

2012.gada 17.novembrī plkst. 13:00 – 17:00

Brigadiere: Vita Brakovska

Programmas BRIGĀDE darbnīca „6 SOĻI NO RADOŠAS IDEJAS LĪDZ UZŅĒMUMAM”

Pasaulē vadošie ekonomisti norāda, ka šobrīd notiek pāreja no zināšanu ekonomikas uz radošo ekonomiku, kur tautsaimniecību un uzņēmumu konkurētspējas pamatā ir cilvēks un viņa radošās izpausmes.

Radošo izpausmju komercializācijai ir nepieciešama uzņēmējdarbības kompetence. Daudzi eksperti uzskata, ka biznesa automatizācija jau ir sasniegusi griestus un ar klasiskajām metodēm efektīvu produkta noietu vairs nevar panākt. Ir laiks jaunām pieejām, kas vērstas uz radošuma komercializāciju, balstoties uz XXI gadsimta indivīda vajadzībām.

Radošās darbnīcas mērķis: rosināt potenciālos BRIGĀDES dalībniekus – radošos uzņēmējus pilnveidot savas biznesa idejas no konkurences, ilgtspējas un XXI gadsimta indivīda vajadzību apmierināšanas viedokļa.

Pasākuma rezultātā dalībnieki spēs patstāvīgi:

- izprast pamatprincipus ilgtspējīgas biznesa idejas attīstībai,
- izstrādāt biznesa modeli idejas komerciālās vērtības celšanai,
- pielietot radošās domāšanas metodes produktu pievienotās vērtības celšanai,
- izziņāt savus iekšējos nemateriālos resursus un pielietot tos uzņēmuma izaugsmei,
- izmantot starpnozaru disciplīnas un nākotnes izaicinājumus.

Pielietotās metodes: ievadlekcija, labās prakses piemēri, radošās domāšanas metožu pielietojums, komandas lomas testa izpilde, praktisks darbs komandās, rezultātu prezentācija.

Mājas darbs: komandas lomas testa izpilde (~25min).

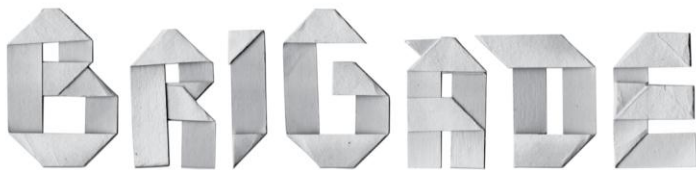
Vita Brakovska, MBA (biedrība ZINIS)

- praktiska pieredze indivīdu radošo uzņēmējspēju veicināšanā
- inovācijas atbalsta instrumentu izstrāde un ieviešana
- atbalsta piesaiste inovatīvu ideju agrīnā attīstības stadijā
- starptautiska pieredze radošās domāšanas rosināšanā Krievijā un Turcijā
- intensīva apmācību pieredze darbā ar publisko, privāto un akadēmisko sektoru
- Eiropas Komisijas atzinība par LIAA inovatīvo biznesa ideju konkursa „Ideju kauss” ieviešanu
- Britu padomes radošās domāšanas metodoloģijas „Nākotnes pilsētas spēle” sertificēta vadītāja



Ekspertes pakalpojumus izmantojuši: Nordea banka, Lattelecom, AAS Balta, Britu padome, Biznesa augstskola "Turība", Rīgas Tehniskā universitāte, Daugavpils Universitāte, pašvaldību mācību centri Rīgā un Daugavpilī, pieaugušo izglītības centri Cēsīs un Dobelē, plānošanas reģionu administrācijas, virkne nevalstisko organizāciju Latvijā u.c. Plašāka informācija pieejama www.zinis.lv un www.brakovska.lv

Programmu „Brigāde” organizē Laikmetīgās mākslas centrs sadarbībā ar Sorosa fondu – Latvija, savukārt programmas finansējumu nodrošina *Open Society Foundations*.



