

Projekts "Jauniešu uzņēmējspējas un dialoga veicināšana par videi draudzīgas, ilgtspējīgas un inovatīvas uzņēmējdarbības attīstības iespējām lauku reģionos"

JAUNATNES REKOMENDĀCIJAS UZŅĒMĒJDARBĪBAS ATBALSTA POLITIKAS VEIDOTĀJIEM

Cēsis, 2013

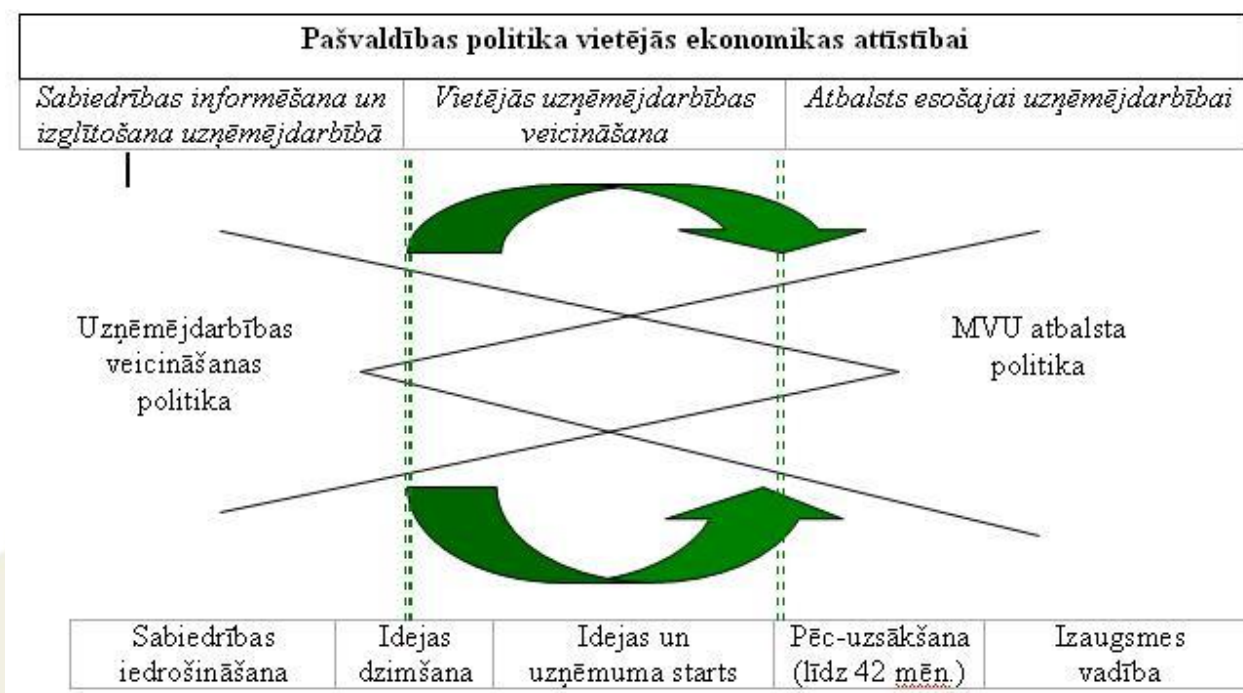
Ievads

Politikas rekomendācijas sagatavotas, balstoties uz projekta ietvaros īstenoto darbu jauktās komandās pie jaunu biznesa ideju izstrādes, testēšanas, pilnveides un sagatavošanas komercializācijai visa projekta ieviešanas laikā. Noslēguma pasākumā (Cēsīs, 27.-28.09.2013.) projekta dalībnieki tika sadalīti 3 grupās, kuras izstrādāja ieteikumus uzņēmējdarbības vides uzlabošanai nacionālā, reģionālā un vietējā līmenī.

Konsultējoties ar ekspertiem un papildinot projekta dalībnieku ierosinājumus, tiek piedāvāti pilnveidotas rekomendācijas, kas primāri aptver reģionālo un vietējo (pašvaldību) līmeni, ņemot vērā projekta specifiku un mērķus sekmēt ekonomiskas attīstību lauku reģionos.

