



Ekonomikas ministrija

1.2.2.specifiskā atbalsta mērķa „Veicināt inovatīvu un tehnoloģiski intensīvu komersantu attīstību” 1.2.2.2.pasākuma „Inovāciju motivācijas programma”

SĀKOTNĒJAIS NOVĒRTĒJUMS

2015.gada oktobris

Saturs

1. Esošās sociāli ekonomiskās situācijas apraksts	4
1.1. Pētniecība, tehnoloģiju attīstība un inovācijas	6
1.2. MVK konkurētspēja	8
1.3. Stabīlas un kvalitatīvas darba vietas un darbaspēka mobilitāte	10
1.4. Ieguldījumi izglītībā, apmācībā un arodizglītībā, un mūžizglītībā	12
2. Pasākuma ieviešanas risinājuma apraksts un novērtējums	15
3. Pasākuma sākotnējās ietekmes novērtējums	24
3.1. Pasākuma ietekme uz makroekonomisko vidi	44
3.2. Pasākuma ietekme uz uzņēmējdarbības vidi	44
3.3. Pasākuma ietekme uz administratīvajām procedūrām un to izmaksām (gan attiecībā uz saimnieciskās darbības veicējiem, gan attiecībā uz fiziskām personām un nevalstiskā sektora organizācijām, gan attiecībā uz budžeta finansētām institūcijām)	45
3.4. Pasākuma ietekme uz sociālo vidi	45
3.5. Pasākuma ietekme uz vidi	45
3.6. Pasākuma ietekme uz valsts un pašvaldību budžetiem	45
3.7. Pasākuma ietekme uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu un Latvijas starptautiskajām saistībām	45
3.8. Pasākuma ietekme uz pārvaldes iestāžu funkcijām un cilvēkresursiem	45
3.9. Pasākuma ietekme uz valsts un pašvaldību informācijas sistēmām un ar to saistīto papildu finansējumu, kas nepieciešams izmaiņu nodrošināšanai informācijas sistēmās	46
3.10. Pasākuma ietekme uz veselību	46
4. SAM atbilstība valsts atbalsta definīcijai un paredzamā negatīvā ietekme uz konkurenci un tirdzniecību	47
5. SAM ietekmes novērtēšanai nepieciešamo datu noteikšana iekļaušanai MK noteikumos par SAM īstenošanu	48

Saīsinājumi

CFLA - Centrālā finanšu un līguma aģentūra
CSP - Centrālā statistikas pārvalde
EJZF - Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fonds
ELFLA - Eiropas Lauksaimniecības Fonds lauku attīstībai
EM – Ekonomikas ministrija
ERAF - Eiropas Reģionālās attīstības fonds
IKP - Iekšzemes kopprodukts
IPIA - Ierobežota projektu iesniegumu atlase
LIAA - Latvijas investīciju un attīstības aģentūra
MVK - Mazie Vidējie komersanti
SAM - Specifiskais atbalsta mērķis
AKF - Ārvalsts komersanta filiāle
AS – Akciju sabiedrība
FIL - Latvijas komersanta filiāle
IK - Individuālais komersants
KOM – Komandītsabiedrība
PLN - Pilnsabiedrība
SE - Eiropas komercsabiedrība
SIA - Sabiedrība ar ierobežotu atbildību
AT - Austrija
BE - Beļģija
BG - Bulgārija
CY - Kipra
CZ - Čehija
DE - Vācija
DK - Dānija
EE - Igaunija
ES - Spānija
FI - Somija
FR - Francija
HR - Horvātija
HU - Ungārija
IE - Īrija
IT - Itālija
LT - Lietuva
LV - Latvija
MT - Malta
NL - Nīderlande
PL - Polija
PT - Portugāle
RO - Rumānija
SE - Zviedrija
SI - Slovēnija
SK - Slovākija
UK - Apvienotā Karaliste

1. Esošās sociāli ekonomiskās situācijas apraksts

Laika posmā no 2001. līdz 2008.gadam Latvijā bija vērojama strauja ekonomiskā attīstība, kas balstījās uz būtisku privātā patēriņa un investīciju pieaugumu un nozīmīgu ārējā kapitāla ieplūdi. Šajā periodā IKP pieaugums valstī veidoja vidēji 8,8% gadā. 2008.–2010. gadā globālās finanšu un ekonomiskās krīzes ietekmē valstī iestājās viena no dziļākajām recesijām ES. IKP visstraujāk saruka 2009.gadā, samazinoties gandrīz par 18% un tādējādi atstājot būtisku iespaidu uz tautsaimniecību, kurā strauji samazinājās darbavietu skaits un palielinājās bezdarbs, kā arī pieauga finansiālā un sociālā nenoteiktība.

Pēc nepārtrauktas septiņu ceturkšņu ekonomiskās lejupslīdes 2009.gada 4.ceturksnī ekonomikā atsākās izaugsme un 2010.gadā bija vērojams pakāpenisks IKP pieaugums. Tomēr, ņemot vērā, ka izaugsme atsākās no ļoti zema punkta, 2010.gadā IKP bija par 0,3% mazāks nekā gadu iepriekš. Savukārt 2012.gadā IKP par 5,6% pārsniedza 2011.gada līmeni tas bija viens no straujākajiem pieaugumiem ES. Atbilstoši CSP apkopotajiem sezonāli neizlīdzinātajiem datiem 2012.gadā pozitīvā tendence turpinājās. 2014.gadā, salīdzinājumā ar 2013.gadu, IKP salīdzināmajās cenās palielinājies par 2,4%.

Ekonomisko izaugsmi galvenokārt ir veicinājis eksporta pieaugums, tā rezultātā Latvijas ekonomiskā struktūra ir kļuvusi sabalansētāka, tik lielā mērā vairs nebalstoties uz iekšzemes patēriņu. Pozitīvas tendences vērojamas arī iekšējā tirgū, ko nosaka ne vien ienākumu pieaugums no eksporta, bet arī nodarbinātības pieaugums un pakāpenisks darba samaksas kāpums.

Latvijas konkurētspēju līdz šim lielā mērā ir veicinājis salīdzinoši lēts darbaspēks un zemas vispārējās izmaksas. Tomēr, pastāvot brīvai darbaspēka kustībai, zemu algu līmeni nav iespējams uzturēt ilgstoši. Tā vietā konkurētspējai ir jābalstās uz pieaugošu darba ražīgumu. Pirmskrīzes periodā reālā darba samaksa pārsniedza darba ražīguma pieauguma tempus, kā rezultātā mazinājās tautsaimniecības ārējā konkurētspēja. Kopš 2009.gada darba ražīguma rādītāji uzlabojas. Vienlaikus 2014.gadā Latvija vēl joprojām ieņēma vienu no pēdējām vietām ES darbaspēka produktivitātē. ES dalībvalstu vidējais rādītājs ir 32 *euro* uz vienu nostrādāto stundu, kamēr Latvijā tas ir bijis 8,4 *euro*.

Atjaunojoties ekonomikas izaugsmei pēc dziļās krīzes, Latvijas lielākās eksporta nozares - apstrādes rūpniecības - pieauguma tempi bija krietni straujāki nekā kopējā tautsaimniecības izaugsme. Pēckrīzes gados apstrādes rūpniecība bija galvenais tautsaimniecības izaugsmes virzītājs. No 2009.gada līdz 2012.gada beigām ražošanas apjomi apstrādes rūpniecībā pieauga par 24%. Apstrādes rūpniecībai bija nozīmīgs pieaugums jaunu darbavietu radīšanā tautsaimniecībā – 2011. un 2012.gadā nozare nodrošināja gandrīz piektdaļu no visām jaunajām darbavietām. Eksporta īpatsvars šīs nozares produkcijas realizācijā vidēji ir 62%. Tomēr apstrādes rūpniecības īpatsvars Latvijas tautsaimniecības kopējā pievienotajā vērtībā salīdzinājumā ar Eiropas valstu vidējo rādītāju ir relatīvi zems, nozare 2014.gadā veidoja 12,2% pievienotās vērtības no kopējās tautsaimniecības struktūras.

Apstrādes rūpniecības struktūrā izteikti dominē zemo un vidēji zemo tehnoloģiju nozares. Lielais zemo un vidēji zemo tehnoloģiju nozaru īpatsvars Latvijā ir saistīts ar tādām tradicionālām nozarēm kā pārtikas ražošana un kokapstrāde, kas kopā veido gandrīz pusi no visas pievienotās vērtības apstrādes rūpniecībā. Tas nozīmē, ka Latvijas apstrādes rūpniecības ilgtspējīgai attīstībai ir nepieciešams diversificēt apstrādes rūpniecību un panākt straujāku vidēji augsto un augsto tehnoloģiju nozaru attīstību. Kā viens no veidiem, kā to panākt, ir jaunu nišas produktu ražošanas attīstība, palielinot investīcijas jaunāko tehnoloģiju pārnesē, produktu izstrādē un sadarbojoties ar pētniecības sektoru.

Uzņēmumu investēšanas aktivitātes ir visai mērenas un investīciju apjomi joprojām nav sasnieguši pirmskrīzes līmeni. Investīciju dinamika Latvijā, kā arī citās ES dalībvalstīs liecina, ka uzņēmumi un investori ir piesardzīgi investēšanas plānu īstenošanā. 2013.gadā salīdzinājumā ar 2007.gadu investīciju apjomi ES kopumā bija gandrīz par 15% zemākā līmenī. Arī investēšanas procesi apstrādes rūpniecībā Latvijā ir nevienmērīgi ar izteikti lielām svārstībām pēdējos gados. Ekonomikas straujās lejupslīdes gados investīciju apjomi nozarē samazinājās gandrīz trīs reizes, 2009.gadā sasniedzot viszemāko līmeni. Lielā mērā to noteica investīciju samazinājums patēriņa preču ražošanā (t.sk. pārtikas rūpniecībā – par 44%), kā arī starpatēriņa preču ražošanas nozarēs (t.sk. kokapstrādē – par 88% un ķīmisko vielu un to izstrādājumu ražošanā – par 77%). CSP veiktā investoru apsekojuma dati liecina, ka investīciju struktūra rūpniecībā lielākoties paliek nemainīga. 2014.gadā investīcijas rūpniecībā pārsvarā bija saistītas ar nolietoto iekārtu un mašīnu aizvietošanu un ražošanas jaudu paplašināšanu – attiecīgi 41% un 24% no kopējām investīcijām rūpniecībā. Pēdējos gados pieaug arī investīcijas, kas paredzētas ražošanas procesa racionalizēšanai. 2014.gadā tās veidoja 21% no kopējām investīcijām rūpniecības nozarēs. Tuvākajā nākotnē investīciju apjomi Latvijas tautsaimniecībā mēreni pieaugs. Tomēr investēšanas procesa dinamiku lielā mērā noteiks finanšu resursu pieejamība, kā arī situācijas uzlabošanās ārējā vidē.¹

Lai sekmētu Nacionālā attīstības plānā 2014.-2020.gadam, Nacionālās industriālās politikas pamatnostādņēs 2014.-2020.gadam un Zinātnes, tehnoloģiju attīstības un inovācijas pamatnostādņēs 2014.-2020.gadam noteiktā mērķa par komersantu pētniecības un inovācijas kapacitātes paaugstināšanu sasniegšanai 2014.-2020.gada ES fondu plānošanas periodā, tiek paredzēti ieguldījumi EM pārziņā esošā Darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 1.2.2.specifiskā atbalsta mērķa „Veicināt inovāciju ieviešanu komersantos” (turpmāk – 1.2.2. SAM) 1.2.2.2. Inovāciju motivācijas programma pasākumā (turpmāk – Motivācijas programma).

1.2.2. specifiskā atbalsta mērķis „Veicināt inovāciju ieviešanu komersantos” ir izvirzīts, lai atbilstoši Partnerības līgumā ES fondu 2014. – 2020.gada plānošanas periodam “Par Partnerības līgumu Eiropas Savienības investīciju fondu 2014.–2020.gada plānošanas periodam”, kas apstiprināts Rīgā, 2014.gada 19.jūnijā ar Ministru kabineta rīkojumu Nr.313, tiktu sasniegti 1.3. punktā uzskaitītie izvēlētie tematiskie mērķi un ieguldījumu prioritātes, kas ir sasaistē ar Stratēģijas „Eiropa 2020” tematiskajiem mērķiem:

- Nostiprināt pētniecību, tehnoloģiju attīstību un inovāciju;
- Uzlabot mazo-vidējo komercsabiedrību (turpmāk – MVK), kā arī lauksaimniecības nozares (attiecībā un ELFLA) un zvejniecības un akvakultūras nozares (attiecībā uz EJZF) konkurētspēju;
- Veicināt stabilas un kvalitatīvas darba vietas un atbalstīt darbaspēka mobilitāti;
- Ieguldīt izglītībā, apmācībā un arodizglītībā prasmju apguvei un mūžizglītībā.

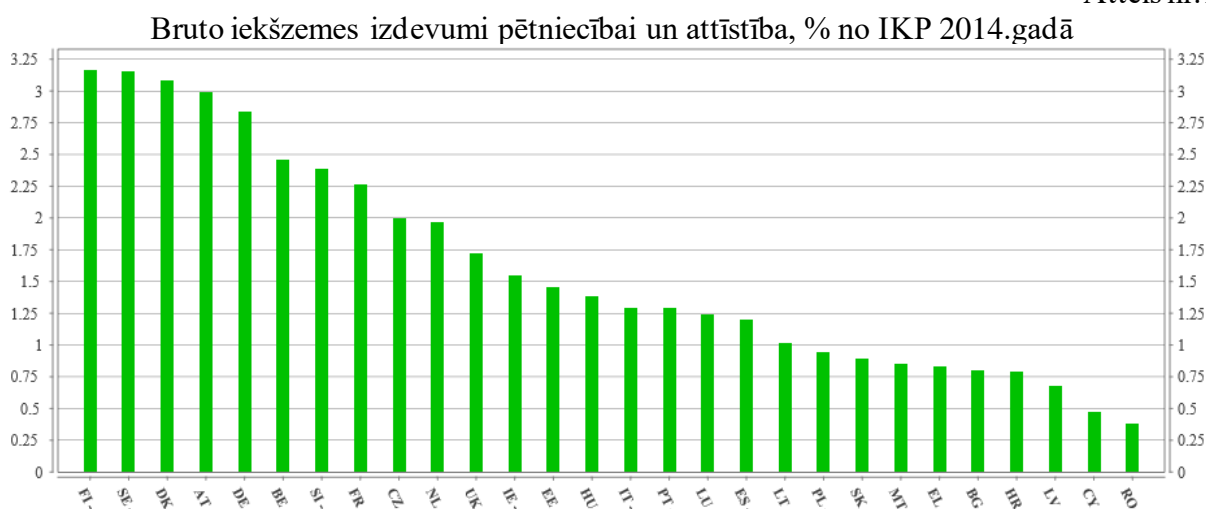
Līdz ar to turpmāk aprakstīta sociālekonomiskā situācija un vajadzības, katrā no izvirzītajiem tematiskajiem mērķiem, ar ko pamato specifiskā atbalsta mērķa investīciju nepieciešamību.

¹1.1.nodaļas sagatavošanā izmantota informācija no Ekonomikas ministrijas publicētā Ziņojuma par Latvijas tautsaimniecības attīstību https://www.em.gov.lv/files/tautsaimniecibas_attistiba/2014_dec_lv.pdf

1.1. Pētniecība, tehnoloģiju attīstība un inovācijas

Eiropas Savienības (turpmāk – ES) 2020.gada mērķis (EU2020) ieguldījumiem zinātnē un attīstībā, procentos no iekšzemes kopprodukta (turpmāk – IKP) ir 3%, Latvijā šis rādītājs ir plānots 1,5% apmērā. Pēc Eurostat datiem 2013.gadā vidējais rādītājs ES dalībvalstu vidū bija 2.02% no IKP, kamēr Latvijā tas bija vien 0.6% (2012.gadā 0.66% un 2011.gadā 0.7%). Ar sliktākiem rādītājiem Latvija aiz sevis 2012.gadā atstājusi Bulgāriju, Rumāniju un Kipru, taču ņemot vērā 2013. un 2014.gada samazinājumu aiz sevis atstāja vairs tikai Kipru un Rumāniju [skatīt attēlu nr.1]. Šie statistikas dati liecina par ļoti būtisku problēmu Latvijā – zemiem ieguldījumiem pētniecībā un attīstībā. Lai sasniegtu ES vienoto 2020.gada mērķi, katra valsts ir izvirzījusi tās individuālos mērķus, ņemot vērā, ka Latvijai šis mērķis ir 1.5% no IKP, tas nozīmē, ka izdevumi pētniecībai un attīstībai tuvāko 5 gadu laikā ir vairāk kā jādivkāršo.

Attēls nr.1



Avots: Eurostat

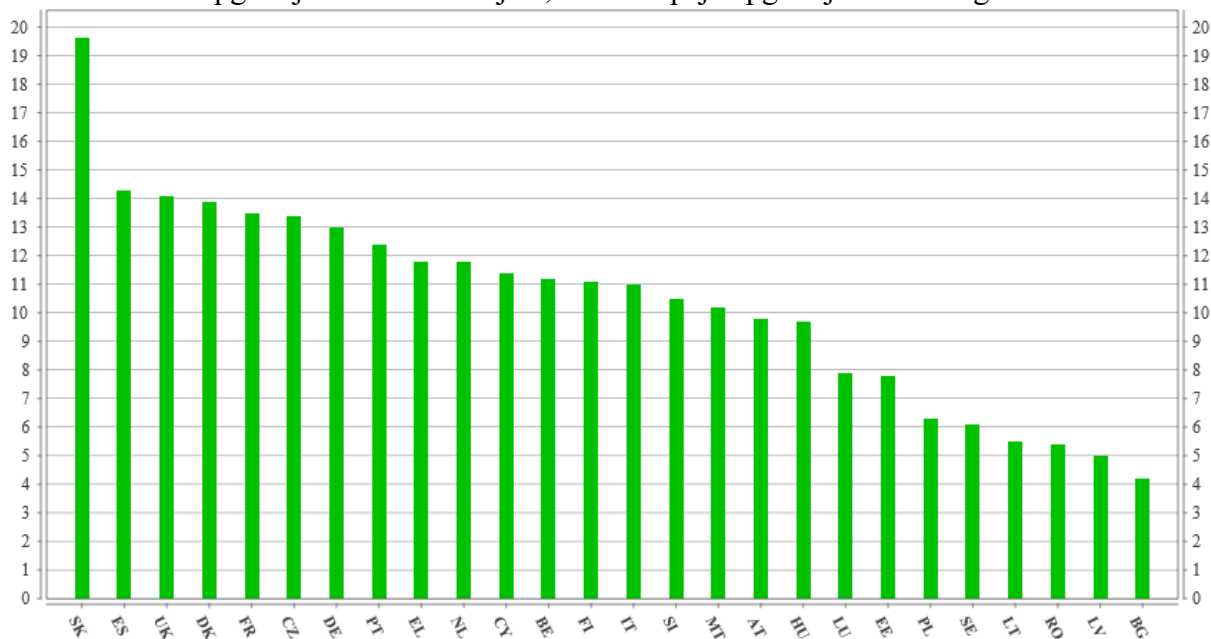
Kā inovāciju novērtējošs rādītājs tiek izmantots indikators – apgrozījums no inovācijām procentos no kopējā apgrozījuma. Tas norāda uz procentuālo daļu no kopējā apgrozījuma, kas ir apgrozījums no produktiem un pakalpojumiem, un procesiem, kas ir jauninājumi attiecīgajam komersantam vai vispār tirgū. Šis rādītājs tiek balstīts uz Community innovation survey², tā rezultāti attiecināmi uz visiem uzņēmumiem ar vismaz 10 darbiniekiem. Inovācija šajā izpratnē ir jaunums vai būtiski uzlabojumi produktā, pakalpojumā, servisā vai procesā, kas ieviesti tirgū vai konkrētā uzņēmumā.

² http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/inn_cis8_esms.htm

ES 27 valstu vidū 2010.gadā inovāciju vidējais rādītājs bija aptuveni 12.8%, taču jau 2012.gadā rādītājs samazinājās līdz 11.9% atzīmei [skatīt attēlu nr.2], kamēr Latvijā šis rādītājs bija otrs zemākais ES – tikai aptuveni 5%. Tanī pat laikā pēc Centrālās statistikas pārvaldes (turpmāk – CSP) datiem sadaļā „Inovātīvo uzņēmumu skaits un īpatsvars pēc inovāciju veidiem” norādīts, ka 2012.gadā aptuveni 30,4% [skatīt attēlu nr.3] visu valsts uzņēmumu ir ieviesuši inovācijas produktos, procesos, organizācijā vai citādi³. Iepriekš 2010.gadā šis rādītājs bijis 29,9%, bet 2006. un 2008.gadā ap 25%. Tas norāda, ka kopumā inovāciju piensums uzņēmumā (radītais apgrozījums) ir ļoti zems, kas var tikt skaidrots vai ar ļoti nebūtisku inovāciju īpatsvaru no kopējā produktu, pakalpojumu un procesu klāsta, vai ar ļoti zemu atdevi.

Attēls nr.2

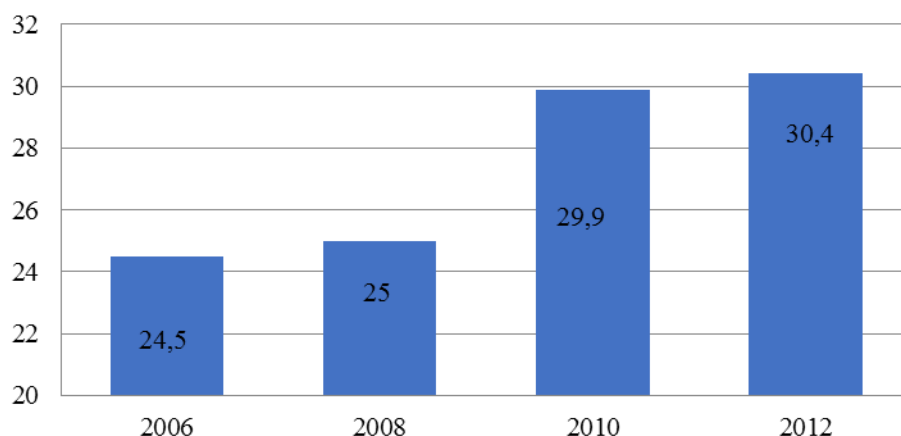
Aprgrozījums no inovācijām, % no kopējā apgrozījuma 2012.gadā



Avots: Eurostat

Attēls Nr.3

Inovātīvo uzņēmumu īpatsvars Latvijā (% pret uzņēmumu kopskaitu apsektajos sektoros)



³ Rādītājs: inovāciju jomā aktīvie uzņēmumi, kuros ir produktu, procesu, nepabeigtās vai pārtrauktās inovāciju aktivitātes un tirgzinību un/vai organizatoriskās inovācijas, % no visiem uzņēmumiem http://www.csb.gov.lv/sites/default/files/nr_37_inovācijas_latvija_14_00_lv.pdf

Savukārt inovatīvi aktīvi 2012.gadā bija 64,6% lielo (vairāk nekā 250 strādājošie) uzņēmumu, 43,2% vidējo (50 – 249 strādājošie) uzņēmumu un 26,5% mazo (10 – 49 strādājošie) uzņēmumu. Lielāks īpatsvars pastāv tehnoloģiskām inovācijām, bet mazāks – tirgdarbības un organizatoriskām inovācijām. 2012.gadā izdevumi tehnoloģiskajām inovācijām bija 366 milj. eiro, no kuriem 343 milj. eiro jeb 92,7% tika novirzīti jaunu iekārtu, mašīnu, datortehnikas un programmatūras iegādei, 12 milj. eiro jeb 3,3% - pētniecības darbiem uzņēmumā. Salīdzinot Latviju ar citām Baltijas valstīm, tikai Latvijā ir palielinājies inovatīvi aktīvo uzņēmumu skaits, tomēr visaugstākais ir Igaunijas rādītājs 47,6% inovatīvi aktīvo uzņēmumu īpatsvars (2012.g.).

