



Latvijas – Lietuvas pārrobežu sadarbības programmas 2007. – 2013. gadam
Projekta „Uzņēmējdarbības attīstības kapacitātes veicināšana Latgales – Utenas
pārrobežu reģionā / akronīms Region Invest” LLII-119 ietvaros

„Stratēģiskā biznesa vadība un biznesa attīstības iespējas Lietuvas-
Latvijas pārrobežu reģionā”

MĀCĪBU MATERIĀLS

Lektore: Sigita Pleša,
Profesionālais maģistra grāds visaptverošajā kvalitātes vadībā Mg.scn.TQM

Mācību materiālu sagatavoja Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Mācību un konsultāciju
centrs ABC”

Saturs

1.	STRATĒĢISKĀ VADĪBA.....	4
1.2.	Stratēģiskie virzieni, mērķi un plāns.....	4
1.3.	Misija, vīzija, vērtības SIA Lāči	5
1.4.	Mērķi.....	5
1.5.	Stratēģiskās plānošanas process un darbības vides analīze	7
2.	UZŅĒMUMA RESURSU VEIKSMĪGA IZMANTOŠANA INVESTĪCIJU PIESAISTĒ	11
2.1.	Īpašuma un resursu loma investīciju piesaistē.....	11
2.2.	Stratēģiju īstenošana un uzraudzība.....	12
2.3.	Idejas un pareizu stratēģiju nozīmīgums investīciju piesaistē.....	13
2.4.	Biznesa plāna loma investīciju piesaistē.....	15
2.5.	Naudas plūsma.....	16
2.6.	Plānošanas nozīme	16
2.7.	Attīstība un ilgtspēja	16
2.8.	Eksporta tirgi.....	17
2.9.	Komunikācija ar klientu.....	18
3.	INVESTĪCIJU (ĀRVALSTU UN VIETĒJO) PIESAISTE.....	19
3.1.	Pasaules investīciju tendenču dinamika, uzņēmumos/sectoros.....	19
3.2.	Spēja identificēt un izmantot valsts un starptautisko donoru (finanšu instrumentu) atbalsta un subsīdiju instrumentus, lai finansētu investīciju iespēju attīstību	21
3.2.1.	Finansējuma avoti	22
	Biznesa inkubators	23
	POLARIS process.....	24
	Sēklas kapitāla fondi	25
	Biznesa eņģeļi	26
3.2.2.	Ieguldījuma process un investīciju piesaiste.....	26
3.2.3.	Due diligence	29
3.2.4.	Novatoriskās pieejas reģiona attīstībā un Ārvalstu tiešo investīciju nozīme vietējā/reģionālajā ekonomiskajā attīstībā.....	30
3.2.5.	Biznesa attīstības resursi reģiona perspektīvajos uzņēmumos/sectoros.....	30
3.2.6.	Investīciju piesaistes valsts pasākumi Latvijā.....	32

3.2.7. Uzņēmuma, Reģiona efektīva Ārvalstu tiešo investīciju piesaistes plāna izveide un īstenošana	33
3.3. Uzņēmējdarbības veikšanas priekšrocības un trūkumi Lietuvas-Latvijas pārrobežu reģionā ...	35
4. TIESISKIE ASPEKTI.....	38
4.1. Tiesiskie aspekti	38
4.2. Latvijas uzņēmējdarbības vide.....	39
4.3. Uzņēmējdarbības vidi regulējošie dokumenti.....	41
4.4. Lietuvas uzņēmējdarbības vide.....	44
4.5. Latvijas ekonomiskā sadarbība ar Lietuvu	46

1. STRATĒGISKĀ VADĪBA

1.1. Kas ir stratēģiskā vadība

Stratēģija ir uzņēmuma ilgtermiņa pamatmērķu un darbības virzienu noteikšana, savstarpēji saistītu mērķtiecīgu darbību kopums, ko uzņēmuma vadītāji izmanto, lai nodrošinātu uzņēmuma konkurētspēju ilgtermiņā, kā arī izvirzīto mērķu sasniegšanai.

Starptautiskajā tirgū pastāv augsta konkurence, un tā pieaug pat globālās ekonomikas recesijas laikā, tāpēc lai nodrošinātu uzņēmuma ilgtermiņa darbību, uzņēmuma vadītājiem ir nepieciešams novērtēt sava uzņēmuma konkurētspēju tirgū, noteikt tā darbības pamatstratēģijas un veidus, kā ieiet ārējos tirgos.

Uzņēmums, kuram ir konkurētspējas priekšrocība, ir uzņēmums, kurš strādā ar augstāku aktīvu rentabilitātes līmeni salīdzinājumā ar vidējo nozarē.

Līdz ar to uzņēmuma vadībai ir jānodrošina uzņēmuma stratēģijas izstrādāšanu, kā arī uzņēmuma procesu stratēģisko vadīšanu.

Stratēģiskā vadīšana ir process, kurā uzņēmums nosaka stratēģiskos attīstības virzienus, analizē darbības vidi, definē darbības stratēģijas, kā arī nodrošina sekmīgu stratēģiju īstenošanu un uzraudzību mainīgā vidē, lai sasniegtu izvirzītos mērķus vai noteiktu jaunus mērķus, ņemot vērā vides radītās iespējas.

Bez stratēģijas nav pārdomāta darbības plāna, vienotas programmas izvēlēto mērķu sasniegšanai.

Stratēģiskās vadīšanas mērķis ir nodrošināt uzņēmuma vērtības paaugstināšanu ilgtermiņā, pamatojoties uz uzņēmuma īstenotām funkcionālā, biznesa, globālā un korporatīvā līmeņa stratēģijām, lai radītu un uzturētu konkurētspējas priekšrocības. Stratēģisko vadību var izmantot ikviena uzņēmuma vadīšanā.

Stratēģiskā vadīšana ietver:

1. Stratēģisko virzienu un mērķu noteikšana.
2. Stratēģiskās plānošanas process un darbības vides analīze.
3. Stratēģiju formulēšana
4. Stratēģiju īstenošana.
5. Stratēģiju uzraudzība un kontrole.

1.2. Stratēģiskie virzieni, mērķi un plāns

Stratēģisko virzienu noteikšana sastāv no;

- Vīzijas formulēšanas
- Misijas formulēšanas
- Vērtību formulēšanas
- Mērķu formulēšanas

Uzņēmuma vīzija ir uzņēmuma priekšstats par to, kādam ir jābūt uzņēmumam, uz ko uzņēmums virzās ilgtermiņā. Vīzijas definējums parasti ir īss, konkrēts un paliekošs atmiņā. Vīzijai ir jānodrošina spilgta asociācija ar uzņēmumu piemēram a/s Grindeks darbības vīzija „Mēs vēlamies kļūt par Eiropas nozīmes farmācijas uzņēmumu”.

Uzņēmuma misijai ir jābūt viegli uztveramai gan uzņēmuma darbiniekiem, gan klientiem, gan citām ieinteresētām pusēm. Misija jāsaista ar skaidru uzņēmuma nākotnes redzējumu, ietverot galvenos vērtības kritērijus, kas ir uzņēmuma darbības pamatā.

Uzņēmuma misijas definējumam ir jābūt skaidram un saprotamam:

- Kādas vajadzības uzņēmums apmierina?
- Kas ir uzņēmuma klienti?
- Kādos ģeogrāfiskos tirgos uzņēmums darbojas?
- Kādas ir uzņēmuma atšķirīgās prasmes?

- Kādas ir uzņēmuma vērtības?
- Vai uzņēmums ir finansiāli drošs?
- Kādas modernās tehnoloģijas uzņēmums izmanto?
- Vai uzņēmums ir sociāli atbildīgs?
- Kas ir uzņēmuma vērtīgākie aktīvi?

1.3. Misija, vīzija, vērtības SIA Lāči

Misija:

Cept dabīgu un augstvērtīgu maizi un oriģinālus konditorejas izstrādājumus, turot godā, kopjot un attīstot gadsimtiem senās meistarību tradīcijas.

Vīzija:

Pieaugot spēkā un meistarībā, ieviest jaunus maizes, konditorejas izstrādājumus un attīstīt jaunus biznesa virzienus Latvijas un eksporta tirgū.

Vērtības:

- Senas un unikālas cepšanas tradīcijas
- Rūpīgs darbs
- Godīgums, taisnīgums
- Attīstība un inovācija
- Meistarība un zināšanas

1.4. Mērķi

Stratēģisko virzienu noteikšana ietver gan īstermiņa, gan ilgtermiņa mērķu izvirzīšanu, kas uzņēmumam ir jāsteno, lai sasniegtu vēlamos rezultātus. Katra uzņēmuma dibināšanas pamatā ir galvenā mērķa apzināšanās un tā formulēšana. Tikai tad, kad dibinātāji skaidri zina savu galamērķi, var sākt izstrādāt plānu, kā šo mērķi sasniegt.

Mērķis palīdz koncentrēt enerģiju uz galveno uzdevumu sasniegšanu un nenovirzīties uz dažādām blakus idejām. Tomēr tas nenozīmē, ka galveno mērķi nedrīkst mainīt, ja izrādās, ka rezultāti ir atšķirīgi no plānotajiem.

Parasti uzņēmuma mērķis ir peļņas iegūšana, apmierinot klienta vēlmes un vajadzības. Peļņa garantē uzņēmuma izdzīvošanu. Bez mērķa – apmierināt patērētāju vajadzības – uzņēmuma eksistence būs problemātiska, jo produktam vai pakalpojumam jāatbilst patērētāju prasībām, un tam jāapmierina iespējami vairāk pircēju.

Bieži izvēlētais mērķis nav sasniedzams īsā laikā, tam ir nepieciešami vairāki gadi. Lai iegūtu maksimāli objektīvu individuālo mērķu novērtējumu, ir svarīgi pielietot plaši izmantoto SMART principu (Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Timely) mērķu noteikšanā.

S - specifiskiem	„Specifisks” nozīmē to, ka mērķim ir jābūt izteiktam precīzās matemātiskās vienībās. To var noteikt skaitļos, indeksos, koeficientos vai procentos un tml. Būtu nepareizi par mērķi nospraust, piemēram, „Noslēgt līgumus ar vairākiem jauniem klientiem”. Nenosakot specifiski, ar cik jauniem klientiem ir nepieciešams noslēgt līgumus, nebūs iespējams noteikt, vai noteiktais mērķis ir izpildīts.
M – izmērāmiem	„Izmērāms” nozīmē to, ka ir jānosaka noteikts kvantitātes rādītājs, attiecībā pret ko ir iespējams salīdzināt noteikto mērķi. Ja mēs, piemēram, nosakām mērķi „Ir jāpalielina pārdošanas apjoms”, tas nedod mums iespēju pārliecināties, vai pārdošanas apjoms ir palielināts. Pareizi būtu noteikt mērķi „Palielināt pārdošanas apjomu par 20% salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu”.
A – atbilstošs	„Atbilstošs” nozīmē to, ka mērķim ir jābūt tādām, kura rezultātu darbinieks var tieši ietekmēt. Ja, piemēram, IT departamenta darbiniekam tiks noteikts individuālais mērķis „Palielināt kompānijas peļņu par 5%”, diez vai darbinieks sapratīs, ko no viņa sagaida. Tā kā IT darbinieka pamatpienākums ir kompānijas datoru sistēmas uzturēšana, tad piemērotāks mērķis būtu, piemēram, „Samazināt ikmēneša izdevumus datoru sistēmas uzturēšanai par 10%”. Šis individuālais mērķis dos noteiktu ieguldījumu, lai kompānija varētu sasniegt kopējo mērķi - peļņas palielināšana.
R – reāliem	„Reāls” nozīmē to, ka mērķim ir jābūt reālistiski noteiktam jeb tādām, ko ir iespējams sasniegt, bet tai pat laikā arī pietiekami ambiciozām. Ir jāizvērtē, vai būs radīti visi nepieciešamie apstākļi un vai būs pieejami pietiekami resursi mērķa sasniegšanai. Nebūtu pareizi, piemēram, tikko darbā pieņemtam pārdevējam bez iepriekšējas pieredzes noteikt mērķi „Kļūt par labāko pārdevēju atbilstoši kompānijas noteiktajiem kritērijiem trīs mēnešu laikā”. Piemērotāks mērķis būtu, piemēram, „Trīs mēnešu laikā apgūt kompānijā noteiktos kvalitātes kritērijus klientu apkalpošanā jomā un sekmīgi nokārtot pārbaudes testu”.
T – noteiktiem laikā	„Noteikts laikā” nozīmē to, ka mērķim jābūt izmērāmam noteiktā laika periodā. Tam jābūt sākuma un beigu punktam. Ja mēs nosakām, ka, piemēram, ir jāsamazina izdevumi par 10 %, nav saprotams, vai tie ir ikmēneša, pusgada, gada vai trīs gadu izdevumi.

Rūpīga mērķu un uzdevumu formulēšana ir veiksmīga plāna priekšnosacījums. Neskaidri mērķi un uzdevumi rada neprecīzu pasākumu izpildi un nepareizas prioritātes. Pie tam mērķiem jābūt elastīgiem – izvīrnot mērķus, jāparedz iespēja tos operatīvi koriģēt un mainīt. Šāda vajadzība rodas mainīgu iekšējo un ārējo faktoru ietekmē.

MBO un individuālie mērķi.

Šodien visā pasaulē organizāciju vadība stratēģiskās plānošanas procesā pielieto MBO (Management by objectives). MBO ir organizācijas vadība ar mērķu palīdzību. Tā ir sistemātiska un organizēta pieeja, kas ļauj vadībai koncentrēties uz noteiktiem mērķiem un sasniegt iespējami labākos rezultātus, izmantojot esošos resursus. Šo metodi pirmo reizi 1954.gadā savā grāmatā „Vadības prakse” (The Practice of Management) aprakstīja vadošais ASV vadības sistēmu padomdevējs Pīters F.Drukeris (Peter F.Druker).

MBO galvenie pamatprincipi ir :

1. Organizācijas augstākā līmeņa mērķu kaskadēšana uz zemākajiem līmeņiem.
2. Specifisku mērķu noteikšana katram darbiniekam.
3. Lēmumu pieņemšana, iesaistot organizācijas darbiniekus.
4. Precīzi noteikts katra mērķa mērījums/standarts.
5. Periodisks sasniegtā rezultāta novērtējums.

MBO metode skaidri norāda, ka organizācija var sasniegt labākus rezultātus, savienojot organizācijas mērķus ar darbinieku mērķiem savā stratēģiskās plānošanas procesā. Un tas jau ir vadības uzdevums. Ja darbiniekiem būs precīzi formulēti viņu darba mērķi, kuri ir saistīti ar uzņēmuma mērķiem, viņi labāk izpratīs arī savu ieguldījumu kopējo kompānijas mērķu sasniegšanā. Tas, savukārt, palielinās organizācijas personāla motivāciju strādāt ar lielāku atdevi.

Lai nodrošinātu līdzsvarotu pieeju uzņēmuma vadīšanā, mērķiem jābūt izvīrītiem četros galvenajos virzienos:

1. Finanšu vadīšana;
2. Tirgus vadīšana;
3. Personāla vadīšana;
4. Procesu vadīšana.

Procesu mērķu noteikšana

Latvijā ir uzņēmumi, kas savus darbības mērķus nosaka tikai finansiālos peļņas rādītājos un lielākās tirgus daļas iegūšanā. Šādos uzņēmumos reti kad tiek noteikti atsevišķi zemāka līmeņa mērķi un uzņēmumā rodas īpatnēja situācija, kad darbiniekiem nav skaidrs, kā dēļ viņi strādā un kā viņi ietekmē uzņēmuma mērķu sasniegšanu un uzņēmuma darbību kopumā.

Mērķus var noteikt šādos līmeņos:

Uzņēmuma līmenis – uzņēmumam būtisko darbības rādītāju un mērķu noteikšana.

Procesu līmenis un/ vai Struktūrvienības līmenis - dažos uzņēmumos tie ir viena un tā paša līmeņa mērķi, ja attiecīgais process notiek tikai vienas struktūrvienības ietvaros. Savukārt, ja process notiek vairāku struktūrvienību ietvaros, mērķi tiek noteikti procesam kopumā un katrai struktūrvienībai atsevišķi.

Darbinieku līmenis - nepieciešamības gadījumā darbiniekiem var noteikt arī individuālos mērķus, kas parasti notiek tādā gadījumā, ja darbinieks veic kādas unikālas uzņēmumam būtiskas darbības.

Visi šie mērķi ir savstarpēji saistīti un katra atsevišķa mazāka mērķa sasniegšana veicina uzņēmuma lielo mērķu sasniegšanu. Parasti uzņēmumiem nav problēmu ar uzņēmuma stratēģisko mērķu noteikšanu, bet problēmas rodas, kad jāsaņem noteikti procesi un/ vai struktūrvienību mērķus (tālāk tekstā – procesu mērķis). Tādēļ es savā rakstā apskatīšu tieši procesu mērķu noteikšanas svarīgumu un iespējas. Efektīvai uz procesu pieejas balstītai uzņēmuma vadībai un tās pilnveidošanas nodrošināšanai nepieciešams identificēt procesus, noteikt procesu raksturotājus un mērķus.

Regulāra mērķu noteikšana un pārskatīšana rosina uzņēmuma vadību analizēt sasniegtos rezultātus, noskaidrot iespējamās kļūmju cēloņus un veikt nepieciešamās darbības, lai pilnveidotos. Ir ļoti būtiski mērķus noteikt procesos, kas ir tieši saistīti ar pakalpojumu/ produktu īstenošanu un klientu apkalpošanu, jo šie procesi tieši ietekmē klientu apmierinātību un viedokli par uzņēmuma darbību.

Nosakot jebkura procesa mērķi, jāņem vērā tas, ka jebkura procesa galvenais mērķis ir procesa sasniegto rezultātu sakrīšana ar procesa plānoto rezultātu un noteikto prasību izpildīšanu. Noteiktie mērķi regulāri jāpārskata, ņemot vērā dažādus faktorus, Tāpat jānovērtē riski, kas saistīti ar rezultātu sasniegšanu un darbību izpildi.

Procesu uzraudzību, izvērtēšanu un mērķu sasniegšanas analīzi jāveic uzņēmuma vadībai, struktūrvienību vadītājiem, atbildīgajiem darbiniekiem, nepieciešamības gadījumā auditoriem un pieaicinātiem neatkarīgiem ekspertiem. Šādi īstenošana procesu vadība ietver ne tikai kontroles pasākumus un korektīvo darbību veikšanu neatbilstību gadījumos, bet arī neatbilstību profilaksi un plānotu uzlabojumu veikšanu. Jebkura līmeņa mērķis jānosaka pamatojoties uz uzņēmuma vīziju, misiju un stratēģiju, lai mērķi nebūtu pretrunā ar uzņēmuma stratēģiskajiem darbības virzieniem.

1.5. Stratēģiskās plānošanas process un darbības vides analīze

Stratēģiskajā plānošana ir svarīgi:

- izanalizēt pašreizējo situāciju,
- noteikt, kādu rezultātu un cik ilgā laika periodā vajadzētu sasniegt;
- izvēlēties līdzekļus šo mērķu sasniegšanai.

Ar uzņēmējdarbības stratēģisko plānošanu ir cieši saistīts jēdziens uzņēmējdarbības taktiskā plānošana. Uzņēmējdarbības taktiskā plānošana ir uzņēmējdarbības atsevišķu funkciju izpildes plānošana, kas paredz kā rīkosies atsevišķas nodaļas, lai izpildītu tos uzdevumus, kas tām ir jāveic uzņēmuma plāna ietvaros, kādas būs to tiesības un pienākumi. Visām taktiskos plānos paredzētām izmaiņām ir jāpamato to izdevīgums.

Lai veiksmīgi varētu strādāt izvēlētajā jomā, ir labi **jāpārzina uzņēmuma ārējā vide**, jāveic apkārtējās vides apstākļu (iespēju, riska faktoru) analīze. Ārējā vide sastāv no nozares jeb konkurences vides, kurā uzņēmums darbojas vai plāno darboties.

Ārējās un iekšējās vides analīze ļauj uzņēmumam noteikt stiprās un vājās puses, pastāvošās iespējas un draudus ārējā vidē. Tāpat analīze ļauj novērtēt konkurētspēju. Lai novērtētu konkurētspēju ir jāņem vērā vairāki faktori – cik reāli stipra ir

uzņēmuma konkurētspēja. Kā tā pastiprināsies vai pavājināsies mainot stratēģiju vai realizējot esošo. Kā uzņēmuma attīstību un darbību ietekmē konkurentu izaugsme, nozares attīstības faktori, politiskā un ekonomiskā situācija.

Uzņēmuma ārējās vides (situācijas) analīze jāveic pēc 2 faktoru grupām: ārējās izdevības un ārējie draudi. Ir lietderīgi izdalīt tieši un netieši ietekmējošos faktorus un noteikt to iedarbības pakāpi, tādēļ svarīgi iegūt nepieciešamo informāciju. Laikus apkopota un apstrādāta informācija atvieglo un paātrina nākamo stratēģijas plānošanas posmu veidošanu. Tāpēc uzņēmuma būtu jāveic konkurenta biznesa izpēti, gan jāizmanto labākās pieredzes pārņemšana.

Ir jāanalīzē valsts (nacionālā) vide un vispārīgās vides. Lai novērtētu nacionālo vidi, nepieciešams ņemt vērā politiskās, ekonomiskās, kultūras (nacionālās) tendences valstī. Vispārīgās vides analīze ietver tādus faktorus, kā jaunākie tehnoloģiskie sasniegumi, demogrāfiskā situācija, sociālā un likumdošanas politika.

Bez ārējās vides ir arī uzņēmuma iekšējā vide ar savām stiprajām un vājajām pusēm. Šīs vides savstarpēji iedarbojoties, un, ņemot to vērā, tiek izstrādāts uzņēmuma stratēģiskais plāns, paredzot uzņēmuma struktūru, pārvaldi, finansēšanu, nepieciešamos resursus, tehnoloģiju, kontroles sistēmu. Organizācijas iekšējo stipro un vājo vietu izpēte arī jāveic pēc 2 faktoru grupām: iekšējais spēks un iekšējais vājums.

- Ilgtermiņa plānu jāsadala sīkākos īstermiņa plānos, kas sasniedzami īsākā laika periodā konkrētu uzdevumu veikšanai. Ilgtermiņa un īstermiņa plānā ir jānorāda reālus laikposmus ar datumiem, kad paredzēts paveikt plānotos darbus.
- Izstrādājot uzņēmuma attīstības perspektīvu stratēģisko plānu, jāņem vērā, cik pašreiz uzņēmuma produkcija ir konkurētspējīga tirgū, un jāmeklē iespējas, kā paplašināt jau esošo tirgu un pārdot tajā vairāk produkcijas, kā arī jaunu tirgu radīšana.

Kā vienu no veidiem analīzē iesaka izmantot -SWOT (SVID) analīzi - stratēģisko alternatīvu izpēti un analīzi lietderīgi veikt ar tā saucamās SWOT (SVID) matricas palīdzību SVID analīze ir metode, ar kuras palīdzību uzņēmums novērtē savas stiprās un vājās puses, kā arī pastāvošās iespējas vai gaidāmos draudus.

SVID analīzes nosaukums ietver visu četru pielietotās metodes analizēto faktoru pirmos burtus (stiprās puses, vājās puses, iespējas, draudi – angļu valodā attiecīgi SWOT - *strengths, weaknesses, opportunities, threats*).

Un tikai tad, kad visi kritiskie informācijas elementi ir noteikti, balstoties uz tiem, uzņēmums var formulēt un īstenot biznesa stratēģiju plānoto mērķu sasniegšanai.

SVID analīzes galvenais uzdevums ir pieejamo informāciju sadalīt iekšējos (stiprās un vājās puses) un ārējos (iespējas un draudi) faktoros. Kad šis darbs ir paveikts, SVID analīzes rezultāti parāda, kuri faktori var palīdzēt uzņēmumam stratēģisko mērķu sasniegšanā, un kuri faktori (vājās puses un draudi) ir šķēršļi, kas jāpārvar vai jāsamazina to iedarbību.