Priekšnosacījumi rekomendāciju praktiskam pielietojumam

Lai rekomendācijas pilnvērtīgi pielietotu, pamatā ir jābūt **politikas veidotāju izpratnei par 3 galvenajām fāzēm**, ko īsteno publiskais sektors, lai sniegtu atbalstu ekonomikas attīstībai (skat. 1.attēlu) – 1) sabiedrības informēšana un iedrošināšana, 2) darbs ar ideju autoriem un uzņēmējdarbības uzsācējiem, 3) atbalsts esošajiem uzņēmējiem.



Rekomendācijas ir pakārtotas minētajām fāzēm, jo nodrošina mērķtiecīgu atbalstu „soli – pa – solim” no radoša indivīda līdz tā idejas īstenošanas atbalstam.

Otrs būtisks priekšnosacījums – politikas veidotāju izpratne par Latvijā jau eksistējošiem atbalsta instrumentiem un to (autoru) īstenošanu vienlīdzīgām tiesībām būt par „spēlētājiem” ekonomiskai izaugsmei. Respektīvi, **politikas veidotājiem ir jāveido**

ciešāka ilgtermiņa sadarbība ne tikai ar citiem publiskā sektora partneriem, bet arī ar privāto, t.sk. finanšu, sektoru, pētniecības institūcijām un NVO sektoru, kas spēj piegādāt trūkstošās kompetences atbalsta instrumentu saturā (piemērs – Nordea Biznesa skola, Hipotēku bankas konkurss „Lec Biznesā”). Pie tam – nereti šīs partnerības pamatā ir sociāla un emocionāla, nevis finanšu motivācija, kas ļauj pašvaldībai/ reģionam būtiski optimizēt kompetenču resursus (e.g. mentoru aktivitātes, ekspertu vieslekcijas, CONNECT Latvija rīkotie „tramplīnu pasākumi”).

Treškārt, ar esošo praksi ir pierādījies, ka „naudai bez padoma” ir daudz zemāka atdeve, līdz ar to ir jāveido „viedās naudas” (smart money) atbalsta instrumenti, pie tam – vidēja termiņa atbalsta mehānismi, jo tas sniedz neatsveramu stratēģisku atbalstu biznesa idejas agrīnajā stadijā – tad, kad tas visvairāk vajadzīgs.

Politikas rekomendācijas

1. fāze: sabiedrības informēšana un iedrošināšana:

- **Ar ekonomiku saistīto mācību priekšmetu integrācija vispārējās izglītības iestādēs** – lai nodrošinātu ikviena Vidzemes plānošanas reģiona skolēna ekonomikas zināšanu pamatbāzi. Ieteicama arī biznesa izglītības programmu integrācija, piemēram, Junior Achievement Latvija vai citas alternatīvas programmas, kuru saturu atzinuši pedagogi un paši skolēni.
- **Uzņēmējdarbības motivācijas pasākumi** (izpratne par UD būtību, stereotipi, veiksmes stāsti, iedrošināšana) - sadarbībā ar sociāliem partneriem.
- **Pilsētu un novadu uzņēmēju vizītes skolās** – darbs ar jaunatni
- **Akcija „Nevari atrast darbu? Veido pats savu biznesu!”** kopā ar sociāliem partneriem
- Vasaras nometne „Reģiona/ novada jauno uzņēmēju vasaras skola”

2. fāze: darbs ar ideju autoriem un uzņēmējdarbības uzsācējiem:

- **Komandu un kontaktu veidošanas platforma** – reģiona vai pašvaldības līmeņa iniciatīva ar mērķi savest kopā ideju autorus un uzņēmējdarbības attīstītājus (ar uzņēmējspējām), kas ļauj testēt un komercializēt idejas daudz īsākā laika periodā. Piemēri ir **Garage 48** (Igaunija, www.garage48.org), Rīgā bijušais „Open Coffee Club” (uz kura bāzes izveidojās **Tech HUB**) vai **DEMOLA** (Somija, www.demola.fi).
- **Biznesa ideju konkursi** – ar mērķi sekmēt iedzīvotāju gatavību piedāvāt konkrētas idejas un sniegt tiem pamatiemaņas idejas formulēšanā un attīstības plānošanā (līdzīgi kā „Ideju kauss”, „Atspēriens” un „BRIGĀDE”).
- **Digitāla platforma ar aktuālajiem uzņēmējdarbības dokumentu paraugiem**, ietverot kontroljautājumus vai kontroles veidlapu, kas ļauj iepazīties ar visu

dokumentu paraugiem, kādiem jābūt lietvedībā, kā arī ar visām institūcijām, ar kurām jaunajam uzņēmējam būs sadarbība.

