

Kāpēc jaunie uzņēmēji ir uzticīgi Latgalei?

Egita Terēze Jonāne

Sabiedrībā nav pazuduši stereotipi, ka jaunieši pamet Latgali un ka Latgalē nav jaunu uzņēmēju. «Vietējā Latgales Avīze» dienu dienā sastop jauniešus, kuri nevis skrien uz ārzemēm, bet gan attīsta biznesu savā novadā vai pilsētā, turklāt uzdrošinās apgūt jaunas nišas. Šoreiz pieredzē, kā top pašas uzņēmums, dalās Maira Šuksta no Preiļiem. Viņa testē žāvētu citrusaugļu ideju, lai, beidzoties kovidam, varētu reģistrēt ražotni. Tāpat savu pieredzi stāsta Vadims Orlovs un Rihards Kunickis, kuri pagājušajā gadā izveidoja uzņēmumu «Coffe 2 Go» un no mobila kafijas automāta, kas ierīkots vieglajā automašīnā, tirgo kafiju vienā no iecienītākajām cilvēku atelpas vietām Stropu promenādē Daugavpilī. Lasītājus uzrunā arī eksperts, Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras Daugavpils biznesa inkubatora direktors Andrejs Zelčs.

Žāvē citrusaugļus, bumbieru un ananasa čipsus



Maira šobrīd testē jaunus produktus – žāvētus citrusaugļus, kā arī bumbieru un ananasa čipsus

Maira Šuksta jau sen lolo sapni par ekotūrisma, konkrēti – melnās pirts pakalpojumu. Ģimenes īpašumā ir zeme pie ezera, taču tur nav elektrības. Uzzinot, cik «Latvenergo» prasa par elektrības ieviešanu, Maira saprata, ka šo sapni varēs īstenot pēc ilgāka laika. Jāiestarpina, ka Maira neatbalsta aizņēmumus, uzskata, ka varī rīkoties tikai ar to finansējumu, ko esi nopelnījis pats. Turklāt viņa dzīvo ar apziņu, ka līdz 30 gadiem jāizdara kaut kas ļoti vērtīgs. «Man ir darbs, man ir ģimene, bet es vēlos radīt kaut ko paša izlolu, kas man neapņiks 24 h un kas ne tikai dos peļņu, bet arī radīs prieku pašai un citiem,» atzīstas Maira.

Žāvētos citrusaugļus testēju ģimenē un ar draugiem

Viņa ir pirmsinkubācijas dalībniece Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) Daugavpils biznesa inkubatorā. Kad zuda cerība uzsākt ekotūrisma šogad vai nākamgad, Maira zvānīja uz Daugavpils biznesa inkubatoru un atzinās, ka ekotūrisms nesnāks, un piebilda, ka piezvanīs pēc vienas divām dienām. «Pēc zvana pagāja dažas minūtes, un piedzima jauna ideja – par citrusaugļu žāvēšanu. Sākās kovidā otrais vilnis un mājseide (manu darbvietu slēdza, un es saņēmu dīkstāves pabalstu). Griežu un žāvēju citrusaugļus, un daru to ar rokām. Es nevaru bez darba, man visu laiku ir jākustas, jārosās, jādarbojas. Pateicoties Daugavpils biznesa inkubatora komandai – Andrim un Santai, žāvētu citrusaugļu ideja, kas neprasa milzīgas investīcijas, attīstās, pilnveidojas, dažādojas. Žāvētos citrusaugļus testēju ģimenē un ar draugiem. Tapuši arī bumbieru čipsi un dažādu ogu pulveri, kurus var lietot dzērienu pagatavošanā, kūku dekorēšanā, mērcēs utt.,» saka Maira un atver kastī ar savu produkciju. Žāvēti apelsīni, greipfrūti, citroni, laimi... arī bumbieru čipsi un žāvēts ingvers. Viss sapakots caurspīdīgā iepakojumā vai iepakojumā ar caurspīdīgu plēvi, lai var redzēt produktu. Turpat kastē ieraugu arī iepakojumu ar tēju asortiem un laimu, kā arī stikla burciņas ar upeņu un jāņogu pulveri.

