

Projekts "Gatavs biznesam" ("ReforB")  
Projekta numurs: LLI-143

# Semināru "Iesaisties!" SAGATAVOŠANAS UN VADĪŠANAS VADLĪNIJAS

## Saturs

---

levads.....	3
1. "Iesaisties!" semināru apraksts.....	4
2. Sagatavošanās semināram "Iesaisties!" .....	5
3. "Iesaisties!" semināra norise .....	9
4. Uzņēmējdarbības problēmu risināšana, kas rodas jaunos uzņēmumos.....	10
5. Kā pārliecināties par savas uzņēmējdarbības idejas veiksmīgumu?.....	16
6. Projektu partneru apskats, mērķauditorijas pārstāvji un nozares profesionāļi. ....	22
7. Iesaistītās puses.....	23

## Ievads

---

Projekts «Gatavs biznesam» («ReforB») projekta Nr. LLI-143, tika īstenots Interreg V-A Latvija – Lietuva programmas 2014-2020 ietvaros. Projekta mērķis ir jauniešiem sniegt zināšanas un pieredzi savas uzņēmējdarbības uzsākšanai un pilnveidošanai, vai iemācīt iesākumā radīt savu uzņēmējdarbības ideju.

Uzņēmējdarbības uzsākšana nav vienkārša: jaunie uzņēmēji baidās pielietot savas prasmes jaunā sfērā. Jo īpaši jauniešiem, uzņēmējdarbības prasmes ir ļoti nepieciešamas, meklējot darbvietu, pilnveidojoties, uzņēmējdarbības veikšanai, kā arī svarīgu lēmumu pieņemšanā. Apgūstot uzņēmējdarbībā nepieciešamās prasmes, jaunieši spēj domāt produktīvāk, maina attieksmi pret sevi, kā arī pret apkārtējo vidi, viņi rīkojas mērķtiecīgi un ar entuziasmu, kā arī spēj jauniegūtās zināšanas pielietot dzīvē.

Projekta «Gatavs biznesam» partneri vienojās, ka viens no visveiksmīgākajiem uzņēmējdarbības apguves veidiem ir praktisku semināru rīkošana. Semināru cikls «Iesaisties!» tika rīkots projekta «Gatavs biznesam» ietvaros, vadoties pēc principa «Iedvesmojies – palidzi – dalies – analizē!» Semināru ciklā iesaistījās kā Latvijas, tā Lietuvas partneri un tajos galvenokārt tika pārstāvēti mazie un vidējie uzņēmēji. Semināru cikls «Iesaisties!» ir vērsts uz katru

konkrēto dalībnieku, lai ikvienam ir iespēja mācīties un praktizēties. Galvenā šī semināru cikla iezīme bija, ka tie ir rīkoti ar mērķi apmainīties ar pieredzi un iedvesmot jauniešus, tieši tāpēc lielo uzņēmumu pārstāvji, kā arī palaižu uzņēmumu pārstāvji tika aicināti piedalīties šajos semināros. Semināra dalībnieki nav tikai klausītāji, viņi tāpat tiek iesaistīti pārrunās, ar mērķi ļaut viņiem veikt ieteikumus uzņēmējiem, kā arī pārdomāt dažādus pozitīvos un negatīvos iespējamus notikumu attīstības scenārijus.

Laika posmā no 2017. gada līdz 2019. gadam, Latvijas un Lietuvas pilsētās tika aizvadīti seši semināri, un, pateicoties šiem semināriem, tika iegūta praktiska pieredze kā rīkot šāda veida pasākumus, kas ļāva izveidot šajā dokumentā atrodamās vadlīnijas semināru rīkošanas un īstenošanas laikā. Šajā dokumentā atrodamās vadlīnijas sniedz informāciju kā šādus pasākumus plānot, tiek minēti iespējamie temati, kāda veida uzņēmējiem būtu jāstāsta par savu uzņēmējdarbību, kā iesaistīt jauniešus ar entuziasmu piedalīties šajā pasākumā un kā veiksmīgi īstenot šādu semināru no sākuma līdz beigām. Šis dokuments ir paredzēts izglītības iestādēm, uzņēmējdarbības inkubatoriem, uzņēmējdarbības atbalsta organizācijām, jauniešu centriem un citiem interesentiem, kas plāno paši rīkot seminārus.



## 1. «Iesaisties!» semināru apraksts

Vienas pilnas dienas seminārs, kas rīkots pēc principa «Iedvesmojies — palidzi — dalies — analizē!», vienā vietā apvieno konkrētā semināra dalībniekus — jauniešus, kas plāno uzsākt savu uzņēmējdarbību un veiksmīgus uzņēmējus, kā arī tos cilvēkus, kas nesen ir sākuši savu uzņēmējdarbību vai tikai plāno uzsākt savu uzņēmumu.

Pasākums norisinās četrās daļās. Pirmajā daļā pieredzējuši un veiksmīgi uzņēmēji stāsta par savas uzņēmējdarbības sākuma stadiju — veiksmēm, neveiksmēm, sasniegumiem un uzdevumiem, kā arī ir gatavi atbildēt uz semināra dalībnieku uzdotajiem jautājumiem.

Otrajā semināra daļā, ar nosaukumu «Atrisini uzņēmēja likstas», uzņēmēji, kas pārstāv nesen dibinātus uzņēmumus, pastāsta par savu uzņēmumu, min konkrētas likstas savā uzņēmumā un lūdz padomu. Padomus sniedz kā semināra dalībnieki, tā pieredzējuši nozares speciālisti, kas ir aicināti piedalīties konkrētajā seminārā.

Trešajā semināra daļā, ar nosaukumu «Uzsāc savu uzņēmējdarbību», iespējamie palaides uzņēmumu pārstāvji stāsta par savu uzņēmējdarbības ideju un ļauj semināra dalībniekiem tās pārrunāt, kā arī ļauj semināra dalībniekiem un pieredzējušiem nozares ekspertiem tās analizēt.

Ceturtajā semināra daļā, ar nosaukumu «Paveries uz uzņēmumu ar citu skatījumu», semināra dalībnieki apskata un pārrunā dažādas situācijas no jauno sava reģiona uzņēmumu dzīves.

Dalība seminārā sniedz jauniešiem iespēju nodibināt jaunus kontaktus, paplāpāt ar līdzīgi domājošiem cilvēkiem, dzirdēt godīgus un patiesus stāstus par uzņēmējdarbības uzsākšanu, redzēt un pārrunāt uzņēmumus no dažādiem aspektiem, uzzināt jaunas idejas, kā arī gūt motivāciju uzsākt savu uzņēmējdarbību.

Palaides uzņēmumiem, dalība šādā seminārā ir nenovērtējama pieredze, kas ļauj savu uzņēmējdarbības ideju sadalīt sastāvdaļās un iegūt citu cilvēku viedokli par tās tālāku pilnveidi.

### Semināra mērķi:

- **Zināšanu sniegšana.** Jau veiksmīgi strādājoši un jauni uzņēmumu pārstāvji dalās savā pieredzē un zināšanās kā atrisināt dažādas problēmas, kā uzņēmumu vadīt bez aizķeršanās, kā attiekties pret darbiniekiem un klientiem, kā uzņēmuma darbībā rast nozīmi.
- **Sadarbības veidošana.** Semināru rīkošanas laikā pierādījās, kas semināri ir ne tikai vieta, kurā cilvēki dalās savās zināšanās un idejās, bet ir arī lieliska vieta jaunas sadarbības veidošanā.
- **Domubiedru atrašana.** Semināra laikā uzdotie praktiskie uzdevumi lieliski parāda jauniešu spēju atrast domubiedrus, kopā pārrunāt dažādas uzņēmējdarbības problēmas.
- **Pieredzes gūšana.** Jauniešiem bieži vien ir teorētiskas zināšanas, kas ir iegūtas kādā izglītības iestādē. Semināra laikā, jauniešiem ir lieliska iespēja satikties, sazināties, pārbaudīt un dalīties savās zināšanās ar cilvēkiem, kas pilnveido savu uzņēmējdarbību. Zināšanu un pieredzes apmaiņa motivē jauniešus turpināt darbu pie sava uzņēmuma veidošanas.

Semināru rīkotāju galvenais mērķis ir redzēt jaunu uzņēmumu rašanos. Seminārā ir iespēja satikties ne tikai ar jau pieredzējušiem uzņēmējiem, bet arī jauno uzņēmumu pārstāvjiem, kā arī iegūt dažādu uzņēmējdarbības pieredzi. Pārrunas, kas norisinās semināra «Iesaisties!» laikā ir vērtīgas ne tikai cilvēkiem, kas uzstājas, bet arī semināra dalībniekiem, kas ar entuziasmu piedalās praktiskajos uzdevumos, uzdod jautājumus un rada risinājumus.



## 2. Sagatavošanās semināram "Iesaisties!"

Sagatavošanās posmā ir jāveic šādi sagatavošanās darbi:

1) **Praktiskie jautājumi**, piemēram, semināra datuma laika noteikšana, norises vietas izvēle, kafijas pārtraukumu un pusdienas pārtraukumu rīkošana, tehnisko risinājumu nodrošināšana, izdales materiālu sagatavošana, sinhronās tulkošanas nodrošināšana (ja tāda nepieciešama).

2) **Semināra norises plāna projekta izveide**. Šajā sagatavošanās posmā ir zināmi konkrēti cilvēki, kas uzstāsies, kā ar viņiem nepieciešamais uzstāšanās laiks. Semināra gatavais plāns tiks apstiprināts vienu nedēļu pirms pasākuma.

## SEMINĀRS 'IESAISTIES!', KAS NORISINĀS

datums

VIETA:

### DIENAS PLĀNS

9.30 – 10.00	Dalībnieku ierašanās, reģistrācija un kafija
10.00 – 10.30	Pasākuma atklāšana Pasākuma rīkotāju uzruna Īss stāstījums par katru no cilvēkiem, kas uzstāsies leņpazīšanās
10.30 – 12.00	<b>1. daļa: Veiksmes stāsti</b> Veiksmes stāsts. Liels un veiksmīgs uzņēmums konkrētajā reģionā Divi cilvēki, katrs runā 40 līdz 50 minūtes
12.00 – 12.15	Kafijas pārtraukums
12.15 – 13.15	<b>2. daļa: Atrisini uzņēmēja likstas (I)</b> Jauno uzņēmumu pārstāvji stāsta par savu uzņēmumu, tostarp minot sasniegumus, izaicinājumus un problēmas, jautājumi un atbildes. Trīs cilvēki, katram pa 20 minūtēm.
13.15 – 14.00	Pusdienas
14.00 – 15.00	<b>2. daļa: Atrisini uzņēmēja likstas (II)</b> Visi semināra dalībnieki tiek sadalīti trīs vai četrās darba grupās. Katra grupa izvēlas vienu no situācijām, par kurām uzņēmēji stāstīja pirms pusdienām, grupās dalībnieki pārrunā prezentācijas un sagatavo pozitīvu un negatīvu nākotnes ainu katram no uzņēmējiem, paši izveido prezentāciju par konkrēto tēmu un iesaistās pārrunās.
15.00 – 15.40	<b>3. daļa: Uzņēmējdarbības uzsākšana</b> Iespējamais palaidies uzņēmums stāsta par savu ideju - trīs cilvēki, katram pa 20 minūtēm.
15.40 – 16.00	Kafijas pārtraukums
16.00 – 16.30	<b>4. daļa: "Paveries uz uzņēmumu ar citu skatījumu"</b> Saistoši uzņēmējdarbības piemēri no cita reģiona vai valsts.
16.30 – 16.45	Semināra noslēgums un tā izvērtēšana.