- Stiprās puses – uzņēmuma īpašības, kas var palīdzēt sasniegt noteikto mērķi.
- Vājās puses – uzņēmuma īpašības, kas var kavēt vai apgrūtināt noteiktā mērķa sasniegšanu.
- Iespējas – ārējie faktori, kas var palīdzēt sasniegt noteikto mērķi.
- Draudi – ārējie faktori, kas var kavēt noteiktā mērķa sasniegšanu.

Lai spētu labi sagatavoties nākamajam solim – eksporta plāna izstrādei, uzņēmuma potenciālu var izvērtēt, ņemot par palīgīdzekli šādu metodoloģiju, kas paredz, ka uzņēmums izvērtē savas stiprās un vājās puses no uzņēmuma iekšējo resursu viedokļa SVID analīzes „S” un „V” daļā, kā arī iespējas un draudus, ņemot vērā ārējo faktoru izmaiņas un tirgu prasības SVID analīzes „I” un „D” daļā.

Šī metode palīdz uzņēmumam apzināt un uzlabot savas vājās puses, mārketinga un pārdošanas stratēģijā uzsvērt savas stiprās puses, laicīgi izvērtēt ārējos riskus jeb draudus un spēt izmantot iespējas, ko piedāvā pašreizējā situācija.

STIPRĀS PUSES - IESPĒJAS

VĀJĀS PUSES - DRAUDI

- Produkta vai pakalpojuma priekšrocības
- Pieejamie resursi, to cenas
- Atrašanās vieta, loģistikas izmaksas
- Izpēte un attīstība
- Brīva tirgus niša

- Konkurentu trūkumi
- Jauni tirgus segmenti
- Jauninājumi
- Reputācijas, atpazīstamības trūkums
- Piegādes laiks, produkta derīguma termiņš
- Vadītāju trūkums uzņēmumā
- Politiskie šķēršļi, protekcionisms
- Konkurentu spiediens
- Ekonomikas svārstības
- Iekšējie faktori
- Ārējie faktori
- Negatīvie faktori
- Pozitīvie faktori

Tāpat ļoti svarīgi ir izanalizēt uzņēmuma iekšējā vide, kas nav mazāk svarīga kā ārējā vide. Izdala vairākus iekšējās vides faktorus.

1. Procesu vadību
2. Resursu vadība
3. Uzņēmuma kultūra
4. Uzņēmuma struktūra

Process ir savstarpēji saistītu darbību virkne, kas tiek plānota un veikta, lai sasniegtu konkrētu mērķi

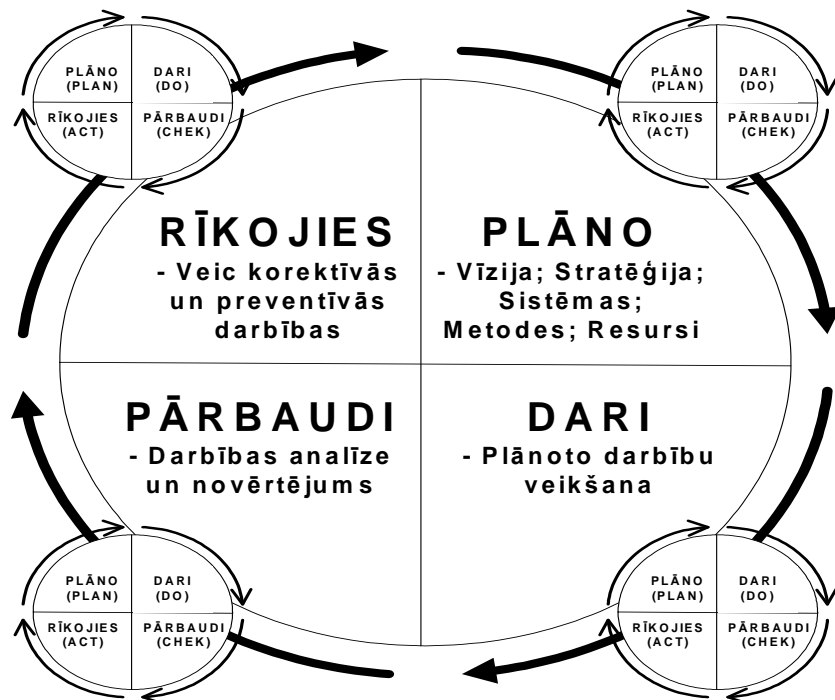
1. Organizācijas vadības sistēmu veido daudzi procesi.
2. Procesus jāplāno, jāvada un jākontrolē dažādu līmeņu vadītājiem.
3. Procesu vadība jāveic balstoties uz esošo informāciju, kas tiek iegūta vācot datus par faktisko procesu norisi – mērījumiem procesa ietvaros, darbinieku un klientu viedokļiem

Procesu plānošana

Plāno – Dari – Pārbaudi – Rīkojies

1. Plāno – nozīmē tādu mērķu sasniegšanu un procesu iedibināšanu, kas nodrošina rezultātu sasniegšanu atbilstoši klienta prasībām un pašas organizācijas politikai
2. Darīt – ieviest šos procesus, veikt to, kas bija plānots
3. Pārbaudi – pārraudzīt un mērīt procesus un produktus attiecībā pret noteiktajām politikām, mērķiem un prasībām
4. Rīkojies –balstoties uz rezultātiem, faktiem veikt darbības, kas uzlabo organizācijas sniegumu.

Deminga aplis



Procesu pieeja

1. Veikt sistēmas stāvokļa analīzi
2. Noteikt un vadīt procesus, kas nepieciešami uzņēmuma stratēģijas īstenošanai un mērķu sasniegšanai
3. Noteikt procesu secību un mijiedarbību
4. Noteikt kritērijus un metodes, lai nodrošinātu efektīvu darbību un procesu vadību
5. Nodrošināt informācijas pieejamību, kas nepieciešama, lai vadītu procesu darbību
6. Mērīt, pārraudzīt, analizēt procesus un atbilstoši rīkoties, lai sasniegtu plānotos rezultātus un palielinātu konkurētspēju
7. Nodrošināt informācijas apriti
8. Apmācīt darbiniekus.

„Exigen® Services, pētot jaunas tehnoloģijas un prasmes, uzlabojot procesus un padarot spēcīgāku resursu bāzi savos izstrādes centros, vienmēr meklē jaunus veidus kā veicināt klientu panākumus. Mūsu augstākais mērķis ir panākt, lai Jūsu darbinieki varētu strādāt un komunicēt ar ikkatru un ikvienu no mūsu izstrādes komandas locekļiem, tā it kā viņi būtu Jūsu pašu personāls”.

www.exigenservices.lv

2. UZŅĒMUMA RESURSU VEIKSMĪGA IZMANTOŠANA INVESTĪCIJU PIESAISTĒ

2.1. Īpašuma un resursu loma investīciju piesaistē

Uzņēmumam ir jānosaka nepieciešamie resursi, kas nepieciešami stratēģijas īstenošanai, mērķu sasniegšanai un konkurētspējas nodrošināšanai. Resursu pieejamība ir viens no galvenajiem faktoriem uzņēmuma darbībā. **Uzņēmuma aktīvi - viss uzņēmuma īpašums, kam ir vērtība.** Uzņēmuma aktīvi nozīmē: nauda bankā, samaksa par rēķiniem, vērtspapīri, kas ir reģistrēti uz uzņēmuma vārda, nekustamais īpašums vai ēkas, iekārtas, pārdošanai gatavās preces vai pusfabrikāti, materiāli un viss cits, kam ir vērtība un kas pieder uzņēmumam. Apskatot resursu, tai skaitā uzņēmuma aktīvu (īpašumu) lomu uzņēmējdarbībā resursus var iedalīt:

1. Cilvēku resursi;
2. Finanšu resursi;
3. Tehniskie resursi;
4. Zināšanu resursi;
5. Laika resursi.

Tiek izdalīti pieci ražošanas faktoru elementi, kurus var interpretēt sekojoši:

Cilvēku resursi – to skaits, kvalifikācija, izmaksas attiecināmas uz personālu (algu līmenis). Pētot šī faktora ietekmi uz nacionālās konkurences priekšrocībām ir jāanalizē arī tādi kvantitatīvie un kvalitatīvie rādītāji, kā darba ētika un darba dienu ilgums un citi elementi, kas veido noteiktas tradīcijas.

Fiziskie resursi – tādu fizisko resursu, kā zeme, ūdens, minerāli, koksne, hidroenergo resursi, zivju resursi u.c., apjomi, kvalitāte, pieejamība, attiecināmas izmaksas un cena.

Nācijas, kuru teritorijās ir bagātīgas naftas un dabas gāzes ieguves, šodienas globalizācijas apstākļos, diktē energo noteikumus un izmaksas to patērētāju valstīm. Latvijas teritorija vēsturiski nav bijusi bagāta ar fiziskajiem dabas resursiem, izņemot koksni, tomēr, ņemot vērā koksnes resursu lēno atjaunošanos un ierobežoto teritoriju, šo resursu var uzskatīt par izsmelamu intensīvas izmantošanas periodā, kāds tas bija 20.gs. 90-ajos gados.

Īpatnējs fiziskais resurss ir valsts klimata apstākļi, tās ģeogrāfiskais novietojums un pat izmērs - šādi faktori ietekmē ražošanas izejvielu sagādes un saražotās produkcijas piegādes izmaksas. Līdzīgs ne-fiziskais faktors, kas pieskaitāms šai faktoru grupai ir laika zona – cik efektīvi uzņēmums, kas strādā starptautiskajā tirgū var izmantot savu dienas darba laiku.

Zināšanu resursi – uzņēmuma (reģiona) zinātniskais potenciāls, tehniskās un tirgus zināšanas, kas tiek ieguldītas produktu ražošanā. Šādi resursi veidojas no valsts zinātnes attīstības politikas un pamatiem, universitātēm, to pētniecību institūtiem, privātiem pētniecības institūtiem un objektiem, valsts statistikas institūcijām, biznesa un zinātnes literatūras, tirgus pētījumiem, tirdzniecības un nozaru asociācijām un citiem zināšanu akumulēšanas un apstrādes resursiem.

Kapitāla resursi – kapitāla pieejamība un tā izmaksas, lai finansētu ražošanu. Kapitāls netiek uzskatīts par homogēnu jēdzienu, jo tā formas variē un var izpausties kā vienkārši aizdevumi, nodrošināti aizdevumi, augsta riska pakāpes vērtspapīri vai kā tiešās investīcijas pamatkapitālā. Katra no šīm formām var ietvert dažādas variācijas un ir atkarīgas no riska pakāpes, izmaksām un pieejamības.

Infrastruktūra – infrastruktūras kvalitāte un uz tās izmantošanu attiecināmas izmaksas ietekmē konkurences priekšrocības, tajā skaitā ceļi, transporta sistēma, pasts un tā sūtījumi, bankas un kredītiestāžu darbība, veselības aprūpe un valsts institūciju darbs. Par šī faktora atvasinātajiem elementiem uzskata kultūras īpatnības noteiktā teritorijā un dzīves kvalitāte, kas ietekmē ausīgāk minēto faktoru funkcionalitāti.

Visi ražošanas resursu tipi nevar būt vienlīdzīgi un vienlīdz nozīmīgi konkurences priekšrocību veidošanas procesā, tāpēc tie iedalās **pamata un augstākā līmeņa faktoros:**

Pamatfaktori – dabas resursi, klimats, ģeogrāfiskais novietojums, mazkvalificētais un vidēji kvalificētais darba spēks un aizņemtā kapitāla.

Augstākā līmeņa faktori – moderna telekomunikāciju infrastruktūra, augsti izglītoti speciālisti, piemēram, inženieri, informācijas tehnoloģiju zinātnieki, zinātniskie institūti, spēcīgs inovāciju potenciāls.

Tieši pēdējie faktori ir vissvarīgākie nacionālās konkurētspējas nodrošināšanā un arī konkurences priekšrocību radīšanai un attīstībai industrijas ietvaros. Valstīs, kurās augstākā līmeņa ražošanas faktori ir zemi attīstīti, tajā skaitā Latvijā, ir jābūt

spējīgām izmantot primāros faktoros, kā izšķirošos konkurētspējas nodrošināšanai un jādara viss, lai attīstītu augstākā līmeņa faktoros, kā pievienotās vērtības avotu.

Nākamais atvasinātais ražošanas faktoru iedalījums sadala tos **pēc pielietojamības**:

- 1. Ģenerālie faktori** – ražošanas faktori, kas var tikt izmantoti neatkarīgi no industrijas, piemēram, ceļu sistēma, kā infrastruktūras elements, aizņemtā kapitāla pieejamība vai arī izglītotais darba spēks ar augstskolas diplomu;
- 2. Specializētie faktori** – izmantojamus specifiskās nozarēs, šaurākos segmentos vai industrijās, piemēram specifisku nozaru zinātniskie institūti, infrastruktūras resursi, kas izmantojami tikai šaurākas industrijas ietvaros.

Uzņēmuma kultūra

Uzņēmuma kultūra ir valdošo vērtību, vadlīniju, paradumu, normu un rituālu kopums, kas var tikt papildināts atkarībā no organizācijas veida, attīstības un vides, kur tā darbojas. Uzņēmuma kultūra nodrošina uzņēmuma misijas un stratēģijas kopējo izpratni, mērķu saskaņošana šīs misijas īstenošana un mērķu sasniegšanas līdzekļu vienota izmantošana un saskaņotība. Uzņēmuma kultūru veido iekšienē noteikti paradumi, komunikāciju sistēmas, valoda, vadības līdzekļi, motivāciju sistēmas darbība, kopējo vērtību sistēma, kas nosaka vēlamu un nevēlamu organizācijā. Šie kopējie faktori nosaka uzņēmuma darbinieku uztveri, domāšanu un izjūtas saistībās ar iekšējiem un ārējiem apstākļiem, un parādās cilvēku darbībā un paša uzņēmuma vides veidošanā. Cilvēki, kļūstot par uzņēmuma darbinieku, pakāpeniski apgūst uzņēmuma kultūru, kas palīdz viņiem integrēties uzņēmumā.

Uzņēmuma kultūra ir atkarīga no uzņēmuma augstākās vadības, jo viņi ir tie, kuri nosaka gan stilu, gan uzvedību. Ir izpētīts, ka darbinieki cenšas līdzināties saviem tiešajiem vadītājiem, kuri savukārt cenšas „kopēt” augstāko vadību.

Uzņēmuma kultūras nozīme ne vienmēr tiek izprasta un par to nav pietiekami daudz informācijas. Jāatzīst arī fakts, ka daudzās organizācijās kultūrai netiek pievērsta pietiekama uzmanība un vadība neveicina šīs kultūras veidošanos, kā rezultātā rodas dažādi konflikti, neadekvātas komunikācijas paradumi, intrigas, baumas, kā arī dažādas subkultūras. Subkultūras parasti veidojas struktūrvienību iekšienē un ir attiecināma uz mazu grupu. Viens no iemesliem ir dažādu darbinieku skatījums uz uzņēmuma mērķiem un savu lomu uzņēmumā, kā arī vadības neizpratne par kultūras nozīmi.

Uzņēmuma struktūra

Strukturālās izmaiņas tiek saprastas ar uzņēmuma struktūras hierarhisku maiņu, amata funkciju maiņu, vadības līmeņa un skaita maiņu.

Struktūras maiņas parasti tiek uztvertas kā vienkāršas izmaiņas, bet reālajā dzīvē tās nozīmē iejaukšanos operatīvajā darbībā. Tieši no strukturālajām izmaiņām visvairāk baidās darbinieki, jo tās prasa gan kompetenču paaugstināšanu, gan jaunu darbinieku iekļaušanu organizācijā, gan arī darbinieku skaita samazināšanu.

Ja darbinieki neizprot vai nepieņem šīs izmaiņas, kā arī nepilda šīs prasības, tad ir jāatzīst, ka pārmaiņas ir notikušas tikai formāli un tās ir neveiksmīgas. Šāda pati problēma skar arī tehnoloģiskās pārmaiņas. Tehnoloģiskie jaunievedumi tiek veikti ar mērķi paaugstināt organizācijas darbības efektivitāti. Tehnoloģiju ērtumam, ātrumam un iespējām ir jākalpo darbinieku vajadzībām un pievienotās vērtības radīšanai. Tālab visas tehnoloģiskās izmaiņas ir jāsaista ar lietotāju vajadzībām.

2.2. Stratēģiju īstenošana un uzraudzība

Šajā posmā ir svarīga stratēģijā formulēto mērķu un darbību koordinēta īstenošana, motivēta darbinieku sadarbība, radoša pieeja un ideju ģenerēšana, veidojot uzņēmuma funkcionālu darba kultūru. Svarīgi minētās stratēģijas īstenot integrēti.

Būtisks faktors ir stratēģiju vadīšana un koordinācija, līdz ar to stratēģiju sekmīga īstenošana ir atkarīga no uzņēmuma resursu pieejamības, gan no vadošā personāla stratēģiskās pieejas mērķu sasniegšanai uzņēmuma ikdienas darbībā.

Stratēģiju īstenošana ietver konkrētas darbības, kuras tiek veiktas funkcionālā, biznesa un korporatīvā līmenī – uzņēmuma vadošajam personālam tiek noteikti pienākumi un atbildība, tiek piešķirti nepieciešamie finanšu resursi, noteikti īstermiņa mērķi un konkrētas darbības, kā arī tiek izveidota uzņēmuma darbības kontroles un motivācijas sistēma.

Stratēģiju uzraudzība nodrošina iespēju regulāri izvērtēt sasniegto progresu ceļā uz stratēģiju izvirzītajiem mērķiem. Uzņēmumu pieeja kontroles vai uzraudzības procesam ir ļoti individuāla – var ne tikai izvērtēt uzņēmuma sasniegtos mērķus, bet pārskatīt un optimizēt uzņēmuma struktūru, procesus.

2.3. Idejas un pareizu stratēģiju nozīmīgums investīciju piesaistē

Unikāla ideja

Visas idejas ir unikālas tik ilgi, kamēr nesastop alternatīvu ideju. Idejas unikalitāte slēpjas apstākļi, ka ideja ir vienreizēja un neatkārtojama. Ja izdodas ģenerēt šādu ideju, tad var uzskatīt, ka ir ļoti paveicies. Vienīgais, ka uzreiz ir jāsāk domāt arī par idejas aizsardzību pret plaģiātismu.

Unikāla ideja var arī nerealizēties, ja tā nokavē attiecīgo, piemēroto brīdi. Bieži vien daudzas idejas, pat unikālas idejas, paliek tikai un vienīgi kāda indivīda prātā.

Aizgūta ideja

Tieši tās idejas, ar kuru palīdzību var pelnīt naudu, tiek aizgūtas visvairāk. Idejas mēs aizgūstam katru minūti. Dažkārt ir tā, ka mēs paši neejam, ka esam kādu ideju aizguvuši, jo esam bijuši iesaistīti ideju ģenerēšanas procesā. Tādējādi kļūstot par līdzautoru un idejas līdzīpašnieku.

Idejas varbūt zināmas arī vairākiem cilvēkiem, taču ne katrs no viņiem arī izšķirsies par šīs idejas realizāciju dzīvē. Bet tas, kurš to izdarīs pirmais, arī kļūs par šīs idejas reālo īpašnieku.

Tāpēc ideju aizgūšana ir normāls konkurences process.

Ideju rašanās ir sarežģīts process, kurā tiek izmantota virkne ārēju informācijas avotu, kā arī paša uzņēmēja unikālās zināšanas un spējas. Par iedvesmu idejai var kalpot novērojumi profesionālajā darbībā, piemēram, pamanot labāku veidu, kā nodrošināt klientu vajadzības, arī citās nozarēs vai valstīs novēroti risinājumi, kā arī konsultācijas, viedokļu apmaiņa ar citiem ideju autoriem, pieredzējušiem uzņēmējiem (mentoriem) un arī citi mazāk tradicionāli avoti.

Viens no iedvesmas avotiem ir jāmin īpaši. Proti, liela daļa ideju rodas no cilvēku pašu novērojumiem, izjūtot neērtības vai redzot situāciju, kas nešķiet loģiska, jo liekas, ka to varētu darīt labāk, efektīvāk, citādāk. Ja izdodas iedomāties, kādā veidā šo efektīvāko risinājumu panākt, un ja ieguldījumi ir samērojami ar gaidāmo ieguvumu — uzņēmējdarbības ideja ir gatava!

Idejas pamatā ir situācija, kurai ir nepieciešams labāks risinājums, tāpēc ir jāapzinās klientu vajadzības un savas idejas unikalitāte, tās salīdzinot ar priekšrocības. Jāpatur prātā arī, ka sava uzņēmuma piedāvājums jāveido tā, lai klientiem būtu viegli uztverami viņu ieguvumi, lietojot konkrēto izstrādājumu vai pakalpojumu. Kā pamanīt situācijas, kurās var ieviest jaunu risinājumu, un kā uzzināt klientu vajadzības?

Uzņēmējdarbība, savukārt, ir šo ideju pārvēršana izstrādājumā vai pakalpojumā, ieviešana dzīvē, lai radītu vērtību klientiem un ar šo papildu vērtību arī nodrošinātu peļņu. Jāņem vērā, ka uzņēmējdarbību, it sevišķi Latvijā, bieži vien jauc ar vadīšanu (angļu val. “vadīšana” nozīmē “management”, “uzņēmējdarbība” — “entrepreneurship”).

Vadītājam jeb tā sauktajam menedžerim ir jāuztur uzņēmuma funkcija, bieži vien kādā konkrētā jomā. Piemēram, cilvēkresursu nodaļas vadītājam jāpieņem darbā jauni darbinieki un jārūpējas par esošajiem, finanšu vadītājam uzņēmumā jāanalizē finanšu plūsmu un rentabilitāti.

Jāņem vērā, ka lielākajā daļā gadījumu idejas attīstība ir pakāpenisks process. Lai arī grāmatās, interneta vietnēs un dažādos treniņos tiek popularizētas daudzas ideju ģenerēšanas metodoloģijas, jāsaprot, ka idejas neradīsies automātiski, nopērkot grāmatu vai apmeklējot kursu. Tāpat arī tirgus nišu meklēšana īsā laikā ir iespējama galvenokārt lielākiem uzņēmumiem, kas var pasūtīt vai pašu spēkiem veikt kādu pētījumu. Individuālam uzņēmējam toties ir iespēja ar laiku sameklēt, pakāpeniski uzkrāt kompetenci kādā nozarē un saskatīt uzņēmējdarbības izdevību. Sevišķi vērtīga šajā ziņā ir:

Informācija

- Nozares žurnāli, publikācijas
- Plašsaziņas līdzekļi – TV, radio, internets, avīzes
- Nozaru izstādes
- Klientu vajadzību izpēte
- Konsultācijas ar nozares ekspertiem, draugiem, mentoriem
- Līdzīgas idejas ārvalstīs
- Papildinājumi citiem produktiem, pakalpojumiem

Cilvēks

- Izglītība
- Pieredze

- Intuīcija
- Komunikācijas prasmes
- Interese par nozari
- Raksturs
- Uzskati

Idejas pamatā ir situācija, kurai ir nepieciešams labāks risinājums, tāpēc ir jāapzinās klientu vajadzības un savas idejas unikalitāte, tās salīdzinot ar priekšrocības. Jāpatur prātā arī, ka sava uzņēmuma piedāvājums jāveido tā, lai klientiem būtu viegli uztverami viņu ieguvumi, lietojot konkrēto izstrādājumu vai pakalpojumu.

Lai izprastu, kā risināt klientu problēmas, protams, ir būtiski “pazīt”, izprast savus klientus — valsti, cilvēku grupu, uzņēmumus, kuriem izstrādājumu piedāvāsiet.

Ir vērts arī padomāt par savu metodiku — kā apkopot, salīdzināt un vērtēt dažādas idejas, ieceres. Ir uzņēmumi, kas, piemēram, pirms jauna produkta izstrādes sākšanas analizē tirgu, pārdodamo vienību skaitu, bet ir arī tādi, kuriem ir nepieciešams izmēģināt izstrādājumu, lai saprastu arī ar to saistītās grūtāk definējamās nišas.

