaugsmes potenciāla ņemta vērā attiecīgā tirgus apgūšanas iespēja – Bauskas novada priekšrocības konkurences apstākļos ar citām vietām.



6. attēls Bauskas novadā mērķauditoriju potenciāla vērtējums.

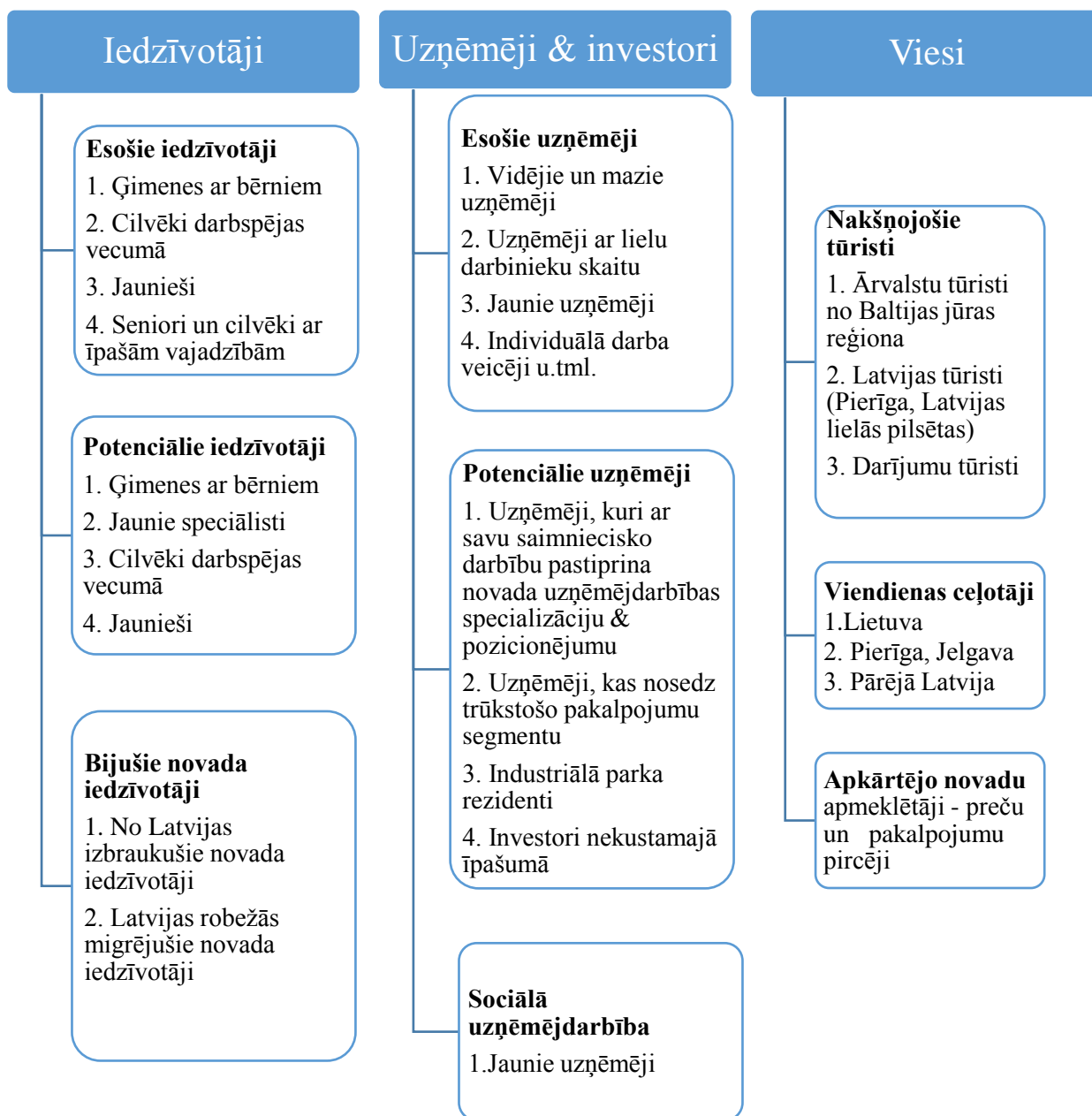
Apla lielums nosaka potenciālā tirgus lielumu relatīvā salīdzinājumā, bet krāsa – zaļa attiecas īstermiņa mārketinga komunikācijām mērķgrupas piesaistei, oranža – uz ilgtermiņa. Dalījums – sk. tabulu zemāk.

Mērķgrupu potenciāla vērtējums (katra no pozīcijām vērtēta trīs kategorijās ar: augsta, vidēja vai zema attiecībā pret Bauskas novada skaitļiem un sasniedzamajām izaugsmes ambīcijām, bet komunikācijas ietekme līdz lēmuma pieņemšanai par Bauskas novada izvēli – ilgtermiņa vai īstermiņa. Attiecīgi tas ietekmē apļa novietojumu uz asīm, tā lielumu un krāsu)

Nr.	Mērķgrupas izcelsme	Tirgus lielums	Izaugsmes potenciāls	Pievienotā vērtība	Mērķtiecīgas komunikācijas laiks
1.	Iedzīvotāji no Rīgas pilsētas apkaimēm	liels	liels	augsta	īstermiņa / vidēja
2.	Iedzīvotāji no citiem LV nacionālas nozīmes attīstības centriem	vidējs	mazs	augsta	īstermiņa / vidēja
3.	Iedzīvotāji no blakus novadiem	mazs	mazs	vidēja	īstermiņa / vidēja
4.	Ārvalstu iedzīvotāji (Lietuva, Baltkrievija u.tml.)	liels	mazs	augsta	ilgtermiņa
5.	Bijušie novada iedzīvotāji, kas dzīvo citur LV	mazs	mazs	vidēja	ilgtermiņa
6.	Bijušie novada iedzīvotāji, kas izbraukuši uz ārvalstīm	vidējs	vidējs	augsta	īstermiņa / vidēja
7.	Talanti – kvalificēta darba spēka piesaiste (jaunie speciālisti)	mazs	vidējs	augsta	īstermiņa
8.	Kandavas lauksaimniecības tehnikuma Saulaines struktūrvienības audzēkņi	mazs	vidējs	augsta	īstermiņa
9.	Citās tuvākajās augstskolās studējošie un jaunie absolventi	vidējs	vidējs	augsta	īstermiņa
10.	Uzņēmēji no apkārtējiem novadiem	mazs	vidējs	vidēja	īstermiņa / vidēja
11.	Jaunie uzņēmēji no Rīgas	vidējs	liels	vidēja	īstermiņa / vidēja
12.	Latvijas investori (industriālajā parkā u.c.)	vidējs	mazs	augsta	vidēja / ilgtermiņa
13.	Ārvalstu investori (industriālajā parkā u.c.)	liels	vidējs	augsta	ilgtermiņa
14.	Bauskas novada iedzīvotāji, kas var kļūt par uzņēmējiem (t.sk. darba devējiem sev – pašnodarbinātajiem)	vidējs	vidējs	vidēja	ilgtermiņa
15.	Latvijas investori nekustamajā īpašumā	vidējs	mazs	vidēja	ilgtermiņa
16.	Lietuvas tūristi	liels	liels	vidēja	īstermiņa / vidēja
17.	Citu ārvalstu tūristi	liels	liels	augsta	ilgtermiņa
18.	Viendienas ceļotāji no Pierīgas, Jelgavas u.c.	liels	liels	zema	īstermiņa
19.	Tūristi no tālākiem Latvijas novadiem – īpaši lielajām pilsētām	liels	vidējs	vidēja	īstermiņa / vidēja
20.	Apmeklētāji no blakus novadiem (pakalpojumi, iepirkšanās, pasākumi u.c.)	mazs	mazs	vidēja	īstermiņa