Attēls 1. Semināra norises plāna piemērs.

### 3) Kā piesaistīt cilvēkus, kas uzstāsies?

Saskaņā ar konkrētā semināra dienas plānu, pasākuma rīkotāji piesaista šādus cilvēkus, kas uzstāsies:

- veiksmīgus uzņēmējus;
- uzņēmējdarbības nozares speciālistus;
- jaunizveidotu uzņēmumu pārstāvjus;
- iespējamās palaižu uzņēmumus;
- uzņēmumu pārstāvjus no cita reģiona vai valsts.

Veiksmīgi uzņēmēji stāsta par savu uzņēmējdarbību semināra pirmajā daļā. Uzņēmējdarbības nozares speciālisti ar entuziasmu iesaistās otrajā daļā (kā I, tā II), kā arī trešajā daļā.

Jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvji aktīvi iesaistās otrajā daļā, iespējamo palaižu uzņēmumu pārstāvji trešajā daļā.

Uzņēmumu pārstāvji no cita reģiona vai valsts ir aicināti iesaistīties ceturtajā daļā. Protams, ja pasākuma rīkotājiem rodas grūtības šāda pārstāvja atrašanās, ir pieļaujams pašiem sagatavot prezentāciju un to nodemonstrēt semināra dalībniekiem ceturtajā daļā.

Semināra rīkotāji sagatavo sarakstu ar cilvēkiem, kurus jāuzaicina uz pasākumu. Lai šādu sarakstu sagatavotu, tiek izmantoti dažādi avoti — personīgie kontakti, partneru kontakti, pašvaldības kontakti, nevalstisko organizāciju kontakti, uzņēmējdarbības atbalsta centru kontakti, uzņēmējdarbības inkubatoru kontakti, jauniešu centru kontakti utt.

Pēc saraksta sagatavošanas, šie cilvēki tiek uzrunāti, izmantojot e-pastu, tālruni vai mobilās saziņas aplikācijas. Pasākuma rīkotāji izskaidro semināra būtību un mērķauditoriju, pārrunā uzstāšanos — ko vajadzētu uzsvērt un, kam pievērst papildu vērību — iepazīstina ar dienas plānu, palīdz cilvēkam un atbild uz jautājumiem, prezentācija, ja tāda tiks izmantota, tiek palūgta iepriekš.

Tāpat, būtu nepieciešams izveidot vadlīnijas kā pastāstīt par savu uzņēmējdarbības ideju un kā to pilnveidot. Šīs vadlīnijas galvenokārt ir nepieciešamas jaunizveidoto un palaižu uzņēmumu pārstāvjiem un tiek sniegtas pirms semināra norises.

Iesakām pieaicināt cilvēkus no dažādām uzņēmējdarbības nozarēm (mazumtirdzniecība, vairumtirdzniecība, ražošana, pakalpojumu sniedzēji).

Iesakām cilvēku, kas uzstāsies piesaisti aptuveni vienu mēnesi pirms semināra. Pārrunās ar uzņēmējiem no citiem reģioniem un valstīm ir jāisteno divus līdz trīs mēnešus iepriekš.

Gadījumā, ja cilvēka runa ir jāpārtulko tulkam, par to ir jāvienojas iepriekš.

### 4) Sagatavošanās prezentācijām un parrunām.

Semināra rīkotāji ar cilvēku prezentācijām, kas tiks izmantotas uzstāšanās laikā, iepazīstas iepriekš, ievāc nepieciešamo informāciju par konkrēto uzņēmējdarbības situāciju un nosaka galvenos pārrunu aspektus un apkopo prezentācijas.

### 5) Saziņa ar semināra dalībniekiem.

Vadoties pēc veiksmīgās «Iesaisties!» semināru cikla sērijas, iesakām pieaicināt no 24 līdz 48 semināra dalībniekiem. Optimālais skaits ir 36. Jāievēro, lai abi dzimumi tiktu pārstāvēti aptuveni līdzīgā skaitā, tādējādi tiek veicināts semināra dalībnieku radošums.

Semināra rīkotājiem ir jāuzsāk semināra dalībnieku piesaiste aptuveni vienu mēnesi pirms konkrētā semināra. Var tikt izmantoti vairāki veidi kā piesaistīt semināra dalībnieku (skatīt tālāk). Semināra dalībnieku reģistrācija tiek veikta caur e-pastu, sociālajā vietnē «Facebook» vai telefoniski. Tajā pašā laikā, cilvēku skaits, kas pēdējā brīdī atteiksies no dalības seminārā, ir aptuveni 10%.

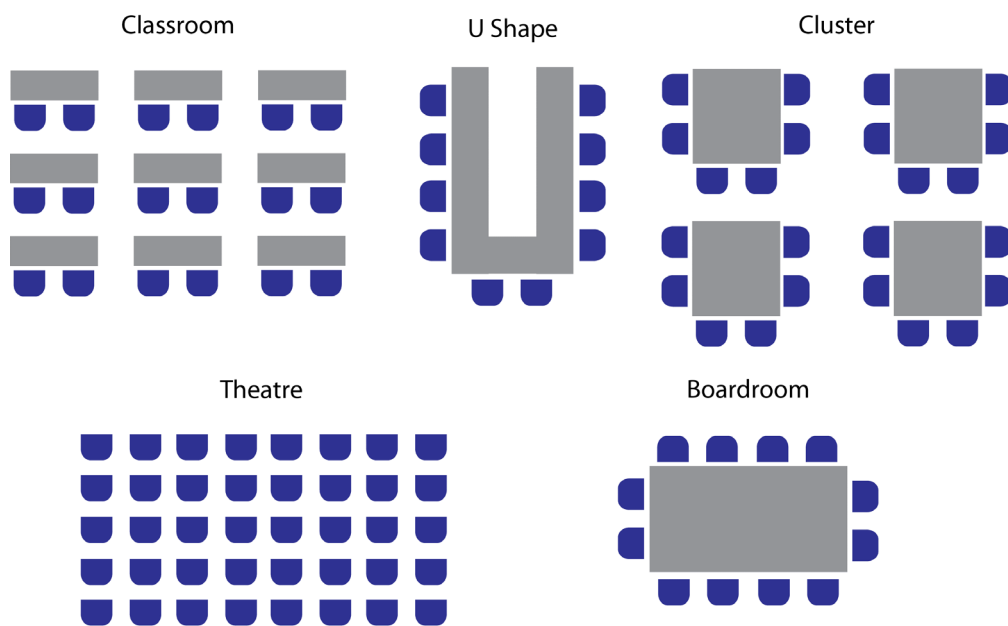
Pirms semināra sākuma, rīkotāji iedrošina dalībniekus uzvesties draudzīgi savā starpā un aicina savā starpā pārrunāt dažādus stāstus, likstas, izaicinājumus, rūpes utt., kā arī lūdz izteikties par pārējo pausto informāciju. Semināra dalībniekiem ir iespēja uzdot jautājumus, izmantojot e-pastu, sociālo vietni «Facebook», vai telefoniski. Semināra noslēgumā, dalībnieki aizpilda semināra novērtējuma anketu.

6) Nepieciešamās mācības un instrukcijas konkrētā pasākuma vadītājam un palīgam nodod semināra rīkotāji pirms paša semināra, lai nodrošinātu tā raitu norisi.

### 7) Galdu izvietojums semināra norises telpā.

Nemot vērā konkrētā semināra cikla veidu, iesakām rast iespēju pamainīt galda izvietojumu semināra norises telpā. Piemēram, pirmās daļas un otrās daļas laikā vislabākais veids galda izvietojumam ir «Theatre» vai «Classroom» (skatīt attēlu 2 zemāk). Lai darbotos grupās (otrā daļa II), iesakām izvēlēties izvietojumu «Cluster». Galdu izvietojumu var pārmainīt semināra rīkotāji pusdienu pārtraukuma laikā.

Tāpat jāpiemin, ka galdu izvietojums pēc principa «Cluster» ir pieļaujams jau no paša pasākuma sākumā. Šādā gadījumā, jāievēro, lai ikviens dalībnieks pie jebkura galda redz uz prezentācijas.



Attēls 2. Galdu izvietojuma piemēri.

### 8) Semināra «Iesaisties!» popularizēšana.

Viena no galvenajām semināra rīkošanas daļām ir tā popularizēšana. Auditorijas piesaistei galvenais ir cilvēkus informēt par semināru. Semināra rīkotājiem iesakām sagatavot semināra «Iesaisties!» popularizēšanas izdales materiālu brīdī, kad konkrētā semināra datums un norises laiks ir noteikts. Popularizēšanas izdales materiāls sastāv no ielūguma uz pasākumu un semināra plakātu (skatīt attēlu 3). Lai informāciju izdales materiālā padarītu pievilcīgāku, iesakām atainot semināra pievienoto vērtību kā cilvēkiem, kas uzstājas, tā dalībniekiem.

Semināra dalībnieku piesaistei iesakām izmantot šādus popularizēšanas un saziņas veidus:

- Sociālie tīkli: "Facebook" lapa, rīkotāja mājaslapa, "Facebook" pasākumi ar iespēju pieteikties;
- Tieši e-pasti izglītības iestādēm, mācību centriem, uzņēmējdarbības inkubatoriem, uzņēmējdarbības pilnveides un atbalsta organizācijām utt.;
- Informatīvi izdevumi;
- Konkrētā semināra popularizēšana citos semināra rīkotāja pasākumos, vai pasākumos, kurus rīko atbalstītāji.



## SEMINAR "BE INVOLVED"!

12 JULY 2018



Attēls 3. Semināra plakāta piemērs.