Nedrīkst tikai meklēt perfekto ideju vai arī vieglāko projektu, ir jāstrādā un jāpielāgojas, jāuzlabo savs koncepts arī darba gaitā. Kā jau minēts, svarīgi ir noticēt, bet ir jābūt arī veselīgai, pēc iespējas objektīvai un konstruktīvai paškritikai.

Idejas evolūcijas procesā uzņēmumam ir jābūt ļoti elastīgam, jāspēj ātri reaģēt, lai varētu nodrošināt klientu piesaisti un radīt interesi tirgū. Pirms praktiskās darbības sākšanas ir ieteicams pārbaudīt, vēlreiz izvērtēt ideju un plānoto uzņēmējdarbības modeli, konsultējoties ar mentoriem un uzņēmējiem vai, piemēram, piedaloties biznesa plānu konkursā.

Protams, var nākties darīt arī tādus darbus, kas sākotnēji nemaz nebija paredzēti, varat atklāt, ka jauno izstrādājumu var izmantot arī citās nozarēs, un arī ekonomiskās attīstības cikli dažādās valstīs un nozarēs var būtiski mainīt jaunu uzņēmumu plānus. Tomēr, cīnoties ar ārējiem apstākļiem un izpildot dažādu veidu pasūtījumus, vienlaikus ir svarīgi saglabāt sava uzņēmuma darbības pamatvirzienu, attīstot tās kompetences, ar kurām cerat sekmīgi darboties un pelnīt ilgtermiņā.

Svarīgs uzņēmuma vadības pienākums idejas realizācijas sākuma posmā ir pārdošana un izstrādājuma vai pakalpojuma virzīšana tirgū, tomēr ir jāpatur prātā, ka uzņēmuma vadība, lai arī darbības sākumā tā pilda daudz dažādu funkciju, ilgtermiņā ir atbildīga par procesu organizēšanu un uzņēmuma vadību, un jaunu projektu attīstīšanu. Tāpēc ļoti svarīga ir atsevišķu uzdevumu deleģēšana konkrētiem darbiniekiem, kā arī jaunu spējīgu darbinieku iesaistīšana un motivēšana.

Kvalitatīva idejas izstrāde un spējīga projekta komanda, pārdomāts uzņēmējdarbības modelis, objektīvas prognozes, izmantotie papildu informācijas avoti, varbūt arī citas jau piesaistītas investīcijas — visi šie faktori veicina investoru uzticēšanos un, iespējams, var samazināt procentu likmi, kuru investors prasa no biznesa projekta.

Labā ideja var rasties arī sēžot pie alus kausa vai kafijas tases. Un pat tādos brīžos, kad tam nav nekāda sakara ar biznesu. Ideja ir visvērtīgākais, kas ir uzsākot biznesu. Nav jēgas lielam resursu daudzumam, ja nav labas idejas.

Kā piemēram ne pārāk sen Latvijas tirgū parādījās jauns, šeit pat radīts produkts – galda spēle uzņēmējdarbībā „Laiks Biznesam”, ko radījis mūsu pašu jaunais uzņēmējs – Latvijas Universitātes, Ekonomikas un Vadības fakultātes students Mikus Losāns.

Galda spēle „Laiks Biznesam” tā spēlētājiem ļauj nodarboties ar uzņēmējdarbību: pirkt izejvielas, pārdot produktus, piedalīties izsolēs un konkursos, cīnīties par peļņu, kā arī veidot savas stratēģijas, lai spēlē iegūtu lielāko tirgus daļu un uzvarētu konkurentus – citus spēlētājus.

Pašlaik Latvijā notiek LAIKS BIZNESAM pilot kampaņa, lai pārliecinātos par tās idejiskiem un tehniskiem risinājumiem, jo šī spēle balstīta uz vairākām inovācijām galda spēļu jomā. Produkta izstrādē pielietots veikls biznesa modelis, kas ļāvis piedāvāt šo spēli par īpaši zemu cenu, ņemot vērā tās bagāto komplektāciju.

LAIKS BIZNESAM ir plānots notestēt Latvijas tirgū, bet pēc tam mērķis ir iekarot arī lielākos pasaules tirgus – tādas kā Vācija, Anglija, Krievija, ASV. Tāpat arī LAIKS BIZNESAM komanda šo projektu plāno attīstīt plašāk, veidojot jaunus produktus, kas saistīti ar uzņēmējdarbības spēju atklāšanu un jauno uzņēmēju atbalstīšanu. Tāpēc varētu rezumēt, ka mēs stāvam uz jauna pasaules produkta bestsellera sliekšņa, kas nesīs Latvijas vārdu pasaulē.

Veiksmīgo un inovatīvo Latvijas uzņēmumu pārstāvjiem lūdzām definēt veiksmes formulu jeb attieksmes noslēpumus, kas, viņuprāt, ļāva šiem uzņēmumiem kļūt tieši tik veiksmīgiem un inovatīviem, kādi tie ir pašlaik gan sabiedrības vērtējumā, gan finansiālā ziņā. Šīs atziņas ir ieteikumi — ceļa maize — idejas attīstīšanai un uzņēmējdarbības īstenošanai. Bez tam liela daļa šo ieteikumu der arī dzīves kvalitātes paaugstināšanai.

“Ja jau sākotnēji tev ir idejas, nekad nevajag tās atmet un neturpināt — tās jāturpina un jāattīsta. Piemēram, ja ir tēmas, kas mani interesē, un man liekas, ka tām vēl nav pienācis laiks un tur vēl nav iespējama komercdarbība, tik un tā turpinu

pētīt, lasīt, interesēties un vākt informāciju, veidot pamatu un vērtēt, kurā brīdī šī ideja būs piemērota ekonomiskajai situācijai, lai varētu to komerciāli īstenot.”(Mārtiņš Bērziņš, “Clusterpoint”)

2.4. Biznesa plāna loma investīciju piesaistē

“Mans ieteikums nav izveidot grandiozu plānu, mans ieteikums ir vienkārši sākt darīt, atrisinot problēmas, kas radīsies — un tādu būs daudz. Bet tās visas ir atrisināmas, un pakāpeniski jādodas uz priekšu!” (Jānis Ošlejs, SIA “Primekss”)

Biznesa plāns ir dokuments, kurā ielāno uzņēmējdarbību noteiktam laika posmam. Biznesa plāns sniedz iespēju padomāt par lietām, kas būs nepieciešamas, kad sāksi realizēt savu biznesa ideju, attīstības soļiem. Vienlaikus biznesa plāns Tev ļaus pārliecināties par idejas stiprajām pusēm un veikt nepieciešamos aprēķinus idejas dzīvotspējai, kā arī izveidot skaidru rīcības plānu biznesa darbībai.

Biznesa plānam ir jābūt konkrētam, pārdomātam, jāatspoguļo pašreizējā situācija un nākotnes perspektīvas, kā arī jāuzsver organizācijas stiprās puses un reāli jānovērtē vājās puses.

Biznesa plāns ir jāpiemēro investora prasībām. Kad ir pieņemts fakts, ka ne visi finansējuma avoti pēc būtības ir vienādi, jāapzinās arī tas, ka uzņēmējiem ir būtiski pilnībā saprast kritērijus, pēc kuriem investori izlemj investēt vai neinvestēt.

Izstrādājot biznesa plānu, jāņem vērā arī tā mērķis. Saturs var atšķirties no tā, kādu finansējumu plānojat piesaistīt – banku kredītu, riska kapitālu vai privāto investoru.

Biznesa plāns pamatā sastāv no:

- Uzņēmuma dibinātāji un vēsture
- Uzņēmuma pašreizējais stāvoklis un tā analīze
- Piedāvātā produkta apraksts
- Tirgus un konkurenti
- Biznesa projekta idejas pamatojums un nepieciešamie ieguldījumi
- Iepriekšējo periodu finanšu pārskati
- Prognozēto ieņēmumu aprēķins
- Prognozētās naudas plūsmas noteikšana

Biznesa plānam nevajadzētu būt garākam par 15-25 lapām ar visiem finanšu prognožu pielikumiem.

Biznesa plānam jābūt elastīgam, jo biznesa plāns atspoguļo patreizējos darbības pieņēmumus, balstoties uz idejām un informāciju, kas uzņēmējam ir pieejama uz rakstīšanas brīdi.

Noformējums un pareizrakstība ir 50% no biznesa plāna kopējā iespaida, pārlasi savu biznesa plānu pirms iesniegšanas vai palūdziet to izdarīt kādam citam.

Biznesa plāna prognozes nevajag sniegt pārlietu optimistiskas (jo tām neviens neticēs), kā arī minēt, ka uzņēmumam nebūs konkurentu (jo tādi ir vienmēr) vai nav risku.

Biznesa plānu ir jāraksta konkrētam mērķim. Sagatavojot biznesa plānu riska kapitāla piesaistei, ir svarīgi atcerēties, ka investori iegulda naudu kompānijā, lai saņemtu atdevi no uzņēmuma daļu pārdošanas nākotnē vai no dividendēm. Tādējādi šim biznesa plānam būtu jāuzsver ilgtermiņa (5 un vai pat vairāk) izaugsmes un peļņas perspektīvas. Finanšu aprēķinus var papildināt ar investīcijas atdeves aprēķinu investoram, kas veiktu ieguldījumu šajā kompānijā/projektā.

Kredīta devējiem svarīgākais aspekts ir ne tik daudz uzņēmuma potenciālais ienākumu un straujās izaugsmes potenciāls, bet izsniegtā kredīta drošība un kompānijas spēja segt procentu un aizdevuma amortizācijas maksājumus.

Rezultātā, biznesa plānam būtu jāuzsver ķīlas apjoms un vērtība pret ko aizdevums tiktu izsniegts, piemēram īpašums, kā arī naudas plūsmas dati vidējā laika griezumā (2-5 prognožu gadi), kas norādītu kad un ar kādu “rezervi” kredīta atmaksa var tikt veikta.

Dibinot uzņēmumu un izstrādājot biznesa plānu, uzņēmēji bieži vien cer sasniegt lielākus un labākus rezultātus īsākā laikā, nekā tas notiek īstenībā. Uzņēmējdarbības administrēšanā, lai arī tam nav stingra pamatojuma, par laika posmu daudziem jauniem uzņēmumiem uzskata četrus gadus pēc dibināšanas. Ja uzsāktajai darbībai nav pietiekamu rezultātu, minētajā laikā dibinātājiem jau būs izsīcis sākuma kapitāls un arī aizdotie līdzekļi jāsāk atmaksāt, arī paša uzņēmēja motivācija un darba spēju rezerves jau būs daļēji iztērētas.

Lai noteiktu pieejamību atbilstošam finansējuma veidam, jāņem vērā vairāki aspekti piem., inovāciju projekta vai jaunas tehnoloģijas raksturojums, finanšu risks, projekta sarežģītības pakāpe un attīstībai nepieciešamais laiks.

Projekta būtība ir ārkārtīgi svarīga, nosakot pieejamā finansējuma veidu. No otras puses, tikpat svarīgas ir attiecīgā valstī pastāvošās uzņēmumu atbalsta programmas.

Ja tas ir pētniecības projekts, vislabāk ir pieprasīt grantu, jo investori (riskā kapitālisti, biznesa eņģeļi vai bankas) nebūs ieinteresēti projektā, kamēr projekta rezultāti nebūs gatavi pārdošanai tirgū ar peļņu.

Taču var gadīties, ka riskā kapitālisti vai neformālie investori (biznesa eņģeļi) uzsāk projekta finansēšanu, kura sākumstadijas pētījums ir pabeigts, un var uzsākt produkta vai prototipa ražošanu.

2.5. Naudas plūsma

Šī ir ļoti būtiska sadaļa jauniem uzņēmumiem un kļūst vēl jo svarīgāka laikā, kad valstī samazinās izaugsme un pasliktinās klientu maksājumu kultūra. Naudas plūsma norāda visus faktiskos izdevumus un ieņēmumus reālajā laikā, apkopojot tos katru dienu, nedēļu vai mēnesi. Naudas plūsmai ar maksimāli mēneša intervālu vajadzētu būt izplānotai vismaz pirmajam uzņēmuma darbības gadam.

Lai sabalansētu izdevumus ar ieņēmumiem un uzņēmumam netrūktu apgrozāmo līdzekļu vai naudas līdzekļu un neiestātos maksātnespēja, ir būtiski analizēt ne tikai pārdošanas apjomus un izmaksas.

Svarīgi ir arī debeta un kredīta aprites rādītāji — attiecīgi vidējais dienu skaits, kurās uzņēmums saņem samaksu par piegādātajiem izstrādājumiem, pakalpojumiem, un vidējais dienu skaits, kurā uzņēmumam jāsamaksā piegādātāju rēķini.

Atpelnišanās līmeni (angļu val. — “break even”) uzņēmumi tomēr parasti sasniedz vēlāk nekā sākotnēji plānots, tāpēc būtiski ir pārdomāt aizņēmumu nosacījumus, atdošanas termiņus, iespējas nepieciešamības gadījumā piesaistīt papildu finansējumu. Jāņem vērā arī to, ka, novērtējot pēc atpelnišanās līmeņa gūtos līdzekļus, tie būtu jādiskontē — jānosaka to tagadnes vērtība.

Paskaidrojums: diskontēšana ir nākotnes naudas plūsmu pārvēršana tagadnes vērtībā, jo, piemēram, inflācijas dēļ konkrēts daudzums latu pēc gada var atbilst mazākam daudzumam preču.

Uzņēmumu vai jaunu izstrādājumu kontekstā par diskontēšanas likmi var izmantot arī uzņēmuma aktīvu atdevi, lai saprastu, vai jaunais izstrādājums, pakalpojums nesīs papildu peļņu, vai arī labāk tomēr investēt uzņēmuma pamatdarbībā.

2.6. Plānošanas nozīme

Lai sekmīgi pārvaldītu naudas plūsmu un arī izdarītu pamatotus pieņēmumus, ir jābūt labai informācijai, sapratnei par gaidāmajām izmaksām, kā arī pēc iespējas neitrālākam, neizskaistinātam, bet arī ne pārlietu kritiskam skatījumam uz sava uzņēmuma attīstības gaitu un pārdošanas rezultātiem. Izdarīt pareizus secinājumus nav viegli, cilvēka dabā ir optimistiski raudzīties uz saviem sasniegumiem, bet vienlaikus nedrīkst arī vieglprātīgi attiekties pret finanšu pieņēmumiem.

Uzņēmēji uzsver, ka biznesa un finanšu plāns nav tikai pārskats vai uzmetums, rakstītājam arī pašam jāizprot tā sadaļas. Sīkumaina plānošana nav nepieciešama, bet rūpīgi jāveic ieņēmumu prognoze un izmaksu kontrole, pat ja tā nav ļoti detalizēta.

2.7. Attīstība un ilgtspēja

Uzņēmuma ilgtspēju nosaka gan tā profesionālā vadība, gan stratēģiska izstrādājumu/pakalpojumu attīstība, t. i., esošo izstrādājumu dzīves cikla posmu uzraudzība un jaunu izstrādājumu/pakalpojumu stratēģiskā plānošana un attīstīšana.

Ņemot vērā iepriekšminēto dzīves cikla faktoru ietekmi uz uzņēmuma darbību un peļņu, svarīgi ir nemitīgi plānot gan uzņēmuma, gan izstrādājumu/pakalpojumu attīstību un jaunradi.

Līdzās attīstībai ilgtspējīga un stabila uzņēmuma darbības nodrošināšanā lielu ieguldījumu sniedz rūpīgi plānota un izveidota kontrole, kā arī kvalitātes vadības sistēma.

Iekšējās kontroles nozīmi uztver ļoti dažādi. Definīcija nosaka, ka iekšējā kontrole ir process, kas palīdz novērst riskus un sasniegt mērķus šādās jomās: efektīva uzņēmumu resursu izmantošana, ticama finanšu informācija un likumdošanas ievērošana.

Reālajā dzīvē nepastāv viens konkrēts iekšējās kontroles sistēmas modelis, ko katrs kā paraugu var izmantot savā uzņēmumā. Galvenā loma iekšējās kontroles sistēmas izvēlē ir uzņēmuma vadībai, kas arī ir atbildīga par iekšējās kontroles sistēmas izstrādi un ieviešanu uzņēmumā.

Darbinieku attieksme un atbildības izjūta var būt atšķirīga, bet, kā liecina pieredze, uzņēmumu darbības rezultāti ir daudz labāki un ilgtermiņā daudz stabilāki, ja uzņēmuma vadība ne tikai vārdos, bet arī darbos atbalsta stingru iekšējās kontroles sistēmas ieviešanu un uzraudzību. Galvenais, lai tā nebūtu formalitāte, dokuments, kurā vien fiksēts kāda procesa apraksts. Iekšējās kontroles sistēmai, kas ir izstrādāta, saskaņojot iespējas ar vajadzībām, ir efektīvi jāpalīdz sasniegt tai izvirzītos mērķus.

Arvien vairāk klientu pasaulē apzinās kvalitātes nozīmi. Viņi kļūst prasīgāki un vēlas gūt pārlicību, ka uzņēmums izpildīs viņu vēlmes. Sertificēta kvalitātes vadības sistēma liecina par uzņēmuma apņemšanos nodrošināt kvalitāti un klientu apmierinātību. Ieviešot kvalitātes vadības sistēmu, uzņēmums sekmēs klientu apmierinātības palielināšanos, pilnveidos uzņēmumā notiekošos procesus un nodrošinās saskanīgu uzņēmuma darbu.

Tas var mazināt risku, ka klientu vēlmes netiek izpildītas. Populārākā un visplašāk izmantotā kvalitātes vadības sistēma (KVS) ir ISO 9001:2008 standarta prasībām atbilstoša pieeja. Šā standarta prasības ir vienlīdz lietojamas kā ražotājiem, tā pakalpojumu sniedzējiem un ir plaši pazīstamas visā pasaulē.

2.8. Eksporta tirgi

Latvijā ar relatīvi īsu eksporta tirgu apguves pieredzi eksports ir izaicinājums dažādos uzņēmuma līmeņos: vadībai — stratēģijas un plāna izstrādē, pārdošanas daļai — eksporta klientu piesaistē un apkalpošanā, ražošanai – eksporta klientu vēlmju, prasību un pasūtījumu īstenošanai laikā. Tā kā darbs ar eksportu ir novitāte, uzņēmumi bieži praktizē “learning by doing” principu.

Uzņēmumu iespējas ārējā tirgū

Ekonomiskā krīzes apstākļos uzņēmumu darbību Latvijas tirgū var apgrūtināt nelabvēlīgi apstākļi, grūtības saņemt papildus finansējumu, piesaistīt investorus, neprognozējama Latvijas likumdošana, izmaksu palielināšanās, kvalificēta personāla trūkums, tirgus samazināšanās, ierobežots tirgus, klientu pirkspējas samazināšanās.

Šādos apstākļos parasti pieaug uzņēmumu motivācija uzsākt darbību ārējos tirgos, kas dod iespēju:

- 1) samazināt izmaksas, piemēram ārējā tirgū pieejami lētāki resursi;
- 2) Izdevīgāka nodokļu politika;
- 3) Uzņēmuma attīstības iespējas;
- 4) Jaunu kompetenču apgūšana.

Uzsākot uzņēmējdarbību ārējā tirgū ir jāveic četras pamatdarbības:

- 1) Jānosaka uzņēmuma mērķi darbībai citos tirgos.
- 2) Jāveic ārējo tirgu vides analīze;
- 3) Jāizvēlas piemērota stratēģija;
- 4) Jāīsteno izvēlēta stratēģija.

Eksporta tirgi un plānošana

Eksporta tirgu izvērtēšana un stratēģisko tirgu noteikšana – uzņēmumam ir jāizvērtē potenciālie eksporta noieta tirgi, ņemot vērā divus faktorus — informāciju par tirgiem, kā arī sava izstrādājuma vai pakalpojuma potenciālu konkrētajā tirgū. Ņemot vērā šos faktorus, uzņēmumam ir jānosaka tā stratēģiskie tirgi, kurus tas vēlas apgūt noteiktā laika posmā.

Eksporta vajadzību apzināšana – uzņēmumam, kas vēlas sākt vai palielināt eksportu uz jaunu tirgu, ir jāapzinās sava gatavība eksportam, pieejamie resursi, kā arī jāidentificē jautājumi, kas ir jāatrisina, lai uzņēmums būtu eksportspējīgs.

Eksporta tirgu apguves plānošana – stratēģiskā plānošana eksporta tirgu apguvē ir nepieciešama, lai nodrošinātu mērķtiecīgu tirgus apguves procesu un plānotu konkrētu rīcību un aktivitātes tā īstenošanai.

Eksporta uzsākšanas formula:

eksporta darījums = piedāvājums (cena un kvalitāte) x virzīšana tirgū x mērķa tirgus situācija x veiksmē

Eksporta spējas izvērtēšana

Tirgus stratēģiskā izvirzīšana un prioritāšu noteikšana ir nozīmīgs posms uzņēmuma eksporta plānošanā. Izvērtējot ārējos tirgus, jāveic arī iekšējais audits – savu resursu un iespēju analīze, lai noteiktu, kas uzņēmumam ir jāuzlabo, lai tas būtu eksportspējīgs.

Eksporta spējas izvērtēšana jeb audits ir jāveic vairākos aspektos:

1. eksporta stratēģijas gatavība un finanšu resursi;
2. pārdošanas spējas un zināšanas par tirgiem;
3. piedāvājuma gatavība – izstrādājums un mārketinga.

Eksporta tirgu apguves plānošana

Kādēļ plānot? Plānojot konkrētas darbības un aktivitātes, ikdienas darbs kļūst mērķtiecīgs un pārdomāts.

Realizējot plānotās aktivitātes, iespējams, uzzināsiet un atklāsiet informāciju, kas mainīs sākotnējo plānu, tādēļ paredziet laiku plāna izvērtēšanai.

Vislabāk ir plānošanu veikt kopā ar komandu, kas šo plānu īsteno vai arī būs tieši iesaistīta mērķu sasniegšanā.

Eksporta partneru piesaiste – definēšana, atlase, uzrunāšana. Tāpat kā sākot jaunu uzņēmējdarbību, arī eksporta tirgu apgušanā kritiska ir klientu un partneru piesaiste. Lai piesaistītu eksporta partnerus/klientus, vispirms jums ir jābūt sapratnei par to, kāda veida uzņēmumi jūs interesē un ir jums piemēroti, ir jāveic šādu uzņēmumu atlase jūsu stratēģiskajos tirgos, šie uzņēmumi ir jāuzrunā, jāpiesaista, jāieinteresē un jāuzsāk ar tiem komunikācija par iespējamajiem darījumiem.

Tikšanās ar potenciālajiem partneriem un klientiem — vizīte uz eksporta tirgu Visderīgāko informāciju par eksporta tirgu un sava produkta vai pakalpojuma potenciālu tajā ir iespējams iegūt, dodoties uz mērķa tirgu vizītēs, runājot ar potenciālajiem partneriem, apmeklējot izstādes un iepazīstoties ar sortimentu veikalu plauktos. Tādēļ, lai veiksmīgi eksportā un turpinātu darboties eksportā, uzņēmumiem ir regulāri jāapmeklē savi stratēģiskie eksporta tirgi.

2.9. Komunikācija ar klientu

Nemitīgas konkurences apstākļos uzņēmumi ir spiesti izstrādāt jaunus un oriģinālus produktus un rast risinājumus to pārdošanai. Efektīvs veids, kā uzzināt esošo situāciju tirgū un klientu attieksmi pret izstrādājumu, ir tirgus pētījumu veikšana. Jo konkrētāk un detalizētāk zināsiet, ko izpētē gribat noskaidrot, jo efektīvāks būs pētīšanas rezultāts un īsāks laiks, kas nepieciešams pētījumam. Pētījumu rezultātā var iegūt gan vispusīgu, gan detalizētu informāciju par rūpīgi izpētītu atsevišķu problēmu. Pastāv sakarība starp informācijas plašumu un dziļumu — jo plašāku informāciju vēlaties iegūt, jo vispārīgāka tā būs. Lai iegūtu gan padziļinātu, gan arī pietiekami plašu informāciju par konkrēto problēmu, ir nepieciešams izmantot dažādu metožu apvienojumu.