1.2. MVK konkurētspēja

Latvijā MVK tāpat kā citur Eiropā veido lielu tautsaimniecības daļu un tiem ir nozīmīga loma iekšzemes kopprodukta radīšanā un nodarbinātībā. Būtisks ekonomisko aktivitāti raksturojošs rādītājs ir ekonomiski aktīvo komersantu un komercsabiedrību skaits uz 1000 iedzīvotājiem, kas Latvijā pēdējo gadu laikā ir būtiski pieaudzis no 17 (2001.gadā) līdz 78 (2013.gadā).

MVK definīcija

EK Ieteikumā 2003/361/EK noteiktā MVK definīcija:

vidējie uzņēmumi:

- darbinieku skaits: 50 – 249;
- gada apgrozījums nepārsniedz 50 milj. eiro;
- gada bilances kopsumma nepārsniedz 43 milj. eiro;

mazie uzņēmumi:

- darbinieku skaits: 10 – 49;
- gada apgrozījums nepārsniedz 10 milj. eiro;
- gada bilances kopsumma nepārsniedz 10 milj. eiro;

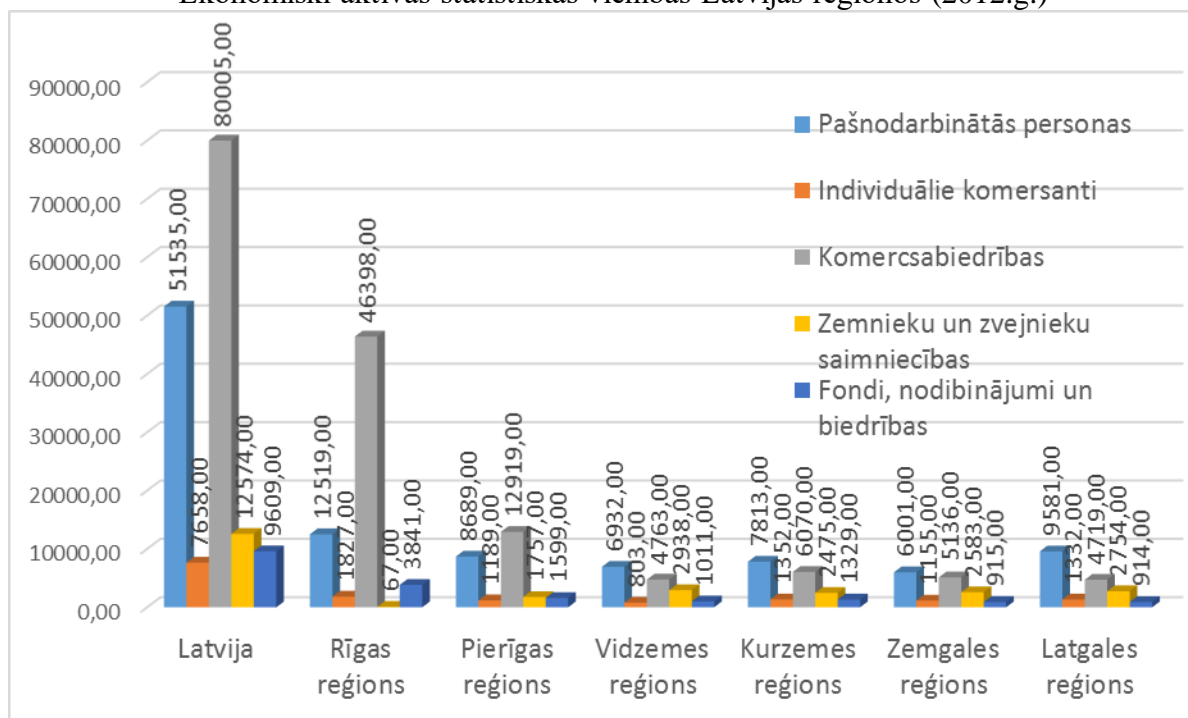
mikro uzņēmumi:

- darbinieku skaits: 1 – 9;
- gada apgrozījums nepārsniedz 2 milj. eiro;
- gada bilances kopsumma nepārsniedz 2 milj. eiro.

Pasaules Bankas Doing Business 2014⁴ pētījumā, kura atskaites periods ir 2012.gada 2.jūnijs līdz 2013.gada 1.jūnijs, 189 valstu konkurencē Latvija ierindota augstajā 24.vietā. Uzņēmējiem labvēlīgas vides novērtējumā ES valstu konkurencē Latvija atrodas 9.vietā, novērtējumā piekāpjoties tikai Dānijai, Apvienotajai Karalistei, Īrijai, Somijai, Zviedrijai, Vācijai, Lietuvai un Igaunijai.

⁴ <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB14-Full-Report.pdf>

Ekonomiski aktīvās statistiskās vienības Latvijas reģionos (2012.g.)



Avots: CSP

Diezgan izteikta problēma tomēr pastāv nevienmērīgā komersantu izkļiedē starp Latvijas plānošanas reģioniem. Atbilstoši CSP datiem sadaļā „Ekonomiski aktīvās statistikas vienības statistiskajos reģionos, republikas pilsētās un novados”, visintensīvākā uzņēmējdarbība tiek veikta Rīgas reģionā – no vairāk kā 80 tūkstošiem komerksabiedrību, vairāk kā 46 tūkstoši komerksabiedrību ir ekonomiski aktīvas Rīgas reģionā. Lielākais pašnodarbināto personu īpatsvars aiz Rīgas reģiona ir Latgales reģionā (gandrīz 10 tūkst. pašnodarbināto personu Latgales reģionā no vairāk kā 50 tūkst. pašnodarbināto personu kopumā), bet zemnieku un zvejnieku saimniecības ar vislielāko īpatsvaru atrodas Vidzemes reģionā. Tas no vienas puses norāda uz reģionu resursu sadalījumu, bet no otras puses uz lielo koncentrāciju Rīgas un Pierīgas reģionos. Būtiski ir pievērst pastiprinātu uzmanību ne tikai Rīgas un Pierīgas plānošanas reģionu uzņēmējdarbības vides pilnveidošanai, attīstīšanai un komersantu konkurētspējas veicināšanai, bet vairāk par prioritāru izvirzīt uzņēmējdarbības uzsākšanas un attīstīšanas veicināšanu citos plānošanas reģionos, saglabājot „vienlīdzīgu iespēju” principu īstenošanu Rīgas plānošanas reģionā.

Motivācijas programma tika uzsākta 2009.gadā, jo sākoties vispasaules ekonomiskajai krīzei būtiski kritās ekonomiskā aktivitāte valstī. Kā redzams, kopš šī brīža sabiedrību ar ierobežotu atbildību reģistrēšanas dinamika ir būtiski pieaugusi [skatīt tabulu nr.1].

Tabula nr.1

Komersantu un to filiāļu reģistrēšanas dinamika

Gads	AS	AKF	FIL	IK	KOM	SE	SIA	PLN	Kopā
1991	185	1	10	125	0	0	2213	2	2536
1992	84	0	6	199	0	0	3106	0	3395

1993	79	0	22	172	0	1	2959	0	3233
1994	75	0	65	385	1	0	3399	0	3925
1995	36	0	66	321	0	0	2305	1	2729
1996	35	2	27	263	1	0	2496	1	2825
1997	50	8	58	198	0	0	2855	0	3169
1998	31	9	40	159	1	0	3118	2	3360
1999	34	10	20	142	0	1	3426	2	3635
2000	30	9	24	106	3	0	4098	7	4277
2001	37	7	32	65	4	0	4418	12	4575
2002	64	38	125	951	5	1	5307	37	6528
2003	155	48	84	1642	6	0	13426	32	15393
2004	499	102	378	3149	13	1	30376	55	34573
2005	95	67	65	1799	13	0	11937	43	14019
2006	51	53	53	1808	18	0	11316	22	13321
2007	48	64	57	1932	17	2	12031	38	14189
2008	38	53	59	2184	13	1	8961	56	11365
2009	33	53	52	1932	11	0	7206	68	9355
2010	26	56	41	1309	15	0	11940	65	13452
2011	33	50	27	998	7	0	16862	48	18025
2012	32	69	27	799	12	0	15777	58	16774
2013	46	50	15	765	18	0	15381	64	16339
2014	44	43	5	615	7	0	12013	86	12813
Kopā	1840	792	1358	22018	165	7	206926	699	233805

Avots: Uzņēmumu reģistrs

AS – Akciju sabiedrība

FIL - Latvijas komersanta filiāle

KOM – Komandītsabiedrība

SIA - Sabiedrība ar ierobežotu atbildību

AKF - Ārvalsts komersanta filiāle

IK - Individuālais komersants

SE - Eiropas komercsabiedrība

PLN - Pilnsabiedrība

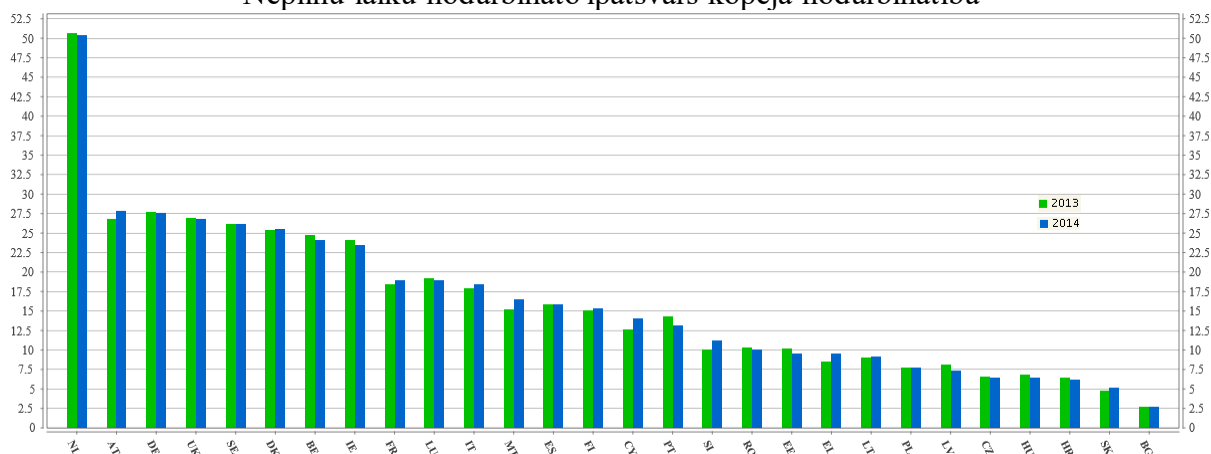
1.3. Stablas un kvalitatīvas darba vietas un darbaspēka mobilitāte

Pēc CSP datiem 2014.gadā nodarbināto iedzīvotāju īpatsvars iedzīvotāju kopskaitā bija 62,8% vīriešu grupā un 56,0% sieviešu grupā, salīdzinājumam 2013.gadā tie bija 61,5% vīriešu grupā un 55,3% sieviešu grupā. Normālu jeb pilnu darba laiku strādājuši 94,7% vīriešu un 90,3% sieviešu (2013.gadā 93,6% vīriešu un 89,9% sieviešu), bet nepilna darba laika darba vietās nodarbināti 5,1% vīriešu un 9,6% sieviešu (kas var tai skaitā būt saistīts ar bērnu aprūpi), 2013.gadā 6,1% vīriešu un 10% sieviešu. Vidēji ES 28 valstu grupā [skatīt attēlu nr.5] nepilnu darba laiku nodarbināti 2014.gadā ir 20,4% nodarbināto un 2013.gadā 20,5% nodarbināto, augstākie rādītāji nepilna darba laika nodarbinātībai ir Nīderlandē (50,8%) un Vācijā (27,7%). Pēc Eurostat datiem nepilna darba laika nodarbinātības rādītājs Latvijā ir salīdzinoši zems – 7,4% 2014.gadā (Igaunijā 9,6% un Lietuvā 9,1%) un 8,1% 2013.gadā.

Uz nenoteiktu jeb patstāvīgu darbu pieņemti ir 94,6% vīriešu un 96,3% sieviešu, kamēr 5,3% vīriešu un 3,6% sieviešu strādā darbā ar līgumu uz noteiktu laiku. Brīvo darba vietu skaits pēc CSP datiem 2015.gada 1.ceturksnī bijis vien 0,9% no darba vietām sabiedriskajā sektorā un 0,2% no darba vietām privātajā sektorā.

Attēls nr.5

Nepilnu laiku nodarbināto īpatsvars kopējā nodarbinātībā



Avots: Eurostat

Kā viens no integritātes problēm-jautājumiem darba tirgū ir ilgstošais bezdarbs (ilgāks par 1 gadu). Pēc CSP datiem 2014.gadā ilgstošo bezdarbnieku īpatsvars sastāda – 57,1% vīriešu un 42,9% sievietes.

Kā galvenie iemesli ekonomiskajai neaktivitātei 2014.gadā identificēti ir pensionēšanās vecums un mācības (44,6% un 23,4% attiecīgi), pēc tā seko slimība, ievainojumi, invaliditāte (11,9% gadījumu) un personiski vai ģimenes apstākļi (11,1% gadījumu). 5,4% gadījumu cilvēki ir zaudējuši cerības atrast darbu, 2,5% gadījumu nav vēlēšanās vai nepieciešamības strādāt, 0,3% gadījumu joprojām tiek gaidīts darba piedāvājums no iepriekšējās darba vietas, bet 0,3% gadījumu ekonomiskā neaktivitāte ir saistīta ar sezonas sākuma gaidīšanu.

Zināmas atšķirības pastāv darba samaksā starp Latvijas statistiskajiem reģioniem – augstākas algas ir Rīgas plānošanas reģionā, īpaši sabiedriskajā sektorā, pēc tā seko Kurzemes reģions, Zemgales reģions, Vidzemes reģions un viszemākās algas ir Latgales reģionā, kas sabiedriskajā sektorā 2014.gadā bijušas pat par 37% zemākas nekā Rīgas reģionā, bet privātajā sektorā no Rīgas reģiona algas atšķirās par 39% [skatīt tabulu nr.2]. Salīdzinot ar 2013.gada rādītājiem, praktiski nav izmaiņu un kopējā algas pieauguma tendence ir vienmērīga. Vislielākais darba samaksas pieaugums sabiedriskajā sektorā salīdzinot ar 2013.gada rādītājiem novērojams Kurzemes reģionā – 6%, savukārt privātajā sektorā vislielākais darba samaksas pieaugums salīdzinot ar 2013.gada rādītājiem novērojams Zemgales reģionā 8,42%.

Tabula nr.2

Strādājošo mēneša vidējā darba samaksa Latvijas reģionos (euro, Bruto)

STRĀDĀJOŠO MĒNEŠĀ VIDĒJĀ DARBA SAMAKSA LATVIJAS STATISTISKAJOS REĢIONOS (euro)		
Sabiedriskajā sektorā	2013.g. euro	2014.g. euro
Rīgas plānošanas reģions	862	914
Kurzemes reģions	611	650
Zemgales reģions	596	632
Vidzemes reģions	583	611
Latgales reģions	544	569
Privātajā sektorā		
Rīgas plānošanas reģions	746	799
Zemgales reģions	598	653

Kurzemes reģions	607	651
Vidzemes reģions	546	591
Latgales reģions	447	485

Avots: CSP

Pēc CSP datiem 2014.gadā nodarbinātības rādītāji reģionos bija sekojoši: Rīgas reģionā 63,9%; Zemgales reģionā 57,3%; Vidzemes reģionā 56,6%; Kurzemes reģionā 56,0%; Latgales reģionā 51,3%.

2007.gadā Latvijas Universitāte veikusi pētījumu „Darbaspēka ģeogrāfiskā mobilitāte”⁵. Šī pētījuma ietvaros tika analizēta gan starpvalstu, gan reģionālā migrācija. Kā galveno pārcelšanās motīvu iekšzemes migrācijai, respondenti minējuši ģimenes apstākļus (52%) un darbs (30%), kā arī mācības (15%). 8,1% gadījumu pārcelšanās notikusi sakarā ar īpašuma iegādi vai celtniecību. 10,9% aptaujāto norādījuši, ka strādā citā pašvaldībā, no kuriem lielākā daļa (46%) dodas strādāt uz Rīga. Kā galvenie svārstmigrācijas (darbs citā pašvaldībā) iemesli minēti darba vietu trūkums un nespēja atrast darbu dzīvesvietas pašvaldībā, kā arī darbs citā pašvaldībā esot labāk apmaksāts.

Pēc „Projektu un kvalitātes vadības” pētnieku grupas pētījuma „Darbaspēka profesionālā mobilitāte” rezultātiem laika periodā no 2002.gada 1.ceturkšņa līdz 2010.gada 4.ceturksnim Latvijā profesionāli mobili (vismaz vienu reizi mainījuši profesiju) gada laikā bija vidēji 5,8% nodarbināto personu. Pētāmajā periodā trīs vismobilākās profesijas Latvijā bija veikala pārdevēji un preču demonstrētāji, celtnieki un finanšu un tirdzniecības speciālisti. Savukārt pie nemobilajām profesijām pieder pašvaldību, kā arī politisko un sabiedrisko organizāciju vecākās amatpersonas, dažādu kultū darbinieki un tērpu demonstrētāji (un citas šauras specializācijas profesijas).

Pēc Latvijas universitātes pētījuma „Darbaspēka profesionālā mobilitāte”⁶ rezultātiem, laika periodā no 1999. līdz 2005.gadam profesionāli vismobilākā iedzīvotāju grupa bija vecumā no 25 līdz 34 gadiem (12,1% profesionāli mobilo īpatsvars), bet augsta profesionālā mobilitāte saglabājās līdz pat 54 gadu vecumam. Vismācākais profesionāli mobilo respondentu īpatsvars novērojams bija Latgales reģiona rajonos – Daugavpilī un Daugavpils rajonā (2,8%), Ludzā un Ludzas rajonā (3,4%), Jēkabpilī un Jēkabpils rajonā (4,0%) un Kurzemē – Ventspilī un Ventspils rajonā (2,9%).

1.4. Ieguldījumi izglītībā, apmācībā un arodizglītībā, un mūžizglītībā

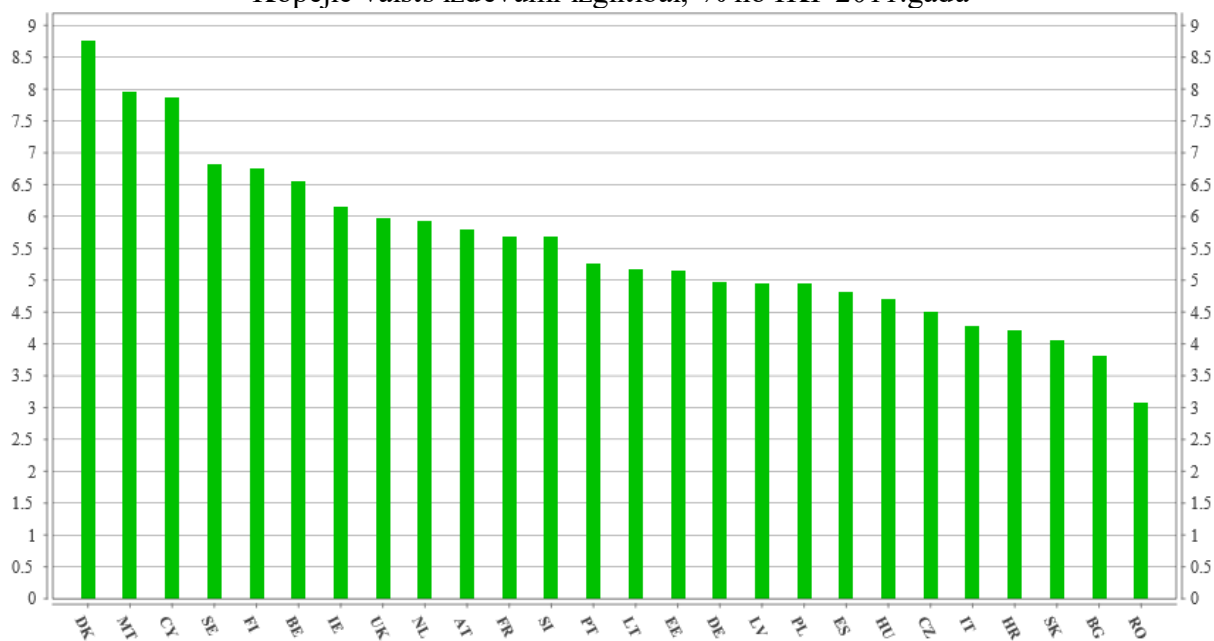
Pēc Eurostat datiem vidējais valsts izdevumu apjoms izglītībai procentos no IKP ES-28 valstu grupā ir 5.3%, Latvijas rādītājs 2011.gadā bija 5%, kas ir tuvu vidējam [skatīt attēlu nr.6], tomēr pēc CSP datiem Latvijā valsts izdevumi izglītībai % no IKP 2010.gadā un 2011.gadā ir zemākie pēdējo piecpadsmit gadu laikā, kad tie pēc ekonomiskās krīzes 2010.gada tika samazināti un nepieauga arī gadu vēlāk, piedevām 2012.gadā tie bija vairs 4,6%.

Attēls nr.6

⁵ http://www.lm.gov.lv/upload/darba_tirgus/darba_tirgus/petijumi/geografiska_mobilitate.pdf

⁶ www.lm.gov.lv/upload/darba_tirgus/darba_tirgus/petijumi/darbaspeku_profesionala_mobilitate.pdf

Kopējie valsts izdevumi izglītībai, % no IKP 2011.gadā

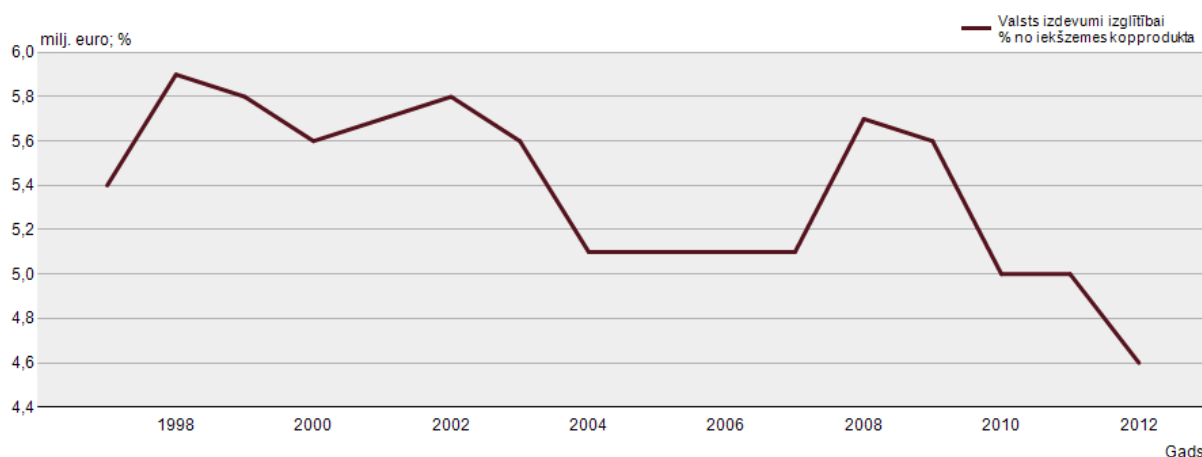


Avots: Eurostat

Visintensīvāk valsts veica ieguldījumus izglītībā laika periodā no 1998.gada līdz 2003.gadam, kas ir periods pirms iestāšanās Eiropas Savienībā, nākamais periods, kad izglītībā īpaši ieguldīts ir 2008. gads [skatīt attēlu nr.7]. Šis ir saistīts ar aktīvāku apmācību un pārkvalificēšanās kursu piedāvāšanu bezdarbniekiem un darba meklētājiem, lai veicinātu darba tirgus integrāciju un pielāgošanos jaunajiem apstākļiem. Savukārt 2009.gadā un 2010.gadā, kad Latviju skāra globālā finanšu krīze, novērojams gan IKP gan valsts izdevumu izglītībai samazinājums.