### 9) Izejmateriāli, aprīkojums un kancelejas preces.

Semināra rīkotājam ir jābūt informētam par pasākuma dalībnieku skaitu un ir jāsagatavo visi nepieciešamie izejmateriāli, aprīkojums un kancelejas preces;

- saraksts ar dalībniekiem un to kontaktinformāciju un atsevišķa sadaļa parakstiem;
- piespraudes ar dalībnieku vārdiem un atstātu vietu komandas numura uzrakstīšanai (nepieciešams otrās daļas II);

Piespraudes ar dalībnieku vārdus ļauj semināra rīkotājiem iepazīties ar pasākuma dalībniekiem, kā arī ļauj dalībniekiem vieglāk un ērtāk sazināties savā starpā. Tajā pašā laikā, ir nepieciešams sagatavot neaizpildītas piespraudes ar vārdu un komandas numuru, gadījumā, ja dalībnieki samainās.

- komandas numurs, ko likt uz galdiem (otrās daļas II);
- mikrofons (atkarīgs no pasākuma telpas);
- ekrāns prezentācijām;
- aprīkojums prezentācijām;
- izdales materiāli prezentācijām;
- semināra novērtējuma veidlapas.

## SEMINĀRS «IESAISTIES!»

DATUMS UN NORISES VIETA \_\_\_\_\_

### NOVĒRTĒJUMA VEIDLAPA

Lūdzam aizpildīt šo semināra novērtējuma veidlapu. Jūsu viedoklis mums ir būtisks turpmākai semināra cikla pilnveidei.

Ierakstiet to ciparu, kurš visprecīzāk ataino jūsu viedokli. Ciparu sadalījums ir šāds:

**1 – vāji, 2 – samērā labi, 3 – labi, 4 – ļoti labi, 5 – izcili**

Nr.		1	2	3	4	5
1	Semināra novērtējums					
2	Pirmās daļas novērtējums					
3	Otrās daļas novērtējums					
4	Otrās daļas II novērtējums					
5	Trešās daļas novērtējums					
6	Ceturtais daļas novērtējums					
7	Informācija pirms semināra					
8	Informācija semināra laikā					
9	Semināra lietderīgums					
10	Semināra veids					
11	Semināra norises vieta					
12	Semināra ilgums					
13	Kafijas pauzes					
14	Pusdienas					

Papildu komentāri un ieteikumi...  
Paldies par atbildēm!

*Attēls 4. Semināra novērtējuma veidlapas piemērs.*



Semināra novērtējuma veidlapu izstrādā rīkotāji, un to var veidot dažādos veidos. Semināra novērtējuma veidlapas būs kā daļa no gala atskaitei veidošanas.

– Dalībnieku sertifikāti.

Sertifikātus sagatavo, balstoties uz semināra dalībnieku sarakstu. Iesakām sagatavot personalizētus sertifikātus, protams, nepieciešams sagatavot pāris neaizpildītus sertifikātus, gadījumā, ja semināra dalībnieki samainās.

- Divas tāfeles ar pietiekami daudz papīra;
- Krāsainos marķierus (četrās krāsās: melns, zils, sarkans, zaļš), viens šāds marķieru komplekts katrai komandai otras daļas II laikā;
- Līmlapiņas;
- A4 formāta lapas katram semināra dalībniekam;
- Pildspalvas katram semināra dalībniekam;
- līmlenti, ar kuru pielīmēt papīru.

### 3. Semināra «Iesaisties!» norise

---

Semināra «Iesaisties!» norisi vada pasākuma vadītājs un palīgs (palīgi), vadoties pēc pasākuma dienas plāna.

#### 1. Reģistrācija.

Semināra dalībnieki ierodas norises vieta, reģistrējas iepriekš sagatavotā saraksta, saņem nozīmītes ar vārdu un vietu komandas numura ierakstīšanai. Komandas numurs ir svarīgs semināra otrajā daļā (II).

Semināra dalībnieki iesākumā apsēžas brīvās vietās. Galdi telpā ir sakārtoti pēc principa «Theatre» vai «Classroom». Ja galdi ir sakārtoti pēc principa «Cluster», semināra dalībnieki apsēžas pie tā galdiņa, uz kura ir viņa komandas numurs.

#### 2. Semināra atklāšana.

Semināra rīkotāji sveic dalībniekus, īsi pastāsta par semināra plānu un novēl veiksmīgi dienu, jaunu ideju rašanos un jaunus kontaktus, tāpat iepazīstina ar pasākuma vadītāju un asistentiem, kas vadīs semināru.

Pēc tam, vadoties pēc semināra dalībnieka skaita, pasākuma vadītājs var aicināt dalībniekus īsi pastāstīt par sevi (vēlams ar nelielu humora devu), vai arī veikt pirmo iepazīšanos nodarbi.

Piemēram, semināra dalībnieki saviem blakussēdētājiem pajautā, ko viņi labprāt ēd brokastis un kāds ir viņu iecienītākais saldējums.

Mūsu pieredze liecina, ka šādi nepiespiesti jautājumi, semināra dalībnieku vidū raisa dzīvīgas pārrunas, un ne tikai blakussēdētāju vidū.

#### 3. Pirmā daļa – VEIKSMES STĀSTI

Pirmās daļas sākumā, pasākuma vadītājs īsumā pastāsta par cilvēkiem, kas uzstāsies; pēc tam veiksmīgie uzņēmēji dalās savā pieredzē un kā viņi

nolēma uzsākt savu uzņēmējdarbību, tostarp pastāstot par kāpumiem un kritumiem.

Pēc katras runas, pasākuma vadītājs uzdod jautājumus un aicina semināra dalībniekus rīkoties tāpat.

#### 4. Otrā daļa – ATRISINI UZŅĒMĒJA LIKSTAS I

Pasākuma vadītājs īsumā pastāsta par jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvjiem. Uzņēmuma pārstāvji pastāsta par uzņēmumu un raksturo konkrētas likstas, un lūdz padomus.

Kad visas prezentācijas ir aizvadītas, pasākuma vadītājs rīko pārrunas. Gala lēmums pieder pieaicinātajiem uzņēmējdarbības nozares speciālistiem.

#### 5. Otrā daļa – ATRISINI UZŅĒMĒJA LIKSTAS II

Pēc pusdienu pārtraukuma, semināra dalībnieki sasēžas pie galdiem, kas ir sakārtoti pēc principa «Cluster», ievērojot dienas sākumā iedalītas komandas numuru. Iesakām sadalīties trīs līdz četrās komandās. Pasākuma vadītājs katrai komandai iedala vienu uzņēmēja likstu no pirmās daļas prezentācijām. Komandas izvēlas kapteini, kas būs atbildīgs par pārrunu vadīšanu, kā arī ir atbildīgs par pozitīvo un negatīvo notikumu atrisinājumu konkrētajā jaunizveidotajā uzņēmumā.

Iesakām visiem komandas dalībniekiem nostāties auditorijas priekšā un pastāstīt par kopīgi iegūtajiem rezultātiem. Pasākuma vadītājs par šo plānu informē jau iepriekš.

Kad visas komandas savu prezentāciju ir pabeigušas, pasākuma vadītājs un tā palīgi uzsāk kopīgu diskusiju, un lūdz pieaicinātajiem speciālistiem izteikties par katras komandas piedāvāto notikumu gaidu konkrētajā uzņēmumā.

## 6. Trešā daļa – SĀKAM UZŅĒMĒJDARBĪBU

Pasākuma vadītājs sniedz iespēju iespējamajiem palaižu uzņēmumiem pastāstīt par savu uzņēmējdarbības ideju. Šajā daļā pasākuma vadītājs un palīgi ar entuziasmu iesaistās konkrētajās prezentācijās, un, ja nepieciešams, palīdz cilvēkam, kas uzstājas. Parasti, kopīgas pārrunas un speciālistu viedoklis noslēdz šo pasākuma daļu.

## 7. Ceturtā daļa – PASKATIES UZ UZŅĒMUMU NO CITAS PUSES

Pasākuma vadītājs aicina uzstāties nesen izveidojušies, bet sevi labi pierādījušos uzņēmumus no cita reģiona vai valsts, un pastāsta kāpēc konkrētais uzņēmums ir uzaicināts piedalīties konkrētajā seminārā. Prezentācijas beigās, semināra dalībnieki tiek aicināti iesaistīties pārrunās. Šajās pārrunās uzsvars tiek likts uz konkrētā uzņēmēja ieteikumiem citiem cilvēkiem, kas vēlas uzsākt savu uzņēmējdarbību.

## 8. Semināra noslēgums.

Pasākuma vadītājs apkopo galvenās semināra laikā izrunātās lietas, atskatās uz visbūtiskākajām idejām un ieteikumiem, kā arī pasaka paldies semināra dalībniekiem un atbild uz jautājumiem, ja tādi rodas. Pasākuma vadītājs un viņa palīgi izdala semināra novērtējuma veidlapas un lūdz tās aizpildīt. Seminārs ir galā.

## 9. Ko darīt pēc semināra noslēguma?

Cilvēkiem, kuri uzstājās, semināra dalībnieki nosūta pateicības vēstuli kopā ar attēliem, kā arī ar viņiem sazinās telefoniski.

Tiek izskatītas semināra novērtējuma veidlapas un tiek sagatavota atskaite; atskaitē iegūtie rezultāti ļauj analizēt semināra plusus un mīnus.

Pasākuma rīkotāja «Facebook» lapā ir atrodams semināra apraksts ar attēliem, kā arī mājaslapa un sadarbības partneru mājaslapas.

## 4. Jaunizveidoto uzņēmumu pieredze un stāsti

Projekta «Gatavs biznesam» laikā no 2017. gada līdz 2019. gadam tika sarīkoti seši «Iesaisties!» semināri, kas tika organizēti pilsētās kā Lietuvā, tā Latvijā. Dalībniekus iedvesmoja trīspadsmit lielie uzņēmēji un trīsdesmit seši jaunizveidoti uzņēmumi un palaižu uzņēmumi. Visi semināri tika atzinīgi novērtēti, tā dalībnieki bija entuziasma un aizrautības, kā arī apņēmības pilni savas uzņēmējdarbības uzsākšanai.

### VENTSPILS.

Pirmais «Iesaisties!» seminārs norisinājās Ventspils pilsētas Jauniešu mājā; vietas izvēle bija ļoti atbilstoša neformālām nodarbēm un jauniešiem šķita mājīga. Septiņi dažādi uzņēmēji tika pieaicināti dalībai seminārā (ilgstoši darbojušies uzņēmumi, jaunizveidoti uzņēmumi un palaižu uzņēmumi), lai dalītos stāstos un pieredzē par savu uzņēmējdarbību un izmantotajiem paņēmieniem. Dažiem bija lieli plāni nākotnei, daži ir apmierināti ar savu mazo uzņēmumu un darbu, ko dara.

