



LATVIJAS
UNIVERSITĀTE
ANNO 1919

EIROPAS SAVIENĪBA

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

Ekonomikas un vadības fakultāte

Vadībzinību katedra

Promocijas darbs

Latvijas mazo uzņēmumu vadīšanas īpatnības

Management individualities for small enterprises in Latvia

Vadības zinātnes
Uzņēmējdarbības vadības
doktora studiju programmas
doktora grāda pretendente

Ināra Kantāne

Zinātniskais vadītājs
Dr.oec., profesore

Biruta Sloka

Rīga, 2013



LATVIJAS
UNIVERSITĀTE
ANNO 1919

EIROPAS SAVIENĪBA

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

Šis darbs izstrādāts ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu projektā „Atbalsts doktora studijām Latvijas Universitātē”.

Anotācija

Mazie uzņēmumi veido lielāko daļu uzņēmumu Latvijā, un tajos ir nodarbināti vairāk nekā puse iedzīvotāju darbspējīgā vecumā. Mazo uzņēmumu attīstības jautājumi ir īpaši aktuāli situācijā, kad globalizācijas rezultātā pieaugusi starptautiskā konkurence, augušas kvalitātes prasības produktiem un pakalpojumiem, pieaudzis bezdarbs. Pasaulē veiktie zinātniskie pētījumi liecina, ka vāja mazo uzņēmumu vadīšana ir viens no galvenajiem iemesliem, kādēļ uzņēmumu darbības rezultāti pasliktinās un uzņēmumi tiek likvidēti.

Promocijas darba mērķis ir izpētīt mazo uzņēmumu vadīšanu nozīmīgi ietekmējošos faktorus un to savstarpējās ietekmes kopsakarības, izpētīt mazo uzņēmumu vadītāju uzskatus par izglītības un prasmju uzņēmuma vadīšanā nozīmīgumu, atklāt iespējas mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanai.

Promocijas darba pirmajā nodaļā analizēta akadēmiskā literatūra un jaunākie zinātniskie pētījumi par mazo uzņēmumu vadītāju zināšanu un prasmju nozīmīgumu uzņēmuma vadīšanā, vadītāja personisko īpašību nozīmīgumu, mazo uzņēmumu vadīšanas īpatnībām, kā arī ārējās vides ietekme uz mazo uzņēmumu vadīšanu. Nodaļā analizēti zinātniskie pētījumi par uzņēmuma klimata nozīmīgumu uzņēmumos un to ietekmējošiem faktoriem, kā arī par zināšanu vadības nozīmīgumu organizācijās un zināšanu vadības nepieciešamību mazos uzņēmumos.

Otrajā nodaļā pētīta mazo uzņēmumu attīstība un īpatnības Latvijā, izpētīta valdības politika mazo uzņēmumu atbalstam, analizēti valsts atbalsta pasākumi un ES fondu atbalsts maziem uzņēmumiem, analizēta uzņēmējdarbības izglītības īstenošana augstākās izglītības iestādēs.

Promocijas darba trešajā nodaļā autore pētījusi, kā uzlabot mazo uzņēmumu vadīšanu Latvijā. Izpētīti ir mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes nozīmīgumu. Noskaidrots, kādi ir mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu uzņēmumā. Analizētas vadītāju uzskatu atšķirības Latvijas reģionos, kā arī tautsaimniecības nozaru griezumā un arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un vadītāja dzimuma. Izpētītas vadītāju apmācību, motivācijas, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu savstarpējās sakarības un saistība ar uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu. Pētīta interneta lietošanas aktivitāte mazos uzņēmumos, sīkāk izpētīta interneta lietošanas aktivitātes atšķirības Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no nozares un uzņēmuma lieluma. Nodaļā analizēti mazo uzņēmumu vadītāju viedokļi par valsts atbalsta pasākumu, nodokļu politikas, finanšu resursu pieejamības, ārējās vides stabilitātes, administratīvo procedūru, kā arī informācijas pieejamības atbalsta pasākumiem nozīmīgumu. Noteikti galvenie spēki, kas ietekmē mazos uzņēmumus. Pamatojoties uz zinātniskās literatūras analīzi un empīriskā pētījuma rezultātiem, atklātas mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanas iespējas.

Promocijas darba pamata saturs ir izklāstīts 194 lappusēs. Darbā ievietoti 28 attēli un 11 tabulas. Literatūras un avotu sarakstā iekļautas 228 vienības. Promocijas darbam ir 7 pielikumi.

Atslēgvārdi: mazo uzņēmumu vadīšana, uzņēmējdarbības izglītība, apmācība, motivācija, komunikācija.

Annotation

Small enterprises account for the majority of enterprises in Latvia and employ more than a half of the working age population. The development issues of the small enterprises are particularly topical in the situation when as a result of globalization international competition has increased, higher quality is required from products and services, inhabitants has decreased in the country and there has been a rise in unemployment. The globally conducted scientific research suggests that poor management of small businesses is one of the key reasons why the performance of these enterprises is deteriorating and the businesses are liquidated.

The aim of the promotion paper is to study the factors which considerably influence the management of small businesses and regularities of their mutual interaction and to study the opinions of the managers of small businesses about the role of education and skills in corporate management and identify the opportunities for the improvement of corporate management.

The first chapter of the promotion paper analyses academic literature and latest scientific research on the role of a small business managers' knowledge and skills of corporate management, the importance of the manager's personal qualities, key actions of small business managers in managing their enterprises as well as the influence of the external environment on the management of small businesses. The chapter analyzes the research on the corporate climate in small enterprises and the factors influencing the climate as well as the importance of knowledge management as well as the role of knowledge management in organizations and the need for knowledge management in small businesses.

The second chapter explores the development and peculiarities of small businesses in Latvia and studies the government policy for the support of small businesses as well as analyzes the national support measures and EU support to small enterprises. The chapter also deals with the implementation of business administration education in the tertiary and vocational education institutions in the study programmes.

In the third chapter of the promotion paper the Author has studied the possibilities of improving the management of small businesses in Latvia. The research has also been made of the opinions of the small business managers about the importance of business management education and experience. The Author has studied and identified the opinions and differences in the opinions of small business managers about the role of training, motivation and communication in an enterprise. The differences of opinions have been examined in the cross-section of the regions of Latvia and industries as well as depending on the size of the enterprise and the manager's gender. The Author has studied the mutual correlations and relations of the assessments of training, motivation and communication importance on the innovative performance of a company. Other aspects under study are the intensity of the use of the Internet in small enterprises, differences in the intensity of using the Internet in the regions of Latvia as well as depending on the industry and size of the enterprise. The chapter analyzes the opinions of small business managers about the influence of state support measures, tax policy, availability of financial resources, stability of the external environment, influence of administrative procedures as well as availability of information on support measures. The Author has identified the key forces influencing small enterprises. Based on the analysis of scientific literature and empirical research results improvement opportunities of small business management have been revealed.

The main contents of the promotion paper covers 190 pages. It contains 28 figures and 11 tables. The list of references contains 228 items, the promotion paper has 7 annexes.

Keywords: management of small businesses, management education, training, motivation, communication

Saturs

Promocijas darbā iestrādāto attēlu saraksts	7
Promocijas darbā iestrādāto tabulu saraksts	8
Promocijas darbā lietoto saīsinājumu saraksts	9
Ievads	10
1. Mazo uzņēmumu vadīšanas īpatnības	27
1.1. Vadītāja zināšanu un prasmju uzņēmuma vadīšanā un personisko īpašību nozīmīgums mazos uzņēmumos.....	28
1.2. Ārējās vides ietekme uz uzņēmuma vadīšanu.....	35
1.3. Mazā uzņēmuma vadītāja galvenās darbības uzņēmuma vadīšanā.....	42
1.4. Uzņēmuma klimata veidošanas nepieciešamība mazos uzņēmumos.....	56
1.5. Zināšanu vadība zināšanu efektīvai izmantošanai	66
2. Mazo uzņēmumu vadīšanu ietekmējošie apstākļi Latvijā.....	70
2.1. Mazās uzņēmējdarbības attīstība un īpatnības Latvijā.....	70
2.2. Valsts atbalsts maziem uzņēmumiem	79
2.2.1. Valsts mazo uzņēmumu darbības veicināšanas politika.....	79
2.2.2. ES fondi - atbalsts maziem uzņēmumiem	85
2.3. Izglītība uzņēmējdarbībā augstskolu studiju programmās kā mazo uzņēmumu vadīšanas prasmju ietekmējošs faktors	95
3. Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu par uzņēmuma vadīšanu izvērtējums, vadīšanas pilnveidošanas virzieni Latvijā.....	101
3.1. Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības un prasmju nozīmīgumu.....	105
3.2. Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas, komunikācijas nozīmīgumu	119
3.3. Interneta lietošanas aktivitāte mazos uzņēmumos	136
3.4. Mazo uzņēmumu vadītāju valsts atbalsta pasākumu vērtējums.....	143
3.5. Mazos uzņēmumus ietekmējošo faktoru mijiedarbība.....	153
3.6. Mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanas virzieni Latvijā	157
Secinājumi un priekšlikumi.....	168
Izmantotā literatūra	176
Pielikumi	194

Promocijas darbā iestrādāto attēlu saraksts

1.1. attēls. Veiksmīga mazā uzņēmuma vadītāja raksturojums.....	33
1.2. attēls. Mazos uzņēmumus nozīmīgi ietekmējoši ārējās vides faktori.....	37
1.3. attēls. Uzņēmuma klimata un uzņēmuma darbību ietekmējošo faktoru savstarpējās sakarības	64
1.4. attēls. Zināšanu vadību ietekmējošie elementi mazos uzņēmumos.....	68
2.1. attēls. Mazo uzņēmumu sadalījums pa nozarēm 2011. gadā (procentos)	73
2.2. attēls. Reģistrēto un izslēgto uzņēmumu skaita izmaiņas Latvijā no 2005. līdz 2012. gadam	75
2.3. attēls. Aktīvo SIA īpatsvars Latvijā pēc darbības ilguma gados	76
2.4. attēls. Interneta lietošana uzņēmumos ar nodarbināto skaitu vairāk kā 10 sadarbībai ar valsts iestādēm Latvijā un citās Eiropas valstīs 2011. gadā (procentos).....	77
3.1. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā	107
3.2. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos	109
3.3. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā	111
3.4. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējums par uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes nozīmīgumu: vidējie lielumi.....	116
3.5. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos	121
3.6. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā	122
3.7. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā	125
3.8. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos	127
3.9. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā	129
3.10. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi.....	132
3.11. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu aritmētiskās vidējās vērtības nozaru griezumā.....	134
3.12. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos	138
3.13. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu vidējie lielumi Latvijas statistiskajos reģionos.....	138
3.14. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu sadalījums atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā	140
3.15. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi nozaru griezumā	141
3.16. attēls. Mazo uzņēmumu sadalījums pēc uzņēmuma interneta mājas lapas esamības	143
3.17. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju administratīvo procedūru, ārējās vides stabilitātes, finanšu resursu (tai skaitā kredītu) pieejamības, valsts nodokļu politikas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi.....	145

3.18. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju Biznesa un inovāciju inkubatoru, Tehnoloģiju parku un sadarbības ar pētniecības centriem nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi.....	149
3.19. attēls. Mazā uzņēmuma vadītāja rīcība uzņēmuma klimata veidošanā	162
3.20. attēls. Zināšanu vadības modelis maziem uzņēmumiem.....	167

Promocijas darbā iestrādāto tabulu saraksts

1.1. tabula	31
Zinātnisko pētījumu rezultātu apkopojums par mazo un vidējo uzņēmumu vadītāju izglītības, zināšanu un prasmju uzņēmuma vadīšanā nozīmīgumu.....	31
2.1. tabula	71
Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums mikro un mazo lielumu grupā Latvijas statistiskajos reģionos no 2009. līdz 2011. gadam	71
2.2. tabula	72
Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums mikro un mazo lielumu grupās un uzņēmējdarbības formās 2011. gadā.....	72
2.3. tabula	74
Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījuma īpatsvars mazo lielumu grupā Latvijas statistiskajos reģionos un galvenajās saimnieciskās darbības nozarēs 2011. gadā (procentos).....	74
2.4. tabula	78
Datora un interneta lietošana mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49 Latvijas statistiskajos reģionos 2010. un 2011. gados.....	78
2.5. tabula	98
Uzņēmējdarbības izglītības īstenošana augstākās izglītības iestāžu studiju novirzienos 2009. un 2010. gados.....	98
3.1. tabula	103
Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datu un CSP datu salīdzinājums sadalījumā pa Latvijas statistiskajiem reģioniem	103
3.2. tabula	104
Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datu un CSP datu salīdzinājums sadalījumā pa nozarēm....	104
3.3. tabula	118
Mazo uzņēmumu vadītāju plānotās pārmaiņas uzņēmumā atkarībā no vadītāju uzņēmējdarbības izglītības nozīmīguma vērtējuma	118
3.4. tabula	133
Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu aritmētiskās vidējās vērtības Latvijas statistiskajos reģionos.....	133
3.5. tabula	156
Mazo uzņēmumu darbību ietekmējošo faktoru analīze (komplekso faktoru matrica pēc rotācijas)	156

Promocijas darbā lietoto saīsinājumu saraksts

CEDEFOP	-	Eiropas Profesionālās izglītības attīstības centrs (<i>European Centre for the Development of Vocational Training</i>)
CSP	-	Centrālā statistikas pārvalde
DU	-	Daugavpils Universitāte
ELFLA	-	Eiropas Lauksaimniecības fonds lauku attīstībai
EM	-	Ekonomikas ministrija
EK	-	Eiropas Komisija
EIB	-	Eiropas Investīciju banka
EIF	-	Eiropas Investīciju fonds
ES	-	Eiropas Savienība
ESF	-	Eiropas Sociālais fonds
ERAF	-	Eiropas Reģionālās attīstības fonds
Eurostat	-	Eiropas Savienības Statistikas birojs
FM	-	Finanšu ministrija
IK	-	Individuālais komersants
IKP	-	Iekšzemes kopprodukts
IKT	-	Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas
KF	-	Kohēzijas fonds
LAD	-	Lauku atbalsta dienests
LIAA	-	Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra
LM	-	Labklājības ministrija
LLU	-	Latvijas Lauksaimniecības universitāte
LU	-	Latvijas Universitāte
MK	-	Ministru kabinets
MVU	-	Mazie un vidējie uzņēmumi
NAP	-	Nacionālais attīstības plāns
NVA	-	Nodarbinātības valsts aģentūra
RSU	-	Rīgas Stradiņa universitāte
SIA	-	Sabiedrība ar ierobežotu atbildību
TSI	-	Transporta un sakaru institūts
VID	-	Valsts ieņēmumu dienests

Ievads

Sekmīga uzņēmējdarbība ir valsts ekonomikas izaugsmes pamats. Mazie un vidējie uzņēmumi veido lielāko daļu uzņēmumu jebkurā ekonomikā, tajos ir nodarbināti lielākā daļa iedzīvotāju. Latvijā mazo un vidējo uzņēmumu kategorijā visvairāk ir mazo uzņēmumu, 2011. gadā mazie uzņēmumi bija aptuveni 98,6% no uzņēmumiem mazo un vidējo kategorijā¹.

Mazo uzņēmumu attīstības jautājumi ir īpaši aktuāli situācijā, kad globalizācijas rezultātā pieaugusi starptautiskā konkurence, augušas produktu un pakalpojumu kvalitātes prasības, paaugstinās profesionālās kvalifikācijas prasības uzņēmējdarbībai, kad valstī ekonomiskās krīzes rezultātā ir samazinājies ekonomiski aktīvo iedzīvotāju skaits, pieaudzis bezdarbs.

Latvijā pēdējos gados ir pieaudzis ne tikai reģistrēto, bet arī likvidēto mazo uzņēmumu skaits. Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra dati² dati liecina, ka Latvijā sākot ar 2010. gadu strauji ir pieaudzis no jauna dibināto uzņēmumu skaits un likvidēto uzņēmumu skaits. Mazo uzņēmumu vidējais vecums Latvijā ir 6,5 gadi.

Pasaulē ir veikti daudzi zinātniskie pētījumi par mazo un vidējo uzņēmumu vadīšanas jautājumiem un par faktoriem, kas ietekmē uzņēmumu darbību un attīstību. Mazo un vidējo uzņēmumu problēmu izpētei pievērsušies ārzemju zinātnieki Kolins Grejs (*Colin Gray*), Beatrisa Heidena (*Beatrice Heijden*), Roberts Makmahona (*Robert McMahon*), Vikijs Hačinsons (*Vicky Hutchinson*), Pauls Kvintass (*Paul Quintas*), Leons Meginsons (*Leon Megginson*), Mērija Birda (*Mary Byrd*), Viljams Meginsons (*William Megginson*), Lutfihaks Alpkans (*Lutfihak Alpkhan*), Kengizs Jilmazs (*Cengiz Yilmaz*), Nikhats Kajs (*Nihat Kay*), Viljams Grifits (*William Griffiths*), Miks Simpsons (*Mike Simpson*), Džo Padmors (*Jo Padmore*), Zueli Huangs (*Xueli Huang*), Alans Brauns (*Alan Brown*), Račels Doerns (*Rachel Doern*) un citi. Latvijā MVU zinātniskiem pētījumiem pievērsušies Konstantīns Didenko, Grigorijs Oļevskis, Valērijs Praude, Baiba Rivža, Nataļja Līce, Tālis Laizāns, Inta Dobele, Elīna Gaile-Sarkane, Andra Zvirbule-Bērziņa, Uldis Osis, Raita Karnīte, Iluta Skrūzkalne, Vizma Niedrīte, Andris Deniņš, Jānis Zvanītājs un citi zinātnieki.

Mazāk ir izpētīts, kā jāvada mazais uzņēmums, kādam būtu jābūt mazā uzņēmuma vadītājam, lai uzņēmums sekmīgi darbotos. Mazo uzņēmumu vadīšanas un attīstības jautājumiem pievērsušies Leons Meginsons, Mērija Birda, Viljams Meginsons, Čārlzs Kuels (*Charles Kuehl*), Pegija Lembinga (*Peggy Lambing*), Fulers-Lavs (*Fuller-Love*) un citi zinātnieki.

¹ Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 20.12.2012.

² Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra mājas lapa. Sadaļa Statistika, Reģistru statistika / Internets - <http://www.ur.gov.lv/statistika.html?a=1091> - skatīts 10.03.2013.

Mazo uzņēmumu galvenā īpatnība – atšķirībā no lieliem uzņēmumiem, mazos uzņēmumos parasti ir tikai viens vadītājs, kas bieži ir arī uzņēmuma īpašnieks. Lielākā daļa mazo uzņēmumu īpašnieku/vadītāju ir ieguvuši izglītību dažādās specialitātēs, taču tiem bieži nav izglītības uzņēmējdarbības jomā, tādēļ to zināšanas par uzņēmuma vadīšanu ir vājas un tie bieži arī nesaskata, cik svarīga nozīme ir darbinieku apmācībai, motivācijai, komunikācijai un arī citām darbībām, kas veicamas vadītājam. Leona Meginsona (*Leon Megginson*), Mērijas Birdas (*Mary Byrd*), Viljama Meginsona (*William Megginson*)³, Čārlza Kuela (*Charles Kuehl*), Pegijas Lembingas (*Peggy Lambing*)⁴, Fulera-Lava (*Fuller-Love*)⁵ un citu zinātnieku pētījumos pierādīts, ka mazo uzņēmumu vāja vadīšana ir viens no galvenajiem iemesliem, kādēļ mazā uzņēmuma darbības rezultāti pasliktinās un uzņēmumi tiek likvidēti. Zinātniskos pētījumos konstatēts, ka daudziem mazo uzņēmumu īpašniekiem/vadītājiem trūkst zināšanu un prasmju uzņēmuma vadīšanā, kā arī norādīts, ka izglītība uzņēmējdarbības jomā sniedz zināšanas, prasmes un iemaņas, kuras nepieciešamas uzņēmuma vadītājam, lai veiksmīgi vadītu uzņēmumu, un ir svarīgs nosacījums mazā uzņēmuma sekmīgai darbībai. Ekonomikas krīze, globalizācija, konkurences pastiprināšanās, resursu decentralizācija, strauji mainīgās tehnoloģijas, pārmaiņas darba tirgū, pieaugošais valdības lēmumu un rīkojumu skaits, ētikas prasības, sociālie mediji izvirza arī papildu prasības vadītājam. Mazā uzņēmuma vadītājs ik dienas saskaras ar daudz un dažādiem risināmiem jautājumiem, vadītājam jābūt kompetentam jautājumos, kas saistīti gan ar uzņēmuma vadīšanu, gan uzņēmuma darbības specifiku. Lai mazais uzņēmums veiksmīgi strādātu un attīstītos, vadītājam ir nepārtraukti jāpilnveido zināšanas, apgūstot jaunas prasmes un metodes. Mazos uzņēmumos vadīšanas process ir arī vairāk personificēts nekā lielos uzņēmumos, lielāka ir vadītāja personīgo īpašību ietekme uz uzņēmuma vadīšanu.

Mūsdienu mainīgajā vidē, lai uzņēmums izdzīvotu, attīstītos, tam ir jāspēj mainīties un attīstīties. No tā, cik ātri mazais uzņēmums reaģē uz izmaiņām uzņēmuma iekšējā un ārējā vidē, ir atkarīga uzņēmuma konkurētspēja. Mazo uzņēmumu konkurētspējas nodrošināšanai darbiniekiem mazos uzņēmumos ir pat vēl svarīgāka loma nekā lielos uzņēmumos. Uzņēmuma darbinieki ir jāiesaista lēmumu pieņemšanā, tiem ir jāuztic pienākumu izpilde, jāiesaista jaunu produktu un pakalpojumu radīšanā. Nihtera (*Nichter*), Goldmarka (*Goldmark*)⁶, Pensira (*Pansiri*), Temtima (*Temtime*)⁷, Gilmana (*Gilman*), Edvarda (*Edwards*)⁸

³ Megginson, L., C., Byrd, M., J., Megginson, W., L. *Small Business Management* 5th ed., McGraw-Hill Companies, 2006, 518 p.

⁴ Kuehl, C. R., Lambing, P., A. *Small Business: Planning and management* 3th ed. The Dryden Press, 1994, 44p.

⁵ Fuller-Love N. Management development in small firms. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 8 (3), 2006, pp. 175-190.

⁶ Nichter, S., Goldmark, L. Small Firm Growth in Developing Countries, *World Development*, Vol. 37 (9), 2009, pp. 1453 – 1464.

un citās zinātniskās publikācijās norādīts, ka svarīgs nosacījums mazā uzņēmuma veiksmīgai darbībai un attīstībai ir augsti motivēti, profesionāli darbinieki. Darbinieku apmācību, motivācijas un komunikācijas svarīgā nozīme mazos uzņēmumos pierādīta Lundberga (*Lundberg*), Gudmundsona (*Gudmundson*), Andersona (*Andersson*)⁹, Tabasi (*Tabassi*), Ramli (*Ramli*), Beikara (*Bakar*)¹⁰, H. Džorfija (*Jorfi*), S. Džorfija (*Jorfi*), Jakoba (*Yaccob*), Šaha (*Shah*)¹¹, Makdonalda (*Mcdonald*), Asimakopoula (*Assimakopoulos*) Andersona (*Anderson*)¹² un citu zinātnieku jaunākos zinātniskos pētījumos.

Attiecības starp uzņēmuma darbiniekiem, darbiniekiem un vadītāju mazos uzņēmumos ir vēl ciešākas nekā lielos uzņēmumos. Viens no faktoriem, kas būtiski ietekmē savstarpējās attiecības un sadarbību uzņēmumā, kā arī darbinieku attieksmi pret darbu, uzticību uzņēmumam, ir uzņēmuma klimats. Zinātniskos pētījumos norādīts, ka mazā uzņēmuma vadītājam jāveido tāds uzņēmuma klimats, kas saliedē darbiniekus, un ka jāseko līdzi uzņēmuma klimata izmaiņām, kā arī jāmēģina izprast uzņēmuma klimata izmaiņu iemesli.

Apstākļos, kad strauji pieaug konkurence, kad mazā uzņēmuma konkurētspējas nodrošināšanā svarīga nozīme ir jauninājumu ieviešanai, par būtisku uzņēmuma resursu kļuvušas zināšanas. Akadēmiskie pētījumi liecina, ka bieži uzņēmumos problēmu risināšanā un pārmaiņu ieviešanā netiek izmantotas uzņēmumu darbinieku zināšanas, jo trūkst informācijas par šādu zināšanu esamību, nereti zināšanu pielietošana notiek pārāk lēni un zināšanas nav saprotamas. Arī mazos uzņēmumos aktuāls kļūst jautājums par zināšanu saglabāšanu, apmaiņu, izmantošanu, atjaunošanu. Zināšanu efektīvai izmantošanai mazos uzņēmumos būtu nepieciešama zināšanu vadīšana.

Mazos uzņēmumos arvien pieaug informācijas un komunikācijas tehnoloģiju nozīme. Īpaši jāuzsver interneta izmantošanas svarīgums informācijas iegūšanā, izplatīšanā, apmaiņā, kā arī komunikācijā, e-pakalpojumu izmantošanā, uzņēmuma tēla veidošanā, e-komercijas veikšanā. Tādēļ ļoti svarīgi, lai maziem uzņēmumiem būtu pieejams internets un lai to aktīvi lietotu.

⁷ Pansiri J., Temtime Z. T. Assessing managerial skills in SMEs for capacity building, *Journal of Management Development*, Vol. 27, No.2, 2008, pp. 251–260.

⁸ Gilman, M., Edwards, P. Testing a Framework of the Organization of Small Firms: Fast-growth, High-tech SMEs, *International Small Business Journal*, Vol. 26 (5), 2008, pp. 531–558.

⁹ Lundberg C., Gudmundson A., Andersson T. D. Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism, *Tourism Management*, Vol. 30, 2009, pp. 890-899.

¹⁰ Tabassi A. A., Ramli M., Bakar A. H. A. Effects of training and motivation practices on teamwork improvement and task efficiency: The case of construction firms, *International Journal of Project Management*, Vol. 30, 2012, pp. 213-224.

¹¹ Jorfi H. Jorfi S., Yaccob H. F. B., Shah I. M. Relationships among Strategic Management, Strategic Behaviors, Emotional Intelligence, IT-business Strategic Alignment, Motivation, and Communication Effectiveness, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No 9, 2011, pp. 30-37.

¹² Macdonald, S., Assimakopoulos, D., Anderson, P. Education and Training for Innovation in SMEs: A Tale of Exploitation. *International Small Business Journal*, Vol. 25(1), 2007, pp. 77 – 95.

