



**Inovācija lauku attīstībā:
no idejas līdz pārlicēbai**

SABIEDRĪBAS VIRZĪTA VIETĒJĀS ATTĪSTĪBAS STRATĒGIJA 2023.-2027.



Inovāciju kritērijs	Apraksts	Punkti
Produkta inovācija	Projektā paredzēta jaunu vai uzlabotu Biedrības darbības teritorijā līdz šim nebijušu produktu vai pakalpojumu radīšana.	2
Procesu inovācija	Projektā rezultātā ieviests Biedrības darbības teritorijā jauns, būtiski atšķirīgs tehnoloģiskais process vai metode produkta ražošanā vai pakalpojuma izveidē.	2
Sociālā inovācija	Projekta rezultātā īstenotas jaunas vai būtiski pilnveidotas esošās iniciatīvas, kas nodrošina kopienām būtisku pakalpojumu pieejamību vai vajadzību risinājumus sociālajā, vides vai kultūras jomā Biedrības darbības teritorijā.	2
Mārketinga inovācija ¹⁷	Mārketinga inovācija ietver jaunas mārketinga metodes, t.sk. būtisku izmaiņu veikšanu ne tikai ražojumu dizainā vai iepakojumā, bet arī produktu izplatīšanā, produktu izvietojumā vai izmaiņas cenu politikā.	2

Produkta inovācija

Produkta inovācija	Projektā paredzēta jaunu vai uzlabotu Biedrības darbības teritorijā līdz šim nebijušu produktu vai pakalpojumu radīšana.	2
--------------------	--	---

Ja projekta ietvaros rada **ko pilnīgi jaunu vietējā tirgū** vai uzlabo esošu produktu **tiktāl, ka tas kļūst unikāls VRG teritorijā:**

- # CITĀDI gida pakalpojumi
- # interaktīvas atkritumu urnas
- # digitālā audiologopēda pakalpojumi

BŪTISKI (!) uzlabojumi

(multiplikatīvs efekts, funkcionalitāte, sociālā ietekme)

Jauna lietotāja pieredze dabas tūrismā:
kāds varētu būt **zaļākais piekrastes gids pasaulē?**



Produkta inovācija: CITĀDI gida pakalpojumi

---> jauna pieredze lietotājam

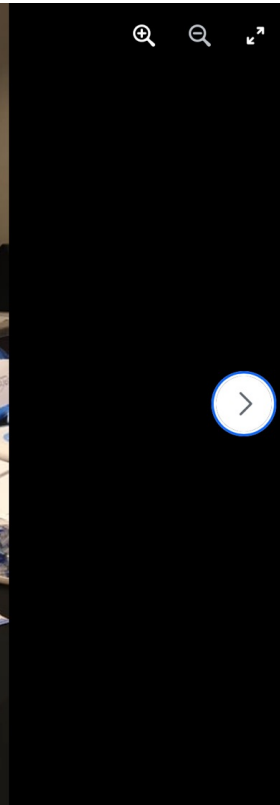


Senioriem draudzīgs ātrums
Cik litrus piena “saražosim” tūres laikā?
Jauni “termini” / Skaņu terapija
Bildēšanās ar “zaļo” gidu
“citāda” dabas izziņāšana

Kāds pakalpojums tiek piedāvāts?



Dziedošie viesmīļi
korporatīvos pasākumos
un kāzās
(Īrija)



Šis fotoattēls ir no ieraksta **Skatīt ierakst**

CheeksUp
2019. gada 1. Jūlijs · Madrid, Spānija ·

🌍 Ejam ārpus Latvijas robežām, lai iepazīstinātu ar CheeksUp arī citu valstu logopēdus! 😊 Nu jau par mums zina ASV 🇺🇸, Austrālijas 🇦🇺, Vācijas 🇩🇪, Gruzijas 🇬🇪, Meksikas 🇲🇽, Argentīnas 🇦🇷, Spānijas 🇪🇸 u.c. valstu speciālisti! 😊 Esam ļoti priecīgi par lielo intere un iespējams jau pavisam drīz CheeksUp mājasdarbi būs pieejami arī citās valodās! 😊

— kopā ar Ilze Zaharane šeit: NH Collection Madrid Eurobuilding.