### 3.3. Mērķa grupu prioritāšu noteikšana

Pamatojot ar veikto datu analīzi, attīstības tendenču potenciālu un stratēģiskajiem uzstādījumiem, Bauskas novada pašvaldības mērķa grupas sadalītas pēc to prioritātēm. Trīs horizontālajos līmeņos pamata segmenti (iedzīvotāji, uzņēmēji & investori un viesi) ir vienlīdz svarīgi – tie nodrošina novada izaugsmi – katrs savā veidā. Taču konkrētāks pazīmju apakšiedalījums sarindots prioritārā secībā. (skat. 10.attēlu)



7.attēls Mērķauditoriju prioritārais dalījums

## 4. Bauskas novada zīmolveidības vadlīnijas un komunikācijas vēstījuma saturs

### 4.1. Stratēģiskās tēmas un unikālais piedāvājums

Zemāk katrai segmentu grupai uzskaitītas Bauskas novada priekšrocības, jeb galvenie „labumi”. Ar zaļu fonu atzīmēti tie, kas būtu uzskatāmi par vairāk akcentējamiem (pielīdzinot unikālajām pārdošanas piedāvājumam), jo izceļ novada īpašo raksturu un iezīmē lielāku atšķirību no konkurentiem.



Bauskas novada pievilcība uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstīšanai

Bauskā klātienē pieejami Uzņēmumu reģistra un Valsts ieņēmumu dienesta pakalpojumi, tāpat darbojas arī Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes, Nodarbinātības valsts aģentūras un Valsts Sociālās apdrošināšanas aģentūras filiāles, kas Bausku padara par pakalpojumu centru bijušā Bauskas rajona iedzīvotājiem un uzņēmējiem

LIAA Bauskas biznesa inkubators aktivizē jaunos uzņēmējus novadā

Bauskas novada uzņēmēju Gada balva un pasākumi ciklā „Uzņēmēju kodols” veicina vietējo uzņēmēju tīklošanos un savstarpēju sadarbību

Vieta ražošanas uzņēmējdarbībai Bauskas industriālā loģistikas parka teritorijā

No pašvaldības pieejams līdzfinansējums NVO sabiedrībai vajadzīgu ideju realizācijai

Ar pašvaldības atbalstu var piedalīties savas vides sakārtošanā piesaistot līdzfinansējumu ēku atjaunošanai Bauskas vecpilsētā un daudzdzīvokļu dzīvojamo namu iekšpagalmu sakārošanai

Iespēja investīcijām nekustamajā īpašumā Vecpilsētā

Izcili izdevīgs ģeogrāfiskais novietojums ar blīvu ceļu tīklu, tuvumu lieliem tirgiem (Rīga & Jelgava) un Lietuvai, ar Via Baltica savienojumu un ģeogrāfisku vidus punktu Baltijas mērogā, specializācija lauksaimniecībā, pārtikas preču pārstrādē, loģistikā un saaiestē ar IKT nozares risinājumiem



Piemērotākā vieta apmeklēšanai, atpūtai un baudīšanai

Kvalitatīvais ceļu tīkls, vieglā sasniedzamība, ģeogrāfiskais novietojums nodrošina ātru un ērtu nokļūšanu līdz galamērķim, Via Baltica populārākais tūrisma maršruts Baltijā