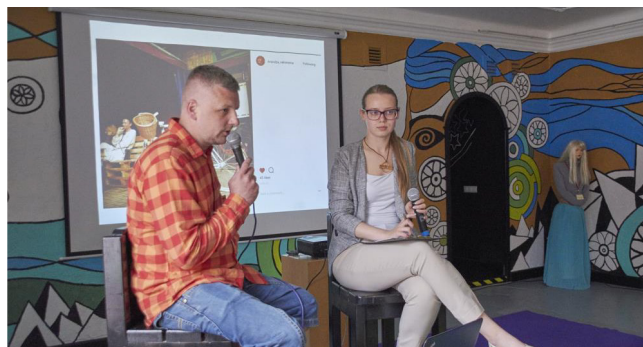
Otrajā daļā piedalījās jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvji, lai pastāstītu par savu uzņēmējdarbību, sasniegumiem, neveiksmēm, sarežģījumiem un plāniem:

1. Maiznīcas «Bitīte» pārstāvis **Oskars Bierants** ir īpašnieks un maiznieks savā maiznīcā, un viņš bija

pirmais uzņēmējs Ventspilī, kas savā sortimentā iekļāva dažādus kafijas un kūciņu/maiziņu veidus. Pāris gadus nodzīvojis APvienotajā Karalistē, saprata, ka viņam pietrūkst mājas un atgriezās Latvijā, lai uzsāktu savu uzņēmējdarbību. Viņš vēlas nodarboties ar to, kas viņam patīk un grib nopelnīt tik daudz, lai varētu nodrošināt sevi un savu ģimeni.



2. **Oranžo velonomu** (Orange Velorent company) pārstāvēja **Endijs Apse**. Endijs ir ļoti aizrautīgs cilvēks, kuram patīk veidot un labot velosipēdus citiem cilvēkiem, kā arī tos tirgot. Viņš aizsāka savu velonomas uzņēmumu pirms pāris gadiem, un nu viņam pilsētas centrā ir telpas, kurās cilvēki var ballēties, spēlēt spēles un, protams, iznomāt velosipēdu. Endijs piedalās daudzos pilsētas pasākumos un piedāvā savu pasākuma programmu. Viņam ir arī oficiāla darba vieta, tomēr nākotnē viņš vēlētos būt pašnodarbinātais.



3. **Kāzu fotogrāfs Roberts Skutelis** ir pašnodarbināts fotogrāfs, kas domā viņam piemīt sava "odziņa" Mūsdienās ļoti daudzi cilvēki sevi dēvē par fotogrāfiem, tāpēc Roberta atšķirības zīme ir kāzu fotogrāmatu izstrāde un viņš uzskata, ka fotogrāfijā "jaunievedumi tiek pārspilēti".

**Secinājums:** Visi trīs uzņēmēji ar prieku piedalījās šajā pasākumā, dalījies savā pieredzē un nākotnes plānos, kā arī piedalījies pārrunās. Semināra dalībnieki pēc semināra jutās iedvesmoti un aizrautības pilni uzsākt savu uzņēmējdarbību.



## VISAGINA.

Nākamais "Iesaisties!" seminārs norisinājās Visaginas pilsētas Jaunrades namā. Šī ir vieta radošām nodarbēm un dažādiem semināriem kā bērniem, tā jauniešiem. Semināra laikā dalībniekiem bija iespēja apskatīt dažus no semināriem, lai labāk saprastu ar ko jaunieši šeit nodarbojas.

Otrajā daļā piedalījās jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvji, lai pastāstītu par savu uzņēmējdarbību, sasniegumiem, neveiksmēm, sarežģījumiem un plāniem.



*Šis ir iespēju laikmets, tādēļ jauniešiem vajadzētu būt augsti motivētiem uzņēmējdarbības uzsākšanai.*



**1. "Visagino Monika"** īpašniece un vadītāja **Olga Polomošnova** pastāstīja par savu uzņēmumu: kancelejas preču veikali Visaginā un Zarasī. Šobrīd viņa vada savu uzņēmumu ar ģimenes locekļiem un uzticamiem darbiniekiem. Semināra dalībniekiem pastāstīja par uzņēmējdarbības struktūru, kā uzsāka uzņēmējdarbību un kādi ir nākotnes plāni. Īpašniece tāpat pastāstīja par likstām, ar kurām saskārās Lietuvā - cilvēku imigrācija, zemi ienākumi, labu speciālistu trūkums. Tajā pašā laikā, viņa norādīja, ka šis ir iespēju laikmets, tādēļ jauniešiem vajadzētu būt augsti motivētiem uzņēmējdarbības uzsākšanai.

**2. "Saleksas"** pieder **Aleksejam Savchenko**, kurš ir viens no jaunākajiem veiksmīgajiem uzņēmējiem Visaginā. Viņš sāka strādāt piecpadsmit gadu vecumā autodarbniecā. Kopš 24 gadu vecuma viņam pieder savi uzņēmumi: auto rezerves daļu veikals, autodarbība, autoīres uzņēmums. Aleksejs pastāstīja par sava uzņēmuma pirmsākumiem, pastāstīja informāciju par finansēm un pat dalījās noslēpumos. Semināra dalībnieki uzdeva daudz jautājumu un ieguva vērtīgu informāciju uzņēmējdarbības uzsākšanai.

**3. "LitWild"** ir ģimenes uzņēmums. Uzņēmums koncentrējas uz pārgājienu rīkošanu un aktīvas atpūtas organizēšanu Aukštaitijas reģionā Lietuvā, Lietuvas ziemeļaustrumi. Uzņēmums sniedz iespēju cilvēkiem izrauties no betona džungļiem, atgūt saikni ar dabu un ieelpot svaigu gaisu. Šis uzņēmuma piemērs ir lielisks ikvienam, jo šie cilvēki atgriezās no Apvienotās Karalistes, lai uzsāktu savu uzņēmējdarbību šeit, un lai gan viņi ir jauni, tiem ir augstas ambīcijas un lieliskas idejas. No Lietuvas prezidenta ir saņēmuši apbalvojumu "Varoņi starp mums" par lielisku patriotisma piemēru. Semināra dalībnieki bija ļoti pārsteigti un uzdeva daudz jautājumu, un pat vēlējās doties pārgājienā.

**Secinājums:** visi trīs uzņēmēji uzsvēra, ka Visagina ir mazpilsēta un ir būtiski uzturēt labas attiecības ar pašvaldību, citām iestādēm un sabiedrību. Tāpat, uzņēmēji atzina, ka panākumus var gūt tikai smagā darbā un pacietībā.



## PANEVĒŽA.

Trešais «Iesaisties!» seminārs notika Panevėžā viesnīcā «Romantic Hotel». Piedalījās vairāk nekā 60 cilvēku. Pasākuma otrajā daļā uzstājās trīs jaunizveidoti uzņēmumu pārstāvji:

1. **Skaistumkopšanas speciāliste Jurgita Kravceva** vairāk stāstīja par profesionālajam iemaņām, kas nepieciešamas viņas izvēlētajā uzņēmējdarbības nozarē. Šādam uzņēmējam ir jābūt psiholoģiski gatavam un ir jāzina viss par veicamo darbu un izmantojamajiem produktiem, lai varētu profesionāli darboties. Jurgita minēja, ka daudz ir mācījusies papildu – grāmatvedība, tirgvedība, saziņa ar piegādātājiem.

2. **Austē Mikalajunaitē** pieder **apģērbu veikals**.

Tas ir bijis viņas sapnis jau no skolas laikiem, kas pakāpeniski ir piepildījies. Uzņēmējai ir bakalaura grāds uzņēmējdarbības vadībā un pāris gadus ir dzīvojuši Norvēģijā. «Manu sapņu īstenošanas sākums bija visiedvesmojošākā uzņēmējdarbības daļa,» stāstīja uzņēmēja. Daudz lietu paveic pati vai ar ģimenes atbalstu. Viņai pietika drosmes pajautāt vietējai avīzei, lai publicē rakstu par viņas uzņēmumu. Reiz kā apmierināts

klients ieteica viņai publicēt rakstu [www.delfi.lt](http://www.delfi.lt) mājaslapā. Šis tirgvedības idejas palīdzēja uzņēmējai, un atzist, ka viņas uzņēmējdarbība attīstās.

3. **Justinas Dalinda** ir īpašniece **kafijas bāram «Kavaliērius»**. Vieta, kur satikties – šāds bija uzņēmuma moto. Semināra dalībniekiem viņa pastāstīja par neveiksmēm, problēmām ar piegādātājiem, prasmju trūkumu un juridisko zināšanu nepilnībām, ierobežotajiem resursiem, lai īstenotu savu ideju. Lai vai kā, visas likstas tika pārvarētas un nu viņai ir veiksmīgs uzņēmums. Uzņēmēja saka, ka: «Manā kafijas bārā varat iegūt tādas pašas raudzes produktus kā «Nujorkā vai Sidnejā». Uzņēmēja par šo faktu ir lepna un atzist, ka uzņēmumu veiksmei nepieciešamas šādas lietas: pozitīva attieksme, apkalpojošais personāls un ikdienas gaita konkrētajam uzņēmumam.

**Secinājums:** Semināra dalībnieki bija jaunieši un viņi ar prieku uzklauzīja citu jaunu cilvēku stāstus par savas uzņēmējdarbības uzsākšanu. Bija ļoti iedvesmojoši piedalīties seminārā, kurš nepārtraukti šķita kā saruna starp cilvēkiem zālē un cilvēkiem, kas uzstājās. Visi uzņēmēji ar prieku dalījās pieredzē un sniedza padomus.



## JELGAVA

Nākamais «Iesaisties!» seminārs tika rīkots Latvijas Lauksaimniecības universitātes telpās.

Otrajā daļā piedalījās jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvji, lai pastāstītu par savu uzņēmējdarbību, sasniegumiem, neveiksmēm, sarežģījumiem un plāniem:

1. **Ginta Kronberga**, kas ir līdzīpašniece uzņēmumā **«Eco Pack»** kopā ar savu vīru, stāstīja par jaunu produktu līniju, kas tirgū nonākusi nesēn: izglītojošas koka rotaļlietas un spēles bērniem ar īpašām vajadzībām, kas ir izstrādātas kopā ar Montessori pedagoģijas skolotāju. Viņas moto: «Ja vari, ko iedomāties, vari to paveikt!»