👍 2

👤 Komentē kā Vīta Brakovska

🗨️ 📷 📺 📹 📧



Kurš ir tīkamāks process?

Bāc, es pat pats tik labi nesaprotu, kur kas jāliek! 🤔



Ar humoru un uzmundrinājumu

1. "Tu šķiro kā īsts ekovaronis! Super!"
2. "Bāc, es pat pats tik labi nesaprotu, kur kas jāliek!"
3. "Daba tev pateicas! Un es – smaidu!"
4. "Vecums ir tikai skaitlis, bet tu – leģenda!"
5. "Kurš te ir šodien zaļākais čempions? Protams, tu!"

Ar draudzīgu un motivējošu toni

6. "Tava precizitāte šķirošanā – kā šaha meistaram!"
7. "Vau! Tik precīzi, ka pat es aplaudētu, ja būtu rokas!"
8. "Vecums ir tad, kad nesmejies! Bet tu – jauns un priecīgs!"
9. "Vides ministrija varētu tevi noalgot! Tik lieliski šķiro!"
10. "Smails tev piestāv – pat no mugurpuses redzams!"

Iedalījums pēc ietekmes



Inovācijas veids #1: **Produkta inovācija**

Jauna vai būtiski uzlabota produkta ieviešana

- **īpašība** vai **izmantošanas nolūks**
- **nozīmīgi uzlabojumi** tehniskiem parametriem/ sastāvdaļām/ materiāliem, kas padara to **unikālu** mērķa teritorijā

Citi piemēri: gaismas burti – interjera elementi, noliktavas uzskaites programma mājražotājiem, el.ģitāras pedālis «divi vienā», senioru tūrisma aģentūra u.c.



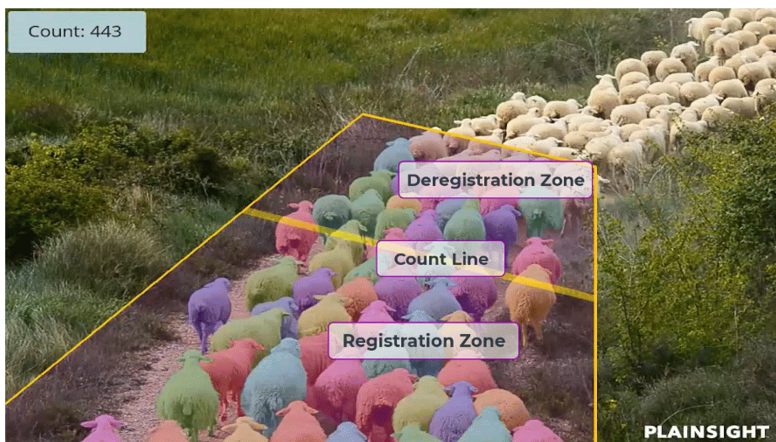
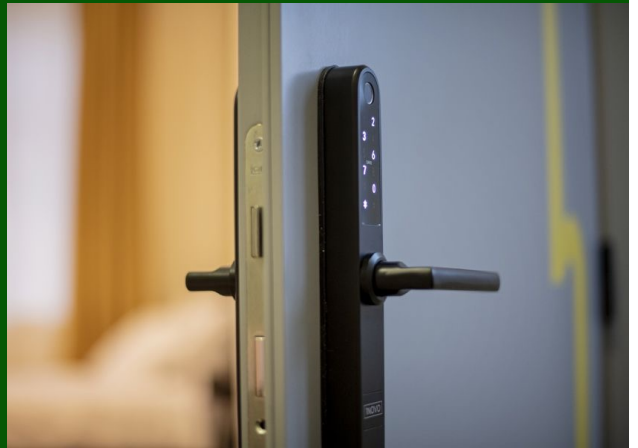
Procesa inovācija

Procesu inovācija	Projektā rezultātā ieviests Biedrības darbības teritorijā jauns, būtiski atšķirīgs tehnoloģiskais process vai metode produkta ražošanā vai pakalpojuma izveidē.	2
-------------------	---	---