Īpašs un labi saglabāts kultūrvēsturiskais mantojums: pils

Bauskas vecpilsēta ar tās vēsturisko plānojumu, senuma auru un rātslaukumu

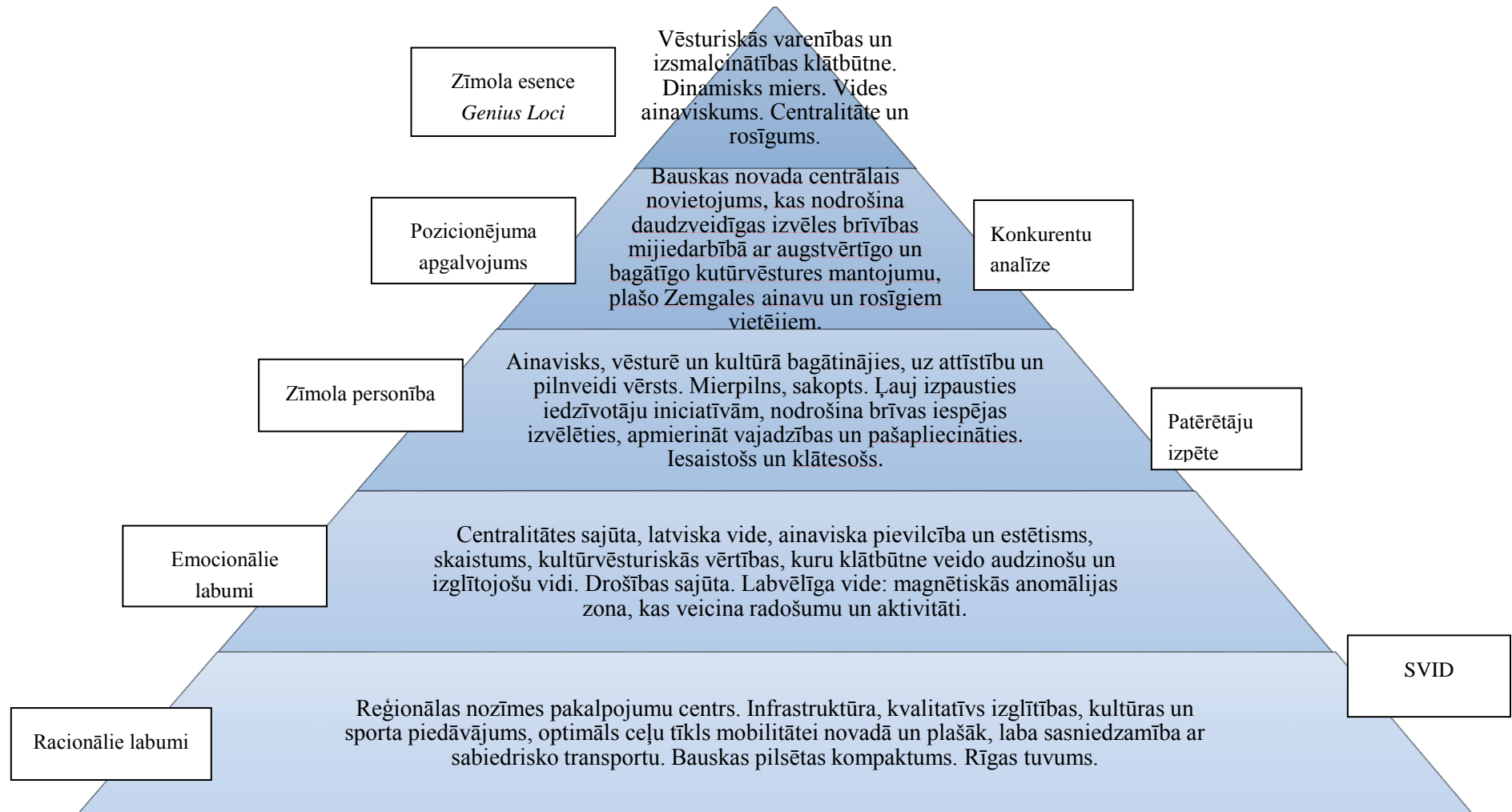
Gleznainas dabas ainavas ar tālu skatu perspektīvu

Mūsas un Mēmeles satece, kur veidojas Lielupe, ar augstu simbolisku nozīmi un unikāla no piekļuves un apkārtnes objektu viedokļa

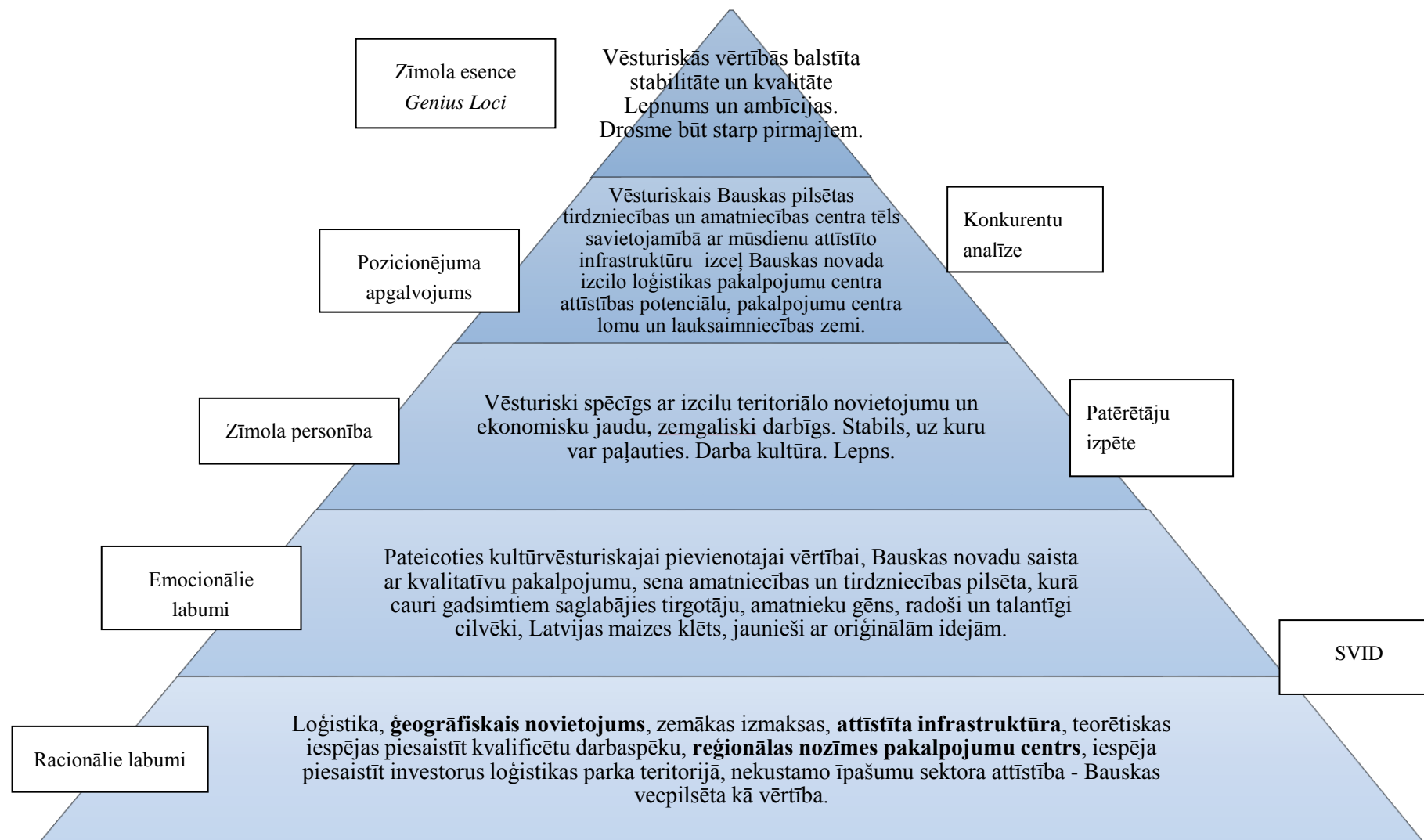
Daudzveidīgs, plašs un kvalitatīvs kultūras pasākumu piedāvājums