Anketēšana ir salīdzinoši ātrs un vienkāršs paņēmieni, lai iegūtu informāciju no cilvēkiem diezgan drošā veidā.

Intervija ir piemērota metode, lai pilnībā saprastu respondenta viedokli, attieksmi vai pieredzi, kā arī lai labāk izprastu atbildes uz jautājumiem.

Datu un informācijas analīze ir izmantojama, lai analizētu pieejamu un uzkrātu informāciju, piemēram, klientu sūdzību, finanšu datu vai citu uzņēmumu darbības modeļu analīze.

Novērošana ir metode, kas ļauj iegūt visaptverošu informāciju par konkrētu procesu.

Fokusa grupas ļauj attīstīt konkrētu tematu padziļinātā intervijā, veicot grupu diskusiju, piemēram, reakcija uz priekšlikumiem, kopējo sūdzību izprašana — lietderīga mārketinga procesu izvērtēšanā.

Speciālie testi (Case study) ir dažādu uzdevumu izmantošana, lai pilnībā saprastu vai raksturotu respondenta attieksmi

un uzvedību konkrētā situācijā.

Mārketinga pētījumi ir sevišķi būtiski, ja tirgū plāno ieviest jaunu produkciju, jo, veicot mārketinga pētījumus, var uzzināt patērētāju iespējamo reakciju un veikt nepieciešamos uzlabojumus.

Pēc klientu segmentācijas un mērķa grupas noteikšanas jāveic mārketinga un pārdošanas aktivitātes. Mārketings sevī apvieno procesu, kura laikā tiek identificētas, paredzētas un apmierinātas esošā un potenciālā klienta vēlmēs nolūkā gūt peļņu. Savukārt, pārdošana ir klienta pārliecināšana, ka izstrādājums vai pakalpojums, ko piedāvājat, sniegs tieši to, kas klientam ir nepieciešams.

Organizējot mārketinga stratēģiju un aktivitātes, ir būtiski ņemt vērā četrus svarīgākos ietekmējošos faktoros:

- Īstais izstrādājums — izstrādājuma īpašības atbilst potenciālo klientu vajadzībām un vēlmēm;
- atbilstoša un piemērota cena — cena, kas rada sajūtu, ka tiek maksāta atbilstoša cena par vērtību, kas
- tiks iegūta, iegādājoties izstrādājumu;
- virzīšana tirgū — mērķa auditorija ir jāsasniedz, izmantojot pareizos kanālus, un pareizā formātā;
- pārdošanas vieta — precēm ir jābūt īstajā vietā un īstajā laikā.

Savukārt, pārdošanu galvenokārt atkarībā no uzņēmējdarbības specifikas organizē kā B2C (business to customer) — izstrādājumu/pakalpojumu pārdošanu patērētājiem, galveno uzmanību pievēršot mārketiņam, kā arī pārdošanai;

B2B (business to business) — izstrādājumu/pakalpojumu pārdošanu uzņēmumiem/juridiskām personām, galveno uzmanību pievēršot klientu attiecībām, mārketiņam un sabiedriskajām attiecībām.

3. INVESTĪCIJU (ĀRVALSTU UN VIETĒJO) PIESAISTE

3.1. Pasaules investīciju tendenču dinamika, uzņēmumos/sectoros

Pēc Starptautiskā Valūtas fonda (SVF) prognozēm, pasaules ekonomika pieaugs par aptuveni 4,5% gan 2011. gadā, gan 2012. gadā. Līdzīgi kā iepriekšējos gados attīstītu valstu ekonomiskā izaugsme būs ievērojami zemāka nekā attīstības un jaunattīstības valstīs.

Divu gadu laikā veiksmīgāk ir attīstījušās tās valstis, kuru ekonomikas pirms krīzes bija sabalansētākas, kuras krīzes laikā cieta salīdzinoši mazāk, kā arī tās, kurām bija lielākas iespējas īstenot ekonomikas atbalsta politiku pēc krīzes periodā.

Investīciju aktivitātes Latvijā kopš 2010. gada beigām pakāpeniski pieaug, kaut arī joprojām ir ļoti zemā līmenī. 2010. gadā investīcijas Latvijas tautsaimniecībā bija par 19,6% mazākas nekā 2009. gadā. Savukārt 2011. gada 1. ceturksnī, salīdzinot ar iepriekšējā gada atbilstošo periodu, investīcijas pieauga par 28,4%.

Investīciju korekcija trīs gadu laikā bija daudz spēcīgāka nekā IKP korekcija. Kopš 2008. gada investīciju apjomi samazinājās gandrīz uz pusi, un 2010. gadā tās veidoja vairs tikai 18% no IKP (2007. gadā – 33,7% no IKP). Investoru jutīgumu pret ekonomikas konjunktūras svārstībām lielā mērā noteica uzņēmumu finansiālā stāvokļa pasliktināšanās noieta tirgus straujās sašaurināšanās dēļ.

Būtisks investīciju samazinājums bija vērojams arī ES dalībvalstīs. Kopš 2008. gada trīs gadu laikā investīcijas ES valstīs vidēji samazinājās par 13,5%, t.i., gandrīz desmit reizes straujāk nekā IKP. Jāatzīmē, ka vienīgā ES dalībvalsts ar pozitīvu investīciju dinamiku ir Polija (2010. gadā, salīdzinot ar 2007. gadu, investīcijas pieauga par 6,2%). Savukārt Baltijas valstīs un Īrijā investīciju apjomu samazinājums ir bijis gandrīz četras reizes lielāks nekā vidēji ES.

Firmas, kuru pirmavots ir tiešās ārvalstu investīcijas ir pazīstamas kā multinacionāli uzņēmumi. Ārvalstu tiešās investīcijas (ĀTI) ir dramatiski pieaugušas pēdējo 20 gadu, tās ir kļuvušas par kopīgu kapitāla plūsmas tipu pāri robežām gan attīstītajās, gan jaunattīstības valstīs.

Visvairāk gan ekonomisti, gan politiķi ir ieinteresēti ĀTI pieaugumā jaunattīstības valstīs. Tiek ienests vajadzīgais kapitāls valsts ekonomiskajai attīstībai, veidā, kurš nav tik riskants kā aizņemšanās no ārzemēm. Tas var ienest virkni papildinošu labumu.

Finanšu resursu pieejamība ir svarīga ekonomikas attīstībai, investīcijas komercdarbībā ļauj paaugstināt tautsaimniecības efektivitāti un konkurētspēju, nodrošināt straujāku augšupeju.

Pieēja apgrozāmajam un kapitāla finansējumam ir nozīmīgs šķērslis uzņēmējdarbības aktivitātes un konkurētspējas palielināšanai maziem un vidējiem komersantiem, kā arī uzņēmējdarbības uzsācēju vidū, it sevišķi inovatīviem un strauji augošiem komersantiem.

Lielas iespējas valsts ekonomiskajai attīstībai dod investīciju piesaiste konkurējoša tirgus apstākļos, jo sevišķi svarīgi ir piesaistīt ārvalstu investīcijas.

Starptautisko investīciju subjekts rodas no vienas pamata domas: kapitāla kustīguma. Lai arī ļoti daudzas starptautiskās tirdzniecības teorijas pieņem ražošanas faktoru kustību, tā ir kapitāla kustība, kas atļāva ārvalstu tiešajām investīcijām izplatīties apkārt visai pasaulei. Ja konkurences priekšrocības gūst labumu, tad kapitāls arī tur apgrozīsies.

Tiešās ārvalstu investīcijas ir kapitāla kustība pāri valsts robežām tādā veidā, kas investoram piešķir kontroli pār iegūtajiem aktīviem. Tādējādi, tās ir atšķirīgas no portfeļinvestīcijām, kas var šķērsot robežas, bet nepiedāvā tādu kontroli.

*Pēc "Lursoft" apkopotajiem datiem ārvalstu tiešās investīcijas uz š.g. 21. jūliju sastādījušas LVL 4,076 miljardus.

Uzkrātās tiešās ārvalstu investīcijas ir EUR 8,2 miljardi jeb LVL 5.8 miljardi.

Investīciju korekcijas Latvijā pastiprināja uzņēmumu lielie parādi, kas bija izveidojušies straujās izaugsmes gados, kā arī Latvijas banku sistēmas kredīspējas pasliktināšanās. 2008. gadā investīciju apjomi Latvijas tautsaimniecībā bija par 13,6% mazāki nekā 2007. gadā. Investīciju vides pasliktināšanās, zems iekšzemes un ārējā pieprasījuma, kā arī ražošanas jaudu noslodzes līmenis negatīvi ietekmēja investēšanas procesus 2009. gadā. Investīciju apjomi bija par 37,3% mazāki nekā 2008. gadā. Jāatzīmē, ka 2009. gadā visās ES dalībvalstīs investīciju dinamika bija negatīva. Savukārt 2010. gadā daudzās ES dalībvalstīs atjaunojās investēšanas pozitīvā dinamika, kamēr Latvijā investīciju apjomi bija 80% no iepriekšējā gada līmeņa.

Svarīgs priekšnoteikums ārvalstu investīciju pieaugumam ir:

- ekonomiskās aktivitātes pieaugums;
- iespēja piedāvāt konkurētspējīgas stimulu paketes (brīvostas un speciālās ekonomiskās zonas);
- ierobežojumu atcelšana ārvalstu investīcijām;
- starpvalstu līgumu ratifikācija par ieguldījumu savstarpējo veicināšanu un aizsardzību.

Privāto investīciju samazinājumu Latvijā pastiprināja arī valsts investīciju apjomu samazinājums sakarā ar nepieciešamību veikt budžeta konsolidācijas pasākumus. Valsts investīcijas 2008. un 2009. gadā samazinājās attiecīgi par 15,4% un 24%. 2010. gadā valsts investīcijas bija 80% no 2009. gada līmeņa. Kopumā trīs gadu laikā tās saruka uz pusi.

Neraugoties uz to, ka valsts investīciju apjomu kritums zināmā mērā pastiprināja kopējo investīciju lejupslīdi, tomēr valsts loma investēšanas procesā ir būtiska, jo ar ES struktūrfondu līdzfinansējumu valsts nodrošina nozīmīgu atbalstu privātajām investīcijām. Bez tam valsts investīciju daļa kopējās investīcijās Latvijas tautsaimniecībā 2010. gadā sasniedza 20%, t.i., gandrīz par 3 procentpunktiem vairāk nekā 2007. gadā.

Kā nozīmīgāko investīcijas ierobežojošo faktoru Latvijas uzņēmēji atzīmē zemo pieprasījumu un finansiālās grūtības. 2010. gadā šo faktoru ietekme nedaudz samazinājās, tomēr privātā sektora kreditēšanas kanālu atjaunošanās ir lēna, savukārt investīciju finansēšanas iekšējie līdzekļi ir nepietiekoši.

No otras puses, kopš 2010. gada sākuma pakāpeniski pieaug jaudu noslodzes līmenis apstrādes rūpniecībā. 2011. gada jūnijā tas sasniedza 67%, kas ir tikai par 5 procentpunktiem zemāks nekā 2007. gada beigās. Tas liecina, ka esošais ražošanas apjoms tuvinās potenciālajam.

Pieprasījuma pieaugums, kā arī uzņēmēju pozitīvais nākotnes redzējums var sekmēt ne tikai jaudu noslodzes palielināšanos, bet arī investīciju pieaugumu. Pozitīvas tendences investēšanas procesā lielā mērā noteiks arī kredītresursu un citu ārējo finansēšanas avotu pieejamība un vēlme nostiprināt savas pozīcijas ārējos un iekšējos noietu tirgos, tai skaitā tehnoloģiski atjaunojot esošās ražošanas jaudas.

Piemēram - ĀTI avoti (donorvalstis) valstis, no kurām ir lielākā izejošo investīciju plūsma:

- 2009.gadā – ASV, Francija, Vācija, Japāna
- pēdējos gados pievienojušās Ķīna, Krievija, Indija
- Tradicionāli liela ĀTI donorvalsts ir bijusi arī Lielbritānija

Valstis, kurās ir attīstītas reģionu interesējošas nozares – piemēram, mašīnbūve – Vācijā, Lielbritānijā, Francijā, zaļās tehnoloģijas – Skandināvijā, Vācijā, kokapstrāde – Skandināvijā, dažādas tehnoloģijas, elektronika, mašīnbūve – Krievijā.

Latvijai tuvas valstis, kurās Latviju un Baltiju pazīst un nav jāvelta lieli resursi skaidrošanai, kur Latvija atrodas – Skandināvija, Vācija, Polija, Čehija, Krievija, Ukraina;

investīcijas loģistikas jomā – no Ķīnas.

3.2. Spēja identificēt un izmantot valsts un starptautisko donoru (finansu instrumentu) atbalsta un subsīdiju instrumentus, lai finansētu investīciju iespēju attīstību

Investīcijas

Investīcijas ir naudas līdzekļi, vērtspapīri vai cits īpašums, ko var novērtēt naudas izteiksmē, kas tiek ieguldīti uzņēmējdarbības vai citas darbības objektos ar mērķi gūt peļņu.

Investīcijas var iedalīt:

- reālās - materiālie labumi, zeme, iekārtas, rūpnīcas;
- finanšu - kontrakti (p. akcijas, obligācijas) - veido lielāko daļu mūsdienu investīciju.

Investīcijas ir:

- naudas ieguldīšana vai aizdošana uz zināmu laiku;
- naudas plūsmai jākompensē investēto līdzekļu summa, inflācijas procents vai atmaksāšanās risks;
- investoram par līdzekļu aizdošanu ir jāsaņem zināms ienākums vai peļņa procentu veidā.

Investīcijas ir ilgtermiņa kapitāla ieguldījumi noteiktā uzņēmumā. Uzņēmējdarbībā investīciju darbības objekti ir no jauna radītie vai modernizētie pamatlīdzekļi, vērtspapīri, naudas līdzekļu mērķa noguldījumi, zinātniski tehniskā produkcija vai citi īpašuma objekti.

Investīcijas kā ekonomiska kategorija pilda vairākas funkcijas, bez kurām nav iedomājama uzņēmējdarbības attīstība. Investīcijas uzņēmumā tiek veiktas mērķu sasniegšanai:

- uzņēmuma darbības paplašināšanai;
- pārmerīga pamatlīdzekļu morāla un fiziska nolietojuma nepieļaušanai;
- ražošanas tehniskā līmeņa paaugstināšanai;
- ražojamās produkcijas kvalitātes paaugstināšanai;
- ražojamās produkcijas konkurētspējas paaugstināšanai;
- vērtspapīru iegādei un ieguldīšanai citu uzņēmumu aktivitātēs.

Ļoti būtiska lomu investīciju piesaistē spēlē uzņēmuma īpašumi –pamatlīdzekļi (zemes, ēkas, tehnoloģiskā iekārtas), licences, programmatūras, kā arī intelektuālais īpašums. Tā ir garantija investoram, ka īpašumi segs zaudējumus investoram, ja uzņēmuma darbība nebūs efektīva.

Investīcijas ir nepieciešamas uzņēmuma normālas funkcionēšanas nodrošināšanai nākotnē, stabila finanšu stāvokļa nostiprināšanai un peļņas maksimizēšanai.

Pamatlīdzekļu modernizācija un atjaunošana nodrošina ražošanas jaudu pieaugumu, pašizmaksas pazemināšanu un ieņēmumu no pārdošanas palielinājumu.

Pastāv tā sauktais “pamatkapitāla paradokss”, tas nozīmē, ka investoriem ir nauda, bet viņi uzskata, ka nav pieejami pietiekami labi projekti, kuros investēt. Uzņēmēji tajā pašā laikā sūdzas, ka ir projekti, bet nav finansējuma.

Parasti investori — gan fondi, gan privātpersonas — investē mazāk, nekā sākotnēji paredzējuši, jo nav pārliecināti par projektu kvalitāti.

Kā uzlabot šo kvalitāti investoru skatījumā? To var darīt, komplektējot spējīgu projekta komandu, uzturot regulāru komunikāciju ar investoru, meklējot drošas uzņēmējdarbības nišas, veicot priekšizpēti vai pilotprojektus (nav obligāti par dārgu naudu — var arī pašu spēkiem iegūt informāciju, konsultēties ar mentoriem, pārbaudīt izstrādājuma vai pakalpojuma testa versiju ar dažiem klientiem).

Investors

Investoru tipi un galvenā motivācija:

Stratēģiskais investors - Ilgtermiņa investors, kas parasti jau veic aktīvu uzņēmējdarbību konkrētajā nozarē. Parasti vēlas iegūt mērķa uzņēmuma akciju kontrolpaketi, aktīvi piedalīties uzņēmuma darbā.

Finanšu investors - Šajā grupā ietilpst dažādas korporācijas, fondi, partnerības utml. Šim investoru tipam svarīga ir uzņēmuma stratēģija un peļņas potenciāls. Tipiski 4-6 gadu laikā šī tipa investors vēlēšies pārdot savas daļas. Līdz ar to ir svarīga arī tirgus infrastruktūra un likviditāte.

3.2.1. Finansējuma avoti

Dažādie avoti, no kuriem uzņēmēji var piesaistīt finansējumu, pamatā vērtē aizdevuma peļņu attiecībā pret risku to nesaņemt.

Atkarībā no tā, kāda ir projekta peļņas un riska attiecība, var apjaust tos ārējos finansējuma avotus, no kuriem varēs piesaistīt finansējumu.

Jāņem vērā, ka bankas, izņemot īpašas kredītu programmas, drīzāk nefinansēs jaunu, mazu uzņēmumu bez resursiem, kurus var iekļāt.

Aizdevumu veidi

- **Kredīts** kā finansējuma avots drīzāk ir piemērots lieliem uzņēmumiem, kuriem nepieciešami līdzekļi, lai paplašinātos vai veiktu kādas citas investīcijas.
- **Pirmsšķlas kapitāls**: finansējums pētījumiem un izvērtējumam, kas palīdz izplānot un sagatavot sākotnējo biznesa koncepciju un/vai biznesa plānu. Bieži vien pirmsšķlas finansējums tiek sniegts netieši – piemēram, apmaksājot mentoru pakalpojumus.
- **Idejas izvērtējuma finansējums**: finansējums, ko piešķir izpētes komandai biznesa idejas dzīvotspējas apstiprināšanai. Bieži vien šādi finanšu instrumenti ir grantu vai aizdevumu forma.
- **Sēklas kapitāls**: finansējums, lai izpētītu, izvērtētu un attīstītu sākotnējo biznesa koncepciju. Sēklas finansējums ir riska kapitāls tā visagrīnākajā etapā; parasti tas ir būtisks jaunizveidotajiem projektiem augsto tehnoloģiju jomā, lai ļautu uzņēmējiem izveidot, izpētīt, analizēt un attīstīt sākotnējos produktu prototipus, kas vēlāk veidos nākamā biznesa pamatu.
- **Riska kapitāls (*Risk capital*)**: pamatkapitāla un kvazikapitāla finansējums uzņēmumiem to sākotnējās izaugsmes stadijās (priekšizpētes, darbības uzsākšanas un paplašināšanas fāzēs), cerot uz lielu un strauju peļņu no kapitāla ieguldījuma, kas atbilst riska līmenim. Tas var tikt sniegts vairākos veidos:
- **Agrīnas stadijas (vai darbības uzsākšanas) finansējums**: līdzekļi, kas tiek investēti pamatkapitālā jaunajiem uzņēmumiem, kuri jau izgājuši izpētes un attīstības stadiju, taču kam nepieciešams papildu finansējums produktu un pakalpojumu laišanai tirgū.
- **Darbības uzsākšanas kapitāls**: finansējums, kas uzņēmumiem tiek sniegts produktu attīstīšanai un sākuma marketingam. Uzņēmumi var būt dibināšanas procesā vai jau pastāvēt, taču tie vēl nav savus produktus vai pakalpojumus pārdevuši un vēl negūst peļņu.
- **Biznesa eņģeļi (neformālais riska kapitāls)**: privātpersonas, kas dažādos savus personīgos naudas līdzekļus riska kapitāla formā investē jaunos uzņēmumos.
- **Riska kapitāls (*Venture capital*)**: investīciju fondu (riskā kapitāla fondu), kas apsaimnieko privātpersonu, iestāžu vai paši savu naudu, investīcijas biržā nekotētos uzņēmumos.
- **Korporatīvais riska kapitāls**: riska kapitāls, ko investē jau pastāvošie uzņēmumi ar mērķi finansēt inovatīvus uzņēmumus, ko dibinājuši to darbinieki vai kas darbojas jomās, kuras tiek uzskatītas par stratēģiski svarīgām (piemēram, *Microsoft*, *Intel*).
- **Mezonīna kapitāls**: pamatkapitāla ieguldījuma un aizdevuma kombinācija.
- **Kvazikapitāla investīciju instrumenti**: finanšu instrumenti, no kuriem tā īpašnieka (investora/aizdevēja) peļņa lielākoties ir atkarīga no mērķa uzņēmuma peļņas vai zaudējumiem, un kuri nav nodrošināti saistību neizpildes gadījumā, un/vai kurus var pārvērst parastā pamatkapitālā.
- **Attīstības vai paplašināšanas finansējums**: finansējums, kas paredzēts uzņēmuma izaugsmei vai paplašināšanai.
- **Aizvietošanas kapitāls**: uzņēmuma akciju pirkšana no citas privātā pamatkapitāla investīciju organizācijas vai cita akcionāra (vai akcionāriem) – investors pārpērk citu personu ieguldījumu.

- **Izpirkšana:** investoram piederošas uzņēmuma akcijas izpērk paša uzņēmuma vadības komanda (vadības izpirkšana) vai arī cita vadības komanda, ko atbalsta riska kapitāla fonds.
- **SPP:** sākotnējs publisks piedāvājums akciju kotēšanai biržā.
- **Granti:** subsīdijas, ko bez atmaksāšanas saistībām noteikta reģiona investējošiem uzņēmumiem izmaksā valsts iestādes ar mērķi veicināt to izveidi vai paplašināšanos.
- **Faktorings:** finanšu instruments, kas dod iespēju izrakstītos rēķinus pārdot specializētam firmām.

Biznesa inkubators

Biznesa inkubators ir kompetentu speciālistu un infrastruktūras apvienojums, kas palīdz attīstīt perspektīvas un inovatīvas biznesa idejas un pārvērst tās veiksmīgā un eksportspējīgā uzņēmumā, nodrošinot tām finansiālu un ekonomisku patstāvību.

Lai veicinātu mikro, mazo un vidējo komersantu veidošanos un attīstību, LIAA īsteno Eiropas Reģionālās attīstības fonda līdzfinansētu projekta „Biznesa inkubatoru attīstība Latvijā”. **Projekta mērķis** ir veicināt jaunu, dzīvotspējīgu un konkurētspējīgu komersantu veidošanos un attīstību Latvijas reģionos, nodrošinot tos ar komercdarbībai nepieciešamo vidi un konsultatīvajiem pakalpojumiem. Atbalsts jaunajiem komersantiem paredzēts līdz 2014.gada 31.oktobrim.

Biznesa inkubators ir infrastruktūras un personāla apvienojums, kas veidots, lai palīdzētu attīstīties jauniem un nelieliem komersantiem, atbalstot tos agrīnās attīstības stadijā ar infrastruktūras, ikdienas konsultācijām un pakalpojumiem par pamata komercdarbības attīstības jautājumiem.

Biznesa inkubatora galvenais uzdevums ir radīt sekmīgus jaunus uzņēmumus, kas, atstājot biznesa inkubatoru, būtu finansiāli un ekonomiski patstāvīgi. Biznesa inkubatori veicina jaunu darba vietu rašanos, veicina sabiedrisko aktivitāti un jauno tehnoloģiju komercializāciju, kā arī veicina konkrētā reģionā sociālekonomisko attīstību.