2012.gada 17.novembrī plkst. 13:00 – 17:00

Brigadiere: Vita Brakovska

Programmas BRIGĀDE darbnīca „6 SOĻI NO RADOŠAS IDEJAS LĪDZ UZŅĒMUMAM”

- 12:40 - 13:00** Dalībnieku ierašanās un reģistrācija
- 13:00 – 13:05** **Ievads** - ieskats pasākuma programmā un iepazīšanās ar dalībniekiem un ekspertiem
- 13:05 – 13:30** **Uzņēmējdarbība XXI gadsimtā – lai ko tu domā, domā CITĀDI!**
- „Kāpņu telpas” sindroms un veselīgas ambīcijas
 - XXI gadsimta Maslova vajadzību piramīda - indivīdu „paradoksālās vajadzības”
 - Produkta netaustāmās vērtības formulējums
 - Priekšnoteikums konkurētspējai XXI gadsimtā - „eža stratēģija”
- 13:30 – 13:50** **Praktisks darbs komandās: „Ortodoksālā metode”**
- 13:50 – 14:10** Kafijas / tējas baudīšana, uzkodas un neformālas sarunas ārpus rāmjiem
- 14:10 – 15:40**
- **Komandas veidošanas pamatprincipi straujākai idejas attīstībai**
 - **Būtiskākie formulējumi biznesa idejas ietvaros**
 - **„Veselīgas ambīcijas” dzīvošanai un UZdzīvošanai, ne IZdzīvošanai biznesā**
 - **Biznesa modelis idejas komerciālās vērtības celšanai**
 - **Praktisks darbs komandās**
- 15:40 – 16:00** Kafijas / tējas baudīšana, uzkodas un neformālas sarunas ārpus rāmjiem
- 16:00 – 16:50**
- **XXI gadsimta mārketinga – ko mēs par to zinām?**
 - **Finanšu plānošanas minimums uzņēmumā**
 - **Praktisks darbs komandās**
- 16:50 – 17:00** Jautājumi un atbildes, neformāla diskusija

2012.gada 17.novembrī plkst. 13:00 – 17:00

Brigadiere: Vita Brakovska

Programmas BRIGĀDE darbnīca „6 SOĻI NO RADOŠAS IDEJAS LĪDZ UZŅĒMUMAM”

Satiksmes un kājāmgājēja drošībai -
adījumi ar atstarojošo pavedienu (Inga Priedīte, www.zib.lv)

Klasiskais ”eža koncepts” (Jim Collins)

1. Kādā jomā varu būt labākais pasaulē?
2. Kas mani patiesi aizrauj?
3. Kurās aktivitātēs veidojas ekonomiskā atdeve?

Kam es varu uzticēt savu ideju?

- Bailes **visiem** ir līdztīgas
- Ideju **nevajag** slēpt un turēt pie sevis!
- **Runājot par savu ideju** var tikai un vienīgi to **uzlabot** – uzklausot komentārus un ieteikumus
- Pats **drošākais veids** nosargāt ideju – to neīstenot?
- *Plikai* idejai ir **maza vērtība** (<1%)

“**Pārsteidz mani un viss, ko tu darīsi, būs radošs!**” (A. Brodoviča (Harper's Bazaar) padoms Ričardam Avedonam (izcilam fotogrāfam)).

Kam vajadzīgs biznesa plāns?

- **Pašam**

Lai varētu novērtēt **biznesa idejas dzīvotspēju**

- **Bankai**

Lai redzētu, vai uzņēmums ir **spējīgs atmaksāt aizdevumu un procentu maksājumus**, kā arī vai uzņēmumam ir pietiekami daudz garantiju (ķīli)

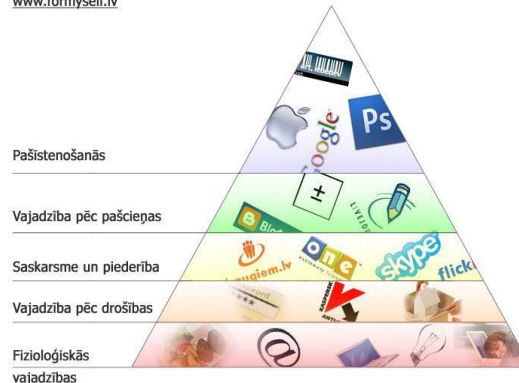
- **Investoram**

Lai novērtētu **uzņēmuma izaugsmes potenciālu** un nākotnes peļņu no iegādātām kapitāla daļām uzņēmumā (lai būtu vērts investēt šodien)