Kompaktā, viegli sasniedzamā un izcili ģeogrāfiski novietotā teritorijā koncentrēts savstarpēji papildinošs un labi uzturēts kultūras mantojuma piedāvājums, tipiska Latvijas vecpilsēta un kvalitatīvi viesmīlības pakalpojumi līdzās eksportspējīgākajam reģiona objektam - Rundāles pilij

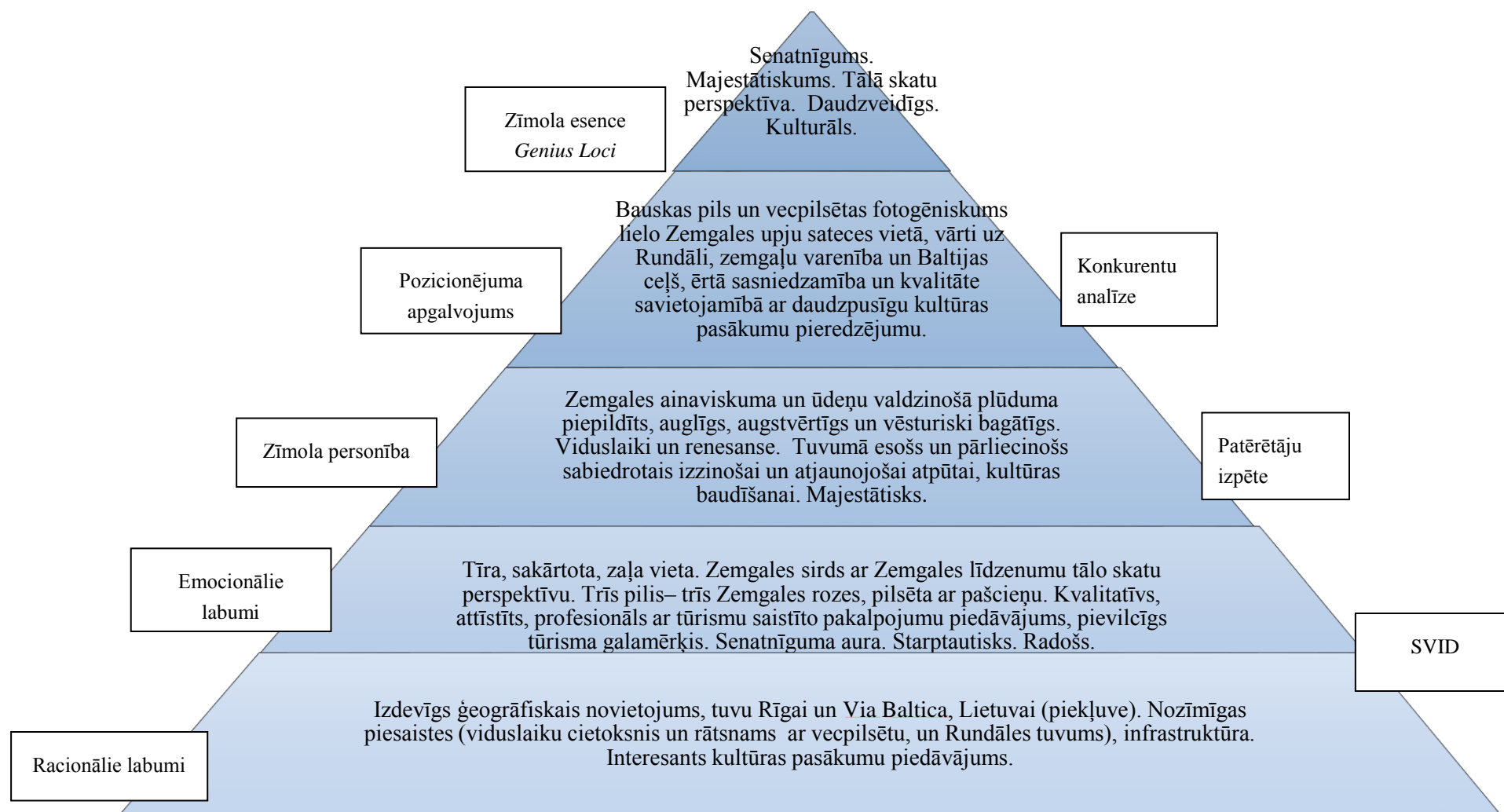
## 4.2. Piemērotākā vieta dzīvošanai: dzīves kvalitāte



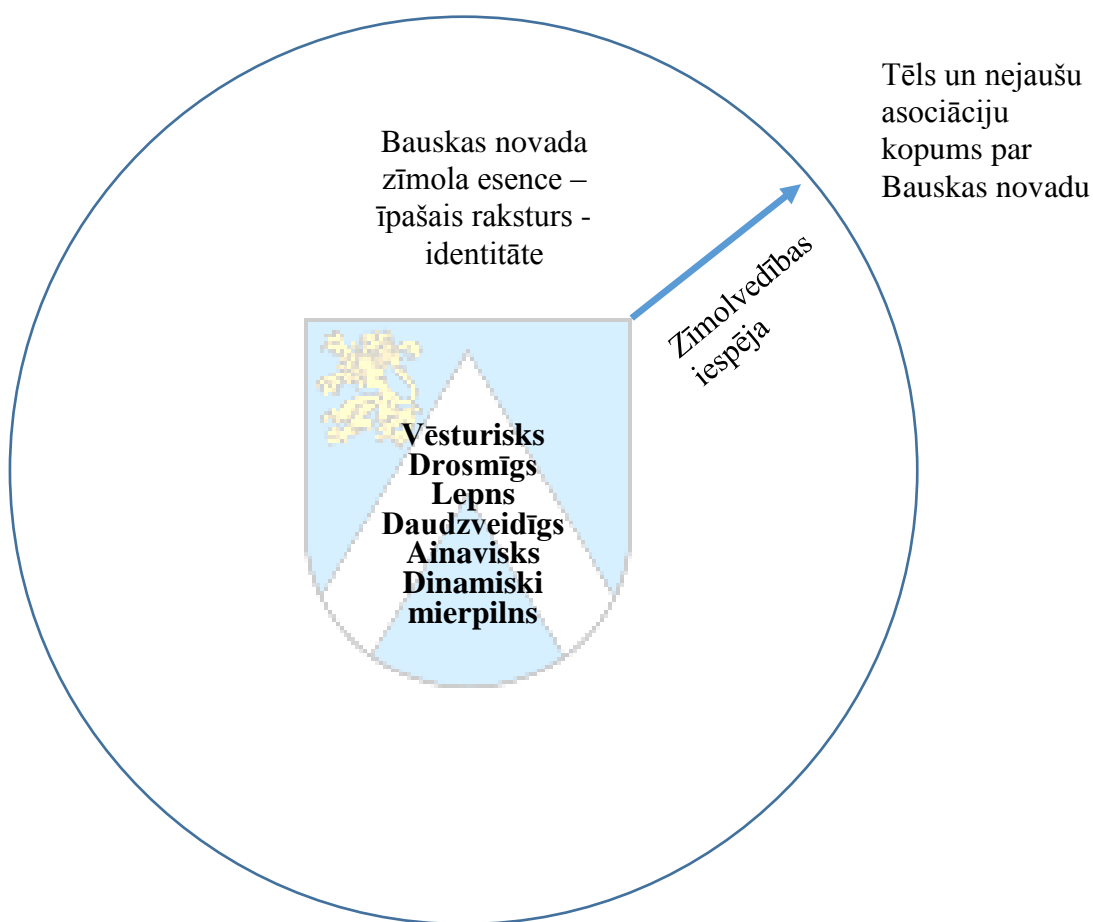
### 4.3. Vieta stabilai, uz izaugsmi vērstai uzņēmējdarbībai un ilgtspējīgām investīcijām