Jaunas idejas atrodas pašā degungalā

Ideja par citrusaugļu žāvēšanu Mairai dzima, pētot interneta resursus. Izrādās, šobrīd Amerikā žāvēti citrusaugļi ir ļoti iecienīts produkts, ko izmanto tējās, kokteiļos, ūdenī pie pusdienām, konditorejas izstrādājumu dekorēšanā utt. Un, kā joko Maira, jaunas idejas atrodas pašā degungalā. Stāsta Maira: «Man bija palicis no Ziemassvētkiem ananass un bumbieri. Domāju, ko ar to darīt. Esmu zaļās domāšanas cilvēks, uzskatu, ka uzturā varam lietot veselīgus produktus. Pagatavoju bumbieru čipsus, un mans mazais puika (viņam ir divi gadi) tos nodegustēja un pateica, ka ir garšīgi. Tagad tas viņam ir viens no top našķiem. Bumbieru čipsi garšo arī manu radu un draugu bērniem. Vienkārsi sagriežu to un ieliku žāvēšanas skapī – sanāca garšīgs. Māsa teica, lai es tikai griežu un



Top arī ogu pulveri

žāvēju, bet viņa tos apēdīs. Pēc tam draugi ieteica, ka varu izmantot arī ananasa miziņas. Tagad žāvēju arī tās. Pieliekot ananasa miziņu pie tējas, gaisā uzvirmo ananasa smarža, bet tēja bagātinās ar šī augļa garšu. Tagad dakteri Covid-19 pacientiem saka, ka jādzer tēja. Tāpēc man radās ideja pievērsties tēju asortiem ar žāvētu citronu, apelsīnu vai laimu. Tādi asorti gan izskatās, gan arī garšo labi.»

Stāstot par iepakojumu, kāpēc tas, piemēram, tējām ir pilnīgi caurspīdīgs, Maira atzīstas, ka nemīl tējas, kas iepakotas slēgtā iepakojumā un kas ir saberzta tēju putekļos – viņa produktu grib redzēt. Tāpēc savus ražojumus jaunā uzņēmēja iepakoj caurspīdīgā vai daļēji caurspīdīgā iepakojumā, bet ogu pulverus ber nelielās stikla burkā.

Runājām arī par īpašo Preiļu produktu ar pašas zīmolu. Maira pieļauj, ka tas varētu būt dabas produkts ar saukli, ka tas ir nācis no Preiļiem. Tāpat Maira, aptaujājot draugus un radus, pēta cenas un uzņēmējdarbības formas, lai, beidzoties kovidam, varētu uzsākt savu biznesu. Bet vērojot reklāmas tirgu, nācies atzīt, ka sociālie tīkli šajā pandēmijas laikā ir populārākā reklamēšanās platforma.

«Es pieļauju, ka vietējie manu produkciju pirks tāpēc, lai atbalstītu vietējo ražotāju. Tāpat žāvēti citrusaugļi varētu patikt veselīga dzīvesveida piekritējiem, jo neizmantoju cukuru, krāsvielas u.c. neveselīgas vielas. No kāda lektora Daugavpils biznesa inkubatorā aizguvu ideju šos produktus piedāvāt kafējnicām un restorāniem. Žāvēti citrusaugļi ilgāk glabājas, bet, ja tu nogriez citrona šķēlīti, tad bieži vien pārējais citrons nostāv vairākas dienas un sapūst. Greipfrūts un apelsīns ir pievilcīgs krāsas ziņā, tāpēc abi padara skaistāku tēju vai kūku. Laimis ir interesants, jo tas žāvēšanas skapī maina krāsu. Tāda interesanta «rozīnīte» tēju maisīšos,» saka Maira.

Mairas padomi tiem, kuri vēlas uzsākt biznesu:

- Jāizvēlas nišas produkts, tā var uzsākt uzņēmuma oriģinalitāti un būt interesants daudzīem pircējiem.
- Jāveido tāds bizness, kas dos peļņu pašam un nodokļus valstij.
- Ja ir nepieciešams aprīkojums, to var atrast citās Eiropas valstīs, tikmēr Latvijā tas bieži vien ir pat divas trīs reizes dārgāks.
- Ja kaut kas nesnāks, nav jābaidās sākt no sākuma.

Kafijas bizness piedzima pandēmijas laikā



Rihards un Vadims kofīnā uzņēmumu izveidoja pandēmijas laikā

«Mūsu bizness piedzima pandēmijas laikā. Pagājušā gada pavasarī redzējām, ka cilvēki Daugavpilī pastaigājas ar kafijas krūzītēm, turklāt tās ir tik dažādas. Taču pēc nosaukuma bija redzams, ka viena daļa šo kafiju nopirkusi benzīntankā. Padomājām, ka arī mēs varētu tirgot kafiju pilsētā, lai cilvēkiem nav jābrauc uz degvielas uzpildes staciju,» atzīst Vadims Orlovs.