Daudzus faktoros, kas paaugstina vadīšanas sarežģītību, rada uzņēmuma ārējā vide. Valdības politika attiecībā uz maziem uzņēmumiem regulē daudzas sviras, kuras ietekmē uzņēmuma vadīšanu, spēju strādāt produktīvi un attīstīties. Lai sekmētu mazo uzņēmumu attīstību, Latvijā ir veikti vairāki pasākumi, pieņemti lēmumi un veiktas izmaiņas likumdošanā:

– 2002. gadā Latvija pievienojās „Eiropas Mazo uzņēmumu hartai”¹³, kuras galvenais mērķis ir veidot draudzīgu atbalsta politiku maziem un vidējiem uzņēmumiem;

– „Latvijas Nacionālā attīstības plānā 2007.–2013. gadam”¹⁴ paredzēts atbalstīt jaunu konkurētspējīgu uzņēmumu veidošanos;

– „Latvijas Nacionālā attīstības plānā 2014.–2020. gadam”¹⁵ noteikts, ka viens no rīcības virzieniem ir izcila uzņēmējdarbības vides, kas stimulē uzņēmumu attīstību, veicina iedzīvotāju kā darbspēka un kā jaunu darba devēju piesaisti;

–2007. gada 28. jūnijā ar Ministru kabineta rīkojumu Nr. 406¹⁶ tika apstiprināta „Komercedarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programma 2007.–2013. gadam”, kurā ietverti jautājumi par mazo un vidējo komersantu atbalstu;

– 2008. gada 2. decembrī Ministru kabinets pieņēma rīkojumu Nr. 752¹⁷ „Par mazo un vidējo komersantu mikrokreditēšanas programmu”;

– 2009. gada 30. septembrī stājās spēkā Ministru kabineta noteikumi Nr. 1065¹⁸ „Noteikumi par aizdevumiem sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai”, kas paredz valsts atbalstu aizdevumu piešķiršanai mikro, mazo un vidējo komersantu un atbilstīgu lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai;

– „Latvijas Stratēģiskās attīstības plānā 2010.–2013. gadam”¹⁹ viens no rīcības virzieniem ekonomiskās izaugsmes veicināšanai ir MVU labvēlīgu nosacījumu ieviešana un *Mazā biznesa akta* īstenošana;

¹³ "Par Mazo uzņēmumu Eiropas hartu" Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.192 ("LV", 60 (2635), 19.04.2002.) [stājas spēkā 17.04.2002.]

¹⁴ "Noteikumi par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2007.-2013.gadam" Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.564 ("LV", 108 (3476), 11.07.2006.) [stājas spēkā 12.07.2006.]

¹⁵ Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014. – 2020. gadam. Latvijas Republikas Saeimas, 2012.gada decembris. Rīga: Pārresoru koordinācijas centrs, 2012. 69. lpp.

¹⁶ Komercedarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programma 2007. – 2013. gadam. Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr. 406, Rīgā 2007. gada 28. jūnijā.

¹⁷ "Par Latvijas mazo un vidējo komersantu mikrokreditēšanas programmu" Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.752 ("LV", 189 (3973), 04.12.2008.) [stājas spēkā 02.12.2008.] ar grozījumiem: 08.02.2010. MK rīkojums Nr.60 ("LV", 22 (4214), 09.02.2010.) [stājas spēkā ar 08.02.2010.]

¹⁸ "Noteikumi par aizdevumiem sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai" Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.1065 ("LV", 154 (4140), 29.09.2009.) [stājas spēkā 30.09.2009.]

¹⁹ "Par Latvijas Stratēģiskās attīstības plānu 2010. -2013. gadam" Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.203 ("LV", 60 (4252), 15.04.2010.) [stājas spēkā 09.04.2010.]

– 2010. gada 1. maijā stājās spēkā grozījumi *Komerclikumā*²⁰, kas paredz, ka fiziskas personas var dibināt SIA ar 1 latu lielu pamatkapitālu, un padara arī vienkāršāku mazkapitāla SIA dibināšanu;

– 2010. gada 1. septembrī stājās spēkā *Mikrouzņēmumu nodokļa likums*²¹, kas noteic, ka mikrouzņēmums, ievērojot likumā noteiktos ierobežojumus, ir tiesīgs izvēlēties maksāt mikrouzņēmumu nodokli.

Lai veiksmīgi vadītu uzņēmumu, mazo uzņēmumu vadītājiem ļoti svarīgas ir uzņēmējdarbības zināšanas un prasmes. Nichters (*Nichter*), Goldmarks (*Goldmark*)²², Pensiri (*Pansiri*), Temtime (*Temtime*)²³ un citi zinātnieki ir pierādījuši mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmējdarbības prasmju būtisko ietekmi uz uzņēmuma darbību un attīstību. Mūsdienās, kad uzņēmējdarbību uzsāk dažādu profesiju cilvēki, ļoti svarīgi, lai uzņēmējdarbības prasmes tiktu iegūtas reizē ar specialitāti. Grevenits (*Graevenitz*), Harhofs (*Harhoff*) un Vēbers (*Weber*)²⁴ konstatējuši, ka augstskolās apmācība uzņēmējdarbībā nozīmīgi ietekmē studentu uzņēmējdarbības prasmju pašnovērtējumu, palielina uzņēmējdarbības aktivitāti, ka vadītāji, kuriem ir uzņēmējdarbības izglītība, efektīvāk vada uzņēmumu. Eiropas Komisijas pētījumā par uzņēmējdarbības izglītību augstākās izglītības mācību iestādēs neekonomikas studiju programmās²⁵ minēts, ka izglītībai uzņēmējdarbībā jābūt pieejamai visiem studentiem, un norādīts, ka studiju kursi uzņēmējdarbības izglītības iegūšanai būtu jāiekļauj visās augstākās izglītības studiju programmās.

Lai veicinātu uzņēmējdarbībā nepieciešamo zināšanu un prasmju apgūšanu, 2007. gada 29. maijā tika pieņemti Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr. 348²⁶. Saskaņā ar tiem profesionālās studiju programmās mācību kursu saturā jāiekļauj modulis uzņēmējdarbības profesionālo kompetenču veidošanai vismaz sešu kredītpunktu apjomā. Tomēr augstāko izglītības iestāžu akreditēto studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumi liecina, ka ne visās profesionālās studiju programmās modulis uzņēmējdarbības izglītības iegūšanai tiek realizēts.

Demogrāfiskā situācija un darbaspēka aizplūšana Latvijas uzņēmējiem var radīt problēmas ar darbaspēka trūkumu. Zinātniskie pētījumi liecina, ka vērā ņemams potenciālais

²⁰ Grozījumi Komerclikumā ("LV", 68 (4260), 29.04.2010.) [stājās spēkā 01.05.2010.]

²¹ Mikrouzņēmumu nodokļa likums ("LV", 131 (4323), 19.08.2010.) [stājās spēkā 01.09.2010.]

²² Nichter, S., Goldmark, L. Small Firm Growth in Developing Countries, *World Development*, Vol. 37 (9), 2009, pp. 1453 – 1464.

²³ Pansiri J., Temtime Z. T. Assessing managerial skills in SMEs for capacity building, *Journal of Management Development*, Vol. 27, No.2, 2008, pp. 251–260.

²⁴ Graevenitz G., Harhof, D., Weber R. The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 76, 2010, pp. 90 – 112.

²⁵ Final Report of the Expert Group. Entrepreneurship in higher education, especially within non – business studies, Enterprise and Industry, European Commission, 2008, 68 p.

²⁶ Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu. MK noteikumi Nr.348, par grozījumiem Ministru kabineta 2001.gada 20.novembra noteikumos Nr.481, Rīgā 2007.gada 29.maijā

darbaspēka resurss ir bezdarbnieki. Tomēr nestrādāšana savā profesijā, ilgstošs bezdarbs ietekmē cilvēku profesionālās prasmes un vairumam ilgstošo bezdarbnieku arī vēlmi atgriezties darba tirgū. Lai uzlabotu bezdarbnieku profesionālās prasmes, apmācītu bezdarbniekus profesijās, kuras nepieciešamas darba devējiem, kā arī paaugstinātu bezdarbnieku vēlmi atgriezties darba tirgū, valstij vēl vairāk būtu jāiesaistās bezdarbnieku apmācībā. Tomēr mazo uzņēmumu vadītājiem arī būtu jāapmāca pašreizējie un potenciālie darbinieki vai jāpiedalās apmācībā, lai nodrošinātu uzņēmumu ar vajadzīgiem speciālistiem.

Darba zaudēšana un kļūšana par bezdarbnieku, kā pierādīts pasaulē veiktajos zinātniskos pētījumos, ir viens no faktoriem, kas būtiski ietekmē lēmuma pieņemšanu par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Vairākos Latvijas novados darba vietu trūkuma dēļ gandrīz vienīgais veids, kā atgriezties darba tirgū, ir uzsākt uzņēmējdarbību. Uzņēmējdarbības un bezdarba savstarpējās sakarības izpētei ir pievērsušies Remeikiene (*Remeikiene*), Startiene (*Startien*)²⁷, Baptists (*Baptista*), Turiks (*Thurik*)²⁸, Faria (*Faria*), Kuestas (*Cuestas*), Mourela (*Mourelle*)²⁹, Ritsila (*Ritsila*), Tervo (*Tervo*)³⁰ un citi zinātnieki. Zinātniskie pētījumi liecina, ka bezdarbnieki galvenokārt sāk savu uzņēmējdarbību kā pašnodarbinātās personas un reti kad to paplašina. Lai bezdarbnieki uzsāktu uzņēmējdarbību, veiksmīgi ar to nodarbotos un attīstītu, tiem nepieciešamas zināšanas un prasmes uzņēmējdarbības jomā.

Promocijas darba mērķis ir izpētīt mazo uzņēmumu vadīšanu nozīmīgi ietekmējošos faktorus un to savstarpējās ietekmes kopsakarības, izpētīt mazo uzņēmumu vadītāju uzskatus par izglītības un prasmju uzņēmuma vadīšanā nozīmīgumu, atklāt iespējas mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanai.

Mērķa sasniegšanai nepieciešams veikt šādus uzdevumus:

- 1) apkopot un izanalizēt zinātniskā literatūrā publicēto pētījumu rezultātus par mazo uzņēmumu vadīšanas īpatnībām un to ievērošanu vadīšanā svarīgumu;
- 2) apkopot un izanalizēt zinātniskā literatūrā publicēto pētījumu rezultātus par mazo uzņēmumu vadītāju zināšanu un prasmju nozīmīgumu uzņēmuma vadīšanā;
- 3) apkopot un izanalizēt zinātniskā literatūrā publicēto pētījumu rezultātus par svarīgākajām mazo uzņēmumu vadītāju darbībām uzņēmumu vadīšanā;
- 4) izanalizēt mazo uzņēmumu īpatnības Latvijā un valsts politiku saistībā ar to attīstību;

²⁷ Remeikiene, R., Startiene, S. Does the Interaction between Entrepreneurship and Unemployment Exist? *Economics & Management*, 2009. 14, pp. 903 – 911.

²⁸ Baptista, R., Thurik, R., A. The relationship between entrepreneurship and unemployment: Is Portugal an outlier?, *Technological Forecasting & Social Change*, 74, 2007, pp. 75–89.

²⁹ Faria, J., R., Cuestas, J., C., Mourelle, E. Entrepreneurship and Unemployment: A Nonlinear Bidirectional Causality? *Economic Modelling* 27, 2010, pp. 1282–1291.

³⁰ Ritsila, J., Tervo, H., Effects of Unemployment on New Firm Formation: Micro-Level Panel Data Evidence from Finland, *Small Business Economics*, 19, 2002, pp. 31-40.

- 5) izpētīt Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju viedokli par informācijas pieejamību valsts atbalsta un ES fondu atbalsta pasākumiem;
- 6) izpētīt Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatus par uzņēmējdarbības izglītības un prasmju nozīmīgumu uzņēmuma vadīšanā;
- 7) izpētīt Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatus par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu;
- 8) izpētīt, cik aktīvi Latvijas mazo uzņēmumu vadītāji un darbinieki lieto internetu;
- 9) izstrādāt rekomendācijas mazo uzņēmumu vadītājiem uzņēmuma vadīšanas pilnveidošanai;
- 10) izstrādāt rekomendācijas mazo uzņēmumu vadītājiem uzņēmuma klimata veidošanai un novērtēšanai;
- 11) izstrādāt zināšanu vadības modeli maziem uzņēmumiem;
- 12) izpētīt uzņēmējdarbības izglītības realizāciju augstākās izglītības iestāžu neekonomikas un nevadībzinību studiju programmās;
- 13) izstrādāt rekomendācijas Latvijas politikas plānošanas dokumentu izstrādei.

Pētījumā izmantotās metodes: zinātnisko pētījumu rezultātu un zinātnisko publikāciju analīze, normatīvo dokumentu analīze, kvantitatīvās un kvalitatīvās pētniecības metodes: izmantotas sešas aptaujas, kā arī fokusgrupu diskusiju analīze. Datu analīze veikta, lietojot aprakstošās statistikas metodes – centrālās tendences jeb lokācijas rādītājus, variācijas rādītājus; hī kvadrāta testu; neparametriskās statistikas Manna–Vitneja (*Mann-Whitney*) testu un Kolmogorova–Smirnova (*Kolmogorov-Smirnov*) testu; daudzdimensiju analīzes metodes – faktoru analīzi, dispersijas analīzi, regresijas analīzi, korelācijas analīzi.

Darbā izmantotie informācijas un sekundāro datu avoti – zinātniskā literatūra; dažādu institūciju sagatavotie statistiskas dati un informācija: Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes, Eiropas Savienības Statistikas biroja (*Eurostat*), Eiropas Komisijas, Eiropas Profesionālās izglītības attīstības centra (*CEDEFOP*), Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas, Latvijas Republikas Finanšu ministrijas, Latvijas Republikas Labklājības ministrijas, Latvijas Republikas Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas, Nodarbinātības valsts aģentūras, Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra *Lursoft* datubāze; normatīvie akti; ES politiku instrumentu un struktūrfondu informatīvie materiāli; Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centra dati. Izmantoti zinātniskie raksti no zinātniskiem žurnāliem: *International Small Business Journal*, *International Journal of Rural Management*, *Journal of Economic Behavior and Organization*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, *Journal of Public Economics*, *Journal of Business Venturing*, *Journal of Entrepreneurship*, *Journal Industry Competitiveness Trade*, *Small*

Business Economic, Journal of Small Business and Enterprise Development, European Journal of Innovation Management, Urban Studies Journal, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, International Journal of E-Business Research, Journal of Rural Studies, European Urban and Regional Studies, Economics & Management, Journal of Management Inquiry, Management Research Review, Industrial Marketing Management, Journal of Information Science, Labour Economics, Business Horizons, Social Indicators Research, Advances in Developing Human Resources, Economic Modelling, Science Technology Society, Expert Systems with Applications, Family Business Review, Technovation, Evaluation and Program Planning, European Economic Review, Strategic Organization un citi.

Darbā lietoti autores savāktie un autores projektu realizācijas gaitā iegūtie dati:

- 1) mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas dati, kas iegūti, autorei veicot aptauju no 2010. gada decembra līdz 2011. gada augustam, aptaujāto mazo uzņēmumu vadītāju skaits – 1188 (detalizētāk aptaujas veikšanas metodoloģija aprakstīta 3. nodaļā);
- 2) mājsaimniecību, pašvaldību un ekspertu aptaujas dati, kas iegūti, autorei piedaloties Nodarbinātības valsts aģentūras novērtēšanas pētījumā „Aktīvā nodarbinātības pasākuma „Apmācība darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai, ja darba devējs ir pašvaldība” rezultātu novērtējums”, pētījuma periods no 2010. gada novembra līdz 2011. gada aprīlim, aptaujāto mājsaimniecību skaits – 3065, kopējais aptaujāto cilvēku skaits mājsaimniecībās – 9144, pašvaldību pārstāvju aptaujā aptaujāto skaits – 118, ekspertu aptaujā aptaujāto skaits – 23. Autore piedalījās pašvaldību un ekspertu aptaujas anketu izstrādē, mājsaimniecības aptaujas anketas moduļu pielāgošanā, piedalījās ekspertu un pašvaldību aptaujā un ievadīja datus, apstrādāja un analizēja mājsaimniecību, pašvaldību un ekspertu aptauju datus. Mājsaimniecību aptaujas īstenoja un datus ievadīja SIA *GfK Custom Research Baltic*;
- 3) Salaspils novada iedzīvotāju aptaujas dati, autorei piedaloties *URBACT II* programmas „Kopā par līdzatbildības teritorijām” (*Together With Territories for Co – responsibility*) Eiropas Reģionālās attīstības fonda projektā, aptauja veikta 2010. un 2011. gadā, aptaujātas Salaspils novada 24 fokusgrupas, kopumā 230 Salaspils novada iedzīvotāji;
- 4) Iecavas novada darba devēju aptaujas dati, kas iegūti, autorei piedaloties Eiropas Sociālā fonda projektā „Iecavas novada vajadzību izpēte ES un pārējās ārvalstu finanšu palīdzības līdzfinansēto projektu un pasākumu īstenošanā”;
- 5) Kurzemes reģiona darba devēju aptaujas dati, kas iegūti, autorei piedaloties Latvijas–Lietuvas pārobežu sadarbības programmas 2007.–2013.gadam projektā „Profesionālās izglītības pilnveidošana atbilstoši darba tirgus prasībām”;
- 6) dati par uzņēmējdarbības izglītības realizāciju augstākās izglītības iestādēs akreditētās studiju programmās, dati iegūti no Augstākās izglītības

kvalitātes novērtēšanas centra augstākās izglītības iestāžu akreditēto studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumiem.

Pētījuma objekts – mazi uzņēmumi Latvijā.

Pētījuma priekšmets – mazo uzņēmumu vadītāji.

Promocijas darbā aizstāvamās tēzes

1) Daudzi mazo uzņēmumu vadītāji neizprot, cik nozīmīgas ir zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, pastāv būtiskas atšķirības mazo uzņēmumu vadītāju uzskatos par zināšanu un prasmju nozīmīgumu uzņēmuma vadīšanā Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un nozares.

2) Daudzi mazo uzņēmumu vadītāji neizprot apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu, un viņu uzskati par to ir būtiski atšķirīgi Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un nozares.

3) Pastāv būtiskas atšķirības interneta lietošanā mazos uzņēmumos Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un nozares.

4) Mazo uzņēmumu vadītājiem grūtības saņemt ES fondu līdzekļus rada pieredzes trūkums informācijas iegūšanā par aktuāliem ES fondu projektiem, nepietiekamās zināšanas par projektu izstrādi un realizāciju.

Autore pētījusi mazos uzņēmumus ietekmējošos faktorus, detalizētāki pievērsusies mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu par izglītības un pieredzes uzņēmējdarbībā, kā arī motivācijas, komunikācijas, apmācību nozīmīgumu uzņēmumā izpētei. Padziļināti izpētītas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības par izglītības un pieredzes nozīmīgumu uzņēmējdarbībā Latvijas statistiskajos reģionos, atkarībā no nozares, kā arī, atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā un arī vadītāja dzimuma. Padziļināti ir izpētītas arī mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības par motivācijas, komunikācijas un apmācību nozīmīgumu Latvijas statistiskajos reģionos, nozarēs, kā arī, atkarībā no uzņēmuma lieluma un vadītāja dzimuma. Autore analizējusi, cik aktīvi mazos uzņēmumos tiek lietots internets, kādas ir atšķirības interneta lietošanā mazos uzņēmumos Latvijas statistiskajos reģionos, kā arī nozarēs un arī, atkarībā no uzņēmuma lieluma. Autore analizējusi mazo uzņēmumu vadītāju uzskatus par valsts atbalstu uzņēmējdarbībai: nodokļu politiku, finanšu resursu pieejamību, ārējās vides stabilitāti, administratīvām procedūrām, informācijas pieejamību. Lai būtu iespējams detalizētāki izanalizēt mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības Rīgas un Pierīgas statistiskajos reģionos, kā arī, lai būtu iespējams iegūtos rezultātus salīdzināt ar CSP datiem, promocijas darbā ir analizēti Latvijas statistiskie reģioni.

Promocijas darba zinātniskā novitāte un praktiskā pielietojamība

1) Pirmo reizi Latvijā ar reprezentatīvas aptaujas palīdzību noskaidroti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu.

2) Izpētīti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu, konstatētas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības Latvijas statistiskajos reģionos.

3) Izpētīti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu, konstatētas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības tautsaimniecības nozarēs.

4) Izpētīti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu, konstatētas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā.

5) Izpētīti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu, konstatētas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības Latvijas statistiskajos reģionos.

6) Izpētīti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu, konstatētas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības tautsaimniecības nozarēs.

7) Izpētīti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu, konstatētas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu atšķirības atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā.

8) Izstrādāts zināšanu vadības teorētiskais modelis maziem uzņēmumiem.

9) Izstrādāta mazo uzņēmumu klimata veidošanas metodika.

10) Izstrādātas rekomendācijas mazo uzņēmumu vadītājiem darbinieku vadīšanas pilnveidošanai.

11) Sniegtas rekomendācijas Latvijas politikas plānošanas dokumentu izstrādei.

Promocijas darba praktiskā pielietojamība

1) Balstoties uz zinātniskā literatūrā publicēto jaunāko zinātnisko pētījumu un autores veiktās Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas rezultātiem, pamatots, cik svarīgi ir pilnveidot mazo uzņēmumu vadītāju zināšanas un prasmes uzņēmumu vadīšanā.

2) Promocijas darbā veiktā pētījuma rezultāti izmantojami plānošanas dokumentu izstrādē.

Pētījuma ierobežojumi

Saskaņā ar Eiropas Komisijas Rekomendāciju par mikro, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju³¹, kuru lieto arī Latvijā (mazo un vidējo komercsabiedrību klasifikācija ir noteikta „Komerccdarbības atbalsta kontroles likumā”³²), kā arī, ņemot vērā atšķirības mazo, vidējo un lielo uzņēmumu vadīšanā, kas konstatētas Latvijā un pasaulē veiktos zinātniskos pētījumos par maziem un vidējiem uzņēmumiem, un lai varētu salīdzināt rezultātus ar CSP un *Eurostat* datiem, autore promocijas darbā, kā mazos uzņēmumus skatījusi, uzņēmumus ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 49.

Zinātniskie pētījumi liecina, ka tieši vāja uzņēmuma vadīšana ir mazo uzņēmumu nesekmīgas darbības viens no galvenajiem iemesliem. Tādēļ padziļināti izpētīts, kādi ir mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu un kādi ir mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas svarīgumu.

Pētījuma aprobācija

Pētījuma rezultāti ir izklāstīti 23 zinātniskos rakstos latviešu un angļu valodā (no tiem viens raksts ir *SCOPUS* datubāzē; astoņi *EBSCO* datubāzē, divi *Thomson Reuters ISI Web of Knowledge, Web of Science* datubāzē), ziņots 25 zinātniskās konferencēs. Promocijas darbā izmantoti arī autores iegūtie rezultāti, strādājot par pētnieci vairākos projektos.

Autores publikācijas

Raksti recenzētos izdevumos

1) *Management Development Challenges in Small Companies in the Regions of Latvia*. Latvijas Lauksaimniecības Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic Science for Rural Development 2013” rakstu krājums, 2013. gads, No. 31, 267.–272. lpp. (*EBSCO* datubāzē) (līdzautore Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa).

2) *Survey Organisation Issues for Micro and Small Size Enterprise Managers*. Baltijas–Ziemeļvalstu–Ukrainas semināra „Workshop of Baltic–Nordic–Ukrainian Network on Survey Statistics” rakstu krājums, Latvijas Universitāte, Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2012. gads, 84.–89. lpp. (līdzautore Biruta Sloka).

3) *Information Technologies and Internet Exploitation in Micro and Small Enterprises in Regions of Latvia*. Publicēts „European Integration and Baltic Sea Region Studies: University-Business Partnership through the Triple Helix Approach” rakstu krājumā, Berliner Wissenschafts-Verlag, 2012. gads, 202.–213. lpp. (līdzautore Biruta Sloka).

³¹ Eiropas Komisijas Rekomendācija par mikro, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju, 2003.gada 6.maijs - 2003/361/EK.

³² "Komerccdarbības atbalsta kontroles likums" Latvijas Republikas Saeima 19.12.2002. ("LV", 189 (2764), 28.12.2002.) [stājas spēkā 01.01.2003.]

4) *Assessing Motivation for Small Business Development*. Latvijas Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „New Challenges of Economic and Business Development – 2012” rakstu krājums, Latvijas Universitāte, 2012. gads, 270.–279. lpp. (līdzautore Biruta Sloka, Ilona Ozoliņa).

5) *Role of Communication for Development of Small and Medium Size Enterprises in the Regions of Latvia*. Latvijas Lauksaimniecības Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic Science for Rural Development 2012” rakstu krājums, 2012. gads, No. 27, 113.–120. lpp. (EBSCO datubāze) (līdzautore Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa, Ilona Ozoliņa).

6) *Workplaces with Stipend Programme in Latvia: Pros and Cons from the Perspective of Municipalities*. Latvijas Lauksaimniecības Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic Science for Rural Development 2012” rakstu krājums, 2012. gads, No. 27, 31.–36. lpp. (EBSCO datubāze) (līdzautore Ieva Brence, Biruta Sloka).

7) *Workplaces with Stipend Programme and Its Impact on Poverty Risk Decrease: Case of Latvia*. Publicēts Belgradas Universitātes Ekonomikas fakultātes starptautiskā profesionāla žurnālā „Economic Annals”, 2012. gads, 99.–111. lpp. (SCOPUS datubāze) (līdzautore Ieva Brence).

8) *Effective Business Communication Influence on Company Management*”. Latvijas Universitātes starptautiskās doktorantu konferences „Current Issues in Economic and Management Sciences” rakstu krājums, Latvijas Universitāte, 2011. gads, 317.–324. lpp. (līdzautore Ilona Ozoliņa).

9) *Business Communication Influence on Company Management: Analysis of Entrepreneurs Views*. Sanktpēterburgas Valsts universitātes Ekonomikas fakultātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic theory and commercial performance: global challenges” rakstu krājums, Sanktpēterburgas Valsts universitātes Ekonomikas fakultāte, 2012. gads, 363–373. lpp. (līdzautore Biruta Sloka, Ilona Ozoliņa).

10) *Workplaces with Stipend Programme in Latvia: Experience and Challenges*. Perudžas Universitātes Ekonomikas un pārtikas zinātnes departamenta un Rietumu Maķedonijas Tehnoloģiju institūta Starptautiskās tirdzniecības departamenta konferences „International Conference of Applied Economics (ICOAE 2011)” rakstu krājums (CD formātā), 2011. gads (līdzautore Biruta Sloka, Ieva Brence).