#### 4.4. Piemērotākā vieta apmeklēšanai, atpūtai un baudīšanai.



Analizējot visas trīs izaugsmes virzienu zīmolveidības piramīdas, veidojas daudz konkrētāka ziņa. Uz konkurentu līdzīgo priekšrocību fona un pozicionējuma, galveno vērtību izcelšanas un vēsturiskajiem nopelniem veidojas Bauskas pilsētas un visa novada identitāte. Tas palīdz izcelt *Genius Loci* – kā īpašu personas kodu ar zīmola stāstu, kas nav sajaucams, kas saistās tieši ar Bausku, sargā Bausku no sajaukšanas ar citām vietām un izceļ tās īpašo raksturu. Minēto vērtību un raksturīgo īpašību kopums ir kā identitātes vēstījums, kas turpmāk daudz vairāk pastiprināms, lai vēl vairāk stiprinātu zīmolveidības izpausmi. Asociācijas un tēls, kas nejauši, bieži arī stereotipiski veidojies daudzu saistītu un mazāk saistītu auditoriju uztverē, mērķtiecīgi un koncentrēti jātuvinā Bauskas pilsētas un novada identitātes kodolam – lai asociācijas saistās daudz vairāk ar patiesām vērtībām un vietas īpašo raksturu. Veidojot komunikāciju, atkarībā no mērķgrupas un ziņas satura un konteksta, arī komunikācijas tonim jābūt vērtības atbalstošam, vēstījumu nododošam un situācijai piemērotam.



8. attēls Mijiedarbība starp Bauskas novada tēlu un novada identitāti kā telpu zīmolveidības attīstībai

#### 4.5. Bauskas pilsētas un pagastu pozicionējums.

Bauskas novada administratīvo teritoriju veido novada centrs – Bauskas pilsēta un 8 pagasti. Bauska, atbilstoši Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030. gadam noteiktajam, ir arī reģionālas nozīmes attīstības centrs<sup>13</sup>.

Bauskas pilsēta, bez šaubām, ir novada un arī plašākas teritorijas, bijušā rajona, pakalpojumu centrs. Arī ārējās atpazīstamības kontekstā tā ir atpazīstamākā no visām Bauskas novada teritoriālajām vienībām, kas pamatojams ģeogrāfiskā novietojumā (Bauska – Latvijas dienvidu vārti, nozīmīgu reģionālas un nacionālas nozīmes autoceļu krustpunkts), unikālos dabas resursos (Lielupes sākums), vērtīgā kultūrvēsturiskās mantojumā (Bauskas pils, Bauskas vecpilsēta), vēsturiski attīstītā lauksaimniecības nozarē un kvalitatīvā kultūras piedāvājumā. Bauskā koncentrējas cilvēki, pakalpojumi, kvalitatīvs izglītības, sporta, kultūras un mākslas piedāvājums. Darba tirgus ir plašāks nekā citviet novadā. Tieši Bauska ir galvenais magnēts, kas piesaista uzmanību un šo faktoru, savukārt, nedrīkst aizmirst, plānojot investīcijas novada teritorijā.

Bauskas pilsētā tieši pieejami valsts piedāvātie pakalpojumi – VID filiāle, Uzņēmumu reģistrs, PMLP filiāle, NVD filiāle, VSAA filiāle, Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centra nodaļa. Šie pakalpojumi padara Bauskas pilsētu par pakalpojumu centru gan Bauskas novada, gan kaimiņnovadu iedzīvotājiem. Pateicoties cilvēku plūsmai, Bauskā izveidojies plašs mazumtirdzniecības piedāvājums. Bauskas pilsēta atrodas ne vien novada, bet arī Zemgales reģiona un Latvijas centrā. Kas, savukārt, nozīmē līdzvērtīgu sasniedzamību ar ikvienu vietu Latvijā. Tā nešaubīgi ir priekšrocība un arī priekšnoteikums, lai kļūtu par iedzīvotājiem, uzņēmējiem un viesiem saistošu teritoriju. Tiešais robežas tuvums (Bauskas novads – Latvijas dienvidu vārti) rada sajūtu par tuvu ārzemju vieglu sasniedzamību, kā arī nodrošina Lietuvas pierobežas iedzīvotāju plūsmu, kuri izmanto Bauskas pilsētas mazumtirdzniecības piedāvājumu un pilsētā pieejamos pakalpojumus. Pilsēta ir vitāla un elpojoša.

Atbilstoši Bauskas novada Izglītības iestāžu optimizācijas plānam, ar 2018.gada septembri, vidējā izglītība būs pieejama tikai Bauskas pilsētā. Bauskā, kā pakalpojumu centrā, pieejams daudzveidīgs ārpusstundu izglītības piedāvājums, tostarp profesionālās ievirzes izglītība – Bauskas novada Bērnu un Jaunatnes sporta skola un Bauskas Mūzikas un mākslas skola.