Attēls nr.7

Valsts izdevumi izglītībai, % no IKP (1997. – 2012.gads)
IZG33. IZDEVUMI IZGLĪTĪBAI (milj. euro)

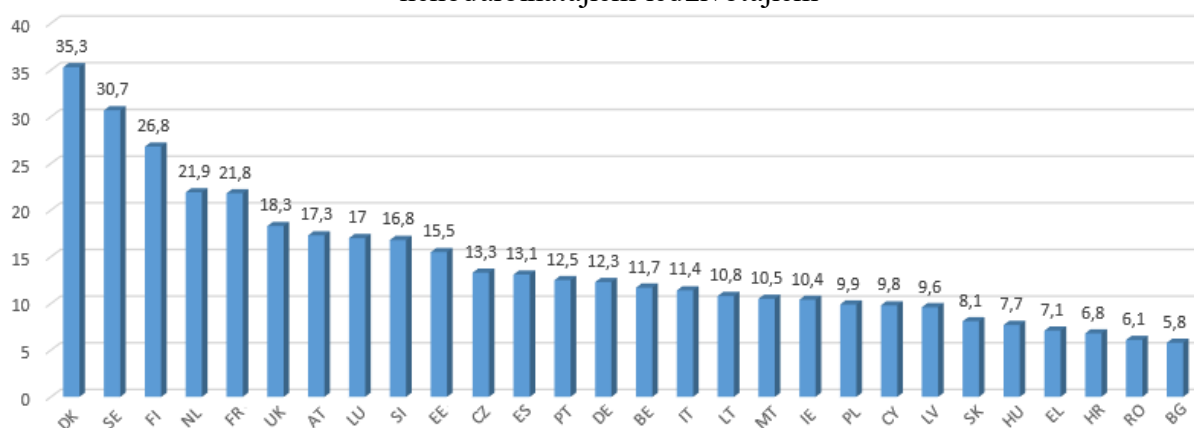


Avots: CSP

Pēc Eurostat datiem 2015.gada pēdējo četru nedēļu laikā vidēji ES 27 valstu grupā izglītības un apmācību (mūžizglītības) pasākumos piedalījās 14,6% iedzīvotāju, tikmēr Latvijā šis rādītājs bija 9,6%, Lietuvā – 10,8% un Igaunijā – 15,5%, savukārt visaugstākie mūžizglītības iesaistes rādītāji ir Dānijā 35,3%, Zviedrijā 30,7% [skatīt attēlu nr.8]. Latvijā zem 10% personu ir tikušas iesaistītas mūžizglītības pasākumos, kas ir ļoti zems īpatsvars un norāda gan uz trūkumiem vispār pieejamās apmācībās, gan uz zemo iniciatīvu cilvēkkapitāla attīstībā un prasmju pilnveidošanā. Rezultātā nepieaug cilvēkkapitāls, pastāv ierobežotas darba mobilitātes iespējas, netiek realizēts zināšanu un kompetenču potenciāls, nav sasniegts augsts produktivitātes līmenis galvenokārt zemas kvalifikācijas un spēju dēļ u.c. Mūžizglītības veicināšana ir viens no aktuālākajiem jautājumiem elastīgāka un produktīvāka darba tirgus veidošanā.

Attēls nr.8

Dalības līmenis mūžizglītības pasākumos, % no visiem iedzīvotājiem, nodarbinātajiem un nenodarbinātajiem iedzīvotājiem



Avots: Eurostat

2. Pasākuma ieviešanas risinājuma apraksts un novērtējums

Lai sekmētu Nacionālā attīstības plāna 2014.- 2020.gadam, Nacionālās industriālās politikas pamatnostādņēs 2014.-2020.gadam un Zinātnes, tehnoloģiju attīstības un inovācijas pamatnostādņēs 2014.-2020.gadam noteiktā mērķa par inovatīvo komersantu īpatsvaru palielināšanu sasniegšanu 2014.-2020.gada Eiropas Savienības fondu plānošanas periodā, tiek paredzēti ieguldījumi EM pārziņā esošā Darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 1.2.2.specifiskā atbalsta mērķa „Veicināt inovāciju ieviešanu komersantos” (turpmāk – 1.2.2. SAM) sekojošos pasākumos:

- Inovāciju motivācijas programma,
- Atbalsts nodarbināto apmācībām;
- Atbalsts IKT un netehnoloģiskām apmācībām, kā arī apmācībām, lai sekmētu investoru piesaisti.

1.2.2.1. pasākuma „Atbalsts nodarbināto apmācībām” mērķis ir nodrošināt komersantus ar atbilstošas kvalifikācijas darbaspēku, kas sekmētu darbaspēka ražīguma pieaugumu un jaunu vai uzlabotu produktu un tehnoloģiju izstrādi un ieviešanu ražošanā.

1.2.2.2. pasākums „Inovāciju motivācijas programma” (turpmāk – 1.2.2.2.pasākums) **mērķis ir** informēt un iedrošināt (tai skaitā piešķirot godalgas) pēc iespējas plašāku sabiedrības daļu uzsākt uzņēmējdarbību un inovāciju ieviešanu. Informēt sabiedrību par norisēm saistībā ar inovācijām un to potenciālu, tādējādi iedrošinot pēc iespējas plašāku sabiedrības un uzņēmēju daļu pievērsties inovatīvu risinājumu izstrādei un lietošanai, kā arī paaugstināt inovatīvo komersantu īpatsvaru ekonomikā un motivēt uzsākt komercdarbību atbilstoši Latvijas Viedās specializācijas stratēģijā noteiktajās specializācijas prioritātēs vai jomās.

1.2.2.3. pasākuma „Atbalsts IKT un netehnoloģiskām apmācībām, kā arī apmācībām, lai sekmētu investoru piesaisti” mērķis ir sniegt atbalstu informācijas un komunikācijas tehnoloģiju prasmju pilnveidošanai un risinājumu ieviešanai, netehnoloģisko inovāciju ieviešanas prasmju attīstīšanai, kā arī apmācību nodrošināšanai, lai sekmētu investīciju piesaisti.

1.2.2.2.pasākums ir turpinājums 2007.–2013.gada Eiropas Savienības fondu plānošanas perioda darbības programmas “Uzņēmējdarbība un inovācijas” papildinājuma 2.3.1.2.aktivitātei “Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai” (turpmāk – 2.3.1.2.aktivitāte).

Latvijā MVU tāpat kā citur Eiropā veido lielu tautsaimniecības daļu un tiem ir nozīmīga loma iekšzemes kopprodukta radīšanā un nodarbinātībā. Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes 2013. gada datiem Latvijā bija 93 775 ekonomiski aktīvie individuālie komersanti un komercsabiedrības (neskaitot zemnieku, zvejnieku saimniecības un pašnodarbinātās personas, kuras veic saimniecisko darbību), no kuriem 99,6% atbilda MVU kategorijai. Latvijā ekonomiski aktīvo MVU sadalījums: mikro uzņēmumi – 86,2%, mazie uzņēmumi – 11,1%, vidējie uzņēmumi – 2,3%, lielie uzņēmumi – 0,4%.

Atbilstoši Centrālās statistikas pārvaldes datiem visintensīvākā uzņēmējdarbība tiek veikta Rīgas reģionā – no vairāk kā 80 tūkstošiem komercsabiedrību, vairāk kā 46 tūkstoši komercsabiedrību ir ekonomiski aktīvas Rīgas reģionā. Lielākais pašnodarbināto personu īpatsvars aiz Rīgas reģiona ir Latgales reģionā (gandrīz 10 tūkst. pašnodarbināto personu Latgales reģionā no vairāk kā 50 tūkst. pašnodarbināto personu kopumā), bet zemnieku un zvejnieku saimniecības ar vislielāko īpatsvaru atrodas Vidzemes reģionā. Tas norāda uz

nepieciešamību plānošanas reģionu iesaistei uzņēmējdarbības attīstīšanā un saimnieciskās darbības veicēju konkurētspējas veicināšanā reģionos.

Ņemot vērā, augstāk minēto statistiku par uzņēmējdarbības lielāko koncentrēšanos tieši Rīgas reģionā, līdz ar to 1.2.2.2.pasākuma darbībām ir jābūt arī vērstām uz uzņēmējdarbības un inovāciju attīstības veicināšanu Latvijas reģionos.

Atbilstoši SIA "Lursoft IT" 2013.gada pētījumam, Latvijā reģistrēto mikro un mazo uzņēmumu skaits veido vairāk nekā 94% no kopējā Latvijā reģistrēto uzņēmumu skaita. Lai gan lielākā daļa mikro un mazo uzņēmumu koncentrēti galvaspilsētā Rīgā, to loma aizvien pieaug arī reģionos, jo ļauj iedzīvotājiem attīstīt savu uzņēmējdarbību, nodrošinot ar ienākumiem ne tikai savu ģimeni, bet radot arī jaunas darba vietas, kas ārpus Rīgas ir jo īpaši būtisks faktors. Pētījuma rezultāti liecina, ka trešā daļa visu mazo un mikro uzņēmumu nodarbina vienu darbinieku, savukārt gandrīz puse – 2-5 strādājošos, tādējādi ar darba vietām nodrošinot ievērojamu skaitu Latvijas iedzīvotāju.

1.2.2.2.pasākums tiks ieviests kā ierobežota projektu iesniegumu atlase, kurā finansējuma saņēmējs būs Latvijas investīciju un attīstības aģentūra (turpmāk – LIAA).

1.2.2.2.pasākumam kopējais attiecināmais finansējums ir 5 648 461 *euro*, tai skaitā ERAF finansējums – 4 801 192 *euro* un valsts budžeta finansējums – 847 269 *euro*.

Projekta iesniegumos 1.2.2.2.pasākuma īstenošanai kopējo attiecināmo finansējumu plāno ne vairāk kā 5 303 932 *euro* apmērā, tai skaitā ERAF finansējumu – 4 508 342 *euro* (rezerves apjoms 292 850 *euro*) apmērā, valsts budžeta finansējumu – 795 950 *euro* (rezerves apjoms 51 679 *euro*) apmērā.

Maksimālais attiecināmais ERAF finansējuma apmērs nepārsniedz 85 procentus no projekta kopējā attiecināmā finansējuma.

Finansējuma saņēmējs 1.2.2.2.pasākuma ietvaros īsteno šādas atbalstāmās darbības:

- **atbalsta pasākumu nodrošināšana inovatīvas uzņēmējdarbības uzsācēju un esošo inovatīvo uzņēmumu motivācijai** (tajā skaitā mentoringa programmas īstenošana, konkursi, kuri ietver biznesa plānu un ideju autoru sacensības, TV konkursu, debašu, paneldiskusiju, tīklošanas semināru, forumu organizēšana, kuru ietvaros tiek popularizēta un iedrošināta pēc iespējas plašāka sabiedrības daļa uzsākt uzņēmējdarbību un inovācijas attīstību, konsultācijas inovatīvu ideju par tālāka finansējuma saņemšanu biznesa attīstībai, apmācības inovatīvu risinājumu izveidošanā atbilstoši tirgus pieprasījumam);
- **inovāciju marketinga un reklāmas aktivitātes, audio un vizuālās publicitātes nodrošināšana** (inovācijas un uzņēmējdarbības portāla attīstība un izmantošana informācijas izplatīšanai, pārraides, sižeti, reportāžas Latvijas radio un televīzijas kanālos, preses relīzes un publikācijas Latvijas populārākajos plašsaziņas līdzekļos, sociālo tīklu kontu izveide un uzturēšana, informācijas aktualizēšana, informācijas apkopošana un brošūru izdošanu par veiksmes stāstiem un labās prakses piemēriem uzņēmējdarbības izglītībā, komercdarbībā un sabiedrības intereses rosināšanai par inovāciju un tehnoloģiju lietojumu konkurētspējas palielināšanai);
- **programmu īstenošana, kas vērstas uz uzņēmējdarbības un inovāciju attīstību** (tajā skaitā izglītojošas programmas skolu jaunatnei, apmācību programmas un kursi jaunsāktiem (*start-up*) un esošiem uzņēmējiem par aktuāliem uzņēmējdarbības jautājumiem);
- **tehnoloģiskās intereses un jaunrades veicināšanas pasākumi** (tai skaitā praktiski apmācību semināri Latvijas zinātniekiem par tehnoloģiju pārnesei, zināšanu

komercializāciju, intelektuālā īpašuma aizsardzību, kontaktbiržas ar riska kapitāla un citiem investoru pārstāvjiem);

- godalgu piešķiršana augstāk minēto atbalstāmo darbību ietvaros;
- projekta ietvaros atbalstāmo darbību īstenošanas un vadības nodrošināšana.

Augstāk minēto atbalstāmo darbību ietvaros finansējuma saņēmējs īsteno tādus pasākumus kā mārketinga un reklāmas kampaņas, konkursi, semināri, apmācības, uzņēmējdarbības veicināšanu un inovāciju attīstības platformu izveide un citus pasākumus, saskaņā ar kuriem tiks sekmēta 1.2.2.2.pasākuma ietvaros uzstādītā mērķa īstenošana.

Informācija par īstenotajiem pasākumiem būs plaši pieejama, tiks izstrādāti skaidri un saprotami pretendentu un dalībnieku atlases kritēriji, tai skaitā tiks ievērots nediskriminācijas princips un pasākumi būs pieejami interesentiem un dalībniekiem bez maksas.

LIAA atbalstāmās darbības īsteno atbilstoši finansējuma saņēmēja pasākuma īstenošanas stratēģijai. LIAA darbības stratēģija, kura tiks iesniegta kopā ar projekta iesniegumu CFLA, ietvers finansējuma saņēmēja 1.2.2.2. pasākuma atbalstāmo darbību īstenošanas stratēģiju t.i. saturēs detalizētu informāciju par to kā tiks pārvaldīta projekta darbība (procesa apraksts), paredzot, kā tiks nodrošināta pasākuma atbalstāmo darbību īstenošana un paredzēto to koriģēšana, mainoties dažādiem ietekmējošiem faktoriem, tai skaitā projekta vadības un sasniegto rezultātu uzraudzība, un sasniegto rezultātu pēcuzraudzība.1.2.2.2.pasākuma mērķa grupa ir potenciālie komercdarbības uzsācēji, pašnodarbinātas personas, fiziskas personas (biznesa ideju autori), biedrības un nodibinājumi, pamatizglītības, vidējās un vidējās speciālās, kā arī augstākās izglītības iestāžu audzēkņi, komersanti, augstskolas, zinātniskās institūcijas, pašvaldības un pašvaldības iestādes, valsts institūcijas un sabiedrība kopumā.

Kā viens no būtiskākajiem trūkumiem 2.3.1.2.aktivitātē bija, ka īstenoto pasākumu ietvaros nebija iespējams piešķirt godalgas, jeb finanšu balvas no 2.3.1.2.aktivitātes līdzekļiem. Īstenoto pasākumu ietvaros finanšu balvas konkursu uzvarētājiem tika piesaistītas no komersantiem vai bankām. Līdz ar to izveidojās situācija, ka 2.3.1.2.pasākuma ietvaros netika rīkoti atsevišķi pasākumi, ņemot vērā sponsoru trūkumu. Piemēram, 2015.gadā netika rīkots pasākums "Ideju kauss 2015", jo nebija iespēju piesaistīt sponsorus balvām.

Ņemot vērā, augstāk minēto, 1.2.2.2.pasākuma ietvaros, lai īstenotu daudz plašākus un ietekmīgākus pasākumus, konkursu ietvaros būs iespējas piešķirt godalgas no 1.2.2.2.pasākuma līdzekļiem.

Godalgas ir attiecināmas saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2013.gada 17.decembra Regulas Nr.1303/2013 ar ko paredz kopīgus noteikumus par Eiropas Reģionālās attīstības fondu, Eiropas Sociālo fondu, Kohēzijas fondu, Eiropas Lauksaimniecības fondu lauku attīstībai un Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fondu un vispārīgus noteikumus par Eiropas Reģionālās attīstības fondu, Eiropas Sociālo fondu, Kohēzijas fondu un Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fondu un atceļ Padomes Regulu (EK) Nr. 1083/2006 66.pantu.

Eiropas Parlamenta un Padomes 2012.gada 25.oktobra Regulas (ES, EURATOM) Nr.966/2012 par finanšu noteikumiem, ko piemēro Savienības vispārējam budžetam, un par Padomes Regulas (EK, Euratom) Nr. 1605/2002 atcelšanu (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2012. gada 26. oktobris, Nr. L 298) (turpmāk – Regula Nr.966/2012) preambulas 51.punktā noteikts **“Godalgu izmantošana ir vērtīgs finanšu atbalsta veids, un šī izmantošana būtu jāatvieglo, un piemērojami noteikumi būtu jāprecizē, nošķirot godalgas no dotāciju shēmas un svītrojot jebkādas atsauces uz prognozējamām izmaksām.** Tomēr godalgas nav vienlīdz labi piemērotas visiem Savienības politikas mērķiem, un tādēļ tās būtu jāuzskata par tādām, kas papildina, nevis aizstāj citus finansēšanas

instrumentus, piemēram, dotācijas.” Ņemot vērā, ka 1.2.2.2.pasākuma mērķis ir informēt un iedrošināt pēc iespējas plašāku sabiedrības daļu sākt uzņēmējdarbību, paaugstināt uzņēmējdarbības prestižu sabiedrībā, kā arī sekmēt sabiedrības izpratni par inovāciju lomu konkurētspējas veicināšanā, godalgas ir vis atbilstošākais instruments, kas efektīvi papildinātu plānotos pasākumus.

1.2.2.2.pasākuma īstenoto konkursu ietvaros godalgas plānots piešķirt gan fiziskām personām, gan Latvijas Republikā reģistrētam komersantam.

Lai būtu iespējams piešķirt un attiecināt godalgas no 1.2.2.2.pasākuma pieejamajiem līdzekļiem fiziskām personām, ir nepieciešams ievērot Regula Nr.966/2012 138.pantā noteiktās prasības:

- Attiecībā uz godalgām ievēro pārredzamības un vienlīdzīgas attieksmes principu, un ar tām veicina Eiropas Savienības politikas mērķu sasniegšanu.
- Šajā nolūkā godalgas iekļauj darba programmā, kuru publicē pirms tās īstenošanas. Darba programmu īsteno, publicējot uzaicinājumus piedalīties konkursā.
 - Konkursus uz godalgām, kuru vienības vērtība ir 1 000 000 *euro* vai vairāk, var publicēt tikai tad, ja tie ir paredzēti paziņojumos vai citos attiecīgos dokumentos, kas minēti Regulas Nr.966/2012 38. panta 3. punkta e) apakšpunktā.
 - Konkursa noteikumos izklāsta vismaz dalības nosacījumus, tostarp Regula Nr.966/2012 106. panta 1. punktā un 107., 108. un 109. pantā paredzētos izslēgšanas kritērijus, piešķiršanas kritērijus, godalgas summu un izmaksas kārtību.
 - Godalgas nedrīkst piešķirt tieši, bez konkursa, un tās publicē reizi gadā saskaņā ar Regula Nr.966/2012 35. panta 2. un 3. punktu.
- Konkursa dalībniekus vērtē ekspertu grupa, pamatojoties uz publicētajiem konkursa noteikumiem.
 - Godalgas piešķir atbildīgais kredītirīkotājs, pamatojoties uz ekspertu grupas sniegto novērtējumu, kuri var brīvi pieņemt lēmumu par to, vai ieteikt godalgu piešķiršanu, atkarībā no tā, kā viņi vērtē pieteikumu kvalitāti.
- Godalgas summa nav saistīta ar izmaksām, kas radušās konkursa uzvarētājam.
- Ja darbības vai darba programmas īstenošanai ir nepieciešams, lai godalgas trešām personām piešķirtu Savienības dotācijas labuma guvējs, minētais labuma guvējs šādas godalgas var piešķirt, ja augstāk minētā 2. punktā paredzētais konkursa noteikumu minimālais saturs ir stingri definēts dotācijas lēmumā vai nolīgumā starp labuma guvēju un Komisiju, neparedzot nekādu rīcības brīvību.
- Komisija tiek pilnvarota pieņemt deleģētos aktus saskaņā ar Regulas Nr.966/2012 210.pantu attiecībā uz sīki izstrādātiem noteikumiem par godalgām, tostarp par plānošanu, konkursa noteikumiem, *ex post* publicēšanu, novērtēšanu, informāciju un uzvarētāju paziņošanu.

Savukārt 1.2.2.2.pasākuma atbalstāmo darbību ietvaros, gadījumos, kad tiks identificēts atbalsts saimnieciskai darbībai pasākuma mērķa grupai, tad 1.2.2.2.pasākuma mērķa grupai tiks piemērots *de minimis* atbalsts Latvijas Republikā reģistrētiem komersantiem kuru tiks piešķirtas ievērojot Eiropas Komisijas 2013.gada 18.decembra Regulas (ES) Nr.1407/2013 par Līguma par Eiropas Savienības darbību 107. un 108.panta piemērošanu *de minimis* atbalstam (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2013.gada 24.decembris, Nr.L352/1) (turpmāk – Komisijas regula Nr.1407/2013) un normatīvajiem aktiem par *de minimis* atbalsta uzskaites un piešķiršanas kārtību un *de minimis* atbalsta uzskaites veidlapu paraugiem, un tas ir uzskatāms par komercdarbības atbalstu.

Komercdarbības atbalsts tiks piešķirts saskaņā ar finansējuma saņēmēja izstrādātu kārtību (metodiku), kā izvēlas, piešķir un uzskaita atbalstu pasākuma mērķa grupai, tai skaitā ietverot kritērijus, pēc kuriem nosaka pasākuma mērķa grupu īstenojot atbalstāmās darbības.

Kārtību (metodiku) pievieno projekta iesniegumam, ietverot principus, kā tiks izvēlēti un atlasīti komercdarbības atbalsta saņēmēji, tai skaitā kā tiks identificēts saimnieciska rakstura atbalsts un atbalsts, kas nesaistās ar saimniecisku darbību, tādējādi nosakot kuram mērķa grupas subjektam tiks piemērots komercdarbības atbalsts.

Ņemot vērā augstāk minēto, godalgas 1.2.2.2.pasākuma ietvaros tiks piešķirtas finansējuma saņēmēja īstenoto konkursu ietvaros, par kuriem tiks sagatavoti konkursa īstenošanas noteikumi, un konkursa dalībniekus vērtēs konkursa nolikuma ietvaros apstiprināta ekspertu komisija. Godalgas tiks piešķirtas saskaņā ar komisijas vērtējumu (lēmumu) tiem konkursa laureātiem, kuri saskaņā ar konkursa nolikuma prasībām sasnieguši labus konkursa rezultātus.

Finansējuma saņēmējs savā tīmekļa vietnē ne retāk kā reizi gadā ievieto aktuālu informāciju par piešķirtajām godalgām.

1.2.2.2.pasākuma ietvaros atbalstāmās darbības finansējuma saņēmējs īsteno gan ārpakalpojumu veidā, veicot iepirkumu, saskaņā ar normatīvajiem aktiem publisko iepirkumu jomā, gan finansējuma saņēmēja iekšējo resursu ietvaros.