Biznesa idejas attīstības būtiskākie aspekti

- Dati par (jaundibināmo) uzņēmumu (*pirmssākumi*)
- **Problēmas un produkta formulējums**
- Plānotās uzņēmējdarbības apraksts
- **Klienti un tirgus situācijas novērtējums**
- Konkurences novērtējums
- **Pasākumi produkta virzībai tirgū (*mārketing*s)**
- Projekta ieviešanas plāns
- **Uzņēmuma vadība un personāls**
- Biznesa idejas aizsardzība
- **Finanšu prognozes**
- Iespējamo risku novērtējums

www.formyself.lv





Ko Jūsu biznesā vēlas ieraudzīt investors?

- **Biznesa ideja** ir skaidra un ar izaugsmes potenciālu (nav “viendienīte”)
- Vadības **komanda** ir pārliecinoša (ietver atbilstošās kompetences)
- Ir skaidrs **biznesa modelis** (kā tiks gūti ienākumi)
- Ir definētas produkta **konkurētspējas priekšrocības** (ar ko labāks par alternatīvām)
- Kā iegūs un noturēs klientus (mārketinga plāns)
- Ir iespējams **“aizsargāt”** biznesa konceptu
- Vērā ņemamas **peļņas iespējas** (investoram)
- **Konkurenti** – kas viņi ir un kā viņiem klājas?
- **Finanses** – cik daudz? cik ilgi? kas tālāk?
- **Šī brīža situācija** – jūsu ieguldītais “sviedru kapitāls”

Kādas kompetences nepieciešamas sekmīgai idejas attīstībai?

- **Uzņēmējspēju**
- **Finanšu**
- **Idejiskā/ saturiskā (tehnoloģiskā)**
- Administratīvā
- Mārketinga
- Komunikāciju
- **Radošo industriju**
- **Starpnozaru sadarbības**

Komandas locekļu motivācija

- **Finansiālā motivācija**
 - Tagadnes – algas veidā
 - Nākotnes – uzņēmuma daļu veidā (sviedru investīcijas)
- **Emocionālā motivācija**
 - Interesants projekts
 - Azarts pierādīt sevi
 - Statuss sabiedrībā

Svarīgi: uzņēmums un tā vadība

- Komandu veidojam nevis no.. bet no kompetencēm!
- Idejas īstenošanai **nepieciešamajām kompetencēm** ir jābūt “noklātām”
- Jums pašam ir **jānotic** savai vadības komandai
- Ja nav naudas – **dalies** savā biznesa idejā!
- **Pamatkapitāls** un **tā sadalījums** starp īpašniekiem

Risināmā problēma

- Kādēļ tā ir jānosaka?
- Var būt vairākas definētas problēmas
- Jo aktuālāka problēma, jo drošāks pamats idejai!

Produkta īss formulējums

- Tipiska ideju autoru kļūda – nespēt formulēt produktu īsi
- Sākotnēji – formulējam **vienā** teikumā

- **skanīgs nosaukums**

- **īss darbības principa apraksts**

- **pielietojuma (klienta saņemtā ieguvuma) apraksts**

- Tikai **viens** paplašināts teikums, vēlams <1 komats
- **Detalizēts** (tehnisks) **izklāsts** jāatstāj **tālākam** aprakstam!!



Pasaulē tirākais dvielis “Vienmēr tīrs” ar cilvēka silueta attēlu uz auduma virsmas nodrošina lietotājam 100% tīrīguma sajūtu, slaukot seju.

Dāmu apavu papēžu aizsargs “Brauc ‘n’ staigā droši” ar auduma pārklājumu uz papēža berzes mazināšanai nodrošina ērtu un dizaina risinājumu papēža aizsardzību steidzīgām autobraucējām.



Kafijas galds “Eltons”, kura virsma izveidota no sapresētiem kafijas biežumiem un kurš izdala kafijas aromātu, steidzīgām klientam uz brīdi apstādina laiku un dod iespēju baudīt kafiju nesteidzoties.

