## Atbildes pēc Ieinteresēto konkursa dalībnieku informatīvās sanāksmes 20.03.2017

| Nr. | Jautājums | Žūrijas atbilde/ komentārs |
| --- | --- | --- |
|  | Vai Pretendents drīkst piedāvāt savu dalījumu un redzējumu mērķauditorijas grupējumam, sadalot pēc pretendenta ieskatiem prioritārajās grupās? | Komunikācijas un apmācību aktivitātēm ir definētas galvenās mērķa grupas. Pretendents var piedāvāt savas mērķa grupas un veidot savu prioritāru redzējumu, to pamatojot, tomēr neizslēdzot no sava piedāvājuma Nolikumā definētās mērķa grupas. |
|  | Kāds ir ministrijas redzējums par komunikāciju krievu valodā? Kā komunicēt ar krievvalodīgo auditoriju? Vai komunikācija ir pieļaujama krievu valoda? | Komunikācija ir paredzēta tikai latviešu valodā, tomēr budžetā ir jāparedz finanšu līdzekļi krīzes komunikācijā ar sabiedrību t.sk., arī krievu valodā esošiem medijiem. Komunikāciju krievu valodā valsts pārvaldei ierobežo Valsts valodas centra prasības (saskaņā ar Valsts valodas likuma 21.pantu un Valsts valodas centra “Vadlīnijas par Valsts valodas likuma prasību ievērošanas pārbaudi iestādēs un uzņēmumos).  |
|  | Prezentācijā tika minēts, ka vajadzētu piedāvāt jaunus dzīves notikumus (dzīves situācijas). Vai varam ierobežot dzīves notikumu skaitu, bet strādāt mērķtiecīgāk uz auditoriju?  | Metā ir noteikti 50 dzīves notikumi, kas jāsasniedz visa projekta laikā. Saskaņojot ar Pasūtītāju, iespējams katram dzīves notikumam izvērtēt nepieciešamo detalizāciju.  |
|  | Prezentācijā ir norādīts, ka apmācībām un komunikācijām tiek gaidīta integrēta pieeja, kur priekšplānā ir iedzīvotājs ar savu dzīves notikumu. Vai Pretendents var piedāvāt integrētai pieejai citus akcentus? | Meta piedāvājumā aktivitātēm jābūt definētām no gala lietotāja perspektīvas, lietošanas un vajadzības. Ja tas tiek ievērtos, pārējām niansēm nav ierobežojuma. Ar gala lietotājiem šajā gadījumā netiek saprasti iestāžu darbinieki, kuri nodrošina pakalpojuma izpildi. |
|  | Meta nolikumā ir prasība Pretendentam iesniegt 2 dzīves notikumu piemērus. Kā jūs izvērtēsiet, ja iesniegs dažādus redzējumus? Cik tālu var atkāpties? | Ja tiek ievērots, ka dzīves notikums ir integrēts un no gala lietotāja redzējuma, nevis sadalījumā pa iestādēm, Pretendentam ir iespēja demonstrēt savu radošu redzējumu. Ja runa ir par 1.pielikuma P2 5.punktu, tad tur tur ir 3 dzīves notikumu apraksts. |
|  | Meta konkursa nolikuma 6.pielikuma 2.10.5. apakšpunktā ir prasības sociālās uzvedības ekspertam. Prasība par 1000 personām atbilst sociālo aptauju veicējiem, bet ne sabiedrības uzvedības izpētes projektiem. Vai ir iespējams šo punktu mainīt? | Šo punktu nav plānots grozīt. Sabiedrības uzvedības izpētes projekti paredz arī sociālās aptaujas ar 1000 un vairāk respondentu dalību. Tā kā Metu konkursa sasniedzamie rādītāji attiecas uz 40% Latvijas iedzīvotāju, un reģistrējušo profilu skaitam portālā latvija.lv jāsasniedz 780 tūkstoši, sociālās uzvedības eksperta pieredze sabiedrības izpētē, kad vienā projektā bijušas aptaujātas 1000 personas, uzskatāma par atbilstošu, lai noteiktu sociālās uzvedības modeli un prognozētu tā darbību. |
|  | Par meta nolikuma 7.8. punktu: vai meta piedāvājuma kopējais apjoms nedrīkst pārsniegt 60 A4 lapas, ieskaitot arī prototipus un interaktīvos risinājumus? | Prasība ir, lai meta piedāvājuma apjoms nepārsniedz 60 A4 lapas, ieskaitot pielikumus, vai ja interaktīvs risinājums, tad demonstrācija neaizņem vairāk kā 30 minūtes. Meta piedāvājumā nav paredzēts, ka Pretendents iesniedz tikai interaktīvu risinājumu. Mets var sastāvēt no abām daļām, nepārsniedzot katrā daļā noteiktās robežas.  |
|  | Vai ir domāts, kā motivēt sabiedrību izmantot eAdresi? Vai eAdreses lietotāju skaitu plānots panākt tikai ar komunikāciju un apmācību aktivitātēm? | 1. eAdreses lietotāji nebūs tikai iedzīvotāji. No 2019.gada eAdresi varēs izmantot brīvprātīgi, savukārt no 2020.gada tā ir obligāta uzņēmējiem. Tieši šī auditorija ir izrādījuši vislielāko interesi lietot eAdresi, līdz ar to meta nolikumā sasniedzamais rādītājs visa projekta laikā ir reāls. 2. eAdreses kontam varēs pieteikties jau no 15 gadu vecuma.3. Papildus minētajai auditorijai rezervē esošiem karavīriem būs obligāti jāaktivizē eAdreses konts.  |
|  | Par iepirkuma procedūru: kāpēc ir izvēlēts metu konkursss, nevis atklāts konkurss? | Iepirkuma priekšmetā ietverta nepieciešamība pēc radošiem risinājumiem, tādēļ izvēlētais iepirkuma veids ir Metu konkurss. Organizējot atklātus konkursus, jābūt stingri definētām prasībām un darba uzdevumam. Savukārt metu konkursā konkursa dalībnieks ir daudz mazāk ierobežots ar Pasūtītāja prasībām, Pasūtītāja prasību detalizācijas līmenis atbilst Pasūtītāja priekšstatam par sasniedzamo mērķi, nevis detalizētām rīcības instrukcijām, līdz ar to konkursa dalībniekiem ir iespējams piedāvāt savu pieeju mērķa sasniegšanai. Tā kā atklāta konkursa gadījumā ir obligāta tehniskā specifikācija, pret kuru mērīt līguma izpildes procesu, atklātā konkursā iespēja iesniegt radošus un kreatīvus piedāvājumus ir ievērojami ierobežota, kas neatbilst šāda iepirkuma būtībai.  |
|  | Cik būtiski kampaņas laikā ir popularizēt eID karti un drošu elektronisko parakstu? | Daudzi pakalpojumi ir saistīti ar eID karšu izmantošanu, un paredzams, ka eiD būs viens no kvalificētiem elektroniskās identifikācijas rīkiem, ko varēs izmantot gan valsts, gan privāto pakalpojumu sniegšanai, tajā skaitā arī civiltiesisku darījumu elektroniskai slēgšanai, līdz ar to tas paredzēts kā plaši izmantojams instruments, tādēļ zināšanas un prasme lietot eID un tam pakārtotos identifikācijas risinājumus būtu kritiski nepieciešama sekmīgai e-iespēju izmantošanai. Turklāt, paredzams, ka 2018. gadā būs vairāki jaunumi attiecībā uz eiD kartes un autentifikācijas risinājumiem. |