Arī mums pašiem garšo kafija

«Sākām meklēt un pētīt idejas, kā to darīt,» iestarpina Rihards Kunickis un piebilst, ka viņam tobrīd samazinājās ienākumi pamatdarbā (viņš strādā skaistumkopšanas nozarē), tāpēc kafijas mobilā pārdošana šķita labs risinājums kovidā apstākļos.

Rihards atminējās, ka, pētot startapus un video internetā, ieraudzīja, ka mobilie kafijas automāti, iemontēti vieglajās automašīnās, ir populāri Ukrainā, Krievijā u.c. Turklāt tādām biznesam nav vajadzīgas lielas investīcijas, un tas dod peļņu jau pēc dažiem mēnešiem.

Viņš uzzināja, ka šādas spēkratus piedāvā lietuvieši. Stāsta Rihards: «Lietuvieši piedāvāja nopirkt šādu auto vai aprīkot no jauna manu privāto auto. Bet abi varianti ir dārgi. Kamēr apsvērām visus par un pret, noskaidrojām, ka šādu mobilo kafijas automātu ar visu auto varam nomāt tepat Daugavpilī.»

Vadims un Rihards, pateicoties draugu un pieredzējušu uzņēmēju ieteikumam, konsultējās ar valsts institūcijām – Pārtikas un veterināro dienestu, Valsts ieņēmumu dienestu (VID) – un īsā laikā reģistrēja uzņēmumu «Coffe 2 Go». «Kovids daudz ko atvieglā, piemēram, lai reģistrētos VID, nebija jābrauc uz šo iestādi, jo visas veidlapas varēja aizpildīt, izejot dienesta mājaslapā. Cilvēki ir atsaucīgi, pasaka priekšā, kā darīt labāk,» saka Vadims.

Katram cilvēkam ir savs kafijas stāsts

Abi bija vienprātīgi, ka kafija jātirgo vietās, kur ir liela vai nepārtraukta cilvēku plūsma. Abi nosprieda, ka jāstrādā Stropu promenādē. «Pandēmija izdarīja mums pakalpojumu. Cilvēki biežāk sāka doties dabā, un Daugavpilī Stropu promenādē ir ļoti iecienīta pastaigu, veloshošanas un vienkārši atpūtas pie dabas vieta. Aizgājām uz Daugavpils domi pēc atļaujas tirgot šeit, Stropu promenādē, tur atbildīgā speciāliste mums ierādīja vietu pie autostāvvietas. Mums bija jāsaņem arī galvenā mākslinieka atļauja, vai automašīna un pārdošanas galdiņš ieders apkārtējā vidē. Paldies Daugavpils pašvaldībai! Un sākām strādāt. Tas bija jūnijs,» priecīgi atceras Rihards. Tā ir laba vieta – cilvēki redz kafijas auto no visām debespūsēm, iestarpina Vadims.

Jautāju, ko viņi darīja ziemā, kad kafijas tirgošanu apgrūtinā sals, sniegs. Rihards darbojās skaistumkopšanas jomā līdz brīdim, kad Latvijā skaistumnozarē ieviesa ierobežojumus. Tikmēr Vadims strādāja uz kuģa.

Pirmos mēnešus Vadims un Rihards tirgoja pupiņu kafiju, ko iegādājās veikalā. Taču viņi ieklausījās klientu stāstos, ka kafija ir par rūgtu, un turpat Daugavpilī sameklēja kafijas grauzdētāju – tagad klienti dzer svaigi grauzdētu kafiju. «Mēs ar grauzdētavas īpašnieku Aleksandru esam sadarbības partneri nevis konkurenti. Cilvēki var dzert svaigu, garšīgu kafiju,» uzsver Vadims.

Kāda loma ir kafijai cilvēka dzīvē? Vadims novērojis, ka katram cilvēkam ir savs kafijas stāsts, bet Rihards atzīst, ka viņam patīk pie kafijas pārdomāt dzīvi, un padalās ar vērojumu, ka jaunieši kafiju dzer reti.

Kafija brīvā dabā – tas ir jauks formāts arī dialogam, sarunai, lai arī tas «Coffe 2 Go» tirdzniecības vietā ilgst tikai dažas minūtes, kamēr top kafija, uzskata uzņēmēji. Rihards priecājas: «Kafiju pārka pasūtīdami klienti, gan tie, kuri atbraukuši uz Stropu promenādi pirmo reizi, un lielākā daļa saka paldies, jo kafija ir garšīga. Tas ir augsts novērtējums manam un Vadima darbam.»