- **Pašvaldību nemateriālā atbalsta platforma** – pašvaldības identificē tās rīcībā esošos nemateriālos resursus, kuru izmantošana uzņēmējdarbības uzsācējiem ļauj straujāk tuvoties tirgum, taču pašvaldībai neveido būtisku papildu slogu (piemēram, līdz šim neizmantotu telpu pielietojums jaundibināto uzņēmumu birojiem, domes jurista vai grāmatvežu konsultācijas u.c.).
- **Reģiona mentoru tīkla izveide („Biznesa Patronu programma”)** – pēc reģiona aicinājuma pieredzējuši uzņēmēji piekrīt sabiedriskā kārtā nodot savu pieredzi jaunajiem uzņēmējiem, palīdzot tiem pieņemt produktīvākus stratēģiskos lēmumus. Mentoru motivācija – statuss, uzņēmēja pilsoniskā apziņa par nepieciešamību līdzdarboties jauno uzņēmēju paaudzes veidošanā. Sekmīgs piemērs ir „**Nordea Biznesa skola**”, kur ir liels konkurss, bet noslēgumā nav naudas balvu.
- **Mini-akselatoru izveide** novadu administratīvajos centros ar mērķi sniegt vietējām ekonomiskām aktivitātēm operatīvu atbalstu.

3. fāze: atbalsts esošajiem uzņēmējiem:

- **Uzņēmēju dienas** – ietverot arī meistarklases un Latvijā atzītu ekspertu vieslekcijas, kā arī uzņēmēju un **kompetenču kontaktbiržas**.
- **Kapacitātes stiprināšanas pasākumi esošajiem uzņēmējiem** par XXI gadsimtā būtiskām tēmām – starpdisciplināra sadarbība, produktu pievienotās vērtības radīšana, jaunu produktu izstrāde, funkcionālais dizains, personāla emocionālā motivēšana, efektīvi mūsdienīga mārketinga instrumenti u.c.
- **Simulācijas spēles rīkošana** – ar mērķi stiprināt esošo uzņēmēju spēju būt gataviem pārmaiņām un rīkoties stratēģiski un ilgtermiņā.
- **Konkursa „Gada inovatīvākais produkts” rīkošana**, balstoties uz LIAA pieredzi par līdzvērtīgu nacionāla mēroga konkursu.
- **Pašnovērtējuma instrumentu apkopšana** esošo uzņēmēju kapacitātes stiprināšanai, lai tie spētu novērtēt sava uzņēmuma konkurētspējas priekšrocības un vājās puses.
- **Lomu spēle administratīvā sloga mazināšanai** – ikgadēja akcija, kuras ietvaros pašvaldība ar uzņēmējiem apmainās lomām un veic abu sektoru analīzi, identificējot iespējas un draudus.

Rezultātu indikatori 2-3 gadu periodā – jaundibinātu uzņēmumu skaits, bezdarbnieku skaita samazināšanās, izmantoto komercplatību skaita pieaugums, ekonomiskās darbības virzienu skaita pieaugums (ekonomikas dažādošana) un iedzīvotāju ekonomiskās aktivitātes palielināšana (saimnieciskās darbības veicēju skaita pieaugums).

Projekta dalībnieku identificētās **nemateriālās vajadzības, ko var apmierināt pašvaldība:**

- Infrastruktūra (telpa **1.prezentācijai & darbam**)
- **Tematiskas konsultācijas** (GV, IĪ, juridiski u.c. jautājumi)
- Tematisku ekspertu **plašāka** pieejamība
- Interesu pārstāvniecība – “**degt** par savējiem”
- **Publicitātes** atbalsts novada laikrakstos
- Reģions/ novads - “kontaktpunkts” **partnerības** attīstībai
- Pašvaldības dienesti **kā informācijas/ datu avots** tirgus izpētei
- Standartizēta sistēma **ES projektu atskaišu** “murga” mazināšanai
- Bezdarbnieku **motivācijas sistēma** nodarbinātībai
- Pašvaldības darbinieki kā uzņēmuma **brīvprātīgie**