LIAA ir liela pieredze un uzkrātās zināšanas daudzu pasākumu efektīvākā organizēšanā. Tādējādi būtiski paātrinot pasākumu uzsākšanas termiņu, kas bieži tiek ierobežots administratīvo procedūru ietvaros, īstenojot publiskos iepirkumus saskaņā ar Publisko iepirkumu likumu. Kā arī tiek samazināta administratīvā slodze iepirkumu īstenošanas uzraudzībai un kontrolei, kas tiek veltīta pārbaudot vai iepirkumu uzvarētāji īsteno pasūtījumu saskaņā ar visiem nolikuma un noslēgtā līguma prasībām. Tādējādi, finansējuma saņēmējam īstenojot daļu atbalstāmo darbību pašam, tiks nodrošināta augstāka īstenoto pasākumu un pakalpojumu kvalitāte.

Viens no lielākajiem 2007.–2013.gada Eiropas Savienības fondu plānošanas perioda 2.3.1.2.aktivitātes ieviešanas un īstenošanas kavējošajiem faktoriem bija sadrumstalotais pasākumu apjoms, kuri tika īstenoti iepirkumu veidā. Līdz ar to izveidojās situācija, ka neatkarīgi no plānoto pasākuma apmēra, ievērojot Publiskā iepirkuma likuma prasības, ir nepieciešams tērēt vienlīdz vienādu administratīvo kapacitāti un ievērot vienotus procedūru termiņus visos īstenotajos pasākumos. Kā rezultātā neuzsākot vai kavējot citu jaunu pasākumu īstenošanu, kā arī notika pasākumu uzsākšanas aizkavēšanās un iepirkumu rezultātu pārsūdzību risināšana.

Ņemot vērā augstāk minēto, lai risinātu minētās problēmas, 2014.-2020.gada Eiropas Savienības fondu plānošanas periodā 1.2.2.2.pasākuma ietvaros tiks īstenoti **lielāka apmēra pasākumi**, kuri tiks īstenoti ārpakalpojumu veidā veicot iepirkumu, saskaņā ar normatīvajiem aktiem publisko iepirkumu jomā, bet mazāka apmēra pasākumi tiks īstenoti finansējuma saņēmēja iekšējo resursu ietvaros.

Projekta ietvaros paredzēts finansējums finansējuma saņēmēja projekta vadības un īstenošanas izmaksām (tajā skaitā darba samaksa, valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas, pabalsti un kompensācijas, attiecīgās preces un pakalpojumi atbilstoši normatīvajiem aktiem budžeta izmaksu klasifikācijas jomā) līdz 13% no kopējām 1.2.2.2.pasākuma attiecināmajām izmaksām. Finansējums paredzēts četrām štata vietām, kas ir viens vecākais projektu vadītājs un trīs projektu vadītāji.

Augstāk minētās izmaksas ir nepieciešamas, lai finansējuma saņēmējs (LIAA) varētu nodrošināt 1.2.2.2.pasākuma ietvaros iesniegtā projekta īstenošanu un vadību, un tā ietvaros paredzēto atbalstāmo darbību īstenošanu: atbalsta pasākumu nodrošināšana inovatīvas uzņēmējdarbības uzsācēju un esošo inovatīvo uzņēmumu motivācijai; inovāciju marketinga un reklāmas aktivitātes, audio un vizuālās publicitātes nodrošināšana; programmu īstenošana,

kuras vērstas uz uzņēmējdarbības un inovāciju attīstību; tehnoloģiskās intereses un jaunrades veicināšanas pasākumi.

Detalizētāku informāciju par finansējuma saņēmēja projekta vadības un īstenošanas izmaksām norādītas 1.tabulā. “Finansējuma saņēmēja projekta vadības un īstenošanas izmaksas 1.2.2.2.pasākuma ietvaros”. Turklāt, bez šādā finansējuma projekta vadības nodrošināšanai nav iespējams nodrošināt 1.2.2.2.pasākuma ietvaros plānotā projekta īstenošanu.

1. Tabula. Finansējuma saņēmēja projekta īstenošanas izmaksas 1.2.2.2.pasākuma ietvaros

EKK pozīcija	2016.g.	2017.g.	2018.g.	2019.g.	2020.g.	2021.g.	2022.g.	Kopā
1000*	85 992	85 992	85 992	85 992	85 992	85 992	85 992	601 944
2000**	13 738	13 738	13 738	13 738	13 738	13 738	13 738	96 166
Kopā LIAA 1.2.2.2.:	99 730	99 730	99 730	99 730	99 730	99 730	99 730	698 110

* EKK kods 1000 (Atlīdzība) ietver darba samaksu, valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (Ministru kabineta 2005.gada 27.decembra noteikumi Nr.1031 „Noteikumi par budžetu izdevumu klasifikāciju atbilstoši ekonomiskajām kategorijām”);

** EKK kods 2000 (Preces un pakalpojumi) ietver preces un pakalpojumus, kā arī ar komandējumiem un darba braucieniem saistītos izdevumus.

3.2.1.2.pasākuma ietvaros sasniedzamie rādītāji līdz 2023.gada 31.decembrim ir:

Iznākuma rādītājs – līdz 2023.gada 31.decembrim:

- nefinansiāli atbalstītas 10 000 personas. Tajā skaitā līdz 2018.gada 31.decembrim ir 3 000 personas, kuras saņem nefinansiālu atbalstu;
- Atbalstīto komersantu skaits – 125;
- Nefinansiālu atbalstu saņemošo komersantu skaits – 100.

Projektu vērtēšana

Projektu atlases veids finansējuma saņemšanai ir ierobežota projektu iesniegumu atlase, kurā projektu izvērtēšanu veiks Centrālā finanšu un līguma aģentūra. Iesniegt projektus tiks aicināta LIAA.

Projektu vērtēšanai, lai pārbaudītu projekta iesniedzēja un projektā paredzēto darbību atbilstību pasākuma noteikumiem tiek izmantoti gan vienotie, gan specifiskie atbilstības kritēriji, gan kvalitātes atlases kritēriji.

Kā specifiskie atbilstības kritēriji tiek noteikti:

- Projekta iesniegumā norādīts kā projekta iesniedzējs informēs un sekmēs pēc iespējas plašāku sabiedrības daļu uzsākt uzņēmējdarbību un inovāciju ieviešanu, kā arī veidos sabiedrības izpratni par norisēm saistībā ar inovācijām un to potenciālu, tādējādi iedrošinot un motivējot pēc iespējas plašāku sabiedrību un uzņēmējus pievērsties inovatīvu risinājumu izstrādei un pielietošanai. Kā arī paaugstināt inovatīvo komersantu īpatsvaru ekonomikā un motivēt uzsākt komercdarbību atbilstoši Latvijas Viedās specializācijas stratēģijā noteiktajās specializācijas prioritātēs vai jomās;

- Projekta iesniedzējs projekta iesniegumā ir definējis kritērijus projekta mērķa grupas noteikšanai saskaņā MK noteikumos noteiktajām prasībām, pamatojot projekta mērķa grupas vajadzības un projekta īstenošanas laikā sasniedzamos rezultātus;
- Projekta iesniedzējs projekta iesniegumā ir definējis kā tiks nodrošināta pēc iespējas plašākas sabiedrības iesaiste projektā plānoto atbalstāmo darbību īstenošanā (informācijas pieejamība, dalībnieku pieteikšanās kārtība un dalībnieku atlase);
- Projekta iesniegumā ir aprakstīts par demarkāciju ar citiem plānotajiem atbalstiem, kuri norādīti atbilstošajos MK noteikumos par SAM pasākuma īstenošanu;
- Projekta iesniegumā ir aprakstīts mehānisms, kā projekta iesniedzējs definējot kritērijus projekta mērķa grupas noteikšanai identificēs komercdarbības atbalstu plānoto atbalstāmo darbību ietvaros;
- Projekta iesniegumā ir aprakstīts komercdarbības atbalsta sniegšanas mehānisms atbilstoši MK noteikumos par SAM pasākuma īstenošanu noteiktajam.

Kā kvalitātes kritēriji tiek noteikti:

- Projekta iesniedzēja pieredze, kapacitāte un materiāltehniskais nodrošinājums;
- Projekta iesniedzējs ir iesniedzis pasākuma īstenošanas stratēģiju ar informāciju par to kā tiks pārvaldīta projekta darbība;
- Projekta iesniedzējs ir izstrādājis inovāciju motivācijas pasākumu īstenošanas plānu;
- Projekta ietvaros īstenoto pasākumu mērķauditorijas atrašanās vieta (Projektā plānotās aktivitātes ir vērstas uz pasākuma mērķauditoriju *vienlīdzīgi* visos Latvijas plānošanas reģionos);
- Atbilstība Latvijas Viedās specializācijas jomām;
- Zaļā publiskā iepirkuma piemērošana īstenoto atbalstāmo darbību ietvaros (horizontālā principa „ilgtspējīga attīstība” kritērijs);
- Projektā paredzētās specifiskās darbības veicina horizontālā principa “Vienlīdzīgas iespējas” (dzimumu līdztiesība, invaliditāte, vecums un etniskā piederība) ievērošanu.

Saskaņā ar atbildīgo institūciju par horizontālo prioritāšu īstenošanu veiktajiem izvērtējumiem, 3.2.1.2. pasākumam ir netieša pozitīva ietekme uz horizontālo prioritāti „Ilgtspējīga attīstība” un horizontālo prioritāti “Vienlīdzīgas iespējas”, līdz ar to projektu iesniegumu vērtēšanas kritērijos tiek ietverts papildus kvalitātes kritērijs:

- Zaļā publiskā iepirkuma piemērošana (horizontālā principa „ilgtspējīga attīstība” kritērijs). Projektā būs nepieciešams norādīt, vai ir plānots īstenot pasākumus, ievērojot ilgtspējīgas attīstības principu - zaļais publiskais iepirkums. Kritērija ievērošana dos papildus 7 punktus;

- Specifiskās darbības, kas veicina horizontālā principa “Vienlīdzīgas iespējas” īstenošanu. Projektā būs nepieciešams norādīt Specifiskās darbības, kas veicina horizontālā principa “Vienlīdzīgas iespējas” (dzimumu līdztiesība, invaliditāte, vecums un etniskā piederība) ievērošanu. Kritērija ievērošana dos papildus 4 punktus.

Demarkācija ar citām darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” pasākumiem

1.2.2.2.pasākuma mērķis ir informēt un iedrošināt (tai skaitā piešķirot godalgas) pēc iespējas plašāku sabiedrības daļu uzsākt uzņēmējdarbību un inovāciju ieviešanu. Informēt sabiedrību par norisēm saistībā ar inovācijām un to potenciālu, tādējādi iedrošinot pēc iespējas

plašāku sabiedrības un uzņēmēju daļu pievērsties inovatīvu risinājumu izstrādei un lietošanai, tādejādi paaugstinot inovatīvo komersantu īpatsvaru ekonomikā un motivējot uzsākt komercdarbību atbilstoši Latvijas Viedās specializācijas stratēģijā noteiktajās specializācijas prioritātēs vai jomās.

Nemot vērā augstāk minēto mērķi, 1.2.2.2.pasākums nepārklājas ar citiem darbības programmas “Izaugsme un nodarbinātība” atbalsta pasākumiem, bet gan sniedz būtisku ieguldījumu un papildinājumu citu atbalsta programmu veiksmīgāku ieviešanu.

1.2.2.2.pasākuma ietvaros plānots popularizēt un sniegt informāciju sabiedrībai par pieejamajiem Ekonomikas ministrijas pasākumiem un atbalstiem, bet šādas darbības (kuri neklasificējas kā komercdarbības atbalsts) netiks atbalstītas citās Ekonomikas ministrijas pasākumos. Tādejādi nodrošinot demarkāciju starp visiem Ekonomikas ministrijas pasākumiem.

1.2.2.2.pasākums būtiski spēj papildināt tādus pasākumus kā 3.1.1.6.pasākums “Reģionālie biznesa inkubatori un radošo industriju inkubators”, 1.2.1.3.pasākums “Inovāciju vaučeri MVK”.

1.2.2.2.pasākums ietvaros, tās mērķauditorija tiek informēta saistībā ar uzņēmējdarbības uzsākšanas un attīstības iespējām un inovāciju lomu tajā, tai skaitā iedrošināta izstrādāt jaunus produktus un tehnoloģijas, kuras ir iespējams realizēt. 1.2.2.2.pasākums kalpo sabiedrībai gan kā efektīvs informācijas avots un sagatavošanās uzņēmējdarbībai, gan kā instruments, kas sagatavo un iedrošina potenciālos biznesa ideju autorus izmantot komercdarbības atbalsta pasākumus kā 3.1.1.6.pasākums “Reģionālie biznesa inkubatori un radošo industriju inkubators”, 1.2.1.3.pasākums “Inovāciju vaučeri MVK”, tais skaitā 1.2.1.2.pasākuma “Atbalsts tehnoloģijas pārneses sistēmas pilnveidošanai” vai 1.1.1.3.pasākumu “Inovācijas granti studentiem”, 8.3.5. pasākuma “Uzlabot pieeju karjeras atbalstam izglītojamajiem vispārējās un profesionālās izglītības iestādēs”, 8.4.1.pasākumiem “Pilnveidot nodarbināto personu profesionālo kompetenci” un 8.5.1. pasākumu “Palielināt kvalificētu profesionālās izglītības iestāžu audzēkņu skaitu pēc to dalības darba vidē balstītās mācībās vai mācību praksē uzņēmumā”.

1.2.2.2.pasākuma īstenošanas rezultātā tiek nodrošināta sinerģija ar augstāk minētajām pasākumiem (kamēr citu atbalsta pasākumu mērķi ir savstarpēji līdzīgi vai papildinoši), nodrošinot sabiedrībai daudz augstāku izpratni gan teorētisku, gan ar praktiskiem piemēriem par uzņēmējdarbību un inovācijām, tādejādi nodrošinot tiem labas zināšanas un pieredzi gan uzņēmējdarbībā, gan darba tirgū.

1.2.2.2.pasākuma ietvaros tiks nodrošināta LIAA savstarpēja sadarbība un informācijas apmaiņa ar Valsts Izglītības attīstības aģentūru zinātnes komunikācijas un karjeras atbalsta pasākumu jomā, lai nodrošinātu veikto aktivitāšu nepārklāšanos un papildinātību, vienlaicīgi nodrošinot, ka LIAA kā RIS3 pasākuma īstenotājs piedalīsies Izglītības un zinātnes ministrijas sadarbībā ar Ekonomikas ministriju organizētajos RIS3 komunikācijas pasākumos.

Nemot vērā iepriekš minēto, papildus tiek norādīts, lai veicinātu augstāku komercdarbības un inovāciju ieviešanas attīstību, 1.2.2.2.pasākuma ietvaros finansējuma saņēmējs apzina citus pieejamos atbalsta pasākumus, lai būtu iespējams kvalitatīvi sniegt tās mērķa grupai informāciju par finansējuma piesaistes iespējām uzņēmējdarbības attīstībai un konkurētspējas veicināšanai.

Izmaiņas atbalsta programmas nosacījumos pret 2.3.1.2.aktivitāti “Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai”

Eiropas Savienības fondu 2014.-2020.gada plānošanas periodā 1.2.2.2.pasākuma ietvaros salīdzinājumā ar 2.3.1.2.aktivitāti ir veikta virkne izmaiņas, kas izriet no līdzšinējās 2.3.1.2.aktivitātes īstenošanas pieredzes.

Kā būtiskākā izmaiņa no 2.3.1.2.aktivitātes īstenošanas, 1.2.2.2.pasākuma ietvaros tiks īstenoti lielāka apmēra pasākumi, kuri tiks īstenoti ārpakalpojumu veidā veicot iepirkumu, saskaņā ar normatīvajiem aktiem publisko iepirkumu jomā, bet mazāka apmēra pasākumi tiks īstenoti finansējuma saņēmēja iekšējo resursu ietvaros, līdz ar to būtiski tiek papildināts atbalstāmo izmaksu saraksts, lai finansējuma saņēmējam būtu iespēja kvalitatīvi pašam īstenot atbalstāmās darbības, tādejādi samazinot administratīvo slodzi iepirkumu īstenošanas uzraudzībai un kontrolei, kas tiek veltīta pārbaudot vai iepirkumu uzvarētāji īsteno pasūtījumus saskaņā ar visiem nolikuma un noslēgtā līguma prasībām.

1.2.2.2.pasākuma ietvaros tik būtiski papildināts attiecināmo izmaksu saraksts, ar kurām LIAA tiek dota iespēja efektīvāk īstenot plānotos pasākumus, un kuri tiks īstenoti finansiāli izdevīgāk nekā ārpakalpojumu veidā.

2007.–2013.gada Eiropas Savienības fondu plānošanas perioda 2.3.1.2.aktivitātes ietvaros īstenotajos konkursos nebija attiecināmas godalgas, kā rezultātā konkursu ietvaros godalgas, jeb balvas tika sponsorētas galvenokārt no bankām un komersantiem. Ņemot vērā, ka balvas tika sponsorētas, bieži vien izveidojās situācija, ka nevarēja tik īstenotas atbalstāmās darbības sponsoru trūkuma dēļ. Tādejādi kavējot 2.3.1.2.aktivitātes ietvaros apstiprinātā projekta ieviešanu un finansējuma apguvi.

2.3.1.2.aktivitātes ietvaros Ministru kabineta 2008.gada 22.decembra noteikumos Nr.1082 “Noteikumi par darbības programmas “Uzņēmējdarbība un inovācijas” papildinājuma 2.3.1.2.aktivitāti “Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai”” tika iekļauts finanšu balvas kā *de minimis* atbalsts biznesa plānu vai ideju konkursa laureātiem, bet šāds atbalsta finansējuma veids bija neefektīvs, jo *de minimis* atbalstu var izmantot tikai konkrētiem mērķiem uzņēmējdarbības attīstībai par kuru ir nepieciešams iesniegt uzskaites veidlapu par saņemto *de minimis* atbalstu saskaņā ar normatīvajiem aktiem par *de minimis* atbalsta uzskaiti. Atbalstāmo darbību ietvaros primārais mērķis nebija jaunu komersantu dibināšana, kā rezultātā *de minimis* atbalsts nav motivators mērķa grupai piedalīties 2.3.1.2.aktivitātes ietvaros īstenotajos pasākumos.

Lai risinātu augstāk minēto problēmu, 1.2.2.2.pasākuma ietvaros īstenoto konkursu laureātiem tiks piešķirtas godalgas. Godalgas ir attiecināmas saskaņā ar Regulas Nr.1303/2013 66.pantu, tās tiks piešķirtas ievērojot Regula Nr.966/2012 138.pantā noteiktās prasības.

3. Pasākuma sākotnējās ietekmes novērtējums

Lai uzlabotu MVK konkurētspēju, veicinātu stabilas un kvalitatīvas darba vietas un atbalstītu darbaspēka mobilitāti, kā arī ieguldītu izglītībā, apmācībā, mūžizglītībā un turklāt nostiprinātu pētniecību, tehnoloģiju attīstību un inovācijas, ar 2008.gada 22.decembra Ministru kabineta noteikumiem Nr.1082 darbības programmas „Uzņēmējdarbība un inovācijas” – 2.3. prioritātes “Uzņēmējdarbības veicināšana” - 2.3.1. pasākuma „Uzņēmējdarbības atbalsta aktivitātes” ietvaros tika izstrādāta 2.3.1.2. aktivitāte „Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai” (Motivācijas programma). Programmas atbildīgā iestāde ir Ekonomikas ministrija (turpmāk – EM), bet sadarbības iestāde Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (turpmāk – LIAA).

Aktivitātes ietvaros atbalsta šādas darbības:

- praktiski apmācību pasākumi vidējās un augstākās izglītības iestāžu izglītojamajiem par inovatīvas uzņēmējdarbības sākšanu;
- pedagogu izpratnes padziļināšana par inovatīvas uzņēmējdarbības iespējām, sekmējot praktisku apmācību norisi;
- “skolēnu mācību firmas” programmas īstenošana;
- semināru rīkošana inovatīvo ideju autoriem un mentoringa programmu nodrošināšana;
- debašu konkursu rīkošana vidējās un augstākās izglītības iestāžu izglītojamajiem par inovatīvas uzņēmējdarbības jautājumiem;
- inovatīvas uzņēmējdarbības uzsākšanas un inovāciju attīstības labās prakses apzināšanas un izplatīšanas pasākumi, veicinot ar inovāciju saistītās labās prakses pārņemšanu uzņēmējdarbībā:
 - biznesa plānu un ideju konkursu rīkošana, tai skaitā grantu piešķiršana un ekspertu konsultāciju sniegšana biznesa plānu un ideju konkursu uzvarētājiem uzņēmējdarbības uzsākšanai vai uzņēmējdarbības tālākai attīstībai;
 - informācijas apkopošana un brošūru izdošana par veiksmes stāstiem un labās prakses piemēriem uzņēmējdarbības izglītībā, komercdarbībā un sabiedrības intereses rosināšanā par tehnoloģiju lietojumu konkurētspējas palielināšanai;
- inovācijas un uzņēmējdarbības mārketinga aktivitātes, tajā skaitā audiālā un vizuālā (arī video) reklāma:
 - sabiedrības intereses rosināšana par tehnoloģiju lietošanu inovatīvas uzņēmējdarbības attīstībai;
 - pārraižu ciklu sagatavošana par pasākumiem aktivitātes ietvaros.

Aktivitātes mērķa grupa ir pamatizglītības, vidējās, vidējās speciālās, augstākās izglītības iestāžu audzēkņi, potenciālie uzņēmējdarbības uzsācēji, komersanti, nevalstiskās organizācijas, pašvaldības, valsts institūcijas, kā arī sabiedrība kopumā.

2008.gada 4.novembrī Ekonomikas ministrija iesniedza Valsts Kancelejai Ministru kabineta noteikumu projektu, kas 22.decembrī tika apstiprināts Ministru kabineta sēdē.

Ministru kabinets apstiprināja Noteikumus par Motivācijas programmu 2008.gada 22.decembrī, kad tika iesniegts arī 2009. gada iepirkumu plāns.

Inovāciju motivācijas programmas ieviešanas sistēma

Finansējuma tiešais pārvaldītājs ir LIAA, kura visus Motivācijas programmas pasākumus realizē veicot iepirkumu procedūras, kā rezultātā tiek slēgti iepirkuma līgumi. Iepirkumi ir veikti, piemēram, tehnoloģiju komercializācijas pasākumiem, dažāda veida apmācībām (ko visbiežāk organizē augstskolas, t.sk., reģionos), tehniskās jaunrades dienu organizēšanai, zinātnisko ekspozīciju veidošanai, biznesa ideju konkursa „Ideju kauss” organizēšanai, mentoringa programmai, publikāciju materiālu sagatavošanai u.c. Motivācijas programmā tās īstenošanas laikā 2009. – 2014.gadam realizēti ap 150 pasākumi dažādās inovācijas un uzņēmējdarbības stimulēšanas jomās (skolu jaunatnei, vispārējai publikai, studentiem, uzņēmējiem, publicitāte utt.).

Atbilstoši apstiprinātajam projekta pieteikumam LIAA jānodrošina kvalitatīva programmas īstenošana, uzraudzība un kontrole. Katru ceturksni ir jāpārbauda vairāki pakalpojumu sniedzēju pārskati un jāveic pārbaudes projekta īstenošanas vietās, jā sagatavo un jā iesniedz pārskati un maksājumu pieprasījumi Programmu sadarbības iestādei. Šāds programmas koordinēšanas risinājums palīdz īstenotās aktivitātes pārraudzīt un sekot līdzi to ieviešanas kvalitātei un finansējuma izlietošanas pamatotībai.