Eksperta viedoklis

LIAA Daugavpils biznesa inkubatora vadītājs Andrejs Zelčs:



Andrejs Zelčs aicina eksperimentēt ar biznesa idejām

«Uzņēmējdarbība parasti nozīmē izešanu no komforta zonas. Tu dodies uz nezināmo, jo pat pie pārliecības, ka viss aizies labi, noteikti būs daudz apstākļu, ar kuriem jāsavstarpas pirmo reizi, kas būs neskaidri un sarežģīti. Un atstāt savu komforta zonu nav viegli, jo tajā taču ir tik ērti, silti un pierasti. Tas jau arī ir galvenais uzņēmējdarbības faktors. Ne ideju trūkums (google jums atradīs tūkstošiem ideju un tai nav jābūt visunikālākajai pasaulē), ne naudas trūkums – ir radi, draugi, investori, granti, dažādi fondī, attīstības instances un pat pūļa finansējums, bet tieši spēja nebaidīties un uzsākt pašam savu biznesu – uzņēmējspējas.

Bet pamēģiniet par savu ideju runāt

Un nākamais solis – atliek darīt. Darīt neatlaidīgi, norobežojoties no apkārtējo netiecības, pārgudrības, neklusoties depresīvus viedokļus par valsti, kur biznesu nevar veikt, kur nav palicis iedzīvotāju un ir visnotaļ nepanesama nodokļu sistēma, par patērētājiem, kas paši nezina, ko grib, par piegādātājiem, kas noteikti «uzmetīs» un tā tālāk un tā joprojām. Jāsaka, vismaz cunami, cece mušu un zemestrīču mums nav, un ar šo faktu būs grūti strīdēties. Cilvēkam ir raksturīgi baidīties no nezināmā, riskantā, tādēļ uzņēmējam noteikti piemīt drosmē, jo apstākļu, kādēļ nevajadzētu sākt biznesu, ir ļoti daudz. Protī, nav īstais brīdis, nav īstais vecums, lieli tirgus spēlētāji mani «apēdīs», vajag zīmi no augšas, nav pietiekami daudz brīva laika, varbūt man tas nav dots, man nav zināšanu, es nezinu, ar ko sākt, un daudz kas cits. Bet jau pieminētā neatlaidība ļauj un arī liek risināt visus iepriekš minētos apstākļus.

Viena no mūsu mentalitātes iezīmēm ir kūtrums komunikācijā. Bet pamēģiniet par savu ideju runāt. Runāt ar visiem, kam isticaties un kuru viedokli ir vērts ieklausīties, un izrādīsies, ka cilvēki ir gatavi palīdzēt, padalīties ar savu pieredzi, zināšanām un tu nemaz neesi viens šajā kaujas laukā. Un lai jūs nebaida, ka kāds, jūs dzirdot, jūsu ideju nozags. Vai pat kādam pārdos.



Klienti biežāk izvēlas kafiju ar pienu

Riharda un Vadima atziņas un ieteikumi jaunajiem uzņēmējiem:

- Ja ir ideja, nevajag baidīties jautāt uzņēmējiem un valsts institūcijās, kā šo ideju realizēt.
- Aprīkojuma nomāšana – tas ir risinājums, uzsākot biznesu tad, kad nav liela starta kapitāla.
- Ja ir peļņa, tā jāiegulda attīstībā.
- Jāautā klientiem, kas viņam patīk vai nepatīk, jo tā var uzlabot kvalitāti.
- Biznesā cilvēkiem ir jāsadarbības nevis jākonkurē.
- Ja tev pašam patīk tas, ko tu dari, tad tas patīks arī citiem.

Neesiet vientuļnieki biznesā

Vai jums ideja jau sākotnēji ir izteikti unikāla un neatkārtojama? Es domāju, ka nē. Bet, tāpat par to jau daudzi ir dzirdējuši, un kādēļ neviens nav realizējis? Kā jau teicu – trūkst uzņēmības. Neesiet vientuļnieki biznesā – meklējiet partnerus, mentorus, padomdevējus, galu galā – skolotājus. Komanda ir viens no būtiskākajiem uzņēmējdarbības veiksmes aspektiem. Apgrozies starp pareizajiem cilvēkiem, mācies, bet arī saproti, ka veiksmes stāstiem bieži vien ir grūti kaut ko iemācīties.

Starp citu par unikālītāti – tā gan varētu būt bīstama, jo, ja jūsu unikālā lieta tiks atzīta par labu esam, kāds ar biežāku maku noteikti jūs pārsplaus apjomos, mārketinga aktivitātēs un zemākās izmaksas. Es teiktu, ir labs arī tradicionālais bizness, bet ar odziņu.