11) *Statistical Analysis of Survey Results on Possibilities of Involvement in Labour Market and Entrepreneurship Long Term Unemployed in Latvia*. Latvijas Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Current Issues in Management of Business and

Society Development – 2011” rakstu krājums, Latvijas Universitāte, 2011. gads, 670.–679. lpp. (līdzautore Biruta Sloka, Ieva Brence).

12) *Workplaces with Stipend Programme in Latvia: Evaluation from Regional Perspective*. Latvijas Lauksaimniecības Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic Science for Rural Development” rakstu krājums, 2011. gads, No. 26, 40.–46. lpp. (EBSCO datubāze) (līdzautore Ieva Brence).

13) *Challenges of SME Development in Salaspils Region*. Latvijas Lauksaimniecības universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic Science for Rural Development” rakstu krājums, 2011. gads, No. 26, 214.–220.lpp. (EBSCO datubāze) (līdzautori Biruta Sloka, Ansis Grantiņš, Anastasija Vilciņa).

14) Darba praktizēšana ar stipendiju pašvaldībās un tās ietekme uz uzņēmējdarbības veicināšanu un nabadzības riska mazināšanu. Latvijas Universitātes Raksti, 771. sēj. Rīga: Latvijas Universitāte, 2011. gads, 395.–408.lpp. (līdzautore Biruta Sloka, Ieva Brence).

15) *Unemployed Persons Involvement in Entrepreneurship: Problems and Solutions*. Tartu Universitātes Biznesa administrācijas institūta starptautiskās zinātniskās konferences „Survival and Growth-Oriented Organisational Capabilities: Do We Need a Switch Depending on Economic Cycle?” rakstu krājums (CD formātā), 2011. gads(līdzautore Biruta Sloka, Ieva Brence).

16) *Workplaces with Stipend Programme in Latvia: Theory and Practice*. Juraja Dobrila Pulas universitātes zinātniskas konferences „Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turmoil” rakstu krājums, 2011. gads, No. 5, 1. sēj., 245.–259. lpp. (līdzautore Ieva Brence, Biruta Sloka).

17) Mazo un vidējo uzņēmumu konkurētspēja. Latvijas Universitātes Raksti, 766. sēj. Rīga: Latvijas Universitāte, 2011. gads, 227.–237. lpp.

18) *Support Activities for Small and Medium Sized Enterprises in Latvia*. Publicētas konferences „EBES 2010 Conference - Athens Program and Abstract book” tēzes, Istanbul – Turkey: Sazak Ofset, 2010. gads, 98.–99. lpp. (līdzautore Biruta Sloka).

19) *Development of Small and Medium Sized Enterprises in the Baltic Countries*. Latvijas Universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Current Issues in Management of Business and Society Development – 2010” rakstu krājums, Latvijas Universitāte, 2011. gads, 256.–261. lpp. (līdzautore Biruta Sloka).

20) *Small and medium size enterprises in Latvia's regions*. Tartu Universitātes Ekonomikas un biznesa administrācijas fakultātes starptautiskās konferences „EACES 2010 Comparing Responses to Global Instability” rakstu krājums, 2010. gads (CD formātā) (līdzautore Biruta Sloka).

21) *Provision of Sustainable Development of Small and Medium Size Enterprises in Regions of Latvia*. Latvijas Lauksaimniecības universitātes starptautiskās zinātniskās konferences „Economic Science for Rural Development 2010” rakstu krājums, 2010. gads, No. 23, 109.–114. lpp. (EBSCO datubāze; Thomson Reuters ISI Web of Knowledge, Web of Science datubāze) (līdzautore Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa).

22) Mazo un vidējo uzņēmumu ilgtspējīgas attīstības nodrošināšana. Latvijas Universitātes Raksti, 758. sēj. Rīga: Latvijas Universitāte, 2010. gads, 427.–437. lpp. (līdzautore Biruta Sloka).

23) Faktori, kas ietekmē mazo un vidējo uzņēmumu attīstību. Latvijas Universitātes Raksti, 754. sēj. Rīga: Latvijas Universitāte, 2010. gads, 231.–241. lpp.

Ziņojumi zinātniskās konferencēs

1) Latvijas Lauksaimniecības universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Economic Science for Rural Development 2013”, Jelgava, Latvija, 2013. gada 25.–26. aprīlis, referāts „*Management Development Challenges in Small Companies in the Regions of Latvia*” (līdzautore Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa).

2) Tartu Universitātes ekonomikas un biznesa administrācijas fakultātes starptautiskā zinātniskā konference „Management Theory and Practice: Synergy in Organizations. New Developments in Organizational Performance from Tangible to Intangible”, Tartu, Igaunija, 2013. gada 11.–12. aprīlis, referāts „*Do Managers of Small Companies in Latvia Feel Themselves as Successful Managers*” (līdzautore Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa).

3) Latvijas Universitātes 71. zinātniskā konference, Rīga, 2013. gada 7. februāris, referāts „*Vadīšanas pilnveidošana mazos uzņēmumos*”.

4) Baltijas–Ziemeļvalstu–Ukrainas seminārs „Workshop of Baltic – Nordic – Ukrainian Network on Survey Statistics”, Valmiera, 2012. gada 24.–28. augusts, referāts „*Survey Organisation Issues for Micro and Small Size Enterprise Managers*” (līdzautore Biruta Sloka).

5) Latvijas Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „New Challenges of Economic and Business Development – 2012”, Rīga, 2012. gada 10.–12. maijs, referāts „*Assessing Motivation for Small Business Development*” (līdzautore Biruta Sloka, Ilona Ozoliņa).

6) Latvijas Lauksaimniecības universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Economic Science for Rural Development 2012”, Jelgava, Latvija, 2012. gada 26.–27. aprīlis, referāts „*Role of Communication for Development of Small and Medium Size Enterprises in the Regions of Latvia*” (līdzautore Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa, Ilona Ozoliņa).

7) Latvijas Universitātes 70. zinātniskā konference, Rīga, 2012. gada 27. janvāris, referāts „*Darba motivācija mazos un vidējos uzņēmumos*” (līdzautore Ilona Ozoliņa).

8) Latvijas Universitātes starptautiskā doktorantu konference „Current Issues in Economic and Management Sciences”, Rīga, 2011. gada 10.–12. novembris, referāts „*Effective Business Communication Influence on Company Management*” (līdzautore Ilona Ozoliņa).

9) Sanktpēterburgas Valsts universitātes Ekonomikas fakultātes starptautiskā zinātniskā konference „Economic theory and commercial performance: global challenges”, Sanktpēterburga, 2011. gada 13.–14. oktobris, referāts „*Business Communication Influence on Company Management: Analysis of Entrepreneurs Views*” (līdzautores Biruta Sloka, Ilona Ozoliņa).

10) Perudžas Universitātes Ekonomikas un pārtikas zinātnes departamenta un Rietumu Maķedonijas Tehnoloģiju institūta Starptautiskās tirdzniecības departamenta konference „International Conference of Applied Economics (ICOAE 2011)”, Itālija, Perudža, 2011. gada 25.–27. augusts, referāts „*Workplaces with Stipend Programme in Latvia: Experience and Challenges*” (līdzautores Biruta Sloka, Ieva Brence).

11) Latvijas Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Current Issues in Management of Business and Society Development – 2011”, Rīga, 2011. gada 5.–7. maijs, referāts „*Role of Business Communication in Effective Entrepreneurship Management*” (līdzautore Ilona Ozoliņa).

12) Latvijas Lauksaimniecības universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Economic Science for Rural Development 2011”, Jelgava, Latvija, 2011. gada 28.–29. aprīlis, referāts „*Challenges of SME Development in Salaspils Region*” (līdzautores Biruta Sloka, Ansis Grantiņš, Anastasija Vilciņa).

13) Juraja Dobrila Pulas universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turmoil”, Pula, Horvātija, 2011. gada 23.–27. marts, referāts „*Workplaces with Stipend Programme in Latvia: Theory and Practice*” (līdzautores Ieva Brence, Biruta Sloka).

14) Latvijas Universitātes 69. zinātniskā konference, Rīga, 2011. gada 10. februāris, referāts „*Valsts ietekme uz uzņēmējdarbību: atbalsts bezdarbniekiem komercdarbības uzsākšanā*” (līdzautore Biruta Sloka).

15) Eirāzijas Biznesa un ekonomikas biedrības starptautiskā zinātniskā konference „EBES 2010 Conference – Athens”, Atēnas, Grieķija, 2010. gada 27.–30. oktobris, referāts „*Support Activities for Small and Medium Sized Enterprises in Latvia*” (līdzautore Biruta Sloka).

16) Latvijas Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Current Issues in Management of Business and Society Development – 2010”, Rīga, 2010. gada 7.–9. oktobris, referāts „*Development of Small and Medium Sized Enterprises in the Baltic Countries*” (līdzautore Biruta Sloka).

17) Latvijas Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Current Issues in Management of Business and Society Development – 2010”, Rīga, 2010. gada 7.–9. oktobris, referāts „*Creation of Local Support Group on Path to Well Being in Municipality: Salaspils Municipality Case*” (līdzautori Biruta Sloka, Ansis Grantiņš, Inga Jēkabsone, Agnese Vaivade, Jūlija Vladimirova).

18) Portugāles Katoļu Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Employability & Entrepreneurship”, Porto, Portugāle, 2010. gada 27.–28. septembris, referāts „*Entrepreneurship Education at Higher Educational Establishment of Latvia*” (līdzautore Biruta Sloka).

19) Tartu Universitātes Ekonomikas un biznesa administrācijas fakultātes starptautiskā zinātniskā konference „EACES 2010 Comparing Responses to Global Instability”, Tartu, Igaunija, 2010. gada 26.–28. augusts, referāts „*Small and medium size enterprises in Latvia's regions*” (līdzautore Biruta Sloka).

20) Latvijas Lauksaimniecības universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Economic Science for Rural Development”, Jelgava, Latvija, 2010. gada 22.–23. aprīlis, referāts „*Provision of sustainable development of Small and medium size enterprises in the regions of Latvia*” (līdzautores Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa).

21) Latvijas Universitātes 68. zinātniskā konference, Rīga, 2010. gada 4. februāris, referāts „*Mazo un vidējo uzņēmumu ilgtspējīgas attīstības nodrošināšana*” (līdzautore Biruta Sloka).

22) Rietumlietuvas uzņēmējdarbības augstskolas starptautiskā zinātniskā konference „Regional Problems: Economics Management Technologies”, Lietuva, Klaipēda, 2009. gada 30. oktobris, referāts „*Education and Training for Sustainable Development of SME's in Latvia*” (līdzautores Biruta Sloka, Anastasija Vilciņa, Ieva Brence).

23) Latvijas Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „Current Issues in Management of Business and Society Development”, Rīga, 2009. gada 7.–9. maijs, referāts „*Entrepreneurship Education for Non-Economic and Non-Management Students*” (līdzautore Biruta Sloka).

24) Latvijas Universitātes 67. zinātniskā konference, Rīga, 2009. gada 2. februāris, referāts „*Apmācība uzņēmējdarbības jomā Latvijas augstākās izglītības mācību iestādēs*” (līdzautore Biruta Sloka).

25) Latvijas Universitātes starptautiskā zinātniskā konference „New Socio – Economic Challenges in Europe 2008. Labour Market Issues”, Rīga, 2008. gada 2.–4. oktobris, referāts „*Labour Force Potential and Its Realization: Case of Latvia*” (līdzautore Inta Krūmiņa).

Dalība pētniecības projektos

Promocijas darbā izmantoti arī autores iegūtie rezultāti, strādājot par pētnieci šādos projektos:

1) Latvijas–Lietuvas pārrobežu sadarbības programmas 2007.–2013. gadiem projekta „Profesionālās izglītības pilnveidošana atbilstoši darba tirgus prasībām”/VocEdu, Nr. LLIV-265, „Pētījums par profesionālās izglītības atbilstību darba tirgus vajadzībām, sadarbības modeļa izstrāde un apmācību organizēšana prakšu vadītājiem”, Nr. KPR 2013/7/LLIV-265, 2013. gads.

2) Eiropas Sociālā fonda projekta „Iecavas novada pašvaldības kapacitātes stiprināšana” ietvaros „Iecavas novada vajadzību izpēte ES un pārējās ārvalstu finanšu palīdzības līdzfinansēto projektu un pasākumu īstenošanā”, Nr. 1DP/1.5.2.2.3/11/APIA/SIF/093/101, 2013. gads.

3) Eiropas Sociālā fonda projekts „Augstākās izglītības studiju programmu izvērtēšana un priekšlikumi kvalitātes paaugstināšanai”, Nr. 2011/0012/1DP/1.1.2.2.1/11/IPIA/VIAA/001, 2013. gads.

4) *URBACT* II programmas projekta „Kopā par līdzatbildības teritorijām” („*Together With Territories for Co – responsibility*”) Eiropas Reģionālās attīstības fonda projekts ar Salaspils Domi, otrā fāze, Nr. AD 2692/2010, 2010.–2012. gads.

5) Nodarbinātības valsts aģentūras novērtēšanas pētījums „Aktīvā nodarbinātības pasākuma „Apmācība darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai, ja darba devējs ir pašvaldība” rezultātu novērtējums”, NVA Nr. 2010/61_ESF, 2010.–2011. gads.

6) *URBACT* II programmas projekta „Kopā par līdzatbildības teritorijām” („*Together With Territories for Co – responsibility*”) Eiropas Reģionālās attīstības fonda projekts ar Salaspils Domi, pirmā fāze, Nr. AD 2629/2010, 2010. gads.

7) Latvijas Universitātes pētījuma projekts „Uzņēmumu un iestāžu ilgtspējīgas attīstības nodrošināšanas un rezultātu novērtēšanas problēmas”, Nr. 2009/ZP-132, 2009.–2011. gads.

8) Latvijas Universitātes pētījuma projekts „Mārketinga un konkurences augstākajā izglītībā novērtējuma problēmas”, Nr. 2008/ZP – 66, 2008. gads.

9) Eiropas Savienības struktūrfondu Nacionālās programmas „Darba tirgus pētījumi” projekts „Labklājības ministrijas pētījumi” „Darba tirgus pieprasījuma ilgtermiņa prognozēšanas sistēmas izpēte un pilnveidošanas iespēju analīze”, Nr. VPD1/ESF/NVA/04/NP/3.1.5.1/0001/0003, 2005.–2007. gads.

1. Mazo uzņēmumu vadīšanas īpatnības

Mazo uzņēmumu vadīšanas jautājumi ir īpaši aktuāli mūsdienu mainīgajā vidē. No tā, cik prasmīgi vadītājs vada uzņēmumu, ir atkarīga mazā uzņēmuma izdzīvošana un attīstība.

Mazo un vidējo uzņēmumu darbību un attīstību ietekmējošo problēmu pētījumiem ir pievērsušies daudzi ārzemju un arī Latvijas zinātnieki. Salīdzinoši mazāk ir izpētītas problēmas, kas skar mazos uzņēmumus.

Zinātniskā literatūrā sastopamas vairākas mazo uzņēmumu definīcijas. Grifins (*Griffin*)³³ definējis mazo uzņēmumu, kā uzņēmumu, kas pieder un darbojas neatkarīgi, un kuram ir relatīvi neliela ietekme uz apkārtējo vidi.

„Mazās uzņēmējdarbības aktā” (*Small Business Act*), kas pieņemts ASV, par mazo uzņēmumu definēts uzņēmums, kas pieder īpašniekam, ir neatkarīgs, darbojas patstāvīgi, ir veidots peļņas gūšanai un nav dominējošs tā darbības laukā. Atkarībā no nozares, kurā mazais uzņēmums darbojas, noteikts ir nodarbināto skaits un gada ieņēmumu lielums³⁴.

Eiropas Komisijas rekomendācijā par mazo un vidējo uzņēmumu definīciju³⁵, kuru piemēro arī Latvijā, nosakot uzņēmuma kategoriju, ņemts vērā darbinieku skaits un finanšu augšējās robežas:

- Mikro, mazo un vidējo uzņēmumu kategorijā ietilpst uzņēmumi, kuros ir mazāk kā 250 darbinieku, gada apgrozījums nepārsniedz 50 milj. eiro, gada bilances kopsumma nepārsniedz 43 milj. eiro;
- Mazās un vidējās uzņēmumu kategorijas uzņēmumu definē kā mazu, ja darbinieku skaits ir no 10 līdz 49, gada apgrozījums nepārsniedz 10 milj. eiro, gada bilances kopsumma nepārsniedz 10 milj. eiro;
- Mazās un vidējās uzņēmumu kategorijas uzņēmumu definē kā mikro, ja darbinieku skaits ir no 1 līdz 9, gada apgrozījums nepārsniedz 2 milj. eiro, gada bilances kopsumma nepārsniedz 2 milj. eiro.

Ņemot vērā Eiropas Komisijas rekomendāciju, atšķirības mazo, vidējo un lielo uzņēmumu vadīšanā, mikro uzņēmumu un mazo uzņēmumu grupu īpatsvaru (98,6% no uzņēmumiem MVU kategorijā 2011. gadā³⁶), autore promocijas darbā, mazos uzņēmumus definējusi kā uzņēmumus ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 49.

³³ Griffin, R., W. *Management* 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.

³⁴ U.S.Small Business Administration, *Small Business Act/ Internets* - <http://www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern> - skatīts 12.07.2011.

³⁵ Eiropas Komisijas Rekomendācija par mikro, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju, 2003.gada 6.maijs - 2003/361/EK

³⁶ Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 05.03.2013.

Vislielākās atšķirības maza uzņēmumu vadīšanā no vidēja un liela uzņēmuma vadīšanas rada apstākļi, ka mazu uzņēmumu parasti vada viens vadītājs, kurš bieži ir arī šī uzņēmuma īpašnieks. Grifins (*Griffin*)³⁷, norādījis, ka maza un liela uzņēmuma vadīšana atšķiras, vadīt mazu uzņēmumu nav tas pats, kas vadīt lielu uzņēmumu mazākā mērogā, būtiskākā atšķirība ir tā, ka mazo uzņēmumu visbiežāk vada viens vadītājs, kas nereti ir uzņēmuma īpašnieks. Meskons (*Mescon*), Alberts (*Albert*), Kedours (*Khedouri*)³⁸ atzīmējuši, ka, lai sekmīgi vadītu mazo uzņēmumu, nepieciešama vēl lielāka meistarība, kā strādājot par liela uzņēmuma vadītāju, augsta elastības pakāpe, liela iecietība un gatavība uzņemties risku.

Maza uzņēmuma vadītājs katru dienu saskaras ar daudz un dažādiem risināmiem jautājumiem, vadītājam ir jāpārziņa gan jautājumi, kuri saistīti ar uzņēmuma vadīšanu, gan uzņēmuma darbības specifika.

1.1. Vadītāja zināšanu un prasmju uzņēmuma vadīšanā un personisko īpašību nozīmīgums mazos uzņēmumos

Uzņēmuma prasmīga vadīšana mazos uzņēmumos ir atkarīga no vadītāja zināšanām un prasmēm un arī pieredzes uzņēmuma vadīšanā. Mazā uzņēmuma vadītājam jāzina uzņēmuma vadīšanas pamatprincipi, likumsakarības, jāpielieto tās uzņēmuma vadīšanā, jāmāk apkopot, analizēt informāciju, prognozēt notikumus, vadītājam jābūt arī līderim, kas spēj motivēt darbiniekus strādāt pēc labākās sirdsapziņas, lai tiktu sasniegti uzņēmuma mērķi. Ne tikai vidēja un liela uzņēmuma, bet arī maza uzņēmuma vadītājam, jātiecas zināšanas uzņēmuma vadīšanā pilnveidot, lai uzņēmuma vadīšanā varētu izmantot jaunākās metodes.

Akadēmiskā literatūrā norādīts, ka prasmīga uzņēmuma vadīšana ir viens no galvenajiem nosacījumiem, kas ietekmē mazā uzņēmuma sasniegumus. Grejs (*Gray*)³⁹ konstatējis, ka uzņēmuma vadīšana, nozīmīgi ietekmē mazā uzņēmuma attīstību un atzīmējis, ka sakarā ar globālās konkurences pieaugumu, mazo uzņēmumu vadītājiem nepieciešams nepārtraukti attīstīt uzņēmuma vadīšanas prasmes.

Zinātniskie pētījumi liecina, ka bieži mazo uzņēmumu vadītāji ir vāji vadītāji, jo tie ir speciālisti kādā nozarē, taču tiem nav izglītības un trūkst zināšanu uzņēmuma vadīšanas jautājumos. Nereti mazo uzņēmumu vadītāji ir vairāk īpašnieki, nevis vadītāji, tie vairāk domā par savu personisko labumu, bet mazāk par uzņēmuma attīstību. L. Meginsons (*Megginson*), M. Birda (*Byrd*) un V. Meginsons (*Megginson*)⁴⁰ pētījumā par ASV maziem uzņēmumiem

³⁷ Griffin, R., W. Management 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.

³⁸ Mescon, M., H., Albert, M., Khedouri, F. *Management* 3th ed., Harper & Row Publisher, 1988, 800 p.

³⁹ Gray C. Management Development in European Small and Medium Enterprises, *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 6, No. 4, 2004, pp. 451–469.

⁴⁰ Megginson, L., C., Byrd, M., J., Megginson, W., L. *Small Business Management* 5th ed., McGraw-Hill Companies, 2006, 518 p.

konstatējuši, ka daudzi mazo uzņēmumu īpašnieki paļaujas uz vien personīgu vadīšanu, kā arī norādījuši, ka lielākā daļa īpašnieku mazo biznesu uzsāk, jo tie ir labi speciālisti kādā nozarē, bet ne tādēļ, ka tiem būtu vadītāja iemaņas. L. Meginsons (*Megginson*), M. Birda (*Byrd*) un V. Meginsons (*Megginson*) secinājuši, ka radoši uzņēmēji bieži ir vāji vadītāji. Šie pētnieki uzsvēruši, ka mazo uzņēmumu vadītājiem jābūt vispusīgi izglītotiem, viņiem ir jāpieņem gala lēmumi, tie nevar atļauties dārgas kļūdas, jo finanšu resursi ir ierobežoti, un tā kā organizācija ir maza, tā visbiežāk nevar atļauties maksāt par atbalstu uzņēmuma vadīšanā, kas ļautu izvairīties no nepareizu lēmumu pieņemšanas. L. Meginsons, M. Bairde un V. Meginsons atzīmējuši, ka tipiskas veiksmīga mazā uzņēmuma īpašnieka iezīmes ir vēlme būt neatkarīgam, personisko un ģimenes apstākļu motivācija, ātru un konkrētu rezultātu gaidīšana, gatavība ātri reaģēt uz izmaiņām, uzticība, pārliecinātība par savu biznesu.

Grifins (*Griffin*)⁴¹ minējis, ka vadīšanas kompetences un pieredzes trūkums ir bieži iemesli uzsāktā biznesa neveiksmei, un konstatējis, ka nereti uzņēmēji uzskata, ka var gūt veiksmi, tikai izmantojot veselo saprātu, tādējādi pārvērtējot savas vadīšanas spējas, vai arī ka tikai smags darbs novedīs līdz panākumiem. Grifins uzsvēris, ja vadītāji nezina, kā pieņemt biznesa lēmumus, nezina vadīšanas pamatjēdzienus un principus, maz ticams, ka tie veiksmīgi vadīs uzņēmumu ilgāku laiku. Šis pētnieks konstatējis, ka nereti mazo uzņēmumu vadītāji nevērīgi izturas pret savu biznesu, kā arī minējis četras galvenās prasības, kas būtu jāievēro mazā uzņēmuma vadītājam, lai uzņēmējdarbība būtu sekmīga: 1) smags darbs, spars, aizrautība, gatavība uzņemties saprātīgu risku, jābūt pašpārliecinātam, strādīgam un jābūt inovatoram; 2) tirgus pieprasījums pēc produktiem, pakalpojumiem; 3) zināšanas uzņēmuma vadīšanā; 4) veiksmē.

Fulera-Lava (*Fuller-Love*)⁴² zinātniskie pētījumi liecina, ka maza uzņēmuma vadītājam nepieciešamas zināšanas uzņēmuma vadīšanā, lai uzņēmums izdzīvotu un attīstītos. Fulers-Lavs secinājis, ka liela daļa mazo uzņēmumu īpašnieku/vadītāju ieguvuši izglītību specialitātēs, kas nav saistītas ar uzņēmuma vadīšanu, tādēļ zināšanas uzņēmuma vadīšanā ir vājas un tie nesaskata, kāda loma ir apmācībai, motivēšanai un citām vadītāja veicamām darbībām. Uzņēmuma izdzīvošana ir galvenais mazo uzņēmumu īpašnieku/vadītāju mērķis, tie maz domā par uzņēmuma attīstību. Fulers-Lavs konstatējis, ka vadītāju zināšanas uzņēmuma vadīšanā ietekmē arī pieteikšanos atbalsta pasākumiem, bieži mazo uzņēmumu vadītājiem pietrūkst zināšanu dokumentācijas sagatavošanā. Fulers-Lavs uzsvēris, ka nepieciešams ir izstrādāt mācību programmas par mazo uzņēmumu vadīšanu, programmas mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanai un vadīšanas attīstībai, ietverot programmās

⁴¹ Griffin, R., W. Management 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.

⁴² Fuller-Love N. Management development in small firms. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 8 (3), 2006, pp. 175-190.

finanšu, mārketinga, cilvēku resursu, plānošanas, procesu vadīšanu, kā arī tēmas par komunikāciju, lēmumu pieņemšanu un komandu veidošanu.

Daudzi zinātnieki ir pierādījuši, ka MVU darbības rezultātus būtiski ietekmē vadītāja zināšanas, prasmes un arī pieredze uzņēmuma vadīšanā kā arī zināšanas un pieredze nozarē. Pensiri (*Pansiri*) un Temtime (*Temtime*)⁴³ konstatējuši, mazā uzņēmuma vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā ir visbūtiskākais faktors, kas ietekmē uzņēmuma darbību, un secinājuši, ka MVU vadītāji ar lielāku pieredzi uzņēmuma vadīšanā labāk izprot cilvēku resursu attīstības nepieciešamību uzņēmumā. Nihters (*Nichter*) un Goldmarks (*Goldmark*)⁴⁴ norādījuši, ka MVU īpašnieka izglītība un pieredze uzņēmuma vadīšanā, darba pieredze strādājot attiecīgā nozarē nozīmīgi ietekmē uzņēmuma darbību. Vangs (*Wang*) un Kastello (*Costello*)⁴⁵ konstatējuši, ka MVU inovācijas līmenis uzņēmumā ir atkarīgs no vadītāja pieredzes. Kukerts (*Kuckertz*) un Vegners (*Wagner*)⁴⁶ pierādījuši, ka vadītāja izglītībai un pieredzei uzņēmuma vadīšanā ir svarīga nozīme mazā uzņēmuma attīstībā. Kihlgrena (*Kihlgren*)⁴⁷ pētījuma rezultāti liecina, ka MVU attīstību nozīmīgi ietekmē vadītāja vadīšanas kompetences. Supjenjongs (*Supyuenyong*), Islāms (*Islam*), Kulkarni (*Kulkarni*)⁴⁸ atzīmējuši, ka no vadītāja zināšanām uzņēmuma vadīšanā ir atkarīgs vai mazā uzņēmumā tiek veikta zināšanu vadība, kas savukārt būtiski ietekmē uzņēmuma attīstību.