Produkta detalizēts apraksts

- Uzskaitīti **klienta (taustāmie & netaustāmie) ieguvumi!!!**
- **Konkurētspējas priekšrocības** (pārākums salīdzinājumā ar alternatīvām)
- **Intelektuālā īpašuma (IĪ) aizsardzības** iespējas (patenti, dizainparaugi, preču zīmes)

Produkta taustāmais/ netaustāmais kopums

- **Taustāmais kopums** – produkta **fizikālās īpašības**
- **Netaustāmais kopums** – īpašības, kas apmierinās klienta **nemateriālās vajadzības** (laika ietaupīšana, emocijas, notikums, pārdzīvojums, drošība, statuss, “tvaika nolaišana” u. tml.)

Jaunas paaudzes datu ievades iekārta “XXI gadsimta klaviatūra”

Taustāmais kopums

- **Kompakta** (5x10cm, 200g)
- Ietver **visas klaviatūras funkcijas (116 komandas)**
- Attālinātā/ distances **piekļuve**
- **Plašs vadības komandu spektrs**
- **Viegli integrējams** portatīvās ierīcēs (PC, mob. tālruni, TV, auto, vadības kontroles sistēmas u.c.)

Netaustāmais kopums

- **Ērta un ātra datu ievadīšana** pēc “aklās” metodes
- **Mobila iekārta** (nav jāatrodas pie datora, lai ievadītu informāciju)
- Būtiski uzlabo **ikdienas saskarsmes iespējas** cilvēkiem ar funkcionāliem traucējumiem

“Pasaulē tīrākais dvielis”

- **Taustāmais kopums:** absorbē mitrumu (ml/cm²), viegls (g), 3 krāsu salikums, funkcionāls dizains, izmērs (70x100cm)
- **Netaustāmais kopums:** sniedz lietotājam **pārliecību un drošības sajūtu**, ka seju vienmēr noslaucīs dvieļa “tīrākajā” daļā, iespēja **patīkami pārsteigt** apdāvināmo personu

Smilšu parks “Make Art Riga” (AB dambis)

- **Taustāmais kopums:** 2h spēles smilšu kastē, smilšu skulptūru (1m) veidošana, kafējnīcas pakalpojumi, 4 radošās darbnīcas
- **Netaustāmais kopums:** radīšanas prieks, ekskluzīvs skats uz Vecrīgu, būšana ārpus pilsētas steigas, iespēja kavēties bērnības sajūtās, miers

Produkta konkurētspējas priekšrocības

- **Kompaktāka** par klaviatūru (10x5cm pret 45x20cm)
- Funkcionāli **pilnvērtīgāka** par klaviatūru (116 komandas no 114 nepieciešamajām)
- **Konkurētspējīga cena** (12 Ls pie ražošanas apjoma 100 000 gab.)
- **Ātrāk apgūstama**, nekā tradicionālā klaviatūra (2-4h)
- Cilvēkiem ar redzes traucējumiem - lietošanā **ātrāka** kā alternatīvais risinājums - Braila klaviatūra (2min pret 5sek uz vārdu “ābece”)
- Iesniegts starptautiskā **patenta** pieteikums

Neaizmirstiet arī par citiem produkta konkurētspēju ietekmējošiem faktoriem!

- plašs **sortiments**
- **papildus** serviss (kāds?)
- **pēcpārdošanas** serviss
- regulāra saiknes uzturēšana ar klientu, izmantojot **sociālo tīklu**
- **zīmols (birka)** – katrs produkts sev līdzī nes arī **netaustāmo** ieguvumu

Intelektuālā īpašuma tiesību veidi

Neregistrētas tiesības:

- Autortiesības
- Komerccnoslēpumi (*know-how*)
- Aizsardzība pret negodīgu konkurenci

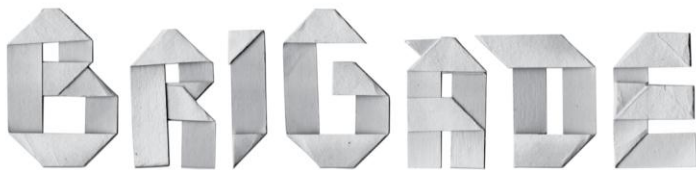
Reģistrētas tiesības:

- Patenti
- Preču zīmes
- Dizainparaugi
- Pusvadītāju izstrādājumu topogrāfijas (e.g. integrālās mikroshēmas)
- Jaunas augu šķirnes

Intelektuālais īpašums mobilajā tālrunī

Preču zīmes: ražotājs “Nokia”, modelis “N95”, datorprogrammas “Symbian”, “Java”

Komerccnoslēpumi: ..?