2. **Lienite Vitiņa-Zustrupa**, pārstāv uzņēmumu «Miesai un Garam» sniedz pirts pakalpojumus. Savas uzrunas laikā jutās emocionāli savijota, atceroties sava uzņēmuma pirmsākumus. Viņa sāka savu karjeru kā pārdošanas nodaļas vadītāja, un tas viņai paveicās, tomēr, kādā brīdī viņa apjauta, ka labi jūtas tikai brīvdienās, atrodoties tuvāk dabai. Viņa stāsta: «Es vairs nevarēju būt tikai viens no zobratiem lielajā mehānismā.» Latvijas Pirts skolā apguva pirtnieka arodu. Kad viņai nav klientu, uzņēmēja pati vāc zālītes un taisa ādas skrubjus un slotiņas.



3. **Olga Volkova** veido ādas aksesuārus jau desmit gadu. Šobrīd viņa ar aizrautību nododas savai jaunajai uzņēmējdarbības idejai – krāsains un moderns apģērbs sportam. Olgai ir paveicies ar uzticamu partneri – viņas draudzeni zumbas instruktori. Semināra dalībniekus ļoti uzrunāja pirmie jaunās kolekcijas attēli.

**Secinājums:** Jelgavas seminārā piedalījās interesantu uzņēmumu pārstāvji. Semināra dalībniekiem patika prezentācijas, jo īpaši uzzināt par veidu, kā cilvēki nonāk līdz savai uzņēmējdarbības idejai. Uzņēmēji uzsvēra, ka, ticot savai uzņēmējdarbības idejai, to ir iespējams arī īstenot.



## KLAIPĒDA

Piektais «Iesaisties!» seminārs tika rīkots pēc principa «Iedvesmojies – palidzi – dalies – analizē!» un par norises vietu tika izvēlēts Klaipēdas Zinātnes un tehnoloģiju parks.

Klaipēdas Zinātnes un tehnoloģiju parks koncentrējas uz radošas uzņēmējdarbības popularizēšanu reģionā, ar mērķi nodrošināt lielāku ekonomisko konkurētspēju un radīt pielāgotu vietu palaidies uzņēmumiem.

Otrajā daļā tika pieaicināti jaunizveidoti, radoši uzņēmumi no «Castle Makerspace»:

1. **Marina Fomčenkova**, kas 13 gadus bija angļu valodas skolotāja, nodibināja apģērba uzņēmumu **Pepper Me** kopā ar savu draugu, pēc tam kad iedvesmojās Londonā redzētajā Audumu izstādē. Vēlāk, Marina nodibināja savu juvelierizstrādājumu uzņēmumu KOZA, ieguva izglītību Modes dizainā un veidoja stilizētus fotoattēlus. Viņa uzsvēra labas komandas nozīmi; imitāciju. Viņa stāsta: «Ir neiespējami vienlaicīgi būt grāmatvedei un radošai personai». Semināra laikā viņa dalījās motivācijas noslēpumos un kā tiek veidotas jaunās apģērba kolekcijas.



2. **Asta Šomkaitē** ir vēl viena pārstāve no «Castle Makerspace», viņa izgatavo ārkārtīgi skaistus juvelierizstrādājumus ar iestrādātiem dabiskiem elementiem. Viņas zīmola «**Shomka**» būtība ir cieši saistīta ar Astas mājvietu – Klaipēdu. Viņas juvelierizstrādājumos ir vairāki elementi, tostarp jūra, ziedi un koks. Uzņēmēja parādīja divus neparastus divpusējos gredzenus un piespraudi ar uzrakstu «Ieklausies sevī». Uzņēmēja lielu vērtību pievērš tieši iepakojumam un ik vienu produktu nosūta kopā ar roku rakstītu kartiņu. Viņas moto «Laime ir veidota ar rokām».

3. **Kristina Gerulė** ir līdzīpašniece četru uzņēmēju pārstāvētā uzņēmumā ar nosaukumu **«Candle Lovers»**. Ģimenes uzņēmums Klaipēdā, kas jau pirmajā gadā kļuva par istu veiksmes stāstu. Uzņēmums ražo sveces izmantojot palmu vasku, kas ir pieejamas vairāk nekā desmit dažādos smaržu veidos, kā arī formās un izmēros. Papildu svecēm, tiek piedāvāti ar minimālista stilā izstrādāti koka aksesuāri svecēm. Uzņēmēji ir atraduši veidu, kā produktu padarīt personisku — ik vienam produktam tiek pievienota īsa romantiska vēstule, ko it kā ir rakstījusi svece. Šobrīd par uzņēmumu runā valsts līmenī.



4. **Edvinas Pranaitis** pārstāv **Hit-Kick/PRANA Creations**. Viņš rada mūziku, ir viens no dalībniekiem muzikālajā grupā «Hit-Kick», kā arī pašapmācības ceļā apguvis dizainu un gleznošanu. Uzņēmēja stāsts parāda to, ka reizēm savai aizrautībai nevajag turēties pretī, un nav svarīgi kādu ceļu dzīvē esi nolēmis iet. Virietis devās uz Nīderlandi apgūt Starptautisko Tirdzniecību, tomēr pēc brīža spēlēja mūziku romu grupā un fotografēja. Šobrīd viņa lielākais uzdevums ir no šī hobija gūt iztikas līdzekļus, tomēr pirmie soļi šajā virzienā jau ir sperti.



**Secinājums:** seminārs dalībniekiem šķita saistošs, jo viņiem bija iespēja uz klausīt dažādu nozaru pārstāvju — māksla, izglītība, IT u. c., kā arī uzdot jautājumus.

## DAUGAVPILS

Pēdējais «Iesaisties!» seminārs norisinājās Daugavpils Universitātē. Dalībnieki no Latvijas un Lietuvas ieradās uz pasākumu, lai sastaptu dažādu uzņēmumu pārstāvjus — sākot no tādiem, kam ir uzņēmējdarbības ideja un noslēdzot ar tādiem, kuri savu uzņēmumu vada jau ilgu laiku. Kā ierasts, seminārs bija sadalīts četrās daļās.

Otrajā daļā piedalījās jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvji, lai pastāstītu par savu uzņēmējdarbību, sasniegumiem, neveiksmēm, sarežģījumiem un plāniem:

1. **Alexandr Podjava** pastāstīja par savu sporta klubu **«Intense Fitness»**, kas atrodas Daugavpilī. Sporta klubā ir iespējams nodarboties ar daudziem sporta veidiem, tostarp cīņas mākslu, TRX un funkcionālo fitnesu. Viņš nesen ir atvēris jaunu uzņēmumu «KoloJourney», kas piedāvā atpūtas un izglītības ekskursijas visā pasaulē. Aleksandrs plāno piesaistīt vingruma trenerus, veselības aprūpes speciālistus un uzņēmējus, kas ekskursiju laikā savas zināšanas nodos tūristiem. Uzņēmējs neapstāsies pie sasniegtā Daugavpilī, Latgalē vai Latvijā. Viņš ir



gatavs sadarboties ar klientiem visā pasaulē un ar lielu aizrautību strādā pie saviem mērķiem.

2. **Eduard Kirpichev** ir ipašnieks un vadītājs Daugavpili iecienītā kafejnīcā/bārā – «**Ezitis Miglā**». Uzņēmums darbojas pēc komercatļaujas principa un ir daļa no vienpadsmit šāda veida kafejnīcām Latvijā, vairums no kurām atrodas galvaspilsētā Rīgā. Komercatļaujas princips šī uzņēmuma kontekstā nav pārlietu stingrs – Eduards drīkst rīkot dzīvās mūzikas uzstāšanās un pievienot jaunus ēdienus ēdienkartē, ja cilvēki pēc tiem lūdz. Uzņēmējs plāno paplašināt savu darbību, iespējams pat Lietuvā.

3. **Arnis Celitāns** cenšas atrisināt sabiedriskas un ekonomiskas problēmas, kas rodas saistībā ar jauniešu

bezdarbu, un to dara ar mobilās aplikācijas «**Partly**» palīdzību. Aplikācija savieno mājas, kurās nepieciešama palīdzība ar jauniešiem, kas vēlas nopelnīt. Piemēram, logu mazgāšana, zāles pļaušana vai pat suņa izvešana pastaigā. Semināra laikā uzņēmējs parādīja cik ērti ir šo aplikāciju lietot – velc pirkstu pa kreisi, ja darbs tev ir atteikts, pa labi – ja esi pieņemts. Uzņēmums plāno iekasēt 15% nodevu par katru darījumu, kuru saņems telefoniski un cer darboties starptautiskā līmenī.

**Secinājums:** visa semināra laikā bija dzirdami saistoši stāsti un uzstājās interesanti cilvēki. Diena bija ļoti labi izplānota un ik viens no uzņēmējiem pastāstīja par savu uzņēmumu un dalījās pieredzē, ka arī atklāti runāja par grūtībām. Ir būtiski, ka dalībnieki devās mājup no semināri pilni iedvesmas uzsākt savu uzņēmējdarbību.

## 5. Lietas, kas palīdz pārliecināties vai uzņēmējdarbības ideja ir laba

Sešu «Iesaisties!» semināru laikā, kas tika rīkoti Latvijas un Lietuvas pilsētās, projekts «Gatavi uzņēmējdarbībai» laikā, veiksmīgi uzņēmēji dalījās savā pieredzē, stāstīja par uzņēmumu kāpumiem un kritumiem, kā arī jaunizveidoto uzņēmumu pārstāvji dalījās savā pieredzē. Visi cilvēki, kas uzstājās, bija vienprātīgi, ka savā uzņēmējdarbības laikā ik vienu savu lēmumu ir rūpīgi pārdomājuši, neatkarīgi no tā vai uzņēmums ir nesen izveidots vai jau darbojas ilgstoši. Uzņēmējdarbības idejas dzīvotspējas noteikšana ir pats būtiskākais kritērijs, kas noteikts vai uzņēmums pastāvēs vai pazudīs. Labākais risinājums uzņēmējdarbības idejas pārbaudei, ir pārliecināties par tās dzīvotspēju.

Dzīvotspējas pārbaude ir būtisks posms uzņēmumu darbības sākumā, kā arī tā attīstībā. Uzņēmējs var ievērojami palielināt savas veiksmes faktoru, rūpīgi izanalizējot uzņēmuma ideju, tirgu, nozari, konkurenci, kā arī finansiālo un organizatorisko struktūru. Dzīvotspējas stadija izvērtē sākotnējo ideju un nosaka vai to ir vērts turpināt izvērst.

Dzīvotspējas pārbaudes laikā ir iespēja noteikt idejas labās un sliktās puses un rezultātā uzņēmējs ideju var uzlabot un padarīt to tirgus situācijai atbilstošāku. Lai izvairītos no dūsmām par neizdošanos, kā arī finansu sloga, ir nepieciešams pārliecināties par uzņēmējdarbības dzīvotspēju pirms sāk strādāt pie vēlamā produkta vai pakalpojuma.