Uzņēmuma vadīšanā nozīmīga loma ir informācijai. Mūsdienās mazo uzņēmumu īpašniekiem un vadītājiem, lai sekmīgi vadītu uzņēmumu, ir jāizmanto jaunākās informācijas tehnoloģijas informācijas iegūšanai, apstrādāšanai, analīzei, sagatavošanai, izplatīšanai un savlaicīgai izmantošanai. L. Meginsons (*Megginson*), Birda (*Byrd*), V. Meginsons (*Megginson*) norādījuši, ka mazo uzņēmumu, vadītājiem ir jāpārzina jaunākās tehnoloģijas, lai varētu tās efektīvi pielietot uzņēmuma vadīšanā.

Zinātniskos pētījumos uzsvērts, ka mazo uzņēmumu vadītājiem zināšanas uzņēmuma vadīšanā nepieciešams patstāvīgi atjaunot un papildināt. Hartšorna (*Hartshorn*), Seara (*Sear*)⁴⁹ pētījumā norādīts, ka uzņēmējam nepieciešamas zināšanas uzņēmuma vadīšanā, kuras ir

⁴³ Pansiri J., Temtime Z. T. Assessing managerial skills in SMEs for capacity building, *Journal of Management Development*, Vol. 27, No.2, 2008, pp. 251–260.

⁴⁴ Nichter, S., Goldmark, L. Small Firm Growth in Developing Countries, *World Development*, Vol. 37 (9), 2009, pp. 1453 – 1464.

⁴⁵ Wang, Y., Costello, P. An investigation into innovations in SMEs: Evidence from the West Midlands, UK, *Journal of Entrepreneurship*, 18, 1, 2009, pp. 65–93.

⁴⁶ Kuckertz, A., Wagner, M. The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience, *Journal of Business Venturing*, 25, 2010, pp. 524 -539.

⁴⁷ Kihlgren, A. Small business in Russia – factors that slowed its development: an analysis. *Communist and Post-Communist Studies*, 36, 2003, pp. 193 -207.

⁴⁸ Supyuenyong V., Islam, N., Kulkarni U. Influence of SME characteristics on knowledge management processes. The case study of enterprise resource planning service providers, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 22 (1/2), 2009, pp. 63–80.

⁴⁹ Hartshorn, C., Sear, L. Employability and Enterprise: Evidence from the North East, *Urban Studies*, Vol. 42 (2), 2005, pp. 271–283.

nepārtraukti jāpapildina, uzņēmējam jābūt radošam, gatavam uzņemties risku, pieņemt patstāvīgus lēmumus. Makdonalda (*Mcdonald*), Asimakopoula (*Assimakopoulos*), Andersona (*Anderson*)⁵⁰, Greja (*Gray*)⁵¹, pētījumi liecina, ka mazos uzņēmumos vadītāji ļoti reti, kad mācās, lai pilnveidotu un attīstītu vadīšanas prasmes. Grejs arī konstatējis, ka daudzi mazo uzņēmumu īpašnieki vairāk domā, kā uzlabot savu personīgo dzīvi, nevis uzņēmuma attīstību, kā arī baidās zaudēt neatkarību.

Darbā analizēto jaunāko zinātnisko pētījumu par MVU vadītāju izglītības uzņēmuma vadīšanā, zināšanu uzņēmuma vadīšanā, zināšanu papildināšanas un atjaunošanas uzņēmuma vadīšanā nozīmīgumu, lai sekmīgi vadītu uzņēmumu, apkopojums ietverts 1.1. tabulā.

1.1. tabula

Zinātnisko pētījumu rezultātu apkopojums par mazo un vidējo uzņēmumu vadītāju izglītības, zināšanu un prasmju uzņēmuma vadīšanā nozīmīgumu

	Zinātnisko pētījumu autori
Izglītības uzņēmuma vadīšanā nozīmīgums	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Grifins (<i>Griffin</i>) Nihters (<i>Nichter</i>), Goldmarks (<i>Goldmark</i>) Kukerts (<i>Kuckertz</i>), Vegners (<i>Wagner</i>) Deividsons (<i>Davidsson</i>), Honigs (<i>Honig</i>)
Zināšanu uzņēmuma vadīšanā nozīmīgums	Grejs (<i>Gray</i>) Grifins (<i>Griffin</i>) Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Kihlgrens (<i>Kihlgren</i>) Pensiri (<i>Pansiri</i>), Temtime (<i>Temtime</i>) Meskons (<i>Mescon</i>), Alberts (<i>Albert</i>), Kedours (<i>Khedouri</i>) Hartšorns (<i>Hartshorn</i>), Sears (<i>Sear</i>) Supjenjongs (<i>Supyuenyong</i>), Izlāmzs (<i>Islam</i>), Kulkarni (<i>Kulkarni</i>) Klerks (<i>Clercq</i>), Areniuss (<i>Arenius</i>)
Zināšanu papildināšanas un jaunu zināšanu apgūšanas nozīmīgums	Grejs (<i>Gray</i>) L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Hartšorns (<i>Hartshorn</i>), Sears (<i>Sear</i>)
Pieredzes uzņēmuma vadīšanā nozīmīgums	Grifins (<i>Griffin</i>) Nihters (<i>Nichter</i>), Goldmarks (<i>Goldmark</i>) Vanga (<i>Wang</i>), Kastello (<i>Costello</i>) Kukerts (<i>Kuckertz</i>), Vegners (<i>Wagner</i>)

Avots: Autores zinātniskās literatūras apkopojums

Mazā uzņēmuma vadītājam jābūt ne tikai noteiktam mērķim, uz kuru viņš tiecas, bet arī jābūt saplānot savu dzīvi tā, lai šo mērķi sasniegtu, un jābūt arī pārlicinātam, ka tas izdosies. Kuela (*Kuehl*) un Lembingas (*Lambing*)⁵² pētījumi liecina, ka, lai izveidotu savu uzņēmumu

⁵⁰ Macdonald S., Assimakopoulos D., Anderson P. Education and Training for Innovation in SMEs: A Tale of Exploitation. *International Small Business Journal*, Vol. 25(1), 2007, pp. 77 – 95.

⁵¹ Gray, C. Management Development in European Small and Medium Enterprises., *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 6 (4), 2004, pp. 451–469.

⁵² Kuehl C. R, Lambing P., A. *Small Business: Planning and management* 3th ed. The Dryden Press, 1994, 44p.

un to veiksmīgi vadītu, jābūt pārliecinātam par sevi, jātic, ka nākotne ir paša rokās. Viņi uzsvēruši, ka jauna uzņēmuma dibināšana un vadīšana prasa daudz spēka un lielu disciplinētību, katrs otrais aptaujātais uzņēmējs šo pētnieku veiktajā aptaujā bija norādījis, ka vidēji strādā 60 stundas nedēļā, mazāk par 50 stundām nedēļā strādā tikai 23% aptaujāto uzņēmēju. Parasti uzņēmēji ir nepacietīgi, tiem viss ir jāpaveic nekavējoties un steidzami. Kuels un Lembinga atzīmējuši, ka katrs aptaujātais uzņēmējs izjūt vajadzību pēc sasniegumiem, tie parasti izvirza viduvēji grūtus personīgos mērķus, kas saistīti ar sasniegumiem kādā no nozarēm. Šie pētnieki konstatējuši, ka viena no svarīgākām uzņēmēja rakstura īpašībām ir tolerance pret nenoteiktību, uzņēmējam jābūt spējīgam strādāt nenoteiktības un haosa apstākļos.

Mazos uzņēmumos vadītāja personiskajām īpašībām ir lielāka ietekme uz uzņēmuma darbību nekā vidējos un lielos uzņēmumos. Meskons (*Mescon*), Alberts (*Albert*), Kedours (*Khedouri*)⁵³ atzīmējuši, ka, lai sekmīgi vadītu mazo uzņēmumu, nepieciešama augsta elastības pakāpe, liela iecietība un gatavība uzņemties risku. Markati (*Marcati*), Guido (*Guido*), Peluso (*Peluso*)⁵⁴ norādījuši, ka vadītāja radošums un personiskās īpašības nozīmīgi stimulē inovāciju apgūšanu uzņēmumā. Romero (*Romero*) un Martinezs-Romans (*Martinez-Roman*)⁵⁵ konstatējuši, ka vadītāja personiskās īpašības ietekmē jaunu produktu, pakalpojumu ieviešanu mazā uzņēmumā. G. Ķeniņš Kings⁵⁶ minējis, ka raksturīgākās veiksmīga uzņēmēja rakstura iezīmes ir patstāvība, radošums, mērķtiecība, spēja redzēt to, ko citi neredz, gatavība mācīties, spēja aizraut sev līdzīgi darbiniekus.

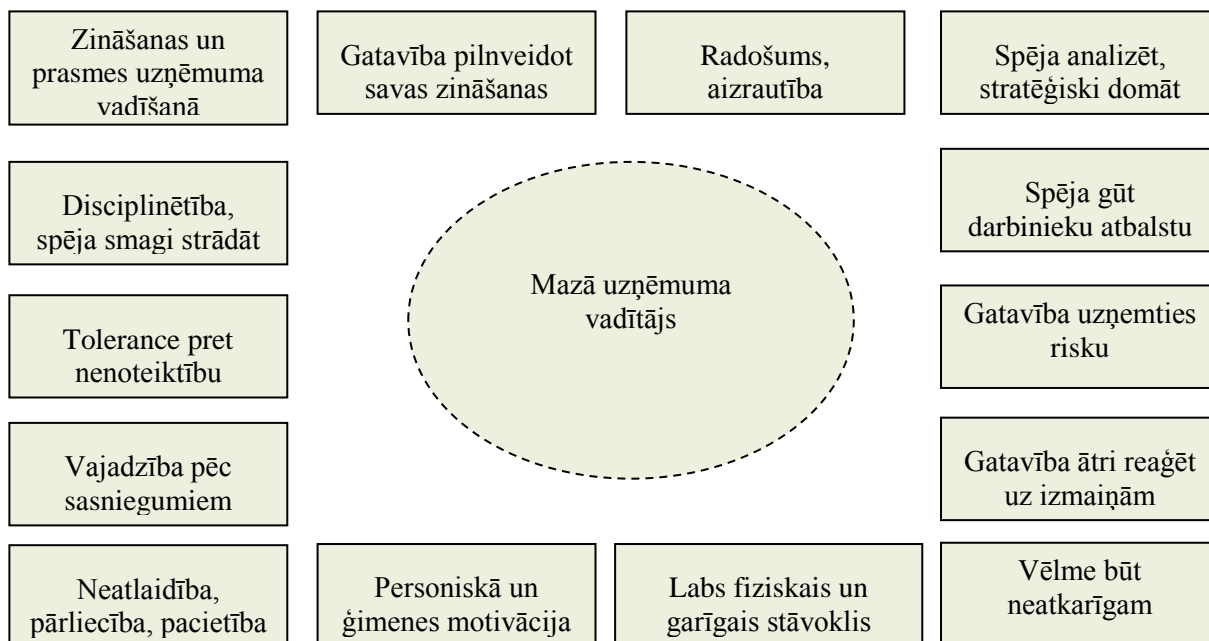
Apkopojot zinātniskā literatūrā veikto pētījumu rezultātus, autore izstrādājusi veiksmīga mazā uzņēmuma vadītāja raksturojumu, kas ietver zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, gatavību pilnveidot savas zināšanas, radošumu, aizrautību, spēju analizēt un stratēģiski domāt, disciplinētību, spēju smagi strādāt, gatavību uzņemties risku, neatlaidību un pacietību, spēju gūt darbinieku atbalstu uzņēmuma mērķu sasniegšanā, organizatora spējas, toleranci pret nenoteiktību, gatavību riskēt, gatavību ātri reaģēt uz izmaiņām, vajadzību pēc sasniegumiem, vēlmi būt neatkarīgam, kā arī labu fizisko un garīgo stāvokli un arī personisko un ģimenes motivāciju (sk. 1.1. attēlu).

⁵³ Mescon, M., H., Albert, M., Khedouri, F. *Management* 3th ed., Harper & Row Publisher, 1988, 800 p.

⁵⁴ Marcati, A., Guido, G., Peluso, A. M. The Role of SME Entrepreneurs' Innovativeness and Personality in The Adoption of Innovations. *Research Policy*, 37, 2008, pp. 1579 -1590.

⁵⁵ Romero I, Martinez-Roman J. A. Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behavior in small businesses, *Research Policy*, Vol. 41, 2012, pp. 178-189.

⁵⁶ Ķeniņš Kings G. *Amerikas pieredze uzņēmumu vadībai*, Apgāds Biznesa partneri, 2002, 288 p.



1.1. attēls. Veiksmīga mazā uzņēmuma vadītāja raksturojums

Avots: izstrādājusi autore, pamatojoties uz Grifina, Kuehla, Lembingas, Dženingsa (Jennings), Bīvera (Beaver), L. Meginsona, M. Birdas (Byrd), V. Meginsona pētījumu rezultātiem

Darbā analizēto jaunāko zinātnisko pētījumu apkopojums par veiksmīga mazā uzņēmuma vadītāja svarīgākajām personiskajām īpašībām ietverts 1.1. pielikumā.

Neskatoties uz zinātniskos pētījumos pierādīto par uzņēmuma vadītāja personisko īpašību nozīmīgumu uzņēmuma veiksmīgā vadīšanā, zinātniskos pētījumos arī minēts, ka veiksmīgu uzņēmēju vidū sastopami dažādu vecuma cilvēki ar dažādu raksturu, kā arī, ka neviens nevar dot padomu, vai cilvēkam ir vai nav vērts uzsākt savu biznesu, nav atrastas psiholoģiskas vai socioloģiskas pazīmes, pēc kurām ar augstu varbūtību varētu noteikt, vai cilvēks kļūs par veiksmīgu uzņēmēju. Akadēmiskā literatūrā atzīmēts, ka vairākums cilvēku ir spējīgi uzsākt karjeru kā uzņēmēji. Deividsons (*Davidsson*)⁵⁷ norādījis, ka nav iespējams attēlot „tipisku” uzņēmēju.

Zinātniskie pētījumi pierāda, ka zināšanas uzņēmējdarbībā būtiski ietekmē arī izšķiršanos par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Berglans (*Berglann*), Moens (*Moen*), Roeds (*Roed*) un Skogstroms (*Skogstrom*)⁵⁸, pētot uzņēmējdarbības uzsākšanu ietekmējošos faktorus Norvēģijā, konstatējuši, ka pastāv statistiski nozīmīga sakarība starp uzņēmējdarbības zināšanām un uzņēmējdarbības uzsākšanu un to, vai uzsāktā uzņēmējdarbība būs veiksmīga. Šie pētnieki atzīmējuši, ka iesaistīšanos uzņēmējdarbībā ietekmē arī patreizējā darbavieta: darba devēja vadības stils un personiskās īpašības; darbs, kuram ir zema pievienotā vērtība; ienākumi; uzņēmuma darbības sašaurināšanās. Salīdzinot pilna laika nodarbināto kopējos

⁵⁷ Davidson P., *The Entrepreneurship research challenge*, Edward Elgar Publishing, Inc. William Pratt House, 2008, 215p.

⁵⁸ Berglan, H., Moen, E. R., Roed, K., Skogstrom, J., F. *Entrepreneurship: Origins and returns*, *Labour Economics*, Vol. 18, 2011, pp. 180–193.

ienākumus un uzņēmēju ienākumus Norvēģijā laikā posmā no 2000. gada līdz 2005. gadam, Berglans, Moens, Roeds un Skogstroms⁵⁹ konstatējuši, ka vidēji uzņēmēju kopējie ienākumi ir lielāki par nodarbināto ienākumiem, savukārt pašnodarbināto ienākumi vidēji ir zemāki, kā SIA īpašnieku vidējie ienākumi. Viņi noskaidrojuši, ka bezdarbnieku uzņēmējdarbības uzsākšanas īpatsvars ir augstāks par nodarbināto uzņēmējdarbības uzsākšanas īpatsvaru. Berglans, Moens, Roeds un Skogstroms atzīmējuši, ka bezdarbnieku uzņēmējdarbības uzsākšana ir vairāk saistīta ar nepieciešamību nevis izdevību, savukārt nodarbināto uzņēmējdarbības uzsākšana saistīta ar izdevību, finanšu līdzekļu ieguldīšanai uzņēmējdarbībā esamību. Šie pētnieki uzsvēruši, ka negatīvi uzņēmējdarbības uzsākšanu ietekmē ilgstoša atrašanās bez darba, pat nepilna laika nodarbinātība būtiski ietekmē lēmuma pieņemšanu par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Savukārt uzņēmēju īpatsvars, kas kļūst par bezdarbniekiem ir zems - aptuveni 1%.

Khanks (*Khanka*)⁶⁰ minējis, ka jaunos uzņēmējus uzsākt savu biznesu motivē cerība gūt lielākus ienākumus, kā arī personiskās izaugsmes, finansiālās neatkarības un atpazīstamības iegūšanas iespējas. Savukārt Klerka (*Clercq*), Areniusa (*Arenius*)⁶¹ pētījums pierāda uz zināšanām balstīto faktoru - izglītības līmeņa, prasmes uzsākt jaunu biznesu, pieredzes, būtisko ietekmi uz lēmuma pieņemšanu par sava biznesa uzsākšanu.

Iegūtās izglītības uzņēmuma vadīšanā un iepriekš iegūtās pieredzes nozīmīgo ietekmi uzņēmējdarbības uzsākšanā un attīstībā pierādījuši arī Deividsons (*Davidsson*) un Honigs (*Honig*)⁶², pētot Zviedrijā dažādu faktoru ietekmi uz lēmumu uzsākt uzņēmējdarbību un to veiksmīgi attīstīt. Minētajā pētījumā konstatēta arī sociālā kapitāla ietekme uzņēmējdarbības uzsākšanā, vecāku, tuvu draugu, kuriem ir savs business, esamības un atbalsta nozīmīgums. Davidsons un Honings uzsvēruši, ka nozaru asociāciju atbalsts var atvieglot un efektīvi sekmēt uzņēmējdarbību. Keslera (*Kessler*) un Frenka (*Frank*)⁶³ pētījuma rezultāti liecina, ka uzņēmējdarbības veiksmīgu uzsākšanu visbūtiskāk ietekmē personu iepriekš iegūtā pieredze uzņēmējdarbības jomā: pieredze uzņēmējdarbībā, profesionālā pieredze, pieredze darbojoties nozarē, pieredze darbinieku vadība, kā arī pieredze strādājot valsts institūcijās.

Uzņēmējdarbības studijas ne tikai sniedz zināšanas, bet arī izmaina studentu domāšanu un attieksmi pret uzņēmējdarbību. Grevenitcs (*Graevenitz*), Harhofs (*Harhoff*) un Vēbers

⁵⁹ Berglan, H., Moen, E. R., Roed, K., Skogstrom, J., F. Entrepreneurship: Origins and returns, *Labour Economics*, Vol. 18, 2011, pp. 180–193.

⁶⁰ Khanka, S. Motivational Orientation of Assamese Entrepreneurs in the SME Sector, *Journal of Entrepreneurship*, 2009, pp. 209–218.

⁶¹ Clercq, D., Arenius, P. The Role of Knowledge in Business Start-up Activity, *International Small Business Journal*, Vol. 24 (4), 2006, pp. 339–358.

⁶² Davidsson, P., Honig, B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, 2003, pp. 301–331.

⁶³ Kessler, A., Frank, H. Nascent Entrepreneurship in a Longitudinal Perspective, *International Small Business Journal*, Vol. 27 (6), 2009, pp. 720–742.

(Weber)⁶⁴ uzsvēruši, ka augstskolās apmācība uzņēmējdarbībā nozīmīgi izmaina studentu attieksmi pret uzņēmējdarbību, ietekmē studentu uzņēmējdarbības prasmju pašnovērtējumu un palielina uzņēmējdarbības aktivitāti. Šie pētnieki secinājuši, ka vadītāji, kuriem ir uzņēmējdarbības izglītība, efektīvāk vada uzņēmumu, vairāk domā par uzņēmuma attīstību.

Analizētie zinātniskie pētījumi pierāda mazā uzņēmuma vadītāja iegūtās izglītības uzņēmējdarbībā, zināšanu un prasmju uzņēmuma vadīšanu, kā arī personisko īpašību nozīmīgo ietekmi uz uzņēmuma darbības rezultātiem un uzņēmuma attīstību, kā arī uzņēmējdarbības uzsākšanu.

Mazā uzņēmuma darbību, attīstību un arī vadīšanu būtiski ietekmē ārējā vide. Lai veiksmīgi vadītu uzņēmumu, vadītājam ir jāseko līdzi izmaiņām ārējā vidē, nekavējoties uz tām jāreaģē un jāizmanto vadīšanā uzņēmuma. Nākamā nodaļā analizēta ārējās vides ietekme uz uzņēmuma vadīšanu.

1.2. Ārējās vides ietekme uz uzņēmuma vadīšanu

Mazo uzņēmumu darbību un attīstību ietekmē daudzi uzņēmuma iekšējās un ārējās vides faktori. Akadēmiskā literatūrā norādīts, ka no uzņēmuma spējas pielāgoties ārējai videi ir atkarīga tā izdzīvošana un attīstība. Mazā uzņēmuma vadītājam jāseko līdzi ārējās vides izmaiņām un laikus uz tām jāreaģē. Meskons (*Mescon*), Alberts (*Albert*) un Kedours (*Khedouri*)⁶⁵ uzsvēruši, lai efektīvi vadītu uzņēmumu, vadītājam jāizprot un jāņem vērā ārējās vides spēki un atbilstoši uz tiem jāreaģē. L. Meginsons (*Megginson*), M. Birda (*Byrd*), V. Meginsons (*Megginson*)⁶⁶ secinājuši, ka tie mazo uzņēmumu vadītāji, kuri pavada daudz laika izvērtējot ārējās vides faktoru ietekmi (konkurentus, tirgu, jaunās tehnoloģijas), labāk vada savu uzņēmumu un paredz izmaiņas ārējā vidē. Ivancevičs (*Ivancevich*), Lorenzs (*Lorenzi*), Skiners (*Skinner*) un Krosbijs (*Crosby*)⁶⁷ norādījuši, ka vadītāja prasme novērot, analizēt un prognozēt apkārtējās vides izmaiņas būtiski ietekmē uzņēmuma darbības rezultātus.

Daudzi ārējās vides faktori ir savstarpēji saistīti, viena faktora izmaiņas var ietekmēt citus faktorus. Meskons (*Mescon*), Alberts (*Albert*), Kedours (*Khedouri*)⁶⁸ uzsvēruši, ka ārējās vides raksturīgākās īpašības ir faktoru mijiedarbība, sarežģītība, mainīgums un nenoteiktība.

Lai gan mazie uzņēmumi ir elastīgāki un tie var ātrāk reaģēt uz izmaiņām ārējā vidē, tomēr tie ir vieglāk ievainojami, izmaiņas ārējā vidē tiem var būt kritiskas. Vanga (*Wang*) un

⁶⁴ Graevenitz, G., Harhof, D., Weber, R. The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 76, 2010, pp. 90 – 112.

⁶⁵ Mescon, M. H., Albert, M., Khedouri, F. *Management* 3rd ed., Harper & Row Publisher, 1988, 800 p.

⁶⁶ Megginson, L., C., Byrd, M., J., Megginson, W., L. *Small Business Management* 5th ed., McGraw-Hill Companies, 2006, 518 p.

⁶⁷ Ivancevich, J., M., Lorenzi, P., Skinner, S., J., Crosby, P., B. *Management Quality and Competitiveness*, Richard D. Irwin, Inc., 1996, 658 p.

⁶⁸ Mescon, M. H., Albert, M., Khedouri, F. *Management* 3rd ed., Harper & Row Publisher, 1988, 800 p.

Kostello (*Costello*)⁶⁹ pētījums liecina, ka MVU saskaras ar vairāk šķēršļiem un lielāku nenoteiktību ārējā vidē, kā lielie uzņēmumi. Remeikiene (*Remeikiene*) un Startiene (*Startien*)⁷⁰ konstatējušas, ka mazos uzņēmumos nozīmīgi ietekmē inflācija un iekšzemes kopprodukts. Romero (*Romero*) un Martinezs-Romans (*Martinez-Roman*)⁷¹ secinājuši, ka mazā uzņēmuma darbības specifika un ārējā vide ir svarīgie inovāciju ieviešanu ietekmējošie faktori. Ivancevičs (*Ivancevich*), Lorenzs (*Lorenzi*), Skiners (*Skinner*), Krosbijs (*Crosby*)⁷² un Grifins (*Griffin*)⁷³ norādījuši, ka galvenie ārējās vides faktori, kas būtiski ietekmē mazos uzņēmumus, ir valsts ekonomika, tehnoloģijas, politiskā vide, tiesiskā vide, izglītības sistēma, zinātne, sociālā vide, kultūra, ekoloģiskā vide, starptautiskā vide, klienti, piegādātāji, konkurenti, darbaspēks, finanšu resursi, partneri, valsts institūcijas.

Zinātniskās publikācijās norādīts, ka būtiski ārējās vides faktori, kas netieši ietekmē mazos uzņēmumus, ir ekonomika, tehnoloģijas, politiskā vide, tiesiskā vide, izglītības sistēma, zinātne, sociālā vide, kultūra, ekoloģiskā vide, starptautiskā vide; būtiski ārējās vides faktori, kas tieši ietekmē mazos uzņēmumus, ir ir klienti, piegādātāji, konkurenti, darbaspēks, finanšu resursi, partneri, institūcijas (sk. 1.2. attēlu).