Protams, jābūt nevis nepamatotam optimīstam, bet jāpiemīt reālistiskam skatījumam vai pat zināmā kritiskās pieejas deval. Bet tāpēc mums ir dota spēja klausīties, mācīties, vērtēt un analizēt. Jebkurš bizness ir jāizpēta un jāaprēķina, nevis jābalstās uz sava lolotā sapņa rozā krāsām. Īpaši, ja tā izveidei nepieciešami lieli un arī aizņemtie līdzekļi. Biznesā jābalstās nevis uz pieņēmumiem, bet faktiem. Meklējiet šos faktus, mēģiniet, eksperimentējiet atkal un atkal – esiet neatlaidīgi. Un mācieties no neveiksmēm, jo no veiksmes stāstiem bieži vien ir grūti kaut ko iemācīties.

Un nu mēs esam attāpušies šajā divīnāajā laikā – noteikts vairs ierobežojumu, nav pieejams tas, kas likās tik pašsaprotams daudzus gadus. Un rodas dilemma – vai šis ir īstais laiks biznesam? Kāpēc nē, ja atceramies, ka, visu laiku kaut ko gaidot, īstais brīdis var tā arī nepienākt nekad. Pirmkārt, mēs šobrīd pieņemam situāciju tādu, kāda tā ir – ar pastāvīgo ierobežojumiem, ar esošo nodokļu slogu, pastāvīgo bezdarbu un iedzīvotāju skaitu. Tāpat nākotnē varētu būt vieglāk, vai vismaz ne kardināli sliktāk. Otrkārt, daudziem pēdējā laikā ir kļāies grūti. Bet, tāpat, ja tu tagad spēj uzsākt uzņēmējdarbību un tev tā izrādīsies veiksmīga, tev šie apstākļi būs īpaši labvēlīgi – mazāk konkurentu un pozitīvs sākums ne gluži pozitīvos apstākļos. Protams, ir nozāres, kas cietušas no šodienas īpašajiem apstākļiem, bet tirgus mainās, tas pielāgojas. Kā nekad aktuāla kļūst e-pārdošana, mainās izklaides nozare, mainās apkalpojošā sfēra. Bet, vai mēs tāpēc esam atteikušies no savām ikdienas vajadzībām? Noteikti – nē. Tāpat biznesam būs vieta, bet tas mūždien jāpielāgo. Varbūt diezreiz jāpadomā, pirms sākt ražot lukturībus, fotoaparātus un kalkulatorus, jo tas viss ir mūsdienu bērnu dārza audzēkņa mobilajā tālrunī. Bet arī tam var atrasties savs pircējs.

Tirgus, pieprasījums un noiets kopumā ir jāpēta

Un regulāri. Atcerieties – kamēr jūs priecāties par savu veiksmi, kāds cits neatlaidīgi strādā, lai ieņemtu jūsu vietu. Mums ļoti zināmais Bils Geitss reiz teica, ka starp dibenu un divānu dolārs nekad neizlidos. Viens no pagaidām neliela biznesa vadītājiem, ar kuriem ikdienā saskaras, vēl joprojām sēž arī skolas solā. Bet jaunieši ir izmēģinājis, tam ir noticējuši. Ir noticējuši viņa radītajam produktam, viņš ir pierādījis savas uzņēmējspējas – izveidota komanda, radīts un pilnveidots produkts, izveidots uzņēmums, sāktota ražošana, notikuši daudzi pārdošanas darījumi pa visu pasauli, ir lielas ambīcijas un manis jau pieminētā – neatlaidība. Bet te taču ir vesels lēsums apstākļu, kāpēc tam nebija jānoskrādā – nav īstais brīdis, nav īstais vecums, lieli tirgus spēlētāji viņu «apēdīs», viņam taču nav pietiekami daudz brīva laika, varbūt viņam tas nav dots, viņam noteikti nav visu vajadzīgo zināšanu, un viņš noteikti nezināja, ar ko sākt. Laikam tikai viens nostrādāja – bija zīme no augšas un manis jau vairākkārt pieminētā – neatlaidība. Un, ja kāds vēl to meklē – lai arī mans sacītais jums ir zīme no augšas.»

Uzziņa

Latgalē 2020. gadā bija reģistrēti 557 jauni uzņēmumi, šogad četros mēnešos – 229. Populārākās nozares ir mazumtirdzniecība, sauszemes transports, ēdināšana. Ir arī nišas nozares – pasta un kurjera darbība, sociālā aprūpe, ūdens ieguve, attīrīšana un apkope.

(Avots – Valsts ieņēmumu dienests)



Projektu finansē Mediju atbalsta fonds no Latvijas valsts budžeta līdzekļiem.

Par projekta saturu atbild «Vietējā Latgales Avīze».