Neviens no novada pagastiem nespēj ievērojami konkurēt ar Bauskas pilsētu par resursiem, taču, neņemot vērā šo konstatējumu, katrs no tiem tomēr ir unikāls un ar kaut ko izceļams un nozīmīgs. Pagastu teritorijas par resursiem konkurē ne tik daudz ar Bauskas pilsētu, cik savstarpēji. Labāka situācija konkurencē ir Bauskai pieguļošajos pagastos – Īslīces pagastā, Codes pagastā, mazāk Mežotnes pagastā. Šie pagasti tieši piekļaujas Bauskas pilsētai un zināmā mērā veido priekšnosacījumus aglomerāciju izveidei, jo ciemos, kas

---

<sup>13</sup> [http://www.vraa.gov.lv/uploads/7-8\\_lv.pdf](http://www.vraa.gov.lv/uploads/7-8_lv.pdf)

robežojas ar Bauskas pilsētu (Bērzkalni, Jauncode) iedzīvotāji izmanto praktiski tikai Bauskā sniegtos pakalpojumus.

Ciešā sadarbība ar novada centru un arī pašu pagastu starpā, kā arī līdzsvaroti ieguldījumi visā novada teritorijā ir ļāvuši pagastiem attīstīties un piedāvāt kvalitatīvu pakalpojumu pieejamību tuvu viņu dzīvesvietai. Savukārt pakalpojumi, kuri nav pieejami uz vietas pagastā, ir ērti sasniedzami Bauskas pilsētā. To nodrošina pilsētas centrālais novietojums, kā arī pašvaldības sniegtie pakalpojumi (piemēram, skolēnu pārvadājumi).

Galvenie uzņēmējdarbības veidi visos novada pagastos ir līdzīgi un nav atsevišķi izceļami. To nosaka auglīgās augsnes, kas izcili piemērotas lauksaimniecībai, līdz ar to visos pagastos attīstījušies spēcīgi lauksaimniecības uzņēmumi. Pateicoties intensīvajai lauksaimniekošanas praksei Bauskas novada teritorija ir ļoti sakopta, jo visas lauksaimniecībā izmantojamās zemes tiek lietotas šim mērķim. Tam ir arī savas ēnas puses – novadā praktiski nav brīvu lauksaimniecības zemju vienību, viss ir sadalīts starp jau strādājošiem uzņēmumiem un tas, savukārt, neļauj tirgū ienākt jauniem spēlētājiem. Taču potenciāls noteikti ir lauksaimniecības produktu pārstrādes nozarē. Pagastiem nav nepieciešams veidot un uzturēt atsevišķu identitāti plašākajās auditorijās, lielākā nozīme ir uz vietējiem iedzīvotājiem, izceļot novadpētniecību, vietas īpašo piemērotību dzīvošanai, vēsturiskās un ģeogrāfiskās nianšes. Definējamie labumi izceļami no jau veidotā apkopojuma zīmolvērtības piramīdā. Piederības sajūta, emocionāla pieķeršanās vietai, lokālpatriotisms pagastu līmenī ir respektējams un kopjams, vienlaikus ekonomiskajā plāksnē ir vērts integrēt novadu kā vienotu funkcionālu reģionu, lai mērķtiecīgāk un ar augstāku mobilitāti varētu attīstīties ekonomiski. Līdz ar to arī pašvaldības autonomās funkcijas un dažādus sniegtos pakalpojumus var veidot atbilstoši tirgvedības izpratnei – kā noteiktu pakalpojumu grozu – produktu līnijas. Katrai no vajadzībām ir savi “pircēji”, katra no šīm produktu līnijām saistās ar kādiem konkrētiem, bet arī iepriekš vispārīgāk definētiem labumiem. Komunikācijā ievērojama uz klientu un viņu vajadzību izpratni vērsta pieeja, kas īpaši attiecas uz pašvaldības sniegtajiem pakalpojumiem.



9. attēls Bauskā īstenojamo vajadzību un atbilstošu tematisko produktu līniju veidošanas piemērs.



## 5. Bauskas novada zīmola attīstība

Bauskas novada pašvaldība ir organizācija ar vairāku līmeņu struktūru un plašu un daudzveidīgu piedāvāto pakalpojumu klāstu. Tas, savukārt, nozīmē, ka tai ir jākomunicē ar daudzveidīgām mērķauditorijām, kurām ir daudzveidīgas un arī atšķirīgas vajadzības un kuru sasniegšanai jāizmanto dažādi komunikācijas kanāli. Pakalpojumi piedāvājumā papildina viens otru, turklāt pašvaldībai ir jānodrošina, lai dažādo līmeņu struktūras netraucē cita citai komunikācijā un pakalpojumu sniegšanā. Šo izaicinājumu pārvarēšanai organizācijas vienībām tiek radīti apakšzīmoli ar savu pakalpojumu klāstu, auditoriju, identitāti, komunikācijas stilu un kanāliem, taču tiem jābūt stilistiski vienotiem, vai, atsevišķos gadījumos, kad specifika paredz personalizēta zīmola lietošanu, jānodrošina mājas zīmola izmantošana līdzās personalizētajam zīmolam

Zīmola attīstības koncepcija apraksta noteikumus, kuros gadījumos un kādā veidā pašvaldības struktūrām ir jāizmanto mājas zīmols, kad ir atļauts radīt un izmantot personalizētu zīmolu, kad jālieto mājas zīmola un personalizēta zīmola kombinācija.

Zīmola struktūrai ir šādi mērķi:

- efektivitāte – ar pēc iespējas mazāk zīmoliem jānosedz pēc iespējas plašāku auditoriju, tomēr īpaši fokusējoties uz mērķgrupām un to vajadzību loku, tādā veidā mazinot komunikācijas sadrumstalotību.
- mijiedarbība – censties, lai organizācijas vienību zīmoli būtu savā starpā radniecīgi. Tādējādi līdzekļi komunikācijā tiek izmantoti efektīvāk.

Lai nodrošinātu efektīvu un profesionālu zīmola pieeju, nepieciešams ārpus pakalpojumā piesaistīt profesionālus Bauskas novada pašvaldības zīmola grafiskā standarta – vizuālās identitātes izstrādei. Šī brīža situācija ir visai sadrumstalota un neveicina vienotas ziņas nodošanu mērķauditorijām, fragmentējot gan burtu stilā, gan krāsā, gan vēstījumā. Turpinājumā daži piemēri ar grafiskā rokraksta dažādību, kas veido individuālas asociācijas, bet ne visas vienoti pastiprina Bauskas novada zīmola vēstījumu. Privātā sfēra nebūtu primāri ietekmējama, bet sakārtojot pašvaldības mārketinga komunikāciju un grafisko rokrakstu, jārada vēlme arī turpinājumā privātspektora uzņēmējiem, NVO pārstāvjiem, iedzīvotāju iniciatīvas grupām pievienoties un izmantot šīs vērtības, identitātes daļu – kā nozīmīgiem identitātes nesējiem.