Aktivitātes ieviešanā veicami sekojoši pienākumi:

- Priekšizpētes veikšana, tirgus izpēte paredzamās līgumcenas noteikšanai (sarakste, telefoniskas aptaujas, plašsaziņas līdzekļos pieejamās informācijas atlase un tml.);
- Komunikācija ar Motivācijas programmas ietvaros notiekošu aktivitāšu izpildītājiem/rīkotājiem (telefoniska, elektroniska, klātienē);
- Motivācijas programmas ietvaros izpildītāju veikto darbību/nosūtītās informācijas pārbaudīšana un saskaņošana;
- Motivācijas programmas ietvaros notiekošu pasākumu apmeklēšana Rīgā un Latvijas reģionos;
- Motivācijas programmas iepirkumu līgumu izpildes kontrolēšana;
- Motivācijas programmas iepirkumu līgumu dokumentācijas sagatavošana: izdevumu pieprasījumi, tehnisko specifikāciju projekti, grozījumi līgumos u.c.;
- Motivācijas programmas maksājumu dokumentu sagatavošana un apmaksas kontrole atbilstoši iepirkumu un pakalpojumu līgumiem (nodošanas-pieņemšanas akti, rēķini, norakstīšanas akti);
- Komunikācija ar citiem sadarbības partneriem/ institūcijām;
- Konsultācijas jauniejiem uzņēmējiem un informācijas sniegšana par finansējuma piesaisti biznesa idejas īstenošanai/ tehnoloģisko risinājumu meklēšanai un sadarbībai ar zinātniskajām institūcijām;
- Pasākumu rīkošana Motivācijas programmas ietvaros;
- Pārskatu dokumentu gatavošana (ceturkšņa, gada atskaites, maksājumu pieprasījumi u.c.)
- Motivācijas programmas projekta dokumentācijas gatavošana: programmas plāna/ iepirkumu plāna aktualizēšana;
- Komunikācija ar LIAA Programmu sadarbības iestādi;
- Informācijas (prezentācijas/ informācija medijiem u.c.) par Motivācijas programmas sniegto atbalstu gatavošana un sniegšana.

Rīkojot iepirkumus, izmaksas par pasākumu rīkošanu noteikusi esošā tirgus situācija. Plānos izmaksu aprēķini veidoti pamatojoties uz iepriekšējo gadu pasākumu izmaksām un iepirkumu rezultātiem. Neskatoties uz konkurētspējīgākās cenas izvēli, prasības iepirkumu tehniskajās specifikācijas noteiktas samērā augstas. Jebkuru apmācību vai konsultāciju veikšanai piesaistīti profesionāli un pieredzējuši eksperti, gan akadēmiskais personāls, gan uzņēmēji.

2007.-2013. gada plānošanas perioda Inovāciju motivācijas programmas izvērtējums

Aktivitātes „Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai” Budžeta apakšprogrammā „Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) projektu (2007.–2013.) īstenošana” ieviešana ar katru gadu piesaistījusi arvien vairāk interesentu. Dalībnieku iesaiste programmā augusi katru gadu no 2976 dalībniekiem 2009.gadā līdz 9650 dalībniekiem 2014.gadā. Papildus aptuveni 60000 skatītāju ir sekojuši līdzī TV sacensību „Firmas noslēpums” norisei. 2014.gads bijis efektīvs un rezultatīvie rādītāji aktivitātes ietvaros kopumā ir sasniegti un pārsniegti. Aktivitātes ietvaros ir iesaistīti 9650 personas, kas ir par 28% vairāk nekā plānots - 7536, piemēram:

- organizēti 52 informatīvie semināri skolēniem par uzņēmējdarbības būtību un inovācijas atbalsta iespējām, iesaistot 3 740 dalībniekus;
- nodrošināta 81 skolēnu vizīte uzņēmumos, piemēram, uzņēmumā „Z-Light”, „Valmieras stikla šķiedra”, „Līvānu mājas”, „Smart Brain Media Group”, „Draugiem.lv” u.c, iesaistot 1740 skolēnus,
- organizēti 10 apmācību kursi „Uzņēmējs 5 dienās”, iesaistot 229 dalībniekus, no tiem 35 ideju autori saņēmuši „pirms-inkubācijas” atbalsta pakalpojumus,
- organizēti tehnoloģiju komercializācijas pasākumi un investoru kontaktbiržā tika prezentētas tādas idejas kā cilmes šūnu terapijas attīstības iespējas Latvijā; ielas apgaismojuma vadības elements, kas ir bāzēts uz vienplates datora ar iebūvētu video kameru; tekstilizstrādājumu ražošana no dzintara pavediena un zelta diegiem, vījumā ar līnu, kokvilnu, zīdu tuvo Austrumu tirgum u.c.;
- DEMOLA apmācībās inovatīvu risinājumu izveidošanai atbilstoši tirgus pieprasījumam iesaistīti 118 studenti un 11 uzņēmumi, izstrādāti 13 inovāciju priekšlikumi;
- „Ideju kauss 2014” ietvaros kopumā tika saņemti 314 ideju apraksti, tika saņemti 76 biznesa plāni, no kuriem 12 izvirzīti finālā. Saskaņā ar žūrijas lēmumu, 1.vieta piešķirta biznesa idejai „Rabarber” svētku dzērieni, 2.vieta piešķirta biznesa idejai „Tīršķirnes suņu informācijas sistēmai”, 3.vieta piešķirta biznesa idejai „[Zefīrs] dekoratīvā betona dizaina bloki”, Nominācijā „Eko – inovatīvākā ideja” par labāko tika atzīta ideja „Moduļu sistēma Meet Me! publiskai telpai”.
- Organizēti 8 topošo uzņēmēju TV raidījumi, iesaistot 47 dalībniekus - „Firmas noslēpums” ceturtajā sezonā uzvarētājs - projekts “Silk&Milk”, balvā saņemot *euro* 15 000 sava biznesa attīstībai.
- Mentoringa programmas ietvaros pakalpojumi saņēmuši 40 uzņēmumi (izveidoti 40 pieredzes pārņēmēju pāri), 9 semināros iesaistot 181 dalībniekus.

Ņemot vērā, ka programmas īstenošanas laikā veidojies ietaupījums, programma pagarināta un LIAA 2015.gadā paredz turpināt tādas aktivitātes kā DEMOLA, tīklošanās semināri uzņēmējdarbības uzsācējiem un attīstītājiem, ekspertu paneldiskusijas/semināri, mentoringa programmas īstenošanas pakalpojumi, ideju konkurss "Ideju kauss", konsultācijas biznesa ideju un jaunsāktu uzņēmējdarbības projektu (start-up) autoriem par tālāka finansējuma saņemšanas iespējām.

Programmas apakšaktivitāšu rezultātu izvērtējums

Programmas īstenošanas ietvaros ir izveidotas vairākas apakšaktivitātes ar vairākiem pasākumiem:

(1) Praktiski apmācību pasākumi vidējās un augstākās izglītības iestāžu izglītojamiem, pedagogiem un jaunatnes darbiniekiem par inovatīvas uzņēmējdarbības uzsākšanu

Lai sasniegtu uzstādītos mērķus aktivitātes ietvaros paredzēti motivējoši inovatīvas uzņēmējdarbības apmācību semināri, lai sasniegtu aktivitātes galvenos mērķus:

- veicinātu skolu jaunatni pēc izglītības iegūšanas pievērsties uzņēmējdarbībai.
- Potenciālo uzņēmēju prasmju attīstības veicināšanas pasākumi ar uzņēmējdarbību saistīto aktivitāšu veikšanā.
- Mācību materiālu bāzes pilnveidošana ar uzņēmējdarbību saistīto priekšmetu pasniedzējiem pamata un vidējās izglītības iestādēs, kas izglīto potenciālos uzņēmējus un uzņēmējdarbības uzsācējus.

Mērķa auditorija ir skolēni, kuriem ir nepieciešama pilnvērtīga informācija, lai veiktu apzinātu izvēli attiecībā uz nākotnes profesionālo nodarbošanos vai arī ir veikuši izvēli, taču meklē iespējas uzlabot savu kompetenci ar uzņēmējdarbības uzsākšanu un attīstīšanu saistītos jautājumos.

Šīs darbības ietvaros tiek rīkoti pasākumi, kas vērsti uz potenciālo uzņēmēju vispārējās izpratnes uzlabošanu saistībā ar inovatīvas uzņēmējdarbības uzsākšanu, zināšanu un tehnoloģisko atklājumu pārvēršanu uzņēmējdarbības projektos:

- Apmācību programmas „Skolēnu mācību uzņēmumi“ īstenošana (2009.-2010.gadam)
- Mācību uzņēmumu programmu dalībnieku un pedagogu apmācība (2011.gads)
- Informatīvi semināri jauniešiem par uzņēmējdarbības būtību un inovācijas atbalsta iespējām (2012.gads);
- Semināri skolēniem un skolotājiem reģionos (2013.-2014.gadam)
- Apmācību programmas „Skolēnu mācību uzņēmumi“ īstenošana (2013.gads un 2014.gads)
- Kapacitātes stiprināšanas pasākumu rīkošana pamata un vidējās izglītības iestāžu pedagogiem, mentoriem un jaunatnes darbiniekiem – treneriem
- Pedagogu un jaunatnes darbinieku izglītošanas pasākumi (2010.-2012.gadam)
- Starptautiska skolotāju apmācība SMU programmas realizēšanā (2013.-2014.gadam)
- Latvijas skolu izglītojamo intereses par inovatīviem uzņēmumiem rosināšanas pasākumu rīkošana

Pasākumu organizēšanai izlietotais finansējums Inovatīvas uzņēmējdarbības motivācijas programmas ietvaros: 350 779.29 *euro*

Tabula Nr.3.

Dalībnieki aktivitātes ietvaros pa gadiem.

2010.gads	2011.gads	2012.gads	2013.gads	2014.gads
2888	1373	1907	3371	6518

Tieši uz praktisko uzņēmējdarbību vērstās aktivitātes Skolēnu mācību programmā ļāvušas arī novērot reālas izmaiņas jauniešu saistībā ar uzņēmējdarbību. 2014. gadā tika veikta SMU absolventu aptauja Latvijā, lai pētītu SMU programmas ilgtermiņa ietekmi uz programmas dalībnieku karjeru.

Skolēnu mācību uzņēmumu programmas ilgtermiņu raksturo skaitļi:

- 22% ir jau paši iesaistījušies uzņēmējdarbībā,
- 49% to plāno darīt – dibināt uzņēmumu - nākamo piecu gadu laikā.

Par iegūtajām prasmēm un iemaņām, jauniešiem darbojoties skolēnu mācību uzņēmumu programmā liecina arī JA-YE Europe pētījums 2010. gadā- 14% Junior Achievement programmu absolventi Eiropā iesaistās uzņēmējdarbības aktivitātēs. Tas ir divas reizes vairāk nekā vidējā aktivitāte Eiropā.

Pēc programmas absolvēšanas no SMU par īstu uzņēmumu (Paralēli mācībām un studijām) kļuvuši:

- SIA “Garage bow ties”, Jelgavas Spīdolas ģimnāzijas 12. klases skolēni, produkts: koka tauriņi;
- SIA “Dream sleep”, Madonas Valsts ģimnāzijas 12. klases skolēni, produkts: Spilveni ceļošanai;
- SIA “Kid Cash”, Banku augstskolas 3. Kurša studenti, produkts: Galda spēle.

(2) Tehnoloģiskās intereses/ jaunrades veicināšanas pasākumi

Aktivitātes ietvaros izvirzīti sekojoši mērķi:

- tehnoloģiskās intereses veicināšanas pasākumi jaunatnes un pārējo sabiedrības grupu vidū
- dabaszinātņu un inženierzinātņu studiju popularizēšana sadarbībā ar augstskolām ar mērķi veicināt šo studiju virzienu apgūšanu un parādīt priekšrocības šo studiju absolventiem uzņēmējdarbības karjeras veidošanā

Šīs darbības ietvaros plānotas aktivitātes jaunatnes intereses rosināšanai par dabas zinātnēm, it īpaši tehnoloģiju pielietošanu inovatīvas uzņēmējdarbības attīstībai. Paredzēts pasākumu komplekss, kas ietver informējoša, izglītojoša un motivējoša rakstura aktivitātes galvenokārt izceļot dabas zintātņu nozīmi tehnoloģisko sasniegumu izmantošanai uzņēmējdarbībā, aicinot jauniešus padziļināti apgūt dabas, dzīvības un inženierzinātnes:

- Debašu konkursu un jauno uzņēmējdarbības līderu forums (2009-2010);
- Starptautisko studentu sacensības par tautsaimniecības attīstības projektiem Latvijā (2010);
- Inovācijas projektu konkursi Latvijas augstskolās un Inovācijas dienas studentiem (2011-2014);
- Tehniskās jaunrades dienas Latvijas reģionos;
- Pakalpojumu sniegšana tehnoloģiskās jaunrades un inovācijas rosināšanai jaunatnes vidū – „Mobilā ekspozīcija” (2011-2013).

Pasākumu organizēšanai izlietotais finansējums Inovatīvas uzņēmējdarbības motivācijas programmas ietvaros: 222 437.78 euro.

Tabula Nr.4.

Dalībnieki aktivitātes ietvaros pa gadiem.

2010.gads	2011.gads	2012.gads	2013.gads	2014.gads
1239	3003	1984	1374	920

Vērojot rezultātus, kopš Mobilās ekspozīcijas uzsākšanas 2011.gadā, viennozīmīgi pieaudzis jauniešu skaits, kuri iesaistīti tehnoloģiskās jaunrades veicināšanas pasākumos. Pateicoties šim risinājumam, kad ekspozīciju bija iespējams nogādāt uz jebkuru Latvijas vietu, to bija iespēja apmeklēt pat visattālāko rajonu skolu skolēniem. Mobilās ekspozīcijas mērķis bija sniegt priekšstatu par dabas zinātņu pielietojumu mūsdienu tehnikas risinājumos un priekšmetos, ar kuriem skolēni saskaras ikdienā. Tā kā ekspozīcija bija kalpojusi vairākus gadus un eksponāti sasnieguši nolietojumu, tika nolemts tā vietā organizēt skolēniem vizītes uz Latvijas zinātnes centriem, kuri jau attīstījuši savu darbību katrā Latvijas reģionā.

(3) Apmācību semināri inovatīvo ideju autoriem

Aktivitātes ietvaros izvirzīti sekojoši mērķi:

- sabiedrības un jo sevišķi uzņēmēju informēšana un izglītošana par inovācijas jēdzienu, būtību, priekšrocībām ilgtspējīgas uzņēmējdarbības attīstībā, par jaunākajām tendencēm inovatīvas uzņēmējdarbības virzieniem, par esošo un potenciālo pētniecisko kapacitāti Latvijā.
- potenciālo uzņēmēju prasmju attīstības veicināšanas pasākumi ar uzņēmējdarbību saistīto aktivitāšu veikšanā.
- starta kapitāla piesaistes iespēju paplašināšana uzņēmējdarbības uzsākšanai topošajiem uzņēmējiem ar dažādu uz mērķi orientētu pasākumu palīdzību.
- inovatīvu biznesa ideju plūsmas stimulēšana valsts atbalsta instrumentiem (biznesa ideju un plānu konkursi, Valsts atbalsta programmas u.c.).
- labvēlīgu priekšnoteikumu veidošana personiskai izaugsmei (sacensību gara veicināšana, līdera prasmju attīstības iespēju nodrošināšana, vēlmes pēc atpazīstamības rosināšana).
- sabiedrības informēšana un pārliecināšanas pasākumi, lai uzlabotu tās attieksmi pret uzņēmējdarbību kā profesionālās darbības virzienu/ nodarbinātības veidu.
- sabiedrības iedrošināšana uzsākt uzņēmējdarbību, iepazīstinot sabiedrību un, jo īpaši, uzņēmumus jebkurā to attīstības stadijā ar labās prakses piemēriem inovatīvas uzņēmējdarbības attīstībai, ietverot Latvijas uzņēmēju veiksmes stāstus.

Pasākumi paredzēti potenciāliem uzņēmējiem, kuriem ir vēlme kļūt par pašnodarbināto vai veidot savu uzņēmumu, taču trūkst nepieciešamās informācijas, kas ir arī izglītojoša un motivējoša turpmākām ekonomiskām aktivitātēm. Jo īpaši liela uzmanība tiek pievērsta tiem, kas meklē informāciju un iedrošinājumu veikt inovatīvu uzņēmējdarbību. Reģionos pasākumi rosina iedzīvotāju uzņēmējdarbības aktivitāti, motivē jaunu uzņēmumu un darba vietu izveidei un jaunatnes ekonomiskām iniciatīvām:

- Apmācību kurss "Kļūsti par uzņēmēju 5 dienās"
- Tehnoloģiju komercializēšanas veicināšanas semināri
- Semināru cikls - ideju ģenerēšana; - inovatīvo ideju autoriem; -kontaktbirža ideju autoriem un privātiem investoriem, Praktisko semināru cikls inovatīvo biznesa ideju autoriem
- Apmācības inovatīvu risinājumu izveidošanā atbilstoši tirgus pieprasījumam (pēc Somijas inovāciju tīkla DEMOLA pieredzes parauga)
- Tīklošanas semināri uzņēmējdarbības uzsācējiem un attīstītājiem
- Citi semināri un pasākumi inovatīvo ideju autoriem un uzņēmējdarbības uzsācējiem (Baltic Dynamic, Ekspertu paneldiskusijas / semināri, tai skaitā dažādu biznesa forumu / apmācību semināru ietvaros)

Apmācību pasākumu organizēšanai izlietotais finansējums Inovatīvas uzņēmējdarbības motivācijas programmas ietvaros: 549 938.94 *euro*

Apakšaktivitātes **apmācību kurss „Kļūsti par uzņēmēju 5 dienās“ organizēšana** - mērķis ir topošo uzņēmēju kompetences paaugstināšana, iesaistot apmācībās pēc iespējas lielāku studentu vai citu biznesa ideju autoru skaitu, vienlaikus veicinot plašāku un daudzpusīgāku apmācību pakalpojumu pieejamību Latvijas reģionos. Aktivitāte tiek īstenota kopš 2009.gada. Kopā apmācībuursos piedalījušies 843 dalībnieki (Skatīt Tabulu Nr.5.)

Tabula Nr.5.

Apmācību dalībnieku skaits dažādos reģionos pa gadiem.

Gads	Rīga	Kurzeme	Latgale	Vidzeme	Zemgale	Kopā gadā
2009	22	20	20	20	17	99
2010	25			21	22	68
2011	23	21	25	21	20	110
2012	26	26	25	26	25	128
2013	48	50	40	31	40	209
2014	42	55	42	43	47	229

Veicot aptauju par kursu beigušo dalībnieku tālākajām sekmēm uzņēmējdarbībā, aptaujāti 150 cilvēki. Procentuālais sadalījums starp tiem, kuri ir izveidojuši savu uzņēmumu un, tiem, kuri to nav izdarījuši no visa aptaujāto kursu absolventu skaita (150 cilvēki) ir 33% to paveikuši, bet 67% nē.

Apmācību mērķis ir stimulēt jaunu uzņēmumu rašanos un aptuveni trešdaļa no kursu apmeklētājiem kļuvuši par sava uzņēmuma īpašniekiem, tādejādi veicinot tautsaimniecības izaugsmi īpaši Latvijas reģionos.

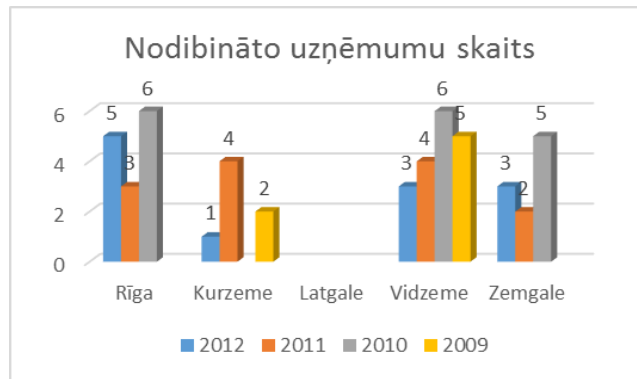
Nozares, kurās darbojas uzņēmumi ir tirdzniecība, kosmētikas ražošana, dažādi pakalpojumi, kokapstrāde, tekstila apstrāde, dizains un kosmētikas ražošana.

Kā piemērus var minēt:

- 2010.gada kursu absolvente no Vidzemes Līga Salmane (SIA "Graenn"), kura izstrādā smaržas un tualetes piederumus;
- 2010.gada kursu absolvente no Vidzemes Linda Silīte (SIA „EkoMako”), kuras nodarbošanās ir makaronu, nūdeļu, kuskusa un līdzīgu miltu izstrādājumu ražošana;
- 2010.gada kursu absolvents no Rīgas Pauls Romands, (SIA „Fotopano”), kurš izstrādā 360 grādu virtuālās tūres;
- 2009. gada kursu absolvents no Kurzemes Gints Ločmelis (SIA "Art Soapworks"), kura uzņēmums nodarbojas ar ziepju, mazgāšanas, tīrīšanas un spodrināšanas līdzekļu, smaržu un kosmētisko līdzekļu ražošanu;
- 2010. gada absolvente no Rīgas Ilze Apsīte ar uzņēmumu SIA „Ducis Variations”, kas veiksmīgi nodarbojas ar speciālu bērniem domātu attīstošo aksesuāru ražošanu.

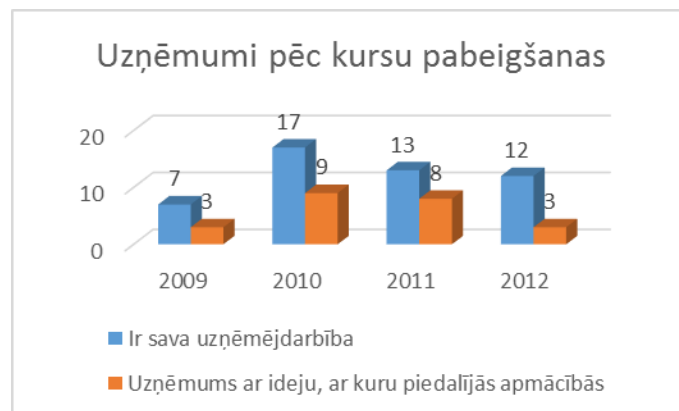
Aptaujāto kursu absolventu nodibināto uzņēmumu skaits sadalījumā pa reģioniem un gadu griezumā:

Attēls Nr.9.



Aptaujāto kursu absolventu nodibināto uzņēmumu skaits sadalījumā pa reģioniem un ņemot vērā faktoru, vai uzņēmums izveidots uz tās idejas pamata, ar kuru dalībnieks piedalījās apmācībās:

Attēls Nr.10.



Apakšaktivitāšu **apmācību semināri tehnoloģiju komercializēšanas veicināšanai un Praktisko semināru cikls inovatīvo biznesa ideju autoriem** ir praktiski apmācību semināri paredzēti Latvijas zinātniekiem un tehnoloģiju pārneses kontaktpunktiem par zināšanu komercializāciju (intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzību, jaunu uzņēmumu veidošanu, riska kapitāla investoru darbību u.c.). Ar mērķi atlasīt ideju autorus, pilnveidot to biznesa modeļus, uzlabot dalībnieku prezentēšanas spējas potenciālajiem investoriem, kā arī veicināt ideju autoru sarunas ar privātajiem investoriem savu biznesa ideju tālākai finansēšanai un attīstībai.

Tabula Nr.6.

Dalībnieki aktivitātes ietvaros pa gadiem.

2010.gads	2011.gads	2012.gads	2013.gads	2014.gads
125	253	238	248	347

Pieprasījums pēc cikla apmācību semināriem – ideju ģenerēšana, biznesa modeļi un finanšu plānošana – ir ļoti liels, neskatoties uz to, ka līdzīgus piedāvā arī Nordea biznesa skola, NVA, pašvaldības. Uz semināriem mēdz pieteikties pat 100 dalībnieku. Šajos semināros galvenokārt piedalās cilvēki, kas ir pirms start-up fāzē. Tikai periodiski šo semināru dalībnieki piedalās cikla noslēguma pasākumā – kontaktbiržā ar investoriem, kur tiek prezentētas start-up idejas.