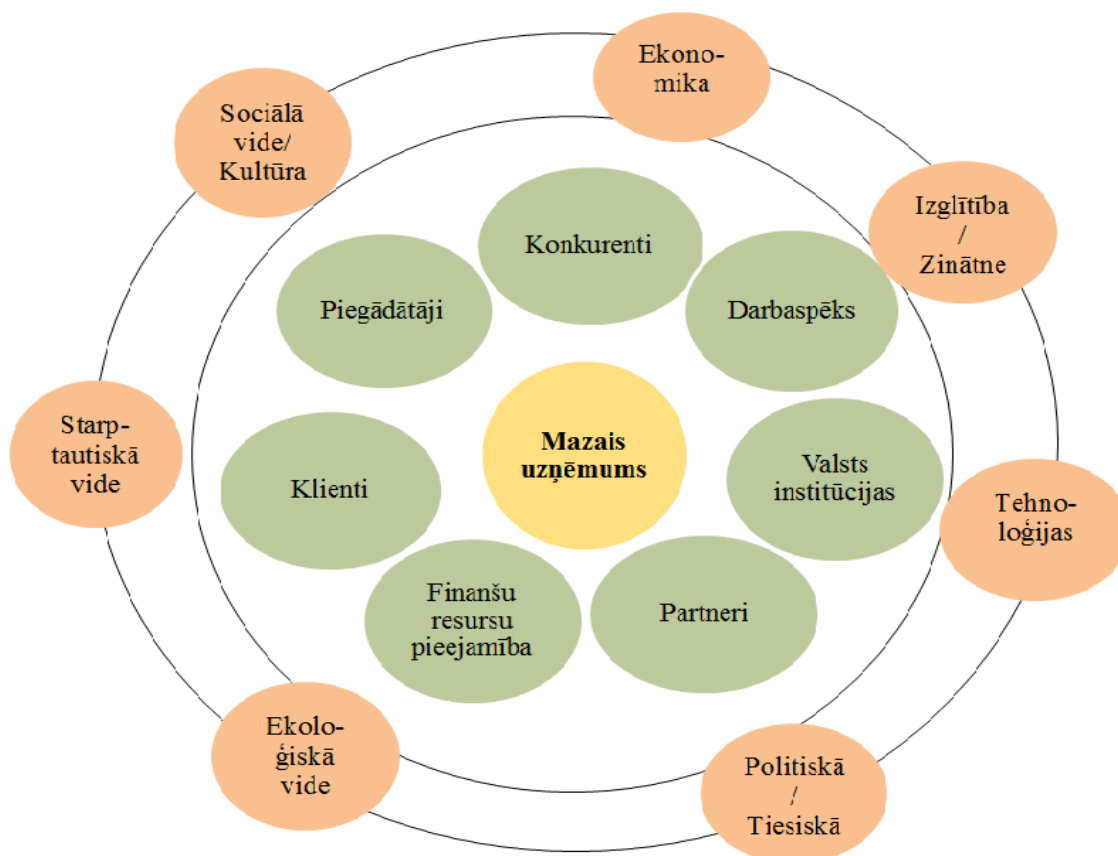
⁶⁹ Wang, Y., Costello, P. An investigation into innovations in SMEs: Evidence from the West Midlands, UK, *Journal of Entrepreneurship*, 18, 1, 2009, pp. 65–93.

⁷⁰ Remeikiene, R., Startiene, S. Does the Interaction between Entrepreneurship and Unemployment Exist? *Economics & Management*, 2009. 14, pp. 903 – 911.

⁷¹ Romero, I., Martinez-Roman, J. A. Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behavior in small businesses, *Research Policy*, Vol. 41, 2012, pp. 178-189.

⁷² Ivancevich, J., M., Lorenzi, P., Skinner, S., J., Crosby, P., B. *Management Quality and Competitiveness*, Richard D. Irwin, Inc., 1996, 658 p.

⁷³ Griffin, R., W. *Management* 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.



1.2. attēls. Mazos uzņēmumus nozīmīgi ietekmējoši ārējās vides faktori

Avots: apkopojusi autore, izmantojot Ivanceviča (Ivancevich), Lorenza (Lorenzi), Skinnera (Skinner), Krosbija (Crosby)⁷⁴, Grifīna (Griffin)⁷⁵ darbus

Valdības politika mazo uzņēmumu attīstības veicināšanas jomā būtiski ietekmē mazo uzņēmumu dibināšanu, izdzīvošanu, attīstību un arī uzņēmuma vadīšanu. Ketels (*Ketels*)⁷⁶ atzīmējis, ka valdība regulē daudzas sviras, kas ietekmē uzņēmuma spēju strādāt produktīvi, būtiski ietekmē uzņēmuma konkurētspēju, sekmējot tirgus konkurenci. Reynolds (*Reynolds*)⁷⁷ norādījis, ka uzņēmējdarbības uzsākšanu nozīmīgi ietekmē valsts atbalsta pasākumi, kas atvieglo uzņēmējdarbības uzsākšanu, sniedz finanšu atbalstu. Lerner (*Lerner*)⁷⁸ konstatējis, ka pārdomāta valsts politika var būtiski ietekmēt inovatīvu uzņēmumu dibināšanu. Audrečs (*Audrech*), Keilbačs (*Keilbach*), Lehman (*Lehmann*)⁷⁹ norādījuši, ka valdības ietekmes svarīgākās jomas, kuras būtiski ietekmē uzņēmējdarbības attīstību, ir jaunu uzņēmumu dibināšanas noteikumi, iedzīvotāju ienākumu nodoklis, uzņēmumu nodoklis, darba tirgus

⁷⁴ Ivancevich, J., M., Lorenzi, P., Skinner, S., J., Crosby, P., B. *Management Quality and Competitiveness*, Richard D. Irwin, Inc., 1996, 658 p.

⁷⁵ Griffin, R., W. *Management* 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.

⁷⁶ Ketels, C., H., M. Michael Porter's Competitiveness Framework-Recent Learning and New Research Priorities, *Journal Industry Competitiveness Trade*, 6, 2006, pp. 115–136.

⁷⁷ Reynolds, P., D. New Firm Creation in the United States, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol. 3 (1), 2007.

⁷⁸ Lerner, J. The future of public efforts to boost entrepreneurship and venture capital, *Small Business Economic*, 35, 2010, pp. 255–264.

⁷⁹ Audrechs, D., B., Keilbach, M. C., Lehmann, E., E. *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford University Press, 2006, 227p.

regulēšana, izglītība uzņēmējdarbības jomā, motivācijas nodarboties ar uzņēmējdarbību radīšana, riska kapitāls, bankrota likumdošana, pieeja ārējiem tirgiem.

Savukārt Lenihans (*Lenihan*)⁸⁰ konstatējis, ka uzņēmējdarbību atbalstoša valsts politika ir sistēmiska, stimulējot un veidojot ārējos apstākļus un iespējas, tās būtība ir pētniecība un attīstība, inovācijas, izglītība. Makdonalds (*Mcdonald*), Asimakopouls (*Assimakopoulos*) un Andersons (*Anderson*)⁸¹ uzsvēruši, ka izglītības un apmācību uzņēmumu vadīšanā jautājumu risināšanā jāiesaistās arī valdībai. Jokakulands (*Yokakuland*) un Zavdis (*Zawdie*)⁸² pierādījuši, ka valsts politikai attiecībā uz maziem un vidējiem uzņēmumiem, palīdzot izveidot labāku sadarbību starp augstskolām un maziem un vidējiem uzņēmumiem, ir nozīmīga loma uzņēmuma radošuma un inovitātes stiprināšanā. Šāda saikne sekmē arī mazo uzņēmumu spēju piemēroties zināšanu un tehnoloģiju attīstībai. Minētajā pētījumā norādīts, ka valdības mēģinājumi attīstīt saiknes starp maziem un vidējiem uzņēmumiem, izveidot to sadarbības tīklu, ir saistīti ar dažāda veida grūtībām. Kā galvenās grūtības Jokakulands un Zavdis minējuši mazo un vidējo uzņēmumu daudzveidību un savstarpējās uzticības trūkumu.

Hansons (*Hansson*)⁸³, Kulens (*Cullen*), Gordons (*Gordon*)⁸⁴, Stenkuls (*Stenkula*)⁸⁵ konstatējuši, ka nozīmīga ietekme uz lēmumu pieņemšanu par saimnieciskās darbības uzsākšanu, ir nodokļu politikai, īpaši svarīga nodokļu piemērošana ir cilvēkiem ar augstāku izglītības līmeni. Tsais (*Tsai*) un Kuos (*Kuo*)⁸⁶ atzīmējuši, ka piedāvājot konsultatīvus un informatīvus pakalpojumus, nodrošinot finanšu atbalstu, izveidojot informācijas datu bāzi tīmekļa vietnē, valdība sekmē MVU attīstību, veicina mazās un vidējās uzņēmējdarbības uzsākšanu. Pimenovas (*Pimenova*) un Vorstas (*Vorst*)⁸⁷ pētījuma liecina, ka nozīmīgs MVU vadīšanu ietekmējošs faktors ir laiks, kas jāpatērē formalitāšu kārtīšanai.

Zinātniskā literatūrā norādīts, ka aktīvāk uzņēmējdarbības veicināšanā reģionos būtu jāiesaistās pašvaldībām. Nordhofs (*Noordhoff*)⁸⁸, Kristakopoulos (*Christakopoulou*),

⁸⁰ Lenihan, H. Enterprise policy evaluation: Is there a 'new' way of doing it. *Evaluation and Program Planning*, 34, 2011, pp. 323–332.

⁸¹ Macdonald, S., Assimakopoulos, D., Anderson, P. Education and Training for Innovation in SMEs: A Tale of Exploitation. *International Small Business Journal*, Vol. 25(1), 2007, pp. 77 – 95.

⁸² Yokakul, N., Zawdie, G. The Role of Triple Helix for Promoting Social Capital, Industrial Technology and Innovation in the SME Sector in Thailand, *Science Technology Society*, 2009, pp. 93–117.

⁸³ Hansson, A. Tax policy and entrepreneurship: empirical evidence from Sweden, *Small Business Economics*, 2010, p. 19.

⁸⁴ Cullen, J., B., Gordon, R., H. Taxes and entrepreneurial risk-taking: Theory and evidence for U.S.", *Journal of Public Economics*, Vol. 91, 2007, pp. 1479–1505.

⁸⁵ Stenkula, M. Taxation and entrepreneurship in a welfare state, *Small Business Economics*, 2010, p. 21.

⁸⁶ Tsai, W., H., Kuo, H., C. Entrepreneurship policy evaluation and decision analysis for SMEs, *Expert Systems with Applications*, Vol. 38, 2011, pp. 8343–8351.

⁸⁷ Pimenova, P., van der Vorst, R. The role of support programmes and policies in improving SMEs environmental performance in developed and transition economies, *Journal of Cleaner Production*, 12, 2004, pp. 549–559.

⁸⁸ Noordhoff, F. Persistent Poverty in the Netherlands: A Sociological Study. Amsterdam, NLD: Amsterdam University Press, 2008. pp.156-157.

Deivsons (*Dawson*), Garijs (*Gari*)⁸⁹, Audrečs (*Audretsch*), Keilbačs (*Keilbach*), Lehmans (*Lehmann*)⁹⁰ norādījuši, lai nodrošinātu iedzīvotāju labklājību, pašvaldībai būtu jāzina visi ekonomiskie aspekti reģionā, ja darba tirgus nav pietiekami plašs, pašvaldībai jārisina jautājumi, kas saistīti ar jaunu darba vietu radīšanu. Klarks (*Clarke*), Gevirts (*Gewirtz*) un Laughlins (*McLaughlin*)⁹¹ uzsvēruši, ka pašvaldības reakcijai uz izmaiņām apkārtējā vidē jābūt ātrai un efektīvai, tās darbā nedrīkst būt birokrātijas, kas ir kavēklis konkurētspējai. Todtlings (*Todtling*) un Kaufmans (*Kuufman*)⁹² konstatējuši, ka mazo un vidējo uzņēmumu inovātes līmenis ir atkarīgs no pašvaldības politikas attiecībā uz mazo un vidējo uzņēmumu attīstību novadā. Pašvaldības var atbalstīt uzņēmumu inovāciju procesus, nodrošinot atbilstošu vidi, stimulējot un atbalstot sadarbību ar universitātēm un pētniecības iestādēm, atbalstot profesionālās mācību iestādes, atbalstot tehnoloģiju centru izveidi, kā arī iespaidojot novada ekonomisko struktūru: dominējošās nozares; pieejamās pakalpojumu firmas un piegādātājus. Šie pētnieki atzīmējuši, ka inovatīvu uzņēmumu dibināšanu iespējams sekmēt ar uzņēmumu integrāciju tīklos, inovāciju sistēmās un paļāvību uz ārējiem partneriem un arī secinājuši, ka maziem un vidējiem uzņēmumiem ir vājas iekšējās iespējas, lai iesaistītos tīklos, meklētu un apkopotu informāciju saistībā ar inovācijām un sadarbības inovāciju projektos, kā arī, ka bieži nepietiekami tiek izmantota darbinieku pieredze jaunievedumu radīšanā. Todtlinga un Kaufmana pētījuma rezultāti parāda, ka mazie un vidējie uzņēmumi ir mazāk iesaistīti inovāciju tīklos, kā lielie uzņēmumi un, ja tiem izveidojas jaunievedumu partnerattiecības, tad tās galvenokārt koncentrējas tikai uz biznesa partneriem, klientiem un piegādātājiem. Todtlings un Kaufmans secinājuši, ka pakalpojumu firmu un konsultantu izmantošana inovāciju ieviešanā reģionos būtiski atšķiras, taču vidēji šādus pakalpojumus izmanto mazāk, ka viena trešā daļa no maziem un vidējiem uzņēmumiem, bet mazo uzņēmumu sadarbība ar universitātēm, pētniecības iestādēm un tehnoloģiju centriem notiek retos gadījumos. Todtlings un Kaufmans arī pierādījuši, ka tieši sadarbība ar zinātni vairāk stimulē progresīvas inovācijas, jaunus produktus tirgū, nevis vienkārši atdarinājumus vai pārveidojumus. Vājo sadarbību ar universitātēm, zinātnes un pētniecības iestādēm Todtlings un Kaufmans izskaidrojuši ar kvalificētu darbinieku trūkumu mazos uzņēmumos, kas varētu organizēt sadarbību, savukārt vājo sadarbību ar tehnoloģiju centriem zinātnieki izskaidro ar šo centru

⁸⁹ Christakopoulou, S., Dawson, J., Gari, A. The Community Well-Being Questionnaire: Theoretical Context and Initial Assessment of Its Reliability and Validity, *Social Indicators Research*, Vol. 56 (3), 2007, pp.321-351.

⁹⁰ Audretsch, D., B., Keilbach, M. C., Lehmann, E. E., *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford University Press, 2006, 227p.

⁹¹ Clarke, J., Gewirtz, S., McLaughlin, E. *New Managerialism, New Welfare?* London, GBR: Sage Publications, Ltd, 2000 p.288.

⁹² Todtling, F., Kaufman, A. The Role of the Region for Innovation Activities of SMEs, *European Urban and Regional Studies*, 2001, pp. 203–215.

trūkumu reģionos, kā arī mazo uzņēmumu vadītāju neinformētību par šādu centru esamību un to sniegtajiem pakalpojumiem.

ES fondu atbalsta pasākumi ir vērā ņemama iespēja iegūt finanšu līdzekļus uzņēmuma attīstībai. Devins (*Devins*) un Džonsons (*Johnson*)⁹³ pierādījuši, ka mazie un vidējie uzņēmumi, kuri iesaistīti ES fondu programmās, ir aktīvāki apmācību veikšanā un atbalstīšanā, kā arī citu uzņēmuma attīstību sekmējošu pasākumu realizēšanā. Devins un Džonsons konstatējuši, ka pastāv atšķirības ES fondu izmatošanā mazos uzņēmumos un vidējos uzņēmumos, mazie uzņēmumi ir mazāk aktīvi kā vidējie uzņēmumi.

Botera (*Boter*) un Landstroma (*Lundstrom*)⁹⁴ zinātnisko pētījumu rezultāti liecina, ka, neskatoties uz uzņēmēju pozitīvām atsauksmēm par valsts atbalsta pasākumiem maziem un vidējiem uzņēmumiem, daudzi uzņēmēji tos tomēr neizmanto. Šie pētnieki konstatējuši, ka galvenie iemesli, kādēļ uzņēmēji neizmanto valsts atbalstu, ir vēlēšanās saglabāt neatkarību un atbalsta programmu neatbilstība uzņēmuma vajadzībām. Boters un Landstroms arī secinājuši, ka aktīvāk atbalsta programmas izmanto mazie uzņēmumi.

Normans (*Norrman*), Bagers-Sjogrens (*Bager-Sjogren*)⁹⁵ Zviedrijā veiktajā pētījumā par valsts atbalsta programmu efektivitātes izvērtēšanu, konstatējuši, ka atbalsta programmu ietekme uz uzņēmējdarbību sākuma posmā ir vāja; lielākai daļai uzņēmumu tās ietekmi var novērot tikai aptuveni pēc septiņiem gadiem. Pētījumā uzņēmumu darbība tika analizēta 8 gadus pēc atbalsta saņemšanas, ikgadu salīdzinot uzņēmuma darbības rezultātus ar iepriekšējā gada rezultātiem.

Demogrāfiskā situācija, darbaspēka aizplūšana turpmāk Latvijas uzņēmējiem var radīt problēmas sakarā ar darbaspēka trūkumu. Zinātniskie pētījumi apliecina, ka vērā ņemams potenciālais darbaspēka resurss ir bezdarbnieki. Pasaulē ir veikti daudzi pētījumi par pastāvošām sakarībām starp uzņēmējdarbību un bezdarbu. Remeikienes (*Remeikiene*) un Startienes (*Startien*)⁹⁶ pētījums apliecina, ka starp bezdarbu un uzņēmējdarbību pastāv savstarpēja sakarība, bezdarbs veicina uzņēmējdarbības uzsākšanu, savukārt uzņēmējdarbības pieaugums samazina bezdarbu. Faria (*Faria*), Kuestas (*Cuestas*) un Mourela (*Mourelle*)⁹⁷ pētījuma rezultāti norāda, ka bezdarbs ir saistīts ar lielākām uzņēmējdarbības aktivitātēm.

⁹³ Devins, D., Johnson, S. Training and Development Activities in SMEs: Some Findings from an Evaluation of the ESF Objective 4 Programme in Britain, *International Small Business Journal*, Vol. 21(2), 2003, pp. 213–228.

⁹⁴ Boter, H., Lundstrom, A. SME perspectives on business support services. The role of company size, industry and location, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 12 (2), 2005, pp. 244–258.

⁹⁵ Norrman, C., Bager-Sjogren, L. Entrepreneurship policy to support new innovative ventures: Is it effective?, *International Small Business Journal*, 2010, pp. 602–619.

⁹⁶ Remeikiene, R., Startiene, S. Does the Interaction between Entrepreneurship and Unemployment Exist? *Economics & Management*, 2009. 14, pp. 903 – 911.

⁹⁷ Faria, J., R., Cuestas, J., C., Mourelle, E. Entrepreneurship and Unemployment: A Nonlinear Bidirectional Causality? *Economic Modelling* 27, 2010, pp. 1282–1291.

Ritsila (*Ritsila*) un Tervo (*Tervo*)⁹⁸ pierādījuši bezdarba pozitīvo ietekmi uz varbūtību, ka cilvēks kļūs par uzņēmēju. Tomēr, Ritsils un Tervo arī atzīmējuši, ka bezdarbs var ietekmēt cilvēkus dažādi, viens no galvenajiem ietekmējošiem faktoriem, cik ilgi cilvēks ir bezdarbnieks. Ritsils un Tervo konstatējuši, ka cilvēkiem, kuri nesen kļuvuši par bezdarbniekiem, vēlēšanās uzsākt uzņēmējdarbību ir mazāka, kā tiem, kuri bez darba jau bijuši ilgāku laiku. Šie pētnieki uzsvēruši, ka ilgstošs bezdarbs var atņemt drosmi uzsākt uzņēmējdarbību.

Kesslera (*Kessler*) un Frenka (*Frank*)⁹⁹ no 1998. gada līdz 2001. gadam Austrijā veiktā pētījuma rezultāti liecina, ka darba zaudēšana un kļūšana par bezdarbnieku ir viens no faktoriem, kas būtiski ietekmē lēmuma pieņemšanu par sava uzņēmuma veidošanu.

Griess (*Gries*) un Naudes (*Naude*)¹⁰⁰ atzīmējuši, ka daudzām personām iztikas līmenī ir liels risks mēģināt uzsākt nodarboties ar uzņēmējdarbību, kas ir pakļauta nenoteiktībai un, ka lielākā daļa bezdarbnieku, kuri uzsāk savu biznesu, to sāk kā pašnodarbinātās personas. Audrečs (*Audretsch*)¹⁰¹ pierādījis, ka pastāv sakarība starp bezdarba līmeni valstī un pašnodarbinātību skaitu. Turiks (*Thurik*), Karrijs (*Carree*), Stels (*Stel*) un Audrečs (*Audretsch*)¹⁰² konstatējuši pozitīvu sakarību starp bezdarba līmeni un pašnodarbinātības uzsākšanas aktivitāti kā arī uzņēmējdarbības uzsākšanu. Tomēr Turiks, Karrijs, Stels un Audrečs norādījuši, ka pašnodarbinātībai ir maza ietekme uz bezdarba līmeņa samazināšanu valstī, tādēļ, lai radītu darbavietas un samazinātu bezdarbu, valdībai vairāk jākoncentrējas uz inovatīvu, augsti attīstītu uzņēmumu attīstības veicināšanu nevis bezdarbnieku iesaistīšanu pašnodarbinātībā.

Baptists (*Baptista*) un Turiks (*Thurik*)¹⁰³ analizējot bezdarba un uzņēmējdarbības savstarpējās sakarības Portugālē laika posmā no 1972. gada līdz 2002. gadam, konstatējuši negatīvu pašnodarbinātības ietekmi uz bezdarba līmeni valstī, pamatojot to ar integrāciju ES, struktūrfondu un Kohēzijas fonda finanšu līdzekļu piešķiršanu, kā rezultātā uzsāktā pašnodarbinātība bieži bija zemas kvalitātes un nesekmēja uzņēmējdarbības attīstību. Šie pētnieki minējuši iemeslus, kādēļ stimulējot uzņēmējdarbību iespējams samazināt bezdarbu: 1) stimulējot uzņēmējdarbību tiek stimulēti jauninājumi, dažādība, kas rada jaunus produktus

⁹⁸ Ritsila, J., Tervo, H. Effects of Unemployment on New Firm Formation: Micro-Level Panel Data Evidence from Finland, *Small Business Economics*, 19, 2002, pp. 31-40.

⁹⁹ Kessler, A., Frank, H. Nascent Entrepreneurship in a Longitudinal Perspective, *International Small Business Journal*, Vol. 27 (6), 2009, pp. 720-742.

¹⁰⁰ Gries, T., Naude, W. Entrepreneurship and human development: A capability approach. *Journal of Public Economics*. Vol. 95, 2011, pp. 216-224.

¹⁰¹ Audrečs, D., B. Emergence of the entrepreneurial society, *Business Horizons*, Vol. 52, 2009, pp. 505-511.

¹⁰² Thurik, A., R., Carree, M., A., Stel, A., Audrečs, D., B. Does self-employment reduce unemployment?, *Journal of Business Venturing*, Vol. 23, 2008, pp. 673-686.

¹⁰³ Baptista, R., Thurik, R., A. The relationship between entrepreneurship and unemployment: Is Portugal an outlier?, *Technological Forecasting & Social Change*, 74, 2007, pp. 75-89.

un pakalpojumus; 2) uzņēmējdarbības stimulācija nozīmē darba stimulēšanu un tādējādi nodarbinātības stimulēšanu; 3) stimulēt jaunu uzņēmumu dibināšanu, jaunu ideju realizāciju esošās organizācijās ir svarīga uz zināšanām balstītas ekonomikas aktivitāte.

Analizētie zinātniskie pētījumi liecina, ka, lai prasmīgi vadītu uzņēmumu, mazā uzņēmuma vadītājam jāseko līdzi, jāanalizē, jāizprot izmaiņas ārējā vidē, kā arī, ka nozīmīga ietekme uz mazo uzņēmumu attīstību ir valdības politikai mazās uzņēmējdarbības sekmēšanai, mazā uzņēmuma vadītājam, lai iegūtu finanšu līdzekļus uzņēmuma attīstībai, jācenšas izmantot pieejamos atbalsta pasākumus. Kļūšana par bezdarbnieku ir viens no faktoriem, kas ietekmē lēmuma pieņemšanu par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Tomēr zinātniskos pētījumos arī norādīts, ka ilgstošs bezdarbs vairumam bezdarbnieku mazina iespējas un vēlmi atgriezties darba tirgū.

1.3. Mazā uzņēmuma vadītāja galvenās darbības uzņēmuma vadīšanā

Mazā uzņēmuma vadītājam, līdzīgi kā vidēja un liela uzņēmuma vadītājiem, jāveic plānošana, jāpieņem lēmumi, jāorganizē, jāvada, jākontrolē, cilvēku, finanšu, fiziskos un informācijas resursus. Tomēr maza uzņēmuma vadīšana atšķiras no vidēja un liela uzņēmuma vadīšanas. Atšķirības nosaka vairāki apstākļi:

- 1) mazos uzņēmumus parasti vada viens vadītājs, kas bieži ir arī uzņēmuma īpašnieks;
- 2) mazos uzņēmumos nav sarežģītas struktūras, tādēļ tie ir elastīgāki kā lieli uzņēmumi;
- 3) mazos uzņēmumos parasti nav personāla, kas nodarbojas ar pētniecību, kā lielos uzņēmumos, tādēļ vadītājs un darbinieki ir daudz vairāk iesaistīti jaunu produktu un pakalpojumu izstrādē, tiem ir ciešākas saites ar klientiem un piegādātājiem;
- 4) mazos uzņēmumus vairāk ietekmē ārējās vides nestabilitāte;
- 5) maziem uzņēmumiem bieži ir ierobežoti finanšu resursi;
- 6) mazo uzņēmumu darbība parasti orientēta uz nelielu klientu skaitu, tie lielāko daļu darbojas vietējā tirgū.

Zinātniskos pētījumos pierādīts, kādas ir galvenās mazā uzņēmuma vadītāja darbības uzņēmuma vadīšanā, lai uzņēmuma darbība būtu veiksmīga un vērsta uz attīstību, kā arī, kādas kļūdas visbiežāk pieļauj mazo uzņēmumu vadītāji uzņēmuma vadīšanā, un arī atzīmēts, ka atkarībā no uzņēmuma lieluma, saimnieciskās darbības veida un citiem uzņēmuma vadīšanu un darbību ietekmējošiem faktoriem, risināmie jautājumi un to prioritātes vadot uzņēmumu var mainīties. L. Meginsons (*Megginson*), M. Birda (*Byrd*) un V. Meginsons

(Megginson)¹⁰⁴ atzīmējuši, ka mazā uzņēmuma vadītājam, lai veiksmīgi vadītu mazo uzņēmumu, nepieciešams:

- 1) apkalpot atbilstošu un labi definētu tirgu;
- 2) iegūt pietiekamu kapitālu;
- 3) pieņemt darbā un efektīvi izmantot cilvēku resursus;
- 4) iegūt un laikus izmantot informāciju;
- 5) sekot līdzi un efektīvi izmantot valdības noteikumus;
- 6) apgūt jaunas zināšanas;
- 7) būt elastīgam.