Biznesa inkubatora operators ir juridiska persona, kas apsaimnieko biznesa inkubatoru un sniedz pakalpojumus inkubējamajiem komersantiem. Biznesa inkubatora operatori parasti ir profesionāli specializēti biznesa konsultāciju uzņēmumi ar plašu sadarbības partneru loku, ar pieredzi biznesa vadīšanas konsultāciju pakalpojumu sniegšanā.

Inkubējamais komersants ir jauns komersants, kas saņem pakalpojumus no biznesa inkubatora operatora un/ vai atrodas biznesa inkubatora telpās. Pakalpojumi komersantam ir pieejami ne ilgāk kā četrus gadus. Iestājoties inkubatorā komersants nedrīkst būt vecāks par diviem gadiem kopš reģistrācijas brīža LR Komercreģistrā.

Biznesa inkubators palīdz nodrošināt:

- Telpas un to aprīkojumu, kā arī pamatpakalpojumus uzņēmējdarbības veikšanai (tai skaitā, biroja darba organizēšanas, grāmatvedības, juridiskos un personāla atlases pakalpojumus, biznesa vadības (atbalsta) konsultācijas u.c.)
- Attīstībai-nepieciešamās konsultācijas (tai skaitā, prototipēšanā, sertificēšanā, konstruēšanā, laboratorijas iekārtu izmantošanā, tehnoloģiju lietošanā, testēšanā, uzņēmuma procesu, kvalitātes vadības sistēmas izstrādē un ieviešanā u. c. jomās)
- Konsultācijas par iespējām piesaistīt finansējumu uzņēmējdarbības attīstīšanai (investīcijas, granti, Eiropas Savienības finansējums, kredīti u. c. iespējas)
- Iespējas veidot kontaktus un tikties ar līdzīgas jomas uzņēmējiem, ekspertiem, nozares speciālistiem
- Finansiālo ieguvumu, kas atkarīgs no atbalsta intensitātes
- Citu palīdzību uzņēmējdarbības sākšanai

Kādi uzņēmumi var iekļūt biznesa inkubatorā?

- Reģistrēti komercregistrā ne ilgāk par diviem gadiem;
- Atbilst sīkā vai mazā uzņēmuma statusam saskaņā ar MK noteikumiem Nr.835;
- Atbilst biznesa inkubatora operatora izvirzītajām prasībām, pamatojoties uz biznesa inkubatora operatora darbības stratēģiju, Uzņēmumam var tikt piemērotas arī citas prasības, piemēram, darbošanās kādā noteiktā nozarē.

Biznesa inkubators Latgales reģionā:

Biedrība „Latgales aparātbūves tehnoloģiskais centrs”

Rēzekne, Balvi, Daugavpils, Līvāni, Ludza, Preiļi

Biznesa inkubatora vadītājs Māris Igavens

tālrunis: +371 64605880

fakss: +371 64605888

e-pasts: maris@prototips.lv

Maskavas iela 28b, Rēzekne, LV-4604

<http://www.prototips.lv>

<http://www.idejuviesnica.lv>

POLARIS process

Ārvalstu investīciju piesaiste Latvijā līdz šim ir realizēta kā aktīvs atbalsts ārvalstu investoriem, kas izrādījuši interesi vai jau pieņēmuši lēmumu investēt Latvijā. Tāpat ir popularizētas iespējas investēt Latvijā starptautiskos investīciju forumos un biznesa semināros valsts amatpersonu vizīšu laikā.

Lai padarītu investīciju piesaisti aktīvāku, plānveidīgu un efektīvāk izlietotu pieejamos, ierobežotos finanšu līdzekļus, tika izstrādāta unikāla metodika mērķtiecīgai investīciju piesaistei. Attiecīgā metodika tika nosaukta par „**POLARIS procesu**”.

POLARIS procesa metodika paredz:

1. **Noteikt investīciju mērķa nozares**, kurās Latvijā jau ir pieredze, infrastruktūra un iestādes, kā arī tās, kas būs perspektīvas tuvākajā nākotnē. Šobrīd POLARIS procesa ietvaros par mērķa nozarēm, kurās veicināma investīciju piesaiste, ir atzītas šādas nozares:

- metālapstrāde, mašīnbūve, elektronika;
- kokapstrāde (augstas pievienotas vērtības apakšnozares);
- tranzīts un loģistika;
- informācijas tehnoloģijas;
- veselības aprūpe;
- dzīvības zinātnes (Life Sciences) (farmācija, biotehnoloģijas cilvēka veselības, veterinārijas un agrobiotehnoloģiju nozarēs);
- zaļās tehnoloģijas (Greentech).

2. **Apkopot un aktualizēt Latvijā pieejamās zināšanās**, tas ir, jaunākos atklājumus ar mērķa nozarēm saistītājās zinātņu sfērās, pētniecībā, kā arī progresīvākos Latvijā jau strādājošo komercsabiedrību produktus un sasniegumus.

3. **Piedāvāt ārvalstu investoriem projektus**, kas sagatavoti, izmantojot Latvijā pieejamo zinātnisko bāzi, pieredzi un stratēģiskos resursus (piemēram, dabas resursi, novietojums, darbaspēks u.tml.). POLARIS process paredz arī savlaicīgu ārvalstu investoru datubāzes veidošanu. Tādēļ paralēli projektu sagatavošanai, kas veikta Latvijā, ārvalstīs tiek mērķtiecīgi atlasītas tās komercsabiedrības un investīciju fondi, kas jau strādā Latvijas izvēlētajā mērķa nozarē.

4. **Koordinēt sadarbību** starp Latvijas valsts, pašvaldību iestādēm, privātā sektora pārstāvjiem (komercsabiedrības un nozaru asociācijas) un zinātniskā sektoru pārstāvjiem (universitātes un izpētes institūti), lai:

- sekmētu jauno investīciju projektu virzību;
- savlaicīgi novērstu radušās problēmas, tādējādi apliecinot Latvijas patiesu ieinteresētību palīdzēt investoram un atvieglot projekta īstenošanu Latvijā;
- apsektu īstētos projektus nolūkā noskaidrot investoru apmierinātību un ieteikumus biznesa vides uzlabošanai.

POLARIS procesa īstenošana neaptur un neizslēdz LIAA iepriekš veiktās aktivitātes investīciju piesaistē. Tās tiek

turpinātas līdzšinējos apjomos un, papildinātas ar POLARIS procesa pasākumiem, ļauj būtiski paaugstināt Latvijas konkurētspēju ārējo tiešo investīciju piesaistē.

POLARIS procesa ieviešanā izdalāmi šādi posmi:

Posms	Posma apraksts
Mērķa nozaru analīze	Latvijas tautsaimniecības novērtēšana, nozaru analīze, mērķa nozaru (POLARIS procesa mērķa nozaru (turpmāk – mērķa nozares)) noteikšana, kā arī regulāra informācijas atjaunošana par ekonomisko situāciju nozarēs. <i>Nepieciešamā analīze ir veikta un mērķa nozares ir noteiktas 2010.gadā. 2011.gadā veicama mērķa nozaru monitorēšana, lai noteiktu aktuālākās izmaiņas un attīstības virzienu.</i>
Piedāvājuma sagatavošana investoriem	Latvijas puses investīciju projektu apzināšana un piedāvājuma noformēšana (veic LIAA sadarbībā ar privāto sektoru). Zināšanu, jaunu pētniecības rezultātu un attīstības projektu novērtēšana un piedāvājumu sagatavošana investoriem (veic LIAA sadarbībā ar zinātniskajām institūcijām).
Potenciālo investoru uzrunāšana	Sagatavotās informācijas izplatīšana un potenciālo investoru uzrunāšana: <ul style="list-style-type: none"> • Latvijas valdības pārstāvju (valsts prezidenta, ministru prezidenta, ekonomikas ministra, ārlietu ministra) vizītēs, tai skaitā pie pasaulē nozīmīgiem uzņēmumiem, ar mērķi veicināt interesi ieguldīt Latvijā; • individuāla potenciālo stratēģisko investoru uzrunāšana (tikšanās, tiešais marketing, vizītes pie investoriem, ko īsteno Ārlietu ministrijas vēstniecību darbinieki, LIAA un Latvijas Ārējās ekonomiskās pārstāvniecības sadarbībā ar Latvijas privāto sektoru; • semināros, konferencēs, biznesa forumos, piedāvājot informāciju par investīciju vidi Latvijā, konkrēto nozari un nozarē piedāvātajiem Latvijas puses projektiem.
Atbalsts jaunu investīciju projektu ieviešanai	Pasākumi valsts un pašvaldību institūciju kompetences ietvaros, kas nepieciešami, lai atvieglotu un veicinātu jaunu projektu uzsākšanu Latvijā. Pasākumi, lai operatīvi novērstu šķēršļus nozīmīgu projektu ieviešanai.
Pēcprojektu apkalpošana („follow-up”)	Projektu īstenošanas novērtēšana, komunikācija ar investoriem un pašvaldībām, lai noskaidrotu projekta ieviešanas gaitu, rezultātu un iesaistīto personu viedokli par projekta negatīvajiem un pozitīvajiem aspektiem. Secinājumu rezultātā jāveic pasākumi, lai būtiski uzlabotu Latvijas investīciju vides pievilcību.

Sēklas kapitāla fondi

Sēklas kapitāls ir finansējums, kas paredzēts jaunas biznesa idejas īstenošanai – inovatīva produkta radīšanai, kas būtu radikāli jauns, patentējams, ar straujas izaugsmes un eksporta potenciālu. Parasti šādi produkti ir tehnoloģiju jomā, tādēļ būs vērtīgi griezties pēc sēklas kapitāla finansējuma jauna veikala vai restorāna atvēršanai.

Finansējums galvenokārt tiek piešķirts prototipa/produkta izstrādei, patentēšanai, tirgus un biznesa stratēģijas izstrādei, tehnoloģiju pārbaudīšanai un testēšanai, kā arī pieredzējušu konsultantu, speciālistu un profesionāla menedžmenta piesaistei. Līdzīgi kā investora un riska kapitāla fonda gadījumā, sēklas kapitāla fondi ieguldot naudu pretī vēlas saņemt uzņēmuma daļas. Vairumā gadījumu fonds kļūst par mazākuma akcionāriem, līdz ar ko uzņēmumā savus noteikumus nediktē, taču aktīvi iesaistās uzņēmuma izaugsmē. Turpretim, jo attīstītāku biznesa projektu idejas autors sēklas fondam nodod, jo mazāku uzņēmuma daļu fonds prasa par savu ieguldījumu.

Kā ik katrai biznesā iesaistīta pusei, arī sēklas kapitāla fondiem galvenais mērķis ir paaugstināt kompānijas vērtību, lai gūtu maksimālu peļņu pēc iziešanas no projekta. Sadarbības periods vidēji ilgst no 5 līdz 7 gadiem, pēc kura fonds aktīvi sāk meklēt investoru, kas iegādātos fonda daļu uzņēmumā. Salīdzinājumam – sadarbības periods riska kapitāla fonda gadījumā ir no 3 līdz 5 gadiem.

*Latvijā šobrīd ir aktīvs tikai viens sēklas kapitāla fonds – **Imprimatur Capital**, kas tuvāko gadu laikā plāno ieguldīt jaunus biznesa projektos, katrā investējot līdz 100 000 EUR. Imprimatur Capital, galvenokārt, fokusē uz tehnoloģiju uzņēmumiem ar starptautisku izaugsmes potenciālu. t.sk. IT, telekomunikācijas, alternatīvo enerģiju un dabaszinātnes.*

Galvenie izvērtēšanas kritēriji:

- Aizsargājams intelektuālais tīpašums;
- Jaunievduma līmenis;
- Tehniskās realizācijas iespējamība;
- Tirgus ieejas stratēģija;
- Starptautisks izaugsmes potenciāls;
- Potenciālā tirgus lielums;
- Iespējas piesaistīt finansējumu nākamajos raundos;
- Imprimatur spēja pievienot vērtību.

Biznesa eņģeļi

Biznesa eņģeļim sastopoties ar inovatīvās idejas autoru un rodoties savstarpējai interesei, ir jārēķinās, ka paies zināms laiks faktiskajam naudas ieguldījumam. Šī perioda ilgums ir atkarīgs no vairākiem faktoriem - uzņēmuma attīstības stadijas, biznesa plāna kvalitātes, paredzamā darījuma veida un citiem apstākļiem.

Pirmā tikšanās ir savstarpēja iepazīšanās un vispārēja projekta prezentācija ar mērķi radīt biznesa eņģeļim tālāku interesi.

Uz biznesa plāna apspriedi projekta attīstītajam būtu jāierodas ar biznesa plāna prezentāciju, kurā tas jāizklāsta skaidri, saprotami un iespējami interesanti. Plānā jāietver inovatīvās idejas apraksts, nozares un uzņēmuma raksturojums, paredzamā darījuma raksturojums, 3 līdz 5 gadu darbības perspektīvas, iesaistīto personu un komandas raksturojums, mārketinga plāns, tirgus raksturojums, finanšu aprēķini. Prezentācijā un biznesa plānā ieteicams izvairīties no tipiskajām kļūdām:

- pārāk garš, nesaprotams un tehnisks izklāsts,
- trūkst oriģināla pārdodamā objekta / ideju,
- nereāli pieņēmumi,
- nav pateikts, cik lielas investīcijas nepieciešamas,
- nav uzticamu ieņēmumu veidu un aprēķinu,
- nav pietiekami analizēts potenciālais tirgus un patērētājs,
- nav apsvērta turpmāka investīciju piesaiste un biznesa eņģeļa izejas mehānisms no projekta.

3.2.2. Ieguldījuma process un investīciju piesaiste

ES dalībvalstīs, ieskaitot Latviju, dažādi atbalsta instrumenti ir integrēti vairākās organizācijās. Latvijas lielākie finansējuma nodrošinātāji šobrīd ir:

- ERAF
- Vairāki privātie riska kapitāla fondi
- Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas „Klimata pārmaiņu finanšu instruments”. Klimata pārmaiņu finanšu instrumenta (KPMI) mērķis ir veicināt globālo klimata pārmaiņu novēršanu, pielāgošanos klimata pārmaiņu radītajām sekām un sekmēt siltumnīcefekta gāzu emisijas samazināšanu (piemēram, īstenojot pasākumus ēku energoefektivitātes uzlabošanai gan sabiedriskajā, gan privātajā sektorā, tehnoloģiju, kurās izmanto atjaunojamos energoresursus attīstīšanu un ieviešanu, kā arī īstenojot integrētus

risinājumus siltumnīcefekta gāzu emisijas samazināšanai). Papildus informācija ir pieejama sekojošā saitē:
http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/KPFI/projekti/

- Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra, kas sniedz grantus ar valsts atbalsta programmām, kā arī nodrošina dažādas konsultācijas;
- Latvijas Garantiju aģentūra, kas piedāvā garantijas
- Latvijas Hipotēku un zemes banka pārvalda Altum programmu, kas paredzēta jauno un straujas izaugsmes uzņēmumu kreditēšanai, kā arī ietver uzņēmējdarbības uzsācēju apmācību un konsultāciju pakalpojumus;
- Biznesa eņģeļu tīkli (Latvijas Biznesa eņģeļu biedrība, Latvijas Privāto investoru asociācija);
- BaltCap Latvijas riska kapitāla fonds;
- Imprimatur Capital sēklas un uzsākšanas kapitāla fonds
- AS “Eko Investors”. Eko Investors ir fondu un uzņēmumu pārvaldītājs, kas ir veicis ieguldījumus vairāk nekā 30 jaunos un strauji augošos uzņēmumos Latvijā. Eko Investor ir dibināts 2000. gadā un kompānijā strādā ne tikai finanšu un investīciju izvērtēšanaseksperti, bet arī juristi, personāla vadības, uzņēmumu vadības, mārketinga un citu jomu speciālisti, kuri vajadzības gadījumā tiek piesaistīti komercsabiedrībām, lai sekmētu to attīstību. Mājas lapa: <http://www.ekoinvestors.lv/lv/>
- SIA “Hanseatic Capital Latvia”. Fonds specializējas investīcijās perspektīvos mazos un vidējos uzņēmumos Austrumeiropā. Mājas lapa: <http://www.hanseaticcapital.net/>
- SIA “Zaļās gaismas investīcijas”. Fondu vadības uzņēmums, kurš savu darbību uzsāka 2005.gadā un kopš tā laika ir veicis investīcijas 10 dažādu nozaru projektos. Investoru lokā ir vairāk kā 15 Latvijas un ārvalstu privātie investori, institucionālie investori. Mājas lapa: <http://zgi.lv/>

Diemžēl jāsecina, ka Latvijā trūkst finansējuma uzņēmējdarbības agrīnajā stadijā, jo nav neviena būtiska pirmssēklas un sēklas finansējuma.

Investīciju atdeve ir tieši atkarīga no uzņēmuma veiksmīgas darbības. Tieši tāpēc, investora pārstāvji veic rūpīgu uzņēmuma, produkta/pakalpojuma, tirgus un citu saistīto procesu analīzi pirms naudas investēšanas. Visbiežāk ieguldījuma process ilgst 4-6 mēnešus, kas ir atkarīgs no vairākiem faktoriem – uzņēmuma attīstības stadijas, biznesa plāna kvalitātes un citiem faktoriem. Parasti ieguldījuma process sastāv no:

1. **Pirmā tikšanās** – iepazīstināšana ar biznesa ideju/komandu.
2. **Biznesa plāna vērtēšana**
3. **Padziļinātā izpēte** jeb “due diligence”
4. **Ieguldījuma veida izvēle, nosacījumi** - abas puses vienojas par sadarbības principiem, finansējuma saņemšanu, turpmāko fonda līdzdalību uzņēmuma darbībā, uzraudzību un citiem nosacījumiem.
5. **Darījuma noslēgšana.**
6. **Sadarbības periods** - parasti 5-7 gadi.
7. **Izešana no projekta** – daļu/akciju pārdošana tālākiem investoriem. Uzņēmuma līdzīpašniekiem ir iespēja izmantot daļu/akciju pirmpirkuma tiesības.

Bieži vien idejas autors vai izgudrotājs nav pieredzējis biznesmenis, tādēļ investors var būt ne tikai naudas resursu avots, bet palīdzēt arī citās biznesa saistītās lietās – biznesa plāna izstrādē un īstenošanā, stratēģiskajā plānošanā un budžetēšanā, industrijas ekspertu un konsultantu piesaistē, galvenā menedžmenta un pārdošanas vadītāju piesaistē mērķa tirgos, pirmo testa partneru un klientu atrašanās, nākamo investoru piesaistē, kā arī investīciju strukturēšanā un kapitāla piesaistes procesa vadīšanā.

Ierastās investīciju gatavības programmas parasti ietver šādus piecus elementus:

- biznesa plāna kritiska analīze;
- zināšanas par finansējuma avotiem;
- izpratne par finansējuma pieteikumu izvērtēšanas laiku un sagaidāmajām naudas summām;
- izpratne par dažādu investoru tipu vajadzībām un vēlmēm– uzņēmējiem ir jāparāda, ka viņi ir «labs risks»;
- un ka investori var sagaidīt labu peļņu no kapitāla ieguldījuma;
- kursi par projektu iesniegšanu jebkuram potenciālo investoru veidam.

Informācijas avoti investīciju piesaistei.

Reģionālās attīstības aģentūrās - tās būtībā ir reģionālās valsts attīstības veicinātājas, tāpēc tās visas sniedz biznesa konsultāciju pakalpojumus. Dažas aģentūras darbojas kā starpnieki starp uzņēmējiem un investoriem. šajā gadījumā tās savlaicīgi

apkopo informāciju par investoru prasībām (naudas summas, vēlamais darbības sektors u. tml.), tādējādi samazinot nevajadzīgo aktivitāšu skaitu, ko parasti veic nepietiekami informēti uzņēmēji. Citas aģentūras arī vada finanšu instrumentus, sākot no valsts grantiem, līdz pat sarežģītu finanšu investīciju piesaistes projektiem.

- **Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (www.liaa.gov.lv);**
- **Valsts reģionālā attīstības aģentūra (www.vraa.gov.lv).**

- **Lauku atbalsta dienests.** Lauku atbalsta dienests (LAD) ir valsts tiešās pārvaldes iestāde, kas ir atbildīga par vienotu valsts un Eiropas Savienības (ES) atbalsta politikas īstenošanu Latvijā, uzrauga normatīvo aktu ievērošanu lauksaimniecības jomā un pilda citas ar lauksaimniecības un lauku atbalsta politikas realizāciju saistītas funkcijas. (<http://www.lad.gov.lv>)
- **Lauku Attīstības Fonds.** Lauku Attīstības Fonds ir Zemkopības ministrijas pakļautībā esoša valsts iestāde, kas veicina Latvijas lauku līdzsvarotu un ilgtspējīgu attīstību, garantējot lauku uzņēmēju īstermiņa un ilgtermiņa kredītus, atbalstot lauksaimniecības ražošanas efektivitātes palielināšanu, lauku dzīves labklājības paaugstināšanu, nodarbinātības dažādošanu, kā arī lauksaimniecības produkcijas kvalitātes paaugstināšanu un eksportu, apkārtējās vides saglabāšanu un sakopšanu. (<http://www.lafo.gov.lv>)
- **Speciālās ekonomiskās zonas** Brīvostas un speciālās ekonomiskās zonas izveidotas 1997.gadā uz 20 gadiem (līdz 2017.gadam) ar mērķi veicināt uzņēmējdarbību Latvijas reģionos, radot labvēlīgu vidi tās attīstībai. Viena no brīvostu un speciālo ekonomisko zonu priekšrocībām ir tā, ka tur reģistrētās kapitālsabiedrības var saņemt gan tiešās nodokļu atlaides (nekustamā īpašuma nodoklis, uzņēmumu ienākuma nodoklis), gan arī netiešo nodokļu atvieglojumus (PVN, akcīzes nodoklis, muitas nodoklis u.c.), tādējādi veicinot uzņēmējdarbības attīstīšanos.

Latvijā ir 4 speciālās ekonomiskās zonas:

- Rīgas brīvosta, saite uz plašāku informāciju - www.freeportofriga.lv
- Ventspils brīvosta, saite uz plašāku informāciju - www.portofventspils.lv
- Rēzeknes speciālā ekonomiskā zona, saite uz plašāku informāciju - www.rsez.lv
- Liepājas speciālā ekonomiskā zona, saite uz plašāku informāciju - www.portofliepaja.lv.

Pieteikšanās brīvostas vai speciālās ekonomiskās zonas statusa piešķiršanai uzņēmumam notiek konkrētajā brīvostā vai speciālajā ekonomiskajā zonā, saskaņā ar regulējošo likumdošanu.

- **Eiropas Savienības kultūras kontaktpunkts Latvijā (<http://www.kkplativija.lv>)**
- **Eiropas Biznesa atbalsta tīkls Latvijā (www.een.lv)**
- **Zemgales plānošanas reģions (www.zemgale.lv)**
- **Rīgas plānošanas reģions (www.rpr.gov.lv)**
- **Kurzemes plānošanas reģions (www.kurzemesregions.lv)**
- **Latgales plānošanas reģions (www.latgale.lv)**
- **Vidzemes plānošanas reģions (www.vidzeme.lv)**
- **Reģionālie struktūrfondu informācijas centri (RSIC)** . RSIC darbības mērķis ir paaugstināt Eiropas Savienības (ES) struktūrfondu finansējuma apguves efektivitāti dažādos plānošanas reģionos. RSIC var saņemt informatīvu atbalstu tādos jautājumos kā piemērotākais fonds projekta idejas īstenošanai, projektu pieteikšanas kārtība, projekta pieteikuma sagatavošanai un iesniegšanai nepieciešamā dokumentācija, projekta atbilstība plānošanas reģiona attīstības plānam, iespējamā partnerība, tehniskās ekspertīzes piesaiste, aktuālākie normatīvie akti, kas regulē ES finansējuma apgūšanu Latvijā u.c.