Pašvaldību **iniciatīvas** jaunatnes sabiedriskās aktivitātes uzlabošanā:

- Jauniešu forums (ikgadējs)
- Jauniešu dome (rekomendējošs status)
- Ēnu diena (jaunatnes izpratnes uzlabošana par publiskā sektora darbības pamatprincipiem)
- Kafija ar politiķi (neformāla komunikācija par būtiskām lietām)
- idejuTalka (radošās domāšanas pielietojums ideju straujākai attīstībai)
- Jauniešu akadēmija (neformālās izglītības programma)
- Brīvprātīgais darbs (pirmās darba pieredzes iegūšana)

Aktuālākās tēmas, ko jaunieši (projekta dalībnieki) vēlētos apgūt (aptaujas rezultāti), ir:

- Biznesa etiķete
- Līdera prasmju pilnveide
- Publiskās uzstāšanās prasmes (ietverot video treniņu)
- Investoru piesaiste
- Ārvalstu pieredze
- Uzņēmēju pieredze un stāsti
- Zīmola veidošana un mārketing
- Radošās domāšanas tehnikas
- Biznesa plāna izstrāde
- Tūrisma nozare, radošās industrijas un kultūras pasākumu plānošana
- Komandas izveide un attīstība, darbinieku motivācija
- Eksports, sadarbības iespējas ar Āziju

REKOMENDĀCIJU PRAKTISKAIS PIELIETOJUMS

Rekomendācijas sniedz vairākus praktiski izmantojamus un ieviešamus uzņēmējdarbības atbalsta instrumentus. Ņemot vērā ierobežotus resursus, kā arī katras individuālās pašvaldības vai reģiona specifiku, lēmumu pieņēmēji var izvēlēties savai situācijai atbilstošākos instrumentus, kā arī atbilstošākās fāzes, kurās vairāk fokusēties. Tomēr, ieteikums izmantojot šos instrumentus, ir sekmēt atbalstu pēc iespējas visās trīs fāzēs.

Piedāvātos atbalsta instrumentus var ieviest divos dažādos veidos:

- 1) Vienlaicīgi ieviest vairākus atbalsta instrumentus visās trīs atbalsta fāzēs, kas nozīmē vienlaicīgu darbu ar dažādām mērķauditorijām – gan potenciālajiem uzņēmējiem, gan biznesa uzsācējiem, gan jau esošiem uzņēmumiem.**

Piemēram: Pašvaldība var izvēlēties vienlaikus veikt 2-3 instrumentus katrā no fāzēm:

- Sabiedrības informēšanas un iedrošināšanas pasākumi: 1.fāze (mērķgrupa – potenciālie uzņēmēji);
- Darbs ar ideju autoriem un uzņēmējdarbības uzsācējiem: 2. Fāze (mērķgrupa – biznesa uzsācēji, jaunie uzņēmēji (~līdz 3g. vecs uzņēmums)
- Atbalsts esošajiem uzņēmējiem: 3. Fāze (mērķgrupa – esošie uzņēmēji (gan līdz 3g. veci, gan vecāki uzņēmumi)

Ņemot vērā šo pieeju, jārēķinās, ka tiek izmantots plašs instrumentu klāsts īsā laika posmā un vienlaikus, kas nozīmē arī lielākas izmaksas un lielāku resursu izlietojumu īstermiņā, taču sniedz labumu vairāk uzņēmējiem, aktivizē lielāku sabiedrības daļu, turklāt ļauj pašvaldībai strādāt ar plašākām mērķgrupām un veidot integrētu uzņēmējdarbības atbalsta piedāvājumu iesaistot gan jaunus, gan esošos uzņēmējus.

Riski:

- Ja ir nepietiekami resursi pilnvērtīgai visu fāžu instrumentu ieviešanai, pozitīvie rezultāti veidosies lēnāk un būs mazāki, jo reālais labums no instrumentu ieviešanas nebūs fokusēts un būs pārāk izkliedēts

(piem. pašvaldība izvēlās gan organizēt biznesa ideju konkursu biznesa uzsācējiem, gan inovatīvākā produkta konkursu esošiem uzņēmējiem, kā rezultātā ierobežotu resursu dēļ biznesa uzsācējam konkursā pieejamais grants var būt pārāk mazs reālai idejas attīstīšanai)

2) Ieviest uzņēmējdarbības atbalsta pasākumu paketi, kura tiek ieviesta secīgi, kas nozīmē secīgu atbalsta pasākumu īstenošanu un pilnveidošanu (fāze 1. – 3.) ilgākā laika posmā.