Cikla noslēguma pasākums investoru kontaktbirža ir vērtīgs pasākums, lai trenētu savas idejas prezentāciju. Salīdzinot sākotnējās prezentācijas un tās, kas tiek sniegtas kontaktbiržā, vienmēr ir novērojams būtisks progress. Vairums ideju ir ļoti agrīnā fāzē, tāpēc nevar piesaistīt riska kapitāla fondu interesi. Iespējams, ka situācija mainīsies līdz ar LATBAN (Latvijas Biznesa eņģeļu asociācija) aktīvāku darbību. Taču, tā kā LATBAN

organizē savus investoru pasākumus, ne vienmēr tā pārstāvji ir ieinteresēti piedalīties LIAA kontaktbiržās. Līdz ar to no organizatoriskā viedokļa ir jāvelta daudz laika, lai nodrošinātu kvalitatīvu investoru auditoriju, kas uzklausa idejas.

Kontaktbiržas līdz galam nepilda investoru piesaistes funkciju, jo, lai arī idejas tiek uzklaustas, ļoti agrīnās stadijās projektos investīcijas praktiski netiek veiktas. Taču iegūtā pieredze un atgriezeniskā saite motivē projektu autorus turpināt attīstīt uzņēmumu, jo vairāk nekā 50 % no kontaktbiržu dalībniekiem nodibina uzņēmumu vai turpina tā attīstīšanu. Tas nereti tiek darīts citos LIAA vai citu organizāciju pasākumos. Piemēram, aplikācijas "Classnote" projekts pēc kontaktbiržas piedalījās arī Nordea biznesa skolā un Seed Forum investoru kontaktbiržā. Procesu vadības sistēmas projekts "VEDIS" piedalās tīklošanās semināros un šovā "Firmas noslēpums". Kontaktbiržās regulāri piedalās arī inkubatoru uzņēmumi.

Kā rāda vairāku Latvijas start-up piemēri (Infogram, Fastr), privātās investīcijas un klientus izdodas piesaistīt dažādos start-up forumos ārpus Latvijas. Tāpēc treniņa nolūkos investoru kontaktbiržas Latvijā būtu jāorganizē angļu valodā, kā arī pirms kontaktbiržas apmācībā jāiekļauj apmācība par idejas prezentēšanas specifiku starptautiskās start-up konferencēs. Iespējams, ka jāattīsta prakse, kāda tika īstenota IT konsultāciju noslēguma kontaktbiržā, kad notika investoru balsošana par labāko prezentāciju, kuras autori saņēma biļetes dalībai start-up konferencē *Slush*. Tas papildina ideju autoru motivāciju piesaistīt investīcijas ar savstarpējo konkurenci, kas nāk par labu kvalitātei. Daļēji Latvijas ideju autoru vidū starptautiskos start-up pasākumus aktualizē un tiem sagatavo IT nozarē TechHub Riga, bet citās nozarēs šādas aktivitātes nenotiek. Tāpēc, iespējams, būtu vērts veidot šādus sagatavošanas pasākumus un piešķirt līdzfinansējumu dalībai pasākumā. Daļa start-up projektu šādam nolūkam mēģina izmantot Ārējo tirgu apgūšanas programmu, bet to iespējams izmantot tikai eksporta pasākumiem un eksporta partneru meklēšanai, bet ne start-up ideju prezentēšanai starptautiskos investoru forumos. Vairāku start-up projektu (Qfer, Furny, Conelum) autori ir norādījuši, ka viņiem pietrūkst zināšanu par to, kas tiek sagaidīts minētajos starptautiskajos pasākumos un būtu nepieciešama sagatavošanās Latvijā.

Apakšaktivitātes **apmācības inovācijas rosināšanai un tuvināšanai tirgum DEMOLA** - Apmācības paredzētas, lai iesaistītu augstāko izglītības iestāžu vecāko kursu studentus (vēlams – no dažādiem studiju virzieniem, ieskaitot dabas, dzīvības un inženierzinātņu studiju virzienus) tādu jaunu produktu izstrādē, kas nepieciešamas konkrētu strādājošu komercsabiedrību vajadzībām. Aktivitāte uzsākta 2013. gada nogalē un notiek visu 2014.gadu.

Pirmajā apmācību uzsaukumā pieteikti 8 problēmjautājumi no vadošiem IT nozares un ražošanas uzņēmumiem, kā arī valsts iestādes un *start-up* idejas. Savas idejas Latvijas augstskolu studentu rīcībā pavasara inovāciju semestra ietvaros nodevuši „U2 (*Ultimate Umbrella*)”, „Car info”, „FMS”, „Sidrabe”, „DPA”, „ARTV”, „Horizon”, kā arī Valsts Zemes dienests. Trīs uzņēmumi no pavasarī studentu sagatavotajiem risinājumiem iegādājās licenci rezultātu izmantošanai, piecas komandas apņēmušās turpināt strādāt pie savām idejām jau ārpus DEMOLA projekta, un pieciem studentiem ir piedāvāts darbs pie projekta partnera. Rudens sezonā studentiem projektus piedāvā Lattelecom BPO (1188 mobilās lietotnes nākotnes perspektīvas), Prometal Group (sēklu diedzēšanas iekārtas izstrāde), Z/s Ķelmēni (maizes ceptuves procesu monitorēšanas sistēmas izveide), Wilde Transport/Wilde Logistics (jaunu transporta un loģistikas produktu izveide), Travel Out There (jauna produkta izveide – ceļojums komandas saliedēšanai) un Ozols grupa (efektīvas klientu atbalsta sistēmas izveidošana).

Visi apmācību pasākumi, tikšanās un darba grupas aptvēruši plašu studentu loku no daudzām augstskolām un dažādām fakultātēm. Kopumā 2014.gadā DEMOLA apmācībās piedalījušies 118 studenti. Projekta īstenošanas laikā kopumā tika atrisināti 12

komercsabiedrību piedāvātie uzdevumi, kā arī 1 kopdarbības – valsts pārvaldes institūcijas un uzņēmuma problēmjaudājumus, kas skar uzņēmējdarbības izaugsmes jautājumus.

Pēc aizvadītās pirmās apmācību sezonas tika veikta studentu aptauja un savas atbildes sniedza puse dalībnieku. Studenti kopumā ir apmierināti ar projektu un iesaka dažādus uzlabojumus. Studenti atzīst, ka ieguvuši daudz jaunu kontaktu, zināšanas, izaicinājumu, prasmi darboties komandā. Dalībnieki visvairāk atzīst, ka lielākais projekta ieguvums ir izpratne kā radīt jaunu produktu, prasme strādāt komandā un iespēja satikt nozares profesionāļus un ekspertus.

Uzņēmumi, kuri pieteica problēmjaudājumus ir apmierināti ar sasniegtajiem rezultātiem un sniedz pozitīvas atsauksmes par studentu veikto darbu uzdevumu izpildē. Kopā 3 studentiem ir piedāvāts darbs uzņēmumos, kā arī studenti gan kopā ar uzņēmumu, gan savā komandā plāno turpināt idejas attīstību un uzsākt savu biznesu 4 gadījumos. Savukārt vienā gadījumā no potenciālā klienta ir saņemts suzaicinājums par risinājuma izgatavošanu.

Dažas no sadarbības augstskolām pēc pirmās sezonas sākūšanas izskatīt jautājumus par studentu motivāciju nākamajam semestrim, kā studiju programmu priekšmetus tuvināt DEMOLA apmācībām un piešķirt kredītpunktus.

(4) Atbalsta pasākumu nodrošināšana uzņēmējdarbības uzsācējiem un esošiem uzņēmumiem

Šīs aktivitātes ietvaros tiek nodrošināti pasākumi, lai veicinātu esošu un jaunu uzņēmēju kompetenci un informācijas pieejamību attiecībā uz finansējuma un konsultatīvā atbalsta saņemšanu. Tāpat tiek rīkoti pasākumi, kas vērsti uz iedzīvotāju iedrošināšanu iesaistīties uzņēmējdarbībā, uzņēmējdarbības gara modināšanu sabiedrībā, inovācijas lomas uzsvēršanu veiksmīgā uzņēmējdarbībā, atklājot arī neizbēgamas konkurences aspektus, tādejādi aicinot sabiedrību pašrealizēties, iesaistoties uzņēmējdarbībā un īstenojot biznesa idejas ar augstu izaugsmes un peļņas potenciālu:

- Mentoringa programmas īstenošana
- Latvijas inovatīvo biznesa ideju konkurss “Ideju kauss”
- Topošo uzņēmēju TV sacensības “Firmas noslēpums”
- Konsultācijas biznesa ideju un jaunsāktu uzņēmējdarbības projektu (start-up) autoriem par finansējuma saņemšanas iespējām (konsultācijas sniedz esošie biznesa akseļeratori)
- Semināri par inovācijas lomu uzņēmējdarbībā

Pasākumu organizēšanai izlietotais finansējums Inovatīvas uzņēmējdarbības motivācijas programmas ietvaros: 1 135 922 *euro*

Apakšaktivitāte **mentoringa programmas īstenošanas pakalpojumi** - pieredzējušu uzņēmējdarbības ekspertu (mentoru) brīvprātīgs darbs ar praktizējošiem uzņēmējiem, kā arī uzņēmējdarbības iesācējiem to sākotnējā darbības stadijā ar mērķi laikus konstatēt un novērst iespējamos uzņēmējdarbības riskus un virzīt Mentoringa programmas dalībnieku darbību perspektīvā virzienā.

Tabula Nr.7.

Pieredzes pārņēmēju skaits.

2010.gads	2011.gads	2012.gads	2013.gads	2014.gads
24	20	30	30	40

Būtiskākie ieguvumi pieredzes pārņēmēju skatījumā (ņemot par piemēru 2014. gada 2.grupas dalībniekus):

- Biznesa idejas vispusīgs novērtējums – 56%
- Pamatidejas maiņa vai korekcija – 19%
- Produkta novērtējums vai korekcija – 50%
- Tirgus izvērtējums, korekcija – 50%
- Potenciālās peļņas izvērtējums – 62%
- Pasākumi efektivitātes paaugstināšanai – 69%

Kā galvenos pieredzes pārņēmējus var minēt:

- SIA „Lūšu drava” – būtisks mentores – finanšu speciālistes ieguldījums, kas ļāva profesionāli sagatavot dokumentus kredītiestādei, saņemt finansējumu un attīstīt darbību;
- „IT sapiens” – pirmais pamudinājums eksporta virzienā Mentoringa programmas ietvaros, šobrīd atsevišķi produkti populāri globālā tirgū;
- SIA „Locker” – izstrādāts produkts, tā iepakojums un cena, pirmās eksporta ieceres, pašlaik galvenais noieta tirgus - Vācija

Mentoringa programma kopumā vērtējama kā sekmīga, jo sasniegti ne vien izvirzītie mērķi – nodrošināt mentoru palīdzību un biznesa pieredzē balstītu zināšanu nodošanu konkrētam pieredzes pārņēmēju skaitam, bet Programmas ieviešanas gaitā mentoringa jēdziens guvis atzinību un atpazīstamību plašākā, arī uzņēmējdarbībā tieši neiesaistītā auditorijā, piemēram, par šo aktivitāti zināja skolu izglītojamie semināros uzņēmējdarbības veicināšanai. Tas saistāms ar veiksmīgu marketinga kampaņu plašsaziņas līdzekļos, ko papildus veicināja mediju pārstāvju interese par mentoringa pasākumiem kā sociāli atbildīgas uzņēmējdarbības attīstību no vienas puses (mentoru motivācija iesaistīties un dalīties zināšanās, lai veidotu labāku vidi Latvijā) un pieredzes pārņēmēju gatavība dalīties savās problēmās un vēlme neapstāties un iegūt jaunas zināšanas, lai īstenotu savu biznesa projektu. Šīs aktivitātes labā reputācija nodrošināja atsaucību pieteikšanās posmā, piem., 50 dalībnieki uz 20 pieredzes pārņēmēju vietām 2014. gada otrajā grupā, radot iespēju atlasīt kvalitatīvākus projektus.

Programmas gaitā no 2009.g. mainījusies aktivitāšu dalībnieku saziņas vide, arvien lielāku nozīmi gūstot informācijas apmaiņai sociālajos tīklos, piemēram, 2014.gada Mentoringa programmas aktivitātēm tika izveidots konts Mentoringa programma/facebook.com, kas kopš atvēršanas maija sākumā ir kļuvis par kopienu, kur vairāki simti dalībnieku apmainās ar aktuālu biznesa informāciju. Tas attiecināms arī uz aktivitātes informatīvajām kampaņām, piemēram, pēdējo gadu laikā klātienē informatīvie semināri zaudējuši efektivitāti salīdzinājumā ar informācijas apriti virtuālā vidē. Savukārt, klātienē tikšanās arvien būtiskāka kļūst ne vien mentora un pieredzes pārņēmēja, bet savstarpējā sociālā komunikācija (*networking*), mentoriem mācoties vienam no otra, pieredzes pārņēmējiem uzzinot par uzņēmējdarbības uzsākšanas problēmu risinājumiem vai apspriežot tās ar citiem mentoriem, tādējādi padarot tikšanos maksimāli efektīvu.

Papildus Mentoringa programmas tiešajiem ieguvumiem: kompetences semināriem, tikšanās ar mentoriem un pieredzes stāstiem, jāmin vēl daži aspekti, kas nodrošina jaunā uzņēmēja biznesa attīstību un ilgtspēju: iegūti jauni gan pieredzes pārņēmēju, gan mentoru kolēģu kontakti, komunikācija ar mentoru turpinās arī pēc noslēguma pasākuma, iegūta informācija un īstenota iesaistīšanās citās Programmas aktivitātēs (apmācībās, semināros, biznesa ideju konkursos). Bieži mentorings kā viena no atpazīstamākām aktivitātēm ir jaunā uzņēmēja pirmā iepazīšanās arī ar citiem atbalsta instrumentiem un pakalpojumiem, kam

seko, piem., līguma par eksporta veicināšanu noslēgšana, iestāšanās asociācijās, kredītiestāžu finansējuma saņemšana un tml.

Apakšaktivitātes **Latvijas inovatīvo biznesa ideju konkurss “Ideju kauss”** - Mērķis ir konkursa veidā iedrošināt ideju autorus attīstīt inovatīvu (uz eksportu orientētu) biznesa ideju, ko atbilstoši „Ideju kausa” metodikai konkursa gaitā attīstīt līdz iespējami gatavam biznesa projektam.

Tabula Nr.8.

Finansējums konkursa norises un noslēguma (apbalvošanas) pasākuma īstenošanai, tai skaitā pārraides sagatavošana un translēšana televīzijā (*euro*)

2009.gads	2010.gads	2011.gads	2012.gads	2013.gads
35 500.65	38 083.15	45 659.30	50 988.48	48 023.10

Tabula Nr.9.

Dalībnieku skaits apakšaktivitātes ietvaros

Gads	Iesniegtās idejas	Iesniegtie biznesa plāni
2009	559	
2010	667	89
2011	485	93
2012	490	87
2013	331	68
2014	314	76

2014.gada otrajā pusē tika veikta telefonaptauja, kurā uzrunāti 206 konkursa “Ideju kauss” dalībnieki. No tiem, kuri atbildēja, ka šobrīd ar uzņēmējdarbību nodarbojas, 30 dalībnieki teica, ka attīsta to pašu ideju ar kuru startējuši konkursā. Savukārt 32 no visiem uzsākuši citas idejas attīstīšanu.

Daļa no dalībniekiem izmanto arī citus Latvijā pieejamos atbalsta instrumentus, tai skaitā tos, ko piedāvā LIAA:

- EQpos skaņas korekcijas tehnoloģija sadarbībā ar UK fondu ieguldījuši idejas attīstībā 1 milj. eiro, strādā 10 cilvēki, pašlaik piesaista investīcijas un attīsta tehnoloģiskus risinājumus;
- Ķiršu kauliņu preču ražošanas ideja, izveidota sadarbība ar piegādātājiem, dabīgo preču veikaliem, izveidota mājaslapa un tiek attīstīts eksports, uzvara izstādē "Elementi 2013";
- Dizaina ragavas “Žube”, produkcija tiek tirgotā Latvijā un ārvalstīs;
- Koka brilles “Mara optic”, kuras šobrīd tiek veiksmīgi tirgotas. Papildus konkursam “Ideju kauss”, piedalījās arī TV spēlē “Firmas noslēpums”;
- Mightyfingers saka savu ceļu uz uzņēmējdarbību konkursā “Ideju kauss” un turpināja LIAA kontaktbiržā biznesa ideju autoriem un investoriem;

Vairāku gadu gaitā Ideju kauss dalībnieku vidū ir novērota tendence, ka Latvijas iedzīvotāji, domājot par uzņēmējdarbību, vēro sev apkārt notiekošu un vēlas risināt dažādus sev aktuālus trūkumus. Piemēram ir bijis posms, kad ļoti aktuāls jautājums bija drošas velonovietnes vai arī drošības atslēgas velosipēdiem. Dažādi IT risinājumi (piem. aplikācijas),

kas atvieglotu ikdienā izmantojamās informācijas lietošanu un savienošanu arī ir bijusi tendence. Protams, dažādu tekstila, pārtikas izstrādājumu un preču bērniem ražošana ir aktuāla vienmēr, kā arī valdošā eko dzīves stila popularitāte.

Apakšaktivitāte **topošo uzņēmēju TV sacensības** – tika ieviesta, lai paplašinātu sabiedrības interesi par uzņēmējdarbību, mazinātu negatīvos stereotipus, aktivitātes ietvaros tika veidots TV raidījumu cikls, kura ietvaros izklaidējošu sacensību veidā tika atainoti uzņēmējdarbības uzsākšanas soļi, pieejamais finansiālais un cita veida atbalsts. Četrus sezonu laikā raidījums ieguvis atpazīstamību sabiedrībā un sasniedzis augstus skatītāju reitingus (2014.g. sezonas fināla raidījumu noskatījās 148 000 skatītāju).

Aptaujājot 31 no visiem sacensību dalībniekiem izdevās noskaidrot, ka no visiem, kuri apņēmīgi turpina ceļu uz personīgo biznesu, 10 to dara, īstenojot ideju, ar kuru startēja spēlē. Savukārt 15 bijušie dalībnieki iegūto pieredzi izmanto citu biznesa ideju īstenošanai. Dalībnieki pēc tam piedalās arī citu organizāciju atbalsta aktivitātēs, kā arī LIAA Motivācijas programmas pasākumos:

- „Forta Nota” saņēmuši 2000 *euro* finansējumu, piedalās Windows konkursā ar mobilo aplikāciju MightyFingers (iepriekš ar ideju Mightyfingers piedalījušies konkursā “Ideju kauss”)
- “Huglock” veiksmīgi piedalījies konkursā “Ideju kauss” un pēcāk TV sacensībās “Firmas noslēpums”, kā arī LIAA kontaktbiržā ideju autoriem un investoriem.

Apakšaktivitātes **konsultācijas biznesa ideju un jaunsāktu uzņēmējdarbības projektu (start-up) autoriem par tālāka finansējuma saņemšanas iespējām** mērķi ir:

- potenciālo uzņēmēju prasmju attīstības veicināšanas pasākumi ar uzņēmējdarbību saistīto aktivitāšu veikšanā;
- starta kapitāla piesaistes iespēju paplašināšana uzņēmējdarbības uzsākšanai topošajiem uzņēmējiem ar dažādu uz mērķi orientētu pasākumu palīdzību;
- inovatīvu biznesa ideju plūsmas stimulēšana valsts atbalsta instrumentiem (biznesa ideju un plānu konkursi, Valsts atbalsta programmas u.c.);

Konsultāciju saņemšanai ideju atlase tiek veikta pēc noteiktas metodikas, kas nodrošina to, ka atbalstu saņem jau nedaudz pārdomāti projekti, kuru autoriem nepieciešamas specifiskas nozares zināšanas, ekspertu un citu projektu vērtējums par ideju, kā arī lielāka apjoma investīcijas. Tas attiecīgi ir atbilstoši Latvijas riska kapitāla fondu interesēm. Pēc 2014. gada otrajā pusē notikušajām konsultācijām vairāki riska kapitāla fondi norādīja, ka daļa no redzētajiem projektiem (Qfer, files.fm, Furny) varētu saņemt investīcijas. Tie ir prezentējušies arī citos investoru forumos, piemēram, Seed Forum Latvijas konferencē, pretendējuši uz dalību Slush konferencē.

Televīzijas šova “Firmas noslēpums” 2014.gada sezonas uzvarētāja Diāna Urtāne (Liepniece) ar Zīdīšanai piemērotu dizaina apģērbu jaunajām māmiņām saņēma konsultācijas biznesa plāna pilnveidē.

Apakšaktivitāte **Tīklošanas semināri** - uzsākot rīkot tīklošanas seminārus (4 x gadā), pārsteidza negaidīta pasākumu popularitāte – katru semināru apmeklēja vairāk kā 60 cilvēki, kas parāda, ka jaunie uzņēmējiem ir ļoti svarīgi pārvarēt kautrību, veidot kontaktu ar citiem uzņēmējiem un apspriest sev aktuālus jautājumus. To viņiem palīdz darīt neformālā

pasākuma gaisotne. Divu gadu laikā semināros piedalījies 521 dalībnieks (2013.gadā 278 dalībnieki un 2014.gadā 243 dalībnieki).

Programmas ieviešanas mehānisma pozitīvā pieredze

(1) Atsaucības līmenis dažādās Motivācijas programmas aktivitātēs ir ļoti augsts un tā pienesums ir acīmredzams – no trešās daļas līdz pat 70% dalībnieku pēc dažāda veida pasākumiem ir uzsākuši vai turpinājuši attīstīt savu uzņēmējdarbību, kas ir ļoti augsts rādītājs, veicinot kopējo uzņēmējdarbības aktivitāti valstī. Tanī pat laikā, vairāki uzņēmumi pēc piedalīšanās Motivācijas programmas aktivitātēs, ir turpinājuši savu izaugsmi, izmantojot iespējas piedalīties starptautiskos pasākumos gan meklējot investorus, gan attīstoties jaunos tirgos. Rezultātā Motivācijas programma ir atzīstama kā efektīvs veids uzņēmējdarbības aktivitātes veicināšanai, cilvēkkapitāla pieauguma attīstīšanai un inovāciju radīšanai;

(2) Radot jaunu uzņēmējdarbības uzsākšanas atbalstīšanas un attīstīšanas tīklu caur Motivācijas programmu, pieredzi pārņēmušas arī vairākas privātā sektora un nevalstiskā sektora organizācijas, kuras uzsākušas privātas aktivitātes un uzņēmējdarbības atbalsta pasākumus: Hipotēku bankas konkurss „Lec biznesa”, Swedbank grantu konkurss „Atspēriens”, biznesa ideju konkurss „Cēsis var!” u.c. Jaunajiem uzņēmējiem kļuvis pieejamāks arī arvien plašāks klāsts ar dažādām apmācībām, piemēram, Rīgas Tehniskās universitātes „Jauno uzņēmēju akadēmija”, Nordea biznesa skola u.c. Kā rezultātā, Motivācijas programma ir veicinājusi privātā un nevalstiskā sektora pašiniciatīvas un stimulējusi ekonomiskās aktivitātes paaugstināšanos ar tirgus mehānismiem;

(3) Motivācijas programmas sniegtās aktivitātes ir novērtējamas par kvalitatīvām un efektīvām, salīdzinājumā pēc to veidiem ar citām Eiropas Savienības valstīm, kur arī tiek organizētas gan mentoringu programmas, gan TV šovi, gan radīti skolēnu mācību uzņēmumi. Vērtējot sasniegtos rezultātus starptautiskā līmenī, Latvijas uzņēmēji sasniedz labus rezultātus – piemēram, 85 starptautisko skolēnu mācību uzņēmumu konkurencē, 2 no sešām nominācijām ieguva Latvijas skolēni, dalība starptautiskās kontaktbirzās un riska kapitāla fondos vairākiem uzņēmumiem ir vainagojusies ar piešķirti lieliem investīciju fondiem (piemēram 2013.gadā „Imprimatur Capital Seed Fund” investēja 200 000 *euro* SIA „Conelum” pārtikas produktu kvalitātes pārbaudes testa tehnoloģijas „EloKIT” virzīšanā; 2012.gadā SIA „Pogritech” piesaistīja 650 000 *euro* lielas investīcijas);

(4) Motivācijas programmas aktivitātes ne vien rada jaunus uzņēmumus un attīsta inovācijas, bet arī piedāvā kvalitatīvas darba vietas jauniešiem. Piemēram, tehnoloģiju attīstīšanas jomā labi panākumi ir aktivitātei „Apmācības inovācijas rosināšanai un tuvināšanai tirgum DEMOLA”, kurā, jaunu produktu izstrādē, kas nepieciešams konkrētu strādājošu komercsabiedrību vajadzībām, piedalās dažādu, tai skaitā, dabas, dzīvības un inženierzinātņu studiju programmu vecāko kursu studenti. Pirmā cikla noslēgumā piedalījās 30 studenti, trīs uzņēmumi no studentu sagatavotajiem risinājumiem iegādājās licences, piecas komandas turpinās darbu pie projekta izstrādes ārpus DEMOLA, kā arī pieciem studentiem ir piedāvāts darbs pie projekta partnera.