RĪGAS plānošanas reģiona ES struktūrfondu Informācijas centrs	Ģirts Kindzulis - vecākais speciālists Telefons: 67217975 E-pasts: girts.kindzulis@rpr.gov.lv
KURZEMES plānošanas reģiona ES struktūrfondu informācijas centrs	Inguna Balcere - klientu konsultante Telefons: 63807276 E-pasts: inguna.balcere@kurzemesregions.lv
LATGALES plānošanas reģiona ES Struktūrfondu informācijas centrs	Andris Kucins - informācijas speciālists (ES fondu atbalsts uzņēmējdarbībai) Telefons: 65423801; + 371 26599050 E-pasts: andris.kucins@latgale.lv
VIDZEMES plānošanas reģiona ES	E-pasts: esfondi@vidzeme.lv

Struktūrfondu informācijas centrs	Vidzemes plānošanas reģiona ES fondu informācijas centra darbinieki: http://www.esfondi.lv/page.php?id=888
ZEMGALES plānošanas reģiona ES struktūrfondu	<u>Jelgava</u> Dace Strautkalne Telefons: +63028454 E-pasts: dace.strautkalne@zpr.gov.lv <u>Jēkabpils</u> Natālija Gerasimova Telefons: 65207419 e-pasts: natalija.gerasimova@zpr.gov.lv

- **Tehnoloģiju pārnese kontaktpunkti Latvijā.** Tehnoloģiju pārnese kontaktpunkti ir zinātniskā institūta vai augstskolas struktūrvienība, kura atbalsta un veicina zināšanu un tehnoloģiju pārnese aktivitātes un ir atbildīga par ārējo sakaru nodibināšanu un uzturēšanu, sniedzot informāciju par organizācijas pētnieciskajām aktivitātēm un pieredzi. **Mērķis** Apzināt uzņēmēju pieprasījumu pēc pētniecības rezultātiem un attiecīgās universitātes vai institūta iespējas sniegt pētniecības vai produktu pakalpojumus atbilstoši uzņēmēju vajadzībām. **Mērķauditorija** Uzņēmējs, kurš vēlas attīstīt un pilnveidot savu uzņēmējdarbību, lai savā uzņēmumā attīstītu Latvijā izstrādātas zinātniskās izstrādnes. **Saite uz plašāku informāciju** http://www.liaa.gov.lv/lv/es_fondi/projektu_istenosana/tehnologiju_parnese_kontaktpu/ Šobrīd Latvijā darbojas 8 tehnoloģiju pārnese kontaktpunkti (TPK):

- Latvijas Universitātes TPK;
- Latvijas Mākslas akadēmijas TPK;
- Rīgas Tehniskās universitātes TPK;
- Latvijas Lauksaimniecības universitātes TPK;
- Ventspils Augstskolas TPK;
- Rīgas Stradiņa universitātes TPK;
- Daugavpils Universitātes TPK;
- Rēzeknes Augstskolas TPK.

Kontaktinformācija pieejama saitē:

http://www.liaa.gov.lv/lv/es_fondi/projektu_istenosana/tehnologiju_parnese_kontaktpu/kontaktinformacija/

3.2.3. Due diligence

Investīciju jomā bieži tiek lietots termins due diligence jeb padziļinātā izpēte. Pirms pabeigt investīciju darījumu, investors parasti veic projekta/uzņēmuma finanšu, nodokļu un juridisko analīzi, kā arī biznesa koncepta pārbaudi; šo procesu tad arī sauc par due diligence.

Veicot due diligence, investora mērķis ir:

- pārbaudīt, vai informācija, kas investoram tikusi sniegta, ir patiesa;
- apzināt un izvērtēt potenciālos riskus, saistītus gan ar darījuma veikšanu, gan turpmāku darbību;
- izvērtēt biznesa darbību / idejas potenciālu un tirgu.

Jāpiebilst, ka due diligence fokuss ir lielā mērā atkarīgs no darījuma veida – ja notiek esoša uzņēmuma pārpirkšana, visticamāk, padziļinātā izpēte būs vairāk vērsta uz pirmajiem diviem punktiem.

Savukārt, riska kapitālisti, kas iegulda jaunajos projektos, vairāk uzmanības pievēršīs biznesa koncepta izpētei un īpaši vērtēs komandu, produkta unikalitāti un konkurētspēju, kā arī tirgus potenciālu.

Bieži vien, un it īpaši lielu darījumu gadījumos, due diligence procesa veikšanai tiek piesaistīti ārējie resursi jeb konsultanti, kas veic šo padziļināto pārbaudi investoru uzdevumā.

3.2.4. Novatoriskās pieejas reģiona attīstībā un Ārvalstu tiešo investīciju nozīme vietējā/reģionālajā ekonomiskajā attīstībā.

- No 2011. gada 1.janvāra Latvijā atjaunota uzņēmuma ienākuma nodokļa (UIN) atlaide par investīcijām noteiktās nozarēs: no 5 miljoniem latu (ap 7 milj. EUR) līdz 35 miljonu latu (50 milj. EUR) apmērā UIN atlaide 25% no kopējās sākotnējās ilgtermiņa ieguldījumu summas, bet virs 35 milj. Ls – no pārsnieguma 15 % atlaide. Šāds stimuls attiecas investīciju projektiem tikai prioritārajās nozarēs. Īpašu atbalstu varēs saņemt tikai ierobežots nozaru klāsts — pārtikas produktu ražošana (izņemot lauksaimniecību un zivsaimniecību), koksnes izstrādājumu ražošana, ķīmisko un farmaceitisko izstrādājumu, datoru, elektrisko un optisko iekārtu ražošana, kā arī metālu un gatavo metālizstrādājumu ražošana, izņemot tērauda rūpniecību un kuģubūvi.
- Ja ārvalstu investors Latvijā iegādājas nekustamos īpašumus Rīgā par vismaz 100 tūkst. Ls (142 tūkst. EUR), bet reģionos – 50 tūkst. Ls (71 tūkst. EUR), vai uzņēmuma pamatkapitālā ieguldīs 25 tūkst. Ls (36 tūkst. EUR) un gada laikā nodokļos šis uzņēmums samaksās 20 tūkst. Ls (28 tūkst. EUR), vai Latvijas kredītiestādēs ieguldīs 200 tūkst. Ls (285 tūkst. EUR), tad var saņemt termiņuzturēšanās atļaujas.

3.2.5. Biznesa attīstības resursi reģiona perspektīvajos uzņēmumos/sectoros.

Investīcijas nozarēs

Līdz šim lielākā ārvalstu investoru nauda tika piesaistīta finanšu un nekustamā īpašuma nozarēm, arī telekomunikācijām, bet daudzi investīciju projekti, sevišķi ražošanā, lauksaimniecībā Latvijā tā arī nav tikuši realizēti. Tam zināmi dažādi iemesli, tostarp valsts un pašvaldības iestāžu neizdarība, iedzīvotāju izrādīta pretestība, esošo akcionāru strīdi.

Eksperti izteikušies, ka šobrīd par ieguldījumiem Latvijā ir liela ārvalstu investoru interese, tostarp par ļoti lētu naudu iegādāties perspektīvus aktīvus, par konkurentu iegādi. Pagaidām grūti prognozēt, kurās jomās investīcijas ienāks, bet vislielākā interese ir par nekustamo īpašumu iegādi, iespējām ieguldīt Latvijas pārtikas pārstrādē, kokapstrādē, arī poligrāfijas biznesā.

Kritēriji, kuri tika izmantoti nozaru izvēlei:

- nozares, kurās Latvijā ir dabas resursi;
- darbaspēka prasmes un tradīcijas ilgākā laika posmā;
- izglītības un pētniecības institūciju konkurētspēja;
- Latvijas ģeopolitiskais novietojums;
- nozares izaugsmes temps;
- ES atbalsts sociālo izaicinājumu (*social challenges*) risināšanai atsevišķās nozarēs.

Perspektīvās reģiona nozares

- Kokapstrāde;
- Metālapstrāde un mašīnbūve;
- Transports un loģistika;
- Informācijas tehnoloģijas;
- Dzīvības zinātnes;
- Veselības aprūpe;
- Zaļās tehnoloģijas.

Mērķa nozare	Konkurētspējas priekšrocības	Jomas, kurās piesaistāmas ĀTI
Metālapstrāde un mašīnbūve	<p>Latvijā nozare bijusi attīstīta jau kopš 19.gadsimta otrās puses.</p> <p>Darbaspēka prasmes un zināšanas ļauj Latvijas uzņēmumiem veiksmīgi konkurēt pasaules tirgos.</p> <p>Nozare (metāla produkti, mašīnbūve, transportlīdzekļi) ir lielākā Latvijas eksporta nozare (2010.gadā – 33% no kopējā preču eksporta).</p> <p>Uzņēmumu skaita un ražošanas apjomu pieaugumu nodrošina arī zemākas ražošanas izmaksas un pieeja izejvielām Krievijā.</p>	<p>Gala produkta ražošanas attīstība dažādos mašīnbūves segmentos (iekārtas, tehnoloģiskais aprīkojums, transporta līdzekļu ražošana, u.c.), lai izmantotu esošos Latvijas apakšpiegādātājus un orientētos uz augstas pievienotās vērtības produktu ražošanu.</p> <p>Specifiskas metālu virsmu apstrādes tehnoloģijas.</p>
Transports un loģistika	<p>Ģeogrāfiskais novietojums, tiešā robeža ar Krieviju un NVS, trīs neaizsalstošu ostu esamība, kā arī attīstītā dzelzceļa infrastruktūra un reģiona ietvaros nozīmīgs gaisa pārvadājumu krustpunkts ļauj nodrošināt konkurētspējīgus kravu un pasažieru pārvadājumus.</p>	<p>Jaunu pārvadājumu virzienu izveidošana, it īpaši Vidusāzijas un Ķīnas virzienā, pārvadājumu un pārkrauto kravu apjomu palielināšana, piesaistot jaunus kravu veidus.</p> <p>Pārstrādes vai ar loģistiku saistītu pakalpojumu attīstīšana brīvostu teritorijās.</p>
Informācijas tehnoloģijas	<p>Globāli potenciāli augoša nozare. Pieredze informācijas tehnoloģiju risinājumu izstrādāšanā dažādu nozaru projektu īstenošanā, esošās darbaspēka prasmes un zināšanas ļauj šīs nozares uzņēmumiem veiksmīgi konkurēt pasaules tirgos.</p> <p>Attīstīta zinātniski pētnieciskā bāze un pieejamās izglītības programmas ļauj sagatavot kvalificētus speciālistus IT nozarē.</p>	<p>Jaunu lietojumprogrammu (aplīkaciju) izstrādes centru veidošana, tīmekļa vietņu dizaina veidošana.</p> <p>Programmu veidošana spēļu un apmācības vajadzībām lietošanai datoru vai mobilo iekārtu vidē.</p> <p>Lielu multinacionālo kompāniju ārpakalpojumu centri biznesa procesa apkalpošanai, attālinātas apkalpošanas centru veidošana.</p>
Dzīvības zinātnes (Life sciences – farmācija, biotehnoloģijas cilvēka veselības, veterinārijas un agrobiotehnoloģiju nozarēs)	<p>Ilgstošas tradīcijas un vēsturiskas iestrādes farmaceitisko produktu attīstībā un ražošanā.</p> <p>Augsti kvalificēts darbaspēks un zinātniski pētnieciskā bāze, zinātniskās pētniecības institūciju pieejamība, kā arī uzkrātās darbaspēka prasmes ievērojami paaugstina Latvijas uzņēmumu iespējas sekmīgi konkurēt pasaules tirgos.</p>	<p>Jaunu produktu radīšana, balstoties uz jaunākajiem pētījumiem biotehnoloģiju un farmācijas jomās.</p> <p>Jaunu medicīnisko iekārtu un farmācijas produktu ražošanas iekārtu izstrāde.</p>
Veselības aprūpe	<p>Kvalitatīvas izglītības pieejamība, augsti kvalificēti veselības aprūpes pakalpojumu sniedzēji, attīstīta zinātniski pētnieciskā bāze.</p>	<p>Veselības aprūpes pakalpojumu sniegšana ārvalstu pacientiem (t.s. medicīnas tūrisms).</p> <p>Kūrortu, rehabilitācijas pakalpojumu</p>

	<p>Mínēto priekšnoteikumu kopums dod iespējas attīstīt medicīnas pakalpojumu eksportu.</p> <p>Izaugsmi un attīstību nosaka arī ES prioritāte un atbalsts novecojošās ES sabiedrības veselības problēmu risināšanai.</p>	<p>attīstīšana, vecāka gada gājuma cilvēku aprūpe.</p> <p>Jaunu veselības aprūpes metožu izstrāde (piemēram, telemedicīna u.tml.).</p>
Kokrūpniecība	<p>No Latvijas teritorijas 55% aizņem meži. (2010.gadā koksnes un tās izstrādājumu eksports bija 19% no kopējā preču eksporta). Koksne ir atjaunojams resurss, kas nodrošina nozares ilgtspēju.</p>	<p>Pirmapstrādes produktu (izejvielu) izmantošana augstākas pievienotās vērtības produktu (piemēram, mēbeļu) ražošanai.</p> <p>Mēbeļu ražošana, līmētu konstrukciju izmantošana celtniecībā; vairākstāvu koka ēku celtniecība, citu koksnes produktu izstrāde, dažādoti Latvijā saražotās koksnes izejmateriāli.</p> <p>Jaunu koksnes izejmateriālu pielietošanas veidu noteikšana.</p>
Zaļās tehnoloģijas (Greentech) – atjaunojamā enerģija, notekūdeņu apsaimniekošana, kā arī cieto atkritumu un pārstrādājamo materiālu apsaimniekošana, tehnoloģiju un iekārtu ražošana šajās nozarēs.	<p>Atjaunojamo dabas resursu pieejamība un plašā izmantojamība.</p> <p>Globāli potenciāli augoša nozare.</p> <p>Izaugsmi un attīstību nosaka ES prioritāte un atbalsts zaļo tehnoloģiju ieviešanai ar mērķi novērst klimata pārmaiņas.</p>	<p>Enerģijas (elektroenerģija, siltumenerģija) vai attiecīgās enerģijas nesēja (piemēram, biogāze, otrās paaudzes biodeģviela, granulas u.c.) ražošana, izmantojot vietējos atjaunojamos energoresursus, pretstatā izejvielu (piemēram, rapši, kārkli u.c.) ražošanai.</p> <p>Efektīvāku tehnoloģiju ieviešana.</p> <p>Jaunu iekārtu ražošana atjaunojamās enerģijas iegūšanai un uzkrāšanai, kā arī vides aizsardzībai.</p>

3.2.6. Investīciju piesaistes valsts pasākumi Latvijā

Līdzšinējā ĀTI piesaistes procesā izdalāmi šādi posmi*:

	Iesaistītās puses
<p>1. <i>Dalība konferencēs un semināros – investoru ieinteresēšana.</i></p> <p>Dalība ar uzņēmējdarbības un nozaru attīstību saistītos forumos, konferencēs un semināros, mītnes valstu tirdzniecības kameru un uzņēmēju organizāciju pasākumos.</p> <p>Iespēju robežās (t.sk. presē, tikšanās ar uzņēmējiem un to organizācijām) tiek sniegta informācija par Latvijas ekonomisko stāvokli, valsts pasākumiem investīciju piesaistē, kā arī konkrētās nozares informācija.</p>	<p>LIAA, Latvijas Ārējās ekonomiskās pārstāvniecības, ĀM, LR vēstniecības</p>
<p>2. <i>Informācijas pieprasīšana, investoru apkalpošana.</i></p> <p>Ārvalstu uzņēmējs vēršas ar jautājumiem Latvijas vēstniecībās, Latvijas Ārējās ekonomiskajās pārstāvniecībās, ĀM vai LIAA. Pieprasītā</p>	<p>LIAA, Latvijas Ārējās ekonomiskās pārstāvniecības, ĀM, LR vēstniecības</p>

<p>informācija tiek nekavējoties nodota LIAA centrālajam birojā.</p> <p>Tiek sagatavota informācija, ņemot vērā pieprasījuma specifiku, piedāvātas atbilstošas ražotnes vai biroja telpas, informācija par izglītības institūcijām, finanšu institūcijām, valsts atbalsta pasākumiem atbilstoši konkrētā projekta iespējām, personāla atlases aģentūru kontaktinformācija u.tml.</p>	
<p>3. Projekta īstenošana.</p> <p>Atkarībā no konkrētām vajadzībām pašvaldība, valsts institūcijas un LIAA sniedz nepieciešamo atbalstu investīciju projekta īstenošanā.</p>	<p>Ārvalstu uzņēmums, privātās un valsts institūcijas, pašvaldības, LIAA</p>
<p>4. Pēcprojekta apkalpošana (follow-up).</p> <p>Pēcprojekta apkalpošana tiek veikta 1 – 2 reizes gadā. Tiek apzinātas investīciju projektu rezultātā Latvijā izveidoto komercsabiedrību problēmas, vajadzības un investīciju vides uzlabošanas iespējas</p>	<p>LIAA, pašvaldības</p>

*EM pasākumi

3.2.7. Uzņēmuma , Reģiona efektīva Ārvalstu tiešo investīciju piesaistes plāna izveide un īstenošana

Mārketinga pasākumu mērķis: Radīt interesi ārvalstu uzņēmējiem (stratēģiskajiem investoriem) un komercsabiedrību vadītājiem par iespējām izvietot Latvijā ražojošus vai eksportorientētus pakalpojumu uzņēmumus, pozicionēt Latviju kā izdevīgu vietu investīcijām Stratēģijā noteiktajās mērķa nozarēs, tādejādi nodrošinot jaunu ĀTI ielūdi Latvijas ekonomikā.

Mērķa auditorija: Lēmumu pieņēmēji – ĀTI piesaistes mērķa nozaru uzņēmēji mērķa valstīs – vidēju un lielu ģimenes uzņēmumu īpašnieki, lielu un multinacionālu akciju sabiedrību vadītāji (valdes locekļi, izpilddirektori) un attīstības struktūrvienību vadītāji (biznesa attīstības direktori – *business development director*), biznesa izvietojšanas konsultanti (*location consultants*).

Mārketinga kanāli:

- masu mediji (prese, televīzija, internets);
- sociālie tīkli internetā (Facebook, LinkedIn, Plaxo u.c.);
- semināri, specializētas konferences, investīciju izstādes, kontaktbiržas u.c. pasākumi uzņēmējiem;
- tiešais mārketingis;
- Latvijas uzņēmēju un publisko institūciju projektu priekšlikumu izplatīšana augstu valsts amatpersonu vizīšu laikā.

Pasākumi, izmantojot mārketinga kanālus

1. Informācijas izplatīšana caur masu medijiem - Informācijas izplatīšana medijos starptautiskos medijos un mērķa valstu uz ekonomiku specializētos medijos.
2. Informācijas izplatīšana caur sociālajiem tīkliem Informācijas izplatīšana ar tīmekļa vietnes starpniecību, izmantojot sociālos tīklus, tai skaitā:
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Facebook u.c.
3. Semināri, specializētas konferences, investīciju izstādes, kontaktbiržas u.c. pasākumi uzņēmējiem. Dalība specializētajās nozaru konferencēs, investīciju izstādēs
4. Dalība starptautisko organizāciju konferencēs un forumos saistībā ar investīciju piesaisti.

5. Potenciālo investoru uzrunāšana, informējot tos par investīciju iespējām uzņēmumā, un piedāvājot konkrētus investīciju projektus

Latgales reģiona Stiprās un vājās puses, iespēju un draudu (SVID) analīze

Analizējot Latgales reģiona stiprās un vājās puses, kā arī iespējas un draudus, ir jāņem vērā arī Latvijas kopējā pozīcija un situācija no investīciju piesaistes perspektīvas, jo investīciju piesaistes kontekstā nozīmīgs ir ne tikai reģions investīciju izvietojumam, bet arī valsts likumdošana, atbalsts, infrastruktūra. Nozīmīgi ir akcentēt Latgales priekšrocības reģionu konkurencē.

Stiprās puses	Vājās puses
<p>Reģionā</p> <p>Speciālā ekonomiskā zona Rēzeknē</p> <p>Kvalificēts un pieejams darbaspēks reģiona pilsētās un attīstības centros.</p> <p>Salīdzinoši zems atalgojuma līmenis</p> <p>Dabas resursi</p> <p>Ģeogrāfiskā atrašanās vieta – robeža ar Krieviju, Baltkrieviju</p> <p>Daudzveidīga iedzīvotāju nacionālā struktūra</p> <p>Darbaspēka, inženieru un pētnieku prasmes un pieredze</p> <p>Laba datu pārraides infrastruktūra</p> <p>Labi autoceļu un dzelzceļa savienojumi ar galvaspilsētu un kaimiņvalstīm.</p> <p>Latvijā</p> <p>Starptautiskā pieejamība</p> <p>Tirgus apjoms – pieeja vienotam 500 miljonu patērētāju tirgum Eiropas Savienībā</p> <p>Politiska un militāra stabilitāte un drošība</p> <p>Dalība PTO dod investoriem pārliecību par ekonomisko principu nemainību ilgākā laika periodā.</p> <p>Tradīcijas zinātniskajiem pētījumiem</p> <p>Nodokļu sistēma</p> <p>Latvijas kopējais atpazīstamības pieaugums pateicoties aktivitātēm finanšu situācijas stabilizācijā</p>	<p>Reģionā</p> <p>Nepietiekama rīcības brīvība pašvaldībās</p> <p>Liels attālums no galvaspilsētas un ostām</p> <p>Reģiona neatpazīstamība un zems aktivitāšu apjoms investīciju piesaistē. Speciālo ekonomisko zonu un industriālo parku nepietiekamība, neefektivitāte</p> <p>Investīciju piesaistes profesionāļu trūkums valsts un pašvaldību struktūrās.</p> <p>Uzņēmējdarbības vides trūkumi – Zināšanu un izpratnes trūkums valsts pārvaldē un sabiedrībā par ĀTI pozitīvo ietekmi uz ekonomiku.</p> <p>Informācijas trūkums par pašvaldību piedāvājumu investoriem.</p> <p>Latvijā</p> <p>Birokrātiskas procedūras būvniecības projektu īstenošanai.</p> <p>Sarežģīta darbinieku atlaišana</p> <p>Nestabila nodokļu sistēma</p> <p>Mazs iekšējais tirgus</p> <p>Vāji investīciju stimuli</p> <p>Zems inovāciju un zināšanu līmenis ES kontekstā</p> <p>Izglītības sistēmā netiek sagatavots pietiekams skaits inženiertehnisko darbinieku.</p> <p>Daudz negatīvas publicitātes un korumpētas valsts pārvaldes tēls.</p>
Iespējas	Draudi
<p>ES struktūrfondu atbalsta mērķtiecīgāka izmantošana reģiona konkurētspējas celšanai</p>	<p>Emigrācija un demogrāfiskā situācija (t.sk. „brain drain”).</p> <p>Kvalificēta darbaspēka trūkums nozaru</p>

<p>Fiziskās infrastruktūras uzlabošana</p> <p>Intensīvāka Latgales un Latvijas priekšrocību popularizēšana</p> <p>Darbspēka kvalifikācijas celšana</p> <p>Nozīmīgu investīciju projektu ātrākai un efektīvākai realizācijai izmantot Lielo un stratēģiski nozīmīgo investīciju projektu padomes atbalstu</p> <p>Pašvaldības kapacitātes un prasmju celšana investīciju piesaistē</p>	<p>griezumā</p> <p>Nekonkurētspējīgi darbspēka nodokļi saglabājas ilgtermiņā</p> <p>Protekcionisms un iespējama korupcija investīciju piesaistes ietvara nosacījumu (normatīvo aktu) izstrādē</p> <p>Finanšu instrumenti: nepietiekama finanšu pieejamība</p>
--	---

3.3. Uzņēmējdarbības veikšanas priekšrocības un trūkumi Lietuvas-Latvijas pārrobežu reģionā

Eiropas Savienības struktūrfondu 3. mērķa „Eiropas teritoriālā sadarbība” Latvijas - Lietuvas pārrobežu sadarbības programmas 2007.-2013.gadam (turpmāk – Programma) **mērķis** ir veicināt ilgtspējīgu un vienlīdzīgu pierobežas reģiona sociālekonomisko attīstību, lai padarītu to konkurētspējīgu ekonomiskajai un uzņēmējdarbības attīstībai un pievilcīgu dzīvošanai un apmeklēšanai.