Piemēram: Pašvaldība var izvēlēties veikt vairākus atbalsta instrumentus visās fāzēs, taču ieviest tos pakāpeniski un ilgākā laika posmā.

- Sākumā (piem. pirmajā gadā) pašvaldība var veikt vairākus sabiedrības informēšanas un iedrošināšanas pasākumus: 1.fāze (mērķgrupa – potenciālie uzņēmēji), veltot tam pieejamos resursus, neīstenojot atbalsta pasākumus citās fāzēs
- Turpinot (piem. otrajā gadā) tiek sākts Darbs ar ideju autoriem un uzņēmējdarbības uzsācējiem: 2. fāze (mērķgrupa – biznesa uzsācēji, jaunie uzņēmēji (~līdz 3g. vecs uzņēmums), kas nozīmē vairāku atbalsta pasākumu ieviešanu tieši 2.fāzē, neīstenojot 3. fāzes atbalsta pasākumus
- Turpinot (piem. trešajā gadā) tiek veikti atbalsta pasākumi esošajiem uzņēmējiem: 3. fāze (mērķgrupa – esošie uzņēmēji (gan līdz 3g. veci, gan vecāki uzņēmumi) – īstenoti vairāki instrumenti tieši 3.fāzē.

Būtisks nosacījums izmantojot šo pieeju – uzsākot darbu pie 2. un 3. fāzes instrumentu īstenošanas, tas nenozīmē atbalsta pasākumu pārtraukšanu iepriekšējās fāzēs (jo veidojas ar vien jauni potenciālie un jaunie uzņēmēji, kam arī vajag atbalstu)!

Tas nozīmē, ka ir nepieciešama resursu bāzes pakāpeniska paplašināšana un fokusēšana – tāpat, ja 2 gadus ir jau sekmīgi darbojušies 1. fāzes pasākumi, un to īstenošanas izmaksas ir optimizētas un ieviešana efektīvāka, lielāku resursu daļu var novirzīt uz 3. vai 2. fāzes instrumentiem.

Ņemot vērā šo pieeju, jāreķinās, ka tiek izmantots plašs instrumentu klāsts un resursi, taču tas notiek pakāpeniski un ilgākā laika posmā. Tas nozīmē lielākas izmaksas ilgtermiņā, bet mazākas izmaksas īstermiņā un iespēju fokusēties un ātrāk efektīvākt atbalsta instrumentu ieviešanu. Īstermiņā tas nozīmē arī to, ka labumu gūst mazāk uzņēmēju (mērķgrupu) un pozitīvie rezultāti veidosies lēnāk.

Riski:

- Pozitīvie rezultāti no 1. fāzes veidosies un būs redzami lēnāk, un būs mazāki īstermiņā.
- Nespējot efektīvākt atbalsta instrumentu ieviešanu ilgtermiņā, momentā kad tiek ieviesti atbalsta pasākumi visās fāzēs, noslogojums uz ierobežotajiem resursiem būs pārāk liels, un var nākties pārstāt ieviest atsevišķus atbalsta pasākumus agrīnākās fāzēs.

Pašvaldības uzdevums ir izvēlēties atbilstošākos atbalsta instrumentus, skaidri definēt mērķgrupas, izvēlēties atbalsta ieviešanas pieeju, fokusēt resursus uz katrai pašvaldībai un mērķgrupai atbilstošāko instrumentu ieviešanu, un veikt ieviešanas efektivizāciju un monitoringu.

Maksimāli skaidri definējot mērķgrupas, izvēloties sev atbilstošāko ieviešanas veidu, fokusējoties uz ierobežota skaita instrumentu ieviešanu un to ieviešanas efektivizāciju, ir iespējams samazināt riskus un ātrāk iegūt redzamus rezultātus.

Pirms izvēlēties atbilstošākos instrumentus un to ieviešanas īstenošanu, ir ieteicams konsultēties ar mērķgrupām (uzņēmējiem un biznesa uzsācējiem), apzinot viņu konkrētās vajadzības.