Pielietota jauna tehnoloģija vai darba metode, kas **biedrības darbības teritorijā vēl nav izmantota:**

- # jauna ražošanas tehnika,
- # lauku apsekošana/ monitorings ar droniem
- # mazās meteo stacijas lauksaimniecībā u.c. digitalizācijas veidi,
- # viedā slēdzene viesu namam

RUMI hotel (Jēkabpils)





Kā pārraudzīt bišu saimes

Ierīces

Pievienoties

LV

Pievienoties

Uz datiem balstīta biškopība ražīgumam un ilgtspējai

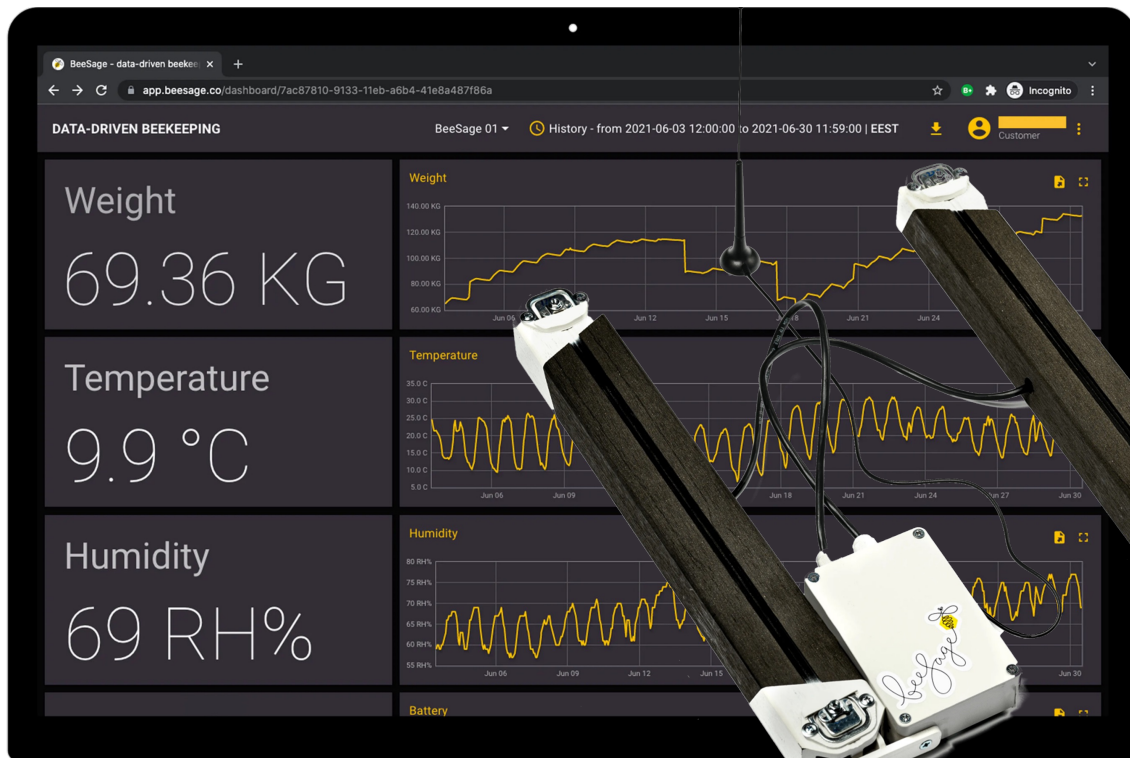
Viedie stropa svāri palīdzēs Tev novērtēt saimes spēku un noķert galvenos ienesuma brīžus. Vai esi gatavs uzlabot darba procesus un palielināt medus ražu?

Pievienoties

Uzzināt vairāk ↓



Mūsu misija ir ļaut bitēm dalīties ar **klimata zināšanām** caur reāllaika datiem.