Dizainparaugi: tālruņa kopējais veidols, taustiņu izvietojums pa apli, trīsdimensionāla vijņveida taustiņu forma

Autortiesības: datorprogrammu pirmkods, instrukcija, zvana melodija

Patents: datu apstrādes metodes, pusvadītāju topogrāfijas, ķīmiski savienojumi

UZŅĒMUMA VĪZIJA (PIEMĒRI)

- *Latvenergo koncerns būs viens no klientu primāri izvēlētajiem kvalitatīvu energoapgādes pakalpojumu un inovatīvu risinājumu sniedzējiem **Baltijā**.*
- *LMT saglabās un nostiprinās savu vadošo pozīciju Latvijas mobilo telekomunikāciju tirgū, balstoties uz jauninājumiem, iniciatīvu un radošu garu.*
- *SIA "Praulīņi" kļūs par vadošo sadzīves pakalpojumu sniedzēju māsaimniecībām Latvijā un **veidos pamatu jaunām** sadzīves pakalpojumu izmantošanas **tradīcijām** Baltijā*

UZŅĒMUMA MISIJA (piemēri)

- *Tradīcijām bagāts uzņēmums **Laima** sniedz ikvienam saldus mirkļus katrai dienai, katram brīdim, katra laimei.*
- *Nodrošināt drošu, kvalitatīvu un videi draudzīgu enerģijas ražošanu un piegādi, kas veicina līdzsvarotu un ilgtspējīgu tautsaimniecības attīstību. (**Latvenergo**)*
- *Mūsu misija ir sniegt cilvēkiem viņu sapņu piepildījumu. Mēs vēlamies parādīt, ka nav nepieciešamas visas pasaules bagātības, lai kāds sen lolots sapnis kļūtu īsts. (**Stendera Ziepu fabrika**)*
- *Ar mūsdienu tehnoloģiju palīdzību padarīt saviem klientiem sadzīves pakalpojumu iegādes procesu **ātrāku, ērtāku un lētāku**. (SIA Praulīņi)*

Uzņēmuma stratēģiskie mērķi 2012.-2015. gadam (piemērs)

- **1.darbības gadā (uzsākšana):** iekarot 20% no potenciālā gludināšanas tirgus Rīgas plānošanas reģionā
- **2.darbības gadā (attīstība):** izveidot uzņēmuma pārstāvniecību Valmierā un palielināt darbinieku skaitu līdz 20 cilvēkiem un paplašināt ar vismaz 3 jauniem pakalpojumiem
- **3.darbības gadā (briedums):** iegādāties jaunas, progresīvas gludināšanas tehnoloģijas
- **4.darbības gadā (paplašināšanās):** izveidot uzņēmuma filiāļu tīklu Baltijas valstīs

Jābūt "veselīgai" ambīcijai!

Plānotās uzņēmējdarbības attīstības posmi (piemērs)

1.darbības gadā (uzsākšana): iekarot 20% no potenciālā gludināšanas tirgus Rīgas plānošanas reģionā

- *mājas lapas un profila izveide vismaz 2 sociālajos tīklos*
- *vismaz 2 reklāmas raksti katra novada laikrakstos*
- *reklāmas druka uz komunālajiem rēķiniem*
- *sociāls pakalpojums (akcija) krīzes centriem*

Jāietver izmērāmi rādītāji (% vai absolūtos skaitļos)!