## 6. Rīcības plāns

**Virsmērķis:** Paaugstināt Bauskas novada pašvaldības konkurētspēju precīzi noteiktu mērķauditoriju – iedzīvotāju, uzņēmēju, viesu - piesaistē un lojalitātes nodrošināšanā ar koordinētu iekšējo un ārējo komunikāciju, vienotu vizuālo identitāti un mērķtiecīgām rīcībām



Mērķis	Rīcības, piemēri		
<b>Stratēģiskā tēma</b>			
<b>Pievilcība dzīvošanai un devums noteiktam dzīvesstilam un dzīves kvalitātei</b>			
MĒRĶIS 1. Jaunu iedzīvotāju novadam (deklarētā un fiziskā dzīves vieta)	Pakalpojumu platformas attīstība;	2018	2022
	Plaša mēroga vietējo pasākumu mērķtiecīga izmantošana novada reklamēšanai (informatīvie stendi pasākumos, ekskursijas pašvaldības objektos ar mērķi popularizēt piedāvājumu);	2018	2022
	Vizuālās reklāmas par novadu izvietošana ārpus novada teritorijas – stratēģiskās vietās iedzīvotāju piesaistei;	2018	2022

	Sadarbība ar bankām un valsts institūcijām (VSAA, NVA) – izvietots piedāvājums dzīvošanai Bauskas novadā;	2019	➔	2022
	Regulāra un plānveidīga novada reklamēšana nacionālā mēroga masu medijos, sociālajos tīklos (intervijas pirkākajos drukātajos medijos – “veiksmes stāsti” – kāpēc dzīvot Bauskas novadā, pasākumu reklāmas u.c.);	2019	➔	2022
	Interaktīvas platformas izveide „Kur esi, baušķenieki!” ar mērķi apzināt un informēt par aktualitātēm emigrējušos Bauskas novada iedzīvotājus;	2020	➔	2022
	Sadarbībā ar privātīpašniekiem izveidot platformu ar nekustamā īpašuma piedāvājumiem – pārdošanai, īrei, nomai un popularizēt to nacionālā līmenī.	2019	➔	2022
MĒRĶIS 2. Novada piederības un vērtības apziņas stiprināšana esošajiem iedzīvotājiem, vēlme lepoties, mazināt aizceļošanu	Novada zīmola izstrāde, iedzīvināšana un popularizēšana;	2018	➔	2022
	Vizuālās reklāmas par novadu un vides objektu ar novada jaunizveidoto identitāti izvietošana novada teritorijā;	2019	➔	2022
	Rīku saziņai ar pašvaldību pilnveidošana un attīstīšana (mājas lapas uzlabojumi, mobilā aplikācija utml.);	2018	➔	2022

Pašvaldības informatīvā izdevuma „BNV” pieejamības iedzīvotājiem pilnveidošana;	2019	➔	2022
Veicināt novada iedzīvotāju iniciatīvas novada attīstībai (līdzdalības programmas, akcijas, konkursi utml.);	2018	➔	2022
Pasākumi ar mērķi novērtēt iedzīvotāju ieguldījumu novada attīstībā (Ģimeņu diena, iedzīvotāju godināšana svētkos utml.);	2019/2020	➔	2022
Iedzīvotāju iesaiste lēmumu pieņemšanā (deputātu un vadošo speciālistu tikšanās ar iedzīvotājiem, iedzīvotāju forumi utml.);	2018/2019	➔	2022
Izglītības iestāžu iesaiste lokālpatriotisma veicināšanā (lokālpatriotisms veidojas no izpratnes par to, cik daudz mēs varam) – skolēnu vizītes pašvaldības uzņēmumos, pašvaldības darbinieku vizītes izglītības iestādēs utml.	2018	➔	2022
Lojalitātes kartes izveide;	2020/2021	➔	2022
Atbalstīt iedzīvotāju iniciatīvas popularizēt novadu nacionāla mēroga pasākumos, kā arī veicināt tās (piem. piedalīšanās Rīgas maratonā u.c. sporta pasākumos zem novada vizuālās identitātes zīmes, piedāvājot pašvaldības prezentācijas materiālus utml.);	2019	➔	2022

	Pašvaldības darbinieku supervīzijas „Es esmu pašvaldība” - izpratnes par pašvaldības mārketingu un uz iedzīvotājiem orientētas attieksmes veidošana pašvaldības institūcijās.	2019	➔	2022
MĒRĶIS 3. Talantu (kvalificēta darbaspēka un radošu personību) piesaiste	Vizuālās reklāmas par novadu un mērķtiecīgi veidotas informācijas izvietošana ārpus novada teritorijas – stratēģiskās vietās talantu piesaistei – augstākās izglītības iestādes, profesionālās izglītības iestādes.	2020	➔	2022
	Sadarbības veicināšana starp augstākās izglītības iestādēm un vietējiem darba devējiem prakses vietu nodrošināšanai.	2019/2020	➔	2022
	Jaunatnes aktivitātes veicināšana, stiprinot pašvaldības kapacitāti un iesaistot jauniešus pašvaldībai nozīmīgu lēmumu pieņemšanā;	2019/2020	➔	2022
	Novada apskates vizīšu organizēšana augstskolu studentiem – interesentiem;	2019/2020	➔	2022
	Veicināt augstākās izglītības iestāžu audzēkņu iesaisti novada attīstībā (ainavu arhitektu plenēri, veselības veicināšanas aktivitātes utml.);	2018	➔	2022
	Veicināt sadarbību starp vietējām un reģionālām profesionālās, augstākās izglītības un mūzikas izglītības iestādēm, uzņēmējiem un pašvaldību, pašvaldībai lietderīgu programmu izveidē.	2020	➔	2022