Sociālā inovācija

Sociālā inovācija	Projekta rezultātā īstenotas jaunas vai būtiski pilnveidotas esošās iniciatīvas, kas nodrošina kopienām būtisku pakalpojumu pieejamību vai vajadzību risinājumus sociālajā, vides vai kultūras jomā Biedrības darbības teritorijā.	2
-------------------	--	---

Risinājumi, kas uzlabo **cilvēku dzīves kvalitāti**, sociālo iekļaušanu, nodarbinātību, kultūras dzīvi u.c., un kas līdz šim vietējai sabiedrībai **nav bijuši pieejami** vai ir **būtiski uzlaboti**

bārs – izklaides - sarunu telpa senioriem

remonta un būvmateriālu apmaiņas punkts («brīvboode»)



Mārketinga inovācija

Mārketinga inovācija ¹⁷	Mārketinga inovācija ietver jaunas mārketinga metodes, t.sk. būtisku izmaiņu veikšanu ne tikai ražojumu dizainā vai iepakojumā, bet arī produktu izplatīšanā, produktu izvietojumā vai izmaiņas cenu politikā.	2
------------------------------------	--	---

Pilnīgi jauns veids, kā **sasniegt klientus** (izplatīšana) vai **pozicionēt** (dizains, iepakojums, izvietojšana) **savu produktu** tirgū (kas nav izmantots vietējā praksē)



Kafejnīcas īpašnieks
radoši tiek galā ar nelaipniem klientiem

Praktiski kritēriji, kā novērtēt, vai risinājums ir inovatīvs

Inovācijas veida identificēšana

Produkta	Procesa	Sociālā	Mārketinga	± Organizatoriskā
----------	---------	---------	------------	-------------------

Jaunums biedrības darbības teritorijā

Būtisks uzlabojums un pievienotā vērtība

- risinājums būtiski uzlabo esošo situāciju? **Kā tas tiek izmērīts? Un pret ko?**
- **Produkta inovācija** palielina risinājuma **tirgus cenu/ būtiski uzlabo funkcionalitāti** (radikālā inov.)
- **Sociālā inovācija** palielina risinājuma **sociālo ietekmi** (jādefinē izmērāmie rādītāji)
- **Procesa inovācija** palielina **efektivitāti, produktivitāti** (metrika uzņēmumā – h, gab, EUR)
- **PIEMĒRS:** jaunās **tehnoloģijas** vai **saimniekošanas metode** ieviešana par 30% ↑ ražošanas produktivitāti (kādas prod. rādītājus izmantosim?)

Praktiski kritēriji, kā novērtēt, vai risinājums ir inovatīvs

Atbilstība (tirgus vai sabiedrības) vajadzībām

projekts risina reālu problēmu vai vajadzību? **Kādi dati par to liecina? Datu avoti?**
vai inovācija palīdz sasniegt stratēģiskos mērķus un vai tai būs pielietojums. **Kas par to liecinās?**

Detalizēts skaidrojums pieteikumā

Vai projekta iesniedzējs ir **pārliecināts** izskaidrojis, kāpēc projekts ir inovatīvs?
Labā praksē pieteikumā jābūt **detalizētam aprakstam**, **KĀDI** jauninājumi tiks ieviesti un **KĀDĒL** tie ir nozīmīgi

Biedrības “Jūrkante” stratēģija aicina projektu iesniedzējus pēc iespējas detalizētāk aprakstīt un pamatot plānotos jauninājumus, un vērtētāji var to izmantot kā kvalitātes zīmi.

Multiplikatīvais efekts:

risinājums savstarpēji sasaista dažādas nozares vai aktivitātes,

viens risinājums veicina citu attīstību un kopumā rada kompleksu ieguvumu teritorijai - ļoti vēlams vietējā attīstībā

Vai risinājums iedarbina **ķēdes reakciju – vai citi uzņēmēji/iedzīvotāji varēs turpināt, papildināt vai izmantot šo ideju savā labā?**

Praktiski kritēriji, kā novērtēt, vai risinājums ir inovatīvs

#1 Atbilstība kategorijai (inovācijas veids)

Produkta	Procesa	Sociālā	Mārketinga	± Organizatoriskā
----------	---------	---------	------------	-------------------