L. Meginsons, M. Bairdes un V. Meginsons secinājuši, ka mazo uzņēmumu vājums, kas var novest līdz neveiksmēm un pat uzņēmuma slēgšanai, visbiežāk ir:

- 1) pārāk daudz riskēts;
- 2) daudzi vadītāja pieņemtie lēmumi pamatoti uz nojausmu vai intuīciju;
- 3) ilgu laiku darbojoties netiek ievēroti kritiski biznesa šķēršļi;
- 4) netiek apzināta prasmīga vadītāja nepieciešamība;
- 5) netiek novērtēts vai tiek nepietiekami novērtēts nepieciešamā kapitāla apjoms.

L. Meginsons (Megginson), M. Birda (Byrd) un V. Meginsons (Megginson)¹⁰⁵ konstatējuši, ka mazā uzņēmuma īpašnieki, kuri bieži ir arī uzņēmuma vadītāji, ir tik ļoti aizņemti ar ikdienas darbiem, ka tiem neatliek laika plāna izstrādāšanai, nereti no plānošanas tos attur arī bailes uzzināt patiesos apstākļus.

Fulers-Lavs (Fuller-Love)¹⁰⁶ norādījis, ka līderisms, vadīšana, attīstītas vadīšanas sistēmas un tehnikas izmantošana, komandas veidošana ir galvenās darbības, kuras jāveic mazā uzņēmumu vadītājam, lai uzņēmums izdzīvotu un attīstītos. Kā citas svarīgas mazā uzņēmuma vadītāja darbības, Fulers-Lavs minējis plānošanu, deleģēšanu, finanšu vadību. Fulers-Lavs konstatējis, ka mazos uzņēmumos visbiežāk sastopamās vadītāja kļūdas ir nevēlēšanās deleģēt pienākumus darbiniekiem, darbinieku motivācijas neveikšana, vājš marketingš, neprasmīga finanšu vadīšana un cilvēku resursu vadīšana.

Grifins (Griffin)¹⁰⁷, kā iemeslus mazā biznesa neveiksmei, minējis vadītāju nevērīgu izturēšanos pret biznesu un vāju kontroles sistēmu. Grifins uzsvēris, ka efektīva kontroles sistēma nepieciešama, lai turētu biznesu uz ceļa un brīdinātu par iespējamām grūtībām.

¹⁰⁴ Megginson, L., C., Byrd, M., J., Megginson, W., L. *Small Business Management* 5th ed., McGraw-Hill Companies, 2006, 518 p.

¹⁰⁵ turpat.

¹⁰⁶ Fuller-Love, N. Management development in small firms. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 8 (3), 2006, pp. 175-190.

¹⁰⁷ Griffin, R., W. *Management* 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.

Mazo uzņēmumu konkurētspējas nodrošināšanā, uzņēmumu ierobežoto materiālo un finanšu resursu dēļ, cilvēku resursiem ir pat vēl svarīgāka loma kā lielos uzņēmumos. Darbiniekiem ir nozīmīga ietekme uz uzņēmuma konkurētspēju un inovitāti, darbinieku vadīšana ir viena no galvenajām vadītāja darbībām mazos uzņēmumos. Nichters (*Nichter*) un Goldmarks (*Goldmark*)¹⁰⁸ konstatējuši, ka svarīgs nosacījums mazā uzņēmuma veiksmīgai darbībai un attīstībai ir augsti motivēti, profesionāli darbinieki, kuriem piemīt paškontrolē, profesionālā ētika, radošums, kuri ir gatavi pārmaiņām, sevis pilnveidošanai un ir uzticīgi uzņēmumam. Pansiri (*Pansiri*) un Temtime (*Temtime*)¹⁰⁹ secinājuši, ka cilvēku resursi ir otrs visbūtiskākais MVU darbību ietekmējošais faktors (kā pirmais, galvenais faktors pētījumā minēts vadītāja zināšanas par uzņēmuma vadīšanu). Pansiri un Temtime atzīmējuši, ka MVU vadītāji, kuriem ir lielāka pieredze uzņēmuma vadīšanā, labāk izprot cilvēku resursu attīstības nozīmi uzņēmumā, kā arī uzsvēruši, ka cilvēku resursu attīstība ir cieši saistīta ar uzņēmuma attīstību. Lindsejs (*Lindsay*), Makrakens (*McCraken*), Makvaids (*McQuaid*)¹¹⁰ kā arī Devins (*Devins*) un Hogartahs (*Hogarth*)¹¹¹ pierādījuši, ka mazos uzņēmumos darbinieki ir ļoti svarīgs uzņēmuma resurss, kas nozīmīgi ietekmē uzņēmuma konkurētspēju un inovitāti, kā arī secinājuši, ka, neskatoties uz lielo darba meklētāju skaitu, uzņēmēji nereti saskaras ar grūtībām atrast darbiniekus ar uzņēmumam nepieciešamām profesionālām prasmēm. Gilmans (*Gilman*) un Edvards (*Edwards*)¹¹² minējuši, ka darbinieki ir atslēga, kas nodrošina mazo uzņēmumu konkurences pārakumu. Vangs (*Wang*) un Kostello (*Costello*)¹¹³ konstatējuši, ka MVU inovāciju līmenis ir būtiski atkarīgs no uzņēmuma cilvēku resursiem. Heidena (*Heijden*)¹¹⁴ atzīmējusi, ka mūsdienās vadītājs un darbinieks ir partneri, kuri kopīgi rada jaunas vērtības un sasniedz kopīgu mērķi, uzņēmuma darbiniekiem ir ļoti liela loma uzņēmumā, tādēļ cilvēku resursu efektīva vadīšana ir viens no galvenajiem MVU veiksmīgas darbības nosacījumiem.

Mazos uzņēmumus parasti vada viens vadītājs, tāpēc vēl svarīgāk nekā lielos uzņēmumos ir iesaistīt darbiniekus lēmumu pieņemšanā, uzņēmumam svarīgu jautājumu

¹⁰⁸ Nichter, S., Goldmark, L. Small Firm Growth in Developing Countries, *World Development*, Vol. 37 (9), 2009, pp. 1453 – 1464.

¹⁰⁹ Pansiri, J., Temtime, Z., T. Assessing managerial skills in SMEs for capacity building, *Journal of Management Development*, Vol. 27, No.2, 2008, pp. 251–260.

¹¹⁰ Lindsay, C., McCracken, M., McQuaid, R., W. Unemployment duration and employability in remote rural labour market. *Journal of Rural Studies*, 2003, Issue 19, pp. 187-200.

¹¹¹ Devins, D., Hogarth, T. Employing the Unemployed: Some Case Evidence on the Role and Practice of Employers. *Urban Studies*, 2005, Vol. 42, No.2, pp. 245-256.

¹¹² Gilman, M., Edwards, P. Testing a Framework of the Organization of Small Firms: Fast-growth, High-tech SMEs, *International Small Business Journal*, Vol. 26 (5), 2008, pp. 531–558.

¹¹³ Wang, Y., Costello, P. An investigation into innovations in SMEs: Evidence from the West Midlands, UK, *Journal of Entrepreneurship*, 18, 1, 2009, pp. 65–93.

¹¹⁴ Van der Heijden, B. The relationship between employee initiatives and occupational expertise throughout the career in small- and medium-sized enterprises in The Netherlands, *Career Development International*, 7/6, 2002, pp. 322–338.

risināšanā, organizēšanā, vadītājam jādeleģē darbiniekiem pienākumi un pilnvaras, darbinieki jāiesaista jaunu produktu un pakalpojumu izstrādē. Bieži tieši darbinieki vislabāk pārzina problēmas uzņēmumā un tiem ir priekšlikumi, kā tās risināt. Ne mazāk svarīgi ir, ka deleģējot pienākumus un pilnvaras darbiniekiem, vadītājs atbrīvo sev laiku svarīgāku jautājumu risināšanai. Dženingss (*Jennings*) un Bīvers (*Beaver*)¹¹⁵ konstatējuši, ka pastāv būtiskas atšķirības finanšu rādītājos mazos un vidējos uzņēmumos, kuros vadītāji deleģē pienākumus darbiniekiem un kuros vadītāji cenšas visu izdarīt paši, tādējādi bieži ieslīgstot ikdienas darbos, tāpēc neatliek laika pievērsties svarīgākiem jautājumiem. Vadītāji, uzticot darbiniekiem pienākumus, paaugstina arī darbinieku motivāciju, apmierinātību ar darbu, pilnveido darbinieku zināšanas un prasmes. Ķeniņš Kings¹¹⁶ atzīmējis, ka vadītājam nepieciešams darbinieku atbalsts, darbinieki ir jāiesaista pārmaiņu un darba procesos. Ķeniņš Kings uzsvēris, ka attiecībām starp vadītāju un padotajiem mazos uzņēmumos jābūt pozitīvām un konstruktīvām.

Darbinieku iesaistīšanu būtiski ietekmē vadītāja vadīšanas stils. Inesa Vorončuka¹¹⁷ atzīmējusi, ka iniciatīvas un radošās darbības trūkums Latvijā bieži ir saistīts nevis ar darbinieku, bet organizācijas vadības stilu, vadītāja attieksmi pret padotajiem un pieredzes trūkumu. Inesa Vorončuka norādījusi, ka darbinieku apmierinātība ar darbu uzlabo attieksmi pret darbu un uzņēmumu, kas rezultātā ietekmē darba produktivitāti, savukārt neapmierinātība var radīt nopietnas sekas uzņēmumam. Tādējādi darbinieku apmierinātība ar darbu var ietekmēt uzņēmuma konkurētspēju un izdzīvošanu. Nepieciešams radīt darba apstākļus, kuri paaugstina darbinieku motivāciju: panākumu atzīšana, atalgojums, izaugsmes un izglītības iespējas, darba saturs un apstākļi, organizācijas kultūra, sociālās garantijas, savstarpējās attiecības, komunikācija. Inesa Vorončuka norādījusi, ka vadītājam jāuztver darbinieku noskaņojums, jāizprot motivācijas faktoru prioritātes, jāseko līdzi darbinieku apmierinātībai ar darbu.

Tomēr zinātniskie pētījumi liecina, ka bieži mazo uzņēmumu vadītāji uzņēmuma vadīšanā veic tikai tās darbības, kuras dotajā brīdī ir visaktuālākās uzņēmuma saimnieciskās darbības nodrošināšanai. Točers (*Tocher*) un Rutherfordi (*Rutherford*)¹¹⁸ pierādījuši, ka ar cilvēku resursu vadīšanas jautājumiem, lielākā daļa mazo un vidējo uzņēmumu vadītāji nodarbojas tikai tad, kad radušās problēmas jau ir ļoti nozīmīgas. Taču zinātnieki norādījuši, ka cilvēku resursu vadīšana būtiski ietekmē mazā un vidējā uzņēmuma darbību un attīstību.

¹¹⁵ Jennings, P., Beaver, G. The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective. *International Small Business Journal*, 1997, pp. 63 -75.

¹¹⁶ Ķeniņš Kings, G. *Amerikas pieredze uzņēmumu vadībai*, Apgāds Biznesa partneri, 2002, 288 lpp.

¹¹⁷ Vorončuka, I. *Personāla vadība*, Latvijas Universitāte, 2009, 400 lpp.

¹¹⁸ Tocher, N., Rutherford, M., W. Perceived Acute Human Resource Management Problems in Small and Medium Firms: An Empirical Examination, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, pp. 455 – 479.

Točers un Rutherfordi arī konstatējuši, ka cilvēku resursu vadīšanas problēmas ir vispārīgas mazo un vidējo uzņēmumu vadītāju problēmas (aptuveni 21% MVU vadītāju pētījumā norādījuši cilvēku resursu vadīšanas problēmas kā viskritiskākās ar kurām jāsaskaras vadot uzņēmumu). Točers un Rutherfordi secinājuši, ka mazo un vidējo uzņēmumu vadītāji ar augstāku izglītības līmeni, lielāku pieredzi uzņēmumu vadīšanā, vairāk saskata problēmas, kas būtu jārisina cilvēku resursu vadīšanā.

Autores empīriskie pētījumi apliecina, ka nozīmīga loma mazo uzņēmumu konkurētspējas nodrošināšanā ir mazā uzņēmuma vadītāja zināšanās un prasmēm uzņēmuma vadīšanā.

Darbinieku attīstībā, kvalifikācijas celšanā, uzņēmumam vajadzīgo speciālistu sagatavošanā, kā arī darbinieku motivācijas, apmierinātības ar darbu paaugstināšanā svarīga nozīme ir apmācībai. Zinātniskie pētījumi liecina, ka apmācības būtiski ietekmē mazā uzņēmuma inovatīvi. Makdonalda (*McDonald*), Asimakopoula (*Assimakopoulos*), Andersona (*Anderson*)¹¹⁹ pētījums pierāda apmācību ciešo saistību ar MVU inovatīvo darbību. Hansena (*Hansen*), Hamiltona (*Hamilton*)¹²⁰ un arī Makpersona (*Macpherson*), Holta (*Holt*)¹²¹ pētījumi apstiprinājuši apmācību būtisko ietekmi uz mazo uzņēmumu attīstību Apvienotā Karalistē.

Tomēr zinātniskos pētījumos arī konstatēts, ka mazos uzņēmumos bieži nenotiek ne darbinieku ne vadītāja apmācības. Makdonalds (*McDonald*), Asimakopouls (*Assimakopoulos*) un Andersons (*Anderson*)¹²² secinājuši, ka mazo un vidējo uzņēmumu vadītāju priekšstats par to, cik nozīmīga ir apmācību ietekme uz uzņēmuma darbību un kādas ir iespējas veikt darbinieku un vadītāja apmācības, ir neskaidrs.

Savukārt Zangs (*Zhang*), Makpersons (*Macpherson*) un Džonss (*Jones*)¹²³ pierādījuši, ka mazie un vidējie uzņēmumi, kuri paši organizē un atbalsta vadītāju un darbinieku apmācības, ir inovatīvi, bet tie, kuros labākā gadījumā tiek apmācīti tikai atsevišķi darbinieki, ir nemainīgi. Zangs, Makpersons un Džonss secinājuši, ka apmācību procesus MVU bieži ietekmē vadītāja iespējas, resursi, kā arī pieeja apmācību veikšanai. Šie pētnieki atzīmējuši, ka mazo un vidējo uzņēmumu vadītājiem grūtāk ir nodibināt sakarus ar mācību iestādēm, jo tiem ir ierobežotas iespējas apkārtējās vides pētīšanai. Zangs (*Zhang*), Makpersons (*Macpherson*)

¹¹⁹ Macdonald, S., Assimakopoulos, D., Anderson, P. Education and Training for Innovation in SMEs: A Tale of Exploitation. *International Small Business Journal*, Vol. 25(1), 2007, pp. 77 – 95.

¹²⁰ Hansen, B., Hamilton, R., T. Factors distinguishing small firm growers and non-growers, *International Small Business Journal*, Vol. 29 (3), 2011, pp. 278–294.

¹²¹ Macpherson, A., Holt, R. Knowledge, learning and small firm growth: A systematic review of the evidence, *Research Policy*, 36, 2007, pp. 172-192.

¹²² Macdonald, S., Assimakopoulos, D., Anderson, P. Education and Training for Innovation in SMEs: A Tale of Exploitation. *International Small Business Journal*, Vol. 25(1), 2007, pp. 77 – 95.

¹²³ Zhang, G., Macpherson, A., Jones, O. Conceptualizing the Learning Process in SMEs: Improving Innovation through External Orientation, *International Small Business Journal*, Vol. 24 (3), 2006, pp. 299–323.

un Džonss (*Jones*)¹²⁴ konstatējuši, ka biežāk mazos uzņēmumos notiek individuālas vadītāja vai kāda darbinieka apmācības, tomēr tā nav uzņēmuma apmācība un līdz ar to ietekmē pakāpi, kādā jaunās zināšanas var tikt iekļautas jaunās precēs un pakalpojumos. Viņi uzsvēruši, ka mazo un vidējo uzņēmumu vadītāju vadīšanas stils un ārējās vides izpēte nozīmīgi ietekmē apmācību veidu, pakāpi un procesu uzņēmumā.

Greja (*Gray*)¹²⁵ zinātnisko pētījumu rezultāti pierāda, ka mazos un vidējos uzņēmumos pastāv nozīmīga sakarība starp apmācību veikšanu un darbinieku skaitu uzņēmumā: jo lielāks uzņēmums, jo vairāk tiek organizēta vai atbalstīta darbinieku apmācība. Grejs secinājis, ka vairāk nekā pusē mazo uzņēmumu nenotiek nekāda darbinieku apmācība, kā arī konstatējis, ka mazos uzņēmumos, kuros darbinieku skaits mazāks par 20, apmācības visbiežāk nenotiek uzņēmuma resursu un vadītāja laika trūkuma dēļ. Grejs atzīmējis, ka realizācijas apjomi ir auguši daudz vairāk tajos uzņēmumos, kuros notiek vadītāja un darbinieku apmācības.

Bieži apmācību ietekme uz mazo uzņēmumu nav manāma uzreiz. Košs (*Cosh*), Dankans (*Duncan*) un Hjūzs (*Hughes*)¹²⁶ pierādījuši apmācību nozīmīgo ietekmi uz mazo uzņēmumu izdzīvošanu un attīstību un konstatējuši, ka apmācību ietekmi uz mazo uzņēmumu darbību iespējams noteikt tikai pēc ilgāka laika. Dankans un Hjūzs arī norādījuši, ka ārējo apstākļu dēļ iespējams, ka apmācību ietekme nav konstatējama pat vairākus gadus.

Mazie uzņēmumi atšķiras ar to īpašniekiem, vadītājiem, darbiniekiem un vidi, kurā tie darbojas. Patons (*Patton*), Mārlovs (*Marlow*) un Hanons (*Hannon*)¹²⁷ ieteikuši, analizējot apmācību ietekmi uz mazo uzņēmumu darbību, ņemt vērā šīs atšķirības. Patona, Mārlova un Hanona pētījuma rezultāti parādīja, ka ievērojams ir faktoru skaits, kas nosaka apmācību ietekmi uz maziem uzņēmumiem. Svarīgākie no tiem - uzņēmējdarbības vide, uzņēmuma specifika, uzņēmuma vadītāja spējas un zināšanas, apmācību veids un ilgums, apmācību veicējs.

Fulers-Lavs (*Fuller-Love*)¹²⁸ norādījis, ka apmācību trūkums mazos uzņēmumos galvenokārt ir saistīts ar īpašnieku/vadītāju zināšanu trūkumu par uzņēmuma vadīšanu, koncentrēšanos tikai uz uzņēmuma izdzīvošanu, aizņemtību ar dažādu steidzamu jautājumu risināšanu, tāpēc tie atliek jautājumu par apmācībām. Fulers-Lavs secinājis, ka daudzi īpašnieki/vadītāji neizprot vadītāja un darbinieku apmācību nozīmīgumu, nevēlas apmācībai

¹²⁴ Zhang, G., Macpherson, A., Jones, O. Conceptualizing the Learning Process in SMEs: Improving Innovation through External Orientation, *International Small Business Journal*, Vol. 24 (3), 2006, pp. 299–323.

¹²⁵ Gray, C. Management Development in European Small and Medium Enterprises, *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 6 (4), 2004, pp. 451–469.

¹²⁶ Cosh A., Duncan J., Hughes A. Investment in Training and Small Firms Growth and Survival: An Empirical Analysis for the UK, 1987–95, *DfEE Research Report RR36, HMSO, London*, 1998, 73 p.

¹²⁷ Patton D., Marlow S., Hannon P. The Relationship between Training and Small Firm Performance; Research Frameworks and Lost Quests, *International Small Business Journal*, Vol. 19, No 1 2000, pp. 11–27.

¹²⁸ Fuller-Love, N. Management development in small firms. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 8 (3), 2006, pp. 175-190.

ziedot ne laiku, ne finanšu līdzekļus. Fulers-Lavs arī secinājis, ka nereti mazo uzņēmumu īpašnieki/vadītāji ir apmierināti ar uzņēmuma pašreizējo stāvokli un nevēlas attīstīties un augt, tādēļ arī nedomā par apmācībām.

Populāra pasaulē kļūst e-apmācība, kas nodrošina iespēju apmācības procesā iesaistīt vairāk cilvēkus, mācīties sev vēlamā laikā, vietā un piemērotā tempā. Tomēr e-apmācība mazos uzņēmumos tiek izmantota reti, zinātniskie pētījumi liecina, ka vairāk e-apmācību izmanto vidējos un lielos uzņēmumos, e-apmācību izmantošanu būtiski ietekmē uzņēmumā esošās informācijas tehnoloģijas un uzņēmuma darbības sfēra. Admirals (*Admiraal*), Lokhorste (*Lockhorst*)¹²⁹ norādījuši, ka plaši e-apmācību saviem darbiniekiem un vadītājiem atbalsta lielie uzņēmumi, mazos un vidējos uzņēmumos e-apmācība tiek izmanto salīdzinoši daudz mazāk. Pamatojoties uz pētījuma rezultātiem, kā tiek organizēta apmācība MVU septiņās Eiropas valstīs, Admirals un Lokhorste secinājuši, ka MVU īpašniekiem/vadītājiem un darbiniekiem bieži ir negatīva attieksme pret informācijas tehnoloģijām, mācīšanos, kvalifikācijas celšanu. Admirals un Lokhorste konstatējuši, ka attieksme pret apmācību ir atkarīga no uzņēmuma rīcībā esošām tehnoloģijām, uzņēmuma lieluma un nozares, kurā uzņēmums darbojas. Admirals un Lokhorste secinājuši, ka mazos uzņēmumos galvenokārt izmanto neformālu dalīšanos ar zināšanām.

Jebkura veiksmīga uzņēmuma svarīgs nosacījums ir motivēti darbinieki, motivēts darbinieks labāk veic savu darbu, viņš ir ieinteresēts uzņēmuma attīstībā. Zinātniskos pētījumos pierādīts, ka motivācija ir viena no svarīgākajām vadīšanas darbībām ne tikai lielos uzņēmumos, bet arī mazos uzņēmumos. Tabasi (*Tabassi*), Ramli (*Ramli*) un Beikara (*Bakar*)¹³⁰ pētījumi būvniecības nozarē liecina, ka darbinieki ir radošāki un vairāk vērsti uz inovācijām, ja viņus atbalsta vadītājs. Tabasi, Ramlas un Beikars atzīmējuši, ka motivēts darbaspēks var izdarīt izmaiņas pat nozarē un to attīstīt. Lundbergs (*Lundberg*), Gudmundsons (*Gudmundson*) un Andersons (*Andersson*)¹³¹ pierādījuši, ka organizācijas sekmīgai darbībai ir svarīgi, lai vadītājs tiešām spētu motivēt darbiniekus.

Darbinieku motivēšana sākas ar viņu vajadzību un motivējošo faktoru noteikšanu. Skarborough (*Scarborough*) un Zimmerers (*Zimmerer*)¹³² atzīmējuši, ka, lai mazo uzņēmumu vadītājs panāktu, ka uzņēmumā strādā motivēti darbinieki, vadītājam jāizprot katrs darbinieks,

¹²⁹ Admiraal, W., Lockhorst, D., E-Learning in Small and Medium-sized Enterprises across Europe: Attitudes towards Technology, Learning Training, *International Small Business Journal*, Vol. 27 (6), 2009, pp. 743–767.

¹³⁰ Tabassi, A., A., Ramli, M., Bakar, A., H., A. Effects of training and motivation practices on teamwork improvement and task efficiency: The case of construction firms, *International Journal of Project Management*, Vol. 30, 2012, pp. 213-224.

¹³¹ Lundberg, C., Gudmundson, A., Andersson, T., D. Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism, *Tourism Management*, Vol. 30, 2009, pp. 890-899.

¹³² Scarborough, N., M., Zimmerer T., W. *Effective Small Business Management* 8th ed., Pearson/Prentice Hall, 2006, 832 p.

viņa darbs, atlīdzības sistēma un liels daudzums citu faktoru, kas nemitīgi ietekmē vadītāju un darbiniekus, tādēļ motivācijas metodēm jābūt dinamiskām un elastīgām, piemērotām konkrētam darbiniekam un apstākļiem. Skarborous un Zimmerers norādījuši, ka motivācija viennozīmīgi negarantē augstus mazā uzņēmuma rezultātus, tomēr arī maz iespējams, ka tiks sasniegti augsti rezultāti bez motivācijas. Aršadi (*Arshadi*)¹³³ atzīmējis, ka mazo un vidējo uzņēmumu vadītājiem, lai uzlabotu darbinieku motivāciju un sasniegtu labus darba rezultātus, nepieciešams vairāk atbalstīt darbinieku patstāvību, gatavību uzņemties atbildību. Lams (*Lam*) un Gurlands (*Gurland*)¹³⁴ norādījuši, ka patstāvība pozitīvi ietekmē darbinieku motivāciju, kas savukārt ietekmē apmierinātību ar darbu un uzticību uzņēmumam. Liu (*Liu*), Kombs (*Combs*), Kečens (*Ketchen*) un Airelands (*Ireland*)¹³⁵ balstoties uz pētījuma rezultātiem, ieteikuši vadītājiem prasmīgi veikt ieguldījumus cilvēku resursu plānošanā, atlīdzības līmenī, stimulēšanā, apmācībā, izaugsmē, drošībā, līdzdalības veicināšanā, lai uzlabotu uzņēmuma darbības rezultātus.

Nozīmīga loma uzņēmuma vadīšanā ir komunikācijai. Komunikācija ir cieši saistīta ar motivāciju un citām vadīšanas funkcijām. H. Džorfījs (*Jorfi*), S. Džorfījs (*Jorfi*), H. Jakobs (*Yaccob*) un I. Šahs (*Shah*)¹³⁶ minējuši, ka ļoti svarīgi, lai komunikācija būtu skaidra, pilnīga un nepārtraukta, izmantojot dažādus saziņas līdzekļus un metodes, kā arī pierādījuši, ka starp efektīvu komunikāciju un motivāciju pastāv pozitīva, statistiski nozīmīga sakarība. L. Meginsons (*Megginson*), M. Birda (*Byrd*) un V. Meginsons (*Megginson*)¹³⁷ izpētījuši, ka mutiska komunikācija aizņem aptuveni 80% no mazā uzņēmuma vadītāja laika, taču, neskatoties uz tās svarīgumu un laiku, ko vadītājs patērē komunikācijai, ne vienmēr tā ir efektīva, aptuveni 70% no visām biznesa komunikācijām nesniedz vēlamos rezultātus. L. Meginsons, M. Bairde, V. Meginsons secinājuši, ka lielākais šķērslis efektīvai komunikācijai ir neuzmanība un slikta klausīšanās. Šie pētnieki konstatējuši, ka mazo uzņēmumu īpašnieki/vadītāji bieži ir tik aizņemti ar sava uzņēmuma vadīšanu, ka nevelta uzmanību darbinieku atbildēm un reakcijai.