## Stratēģiskā tēma

### Bauskas novada pievilcība uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstīšanai

MĒRĶIS 1. Jaunu uzņēmumu rašanās veicināšana (viedā specializācija, augstāka pievienotā vērtība)	Sadarbībā ar Attīstības un plānošanas nodaļas speciālistiem veikt pētījumu un izstrādāt piedāvājumu nenosegtajiem uzņēmējdarbības segmentiem Bauskas novadā;	2019/2020	➔	2022
	Sadarbībā ar Attīstības un plānošanas nodaļas speciālistiem veikt pētījumu un izstrādāt piedāvājumu sociālās uzņēmējdarbības idejas attīstībai Bauskas novadā;	2019/2020	➔	2022
	Rosināt Grantu programmas jaunajiem uzņēmējiem izveidi, uz pašvaldību interesējošiem nosacījumiem. Programmas popularizēšana vietējā un nacionālā līmenī;	2019/2020	➔	2022
	Misijas sadraudzības pašvaldībās;	2019/2020	➔	2022
	Sadarbība ar sadraudzības pašvaldību vēstniecībām Latvijā;	2019	➔	2022
	Pašvaldības kapacitātes stiprināšana uzņēmējdarbības attīstībai;	2019	➔	2022
	Pasākumi ar mērķi novērtēt uzņēmēju devumu novada attīstībai un to popularizēšana -Bauskas novada uzņēmēju Gada balva,	2018	➔	2022

	vizītes uzņēmumos, veiksmes stāstu kataloga izveide un popularizēšana;		
	Atbalsts „Bauskas Biznesa bibliotēka” koncepta attīstībai un popularizēšanai;	2018	➔ 2022
	Atbalsts „LIAA Bauskas biznesa inkubators” projekta attīstībai un popularizēšanai.	2018	➔ 2022
MĒRĶIS 2. Esošo uzņēmumu produktu un pakalpojumu pārdošanas veicināšana (t.sk. eksports)	Lojalitātes kartes izveide – veicina to preču un pakalpojumu pārdošanu, kas iestājušies lojalitātes programmā;	2020/2021	➔ 2022
	Izveidot Bauskas novada preču zīmi, vienota klastera attīstības veicināšanai;	2020	➔ 2022
	Sadarbībā ar Bauskas TIC turpināt koncepcijas „Ražots Bauskā” attīstīšanu;	2018	➔ 2022
	Akcija „Baušķeniekam no Bauskas novada” – rosināt esošos un bijušos Bauskas novada iedzīvotājus iegādāties Bauskas novadā ražoto produkciju;	2019/2020	➔ 2022
	Bauskas novadā ražotās produkcijas izmantošana pašvaldības prezentācijai;	2018	➔ 2022

	Platformas „Uzņēmēju katalogs” izveide, ieviešana, popularizēšana;	2018	➔	2022
	Vietējo uzņēmēju tīklošanās pasākuma izveide un attīstība „Uzņēmēju kodols”;	2018	➔	2022
	Konkursa „Bauskas novada uzņēmēju Gada balva” attīstīšana, prestiža radīšana tai un popularizēšana;	2018	➔	2022
	Reģionālas un nacionālas nozīmes pašvaldības organizētu pasākumu norise sadarbībā ar vietējiem uzņēmējiem;	2018	➔	2022
	Pašvaldības kapacitātes stiprināšana uzņēmējdarbības attīstībai.	2019/2020	➔	2022
MĒRĶIS 3. Investīciju piesaistes veicināšana stratēģisko uzņēmējdarbības ieceru īstenošanai	Sadarbība ar nacionāla līmeņa institūcijām (LIAA, VRAA, NVA, LPS, ZPR u.c.) veidot novada atpazīstamību;	2019/2020	➔	2022
	Rosināt Grantu programmas jaunajiem uzņēmējiem izveidi, uz pašvaldību interesējošiem nosacījumiem. Programmas popularizēšana vietējā un nacionālā līmenī;	2019/2020	➔	2022
	Pašvaldības kapacitātes stiprināšana uzņēmējdarbības attīstībai;	2019/2020	➔	2022
	Misijas sadraudzības pašvaldībās;	2019/2020	➔	2022



	Sadarbība ar sadraudzības pašvaldību vēstniecībām Latvijā.	2019	➔	2022
Mērķis 4. Nekustamo īpašumu tirgus veicināšana	Sadarbībā ar privātīpašniekiem izveidot platformu ar nekustamā īpašuma piedāvājumiem – pārdošanai, īrei, nomai un popularizēt to nacionālā līmenī;	2019/2020	➔	2022
	Iesaistīties Bauskas vecpilsētas attīstības koncepcijas izstrādē, izveidot tai reklāmas koncepciju.	2018	➔	2022
<b>Stratēģiskā tēma</b>				
<b>Bauskas novada pievilcības veicināšana tūristu plūsmas pieaugumam</b>				
MĒRĶIS 1. Tūristu un viendienas viesu skaita un to radīto izdevumu palielināšanās veicināšana	Veicināt darījumu tūrisma pieaugumu, sagatavojot piedāvājuma konceptu korporatīvo pasākumu organizēšanai Bauskas novadā;	2019	➔	2022
	Interaktīvas platformas izveide – Plāno savas brīvdienas Bauskas novadā (sadarbībā ar TIC);	2020	➔	2022
	Veicināt brīvi pieejamu bezmaksas tūrisma objektu attīstību (līdzīgi kā Rīgas ielas rožu aleja);	2019	➔	2022
	Veicināt kompleksu piedāvājumu veidošanos, aktivizējot tūrisma pakalpojuma sniedzējus savstarpējai sadarbībai, kā arī sadarbībai ar pašvaldību nacionāla un starptautiska līmeņa	2018	➔	2022

	pasākumu norises plānošanā, organizēšanā, piedāvājuma radīšanā;		
	Atbalstīt un attīstīt Bauskas TIC īstenotās aktivitātes tūrisma plūsmas pieauguma veicināšanā.	2018	➔ 2022
MĒRĶIS 2. Tūrisma plūsmas sezonālātes ietekmes mazināšana	Sadarbībā ar Bauskas TIC un BKC veidot, attīstīt un popularizēt nesezonas tūrisma piedāvājumu;	2018	➔ 2022
	Veicināt nesezonas piedāvājuma kompleksu pieeju starp tūrisma pakalpojuma sniedzējiem, informatīva materiāla izveide;	2019/2020	➔ 2022
	Plānveidīgas reklāmas kampaņas, īpašu uzsvāru liekot un nesezonas piedāvājumu;	2020	➔ 2022
	Atbalstīt un attīstīt Bauskas TIC īstenotās aktivitātes tūrisma plūsmas pieauguma veicināšanā.	2018	➔ 2022
MĒRĶIS 3. Bauskas novada starptautiskās atpazīstamības veicināšana, popularizējot tūrisma	Atbalstīt un attīstīt Bauskas TIC īstenotās aktivitātes starptautiska līmeņa tūrisma plūsmas pieauguma veicināšanā;	2018	➔ 2022
	Misijas sadraudzības pašvaldībās	2019/2020	➔ 2022