#2 Jaunums (biedrības darbības teritorijā)

#3 Būtisks uzlabojums – pievienotā vērtība (cena, laiks u.c. izmērāmie rādītāji)

#4 Nozīmīgum vajadzība (dati, kas par to liecina)

#5 Skaidrojuma kvalitāte

Ja uz lielāko daļu no šiem jautājumiem var atbildēt **pārliecinoši**, var secināt, ka projekts ir inovatīvs un atbilst stratēģijas uzstādījumiem

Atslēgas vārdi

Produkta	Procesa	Sociālā	Mārketinga	+ Organizatoriskā
jauns/ uzlabots līdz unikālam līmenim	metode / tehnoloģija	iniciatīvas SVK pakalpojumu pieejamībai	metode dizains/ iepakojums/ izplatīšana/ izvietošana/ cenošana	biznesa modelis

Rezultāts: pievienotā vērtība, kvalitātes uzlabojums, darbības efektivitāte (produktivitāte), konkurētspēja, jauni risinājumi attiecībās ar klientiem / piegādātājiem

Novērtēšana: oriģinalitāte/ jaunums, ilgtspējība/ vietējie resursi, partnerība/ sadarbība, multiplikatīvs efekts, tirgus pieprasījums

Zivsaimniecība

Jaunu produktu izstrāde no zivju resursiem sadarbībā ar zinātniekiem – piemēram, radot produktus ar **augstāku pievienoto vērtību no vietējām zivīm**

Procesa inovācija - akvakultūrā jaunas, efektīvākas audzēšanas **metodes**

Procesa inovācija – jauni **zvejas rīki ar augstāku selektivitāti** un mazāku ietekmi uz citām sugām un vidi, kas samazina zvejas negatīvo ietekmi uz jūru

Lauksaimniecība

Modernas tehnoloģijas un jaunas pieejas tradicionālajās saimniecībās.

Procesa inovācija: **precīzie lauksaimniecības risinājumi** – robotizētās tehnikas, viedās sensoru sistēmas efektīvākai ražošanai (atvieglo darbu un palielina ražību)

No tradicionālās uz bioloģisko lauksaimniecību - **jauna metode** saimniekošanai

Produkta inovācija: jauni produktu **izmantošanas veidi** – jauns pielietojums kādam lauksaimniecības blakusproduktam vai pilnīgi jauns pārtikas produkts no vietējām izejvielām

Tūrisms

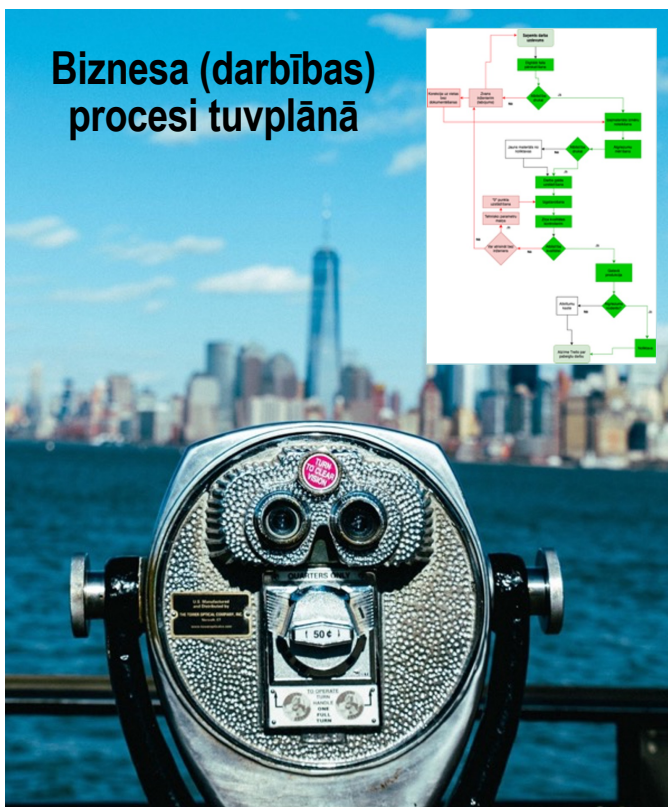
Jauni piedāvājumi un tehnoloģiju integrācija, lai uzlabotu apmeklētāju pieredzi.