¹³³ Arshadi, N. Basic need satisfaction, work motivation, and job performance in an industrial company in Iran, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 5, 2010, pp. 1267-1272.

¹³⁴ Lam, C., F., Gurland, S., T. Self-determined work motivation predicts job outcomes, but what predicts self-determined work motivation? *Journal of Research in Personality*, Vol. 42, 2008, pp. 1109-1115.

¹³⁵ Liu, Y., Combs, J., G., Ketchen, D., J., Ireland, D., R. The value of human resource management for organizational performance, *Business Horizons*, Vol. 50, 2007, pp. 503-511.

¹³⁶ Jorfi, H., Jorfi, S., Yaccob, H., F., B., Shah, I., M. Relationships among Strategic Management, Strategic Behaviors, Emotional Intelligence, IT-business Strategic Alignment, Motivation, and Communication Effectiveness, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No 9, 2011, pp. 30-37.

¹³⁷ Megginson, L., C., Byrd, M., J., Megginson, W., L. *Small Business Management* 5th ed., McGraw-Hill Companies, 2006, 518 p.

Starptautiskās konsultāciju kompānijas *Towers Watson* pētījumā¹³⁸ pierādīts, ka pastāv cieša sakarība starp efektīvu komunikāciju un organizācijas finanšu rādītājiem, kā arī konstatēts, ka organizācijās, kurās notiek efektīva komunikācija, peļņa piecu gadu laikā bijusi vidēji par 47% augstāka. Pētījumā norādīts, ka organizācijās, kurās ir efektīva komunikācija un pārmaiņu vadīšana, raksturīga skaidrība par organizācijas mērķiem, darbinieku ieguldījumu organizācijas mērķu sasniegšanā un vienotības sajūta.

Sulimans (*Suliman*) un Abdula (*Abdulla*)¹³⁹ secinājuši, ka informācijas trūkums kā arī nepilnīga un novēlota informācija rada papildu problēmas, kuru risināšanai vadītājam jātērē jau tā ierobežotais laiks, tādēļ komunikācijai uzņēmumā jābūt efektīvai. Šie pētnieki atzīmējuši, ka darbinieki var strādāt labāk un vairāk izdarīt vidē, kurā tie jūtas informēti, iesaistīti un respektēti, tādēļ vadītājam ir jāinformē darbinieki gan par labiem, gan sliktiem jaunumiem, tikai tad var iegūt darbinieku lojalitāti.

Lai gan komunikācija vaigu vaigā, kā liecina Therkelsena (*Therkelsen*) un Fiebičas (*Fiebich*)¹⁴⁰ pētījuma rezultāti, ir visefektīvākā un ietekmē darbinieku uzticību, apmierinātību, lojalitāti un produktivitāti, straujā informācijas un komunikācijas tehnoloģiju attīstība rada jaunas iespējas un rīkus komunikācijai. Kupritzs (*Kupritz*) un Kovells (*Cowell*)¹⁴¹ pierādījuši, ka komunikācijai, izmantojot internetu, ir nozīmīga loma uzņēmuma vadīšanā.

Zinātniskos pētījumos pierādīts, ka mazo uzņēmumu vadītāji bieži neveic vai veic vāji plānošanu, finanšu vadību, mārketingu un, ka vadītāji reti kad domā par inovāciju ieviešanu, un arī vadīšanas pilnveidošanu. Grejs (*Gray*)¹⁴² konstatējis, ka mazo uzņēmumu vadītāji, bieži vada uzņēmumu neprasmīgi un daudz mazāk domā par vadīšanas uzlabošanu, kā lielo uzņēmumu vadītāji. Grejs arī norādījis, ka stratēģisko plānošanu vairāk izmanto tie mazie uzņēmumi, kuros darbinieku skaits ir lielāks par 20. Grejs pierādījis, ka pastāv pozitīva sakarība starp vadīšanas pilnveidošanu un uzņēmuma izaugsmi.

Alpkans (*Alpkan*), Jilmazs (*Yilmaz*) un Kajs (*Kay*)¹⁴³ uzsvēruši, ka elastīga plānošana ļauj MVU ātrāk reaģēt uz apkārtējās vides svārstībām un saglabāt savu konkurētspēju. Šie pētnieki pierādījuši stratēģiskās plānošanas nozīmīgumu mazos un vidējos uzņēmumos un norādījuši, ka stratēģiskai plānošanai jābūt atvērtai jaunām idejām, jauniem informācijas

¹³⁸ Communication ROI Study Report 2009/2010, *Watson Wyatt Worldwide*, 2010. 18 p.

¹³⁹ Suliman, A., M., Abdulla, M., H. Towards a high-performance workplace: managing corporate climate and conflict, *Management Decision*, Vol. 43(5), 2005, pp. 720–733.

¹⁴⁰ Therkelsen, D., J., Fiebich, C., L. The supervisor: The linchpin of employee relations, *Journal of Communication Management*, Vol. 8, No. 2, 2003, pp. 120–129.

¹⁴¹ Kupritz, V., W., Cowell, E. Productive Management Communication: Online and Face-to-Face, *Journal of Business Communication*, Vol. 48, No. 1, 2011, pp. 54–82.

¹⁴² Gray, C. Management Development in European Small and Medium Enterprises, *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 6, No. 4, 2004, pp. 451–469.

¹⁴³ Alpkan, L., Yilmaz, C., Kaya, N. Market Orientation and Planning Flexibility in SMEs: Performance Implications and an Empirical Investigation, *International Small Business Journal*, Vol. 25 (2), 2007, pp. 152–172.

avotiem un jaunām iespējām. Alpkans, Jilmazs un Kajs uzsvēruši, ka mazos un vidējos uzņēmumos jāattīsta gan uz tirgu orientēta uzņēmuma kultūra, gan elastīga stratēģiskā plānošana.

Mazā uzņēmuma konkurētspējas saglabāšanā viens no galveniem priekšnoteikumiem ir inovāciju ieviešana. Deniņš¹⁴⁴ minējis, ka inovācijas bieži ir svarīgākais elements konkurētspējas attīstīšanā. Hansens (*Hansen*) un Hamiltons (*Hamilton*)¹⁴⁵ atzīmējuši, lai mazais uzņēmums attīstītos, tam jābūt inovatīvam un elastīgam. Deividsona (*Davidsson*),¹⁴⁶ Rosenbuša (*Rosenbusch*), Brinkmana (*Brinckmann*) un Bauša (*Bausch*)¹⁴⁷ pētījumi liecina, ka inovatīvi MVU ir vērsti uz attīstību. Nasutions (*Nasution*), Mavondos (*Mavondo*), Matanda (*Matanda*)¹⁴⁸ atzīmējuši, ka vadīšana, mācīšanās orientācija, tirgus orientācija ir nozīmīgi MVU inovatīvi ietekmējošie faktori. Grifits (*Griffiths*) un Vebsters (*Webster*)¹⁴⁹ norādījuši, ka uzņēmuma inovatīvi un attīstību visnozīmīgāk ietekmē uzņēmuma vadīšanas stratēģija, mazāk nozīmīga ietekme ir tādiem ārējiem faktoriem, kā nozares attīstībai un pētnieciskai darbībai.

Inovāciju, pārmaiņu ieviešana uzņēmumā ir saistīta ar zināmu risku, nestabilitāti un pārmaiņām. Mazo uzņēmumu īpašnieki nereti nevēlas paplašināt savu uzņēmumu, baidoties riskēt un zaudēt ieguldītos līdzekļus. Banfielda (*Banfield*), Dženninga (*Jennings*) un Bīvera (*Beaver*)¹⁵⁰ pētījums liecina, ka mazo uzņēmumu īpašnieki/vadītāji vairāk domā par sava dzīves veida saglabāšanu, nevis par uzņēmuma attīstību. Grejs (*Gray*)¹⁵¹ un Davidson (*Davidson*)¹⁵² uzsvēruši, ka mazo uzņēmumu īpašnieki bieži nevēlas paplašināt un attīstīt savu uzņēmumu, par iemeslu minot vēlēšanos nezaudēt neatkarību. Tomēr, kā atzīmējuši Naldes (*Naldi*), Nordkvists (*Nordqvist*), Sjobergs (*Sjoberg*) un Viklunds (*Wiklund*)¹⁵³, riska uzņemšanās ir noteikta uzņēmējdarbības daļa un tā tieši saistīta ar jauninājumiem un

¹⁴⁴ Deniņš, A. Inovācija – konkurētspējas noteicošais faktors, zināšanu sabiedrību veidojot. Stratēģiskā analīzes komisija. Zinātniski pētnieciskie raksti 2(3). R.: Zinātne, 2005, 60.-70. lpp.

¹⁴⁵ Hansen, B., Hamilton, R., T. Factors distinguishing small firm growers and non-growers, *International Small Business Journal*, Vol. 29 (3), 2011, pp. 278–294.

¹⁴⁶ Davidson, P. The Entrepreneurship research challenge, Edward Elgar Publishing, Inc. William Pratt House, 2008, 215 p.

¹⁴⁷ Rosenbusch, N., Brinckmann, J., Bausch, A. Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs, *Journal of Business Venturing*, 26, 2011, 441-457.

¹⁴⁸ Nasution, H., N., Mavondo, F., T., Matanda, M., J. Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value, *Industrial Marketing Management*, Vol. 40, 2011, pp. 336–345.

¹⁴⁹ Griffiths, W., Webster, E. What governs firm-level R&D: Internal or external factors?, *Technovation*, Vol. 30, 2010, pp. 471–481.

¹⁵⁰ Banfield, P., Jennings, P., Beaver, G. Competence-Based Training for Small Firms -- An Expensive Failure, *Long Range Planning*, Vol. 29 (1), 1996, pp. 94–102.

¹⁵¹ Gray, C. Management Development in European Small and Medium Enterprises, *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 6 (4), 2004, pp. 451–469.

¹⁵² Davidson, P. *The Entrepreneurship research challenge*, Edward Elgar Publishing, Inc. William Pratt House, 2008, 215p.

¹⁵³ Naldi, L., Nordqvist, M., Sjoberg, K., Wiklund, J. Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance, *Family Business Review*, Vol. 20 (1), 2007, pp. 33 – 53.

aktivitāti. Naldes, Nordkvists, Sjobergs un Viklunds arī konstatējuši, ka ģimenes uzņēmumiem ir mazāks risks, uzsākot uzņēmējdarbību.

Mazo uzņēmumu inovatīvi ietekmē ne tikai īpašnieka/vadītāja nevēlēšanās attīstīties, bet lielā mērā arī ierobežotie uzņēmuma finanšu resursi. Lai MVU piesaistītu ārzemju finanšu līdzekļus inovatīvai attīstībai, Vincents (*Wincent*), Ortqvists (*Ortqvist*), Eriksons (*Eriksson*), Autios (*Autio*)¹⁵⁴ ieteikuši uzņēmumiem apvienoties, piecus gadus pētot Zviedrijas MVU, šie pētnieki konstatējuši, ka mazas uzņēmumu grupas ir sekmīgākas ārzemju finanšu līdzekļu piesaistīšanā.

Uzņēmumam attīstoties arvien pieaugošās konkurences apstākļos, mazos uzņēmumos pieaug nepieciešamība izmantot arī finanšu vadību, mārketingu, projektu vadību. Makmahona (*McMahon*)¹⁵⁵ pētījuma rezultāti liecina, ka līdz ar finanšu vadības ieviešanu, mazo un vidējo uzņēmumu attīstība notiek daudz efektīvāk. Uzņēmumu orientācija uz pilnveidošanos, stratēģiskā plānošana, investīciju plānošana, eksporta saistību plānošana minētajā pētījumā atzīti par ietekmīgākiem faktoriem mazo un vidējo uzņēmumu attīstības sekmēšanā. Turners (*Turner*), Ledvits (*Ledwith*), Kelijs (*Kelly*)¹⁵⁶ norādījuši, ka MVU vadīšanā nozīmīga loma ir projektu vadībai, atzīmējot, ka MVU nepieciešama mazāk formāls projektu vadības veids, kā lielos uzņēmumos. Turners, Ledvits un Kelijs konstatējuši, ka mazos uzņēmumos projektu vadību galvenokārt izmanto, lai vadītu procesus, preču piegādi, veiktu inovācijas un vadītu uzņēmuma attīstību.

Tirgus stāvokļa rūpīga analīze ļauj novērtēt preču un pakalpojumu pieprasījumu tirgū, atrast jaunus tirgus. Grifins (*Griffin*)¹⁵⁷, Simpsons (*Simpson*), Padmore (*Padmore*)¹⁵⁸ pierādījuši, ka pastāv pozitīva sakarība starp MVU finanšu rādītājiem un mārketingu, kā arī konstatējuši, ka mārketinga izmantošanu mazos un vidējos uzņēmumos nozīmīgi ietekmē tādi faktori, kā biznesa vide, tirgus konkurence, uzņēmuma mērķi, uzņēmuma vadītāja zināšanas un attieksme pret tirgus pētījumiem, uzņēmuma vecums. Arī Huangs (*Huang*), Brauns (*Brown*)¹⁵⁹, Merriles (*Merrilees*), Rundls-Tiels (*Rundle-Thiele*), Lis (*Lye*)¹⁶⁰ konstatējuši, ka mārketinga būtiski ietekmē mazo uzņēmumu izdzīvošanu un attīstību.

¹⁵⁴ Wincent, J., Ortqvist, D., Eriksson, J., Autio, E. The more the merrier? The effect of group size on effectiveness in SME funding campaigns, *Strategic Organization*, Vol. 8 (1), 2010, pp. 43–68.

¹⁵⁵ McMahon, R. Growth and Performance of Manufacturing SMEs: The Influence of Financial Management Characteristics, *International Small Business Journal*, 2001, pp. 10–19.

¹⁵⁶ Turner, R., Ledwith, A., Kelly, J. Project management in small to medium-sized enterprises: Matching processes to the nature of the firm, *International Journal of Project Management*, Vol. 28, 2010, pp. 744–755.

¹⁵⁷ Griffin, R., W. Management 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.

¹⁵⁸ Simpson, M., Padmore, J. Marketing in small and medium sized enterprises, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 12, No. 6, 2006, pp. 361–387.

¹⁵⁹ Huang, X., Brown, A. An analysis and classification of problems in small business, *International Small Business Journal*, Vol. 18, No. 1, 1999, pp. 73–86.

¹⁶⁰ Merrilees, B., Rundle-Thiele, S., Lye, A. Marketing capabilities: Antecedents and implications for B2B SME performance, *Industrial Marketing Management*, 40, 2011, pp. 368–375.

Lai sekmētu preču un pakalpojumu ražošanu un realizāciju, uzņēmuma attīstību ne tikai vidējiem un lieliem uzņēmumiem, bet arī maziem uzņēmumiem jāapgūst jauni preču un pakalpojumu tirgi. Vietējā tirgus apjoms bieži ir nepietiekošs, īpaši pašreizējā situācijā, kad ekonomikas krīzes rezultātā samazinājies preču un pakalpojumu pieprasījums. Radasa (*Radas*) un Božica (*Božic*)¹⁶¹ pētījums par Horvātijas maziem un vidējiem uzņēmumiem pierāda, ka mazie un vidējie uzņēmumi, kuri darbojas ārējos tirgos ir vairāk inovatīvi, īpaši mazās ekonomikās.

Tomēr Eiropas Komisijas 2007. gadā veiktā pētījuma rezultāti¹⁶² liecina, ka tikai aptuveni 8% MVU nodarbojas ar eksportu, kas ir būtiski mazāk kā lielie uzņēmumi (28% lielo uzņēmumu nodarbojas ar eksportu). Kā galvenie eksporta šķēršļi Eiropas Komisijas pētījumā minēti: zināšanu trūkums par ārējiem tirgiem, līdzekļu trūkums, importa tarifi valstīs uz kurām notiek eksports.

MVU, kuri darbojas ārzemju tirgos, informācijas iegūšanai par ārzemju tirgiem aktīvi izmanto sabiedriskos kontaktus, internetu, aģentūras, iekšējos avotus, ko pierāda Krika (*Crick*)¹⁶³ pētījums par dažāda veida informācijas avotu izmantošanu ārzemju tirgu apgūšanā mazos un vidējos uzņēmumos. Savukārt Ulubasogls (*Ulubasoglu*), Akdis, (*Akdis*), Koks (*Kok*)¹⁶⁴ norādījuši uz mazo un vidējo uzņēmumu starptautisko apvienību nozīmīgumu ārzemju tirgu apgūšanā un atzīmējuši, ka MVU iesaistīšanās šādās apvienībās galvenokārt ir atkarīga no uzņēmuma lieluma, finanšu resursiem un nozares. Arranz (*Arranz*) un Arojabs (*Arroyabe*)¹⁶⁵ pētot mazo uzņēmumu starptautisko sadarbību, norādījuši uz diviem iespējamajiem starptautisko darījumu veidiem: viens ir tirgus jomā, otrs sadarbības līgumu jomā. Arranz un Arojabs konstatējuši, ka mazie uzņēmumi, kuri pieņēmuši stratēģiju vērstu uz uzņēmuma konkurētspējas paaugstināšanu, izrāda lielāku ieinteresētību par starptautiskās sadarbības attīstīšanu. Holmlunds (*Holmlund*), Koks (*Kock*) un Vanjushjuns (*Vanyushyn*)¹⁶⁶ uzsvēruši, ka nozīmīgākie stimuli uzsākt eksportu ir vadības ieinteresētība un ierobežots iekšējais tirgus.

¹⁶¹ Radas, S., Božic, L. The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy, *Technovation*, 29, 2009, pp. 438 – 450.

¹⁶² Eiropas Komisijas mājas lapa. Sadaļa Pubikācijas un dokumenti. The Observatory survey / Internets - http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-observatory/index_en.htm#h2-1 - sk. 02.02.2010.

¹⁶³ Crick, D. International marketing information: UK small and medium-sized enterprises' perceptions of different sources and types, *Business Information Review* 2005, Vol. 22 (2), 2005, pp. 114–122.

¹⁶⁴ Ulubasoglu, M., A., Akdis, M., Kok, S., B. Internationalization and Alliance Formation: Evidence from Turkish SMEs, *International Small Business Journal*, Vol. 27 (3), 2009, pp. 337–361.

¹⁶⁵ Arranz, N., Arroyabe, J., C., F. Internationalization Process of Spanish Small Firms, *International Small Business Journal*, Vol. 27 (4), 2009, pp. 420–441.

¹⁶⁶ Holmlund, M., Kock, S., Vanyushyn, V. Small and Medium-sized Enterprises' Internationalization and the Influence of Importing on Exporting, *International Small Business Journal*, Vol. 25 (5), 2007, pp. 459–475.

Zinātniskos pētījumos pierādīta arī loģistikas izmantošanas nepieciešamība mazos uzņēmumos un tās ietekme uz uzņēmumu finansēm. Tojli (*Toyli*), Hakkinens (*Hakkinen*), Ojala (*Ojala*) un Nauls (*Naula*)¹⁶⁷, analizējot Somijas mazos un vidējos uzņēmumus, konstatējuši, ka mazie uzņēmumi loģistiku izmantoto tikai elementārā līmenī, ka maz ir uzņēmumu, kuros loģistika ir viena no darba pamatmetodēm, un secinājuši, ka loģistika tikai sāk gūt lielāku uzmanību Somijas mazo uzņēmumu vidū. Tojli, Hakkinens, Ojala un Nauls atklājuši, ka pastāv nozīmīga sakarība starp pakalpojumu līmeni un to, cik efektīvas ir loģistikas izmaksas uzņēmumā. Šie pētnieki atzīmējuši, ka maziem uzņēmumiem, vairāk koncentrējoties uz loģistikas izmantošanu, iespējams īsā laikā paaugstināt konkurētspēju.

Mūsdienu strauji mainīgajā vidē, kad arvien pieaug informācijas apjoms, svarīga nozīme ne tikai lielos uzņēmumos, bet arī mazos uzņēmumos ir informācijas un komunikācijas tehnoloģiju efektīvai izmantošanai. Porters (*Porter*)¹⁶⁸ minējis, ka informācijas tehnoloģijas ietekmē gan visas nozares struktūru, gan uzņēmumu konkurences pārākumu. Kassons (*Casson*)¹⁶⁹, Midletons (*Middleton*), Baiss (*Byus*)¹⁷⁰ pierādījuši, ka informācijas tehnoloģijām ir būtiska nozīme vadītāja darbā ar klientiem un piegādātājiem, administratīvo jautājumu kārtošanā, analītiskā darbā, ilgtermiņa stratēģiskā plānošanā.

Informācijas iegūšanā, izplatīšanā un efektīvas komunikācijas realizēšanā liela nozīme ir internetam. Zinātniskos pētījumos konstatēts, ka mazos uzņēmumos internetu galvenokārt lieto, lai izveidotu tiešus sakarus ar klientiem, piegādātājiem, sadarbības partneriem, valsts iestādēm, kā arī, lai reklamētu savas preces un pakalpojumus un nodarbotos ar preču tirdzniecību internetā. Lī (*Li*), Merends (*Merenda*) un Ventačalam (*Ventachalam*)¹⁷¹ secinājuši, ka MVU, kuri intensīvi izmanto informācijas tehnoloģijas, vairāk dibina sakarus ar piegādātājiem, klientiem, biznesa asociācijām, pētniecības iestādēm un universitātēm. Informācijas tehnoloģiju lietošana mazos uzņēmumos, ietekmē informācijas pieejamību, ļauj ātri apkopot un analizēt jaunāko informāciju ar salīdzinoši zemām izmaksām. Vinters (*Winter*), Gaglio (*Gaglio*), Radžagopalans (*Rajagopalan*)¹⁷² pētot informācijas un

¹⁶⁷ Toyli, J., Hakkinen, L., Ojala, L., Naula, T. Logistics and financial performance, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 38, No. 1, 2008, pp. 57–80.

¹⁶⁸ Porter, M., E. On Competition, *A Harvard Business Review Book*, Edward Elgar Publishing, Inc. William Publishing House 2005, 608 p.

¹⁶⁹ Casson, M. Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization* Vol. 58, 2005, pp. 327–348.

¹⁷⁰ Middleton, K., L., Byus, K. Information and communications technology adoption and use in small and medium businesses. The influence of Hispanic ethnicity, *Management Research Review*, Vol. 34 (1), 2011, pp. 98–110.

¹⁷¹ Li, J., Merenda, M., Venkatachalam, A., R. Business Process Digitalization and New Product Development: An Empirical Study of Small and Medium-Sized Manufacturers, *International Journal of E-Business Research*, Vol. 5 (1), 2009, pp. 49–65.

¹⁷² Winter S., J., Gaglio C., M., Rajagopalan H., K. The Value of Information Systems to Small and Medium – Sized Enterprises: Information and Communications Technologies as Signal and Symbol of Legitimacy and Competitiveness, *International Journal of E-Business Research*, Vol. 5 (1), 2009, pp. 65–92.

komunikācijas tehnoloģiju ietekmi uz potenciālo klientu piesaistīšanu mazos un vidējos uzņēmumos, pierādījuši, ka potenciālo klientu izšķirošo izvēli ietekmē informācija par firmu, tās tēls, kas iegūts, lietojot informācijas un komunikācijas tehnoloģijas. Kannarels (*Cannarella*), Pikions (*Piccioni*)¹⁷³ konstatējuši, ka bieži uzņēmumiem, kuri neatrodas pilsētās, un zemnieku saimniecībām trūkst informācijas par inovācijām, kas rezultātā ir vājā vieta uzņēmuma darbībā un attīstības sekmēšanā. Biznesa procesu digitalizācijai ir pozitīva ietekme uz jaunu produktu radīšanu, kā arī tā paaugstina uzņēmuma zināšanu līmeni. Lohrkes (*Lohrke*), Frenklins (*Franklin*) un Frownfelters-Lohrkes (*Frownfelter-Lohrke*)¹⁷⁴ konstatējuši, ka interneta izmantošana uzņēmumā samazina transakciju izmaksas ar klientiem.

Nozīmīgi mazo uzņēmumu darbību un attīstību ietekmē tehnoloģiju izmantošana. Tirupats (*Tirupati*)¹⁷⁵ norādījis, ka nozares, kurās izmanto augstākā līmeņa tehnoloģijas ir vairāk inovatīvas. Pētījumā īpaši uzsvērtā inovāciju būtiskā nozīme tehnoloģiju jomā. Tirupati atzīmējis, ka inovācijas, kas saistītas ar jauniem atklājumiem, preču, pakalpojumu vai procesu pilnveidošanu, noteikti ir saistītas arī ar jaunām tehnoloģijām. Darbā tehnoloģijas definētas, kā iekārtas un instrumenti, kas nodrošina uzņēmuma saimniecisko darbību.

Apkopojot analizēto zinātnisko pētījumu rezultātus par mazo uzņēmumu vadīšanu, autore secina, ka cilvēku resursu prasmīga vadīšana, kur nozīmīga loma ir cilvēku resursu attīstībai, darbinieku motivācijai un komunikācijai, ir viena no svarīgākajām mazā uzņēmuma vadītāja darbībām. Zinātniskos pētījumos pierādīts arī plānošanas, inovāciju ieviešanas, mārketinga, finanšu vadības, kontroles, informācijas iegūšanas un savlaicīgas izmantošanas, kā arī atbalsta pasākumu izmantošanas būtiskā loma mazo uzņēmumu sekmīgas darbības un attīstības nodrošināšanā. Šajā darbā/disertācijā analizēto pasaulē veikto zinātnisko pētījumu apkopojums par mazā uzņēmuma vadītāja svarīgākajām darbībām uzņēmuma vadīšanā apkopoti 1.2. pielikumā.

Daudzos zinātniskos pētījumos ir analizēts, kādi ir iemesli mazo uzņēmumu vājai vadīšanai un, kādas kļūdas, vadot uzņēmumu, pieļauj mazo un vidējo uzņēmumu vadītāji. Zināšanu trūkums par uzņēmuma vadīšanu, cilvēku resursu vadīšanu, motivācijas neveikšana, lēmumu pieņemšana, pamatojas tikai uz nojausmu vai intuīciju, pienākumu un atbildības neuzticēšana darbiniekiem, vājas zināšanas par finanšu vadību, vājš mārketingš, kontroles neveikšana, koncentrēšanās tikai uz uzņēmuma izdzīvošanu, neplānojot uzņēmuma attīstību, ir mazo uzņēmumu vadītāju galvenās kļūdāmuz kurām norādīts zinātniskos pētījumos. Šajā

¹⁷³ Cannarella, C., Piccioni, V. Knowledge building in rural areas: Experiences from a research centre – rural SME scientific partnership in central Italy, *International Journal of Rural Management*, 2005, pp. 25–43.