Uzņēmējdarbības dzīvotspēja ir atkarīga no vairākām lietām, kas ir aktuālas konkrētās nozares tirgū, un,

piemēram, kāda ideja var būt lieliska vienam tirgum, toties pilnīgi nederīga citam. Lai uzņēmējs pats varētu pārliecināties, piedāvājam savu sarakstu ar lietām, kas ir būtiskas idejas pārbaudei:

1. Vai esi noteicis savu vērtības rādītāju?
2. Vai esi pārliecinājies pēc principa pieprasījums – piedāvājums – tirgus?
3. Vai esi izvērtējis citus risinājumus un citus konkurences apstākļus?
4. Vai esi izpētījis tirgus sadalījumu un aprēķinājis aptuveno tirgus lielumu?
5. Vai esi nodefinējis savas uzņēmējdarbības veidu un paredzējis tās trūkumus?
6. Vai esi izvērtējis uzņēmējdarbības vidi un iespējamo pēkšņu jaunievedumu ienākšanu tirgū?
7. Vai esi veicis savas uzņēmējdarbības idejas finanšu novērtējumu?

Mēs iesakām šos jautājumus rūpīgi pārdomāt un izanalizēt.





### (1) Vai esi noteicis savu vērtības rādītāju?

Pirmais solis ir noteikt kādu vērtību tu sniegsi savam klientam. Ja nevari noteikt konkrētu vērtību, ko sniegsi klientam, tad neko citu nevajadzētu plānot un nedrīkst sākt produkta izveidi. Šis ir ļoti būtisks solis. Veiksmīga palaišanas uzņēmuma būtība neslēpjas mūsdienu tehnoloģijā, stilīgā izgudrojumā, riska kapitāla ieguldījumos vai parādīšanās masu medijos. Vērtības rādītāja noteikšana ir būtisks elements palaišanas uzņēmuma veiksmīgumā. Ja vari savam klientam sniegt patiesu vērtību, tad tev kā uzņēmējam būs vieglāk:

- piesaistīt ieguldījumus (kas var būt nepieciešami vērtības rādītāja radīšanā un nodrošināšanā);
- saglabāt regulāru apgrozījumu un peļņu;
- interneta vidē saņemt atzinīgus ieteikumus no cilvēkiem, kas palīdzēs tavam uzņēmumam ātrāk kļūt atpazīstamam.

Vērtības rādītāju nepieciešams noteikt paskatoties uz savu uzņēmumu no citas puses, nevis tikai uzskaitot lietas, ko sniegsi savam klientam.

Semināra laikā, tradicionālie uzņēmumi pastāstīja, ka tie savu vērtības rādītāju nosaka, balstoties uz vienu no trim ierastajām tirgvedības stratēģijām:

**1. Izcila darbība** — klienti vēlas vislabāko produktu par iespējami zemāko cenu. Šajā gadījumā, uzņēmumu nemēģina ieviest jaunu un labāku produktu, tikai cenšas saražot vairāk un lētāk jau esošu produktu. Šī stratēģija ir atbilstoša, ja ir iespējams strādāt ar lielu tautsaimniecisko vērienu.

**2. Labākais produkts** — klientiem visbūtiskākais ir produkts un tie vēlas vislabāko. Uzņēmumi strādā pie jaunievedumiem un kvalitātes, un regulāri strādā pie uzlabojumiem, kuru var ieviest. Nepārtraukti tiek sekots līdz konkurentu darbībai un visu laiku ir nepieciešams atrasties soli priekšā, lai šī konkrētā stratēģija strādātu.

**3. Individuāla pieeja klientam** — tirgus ir pārpildīts ar līdzīgiem produktiem un pakalpojumiem dažādā kvalitātē un par dažādu cenu. Tomēr, klienti, ne vienmēr, ir apmierināti ar standarta tipa produktu. Viņi vēlas individuālu pieeju. Uzņēmumi citīgi cenšas izprast visu par konkrēto klientu un strādā pie veiksmīgu attiecību izveides, lai uzņēmums spētu sniegt visatbilstošāko

produktu, pakalpojumu un risinājumus.

Uzņēmumi, kas izvēlēsies stratēģiju — uz klientu vērstu vērtības rādītāju un individuāla pieeja katram klientam, vislabākos rezultātus sasniegs brīvā tirgus tautsaimniecībā. Tādējādi, uzņēmumam, kurš tirgū ienāk ar jaunievedumu, iesākumā ir jāiztēlojas sevi klienta vietā un jānosaka kādu vērtību var sniegt konkrētais produkts vai pakalpojums.

Kad tavš uzņēmums izstrādās piedāvājumu klientam (neatkarīgi vai tas ir uzņēmums — uzņēmumam vai uzņēmums klientam), ir nepieciešams saprast kā klienti uztver tavu kopējo vērtības rādītāju. Ir būtiski apzināties, ka vairums klientu apsvērs tavu piedāvājumu un pieredzi kopumā, sadarbibā ar tavu uzņēmumu. Piedāvājums parasti sevi ietver to, ko tu pārdod un sniedz, un pieredze kā tu to dari. Tādējādi nepietiek tikai ar lielisku un izdevīgu piedāvājuma uzrakstīšanu vai pievilcīga solījuma sniegšanu. Produktu vai piedāvājumu ir jāsniedz tā, lai tavam klientam tie sniegtu vislabāko pieredzi. Reizēm klienti pat nav jāinformē, tas vienkārši ir jādara. Piemēram, ir lieki stāstīt klientam, ka tu esi izpalīdzīgs un sniedz neatkarīgas klienta konsultācijas. Lai tava unikālā un nedzirdētā ideja gūtu veiksmi, uzņēmējam ir pilnībā jāizprot racionālā, emocionālā, sabiedriskā un

---

*Tavam klientam jāspēj saprast tava uzņēmuma vērtības rādītāju pirmajās piecās sekundēs.*

---

reizēm pat politiskā nozīme, ko šis jaunievedums sniegs.

Tev ir brīva izvēle starp visām pieejām, lai radītu savu vērtības rādītāju, tomēr, ja vēlies būt efektīvs, vērtība, ko vēlies sniegt ir:

- klientam būtiska;
- unikāla un grūti atkarojama;
- pietiekami pārlicināta, lai cilvēki par to sāktu runāt viens ar otru.

Tavam klientam jāspēj saprast tava uzņēmuma vērtības rādītāju pirmajās piecās sekundēs. Vērtības rādītājam ir konkrēti jāliedzina klientam par konkrētiem rezultātiem, ko viņš iegūs iegādājoties produktu vai lietojot pakalpojumu, un tam ir jābūt citādākam, nekā konkurentiem. Sava vērtības rādītāja izstrāde nozīmē, ka tev ir vienots redzējums par to, ko tu vēlies sniegt savam klientam.

---

*Tādējādi, uzņēmumam, kurš tirgū ienāk ar jaunievedumu, iesākumā ir jāiztēlojas sevi klienta vietā un jānosaka, kādu vērtību var sniegt.*

---

## (2) Vai esi pārliecinājies pēc principa pieprasījums – piedāvājums – tirgus?

Princips pieprasījums – piedāvājums – tirgus ir būtisks ikvienam jaunizveidotam uzņēmumam, protams, ja vien nevēlies piedalīties loterijā, tā vietā, lai veidotu uzņēmumu. «Piedalīšanās loterijā» nozīmē, ka uzņēmējs rada produktu, kas balstīts uz viņa pieņēmumiem un tad cenšas to pārdot. Iespējams tu izdosies, bet statistika liecina, ka visticamāk nē. Ir nepieciešams vadīties pēc trim jaunizveidotu uzņēmumu hipotēzēm, lūk:

- **Nosaki problēmu, kas jāatrisina.** Galvenais ir apzināties problēmas nopietnumu pretnostatītu tava risinājuma vērtībai. Lielākā problēma, ar kuru saskaras jaunizveidotu uzņēmumi, ir tāda produkta radīšana, kas nav vajadzīgs. Šāda situācija ir teju nenovēršama, ja esi iecerējis atrisināt problēmu, kura nevienam tā isti nerada īstas grūtības.

- **Nosaki risinājumu jau noteiktajai problēmai.** Diezgan bieži klienti savas problēmas risina mājās ar saviem resursiem. Šāda situācija liecina, ka problēmu ir vērts risināt.

- **Nosaki risinājuma cenu.** Ir labi, ja risinājumu hipotēze ir noteikta, bet ar to vien nepietiek. Tev ir jāpelna. Tādējādi, tev ir jābūt drošam, ka tavs produkts atrisinās klientu problēmu par tādu cenu, ko tie ir gatavi maksāt. Daudzi tradicionālo uzņēmumu pārstāvji domā, ka ir tikai divi risinājumi:

- Nosaki mērķauditoriju, lai saprastu cik konkrētais produkts ir tiem vērtīgs
- Saražo daudz konkrētā produkta un centies to tiem pārdot par dažādām cenām

Jaunizveidotu uzņēmumi var apsvērt šādu pieeju, tomēr ir būtiski atcerēties, ka klients nezina cik vērtīgs ir konkrētais produkts, līdz tas nav pamēģināts. Tādējādi, klienta aptaujas ir labs veids kā apzināties savu vietu tirgū (vai cenu). Aptauju rezultāti sniegs pieņēmumus, nevis konkrētus faktus. Ir dārgi konkrēto produktu saražot lielā apmērā, vēl jo vairāk, ka neko skaidri nezini par iespējamajām cenām.

Vienmēr centies pārdot, pat sākumā veicot sākotnējo tirgus izpēti. Šādā veidā nonāksi pie iespējamajiem klientiem, kuri ļoti palīdzēs, kad konkrētais produkts būs gatavs pārdošanai un uzņēmumam būs nepieciešamas sākotnējās atsauksmes.