Programmas attiecināmās teritorijas:

- Latvijā: Kurzeme, Zemgale, Latgale;
- Lietuvā: Klaipēda, Telši, Šauļi, Panevėža, Utena, Kauņa (kā papildus teritorija).

Programmā ir izdalītas trīs prioritātes:

1.Prioritāte – Sociālekonomiskās attīstības un konkurētspējas veicināšana reģionā.

Prioritāte veicina uzņēmējdarbības, darba tirgus un pētniecības un tehnoloģiju attīstību un pierobežas reģionu iekšējās un ārējās pieejamības uzlabošanu.

2. Prioritāte - Pievilcīgas vides dzīvošanai izveidošana un ilgtspējīgas sabiedrības attīstība.

Prioritāte sekmē Programmas galvenā mērķa sasniegšanu, uzlabojot sabiedrisko pakalpojumu un dabas resursu kopīgu pārvaldību un sekmējot pierobežas reģionu pievilcības uzlabošanu, kā arī aktīvas un ilgtspējīgas sabiedrību attīstību.

3. Prioritāte - Tehniskā palīdzība - Atbalsts programmas ieviešanai

Eiropas Komisija 2007. gada 17. decembrī apstiprināja Latvijas-Lietuvas pārrobežu sadarbības programmu 2007.–2013. gadam. Programma ir vērsta uz Kopienas atbalsta sniegšanu Eiropas Reģionālās attīstības fonda ietvaros konkrētiem Latvijas un Lietuvas reģioniem, kas atrodas pie kopējās robežas — Kurzemes, Latgales un Zemgales novadā Latvijā un Klaipēdas, Telšu, Šauļu, Panevėžas un Utenas reģionā Lietuvā. Kauņas reģions var piedalīties projektos kā blakus esošā administratīvā vienība, t.i., tas var saņemt ne vairāk kā 20 % no ERAF finansējuma, kas piešķirts programmai.

Darbības programma atbilst Eiropas teritoriālās sadarbības mērķim, un tās kopējais budžets ir aptuveni 75,6 miljoni eiro. Kopienas ieguldījums no Eiropas Reģionālās attīstības fonda ir 63,9 miljoni eiro, kas ir aptuveni 0,7 % ES kopējā ieguldījuma, kas kohēzijas politikas ietvaros ir atvēlēts Eiropas teritoriālās sadarbības mērķim 2007.–2013. gadā.

Uzņēmējdarbības attīstība ir cieši saistīta ar sociālekonomisko attīstību, jo tā nodrošina jaunas darba vietas, dažādu nozaru attīstību un ceļ labklājību. Galvenais iemesls salīdzinoši zemam MVU rādītājam ir vispārējais tradīciju, iemaņu un kapitāla trūkums. Ierobežotā sadarbība starp uzņēmumiem un sabiedrisko sektoru samazina attīstības iespējas, jo tie konkurē savstarpēji tā vietā, lai apvienotu spēkus kopējam ieguvumam.

Unikālā Kurzemes un Klaipēdas piekrastes līnija nodrošina iespējas nākotnes attīstībai, īpaši transporta un tūrisma attīstībai. Ventpils un Klaipēdas neaizsalstošās ostas un Liepājas, Rēzeknes, Kauņas un Klaipēdas brīvās ekonomiskās zonas rada

labvēlīgus apstākļus investīciju piesaistei un uzņēmējdarbības attīstības veicināšanai. Šīs zonas ir ietekmējušas pašu zonu teritorijas, bet nav spējušas kļūt par attīstības centriem pārējam reģionam.

Bez tam, mazumtirdzniecības un pakalpojumu sektori Latvijā līdz šim ir bijuši visstraujāk augošie: ļoti ātri tiek atvērti veikali un restorāni, bet bieži ne uz ilgspejīgas bāzes, jo nav atbilstošu biznesa plānu un trūkst tirgus izpēti. Vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības uzņēmumi veido lielāko daļu no abās valstīs reģistrētajiem ekonomiski aktīvajiem uzņēmumiem un darba vietu nodrošinātājiem. Arī Lietuvā terciārais sektors ir visattīstītākais un nodarbina lielāko daļu iedzīvotāju.

Šobrīd vietējo tehnoloģisko inovāciju ieguldījums Latvijas un Lietuvas ekonomikā ir ierobežots. Abas lielā mērā ir atkarīgas no ĀTI, lai palielinātu jaunās tehnoloģijās pamatotu ekonomisko izaugsmi. Piekļuve privātā sektora finansējumam/riska kapitālam jauno tehnoloģiju kompānijām ir ierobežota. Zinātnisko pētījumu un privātā sektora attīstības potenciāls (un koncentrēšanās uz to) ir vājš, un tas ir sadarbības trūkuma dēļ starp zinātniekiem, kuri strādā pie sabiedriski finansētiem pētījumiem, un tiem, kuri strādā privātos uzņēmumos. Sabiedriskais vai sabiedriskais/privātais finansējums nespēj labot šo robu finansējumā.

Valsts inovāciju sistēma Latvijā šobrīd ir vāji attīstīta un ievērojami atpaliek no ES dalībvalstu vidējā līmeņa. Kaut arī novērojams to uzņēmumu skaita pieaugums, kas ir aktīvi inovāciju sfērā, īpaši pakalpojumu sektorā, Centrālā statistikas biroja pētījuma rezultāti 2005. gadam rāda, ka tikai vidēji 17,5% no visiem Latvijas uzņēmumiem ir novatoriski, kamēr ES dalībvalstīs šis rādītājs ir vidēji 45%.

No ārvalstu investoru puses tiešo kontaktu un darījumu delegāciju vizīšu veidā ir izrādīta interese atrasties pierobežas teritorijā. Galvenā jauno investīciju vājā vieta ir uzņēmējdarbības atbalsta struktūru un kapacitātes trūkums. Pašvaldību darbinieki nav spējīgi piesaistīt vai apkalpot investorus, jo trūkst prasmes, zināšanas, līdzekļi un sadarbības tīkli, nepieciešami darbam ar investoriem. Uzņēmējdarbības vai tehnoloģiju parki, attīstības uzņēmumi vai zinātnes parki, kas visā ES ir izrādījušies ļoti efektīvi uzņēmējdarbības veicināšanā, sastopami arī Programmas teritorijā. Šāda situācija izraisa acīmredzamu vajadzību pēc investīciju piesaistīšanas attīstības pierobežas teritorijā

Pastāvošās ražošanas aktivitātes **Latgalē** ir kokmateriālu, kūdras un lauksaimnieciskās apstrādes sektori. Kokapstrāde un vieglā rūpniecība, īpaši apģērbu rūpniecība, varētu tikt tālāk attīstīta, koncentrējoties uz produktiem ar augstāku pievienoto vērtību. Latgalē pastāv arī metālapstrādes rūpniecība un ķīmiskā rūpniecība, kā arī mašīnbūves uzņēmumi. Uzņēmumu attīstību raksturo investīciju trūkums, novecojušas tehnikas un tehnoloģijas, kas noved pie nekonkurētspējīgas produkcijas. Attīstības trūkums pakalpojumu sektorā, kā arī attīstība vidējos un lielajos mazumtirdzniecības un pakalpojumu uzņēmumos raksturo Latgales reģionu, kur dominē mazie un vidējie uzņēmumi. Jaunu tehnoloģiju trūkums uzņēmumos un ierobežotās saiknes starp pētnieciskām, inovatīvām un uzņēmējdarbības aktivitātēm ir nozīmīga barjera lielu uzņēmumu pārstrukturizēšanai Latgalē. Uzņēmumiem Latgalē tradicionāli ir saiknes pārsvarā ar Krieviju, bet tās attīstās arī ar Baltkrieviju. Šie tirgi un sadarbības iespējas tiek vērtētas kā potenciāli ļoti nozīmīgas nākotnes attīstībai.

Pierobežas teritorijas parasti nav ļoti pārslogotas, un tāpēc šajās vietās ir tīra, ekoloģiska daba un skaistākās vietas. Tas ir ļoti pozitīvs aspekts, ja kāds grib attīstīt tūrisma vai atpūtas biznesu. Iespēja iesaistīties uzņēmējdarbībā, par kuru pieprasītais resurss ir augstas kvalitāte vides jomā.

Lētākas transporta izmaksas, produktu transportēšana uz kaimiņvalsti, iespēja iegādāties lētākas preces kaimiņvalstīs.

Bieži pierobežas teritorijām ir vāja infrastruktūra, šīs vietas ir tālu no pilsētas teritorijas, šeit ir saziņas trūkums, nepietiekoši attīstīti veselības aizsardzības, transporta un tirdzniecības pakalpojumi, līdz ar to arī uzņēmēji bieži vien nevēlas riskēt un šādās teritorijās attīstīt uzņēmējdarbību.

Pierobežas teritorijas pārsvarā ir mazapdzīvotas, uzņēmējiem nav vietējās mērķauditorijas, lai attīstītu uzņēmējdarbību, tāpēc ir vajadzīgi papildu pasākumi, un tas nozīmē papildu finansiālās izmaksas.

Tālu no galvaspilsētas, kur ir aktīva saimnieciskā darbība.

Kvalificētu darbinieku trūkums.

Vietējo iedzīvotāju pirktspēja ir zema.

Lietuvas reģiona uzņēmēji ir aktīvāki, uzņēmējdarbības vide ir sakārtotāka, nav straujas negatīvas nodokļu izmaiņas. Lielāks tirgus. Plašākas darbaspēka piesaistes iespējas.

Uzņēmējdarbības pamats:

- Latvijas ekonomika ir brīvā tirgus ekonomika, to regulē attiecīgi likumi, nodrošinot komercietību, preču zīmju, kā arī investīciju aizsardzību.
- Latvijas likumdošanā pārņemtas Eiropas Savienības prasības

- Latvijā nav noteikti ierobežojumi vai citādāka attieksme pret ārvalstu investīcijām un uzņēmumiem

Latvijas uzņēmējdarbība galvenokārt ir koncentrēta galvaspilsētā Rīgā vai tās apkārtnē, tomēr ar dažādu atbalsta mehānismu tiek veicināta arī uzņēmējdarbības attīstība reģionos, piemēram, izveidojot speciālās ekonomiskās zonas – ostas vai dzelzeļu mezglos, kur firmas var strādāt ar dažādiem atvieglojumiem. Latvijā ir attīstīta ražošanas un transporta infrastruktūra – industriālie parki, noliktavas, komunikāciju tehnoloģijas, ostas, dzelzeļš, kā arī lielākais aviosatiksmes mezgls Baltijā.

Biznesa vides novērtējums

Plāna 2011.gada ietvaros ir izvirzīti pasākumi, lai uzlabotu Latvijas pozīcijas Pasaules Bankas pētījumā *Doing Business*. Šo pasākumu ieviešana Latvijā ir svarīga Latvijas uzņēmējdarbības konkurētspējas nodrošināšanā un investīcijām labvēlīgas vides veidošanā ne tikai salīdzinoši ar kaimiņvalstīm, bet arī pasaules mērogā.

Latvijas pozīcijas starptautiskajā reitingā ir tieši atkarīgas no izvirzīto pasākumu ieviešanas un piemērošanas kvalitātes, korektas informācijas sagatavošanas, uz kuru balstīts Pasaules Bankas vērtējums, kā arī no citās valstīs veiktajām reformām uzņēmējdarbības jomā.

Pasaules Bankas pētījumā *Doing Business 2011* Latvija ierindojas 24. vietā starp 183 valstīm, novērtējot kopējo biznesa vides labvēlību, lai gan atsevišķi indikatori vēl prasa uzlabošanu :

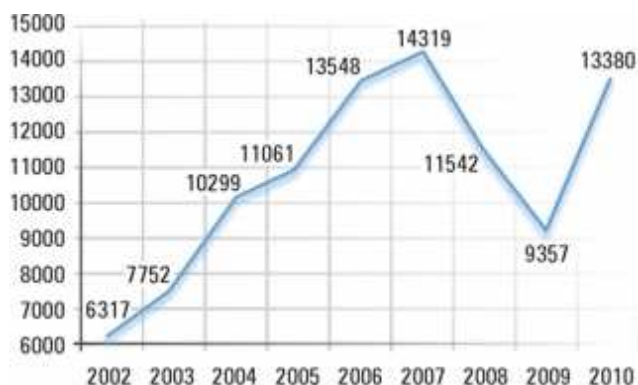
- Pārrobežu tirdzniecība ir vienkārša un tai nav šķēršļu, valsts šajā ziņā ierindojas 16. vietā
- Biznesa uzsākšana ir salīdzinoši vienkārša, šajā ziņā Latvija ierindojas 53. vietā
- Kredītņēmēji un aizdevēji ir aizsargāti un informācija par finanšu stāvokli ir pieejama, šajā Latvijā atrodas 6. vietā
- Valsts tiesu sistēma ļauj panākt līgumu izpildi, Latviju šajā indeksā ierindojot 14. vietā
- Investoru aizsardzības ziņā Latvija atrodas 59. vietā
- Nodokļu sloga un maksājumu vienkāršības indeksā Latvija ierindojas 59. vietā

Sliktākie rādītāji Latvijai ir attiecībā uz biznesa slēgšanas procedūru vienkāršību un būvniecības atļauju iegūšanu, tomēr šajā ziņā 2010. gadā ir ieviesti uzlabojumi, proti, atvieglota un paātrināta gan uzņēmumu, gan fizisko personu maksātspējas procedūra, kā arī samazināts būvniecībai nepieciešamās dokumentācijas apjoms.

Latvija starptautiskajos reitingos:

- **Valsts kredītreitings:** Fitch IBCA BBB-; Standard & Poor BB+; Moody's Baa3
- **56. vieta** 2011. gada Ekonomiskās brīvības indeksā (*Wall Street Journal; The Heritage Foundation*)
- **64. vieta** 2011./12. gada Globālās konkurētspējas ziņojumā (Pasaules Ekonomikas forums)
- **24. vieta** 2011. gada *Doing Business* pētījumā (Pasaules Banka)
- **52. vieta** 2009./10. gada Globālajā informācijas tehnoloģiju indeksā (Pasaules Ekonomikas forums)
- **51.vieta** *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011* (Pasaules Ekonomikas forums)

Latvijai **ekonomiskās brīvības Indeksā** kopējais punktu skaits ir 65,8, kas šo ekonomiku ierindo kā 56. brīvāko ekonomiku 2011. gada pētījumā. Šis rezultāts ir par 0,4 punktiem sliktāks nekā gadu iepriekš. Latvija ekonomiskās brīvības indeksā ierindojas 24. vietā no 43 Eiropas reģiona valstīm, un tās kopējais rezultāts ir virs vidējā rezultāta pasaulē.



Avots: *Wall Street Journal; The Heritage Foundation*

4. TIESISKIE ASPEKTI

4.1. Tiesiskie aspekti

Latvijas veiktie pasākumi tiesiskuma jomā

Kredītu reģistrs

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Kredītu reģistrs	Tiesību apjoma koeficients (0-10)	9	9	9
	Kredītu informācijas indekss (0-6)	5	5	4
	Publisko kredītreģistru segums (% no pieaugušo iedzīvotāju kopskaita)	57,2	46,5	3,7
	Privāto kredītreģistru segums (% no pieaugušo iedzīvotāju kopskaita)	0,0	0,0	0,0
	Reitings	6	6	12

Īstenotās aktivitātes reitinga uzlabošanai

Latvijas rādītājs *Doing Business* 2011.gadam kredītu reģistra jomā joprojām ir viens no vislabākajiem pasaulē, ierindojot to 6.vietā aiz Malaizijas, Lielbritānijas, Jaunzēlandes un ieņemot vienādas pozīcijas ar Amerikas Savienotajām Valstīm, Singapūru un Izraēlu.

Latvijā Kredītu reģistrs izveidots saskaņā ar Kredītiestāžu likuma, Krājaizdevu sabiedrību likuma, Apdrošināšanas sabiedrību un to uzraudzības likuma, un Latvijas Bankas Kredītu reģistra noteikumu, Maksas par Kredītu reģistra izmantošanu apmēra un maksāšanas kārtības un Noteikumu elektroniskai informācijas apmaiņai ar Latvijas Banku prasībām. Kredītu reģistrs izveidots, ievērojot Latvijas Republikas MK 2007.gada 6.marta sēdē atbalstīto Finanšu ministrijas „Ziņojumu par patēriņa cenu inflācijas attīstību un samazināšanas priekšlikumiem”.

Kredītu reģistru uztur un ziņas no tā sniedz Latvijas Bankas Maksājumu sistēmu pārvalde. Šajā reģistrā ir informācija par visiem fizisko un juridisku personu kredītiem (hipotēku kredītu, kredītu patēriņa preču iegādei, norēķinu karšu kredītu, finanšu līzingu, kredītu apgrozāmo līdzekļu palielināšanai, operatīvo līzingu un faktoringu u.c.), sniegtajiem galvojumiem un citām saistībām (pēc kredītsaistību nokārtošanas ziņas par personu un viņa agrākajām saistībām saglabājas).

Visas Latvijas Republikā reģistrētās bankas un ārvalstu banku filiāles, to meitas sabiedrības, kas sniedz ar kredītrisku saistītus finanšu pakalpojumus, krājaizdevu sabiedrības un apdrošināšanas sabiedrības ir Kredītu reģistra dalībnieki. 2010.gada 21.decembrī reģistrā ir reģistrēti 96 dalībnieki.

Kredītu reģistra dalībnieki ievada ziņas par katru izsniegtu aizdevumu/saistību, kā arī Kredītu reģistrā automātiski reģistrēta parādnieku informācija, kura līdz tam bija reģistrēta Parādnieku reģistrā. Kredītu reģistra informācija ir pieejama tā dalībniekiem, Finanšu un kapitāla tirgus komisijai, Latvijas Bankai un aizņēmējiem (tikai par sevi). Dalībnieki par saviem aizņēmējiem saņem pilnu informāciju, bet par citiem aizņēmējiem – ierobežotu.

Investoru aizsardzība

Joma	Doing Business rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Investoru tiesību aizsardzība	Darījumu caurspīdīguma indekss (0-10)	5	5	5
	Direktora atbildības indekss (0-10)	4	4	4
	Akcionāru tiesību indekss (0-10)	8	8	8
	Investoru tiesību aizsardzības indekss (0-10)	5,7	5,7	5,7
	Reitings	59	57	53

Īstenotās aktivitātes reitinga uzlabošanai

Latvijā darījumu caurspīdīgumu, uzņēmēju atbildību un tiesības, kā arī investoru tiesību aizsardzību regulē Komerclikums, Gada pārskatu likums, Finanšu instrumentu tirgus likums un Civillikuma normas.

Kā uzrāda Doing Business metodoloģija, tad Latvijas vieta pēdējos gados tiek būtiski pasliktinājusies – kopumā ir zaudētas 6 vietas 2 gadu laikā, Latvijā Doing Business 2011.gada pētījumā ierindojojot 59.vietā, kas skaidrojams ar citu valstu pasākumiem investīciju vides uzlabošanai.

4.2. Latvijas uzņēmējdarbības vide

Pasaules Bankas veidotajā pētījumā *Doing Business 2011* Latvija ierindojas 53. vietā starp 183 pasaules valstīm biznesa uzsākšanas vienkāršības ziņā.

Biznesa uzsākšana

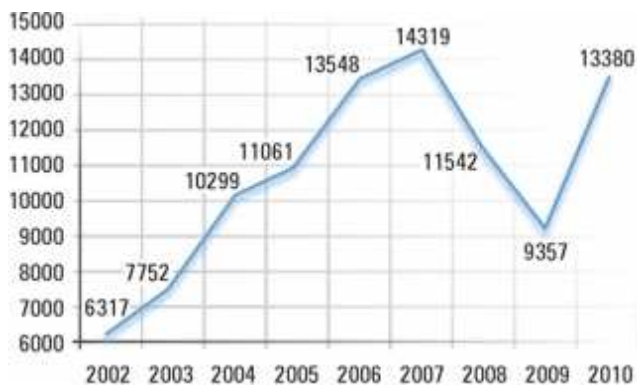
- Procedūru skaits – 5
- Nepieciešamais laiks – 16 dienas
- Minimālais kapitāls mikro sabiedrībai ar ierobežotu atbildību – 1 Ls (1,4 EUR)
- Minimālais kapitāls sabiedrībai ar ierobežotu atbildību – 2000 Ls (2840 EUR)
- Uzņēmumu reģistrs ir publisks
- Uzņēmumu īpašnieku valsts piederībai nav ierobežojumu
- Uzņēmumu vadītāji var pieprasīt uzturēšanās atļauju Latvijā

Uzņēmumu reģistrēšanas procedūras nav dārgas – tās izmaksā līdz 100 Ls (142 EUR). Tomēr jāreķinās, ka, piemēram, sabiedrības ar ierobežotu atbildību dibināšanā jāatvēl 2000 Ls pamatkapitālam.

No 2010. gada Latvijā atļauts reģistrēt mazkapitāla sabiedrību ar ierobežotu atbildību arī ar mazāku pamatkapitālu – pat 1 Ls, tomēr šādiem uzņēmumiem noteikta prasība 25% no ikgadējās peļņas atvēlēt obligātā rezervē.

Šo naudu paredzēts izmantot saistību dzēšanai vai arī pamatkapitāla palielināšanai, lai ar laiku kompānija varētu kļūt par standarta SIA ar 2000 Ls pamatkapitālu. Minimālais kapitāls akciju sabiedrībām Latvijā ir 25 tūkst. Ls.

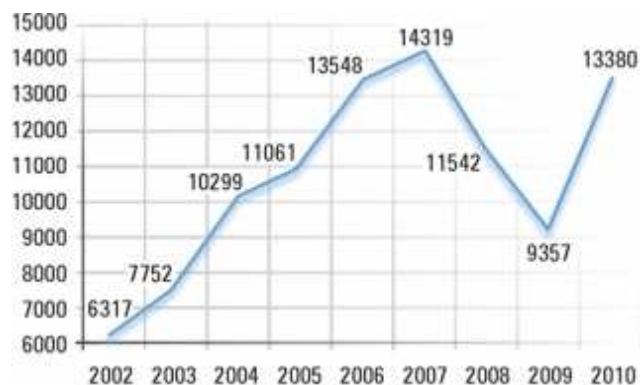
Jaunreģistrētu uzņēmumu skaits



Avots: *firmas.lv*

Uzņēmumi

Aptuveni divas trešdaļas visu Latvijā reģistrēto uzņēmumu ir sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA). Uz šī gada sākumu valstī bija aktīvi 171 tūkstoši uzņēmumu, no tiem tikai tūkstoši ir akciju sabiedrības, bet 107 tūkstoši – sabiedrības ar ierobežotu atbildību, bet pārējie ir, piemēram, individuālie komersanti, zemnieku saimniecības un dažādas vēsturiski saglabājušās uzņēmumu formas, kurās reģistrēt firmas vairs nav iespējams.