Ieviešanas plāns

- Definējiet **idejas attīstības stadiju**
 - Sagatavošanās, uzsākšana, attīstība, paplašināšanās
- Identificējiet nepieciešamos resursus un **atbildīgos**
 - Nauda, cilvēki, laiks...
- Izveidojiet laika grafiku:

Aktivitāte	M1	M2	M3	Mn	Nepieciešams
Aktivitāte 1					
Aktivitāte 2					
...					
Aktivitāte n					

STARTA KAPITĀLS biznesa idejas ieviešanai

1. Telpu īre/ iegāde __ Ls
2. Telpu remonts __ Ls
3. Iekārtas __ Ls
4. Krājumi __ Ls
5. Licences, atļaujas __ Ls
6. Biroja izdevumi (kanc./komunik.) __ Ls
7. Mārketinga izmaksas __ Ls
8. Personāla izmaksas __ Ls

KOPĀ __ Ls

Biznesa modelis – tā nepieciešamība

KĀ, KĀPĒC un CIK kāds par **TO** gribēs maksāt un kā **TU** pelnīsi naudu

Biznesa modelis ir melnraksts stratēģijai, ko paredzēts ieviest ar organizatoriskām struktūrām, procesiem un sistēmām

XXI gadsimta biznesa modeļi

“Garās astes” – “man ir viss”

amazon.com

“Atsaistīti” – vienam **nevajag** darīt visu



“Bezmaksas” – “lucky guys”



Vairāku pušu platformas – “tīkla efekts”



“Atvērtais” – “proudly found elsewhere”



SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA = perspektīvs XXI gadsimta uzņēmējdarbības modelis Latvijā

NVO + UD + Radošums = *uzņēmējdarbība, kur **sabalansēti** sociālie un biznesa mērķi, risinot sabiedrībā aktuālus izaicinājumus*

- Labdarības veikals „Otra elpa” – www.otraelpa.lv
- Melnais restorāns Berlīnē - www.unsicht-bar-berlin.de



- Wooly World - www.woolyworld.lv
- MAMMU – www.mammu.lv

Biznesa modeļu tipiskās sastāvdaļas: izmaksas, ienākumi, resursi, partneri, aktivitātes, klienti, vērtību piedāvājums, klienti, attiecības ar klientiem, kanāli.

Nozares noteikšana un analīze

Piemērs: putuplasta paletes

Nozare:

- Putuplasta izstrādājumu ražošana?
- Palešu ražošana?
- Palešu tirdzniecība?
- Tirdzniecības nozare?
- Loģistikas nozare?

Piemērs: Condo (papēžu aizsargs)

Nozare:

- apģērbu aksesuāru šūšana?
- auto aksesuāri?
- apģērbu ražošana?
- radošās industrijas?

Nozari nosaka pēc konkurentu nozares!

Nozares analīze

- Raksturojiet nozares **tendences**, attīstību, datus, likumdošanas ietekmi
- Identificējiet jūsu **produkta pozīciju** (vislabāk, ja tā jau nav aizpildīta)
- **Neizklāstiet** šajā daļā savu biznesa konceptu!
- Iezīmējiet **galvenos spēlētājus** šajā nozarē – jūsu konkurentus

PEST analīze

- **P** – politiskie faktori
 - Likumdošanas ietekme, nozaru prioritātes, ES regulas
- **E** – ekonomiskie faktori
 - Ekonomikas vide, nozares attīstība
- **S** – sociālie faktori
 - Sabiedrības viedoklis dažādos jautājumos, sabiedrības tendences
- **T** – tehnoloģiskie faktori
 - Tehnoloģiskā attīstība (gan IT sistēmām, gan ražošanai)

Tirgus izpēte

- **Kas ir jūsu klients?**
- **Vai klientam vajag šo produktu?**
 - Aptaujas anketas (e.g. visidati.lv)
 - Fokusa grupas
 - Ekspertu viedoklis
 - Esošo datu analīze

Tirgus situācija un klienti

- **Definējiet savu mērķa grupu**
 - Definējiet sava klienta profilu
 - Nosakiet mērķa grupas lielumu (ticami dati!)
 - Klientu atrašanās vieta, uzvedības paradumi, maksātspēja, kādēļ iegādāsies?
- **Tirgus izmērs un tendences:**
 - Tirgus attīstības tendences un ietekmējošie faktori
 - Sezonālitate

Primārie resursi: Google, Centrālā Statistikas pārvalde: www.csb.gov.lv

Pirkumu paražu tabula

Plānotās mērķa grupas pirkumu paražas viena gada ietvaros (dāvanu veikals internetā)