- **Nosaki konkrētos tirgus segmentus ar vislielāko potenciālu.** Šajā brīdī uzņēmums cenšas noteikt vai ir pietiekami liels klientu skaits, kas radītu labu vidi konkrētajam uzņēmumam. Ir nepieciešams noteikt klientu skaitu un iespējamo uzņēmējdarbības apjomu (paredzamo pārdošanas daudzumu un peļņu) jau

## *Vienmēr centies pārdot, pat sākumā veicot sākotnējo tirgus izpēti.*

iepriekš un salīdzināt iegūtos skaitļus ar veiktajām aptaujām un eksperimentiem. Iespējams pietiek vien ar atskatišanos uz to cik klientu atsaucās uz sākotnējo piedāvājumu vai bija gatavi pasūtīt produktu vēl pirms tas bija gatavs. Lai noteiktu to vai klientu ir pietiekamā daudzumā un uzņēmējdarbības apjoms ir vērienīgs, atbildi uz šiem desmit jautājumiem:

1. Vai ir tirgus? Vai ir kāda problēma vai nepieciešamība, kas attiecas uz daudz cilvēku? Vai šis skaits ir zemāks vai augstāks, nekā paredzēji?
2. Vai tirgus aug ātri un ar lielu rezervi? Ja nē, iespējams tirgus lielums ir nemainīgs vai pat samazinās? Noteikti nevēlies ienākt tirgū, kas samazinās.
3. Vai tavi veiktie eksperimenti liecina, ka klienti iegādāsies atkārtoti un par produktu stāstīs citiem?
4. Vai kāds no tirgus segmentiem reaģēja labāk, ātrāk vai ar lielākiem pasūtījumiem, nekā citi? Vai parādījās kāds jauns segments vai varbūt kāds no segmentiem ir jāizslēdz?
5. Vai vari raksturot tava ierastā klienta dienas gaitu, lai vari par saviem produktiem pastāstīt veiksmīgāk?
6. Cik daudz vari pastāstīt par saviem klientiem – lietas, ko tie lasa, tirdzniecības izstādes, ko tie apmeklē, slavenības, kurām tie seko un kur gūst informāciju par jauniem produktiem?
7. Kuri ir konkurenti? Kuri no viņiem ir parādījušies pēkšņi?
8. Kādā veidā tavs piedāvājums ir labāk un citādāks, nekā pārējie?
9. Vai vari norādīt konkrētu veidu, kā piesaistīt klientus?
10. Kādas ir tirgvedības izmaksas un kādā veidā varēsi piesaistīt savu vēlamu klientu?

## (3) Vai esi izvērtējis citus risinājumus un citus konkurences apstākļus?

Neatkarīgi no tā, kādu produktu tu plāno piedāvāt tirgū, ir nepieciešams izpētīt jau esošo tirgus nišu un veidus kā tavi iespējamie klienti risina konkrēto problēmu. Piemēram, ja patiesi pastāv kāda problēma, kurai nepieciešams risinājums, tad klienti jau tagad to kaut kādā veidā risina vai apiet. Piemēram, laikā, kad tika ieviestas pirmās automašīnas, to galvenie konkurenti bija zirgi un karietes. Cilvēki jau bija atrisinājuši savu pārvietošanās problēmu, tomēr automašīnas piedāvāja jaunu un pārāku risinājumu. Tāpēc, pat, ja tev šķiet, ka piedāvā gēniālu risinājumu, ir nepieciešams kādu laiku izpētīt kā klienti tagad risina konkrēto problēmu.

Konkurences izpētes mērķis ir uzņēmējam nekļūt «aklam» un uzskatīt savu ideju par tūlītēji pārāku, neskatoties uz tiešo vai netiešo esošo konkurenci. Protams, uzņēmējs veltīs daudz laika konkurences izpētei, bet iesākumā ir vismaz nepieciešams pārlicināties par sava vērtības radītāju attiecību pret konkurentiem un alternatīviem veidiem kā tavi klienti risina problēmu. Veicot kaut vai vienkāršu konkurences izpēti, labāk sapratīsi vai neesi pārāk aizrāvis ar savu ideju un iespējams neapzinies, ka tā nemaz nav tik vienreizēja un jauna kā tu domā.

*Tev būs atbilde uz pašu būtiskāko jautājumu: kāpēc klientiem būtu jāiegādājas produkts pie tevis, nevis pie konkurentiem.*

Kad būsi veicis šo vienkāršo konkurences izpēti, sapratīsi un varēsi labāk saviem klientiem, kā arī iespējamajiem investoriem, pastāstīt kādā veidā tavs risinājums ir unikāls un kādēļ nav cita veida kā problēmu risināt, izņemot tavu piedāvājumu. Tev būs atbilde uz pašu būtiskāko jautājumu: kāpēc klientiem būtu jāiegādājas produkts pie tevis, nevis pie konkurentiem. Tev būs iespēja parādīt savu unikālo redzējumu uz problēmu un tirgus stāvokli, un parādīt, ka piedāvā ko nenovērtējamu kā topošajiem klientiem, tā iespējamajiem investoriem.

#### **(4) Vai esi izpētījis tirgus sadalījumu un aprēķinājis aptuveno tirgus lielumu?**

Segmentācija parasti nozīmē to klientu atlase, kas vislabāk atbilst tavai uzņēmējdarbībai. Citiem vārdiem sakot, visu tirgu ir nepieciešams sadalīt mazākos segmentos, lai noteiktu to klientu daļu, kuru vēlies piesaistīt visvairāk. Ja skaidri nodali un izvēlies konkrētu klientu daļu, varēsi:

- efektīvāk ieņemt tirgvedības lēmumus
- radīt pievilcīgākus un efektīvākus tirgvedības materiālus
- izvēlēties efektīvākus saziņas un tirgvedības veidus, tādējādi ietaupot naudu.

Galveno tirgus segmentu noteikšana, ir pamats tirgvedības stratēģijas izveidei. Ja nespēj noteikt konkrētu segmentu, visi izvēlētie tirgvedības paņēmieni var nebūt loģiski. Ja saproti, ka galvenais tirgus segments ir pārāk mazs vai tajā trūkst peļņas iespējams, ir iespēja pārveidot savu uzņēmējdarbības modeli

### *Galveno tirgus segmentu noteikšana, ir pamats tirgvedības stratēģijas izveidei.*

Būtiskākie segmentācijas posma aspekti:

- Nosaki būtiskākos segmentācijas kritērijus.
- Sadali tirgu samērojamos segmentos, kas varētu būt ieinteresēti tavā piedāvājumā.
- Izvēlies vienu līdz trīs segmentus, ar kuriem strādātu vislabprātāk.

#### **(5) Vai esi nodefinējis savas uzņēmējdarbības veidu un paredzējis tās trūkumus?**

Semināru «Iesaisties!» laikā, dalībnieki dzirdēju daudz iedvesmas pilnu stāstu par uzņēmumiem, kas saskārās ar grūtībām, tomēr turpināja strādāt, smejoties savā aizrautībā. Lai vai kas, aizrautība uzņēmēju dzen uz priekšu! Tomēr, aizrautība, lai arī ir lieliska īpašība, nepalīdzēs uzņēmējam sasniegt mērķus. Tev ir jābūt plānam!

Mēs iesakām 2009. gada konceptu «Business Model Canvas», kuru sākotnēji piedāvāja Alexander Osterwalder un Yves Pigneur, kuri vadījās pēc Alexander Osterwalder iepriekš veikto darbu pie «Business Model Ontology» (2004). «Business Model Canvas» koncepts ir vienkāršs, ērts un ir ļoti efektīvs uzņēmuma pirmajā posmā, kad visa uzņēmējdarbības ideja tiek pārskatīta, uzlabota un reizēm radīta no jauna.

Kā var zināt uzņēmējdarbības modelis ir lielisks?

- **peļņu nesošs** — uzņēmumam ir jāspēj paša sevi uzturēt un tam ir jāspēj radīt pozitīvu naudas plūsmu
- **regulārs** — tam ir jābūt regulāram, ne tikai vienas reizes notikumam
- **palielināms** — ir jāspēj savu uzņēmumu paplašināt ātri un lielos apjomos



- **paredzams** — ir grūti paredzēt nākotni, ja vien neesi veicis mājasdarbu, pārbaudot uzņēmuma dzīvotspēju, tādā gadījumā spēsi paredzēt galvenos šķēršļus un tendences konkrētajā nozarē un prātisi sagatavoties izmaiņām.
- **vērtīgs** — tam vajadzētu palielināt tava jaunizveidotā uzņēmuma vērtību, kas nozīmē, ka tavs uzņēmums kļūs vērtīgāks.

## *Tev ir jābūt plānam!*

Vairumam palaidies uzņēmumu iesakām šādu kārtību, kas sākas ar vērtības rādītāja noteikšanu.

- 1. Vērtības rādītājs:** Ko tu unikālu piedāvāsi savam klientam? Kā šis piedāvājums atšķirsies un būs saistošs?
- 2. Klientu segmenti:** Kas ir tavs vēlamais klients? Kuram tavs piedāvājums šķitīs visvērtīgākais un vispievilcīgākais?
- 3. Veidi:** Kā tu uzrunāsi savus klientus? Kādā veidā tu ar tiem sazināsies un izteiksi savu piedāvājumu?
- 4. Klientu attiecības:** Kādā veidā saņemi atsauksmes no saviem klientiem? Kādas būs tavas attiecības ar klientiem?
- 5. Apgrozījums:** Kā tu pelnīsi? Kas tev maksās un par ko tie maksās?
- 6. Galvenie resursi:** Kādi resursi ir nepieciešami, lai klientiem sniegtu savu vērtības rādītāju?
- 7. Galvenie sadarbības partneri:** Kādi sadarbības partneri ir nepieciešami, lai šis uzņēmējdarbības modelis strādātu?
- 8. Galvenās lietas:** Kas ir jādara un kādi uzdevumi jāizpilda, lai radītu un sniegtu savu vērtības rādītāju?
- 9. Izmaksu struktūra:** Kādas noteiktas un kādas mainīgas izmaksas būs tavā darbībā?

Nesatraucies, ka uzreiz nespēj atbildēt. Sāc kaut ar vienu atbildi un pielāgo savu uzņēmumu laikam ejot. Reizēm, pat jau nodibināti un peļņu nesoši jaunizveidoti uzņēmumi savu modeli pielāgo diezgan ievērojami.

Centies paredzēt iespējamās liktenīgos trūkumus un plāno kā tiks galā. Pārdomā šīs riska grupa un domā par iespējamajiem riskiem. Viegls veids kā šo uzdevumu paveikt ir izmantojot limlapiņas. Izmanto vienu limlapiņu un uzlīmē to visatbilstošākajā četrstūrī, saskaņā ar konkrētā riska rašanos iespējamību un konkrētā riska iespējamajām sekām.

- Tirgus radīts riski
- Konkurences risks

- Tehnoloģisks un darbības risks
- Finanšu risks.
- Cilvēku risks
- Likumdošanas risks
- Sistēmas risks

Kad esi pārdomājis visus galvenos riskus, pastāsti par savu uzņēmējdarbības ideju vispesimistiskākajam draugam, lai tas palīdz nonākt pie vēl vairāk sarežģījumiem. Lai gan kritiku uzklaut nav patīkami, tas ir lielisks veids kā mācīties. Uzklauti un pieraksti veidus kā tava ideja var neizdoties. Ieraksti tos savā plānā un sagatavojies.