Programmas ieviešanas mehānisma negatīvā pieredze

(1) Viens no lielākajiem savlaicīgu pasākumu ieviešanas kavēkļiem ir iepirkumu procedūras, kuras ievelkas pat vairākus ceturkšņus. Tās ir gan laiktīlīgā, gan finanšu un cilvēkresursu ietilpīgā, tanī pat laikā arī neelastīgas un birokrātiskas. Lai risinātu iepirkumu problēmu, tika uzsākts slēgt iepirkumus par pakalpojumu sniegšanu divu gadu garumā, tomēr

šādu līgumu ir maz un arī tiem pastāv zināmi riski, kā neelastība un šķēršļi pielāgoties situācijai pēc gada;

(2) Apmācību kursu „Uzņēmēji 5 dienās” rezultātā aptuveni trešā daļa dalībnieku uzsāk savu uzņēmējdarbību, tomēr neviens uzņēmējdarbību pēc šiem kursiem nav uzsācis Latgales reģionā, kas norāda uz joprojām aktuālo reģionālo diversifikāciju un nepieciešamību vairāk vērst uzmanību uz mazāk attīstītajām teritorijām. Šis nozīmētu ne vien samazināt apmācību skaitu Rīgā un palielināt, piemēram, Latgales reģionā, bet arī izprast vairāk vietējās teritorijas nepieciešamības, kuras turpmāk arī uzsvērt kursus organizējot. Kopumā ne tikai šo apmācību modelis jāpārskata kontekstā ar mazāk attīstītajiem reģioniem, bet tai skaitā, jādoma par jauniem instrumentiem, kas vairāk fokusēti uz uzņēmējdarbības uzsākšanas vai attīstīšanas veicināšanu teritorijās ar zemu nodarbinātību. Aptauju rezultātā apmācību kursu dalībnieki norāda arī par grūtībām izbrīvēt vairākas dienas brīvas apmeklējumam, kā vietā piedāvā kursus organizēt internetā kā on-line apmācības;

(3) Īpaši pēckrīzes periodā, ņemot par piemēru Motivācijas programmas aktivitātes, vairākas privātā sektora un nevalstiskā sektora organizācijas ir uzsākušas piedāvāt pēc būtības dublējošas pasākumus kā mentoringa programmas, kontaktbiržas, tīklošanās semināri, dažāda veida apmācības u.c. (skatīt iepriekš). Rezultātā, Motivācijas programmas aktivitātes pārklājas ar citām programmām, veidojot zināma līmeņa pakalpojumu dublēšanos tirgū. Var uzskatīt, ka dublējot jau tirgū darbojošos pasākumus, izmantotie valsts rīcībā esošie resursi netiek apsaimniekoti ar visaugstāko efektivitāti. Tomēr tas rada jaunu izaicinājumu, no jauna identificēt uzņēmējdarbības uzsākšanai nepieciešamos atbalsta instrumentus, precīzāk definēt līdz šim nesasniegto mērķauditoriju un mērķa grupas ar augstāko vajadzību līmeni;

(4) Vairāku pasākumu dalībnieki ir norādījuši par starptautiskā konteksta trūkumu, pārāk lielo koncentrēšanos nacionālā līmenī un līdz ar to nepilnīgas kvalitātes aktivitātēm. Tas attiecas īpaši uz aktivitātēm, kas saistītas ar investoru piesaisti (kā, piemēram, kontaktbiržas) vai ārvalstu tirgu apgūšanu. Dalībnieki norādījuši, ka viņu interesēs būtu vairāk uzzināt, kā prezentēt sevi starptautiska līmeņa investoriem, piesaistīt ārvalstu riska kapitālu u.c. Kā labs piemērs šādu vajadzību izpratnei un nodrošināšanai, ir Vācijas mentoringu tīkls, kas ir fokusēts vienīgi uz uzņēmējdarbības uzsākšanu un attīstīšanu darbam Silīcija ielejā (ASV) <http://germanaccelerator.com/about-us/#mentors>;

(5) Ir konstatētas problēmas, ar kurām saskaras jaunie uzņēmēji, bet kuras līdz šim nepietiekami risina Motivācijas programmas aktualitātes:

- **Finansējums.** Liela daļa jauno uzņēmēju meklē finansējumu uzņēmējdarbības uzsākšanai. Nereti tie ir salīdzinoši nelieli naudas līdzekļi prototipu izstrādei, specifisku iekārtu iegādei vai eksperimentālo partiju saražošanai.
- **Nenoteikts biznesa modelis.** Biznesa ideju autoriem nepieciešama palīdzība, lai varētu precīzi definēt klientus, mērķa tirgus, resursus un citas nianšes. Daudzos gadījumos biznesa modelis tiek pārveidots un pēc laika būtiski atšķiras no sākotnēji iecerētā.
- **Noslēpums.** Daudzi biznesa uzsācēji baidās par savu ideju stāstīt kādam citam. Diemžēl tas traucē tās attīstībai.
- **Komanda.** Bieži uz konsultācijām ierodas cilvēks bez komandas, tikai ar ideju un vēlmi uzsākt biznesu. Ļoti svarīgi ir apzināties, ka viens pats cilvēks nav cīnītājs. Lai attīstītu biznesu ir nepieciešama spēcīga komanda. Vienam labi padodas pārdošana, bet citam plānošana un finanses.
- **Vadītāja trūkums.** Bieži cilvēkiem ir lieliska biznesa ideja, bet nav tās virzītāja. Īpaši izteikti tas redzams attiecībā uz zinātniskajām idejām un izgudrojumiem. Pietrūkst cilvēku, kuri būtu gatvi partnerībai un savas kompetences varētu izmantot biznesa ideju attīstībai.

- **Nedrošība par izdošanos.** Uzņēmējdarbības uzsācēji nereti jautā: „Vai manu produktu klienti pirks un lietos? Kas notiks, ja es izgāzīšos un bankrotēšu?” Arī Latvijā valda Ziemeļvalstu rakstura iezīmes attiecībā uz bailēm no neveiksmes. Tas attur cilvēkus uzsākt jaunu piedzīvojumu – dibināt uzņēmumu. Jaunie uzņēmumi IT biznesā ir izņēmums, jo daudziem ir skaidri biznesa principi šajā sektorā.
- **Neskaidra produkta koncepcija un izplatīšanas kanālu trūkums.** Sākotnēji būtu jāsaprot: Kas ir produkts, kas to pirks un cik par to maksās. Vai tirgū jau ir līdzīgi produkti, ar ko mans produkts būs labāks un kā es atšķiršos? Kādas būs mana uzņēmuma konkurētspējas priekšrocības? Parasti investīciju piesaisti kavē tas, ka produkts nav izstrādāts līdz galam, nav zināmi klienti un uzņēmumam vēl nav apgrozījums.

Ir problēmas un jautājumi, kurus LIAA var palīdzēt risināt ar konsultāciju un apmācību palīdzību, bet arī pašiem jaunajiem uzņēmējiem ir jāiegulda darbs un apņēmība, ir neatlaidīgi savs mērķis jāīsteno.

Secinājumi un priekšlikumi

Balstoties uz aktivitāšu izpildītāju iesniegtajām atskaitēm LIAA, ir bijis iespējams apkopot rādītājus par dalībnieku skaitu un dinamiku gadu gaitā, kā arī atgriezenisko saiti no iesaistītajiem. Ņemot vērā programmas pasākumu rezultātos rādītājus, kas ik gadu stabili palielinājušies, cilvēku interese par dažādiem uzņēmējdarbības jautājumiem ir bijusi pieaugoša. Sabiedrības izglītošanā ir veikts nozīmīgs ieguldījums, kas, ja ne uzreiz rezultējies ar jaunu uzņēmumu dibināšanu, tad viennozīmīgi paplašinājis cilvēku redzesloku un izpratni par uzņēmumu darbības principiem un veidojis uzņēmējdarbības uzsākšanai labvēlīgāku vidi.

Motivācijas programmai definētais uzraudzības rādītājs ir bijis iesaistīto personu skaits, kur attiecīgi mērķis definēts 2250 dalībnieku 2013.gadā (kumulatīvā izteiksmē kopš uzsākšanas) jeb aptuveni 300 – 350 personas gadā. Līdz šim Motivācijas programmā piedalījušies jau aptuveni 38 tūkstoši dalībnieku, tai skaitā, vairāk kā 9600 tūkstoši dalībnieku iesaistījušies 2014.gadā, bet 2013.gadā kopējais dalībnieku skaits sasniedza tuvu 8 tūkstošus personu. Jāņem vērā, ka viena un tā pati persona var piedalīties vairākos Motivācijas programmas pasākumos, līdz ar to iesaistīto personu skaits ir zemāks.

Tajā pat laikā ir novērojams, ka iesniegto ideju skaits Latvijas inovatīvo biznesa ideju konkursam „Ideju kauss” samazinājies no vairāk kā 650 iesniegumiem 2010.gadā līdz nedaudz virs 300 iesniegumiem 2013.gadā. Šo apstākli varētu skaidrot ar faktu, ka “Ideju kauss” ietvaros nav paredzētas balvas no Motivācijas programmas budžeta, kā rezultātā uzņēmējiem nav interese iesaistīties konkursā. Balvu fondu būtu jāparedz Motivācijas programmas budžetā. Papildus tam 2015.gada pieredze “Ideju kauss” organizēšanā rāda, ka konkursa norise ir apdraudēta privātā partnera atteikšanās dēļ. Šis apstāklis būtu jāņem vērā organizējot konkursu nākotnē, un jācenšas atbrīvoties no daudziem maziem privātajiem līdzdalībniekiem atstājot tikai dažu jomu lielos sadarbības partnerus no konkrētām nozarēm, kuri piedalītos labāko konkursu vērtēšanā.

Specifiskā atbalsta mērķis ir veicināt inovatīvu un tehnoloģiski intensīvu komersantu attīstību, kam atbilstoši ir izvirzīts rezultatīvais rādītājs – inovatīvo komersantu īpatsvars procentos no visiem komersantiem. 2010.gada bāzes vērtība ir 29.9%, 2012.gadā tas sasniegts jau 30,4%, šāds apsekojums tiek veikts reizi 2 gados. Tanī pat laikā, par sasniegtajiem

rezultātiem var arī spriest pēc notikušo aktivitāšu dalībnieku aptaujām un partneru intervijām, kas veiktas 2013. – 2014.gadā.

Pēc dalībnieku aptaujas, daļa dalībnieku pēc dažādām Motivācijas programmas uzņēmējdarbības uzsākšanai paredzētām aktivitātēm (skolēnu mācību uzņēmumi, apmācību semināri, televīzijas šovi u.c.) ir uzsākuši savu uzņēmējdarbību, piemēram, pēc apmācību kursa „Kļūsti par uzņēmēju 5 dienās” 150 dalībnieku aptaujas uzņēmumu izveidojuši 33% (ar lielāko īpatsvaru Vidzemē), savukārt pēc kontaktbiržām pat aptuveni puse dalībnieku nodibina uzņēmumu vai turpina tā attīstīšanu.

Tehnoloģiju attīstīšanas jomā labi panākumi ir aktivitātei „Apmācības inovācijas rosināšanai un tuvināšanai tirgum DEMOLA”, kurā, jaunu produktu izstrādē, kas nepieciešams konkrētu strādājošu komercsabiedrību vajadzībām, piedalās dažādu, tai skaitā, dabas, dzīvības un inženierzinātņu studiju programmu vecāko kursu studenti. Pirmā cikla noslēgumā piedalījās 30 studenti, trīs uzņēmumi no studentu sagatavotajiem risinājumiem iegādājās licences, piecas komandas turpinās darbu pie projekta izstrādes ārpus DEMOLA, kā arī pieciem studentiem ir piedāvāts darbs pie projekta partnera. Tātad šī aktivitāte palīdz radīt ne tikai tehnoloģiski intensīvu un inovatīvu ideju realizāciju pēc uzņēmēju interesēm, bet arī rada jaunas un kvalitatīvas darba vietas jauniešiem. Ņemot vērā aktivitātes specifiku, kas paredz dalībniekiem ikdienas darbu apskati konkrētos uzņēmumos, tātad atstāj iespaidu uz uzņēmēju ikdienas darba procesu un laiku, DEMOLA ietvaros būtu nepieciešams rosināt uzņēmējus vairāk iesaistīties aktivitātē, paredzot tiem speciālas balvas.

Attīstīt inovācijas būtiski palīdz arī mentoringa programma, kur 70% pieredzes pārņēmēju norāda, ka īpašs ieguvums bijis efektivitātes paaugstināšanai uzņēmumā un biznesa idejas pilnveidošanā.

Ir vairāki uzņēmumi, kur izmantojuši nevienu vien, bet vairākus Motivācijas programmas pasākumus savas biznesa idejas attīstīšanai, piemēram, SIA „Asaggi” (lietasmēteļi) piedalījās gan konkursā „Firmas noslēpums”, gan mentoringu programmā; SIA „HugLock” (slēgmehānisms „HugLock”) piedalījās abos konkursos „Ideju Kauss” un „Firmas noslēpums” un semināru ciklā inovatīvo biznesa ideju autoriem „Seminārs – kontaktbirža biznesa ideju autoriem un investoriem”, līdzīgi arī vairākās aktivitātēs iesaistījušies SIA „Mara Optic” (saulesbrilles), SIA „Mighty fingers” (datorspeles) u.c. Tas norāda, ka Motivācijas programma piedāvā vairākus secīgus un savstarpēji saistītus pakalpojumus uzņēmējdarbības uzsākšanai un biznesa idejas attīstībai, kā arī riska kapitāla piesaistei, nodrošinot plašu instrumentu pieejamību visās biznesa uzsākšanas cikla fāzēs.

Apkopojot informāciju par programmas rezultātiem ir skaidrs, par tās nozīmīgo lomu uzņēmējdarbības motivēšanas pasākumu ieviešanā Latvijā. Programmas uzsākšanas laikā 2009. gadā Latvijā bija vērojams uzņēmējdarbības veicināšanas pasākumu trūkums, savukārt šobrīd tādus pastāvīgi rīko dažādas sabiedriskas organizācijas, privātas struktūras un augstskolas.

Motivācijas programmas ietvaros, lai veicinātu inovatīvas uzņēmējdarbības attīstību nepieciešams ne tikai ieviest jaunas aktivitātes, bet arī uzlabot esošās ņemot vērā vairākus nosacījumus, tāpēc Motivācijas programmas ietvaros būtu vēlams:

- Īstenot publicitātes pasākumus, kas informē sabiedrību un sniedz tai iedvesmojošus pozitīvus piemērus. Publicitātes ietvaros, varētu turpināt dažas no līdzšinējām, plašu sabiedrības atpazīstamību guvušām aktivitātēm, piemēram, TV sacensību “Firmas noslēpums” sagatavošanu un pārraidīšanu, biznesa ideju konkursu „Ideju kauss”.
- Motivācijas programmas budžetā paredzēt godalgas (finansu balvas), lai būtu veiksmīgāk iespējams organizēt dažādas aktivitātes ar lielāku dalībnieku skaitu, kā piemēram konkursu “Ideju kauss” vai Demola.

- Ņemot vērā privātā sektora aktīvo darbību vienkāršāku aktivitāšu pārņemšanā, nākamajā periodā jākoncentrējas uz jaunu specifisku un kvalitatīvu aktivitāšu ieviešanu, ko nebūtu iespējams viegli nokopēt un tās būtu unikālas, kā arī līdz šim īstenotajām aktivitātēm, ko nav pārņēmušas citas organizācijas nepietiekamo resursu dēļ.
- Izveidot integrētu konsultatīvu atbalsta sistēmu biznesa ideju autoriem, kas kā apkalpošanas centrs nodrošinātu, lai katrs potenciāls vai esošs uzņēmējdarbības projekts tiktu klasificēts un noteikta tā gatavības pakāpe idejas ieviešanai, investīciju saņemšanai un taml.. Katru potenciālo un esošo uzņēmējdarbības projektu klasificētu, balstoties uz vispārīgiem kritērijiem, kā arī ekspertu vērtējumu. Tas ļautu novērtēt potenciālos un esošo uzņēmējdarbības projektus un piedāvāt biznesa ideju autoriem iespēju saņemt nepieciešamo apmācību vai konsultācijas projekta uzlabošanai un nodrošināt iespēju tikties ar investoriem.
- Piedāvāt starptautiska mentoringa pakalpojumus Latvijas uzņēmējiem, kas nodrošinātu pieredzējušu uzņēmēju no citām valstīm konsultācijas. Kā liecina līdzšinējā pieredze, Skandināvijas valstis būtu ieinteresētas šāda veida sadarbībā.
- Izvērtēt pasniedzēja atalgojuma noteiktā ierobežojuma apmēru par pamatu nosakot konkrētu specifisku sertifikātu uzrādīšanu pasniedzēja kvalifikācijas standartu nodrošināšanai. Tas ļautu piesaistīt kvalificētākus ārvalstu pasniedzējus lekciju kursa dažādošanai un pilnveidošanai.
- Izvērtēt iepirkuma procedūras metodiku, lai nodrošinātu augstāku kvalitāti, ne tikai zemāko cenu, kas palīdzētu nodrošināt labāku kvalitāti plānotajam pasākumam, kā arī ļautu piedāvāt interesantāku pasākumu norisi.
- Paredzēt uzņēmuma dibināšanu skolēniem apmācību nolūkos, palīdzot kārtot juridiskās saistības.

Līdzīgu politikas iniciatīvu īstenošana citās institūcijās

Motivācijas programmas uzsākšanas laikā 2009.gadā Latvijā bija vērojams šādu uzņēmējdarbības veicināšanas pasākumu trūkums. Gan inovatīvu biznesa ideju konkurss "Ideju kauss", gan jauno biznesa ideju autoru apmācības u.c. atbalsta pasākumi kļuva pieejami ikvienam un sniedza informāciju un atbalstu, kāds līdz šim nebija pieejams. Gadu gaitā, jauno uzņēmēju pasākumiem gūstot popularitāti, tādus sāka rīkot arī citas organizācijas, piemēram Hipotēku bankas konkurss "Lec biznesā", Swedbank grantu konkurss "Atspēriens", biznesa ideju konkurss "Cēsis var!", Nordea biznesa skola u.c. Jaunajiem uzņēmējiem kļuva pieejams arī plašs klāsts ar dažādām apmācībām, piemēram RTU "Jauno uzņēmēju akadēmija", Jauno uzņēmēju centra rīkotās apmācības, Hipotēku bankas un Nordea bankas apmācības u.c. Jau pāris gadus Latvijā novērojama dažādu uzņēmējdarbību veicinošu pasākumu piedāvājuma palielināšanās, savukārt pieprasījums Latvijā vairs nav tik liels. Turklāt, runājot ar dažādu investoru organizāciju pārstāvjiem (Riskā Kapitāla asociācija, Latvijas Biznesa eņģeļu tīkls u.c.), viņi atzīst, ka tomēr jūtams perspektīvu biznesa ideju trūkums.

Lai daļēji novērstu radušos dublēšanos ar dažādu citu organizāciju (Tech_Hub, Commercialization Reactor, Seed Forum) veiktajām aktivitātēm jauno (start-up) uzņēmēju atbalstam, tika ieviesta aktivitāte - konsultāciju pakalpojumu nodrošināšana. Tajā tika iesaistītas šīs pašas organizācijas, kas šobrīd jau profesionāli nodarbojas ar biznesa ideju un jaunsāktu uzņēmējdarbības projektu apmācību un uzlabošanu, lai tālākā projekta attīstībā piesaistītu nepieciešamo finansējumu.

Motivācijas programmas ieviešanas gaitā ņemti vērā dažādu organizāciju ieteikumi, veikti uzlabojumi un aktivitātes iespēju robežās pielāgotas esošajam pieprasījumam. Ieviesti arī dažādi Ekonomikas ministrijas ieteikumi un ņemti vērā norādījumi.

Lai arī pastāv līdzīgu pasākumi, bet tie pilnībā nedublē Motivācijas programmas ietvaros īstenotās aktivitātes un pasākumus, **jo citām iniciatīvām vairumā gadījumu ir cita mērķauditorija un mērķis, kā arī atšķiras iniciatīvas īstenošanas metode.**

Sekojošas Motivācijas programmas aktivitātes ir ar līdzīgām politikas iniciatīvām:

Interese par mentoringa programmu ir ļoti liela, taņī pat laikā, šīs aktivitātes tiek atbalstītas no Motivācijas programmas finansējuma un tās organizē arī paralēli privātais un nevalstiskais sektors. Tiek rīkoti tīklošanās semināri, investoru piesaistes kontaktbiržas un citi sociālie pasākumi uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstībai, t.sk., starta kapitāla piesaistei. 2014.gadā LIAA tika noslēgts līgums par Mentoringa programmas īstenošanu ar Biznesa augstskolu „Turība”.

Biznesa ideju konkursi, tās prezentējot investoriem (t.sk., kontaktbiržas) atbilstoši 2014.gada 2.septembra Ministru kabineta noteikumiem Nr.531 „Noteikumi par atbalstu iesācējuzņēmumu apmācību un semināru rīkošanu”, ir iespējams saņemt atbalstu no Latvijas Garantiju aģentūras apmācību rīkošanai iesācējuzņēmumiem. Atbilstoši šo noteikumu pielikumam, viens no atbilstības kritērijiem pasākumu izvēlei ir „Pasākumā piedalās arī investori, un pasākuma laikā iesācējuzņēmumi sniedz investoriem prezentācijas”, kas pārklājas ar Motivācijas programmas ietvaros rīkotajām kontaktbiržām, kur tiek prezentētas start-up idejas investoriem. Turklāt, šādas programmas organizē arī privātais un nevalstiskais sektors, kā, piemēram, Nordea biznesa skolas ietvaros, Seed Forum investoru kontaktbirža, biedrība „TechHub Riga” u.c. Motivācijas programmas ietvaros organizētajās kontaktbiržās aptauju rezultātos uz problēmām norāda arī dažādi Latvijas start-up piemēri (Infogr.am, Fastr), ka tehniski spēcīgi uzņēmējdarbības uzsācēji investorus meklē kontaktbiržās ārzemēs, piemēram, starptautiskā konference Slush IT jomā, nevis vietējā mērogā. IT jomā šādas funkcijas investoru piesaistē pilda arī biedrība „TechHub Riga”. Vairāku start-up projektu (Qfer, Furny, Conelum) autori savukārt ir norādījuši, ka viņiem pietrūkst zināšanu par to, kas tiek sagaidīts minētajos starptautiskajos pasākumos un būtu nepieciešama labāka sagatavošanās Latvijā.