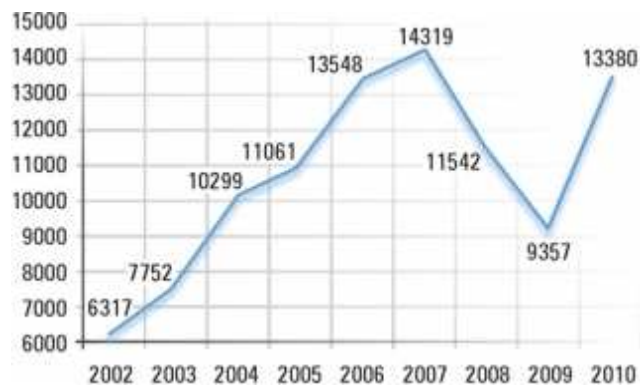


Avots: *firmas.lv*

Valsts uzņēmumi

Salīdzinājumā ar lielu daļu Eiropas valstu Latvijā valstij joprojām pieder ievērojams skaits uzņēmumu, starp kuriem lielākie ir nozīmīgu infrastruktūras pakalpojumu sniedzēji, piemēram, enerģētikā, dzelzceļa infrastruktūras uzturēšanā un dzelzceļa pārvadājumos, telekomunikācijās. Kopumā Latvijas valstij pieder vairāk nekā 140 uzņēmumi ar kopējo uzskaites vērtību 7,15 miljardi latu (10,2 miljardi EUR) un kopējo apgrozījumu 18% apmērā no IKP. Tomēr netiek izslēgta atsevišķu uzņēmumu pārdošana nākotnē. Ekonomikas ministrs publiski paziņojis, ka darbs pie valstij piederošo uzņēmumu daļu pārdošanas varētu tikt uzsākts 2011. gadā.

Kopējais uzņēmumu reģistrētais pamatkapitāls, miljoni LVL (2001. - 2010.)



Avots: www.bnn.lv

4.3. Uzņēmējdarbības vidi regulējošie dokumenti

Uzņēmējdarbību jeb komercdarbību regulē dažādi normatīvie akti. Šeit sniegti tikai daži būtiskākie, taču, lai pilnībā pārliecinātos par to, ka esat ņēmis vērā visas likumdošanas prasības attiecībā uz Jūsu izvēlēto darbības sfēru, pārbaudiet <http://www.likumi.lv/> !

Komerclikums

Likums paredzēts likuma „Par uzņēmējdarbību” aizstāšanai. Tas ir mūsdienīgāks un atbilst pasaules attīstības tendencēm uzņēmējdarbībā. Likums nosaka, kas ir komersants (komercreģistrā ierakstīta fiziskā persona – individuālais komersants un kas ir komercsabiedrība – personālsabiedrība un kapitālsabiedrība. Atrunāta komersanta un komercsabiedrības ierakstīšanas kārtība komercreģistrā. Visi komersantu veidi, to darbības reglamentācija.

Darba likums

Nosaka darbinieka un darba devēja darba tiesiskās attiecības: darba līguma vispārīgos principus, darbinieka un darba devēja tiesības un pienākumus, darba samaksas jautājumu regulācija, darba un atpūtas laiku, darba strīdu izšķiršanas kārtību, darba attiecību izbeigšanas kārtību.

Darba aizsardzības likums

Likuma mērķis ir garantēt un uzlabot nodarbināto drošību un veselības aizsardzību darbā, nosakot darba devēju, nodarbināto un viņu pārstāvju, kā arī valsts institūciju pienākumus, tiesības un savstarpējās attiecības darba aizsardzībā.

Maksātnespējas likums

Likums paredz un apraksta visu procedūru gadījumos, kad komercuzņēmums ir nonācis maksātnespējas situācijā.

Muitas likums

Muitas lietas ietver kārtību, kādā preces pārvieto pāri valsts robežai, to aplikšanu ar ievad muitas nodokli un izved muitas nodokli un citiem normatīvajos aktos paredzētajiem maksājumiem, kurus administrē Valsts ieņēmumu dienests, muižošanu, muitas kontroli, kā arī citus līdzekļus un darbības, ar kuru palīdzību tiek īstenota muitas politika.

Gada pārskatu likums

Likums ar grozījumiem, kas izsludināti līdz 2003.gada 11.decembrim – par kārtību, kā jāveido un jāiesniedz uzņēmumu gada pārskati.

(1) Šis likums attiecas uz Latvijā reģistrētiem komersantiem, uzņēmumiem un uzņēmēj sabiedrībām, arī bezpeļņas organizācijas formā nodibinātajiem uzņēmumiem un uzņēmēj sabiedrībām neatkarīgi no to uzņēmējdarbības formas un īpašuma veida (turpmāk - uzņēmums).

(2) Šis likums neattiecas uz individuālajiem komersantiem, individuālajiem (ģimenes) uzņēmumiem, zemnieku un zvejnieku saimniecībām, kuru ieņēmumi no saimnieciskajiem darījumiem iepriekšējā pārskata gadā nepārsniedz 45 000 latu.

(3) Šis likums neattiecas uz bankām, krājaizdevu sabiedrībām, apdrošināšanas komercsabiedrībām akciju sabiedrību formā, savstarpējās apdrošināšanas kooperatīvajām biedrībām, privātajiem pensiju fondiem, ieguldījumu brokeru sabiedrībām un ieguldījumu pārvaldes sabiedrībām.

(4) Komercsabiedrība, kura veic pārāpdrošināšanu, sagatavo gada pārskatu, ievērojot Finanšu un kapitāla tirgus komisijas noteikumus, kas ir saistoši apdrošināšanas komercsabiedrībām akciju sabiedrības formā.”

Likums par nodokļiem un nodevām

Likums nosaka nodokļu un nodevu veidus un reglamentē nodokļu un nodevu noteikšanas kārtību, to iekasēšanu un piedziņu, nodokļu un nodevu maksātāju un nodokļu un nodevu administrācijas tiesības, pienākumus un atbildību, nodokļu maksātāju reģistrācijas kārtību, kā arī nodokļu un nodevu jautājumos pieņemto lēmumu pārsūdzēšanas kārtību.

Komercedarbības atbalsta kontroles likums

Likuma mērķis ir noteikt Latvijas nacionālās kompetences jautājumus komercedarbības atbalsta kontroles jomā. Likums nosaka pieļaujamās atbalsta mērķus, atbalstāmās izmaksas un maksimāli pieļaujamo atbalsta intensitāti, kā arī komercedarbībai sniegtā atbalsta nacionālās kontroles procedūras, lai mazinātu atbalsta negatīvo ietekmi uz konkurenci un nepieļautu iespēju gūt ekonomiskas priekšrocības, saņemot nelikumīgu atbalstu.

Preču un pakalpojumu drošuma likums

Nosaka pienākumu ražotājam, izplatītājam un pakalpojuma sniedzējam ražot, laist apgrozībā, pārdot vai piedāvāt tikai drošu, cilvēka dzīvībai, veselībai un personas mantai, kā arī videi nekaitīgu preci vai pakalpojumu.

Nosaka Ražotājiem, pārdevējiem un pakalpojumu sniedzējiem pienākumu informēt un sadarboties ar tirgus uzraudzības iestādēm, lai nepieļautu nedrošu preču nokļūšanu tirgū, kā arī nepieciešamības gadījumā veikt pasākumus nedrošu preču radītā riska mazināšanai.

Likums “Par vides aizsardzību”

Likums ar grozījumiem, kas izsludināti līdz 2004.gada 21.aprīlim.Šā likuma mērķis ir veicināt ilgtspējīgu attīstību vides aizsardzības jomā, radot un nodrošinot efektīvu vides aizsardzības sistēmu.

Likuma mērķis ir nodrošināt indivīda tiesības dzīvot nepiesārņotā vidē. Atrunāta dabas resursu izmantošanas kārtība, kā arī noteikts, ka par dabas resursu izmantošanu maksājams nodoklis.

Ugunsdrošības un ugunsdzēsības likums

Ugunsdrošības noteikumi nosaka ugunsdrošības prasības, kas fiziskajām un juridiskajām personām jāievēro, lai neatkarīgi no objekta īpašuma formas un atrašanās vietas novērstu un sekmīgi dzēstu ugunsgrēkus, kā arī mazinātu to sekas.

Likums nosaka ugunsdrošības, ugunsdzēsības un glābšanas dienestu un organizāciju sistēmu, fizisko un juridisko personu uzdevumus un kompetenci ugunsdrošības un ugunsdzēsības jomā, kā arī Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta struktūru, funkcijas, Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienestā dienējošo specializētā valsts civildienesta ierēdņu dienesta gaitu, pienākumus, tiesības, tiesisko aizsardzību un sociālās garantijas.

Konkurences likums

Likuma mērķis ir aizsargāt, saglabāt un attīstīt brīvu, godīgu un vienlīdzīgu konkurenci visās tautsaimniecības nozarēs sabiedrības interesēs, ierobežojot tirgus koncentrāciju, uzliekot par pienākumu izbeigt konkurenci regulējošajos normatīvajos aktos aizliegtas darbības un normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā saucot pie atbildības vainīgās personas. Šis likums attiecas uz tirgus dalībniekiem un jebkuru reģistrētu vai neregistrētu tirgus dalībnieku apvienību.

Konkurences padome ir valsts pārvaldes iestāde, kas darbojas saskaņā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem. Konkurences padomi izveido Ministru kabinets, un tā ir Ekonomikas ministrijas pārraudzībā. Konkurences padome ir juridiskā persona, tai ir zīmogs ar papildinātā mazā valsts ģerboņa attēlu un Konkurences padomes nosaukumu. Konkurences padomes darbību finansē no valsts budžeta. Konkurences padome pieņem lēmumus konkurences lietās. Konkurences padomes darbu nodrošina Birojs, kas pilda tās sekretariāta un ekspertu funkcijas, sagatavo jautājumus, dokumentus un lēmumu projektus izskatīšanai Konkurences padomes sēdēs un īsteno Konkurences padomes pieņemto lēmumu izpildi

Tirdzniecība

Šobrīd tirdzniecības nozari regulē šādi Ministru kabineta noteikumi:

1998.gada 6.oktobra MK noteikumi Nr. 388 "Noteikumi par tirdzniecības kārtību tirgos, gadatirgos, ielu tirdzniecības vietās un izbraukumos".

1996.gada 28.maija MK noteikumi Nr.188 "Kārtība, kādā lauku apvidos darbojas pārvietojamie mazumtirdzniecības punkti, kuros nav kases aparāti".

19.06.1992. Ministru Padomes lēmums Nr.237 "Par mazumtirdzniecības pamatnoteikumiem".

Nodokļi

Latvijā ir noteikti 12 nodokļi, kurus uzliek saskaņā ar konkrētā nodokļa likumu:

- iedzīvotāju ienākuma nodoklis;
- mikrouzņēmumu nodoklis;
- uzņēmuma ienākuma nodoklis;
- nekustamā īpašuma nodoklis;
- pievienotās vērtības nodoklis;
- akcīzes nodoklis;
- muitas nodoklis;
- dabas resursu nodoklis;
- izložu un azartspēļu nodoklis;
- valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas;
- vieglo automobiļu un motociklu nodoklis;
- elektroenerģijas nodoklis.

Nodokļa maksātāji ir:

- Iekšzemes uzņēmumi, kas veic uzņēmējdarbību, sabiedriskās un reliģiskās organizācijas un no valsts budžeta vai pašvaldību budžetiem finansētas institūcijas, kuras gūst ienākumus no saimnieciskās darbības (turpmāk - rezidenti);
- Ārvalstu uzņēmumi, uzņēmējdarbības, fiziskās personas un citas personas (turpmāk - nerezidenti);
- Nerezidentu pastāvīgās pārstāvniecības (turpmāk - pastāvīgās pārstāvniecības), kuru ienākuma nodokļa likme ir 15%.
- Individuālie komersanti ir iedzīvotāju ienākuma nodokļa maksātāji. Šī nodokļa likme ir 26%.

4.4. Lietuvas uzņēmējdarbības vide

Darba likumdošana

Darba tiesiskās attiecības regulē Lietuvas Republikas Darba Likums, kas stājās spēkā 2002.gada 4.jūnijā.

Darba līgums slēdzams rakstiski divos eksemplāros. Par likumam atbilstošu darba līguma noslēgšanu atbildīgs ir darba devējs.

Darba samaksa nedrīkst būt mazāka par valstī noteikto minimālo mēnešalgu – 800 LTL (~160 Ls).

Parastā darba nedēļa ir 40 stundas gara. Darba nedēļa nedrīkst pārsniegt 48 stundas. Darba devējs var norīkot darbā ārpus paredzētā darba laika tikai ārkārtas gadījumos.

Likums paredz gadskārtējo atvaļinājumu vismaz 28 kalendārās darba dienas.

Uzņēmējdarbības formas

Uzņēmuma reģistrāciju Lietuvā regulē ne tikai juridiskas personas reģistrēšanas noteikumi, bet arī likumi par dažādiem uzņēmējdarbības veidiem un citi normatīvie akti. Uzņēmums reģistrējams Lietuvas uzņēmumu reģistrā. No reģistrēšanas brīža uzņēmums iegūst juridiskas personas statusu ar tiesībām un pienākumiem, kļūst par prasītāju vai atbildētāju tiesā, kā arī drīkst nodarboties ar komercdarbību.

Lai reģistrētu uzņēmumu, vispirms 10 dienu laikā notariāli apstiprināmi sabiedrības statūti un citi dokumenti, ko nosaka likums. Pēc tam tie iesniedzami uzņēmumu reģistrā, kas 10 dienu laikā kopš dokumenta iesniegšanas brīža pieņem lēmumu par sabiedrības, filiāles vai pārstāvniecības reģistrāciju.

Lietuvas Civillikums (pieņemts 2001.gada 1.jūlijā) regulē uzņēmuma dibināšanu, juridisko statusu, uzņēmuma vadības struktūru un vadības atbildību, likvidāciju un reorganizāciju.

Biežāk sastopamie uzņēmējdarbības veidi:

- Slēgta akciju sabiedrība (UAB) (96% no visiem Lietuvas uzņēmumiem ir šāda veida uzņēmums)
- Atklāta akciju sabiedrība (AB)
- Filiāle (Branch) vai pārstāvniecība
- Asociācija
- Zemnieku saimniecība (ZUB)
- Valsts uzņēmums u.c.

Dibinot uzņēmumu Lietuvā pārsvarā izvēlas slēgtu akciju sabiedrību (UAB):

- Slēgtu akciju sabiedrību var dibināt viens vai vairāki akcionāri. Maksimālais akcionāru skaits nedrīkst pārsniegt 250.
- Minimālais sākumkapitāls ir 10 000 LTL (2900 EUR), kas iemaksājams uzņēmuma bankas kontā.
- Akcionāru saistības pret uzņēmumu nosaka ieguldījumu lielums.
- Par uzņēmuma pārvaldes struktūru lemj akcionāru sapulce.

Atklāta akciju sabiedrība:

- Uzņēmumu dibina viens vai vairāki akcionāri, kuru skaits nav ierobežots.
- Minimālais sākumkapitāls ir 150 000 LTL (aptuveni EUR 43 500), kas ieskaitāms uzņēmuma bankas kontā.
- Akcionāru saistības nosaka ieguldījumu apmērs uzņēmumā.
- Uzņēmuma vadības struktūru nosaka vispārējā akcionāru sapulce.
- Uzņēmumā jābūt uzraudzības padomei vai valdei

Gan Lietuvas, gan ārvalstu uzņēmumi Lietuvā var dibināt filiāles (branch) un pārstāvniecības. Šiem uzņēmumiem nav juridiskas personas statusa.

Filiāle (branch) vai pārstāvniecība:

- mātes uzņēmums atbild par filiāles (branch) vai pārstāvniecības saistībām
- filiāle var nodarboties ar tirdzniecību atbilstoši mātes uzņēmumam nosacījumiem
- pārstāvniecība var nodarboties ar tirgus izpēti, bet nevar veikt komercdarbību
- vismaz vienam uzņēmuma vadītājam jābūt Lietuvas rezidentam
- nav jāveic uzņēmuma audits

Uzņēmuma reģistrācija izmaksā aptuveni 850 EUR, kas ietver gan notāra pakalpojumus, gan uzņēmuma reģistrāciju un dokumentu tulkošanu.

Uzņēmumam ar ārvalstu kapitālu var piederēt nekustamais īpašums.

Nodokļu sistēma

Lietuvā ir viena no labvēlīgākajām nodokļu politikām starp ES dalībvalstīm. Lietuvā ir 7 galvenie nodokļu veidi.

Tiešie nodokļi:

- uzņēmuma ienākuma nodoklis,
- iedzīvotāju ienākuma nodoklis,
- nekustamā īpašuma nodoklis,
- zemes nodoklis,
- mantojuma un dāvinājuma nodoklis.

Netiešie nodokļi:

- pievienotās vērtības nodoklis,
- akcīzes nodoklis,
- azartspēļu un izlozes nodoklis.

Uzņēmuma ienākuma nodoklis

Uzņēmuma ienākuma nodokļa pamatlikme ir 15%. Tiem uzņēmumiem, kuru ienākumi no lauksaimniecības darbībām ir vairāk kā 50% no kopējiem ienākumiem, piemēro 5% uzņēmuma ienākumu nodokli. 5% nodokli piemēro arī sīkuzņēmumiem (nodarbina līdz 10 cilvēku un gada ienākumi nav lielāki par 500 000 LTL). Ja no 2009. līdz 2013. gadam investēts tehnoloģijās, tad ar uzņēmuma ienākumu nodokli apliek tikai 50% no uzņēmuma peļņas.

Ieturamais nodoklis

Ieturamā nodokļa likmes:

- Dividendes nerezidentiem 15%;
- Procentu maksājumi 10% (nepiemēro Eiropas ekonomiskās zonas uzņēmumiem un to valstu uzņēmumiem, ar kurām noslēgta vienošanās par dubulto nodokļu neaplikšanu)
- Autoratlīdzība nerezidentiem 10%; ar 2011. gada 1. jūliju nav spēkā 10% ieturamais nodoklis ES uzņēmumiem.

Iedzīvotāju ienākuma nodoklis

Iedzīvotāju ienākumus apliek ar 15% ienākumu nodokli. Darba ņēmējam Lietuvā ir jāreģistrējas Valsts Nodokļu inspekcijā un jāsaņem nodokļu karte. Lietuvā no algas tiek ieturēts pensiju nodrošinājuma nodoklis 3% apmērā (darba devēja daļa 30,98%-31,7%), 6% veselības apdrošināšanas nodoklis, bet pašnodarbinātajiem 9% no minimālās ikmēneša algas. Neapliekamais minimums ir 669 LTL (~ 194 EUR). Minimālā alga valstī ir 800 LTL (~232 EUR).

Pievienotās vērtības nodoklis

Rezidenti (fiziskām vai juridiskām personām) jāreģistrējas kā PVN maksātājiem, ja ienākumi no uzņēmējdarbības 12 mēnešu laikā pārsniedz 100 000 LTL (~28 962 EUR). Pievienotās vērtības nodokļa pamatlikme no 2011. gada 1. janvāra ir 21% un piemērota lielākai daļai preču un pakalpojumu.

Samazinātās pievienotās vērtības nodokļa likmes ir 5%, 9% un 0%:

9% piemēro iespaiddarbiem (presei, grāmatām, citām publikācijām), viesnīcu pakalpojumiem, apkurei un karstā ūdens

padevei,

5% – medicīniskiem pakalpojumiem un farmācijas precēm.

Akcīzes nodoklis

Ar 2011.gada 1.janvāri spēkā šādas akcīzes nodokļa izmaiņas:

- par 27% tiek samazināts akcīzes nodoklis etila alkoholam (3200 LTL/hl)
- paaugstināts akcīzes nodoklis cigaretēm (sākot no 221 LTL/1000 cigaretēm un tml. izstrādājumiem);
- lai veicinātu videi draudzīgas degvielas izmantošanu un samazinātu kopējos transporta izdevumus, ar akcīzes nodokli neapliek dabasgāzi, kuru izmanto kā degvielu sabiedriskajam transportam.

Nekustamā īpašuma nodoklis

Atkarībā no pašvaldības nekustamā īpašuma nodoklis ir 0,3%-1% no nekustamā īpašuma kadastrālās vērtības.

Loteriju un azartspēļu nodoklis

Loterijām tiek piemērots 5% nodoklis. Bingo, totalizatoram un derībām tiek piemērots 15% nodoklis. Fiksēta nodokļu likme tiek piemērota arī azartspēļu automātiem un galda azartspēlēm.

Avots: Lietuvas finanšu ministrija - <http://www.finmin.lt/web/finmin/home>; Lietuvas nodokļu pārvalde – www.vmi.lt

Galvenie Lietuvas tirdzniecības partneri ir ES dalībvalstis, kas veido vairāk kā 60% no kopējā Lietuvas ārējās preču tirdzniecības apgrozījuma (eksportā - 60%, importā – 57%).

Nozīmīgākie Lietuvas eksporta partneri 2009. gadā bija tās kaimiņvalstis – Krievija (13%), Latvija (10%), Vācija (10%), Polija (7%) un Igaunija (7%).

Avots: Lietuvas statistikas departaments - www.stat.gov.lt

Visvairāk Lietuva eksportē minerālproduktus (22%), mehānismus, mehāniskās ierīces un elektroiekārtas (%), ķīmiskās rūpniecības un tās saskarnozaru ražojumus (9%) un satiksmes līdzekļus (7%).

4.5. Latvijas ekonomiskā sadarbība ar Lietuvu

Ārējā tirdzniecība

2010. gadā Lietuva bija Latvijas pirmais preču eksporta un importa partneris.

Avots: Centrālā statistikas pārvalde

Eksports uz Lietuvu pa preču grupām (tūkst. LVL)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dzīvnieki un lopkopības produkti	13043	35286	45666	61536	46660	59867
Augu valsts produkti	9554	14202	16820	22287	21647	51353
Tauki un eļļas	3825	4481	4288	5444	3965	11439
Pārtikas rūpniecības produkti	36861	50465	77116	84337	68559	66529
Mīnerālie produkti	23335	46432	29627	22957	24846	61114
Ķīmiskās rūpniecības un tās saskarnozaru produkcija	40309	64775	84120	100237	109680	95060

Plastmasas un izstrādājumi no tām	16215	19507	25783	31818	21706	32389
Jēlādas, ādas, kažokādas un izstrādājumi no tām	899	1480	2056	2297	1555	3330
Koksne un tās izstrādājumi	18162	24966	42279	49199	28464	37779
Koksnes papīrmasa; papīrs un kartons	14421	14903	20941	20038	15786	21688
Tekstilmateriāli un tekstilizstrādājumi	10741	15545	18660	16575	14841	14550
Apavi, cepures, lietussargi un citi priekšmeti	1397	2051	2803	4054	3577	1797
Akmens, ģipša, cementa, stikla un keramikas izstrādājumi	8307	10475	14436	15658	10695	10991
Dārgakmeņi, pusedārgakmeņi, dārgmetāli	352	974	957	942	762	3393
Metāli un to izstrādājumi	53981	67767	81597	78748	28958	56263
Mašīnas un mehānismi; elektriskās iekārtas	41159	47824	75277	122534	132969	157727
Transporta līdzekļi	16024	48577	80336	78739	36953	58649
Optiskās ierīces un aparāti	3026	3613	4558	5101	5185	5672
Dažādas rūpniecības preces	6195	9665	11302	17262	13412	12085

Noderīgas saites

Lietuvas prezidenta oficiālā mājas lapa - www.president.lt

Lietuvas parlamenta Seima mājas lapa - www3.lrs.lt

Lietuvas valdības oficiālā mājas lapa - www.lrvk.lt

Lietuvas oficiālais portāls - <http://neris.mii.lt/>

Lietuvas statistikas departaments - www.stat.gov.lt

Lietuvas Nacionālā banka - www.lb.lt

Lietuvas finanšu ministrija - <http://www.finmin.lt/web/finmin/home>

Lietuvas ekonomikas ministrija - www.ukmin.lt

Lietuvas Attīstības aģentūra - www.lda.lt

Lietuvas tūrisma portāls - www.tourslithuania.com

Reģistru centrs - www.registrucentras.lt

Nodokļi - www.vmi.lt

Perspektīvās nozares Lietuvā:

- Pārtikas
- Tūrisms
- Celtniecība
- Izglītība
- Lauksaimniecība

Noderīgas saites.

www.liaa.gov.lv

www.lursoft.lv

www.vid.gov.lv

www.likumi.lv

www.em.gov.lv

www.varam.gov.lv

www.iub.gov.lv

www.biznesaengeli.lv/

<http://www.hipo.lv>