### **(6) Vai esi izvērtējis uzņēmējdarbības vidi un iespējamo pēkšņu jaunievedumu ienākšanu tirgū?**

Ir nepieciešams izvērtēt uzņēmējdarbības vidi sava uzņēmuma sākuma posmā, jo savu ideju neieviesīsi vakuumā. Lai vai kā, tavu uzņēmumu ietekmēs daudz faktoru. Vairumu no tiem tu nespēj ietekmēt vai kontrolēt, spēsi tikai reaģēt un pielāgoties. Pavadi laiku iepazīstoties ar uzņēmējdarbības vidi, kurā plāno darboties:

- **Uzraksti isu plānu par savu tirgus izpēti.** Uzraksti noderīgu informāciju par tirgu, kādus lēmumus ir jāpieņem un kā plāno šo informāciju iegūt.
- **Izvērtē uzņēmējdarbības vides faktorus, kurus nespēj kontrolēt vai ietekmēt.** Šajā posmā nosaki visnozīmīgākos tirgvedības makrovīdes elementus un to iespējamo ietekmi uz tavu uzņēmumu.
- **Izvērtē uzņēmējdarbības mikrovīdes faktorus.** Mikrovīdes faktori ir cieši saistīti ar uzņēmējdarbību un tiem ir tieša saikne ar uzņēmuma darbību un tā veiksmi. Šie faktori ir uzņēmums un tā pašreizējie darbinieki, piegādātāji, tirgvedības speciālisti, konkurenti, klienti un citas sabiedrības daļas. Reizēm šīs lietas var kontrolēt un ietekmēt.

### **(7) Vai esi veicis savas uzņēmējdarbības idejas finanšu novērtējumu?**

Pēc uzņēmējdarbības vides izpētes, ir jābūt padomā konkrētam tirgum, kurā konkrētais produkts radīs kādu vērtību. Nākamais solis ir apzināties sava uzņēmuma uzsākšanas izdevumus. Ir nepieciešams aprēķināt cik daudz naudas būs jāizdod ik mēnesi un cik daudz laika tev ir līdz tavi līdzekļi būs pilnībā beigušies un tavs uzņēmums būs slēgts. Šis aprēķins noteiks laika periodu, kad tev ir jāsāk strādāt bez zaudējumiem un jau jāsāk pelnīt. Palaidies uzņēmumiem ir jāstrādā ļoti citīgi, lai sasniegtu peļņu.

Ja konstatē, ka nepietiks laika konkrētu rezultātu sasniegšanai, ieteikums ir labāk nesākt nemaz vai arī drastiski samazināt izdevumus. Pārskati sava uzņēmuma modeli un konstatē veidus kā saprātīgā laika periodā gūt panākumus produktu izstrādē, klientu atrašanā un sadarbības sākšanā.

Tāpēc:

- **Aprēķini nemainīgās izmaksas un novērtē kā tās laika gaitā mainīsies.** Šī ir viena no visvieglāk īstenojamajām darbībām, tomēr emocionāli ir grūti atteikties no kādiem konkrētiem izdevumiem. Pirmkārt, aprēķini ikmēneša izdevumus (īre, reklāma, apdrošināšana, biroja piederumi), kas radīsies neatkarīgi no pārdotā daudzuma.
- **Aprēķini mainīgās izmaksas un sagatavo budžeta projektu.** Mainīgās izmaksas ir tās, kas mainās atkarībā no pārdotā daudzuma; tās pieaug, ja ražošana ir aktīva un kritas, ja tā ir zemāka. Mainīgās izmaksas ir,

*Palaidies uzņēmumiem vajadzētu darboties pēc izdzīvošanas instinkta principa: veido produktu, piesaisti maksātspējīgus klientus, tiec galā ar konkurenci un prātīgi ar tēriņiem.*

piemēram, materiālu izmaksas, darbaspēka izmaksas, kas nepieciešamas konkrēta uzdevuma veikšanai un trešo personu izmaksas. Aprēķini cik naudas nepieciešams jauna klienta piesaistei un cik tās tiek terēts, lai šo klientu apkalpotu. Ja izmaksas ir lielākas nekā peļņa, esi ķezā! Jo vairāk produktu pārdod, jo vairāk zaudējumu rodas. Tā ir drausmīga situācija standarta uzņēmumam, bet palaidies uzņēmumam šāda situācija var būt kā izņēmums, ja vēl jo projām tas atrodas produktu izstrādes procesā un klientu atrašanas procesā.

- **Aprēķini cik daudz naudas tērēsi ik mēnesi, kā strādāt bez zaudējumiem un peļņas, vai cik ilgā laikā šādu uzņēmuma stāvokli ir iespējams sasniegt.** Apskati savus finanšu aprēķinus. Palaidies uzņēmumiem vajadzētu darboties pēc izdzīvošanas principa: veido produktus, piesaisti maksātspējīgus klientus, tiec galā ar konkurenci un prātīgi ar tēriņiem, kā arī paturi prātā, ka turpmāk naudas atbalsta var arī nebūt. Izdomā kā samazināt tēriņus.



## 6. Projektu partneru apskats, mērķauditorijas pārstāvji un nozares profesionāļi

Pēc semināriem, projektā iesaistītās puses lūdza visiem dalībniekiem, uzņēmumu pārstāvjiem un speciālistiem dalīties savā viedoklī par semināru, aizpildot semināra novērtējuma anketu un atbildot uz intervijas jautājumiem.

Saskaņā ar iegūtajām atskaitēm no visiem projekta partneriem, kas tika iegūtas balstoties uz novērtējuma anketām, tika izdarīti šādi secinājumi:

- Semināra ideja un formāts ir lielisks;
- Iedvesmojošas un saistošas prezentācijas;
- Ļoti atklāti cilvēki, kas uzstājas. Lieliski padomi dalībniekiem;
- Lieliski rīkots pasākums;
- Ļoti labi, ka dalībniekiem bija iespēja veikt ieteikumus jaunizveidotajiem uzņēmumiem un palīdzēt risināt to likstas.

Atsaucība bija augsta (98%), teju visi dalībnieki aizpildīja novērtējuma anketas.

Vadoties pēc intervijām, visi nozares speciālisti bija priecīgi par iespēju piedalīties šajā semināru ciklā. No vienas puses, viņiem patika drosmīgās un unikālās idejas, kuras pauda jaunie uzņēmēji, tajā pašā laikā, dažiem no jaunajiem uzņēmējiem trūka īstas uzņēmējdarbības zināšanas.

Speciālisti bija vienprātīgi, ka semināri ir ārkārtīgi nozīmīgs veids kā jauniešos atmodināt uzņēmējdarbības garu. Ļoti atzinīgi tika novērtēta iespēja strādāt grupās, kad semināra dalībnieki varēja parunāt pozitīvo un negatīvo notikumu attīstību konkrētā uzņēmumā.

Visu pušu pārstāvji piedalījās viens otra rīkotajos semināros. Pēc semināriem notika īsas pārrunas. Idejas

un ieteikumus ņēma vērā nākamā secīgā semināra plānošanā un rīkošanā, un ir sīkāk izklāstītas otrajā un trešajā nodaļā.

Noslēgumā, visas iesaistītās puses bija vienprātīgi, ka gatavošanās un semināru vadīšana bija saistoša un vērtīga pieredze.

Projektā iesaistītās puses rūpīgi pārrunāja šādus aspektus:

Konkrētā semināra veiksmīgumu lielā mērā nosaka konkrētais pasākuma vadītājs, kura profesionalitātei ir jābūt tik augstai, lai spētu atrast kopīgu valodu ar cilvēkiem, lai radītu draudzīgu un nepiespiestu atmosfēru.

Tāpat, kopumā vienojās, ka darbs pirms semināra ar cilvēkiem, kas uzstāties, informācijas ievākšana, ir ļoti būtisks, lai pārrunas ir vērtīgākas un pilnas ar entuziasmu. Uzsvars tika likts uz darbu pēc semināra, tostarp nosūtīt pateicības vēstules uzņēmējiem, kas uzstājās, kā arī uzņēmējdarbības nozares speciālistiem, kas iesaistījās.

Tomēr, tika konstatēta problēma, ka ir grūti atrast tādu dalībnieku kopumu, kas labi pārzina angļu valodu. Tajā pašā laikā, pasākuma vadītājs un viņa palīgs palīdzēja šo situāciju padarīt mazāk būtisku, iesaistoties un palīdzot, ja nepieciešams.

Kopumā, projekta partneri atzinīgi novērtēja saistošo un efektīvo "Iedvesmojies – palidzi – dalies – analizē!" pieeju, kas jauniešus aizrāva nodarboties ar uzņēmējdarbību. Projekta partneri plāno turpināt semināru rīkošanu un izmantot jauniegūtās zināšanas.





## 7. Iesaistītās puses

 <p>Latvia University of Life Sciences and Technologies</p>	<p><b>Latvijas Lauksaimniecības universitāte</b> Lielā iela 2, Jelgava, LV-3001, Latvija +371 63 005 640 projekti@llu.lv www.llu.lv</p>
 <p>KLAIPĖDA SCIENCE AND TECHNOLOGY PARK</p>	<p><b>Klaipėdas zinātnes un tehnoloģiju parks</b> Vilhelmo Berbomo iela 10, Klaipėda, LT-92222, Lietuva +370 46 310 461 info@kmtpl.lt www.kmtpl.lt</p>
 <p>DAUGAVPILS UNIVERSITY</p>	<p><b>Daugavpils Universitāte</b> Vienības iela 13, Daugavpils, LV-5401, Latvija +371 65 425 564 liene.rimicane@du.lv https://du.lv</p>
 <p>VISAGINO KŪRYBOS NAMAI VKN</p>	<p><b>Radošā māja Visagina</b> Vilties iela 16, Visagina, LT-31121, Lietuva +370 38 632 512 vaiku@vkn.lt www.vkn.lt</p>
 <p>Ventspils Jauniešu dome</p>	<p><b>Ventspils Jauniešu dome</b> Kuldīgas iela 13, Ventspils, LV-3601, Latvija +371 20 238 456 info@jauniesudome.lv http://jauniesudome.lv</p>
 <p>PANEVĖŽIO DARBO RINKOS MOKYMO CENTRAS</p>	<p><b>Darba tīrgus mācību centrs Panevėža</b> J. Basanavičiaus iela 23A, Panevėža, LT-36205, Lietuva +370 61 450 795 projektai@paneveziodrnc.lt www.paneveziodrnc.lt</p>