Produkta inovācija: **kultūrvēsturiskā mantojuma integrēšana tūrisma produktā** – interaktīva ekspozīcija vai maršruts, kas akcentē vietējās tradīcijas un vēsturi, padarot apmeklējumu unikālu (kultūras mantojuma integrācija bagātina gan kopienas, gan apmeklētāju pieredzi). Kopienas iesaistes tūrisms

Produkta un procesa inovācija - digitālās inovācijas tūrismā – AR lietotnes sniedz papildinātu informāciju par apskates objektiem, radot jaunu pieredzi tūristiem



Biznesa procesi tuvplānā



Biznesa (darbības) procesi tuvplānā



- # Paņēmiens kā **organizēt** SAVU ikdienas darbību 🔍
- # Iespēja palielinājumā **detalizēti** izvērtēt darbības, ieraudzīt **trūkumus** un **risinājumus**
- # Dokumentēti procesi **samazina** vietu «interpretācijām» 😞
- # Liela nozīme ir **mērījumiem**, īpaši **LAIKAM** ⌚

Uzņēmuma produktivitātes rādītāji (KPI – Key Performance Indicators)

palīdz novērtēt, cik efektīvi uzņēmums izmanto savus
resursus, lai sasniegtu rezultātus.

Kā izvēlēties pareizos KPI?

Skaidri nosakiet uzņēmuma mērķus.

Vai gribat samazināt izmaksas? → Fokusējieties uz efektivitātes KPI.

Vai gribat palielināt ieņēmumus? → Izmantojiet finanšu KPI.

Vai galvenais ir ražošanas uzlabojumi? → Skatieties cikla laiku.

Izmēriet tikai to, kas reāli ietekmē biznesu.

KPI jābūt praktiski pielietojamiem, ne tikai “interesantiem datiem”.

Salīdziniet KPI ar vēsturiskajiem datiem un konkurentiem.

Vienreizējs rādītājs neko neizsaka – skatiet tendences laika gaitā.

1. Vispārējie produktivitātes KPI

Šie rādītāji attiecas uz uzņēmuma kopējo veiktspēju un efektivitāti:

Darba produktivitāte =

Kopējais saražotais apjoms (€ vai vienības) / Kopējais nostrādāto stundu skaits

→ **Parāda, cik lielu vērtību rada 1 darba stunda.**

Ieņēmumi uz darbinieku = Kopējie uzņēmuma ieņēmumi / Darbinieku skaits

→ **Mēra, cik efektīvi uzņēmums izmanto cilvēkresursus.**

Pievienotā vērtība uz darbinieku =

(Ieņēmumi – Izejvielu un ārpakalpojumu izmaksas) / Darbinieku skaits

→ **Nosaka, cik lielu vērtību rada viens darbinieks pēc izmaksu atņemšanas.**

1. Vispārējie produktivitātes KPI

Šie rādītāji attiecas uz uzņēmuma kopējo veiktspēju un efektivitāti:

Bruto peļņa uz darbinieku = Bruto peļņa / Darbinieku skaits

→ **Novērtē, kā uzņēmums pelna attiecībā pret darbinieku skaitu.**

Izlaides produktivitāte = Kopējais saražotais apjoms (€ vai vienības) / Kopējais resursu patēriņš (€ vai vienības)

→ **Rāda, cik efektīvi uzņēmums izmanto izejvielas un citus resursus.**

2. Ražošanas un operacionālās efektivitātes KPI

Šie rādītāji īpaši svarīgi ražošanas uzņēmumiem un operacionālajiem procesiem:

Cikla laiks = Laiks no pasūtījuma saņemšanas līdz piegādei
→ **Īsāks cikls nozīmē augstāku efektivitāti.**

Iekārtu efektivitāte = Pieejamība × Veiktspēja × Kvalitāte
→ **Parāda, cik labi strādā ražošanas iekārtas.**