Nr.	Svētki	Vidēji iztērētā summa, Ls	Biežums (gadā)	Apdāvināmo skaits vienā reizē
1.	Dzimšanas diena	5-20	5	1
2.	Vārda diena	5-10	6	1
3.	Valentīndiena (vai sieviešu diena)	5-20	1	1-2
4.	Ziemassvētki	5-20	1	2-3
5.	Jaunais gads	5-10	1	2-3
6.	Mātes diena	5-10	1	1
7.	Cita veida svarīgi notikumi (kāzu jubileja, bērna dzimšana, izlaidums u.c.)	5-25	1	1

Konkurenti

- Kas ir jūsu **konkurenti**?
 - *Kas ir viņu spēcīgās puses un konkurētspējas priekšrocības?*
 - *Cena? Kvalitāte? Komanda? Know-how? Partneri? Produkta stāsts?*

Produkta salīdzinājums ar alternatīvām

Parametrs	XXI gs klaviatūra	Braila klaviatūra	Specializētā klaviatūra
Izmērs (cm)	10x5	45x20	45x14
Svars (g)	300	500	300
Tirgus cena (Ls)	12	53	28
Apguves laiks	2-4h	1 nedēļa	3 dienas

- Jūsu **spēcīgās puses** attiecībā pret konkurentiem?
- Jūsu **vājās puses** attiecībā pret konkurentiem?
- Kuri konkurenti pēdējā laikā **straujāk attīstījušies**?
- Kāda ir viņu **tirgus daļa**?
- **Ar kuriem** jūs izvēlaties konkurēt?
- **Kurš varētu apdraudēt** jūsu uzņēmuma darbību?
- Kāda būs **stratēģija** konkurences efekta mazināšanai?

Konkurētspējas stratēģija

- Salīdzinošā priekšrocība – **ar ko** jūsu produkts būs labāks par citiem tirgū esošajiem?
 - **Unikāls produkts** (jauns vai būiski uzlabots)?
 - **Zemāka cena** par to pašu **kvalitāti**?
 - **Kāda papildus pievienotā vērtība**?
 - **Īpaša klientu apkalpošana** (organizatoriskā inovācija)?
- **Produkta SVID / PEST analīze** kā resurss šim aprakstam
- Jāmin **sortimenta dažādošanas** iespējas
- “**Ortodoksālā metode**” radošiem risinājumiem

Mārketinga plāns

- Mārketinga stratēģija
- Cenas noteikšana
- Pārdošanas metodes
- Reklāma un virzība tirgū
- Iesaiņojums (arī pakalpojumu var iesaiņot!)
- Mārketinga budžets

Finanšu prognozes...

- Esošie **resursi** (kas man ir?)
- Nepieciešamās **investīcijas**
- **Pašizmaksas** aprēķins
- Bezzaudējuma punkts (break-even point)
- **Finansēšanas shēma** (avoti, to sadalījums)
- **Naudas plūsma** (jūsu “maciņš”)

- **Pamatojums** ieņēmumu/ izdevumu prognozēm

1. Neaizmirstiet par nodokļiem!
2. Veidojiet vairākus attīstības scenārijus
3. Nav svarīgi cik “skaists” izskatās jūsu biznesa plāns, ja naudas plūsmā kaut vienu dienu parādās **mīnuss!!!**

STARTA KAPITĀLS biznesa idejas ieviešanai

1. Telpu īre/ iegāde __ Ls
 2. Telpu remonts __ Ls
 3. Iekārtas __ Ls
 4. Krājumi __ Ls
 5. Licences, atļaujas __ Ls
 6. Biroja izdevumi (kanc./komunik.) __ Ls
 7. Mārketinga izmaksas __ Ls
 8. Personāla izmaksas __ Ls
- KOPĀ __ Ls**

Nepieciešamais finansējums (piemērs)

Nosaukums	1.scenārijs	2.scenārijs	3.scenārijs
Ražošanas apjoms	1000	30000	1000000
Pašizmaksa	50	15	5
Pārdošanas cena	65	20	8
Tirgus cena	80	30	10 - 15
Apgrozījums	65000	600000	8000000
Personāls	4	15	100
Patenta nostiprināšana	35000	35000	35000
Kapitālinvestīcijas	0	0	1000000
Aprīkojums	10000	75000	1000000
Apgrozāmie līdzekļi	10000	75000	1000000
Nepieciešamais finansējums	55000	185000	3035000
Atdeve (gados)	2	2	4
Rentabilitāte	30%	45%	60%