Citu valstu pieredze līdzīgu investīciju ieviešanā

Arī citās Eiropas Savienības valstīs tiek organizētas līdzīgas aktivitātes, kas Latvijā noris Motivācijas programmas ietvaros, lai gan tās netiek apvienotas vienā vienotā programmā zem kopēja nosaukuma.

Ļoti bieži, īpaši, Eiropas Savienības attīstītākajās valstīs kā Dānija, Vācija, Lielbritānija, Somija u.c., visa veida aktivitātes organizē privāto sektoru pārstāvošas un nevalstiskās organizācijas. Šīs organizācijas nodrošina gan mentoringa programmas, gan tīklošanās, kontaktbiržu un semināru organizēšanu, kā arī apmācības par visdažādākajām tēmām uzņēmējdarbības uzsākšanai vai attīstībai (gan par biznesa plānu sagatavošanu, gan mārketinga stratēģijas izstrādi utt.). Bieži šīs organizācijas tiek atbalstītas no valsts vai Eiropas struktūrfondu finansējuma, kā rezultātā šīs aktivitātes interesentiem ir pieejamas bez maksas.

Arī televīzijas šovi, kas ieviesti Latvijā, tiek organizēti citās Eiropas valstīs, uz līdzīgiem principiem – atlase caur žūrijas vērtējumu un galvenās balvas grantu veidā. Organizēti tiek arī reģionālu un nacionālu, un starptautiska līmeņa biznesa plānu un projektu konkursi. Tāpat tiek veiktas skolēnu mācību firmu veidošanas un attīstīšanas aktivitātes.

Mentoringa programma ir viena no visplašāk izmantotajām uzņēmējdarbības uzsākšanas atbalsta aktivitātēm.

Igaunijā tā tiek organizēta reģionālā līmenī, orientēta uz jauniem uzņēmumiem, kas nav vecāki par 3 gadiem. Tāpat ir noteiktas arī vairākas jomas, kuras nedrīkst izmantot mentoru pakalpojumus programmas ietvaros. Uzņēmumiem iespējams saņemt arī grantus 15000 *euro* apmērā (<http://www.eas.ee/en/for-the-entrepreneur/starting/regional-mentoring-clubs>);

Lielbritānijā aktīvi Mentoringa pakalpojumi nodrošināti tiek tieši no nevalstiskā sektora, kur darbojas vairākas organizācijas ar speciāli izstrādātām mājas lapām, kur lielu daļu informācijas pretendents var saņemt pats vēl tikai iepazīstoties ar mentoringa programmu video formātā. Ir pieejama informācija par dažādām uzņēmējdarbības stadijām, sākot no idejas par savu uzņēmumu līdz pat uzņēmuma pārdošanai. Zīmīgi, ka mājaslapās jau atlasīta informācija par jau realizētiem biznesa projektiem, kas uzsākti izmantojot, nelielus finanšu līdzekļus, tādā veidā pretendents palīdzot savas biznesa idejas realizēšanā vai arī palīdzot izvēlēties jaunu ideju sava biznesa uzsākšanai. Šāds princips arī Latvijā varētu būt saistošs iepazīstinot pretendentes ar idejām, kas realizētas un veiksmīgi darbojas. (<http://startups.co.uk/mentoring/>; <http://www.mentorsme.co.uk/>);

Lielbritānijā katru gadu tiek rīkoti arī konkursi pašiem mentoriem un uzņēmēju pārstāvjiem, lai tādā veidā stimulētu šo pakalpojumu sniegt pēc iespējas kvalitatīvāku un ar lielāku pievienoto vērtību (<http://ioee.uk/enterprise-mentor-champion-honoured-with-national-award/>; <http://ioee.uk/enterprise-ambassador-award-presented-to-jackie-jenks/>). Tas nozīmē, ka mentori un uzņēmēju pārstāvji sacenšas savā starpā par saviem sniegtajiem pakalpojumiem, tas rada papildu konkurenci, kas veicina produktivitāti un uzņēmējiem sniegtā atbalsta atdevi.

Vācijā arī ir vairāki Mentoringa pakalpojumu nodrošinātāji. Atkarībā no Mentoringa programmas nodrošinātāja mainās arī nosacījumi, kad tiek piedāvāti mentoringa pakalpojumi gan lekciju formā, gan individuāli. Tāpat pieejami arī sākotnējie granti 30 000 *euro* apmērā. (<http://seedcamp.com/your-mentors/>; <http://berlinstartupacademy.com/mentoren-gallery>; <http://startupwiseguys.com/mentors>; <http://www.startupbootcamp.org/mentors.html>).

Vācijā ir atsevišķs mentoringu tīkls tieši atbalstam uzņēmējiem, kas vēlas veikt uzņēmējdarbību Amerikas Savienotajām valstīm (turpmāk – ASV; īpaši Silicon valley) <http://germanaccelerator.com/about-us/#mentors>. Šāds koncepts varētu būt ar augstu efektivitāti Latvijā, ņemot vērā, ka viens no uzstādījumiem ir veicināt uzņēmumu eksportspēju. Atsevišķas, specifiskas mentoringu programmas varētu vērst uz pieredzes apmaiņu eksportam uz Āzijas un citām Austrumu valstīm, arī uz ASV.

Katru gadu Eiropas Savienības līmenī notiek Eiropas uzņēmējdarbības veicināšanas balvas konkurss, kur tiek virzīti divi labākie nacionālā līmeņa projekti. Šajā pasākumā piedalās arī Latvijas pārstāvji ar saviem projektiem. 2014.gadā Eiropas uzņēmējdarbības veicināšanas balvu ieguva:

- Ungārija – projekts par uzņēmējdarbības uzsākšanas atbalstu un veicināšanu starp māmiņām ar maziem bērniem, ņemot vērā, ka pusei māmiņu pēc bērnu piedzimšanas pastāv problēmas atgriezties darba tirgū, projekta ietvaros tiek organizēta ikgadēja „Mātes kompānijas” gada balva un Biznesa mammu konference;
- Lietuva – Mobilo Aplikāciju laboratorija, aicinot jauniešus radīt inovatīvus produktus un pakalpojumus, arī veicinot sieviešu uzņēmējdarbības uzsākšanu informāciju tehnoloģiju jomā;
- Bulgārija – „Brandiko” apmācību kurss par zīmola veidošanu un aizsardzību, ar mērķi apmācīt studentus, kā veidot viņu personīgo zīmolu, to reklamēt un palielināt

pārdošanas apjomus, kā arī par intelektuālā īpašuma aizsardzību. Līdz šim vairāk kā 1700 studentu pabeiguši šos kursus;

- Nīderlande – „Get in the Ring” ir vispasaules platforma uzņēmējdarbības uzsācējiem kapitāla piesaistei. Uzstājoties investoru priekšā ar savas idejas prezentāciju, iespējams iegūt pat līdz 1 miljonam *euro* investīcijas. Līdz šim vairāk kā tūkstoš dalībnieku piesaistījuši fondus jau virs 6 miljoniem *euro*;
- Vācija – pilsētas Wiesbaden uzņēmēju iesaiste sociālās līdzatbildības veidošanā paredz ikgadēju uzņēmēju sociālās iesaistīšanās veicināšanu, divus lielus projektus integritātes un nodarbinātības veicināšanai, un ikgadēju balvu uzņēmējiem, kuri veido vietējās pilsētas reputāciju, kā arī dalību nacionāla līmeņa korporatīvās sociālās atbildības konsultāciju projektos un tīklošanās pasākumos;
- Lielbritānija – ar projektu „From Primary to Professional (P2P)” pamatskolas un vidusskolas skolēni tiek iepazīstināti ar svarīgā uzņēmējdarbības prasmēm, tai skaitā, radošums, inovācijas, risku ņemšanās u.c. Vairāk kā 4000 skolēnu ir iesaistīti šovā „Young Business Dragons”, kas ir pēc koncepcijas līdzīgs princips kā Latvijā realizētajam „Firmas noslēpums”, bet kurš līdz šim nav vērsti konkrēti uz skolēnu mērķauditoriju.

Papildus, kā paplašināts mentoringa atbalsts inovatīvu ideju īstenošanai ir minama Luksemburgas pieredze. Luksemburgā ir izveidota īpaša inovatīva pieeja, kā palīdzēt uzņēmējdarbības uzsācējiem un ideju autoriem sagatavot savu biznesa plānu un īstenot to praksē – speciāli izveidotā platformā Compellio. Compellio darbojas ne tikai kā biznesa modelēšanas rīks, bet arī kā tiešsaistes sadarbības platforma, kurā platformas turētājs sadarbībā ar mentoriem un treneriem izvērtē uzņēmējdarbības uzsācēja/ uzņēmēja izvēlēto uzņēmējdarbības modeli, veidojot *coaching* programmas šiem ideju autoriem, sniedzot iespēju saņemt konsultācijas un piesaistīt potenciālos investorus/ atbalsta sniedzējus vienuviet. Compellio palīdz biznesa ideju autoriem optimizēt uzņēmējdarbības modeļus, uzlabot investīciju gatavību jaunu biznesa projektu un samazināt izmaksas par paveikto darbu. Compellio platforma vienlaikus darbojas kā administratīvs rīks, kas ļauj izsekot uzņēmumu projekta progresam ilgtermiņā. Platformā iesaistītas ir uzņēmējus pārstāvošās organizācijas, universitātes, valsts pārvaldes iestādes, pārrobežu eksperiti u.tml., kas tādējādi ļauj efektīvi palīdzēt īstenot biznesa idejas uzņēmējdarbības uzsācējiem vai uzņēmējiem neatkarīgi no biznesa projekta gatavības stadijas (www.compellio.io).

3.1. Pasākuma ietekme uz makroekonomisko vidi

Pasākums 1.2.2.2. “Inovāciju motivācijas programma” uzlabo MVK konkurētspēju, veicina stabilas un kvalitatīvas darba vietas, kā arī nodrošina ieguldījumu izglītībā, apmācībā, veicina tehnoloģiju un inovāciju attīstību.

Pasākums 1.2.2.2. “Inovāciju motivācijas programma” nodrošina jaunu uzņēmumu izveidi un nomaksāto nodokļu apjoma pieaugumu.

3.2. Pasākuma ietekme uz uzņēmējdarbības vidi

Pasākums 1.2.2.2. “Inovāciju motivācijas programma” veicinās uzņēmējdarbības apmācības un jaunu uzņēmumu izveides pamatprincipu skaidrojumu, kā arī mentoringu, biznesa plānu sastādīšanu, sponsoru finansējuma piesaisti uzņēmuma attīstībai un uzņēmējdarbības popularizēšanu kopumā.

3.3. Pasākuma ietekme uz administratīvajām procedūrām un to izmaksām (gan attiecībā uz saimnieciskās darbības veicējiem, gan attiecībā uz fiziskām personām un nevalstiskā sektora organizācijām, gan attiecībā uz budžeta finansētām institūcijām)

Pasākums 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" nerada jaunas obligātas administratīvās procedūras, kas būtu saistošas saimnieciskās darbības veicējiem.

3.4. Pasākuma ietekme uz sociālo vidi

Pasākuma 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" ietvaros tiek nodrošināta uzņēmējdarbības apmācība un uzņēmējdarbības veicināšana, kas pozitīvi ietekmē personu iesaisti uzņēmējdarbībā, tādā veidā nodrošinot jaunu darba vietu izveidi un bezdarba apjoma samazināšanu.

3.5. Pasākuma ietekme uz vidi

Pasākumam 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" nav tiešas ietekmes uz vidi.

3.6. Pasākuma ietekme uz valsts un pašvaldību budžetiem

Pasākuma 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" ietvaros katru gadu tiek piesaistīti arvien vairāk interesentu. Dalībnieku iesaiste programmā augusi katru gadu no 2976 dalībniekiem 2009.gadā līdz 9650 dalībniekiem 2014.gadā. Tādā veidā tiek popularizēta uzņēmējdarbības attīstība, kas sekmē tautsaimniecības attīstību, nodarbinātību un nomaksāto nodokļu apjomu, tādēļ paredzama pozitīva ietekme uz valsts un pašvaldību budžetiem.

3.7. Pasākuma ietekme uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu un Latvijas starptautiskajām saistībām

Pasākumam 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" nav ietekmes uz spēkā esošo tiesību normu sistēmu un Latvijas starptautiskajām saistībām, jo tas šo jomu neskar.

3.8. Pasākuma ietekme uz pārvaldes iestāžu funkcijām un cilvēkresursiem

Pasākuma 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" ieviešanai nav plānota jaunu institūciju izveide, esošu institūciju likvidācija vai reorganizācija. Pasākuma ieviešanu tāpat kā līdz šim īsteno LIAA. Vērtējot projektu īstenošanas ietekmi uz administratīvajām procedūrām un to izmaksām, nav identificēts administratīvā sloga palielinājums ne potenciālajiem finansējuma saņēmējiem, ne fondu vadībā iesaistītajām institūcijām.

3.9. Pasākuma ietekme uz valsts un pašvaldību informācijas sistēmām un ar to saistīto papildu finansējumu, kas nepieciešams izmaiņu nodrošināšanai informācijas sistēmās

Pasākumam 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" nav ietekmes uz valsts vai pašvaldību informācijas sistēmām vai ar to saistīto papildu finansējumu, jo tas neparedz jaunu informācijas sistēmu izveidi vai esošo informācijas sistēmu modifikāciju.

3.10. Pasākuma ietekme uz veselību

Pasākumam 1.2.2.2. "Inovāciju motivācijas programma" nav ietekmes uz veselību.

4. SAM atbilstība valsts atbalsta definīcijai un paredzamā negatīvā ietekme uz konkurenci un tirdzniecību

Motivācijas programmas rezultātā tiek radītas salīdzināmās priekšrocības konkurencei un tirdzniecībai tirgū tiem uzņēmumiem vai to pārstāvjiem (fiziskām personām), kuras izgājušas kādus apmācību seminārus, piedalījušās mentoringa programmās vai kontaktbrižās u.c. Motivācijas programmas aktivitātēs. Tanī pat laikā, uz šiem pasākumiem pieteikties ir iespējas ik vienam interesantam un lielākā daļa pasākumu notiek reģionālā līmenī, kas izslēdz pieejamības un mobilitātes risku jautājumus, kā rezultātā, konkurence netiek apdraudēta vai ierobežota. Vienīgi nosacījumi dalībai jebkurā Motivācijas programmas pasākumā ir jau līdz pieteikšanās brīdim izstrādāta kvalitatīva biznesa ideja vai koncepcija, par kuru ir iespējams visaptveroši pastāstīt; atsevišķos pasākumos nepieciešams jau detalizētāks biznesa plāns, finanšu plūsmu aprēķins u.c., ar ko novērtēt idejas dzīvotspēju un spēju pelnīt, atgūt investīcijas.

Vairums realizēto pasākumu ir konkurenci stimulējoši, jo aicina uzņēmējus cīnīties par labumiem kā naudas balvas vai zināšanu un kompetenču ieguve, kā rezultātā veicina uzņēmēju darbības efektivitātes un produktu novitātes pieaugumu. Tai skaitā tiek veicināta arī tirdzniecība, pirmkārt, attīstot produktu komercializāciju un nokļūšanu tirgū, otrkārt, stimulējot eksportu uz citām valstīm.

Plānošanas periodā no 2014.gada līdz 2020.gadam Motivācijas programmas ietvaros tiks turpinātas labākās aktivitātes uzņēmējdarbības uzsākšanas un attīstīšanas veicināšanai, kā arī tiks veidoti jauni pasākumi tirgus nišām prioritārajos sektoros, kur privātie uzņēmēji vēl nesniedz visus nepieciešamos pakalpojumus – līdz ar to konkurence tiks stimulēta.

1.2.2.2.pasākuma ietvaros, to atbalstāmo darbību ietvaros, kuros tiks noteikts komercdarbības atbalsts, finansējuma saņēmējs piešķirs *de minimis* atbalstu ievērojot Eiropas Komisijas 2013.gada 18.decembra Regulas (ES) Nr.1407/2013 par Līguma par Eiropas Savienības darbību 107. un 108.panta piemērošanu *de minimis* atbalstam (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2013.gada 24.decembris, Nr.L352/1) (turpmāk – Komisijas regula Nr.1407/2013) un normatīvajiem aktiem par *de minimis* atbalsta uzskaites un piešķiršanas kārtību un *de minimis* atbalsta uzskaites veidlapu paraugiem, un tas ir uzskatāms par komercdarbības atbalstu.

Finansējuma saņēmējam, 1.2.2.2.pasākuma ietvaros ir nepieciešams izstrādāt kārtību (metodiku), kā izvēlas, piešķir un uzskaita atbalstu pasākuma mērķa grupai, tai skaitā ietverot kritērijus, pēc kuriem nosaka 1.2.2.2.pasākuma mērķa grupu īstenojot atbalstāmās darbības. Kārtību (metodiku) pievieno projekta iesniegumam, ietverot principus, kā tiks izvēlēti un atlasīti komercdarbības atbalsta saņēmēji, tai skaitā kā tiks identificēts saimnieciska rakstura atbalsts un atbalsts, kas nesaistās ar saimniecisku darbību, tādejādi nosakot kuram mērķa grupas subjektam tiks piemērots komercdarbības atbalsts. Turklāt kārtībā ietverot komercdarbības atbalsta sniegšanas nosacījumus - nozaru un darbību ierobežojumi, piešķiramā atbalsta apmērs, atbilstība grūtības nonākuša uzņēmuma definīcijai, kumulācijas normas un atbalsta pretendenta atbilstību MK noteikumos noteiktajam, tajā skaitā ņemot vērā tā robežvērtību viena vienota uzņēmuma līmenī pēdējo trīs fiskālo gadu periodā, ieskaitot tajā arī jebkuru citu tam piešķirto *de minimis* atbalstu un aprakstīts tā piešķiršanas un uzskaites mehānisms, raksturojot galvenos pasākumus, kas tiks veikti, lai nodrošinātu piešķirtā atbalsta atbilstību normatīvajiem aktiem.

5. SAM ietekmes novērtēšanai nepieciešamo datu noteikšana iekļaušanai MK noteikumos par SAM īstenošanu

Pēc SIA „Ernst & Young Baltic” (turpmāk – E&Y) pētījuma „Datu pieejamība ES Kohēzijas politikas 2014. – 2020.gada plānošanas perioda Darbības programmas ietekmes izvērtēšanai Latvijā” 1.2.2.SAM aktivitātes ietvaros būtu nepieciešams arī apkopot informāciju gan par komersantiem, kas saņēmuši atbalstu, gan kuri nav saņēmuši atbalstu (skatīt tabulu Nr.11.). Tanī pat laikā nav nepieciešams veikt ģenerālās kopas jeb visu dalībnieku katrā aktivitātē aptauju vai apsekošanu, tā vietā nepieciešams veikt izlases veida informācijas iegūšanu par dalībniekiem. Kā, piemēram, aptaujājot kādu procentuālu daļu no atbalstu saņēmušo un atbalstu nesaņēmušo dalībnieku skaita katrā aktivitātē, piemēram, reizi gadā vai reizi divos gados, izlases veidā būtu iespējams iegūt informāciju par:

- Ieguldījumiem uzņēmējdarbībā, t.sk., investīcijām pirms un pēc aktivitāšu stadijās;
- Izstrādāto produktu ražošanas izmaksām pirms un pēc aktivitāšu stadijās;
- Jauno produktu, pakalpojumu un tehnoloģisko un netehnoloģisko inovāciju skaitu un raksturojumu pirms un pēc aktivitāšu stadijās;
- Iegūto patentu skaitu pirms un pēc aktivitāšu stadijās.

E&Y izvirzīto produktivitātes līmeņa rādītāju uzņēmuma agrīnā stadijā ir tuvu kā neiespējami objektīvi novērtēt, kā arī tā aprēķināšanas metodoloģija var būt pārāk sarežģīta tikko uzņēmējdarbību uzsākušajiem. Šis rādītājs arī tiešā veidā neinformē par vispārējo inovāciju pieaugumu un ekonomisko aktivitāti, bet drīzāk norāda uz konkrēti tehnoloģiju izmantošanas efektivitātes pieaugumu, ja tāds pastāv. Līdz ar to šāds informācijas pieprasījums nav nepieciešams, bet ir nepieciešams vairāk uzzināt par Motivācijas programmu efektivitāti un piešķirtā finansējuma atdevi.

Papildu nepieciešamo datu ievākšana būtu jāveic vismaz gadu, bet ne vēlāk kā trīs gadu laikā (uzņēmējdarbības uzsākšanas pirmās fāzes aptuvenais ilgums) pēc dalībnieka piedalīšanās konkrētā Motivācijas programmas aktivitātē.

Papildu nepieciešami dati 1.2.2. SAM ietekmes izvērtēšanai pēc E&Y pētījuma rezultātiem

Papildu nepieciešamie dati							
Nr. p.k.	Dati	Potenciālais datu avots	Potenciālā datu iegūšanas metode	Nepieciešamais datu tvērums	Papildu informācija	Riski	Komentāri
1.	Informācija par komersantiem, kas saņēma atbalstu: <ul style="list-style-type: none"> Privāto investīciju apjoms Produktivitāte Izstrādāto produktu skaits Izmaksas (sadalījumā pa komunālajiem pakalpojumiem, elektrību, ūdeni, siltumenerģiju) Izstrādāto produktu resursu ražošanas izmaksas 	Atbalsta saņēmēji	Informācijas pieprasījums	Atbalsta saņēmēji	n/a	<ul style="list-style-type: none"> Iegūtie dati var nebūt patiesi Atšķirības metodoloģiskajā pieejā 	Dati nepieciešami SAM ietekmes izvērtēšanai
2.	Informācija par komersantiem, kas nesaņēma atbalstu: <ul style="list-style-type: none"> Privāto investīciju apjoms Produktivitāte Izstrādāto produktu skaits Izmaksas (sadalījumā pa komunālajiem pakalpojumiem, elektrību, ūdeni, siltumenerģiju) Izstrādāto produktu resursu ražošanas izmaksas 	Atbalsta saņēmēji	Aptauja	Atbalsta saņēmēji	n/a	<ul style="list-style-type: none"> Iegūtie dati var nebūt patiesi Atšķirības metodoloģiskajā pieejā 	Dati nepieciešami SAM ietekmes izvērtēšanai
3.	Jaunie produkti, pakalpojumi, tehnoloģijas un netehnoloģiskās inovācijas, kas radušies atbalstīto darbību rezultātā: <ul style="list-style-type: none"> Skaits Raksturojums 	Atbalsta saņēmēji	<ul style="list-style-type: none"> Informācijas pieprasījums Informācijas iegūšana no CFLA VIS 	Visa Latvija	Datus ieteicams uzkrāt CFLA VIS	<ul style="list-style-type: none"> Datu subjektivitātes risks Atšķirības metodoloģiskajā pieejā 	Dati nepieciešami SAM ietekmes izvērtēšanai
4.	Patentu skaits, kas radušies atbalstīto darbību rezultātā	Atbalsta saņēmēji	<ul style="list-style-type: none"> Informācijas pieprasījums Informācijas iegūšana no CFLA VIS 	Visa Latvija	Datus ieteicams uzkrāt CFLA VIS	n/a	Dati nepieciešami SAM ietekmes izvērtēšanai

Avots: SIA „Ernst & Young Baltic” veiktā izvērtējuma „Datu pieejamība ES Kohēzijas politikas 2014. – 2020.gada plānošanas perioda Darbības programmas ietekmes izvērtēšanai Latvijā” 5.tabula