Ražošanas atkritumu īpatsvars = (Atkritumi / Kopējā ražošanas izlaide) × 100%

→ **Norāda, cik daudz resursu tiek izniekoti.**

Produktu brāķa līmenis = Brāķēto vienību skaits / Kopējais saražoto vienību skaits × 100%

→ **Zems rādītājs nozīmē augstāku kvalitāti un produktivitāti.**

Ražošanas jaudas izmantošana =

Reālais saražotais apjoms / Maksimālā ražošanas jauda × 100%

→ **Ja zem 70%, iespējams, iekārtas netiek pilnībā noslogotas.**

3. Finanšu produktivitātes KPI

Finanšu produktivitāte palīdz novērtēt, cik efektīvi uzņēmums pārvalda savus resursus un izmaksas:

Peļņa uz aktīviem = Neto peļņa / Kopējie aktīvi

→ **Norāda, cik daudz peļņas uzņēmums gūst no saviem resursiem.**

Darbinieku algas izmaksu īpatsvars = Kopējās algas izmaksas / Ieņēmumi × 100%

→ **Ja pārāk augsts, var būt nepieciešama darbaspēka produktivitātes uzlabošana.**

4. Klientu un pārdošanas produktivitātes KPI

Klientu un pārdošanas produktivitāte parāda, cik efektīvi uzņēmums pārvērš klientus un kontaktus par reāliem ieņēmumiem:

Vidējie ieņēmumi uz klientu = Kopējie ieņēmumi / Aktīvo klientu skaits

→ **Svarīgs rādītājs pakalpojumu un abonēšanas modeļiem.**

Konversijas rādītājs = Konvertētie klienti** / Kopējais potenciālo klientu skaits × 100%

→ **Nosaka, cik efektīva ir pārdošanas stratēģija.**

Pasūtījumu izpildes ātrums = Vidējais laiks no pasūtījuma līdz piegādei

→ **Svarīgi e-komercijas un piegādes uzņēmumiem.**

KONVERTĒTIE klienti:

Pakalpojumu uzņēmumos

Klients zvina un jautā par pakalpojumu, bet nepasūta to = ❌ Nav konversija

Klients aizpilda rezervācijas formu = ✅ Konvertēts klients

Mārketingā un reklāmā

Klients noklikšķina uz reklāmas, bet neveic tālāku darbību = ❌ Nav konversija

Klients aizpilda kontaktformu mājaslapā = ✅ Konvertēts klients

E-komercijā

Potenciālais klients aplūko produktu, bet neveic pirkumu = ❌ Nav konversija

Klients pievieno grozam, bet nepabeidz pasūtījumu = 🚧 Gandrīz konversija

Klients pabeidz maksājumu un veic pirkumu = ✅ Konvertēts klients

5. Darbinieku produktivitātes KPI

Individuālie un komandas rādītāji, kas mēra darbinieku efektivitāti:

Vidējais nostrādāto stundu skaits uz uzdevumu = $\frac{\text{Kopējais nostrādāto stundu skaits}}{\text{Uzdevumu skaits}}$

→ **Nosaka, cik efektīvi tiek veikti uzdevumi.**

Darbinieku apgrozījuma rādītājs = $\left(\frac{\text{Aizgājušo darbinieku skaits}}{\text{Kopējais darbinieku skaits}}\right) \times 100\%$

→ **Augsts rādītājs var liecināt par problēmām organizācijā.**

Projekta izpildes laiks = $\frac{\text{Faktiskais izpildes laiks}}{\text{Plānotais izpildes laiks}}$

→ **Ja faktiskais laiks bieži pārsniedz plānoto, nepieciešami produktivitātes uzlabojumi.**

6. Digitālās un automatizācijas produktivitātes KPI

IT sistēmu veiktspēja = Vidējais servera darbības laiks (%)

→ **Kritiskais rādītājs digitālajām platformām.**

Automatizēto procesu daļa = $\frac{\text{Automatizēto uzdevumu skaits}}{\text{Kopējais uzdevumu skaits}}$

→ **Ja procentuāli zems, iespējams, uzņēmums var ieviest vairāk automatizācijas.**