Pašizmaksas aprēķins

Tiešās materiālu izmaksas

+ Tiešās darba algas izmaksas

+ Netiešās ražošanas izmaksas

= **Ražošanas pašizmaksa**

+ Administrācijas izmaksas

+ Pārdošanas izmaksas

= **Pilnā pašizmaksa**

+ Peļņa

= **Pārdošanas cena**

Bezzaudējuma punkts jeb cik mums ir jāpārdod mūsu produkcija, lai mēs segtu visas izmaksas?

Realizācija Ls - pārdoto preču izmaksas Ls = **BRUTO PEĻŅA Ls**

BRUTO PEĻŅA Ls - Administratīvās izmaksas Ls = **TĪRĀ PEĻŅA Ls**

$$\text{BRUTO PEĻŅAS NORMA LS} = \frac{\text{Bruto peļņa Ls} \times 100}{\text{Realizācija Ls}}$$

$$\text{BEZZAUDĒJUMA PUNKTS} = \frac{\text{Administratīvās izmaksas Ls} \times 100}{\text{Bruto peļņas norma}}$$

Finansēšanas shēma jeb kā jūs plānojat iegūt nepieciešamo starta kapitālu?

- Pašfinansējums (15%)
- Privātā kapitāla investīcijas (40%)
- Bankas aizņēmums (15%)
- Granti (25%)
- Citi avoti (5%)

KOPĀ 100% (naudas izteiksmē)

Risku pārvaldības karte

Riski	Risku novērtējums		Risku mazināšanas/ novēršanas pasākumi
	Varbūtības pakāpe (zema/vidēja/ augsta)	Ietekmes pakāpe (zema/vidēja/ augsta)	
Stratēģiskais risks – spēja nodrošināt atbilstošas kvalitātes produktu atbilstoši pircēju prasībām			
Finanšu risks – finansējuma pietiekamība produkcijas apjomīgākai virzībai tirgū			
Juridiskais risks – uzņēmuma intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība			
Cilvēkresursu risks – uzņēmuma spēja nodrošināt kvalificētus finanšu speciālistu			
[..]			

Iespējamie riski: stratēģiskais, tehnoloģiskais, vadības, tirgus, finanšu, operatīvais, konkurences, izaugsmes, juridiskais, cilvēkresursu u.c.



1. Sekmīgai idejas komercializācijai ir nepieciešamas vairākas **kompetences**.

Kuras no zemāk minētajām piemīt man?

- Idejiskā/ saturiskā (tehnoloģiskā)
- Uzņēmējspēju
- Finanšu
- Radošo industriju
- Starpnozaru sadarbības
- Administratīvā
- Mārketinga
- Komunikāciju
- Cita: _____

Vai man ir komanda? Kādas kompetences aptver manas komandas dalībnieki?

2. Kādu **problēmu** saviem potenciāliem klientiem es piedāvāju risināt savas biznesa idejas ietvaros?

3. Kā izklausās mana **produkta** (preces vai pakalpojuma) **īss raksturojums** 1 – 2 teikumos?

4. VAI un KĀ es varu **aizsargāt** savu biznesa ideju?

5. Kādā **attīstības stadijā** ir mana biznesa ideja?

6. Kādas ir galvenās mana produkta **konkurētspējas priekšrocības**?

7. **Kā es redzu** savu uzņēmumu 3 – 5 gadu perspektīvā? Kāda ir mana uzņēmuma darbības **misija**?

8. Kāds ir mans **biznesa modelis**? Kā tieši es plānoju gūt ienākumus un par ko tieši klienti **patiesībā** maksās?

9. Vai manā biznesa idejā ir integrēta **sociālās uzņēmējdarbības** komponente?

10. Kādu **nozari** pārstāv mana biznesa ideja?

11. Kas man ir jāizpēta pie **konkurentiem**?

12. Kāda ir mana biznesa uzsākšanas **finansēšanas shēma** jeb kā plānoju iegūt nepieciešamo starta kapitālu?