¹⁷⁴ Lohrke, F., T., Franklin, G. M., Frownfelter-Lohrke, C. The Internet as an Information Conduit, *International Small Business Journal*, Vol. 24 (2), 2006, pp. 159–178.

¹⁷⁵ Tirupati, D. Role of Technological Innovations for Competitiveness and Entrepreneurship, *Journal of Entrepreneurship*, 2008, pp. 103–115.

darbā/disertācijā analizēto pasaulē veikto zinātnisko pētījumu apkopojums par mazā uzņēmuma vadītāja vājas uzņēmuma vadīšanas iemesliem un biežāk pieļautajām kļūdām apkopoti 1.3. pielikumā.

Analizētās zinātniskās publikācijas pierāda mazā uzņēmuma vadītāja zināšanu un prasmju nozīmīgo lomu mazo uzņēmumu sekmīgas uz attīstību vērstas darbības nodrošināšanā, darbinieku lomu un darbinieku vadīšanu kā vienu no svarīgākajām mazā uzņēmuma vadītāja darbībām, kur svarīga ir motivācija, darbinieku attīstība, komunikācija, pienākumu deleģēšana, komandas veidošana, savstarpējās attiecības, darba vide.

1.4. Uzņēmuma klimata veidošanas nepieciešamība mazos uzņēmumos

Uzņēmuma klimata veidošana ir viena no vadītāja organizēšanas funkcijas sastāvdaļām. Uzņēmuma klimats būtiski ietekmē darbiniekus un līdz ar to uzņēmumā notiekošos procesus, uzņēmuma darbību un arī uzņēmuma attīstību.

Zinātniskā literatūrā ir sastopamas vairākas organizācijas klimata definīcijas:

- Šneiders (*Schneider*)¹⁷⁶ organizācijas klimatu definējis kā īpatnēju konstrukciju ar stratēģisku fokusu norādošu uz organizācijas mērķiem. Organizācijas klimats ietver dominējošus nosacījumus no dažādām organizācijas aktivitātēm. Par organizācijas klimatu var spriest no tās dalībnieku uzskatiem par klimatu, kas veidojas atkarībā no organizācijas stratēģijas, darbības veida, kārtības un no uzvedības veida, kas tiek gaidīta, atalgota un atbalstīta no vadības puses. Klimatu nosaka 4 galvenās dimensijas: 1) personāla savstarpējās attiecības, vai notiek savstarpēja sadarbība un pastāv uzticēšanās, vai tiek atbalstīta jaunpienācēja socializācija, vai personāls jūt, ka viņu labklājība ir svarīga apkārtējiem un augstākai vadībai; 2) hierarhijas veids - vai lēmumu pieņemšanā tiek iesaistīts personāls, vai organizācijā izmanto komandu darbu, vai vadībai ir kādas privilēģijas, kas nav pakļautajiem; 3) darba raksturs - vai darbs ir pievilcīgs, rosinošs vai garlaicīgs, vai darbs ir piemērots, lai darbinieks to varētu izpildīt, vai darba uzdevumi ir skaidri definēti, vai organizācija nodrošina darbiniekus ar nepieciešamiem resursiem, lai varētu veikt darbu; 4) atbalsts un taisnīga atlīdzība.

- Hellriegels (*Hellriegel*) un Slokums (*Slocum*)¹⁷⁷ organizācijas klimatu definējuši kā organizāciju raksturojošas īpašības, kuras veidojas no tā, kā organizācija izturas pret tās locekļiem un apkārtējo vidi.

- Burke (*Burke*) un Litvins (*Litwin*)¹⁷⁸ definējuši klimatu kā personāla uztveri par to, kā viņu darba vietu vada, cik efektīvi viņi un viņu kolēģi kopīgi strādā.

¹⁷⁶ Schneider, B. Organizational Climates: An essay, *Personal Psychology*, Vol.28, 1975, pp. 447-479.

¹⁷⁷ Hellriegel, D., Slocum, J. W. Organizational Climate: Measure and Contingencies, *Academy of Management Journal*, Vol.17, 1978, pp. 255-280.

- Morana (*Moran*) un Volkveina (*Volkwein*)¹⁷⁹ klimata definīcija satur trīs klimatu raksturojošus lielumus: 1) organizācijas klimats ir samērā ilgstoša organizācijai raksturīga pazīme, kas atšķir to no citām organizācijām un ietver sevī tās locekļu kopēju izpratni par organizāciju attiecībā uz tādām vērtībām kā autonomija, uzticība, saliedētība, atbalsts, atzinība, inovitāte, godīgums; 2) organizācija strādā personālam savstarpēji sadarbojoties, ievērojot atklātību, izskaidrojot stāvokli un atspoguļo organizācijas kultūras dominējošās normas un izturēšanos; 3) organizācijas klimats ietekmē organizācijas locekļu uzvedību.

Autore uzskata, ka Šneidera (*Schneider*) organizācijas klimata definīcija ir vispilnīgākā, tā ietver gan vadītāja, gan darbinieku lomu, vadītāja un darbinieku savstarpējo attiecību un darba rakstura nozīmi organizācijas klimata veidošanā.

Organizāciju klimatu ietekmējošo faktoru un klimata ietekmes uz organizāciju izpētei ir pievērsušies daudzi zinātnieki - Šneiders (*Schneider*), Morans (*Moran*), Volkveins (*Volkwein*), Džings (*Jing*), Averijs (*Avery*), Bergsteiners (*Bergsteiner*), Vallas (*Wallace*), Hants (*Hunt*), Ričards (*Richards*), Bisvass (*Biswas*), Heiess (*Hayes*), Bartless (*Bartle*), Meidžers (*Major*), Šunss (*Schyns*), Veldhovens (*Veldhoven*), Vuds (*Wood*), Kangiss (*Kangis*), Gordons (*Gordon*), Viljams (*William*) un citi. Taču zinātniskā literatūrā maz ir atrodami pētījumi par uzņēmumu klimata nozīmi mazos uzņēmumos, un tā ietekmi uz mazā uzņēmuma attīstību.

Zinātniskā literatūrā publicēto pētījumu rezultāti par organizācijas klimata ietekmi uz organizācijas darbību apstiprina klimata nozīmīgo ietekmi uz organizāciju darbības rezultātiem un organizācijas attīstību, kā arī norāda uz organizācijas klimata nozīmīgo ietekmi uz organizācijas darbiniekiem, iespaidojot viņu motivāciju, apmierinātību ar darbu, savstarpējo sadarbību, uzticību organizācijai, kas savukārt ietekmē darba izpildījumu un darbinieku mainību. Kangisa (*Kangis*), Gordona (*Gordon*) un Viljama (*William*)¹⁸⁰ pētījuma rezultāti liecina, ka pozitīvs organizācijas klimats ir svarīgs nosacījums organizācijas veiksmīgai darbībai, organizācijām ar pozitīvu klimatu darba sasniegumi ir augstāki kā organizācijām ar negatīvu klimatu. Džings (*Jing*), Averijs (*Avery*), Bergsteiners (*Bergsteiner*)¹⁸¹ konstatējuši, ka pozitīva, kā arī negatīva klimata ietekme uz darbiniekiem un uzņēmumu kopumā mazos uzņēmumos, iespējams, ir vēl lielāka nekā lielos uzņēmumos. Mazos uzņēmumos, atšķirībā no lieliem uzņēmumiem, ir ciešākas darba attiecības starp

¹⁷⁸ Burke, W. W., Litwin, G. H. A Causal Model of Organizational Performance and Change, *Journal of Management*, Vol.18, No.3, 1992, pp. 523-545.

¹⁷⁹ Moran E. T., Volkwein J. F. The Cultural Approach to the Formation of Organizational Climate, *Human Relations*, Vol.45, No.1, 1992, pp. 19-47.

¹⁸⁰ Kangis, P., Gordon, D., Williams, S. Organizational Climate and Corporate Performance: An Empirical Investigation, *Management Decision*, Vol.38, No.8, 2003, pp. 531-540.

¹⁸¹ Jing, F., F., Avery, G., C., Bergsteiner, H. Organizational Climate and Performance in Retail Pharmacies, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol.32, No.3, 2011, pp. 224-242.

darbiniekiem kā arī darbiniekiem un vadītāju. Tas, kā vadītājs ietekmē mazā uzņēmuma klimatu, būtiski nosaka, vai klimats ir pozitīvs vai negatīvs. Džings, Averijs, Bergsteiners, pētot mazos uzņēmumus, pierādījuši, ka atbalstošs uzņēmuma klimats ir saistīts ar augstākiem uzņēmuma finanšu rādītājiem, lielāku klientu apmierinātību un mazāku darbinieku mainību. Šie pētnieki secinājuši, ka uzņēmuma klimats nozīmīgi ietekmē darbinieku attieksmi pret darbu un, ka, lai sasniegtu augstākus uzņēmuma darbības rezultātus, panāktu darbinieku apmierinātību ar veicamo darbu, uzticību uzņēmumam un samazinātu darbinieku mainību, mazo uzņēmumu vadītājiem jāveido personālu atbalstošs uzņēmuma klimats. Uzņēmuma klimata nozīmīgo ietekmi uz personāla mainību pierādījuši arī Kūils (*Cooil*), Aksojs (*Aksoy*), Keininghams (*Keiningham*) un Meriots (*Maryott*)¹⁸², pētot mazumtirdzniecības uzņēmumus Rietumeiropā. Viņi arī konstatējuši, ka uzņēmuma klimats būtiski ietekmē klientu apmierinātību.

Konflikti un stress būtiski ietekmē uzņēmuma klimatu, savukārt pozitīvs uzņēmuma klimats mazina stresu un konfliktus. Sulimana (*Suliman*) un Abdulas (*Abdulla*)¹⁸³ pētījumā pierādīta uzņēmumā pastāvošo nesaskaņu un neskaidrību nozīmīgā ietekme uz uzņēmuma klimatu, kā arī uzņēmuma klimata būtiskā ietekme uz darbinieku mainību. Sulimans un Abdula konstatējuši, ka darbinieku uzskatus par uzņēmuma klimatu, nozīmīgi ietekmē darbinieka stāvoklis uzņēmumā, atalgojums, kā arī, cik ilgi darbinieks strādā uzņēmumā. Šie pētnieki norādījuši, ka uzņēmumu vadītājiem jārada darba vide, kas būtu pievilcīga darbiniekiem, jā saglabā darbinieku motivācija un ieinteresētība viņu darbā, radot jaunus un dažādus stimulus, izvirzot interesantus un izaicinošus mērķus, nodrošinot pārmaiņu iespējas uzņēmumā, pielāgojoties dzīvesveida un prioritāšu nosacījumu izmaiņām. Sulimans un Abdula secinājuši, ka efektīva komunikācija uzlabo uzņēmuma klimatu un mazina darbinieku neapmierinātību, ko bieži izraisa informācijas trūkums. Goldmans (*Goldman*), Slaughters (*Slaughter*), Šmits (*Schmit*), Vilejs (*Wiley*), Brooks (*Brooks*)¹⁸⁴ pierādījuši, ka nesaskaņas, konflikti ietekmē organizācijas klimatu un atstāj būtisku ietekmi uz uzņēmuma finanšu rādītājiem.

Rogs (*Rogg*), Šmidts (*Schmidt*), Šulls (*Shull*) un Šmits (*Scmitt*)¹⁸⁵ konstatējuši, ka mazā uzņēmuma vadītāja vadīšanas stils atstāj būtisku ietekmi uz uzņēmuma klimatu, kā arī, ka

¹⁸² Cooil, B., Aksoy, L., Keiningham, T., L., Maryott, K., M. The relationship of employee perceptions of organizational climate to business-unit outcomes: An MPLS approach, *Journal of Service Research*, Vol. 11, No.3, 2009, pp. 277–294.

¹⁸³ Suliman, A., M., Abdulla, M., H. Towards a high-performance workplace: managing corporate climate and conflict, *Management Decision*, Vol. 43(5), 2005, pp. 720–733.

¹⁸⁴ Goldman, B., M., Slaughter, J., E., Schmit, J., M., Brooks, S., M. Perceptions of Discrimination: A Multiple Needs Model Perspective, *Journal of Management*, Vol.34, No.5, 2008, pp. 952–977.

¹⁸⁵ Rogg, K., L., Schmidt, D., B., Shull, C., Schmitt, N. Human resource practices, organizational climate, and customer satisfaction, *Journal of Management*, Vol. 27, 2001, pp. 431 – 449.

uzņēmuma klimats būtiski ietekmē klientu apmierinātību, kas savukārt ietekmē uzņēmuma apgrozījumu.

Vallasa (*Wallace*), Hanta (*Hunt*), Ričarda (*Richards*)¹⁸⁶ pētījums apliecina tādu faktoru, kā veicamo darbu dažādības un izaicinājumu, sadarbības, uzticēšanās nozīmīgo ietekmi uz pozitīva organizācijas klimata veidošanu. Minētājā pētījumā pierādīts, ka pastāv cieša saikne starp organizācijas klimatu, organizācijas kultūru un organizācijas vadīšanu.

Savstarpējās attiecības uzņēmumā, darbinieku attieksme, apmierinātība var mainīties, tādēļ vadītājam jāseko līdzi to izmaiņām un jāmēģina izprast iemesli. Uzņēmumā būtu jārada darbiniekos ticība, ka uzņēmums atbilstoši reaģē uz darbinieku cenšanos un ieguldījumu.

Darba izpildi bieži nosaka cilvēku psiholoģiskā uztvere nevis objektīvā realitāte. Bisvass (*Biswas*)¹⁸⁷ pierādījis uzņēmuma psiholoģiskā klimata nozīmīgo ietekmi uz uzņēmuma efektivitāti. Pētījuma rezultāti liecina, ka pastāv nozīmīga sakarība starp psiholoģisko klimatu uzņēmumā un darbinieku apmierinātību ar darbu, ieinteresētību darbā, personāla mainību, uzņēmuma efektivitāti. Bisvass secinājis, ka skaidrībai par veicamo darbu, veicamo uzdevumu kontrolei, atbilstošai atlīdzībai, atzinībai, kas ir psiholoģiskā klimata dimensijas, ir svarīga ietekme uz darbinieku apmierinātību ar darbu, un konstatējis darbinieku vienotības un saliedētības nozīmīgo ietekmi uz darbinieku apmierinātībā ar darbu.

Appelbaums (*Appelbaum*), Deguires (*Deguire*) un Leis (*Lay*)¹⁸⁸ atzīmējuši, ka darbiniekiem jājūt, ka vadība un viss uzņēmums viņus atbalsta. Appelbaums, Deguiress un Leiss konstatējuši, ka vairāk, kā puse aptaujātie uzņēmēji saskārušies ar to, ka darbinieki melo, zog, krāpj, nodarbojas ar kaitniecisku darbību un pierādījuši uzņēmuma klimata nozīmi, kā arī norādījuši, ka darbinieku neapmierinātība un stress ir savstarpēji saistīti ar agresivitāti, zagšanu, naidīgumu, pretenzijām. Šunsa (*Schyns*), Veldhova (*Veldhoven*) un Vuda (*Wood*)¹⁸⁹ pētījumā pierādīts, ka darbinieka stāvoklis uzņēmumā un uzņēmuma klimats uzņēmumā, kuru būtiski ietekmē vadītājs, ir cieši saistīts ar darbinieka apmierinātību ar darbu. Apmierinātība ar darbu pētījumā novērtēta, izmantojot rādītājus: atalgojums, darba drošība, mācīšanās iespējas, darba sasniegumu nozīme, iespēja izmantot pašiniciatīvu, iespēja ietekmēt darbu, līdzdalība lēmumu pieņemšanā.

¹⁸⁶ Wallace, J., Hunt, J., Richards, C. The relationship between organisational culture, organisational climate and managerial values, *The International Journal of Public Sector Management*, Vol.12, No.7, 1999, pp. 548–564.

¹⁸⁷ Biswas, S. Relationship between psychological climate and turnover intentions and its impact on organisational effectiveness: A study in Indian organisations, *IIMB Management Review*, 22, 2010, pp. 102–110.

¹⁸⁸ Appelbaum, S., H., Deguire, K., J., Lay, M. The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behaviour, *Corporate Governance*, Vol. 5. No. 4., 2005, pp. 43–55.

¹⁸⁹ Schyns, B., Veldhoven, M., Wood, S. Organizational climate, relative psychological climate and job satisfaction. The example of supportive leadership climate, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 30(7), 2009, pp. 649–663.

Uzņēmuma klimats ietekmē izpratni par inovāciju ieviešanas nepieciešamību uzņēmumā, negatīva darbinieku attieksme pret inovācijām var aizkavēt inovāciju laicīgu ieviešanu. Darbinieki arī var palīdzēt uzlabot biznesa attīstību ar ideju radīšanu un izmantošanu jaunu un labāku produktu, pakalpojumu un procesu izstrādāšanā. Montess (*Montes*), Moreno (*Moreno*), Fernandezs (*Fernandez*)¹⁹⁰ pierādījuši organizācijas klimata nozīmīgo ietekmi uz darbinieku attieksmi pret inovāciju ieviešanu. Montess, Moreno un Fernandezs norādījuši, ka vadītājam jāveicina tāds uzņēmuma klimats, kurā darbinieki savā amatā tiek stimulēti uz jauninājumiem un atzīmējuši, ka taisnīga atlīdzības sistēma, atbalstot darbinieku inovatīvo darbību, var tikt izmantota, kā instruments un sastāvdaļa darbinieku motivācijai. Šie pētnieki uzsvēruši, ka ne mazāk svarīga ir sadarbība starp uzņēmuma darbiniekiem un darbiniekiem un vadītāju, jo inovācijas prasa zināšanu apvienošanu. Ismails (*Ismail*)¹⁹¹ norādījis, ka uzņēmuma klimats un apmācības nozīmīgi ietekmē inovāciju ieviešanu. Ismails atzīmējis, ka radošu uzņēmuma klimatu, kas veicina inovācijas, nozīmīgi ietekmē vide ar izaicinājumiem, uzņēmuma klimats, kurā pastāv uzticība un atklātums. Čena (*Chen*), Huanga (*Huang*) un Hsiao (*Hsiao*)¹⁹² pētījums liecina, ka zināšanu ietekme uz uzņēmuma inovatīvo darbību ir spēcīgāka, ja uzņēmuma klimats ir atbalstošs. Atbalstošs uzņēmuma klimats rada stimulus, lai rosinātu darbiniekus atvēlēt laiku un pūles pārvērst zināšanas inovācijās.

Vilejs (*Wiley*) un Broks (*Brooks*)¹⁹³ atzīmējuši, ka uzņēmumu vadītājam, lai radītu uzņēmumā klimatu, kas sekmē veiksmīgu biznesu nepieciešams: 1) veidot stingru orientāciju uz augstas kvalitātes produktu un pakalpojumu radīšanu; 2) iesaistīt darbiniekus lēmumu pieņemšanā; 3) nodrošināt formālu un neformālu darbinieku apmācību, lai tie varētu kvalitatīvi pildīt savu darbu, apmācīt jaunos darbiniekus, turpināt pilnveidot darbinieku zināšanas un prasmes; 4) informēt darbiniekus, lai tie zinātu uzņēmuma mērķus un savu lomu mērķu sasniegšanā; 5) organizēt komandu darbu, ja eksistē barjeras komandu darbam, vadītājam tās ir jānoskaidro un jāmazina vai jānovērš. Šie pētnieki uzsvēruši, ka, ievērojot šos piecus nosacījumus, vadītājs panāks, ka darbinieki būs apmierināti ar darbu, uzticēsies uzņēmuma nākotnei un nemeklēs darbu citur.

¹⁹⁰ Montes, F. J. L., Morenco, A. R., Fernandez, L. M. M. Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation, *International Journal of Manpower*, Vol. 25. No. 2., 2004, pp. 167–180.

¹⁹¹ Ismail, M. Creative Climate and Learning Organization Factors: Their Contribution Towards Innovation, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 26. No. 8, 2005, pp. 639–654.

¹⁹² Chen, C., J., Huang, J., W., Hsiao, Y., C. Knowledge Management and Innovativeness. The Role of Organizational Climate and Structure, *International Journal of Manpower*, Vol. 31. No. 8., 2010, pp. 848–870.

¹⁹³ Wiley, J., W., Brooks, S., M. The High – Performance Organizational Climate, *Organizational Culture and Climate*, Sage Publications, 2000, pp. 177-191.

Keingems (*Cangemi*) un Millers (*Miller*)¹⁹⁴ konstatējuši, ka, lai attīstītu atklātu, veselīgu klimatu uzņēmumā, ir jāveido klimatu, kas veicina brīvību un radošumu – klimatu, kas apmierina vajadzību justies nozīmīgam. Brīvība, neatkarība, kas rodas no skaidras izpratnes un cerību izteikšanas, būtiski palielina uzņēmuma caurspīdīgumu. Palielinoties izpratnei par darba vidi un atbalstošu vadību, darbinieki var pārsniegt savu darba pienākumu minimumu un būs radoši. Keingema un Millera pētījums pierāda, ka atklāta, veselīga uzņēmuma klimata izveidē, kas atbalsta un sekmē radošumu, svarīga ir vadītāja un darbinieku psiholoģisko vajadzību noskaidrošana un psiholoģiskā līguma formulēšana un īstenošana, kā rezultātā darbinieki jūtas svarīgi un novērtēti. Šie pētnieki norādījuši, ka atklāts, veselīgs uzņēmuma klimats raksturojas ar atklātumu, darbinieku novērtējumu, izpratni, atzinību, pašnoteikšanos, neatkarību, līdzdalību, eksperimentēšanu, brīvību no bailēm un pašpaļāvību.

Uzņēmuma klimatu veidošanā, nozīmīga loma ir komunikācijai starp vadītāju un darbiniekiem, sadarbībai, darbinieku iesaistīšanai lēmumu pieņemšanā, iespējai izteikt savu viedokli, savstarpējai uzticībai, sapratnei un saliedētībai, kā arī taisnīgi izplānotai atlīdzības sistēmai. Džongs (*Jong*), Hartogs (*Hartog*)¹⁹⁵ atzīmējuši, ka nozīmīga ir vadītāja ietekme uz darbinieku radošumu, vadītājs var stimulēt ideju ģenerēšanu un izmantošanu, kā arī iespaidot ar vispārēju ikdienas uzvedību, svarīgi, lai uzņēmuma un darbinieku vērtības sakristu. Perirs (*Perryer*) un Džordans (*Jordan*)¹⁹⁶ pierādījuši, ka veiksmīgi vadītāji cenšas izveidot klimatu, kurā palīdz darbiniekiem uzstādīt un sasniegt personīgos, grupas un galu galā uzņēmuma mērķus. Luriass (*Luria*)¹⁹⁷ konstatējis, ka uzņēmuma klimatu būtiski ietekmē vadītāja vadīšanas stils, kur nozīmīga loma ir komunikācijai un grupu sociālai mijiedarbībai. Mazā uzņēmuma vadītājam autoritārs uzņēmuma vadīšanas stils būtu jāpielieto tikai pie noteiktiem apstākļiem, tas var būt efektīvs tikai īstermiņā, parasti tās ir situācijas, kad lēmumus ir nepieciešams pieņemt ātri. Autoritārs vadīšanas stils liedz darbiniekiem radošu darbību, ietekmē darbinieku motivāciju un uzņēmuma klimatu kopumā. Reņģe¹⁹⁸ norādījis, ka autoritārs vadīšanas stils, kas balstās uz vadītāju vienpersonisku lēmumu pieņemšanu, kad darbinieki lēmumu pieņemšanā netiek iesaistīti un pilnvaru nodošana padotajiem ir ierobežota, var izrādīties efektīvs situācijās, kuras prasa ātru lēmumu pieņemšanu. Reņģe atzīmējis, ka vadības stils ir atkarīgs arī no darbinieku profesionālās kompetences līmeņa un

¹⁹⁴ Cangemi, J., Miller, R. Breaking – out – of- the – box in organizations. Structuring a positive climate for the development of creativity in the workplace, *Journal of Management Development*, Vol. 26(5), 2007, pp. 401–410.

¹⁹⁵ Jong, J. P. J., Hartog, D. N. D. How leaders influence employees' innovative behaviour, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10(1), 2007, pp. 41–64.

¹⁹⁶ Perryer, C., Jordan, C. The Influence of Leader Behaviors on Organizational Commitment: A Study in the Australian Public Sector, *International Journal of Public Administration*, Vol.28, No.5/6, 2005, pp. 379–396.

¹⁹⁷ Luria, G. Climate Strength - How form consensus, *The Leadership Quarterly*, Vol. 19, 2008, pp. 42–53.

¹⁹⁸ Reņģe, V. Organizāciju psiholoģija, R.: Kamene, 2003, 128 lpp.

pieņākuma izjūtas, zems kompetences līmenis un nepietiekama pieņākuma izjūta prasa autoritāro stilu. Reņģe vērsis uzmanību, ka šādu organizāciju darbība galvenokārt balstās uz kontroli, nevis uz darbinieku motivāciju, kā rezultātā darbinieki var darīt tikai to, kas tiek kontrolēts, un atzīmējis, ka autoritārs vadības stils tipisks organizācijas veidošanas sākumstadijā.

Uzņēmuma klimats ir dinamisks, tas var mainīties bieži un ātri kā arī lēni, uzņēmumu klimati ir atšķirīgi. Heiess (*Hayes*), Bartless (*Bartle*) un Meidžers (*Major*)¹⁹⁹ pierādījuši, ka vadītāju, darbinieku ietekmes rezultātā, organizāciju klimati ir atšķirīgi, kas apgrūtina to izpratni un vadīšanu. Šneiders (*Schneider*), Brīfs (*Brief*) un Guzzo (*Guzzo*)²⁰⁰ konstatējuši, ka dažādi organizāciju klimati var būt efektīvi dažādām organizācijām atkarībā no nozares, tirgus un darbiniekiem.

Par organizācijas klimatu secina tās dalībnieki, balstoties uz organizācijas stratēģiju, darbību, procedūrām, kārtību, kam tie ir pakļauti, kā arī no uzvedības veida, kas tiek gaidīta, atalgota un atbalstīta. Arabacs (*Arabaci*)²⁰¹ atzīmējis, ka sievietēm un gados vecākiem cilvēkiem (pēc 46 gadiem) ir pozitīvāka organizācijas klimata uztvere nekā vīriešiem un gados jaunākiem cilvēkiem.

Zangs (*Zhang*) un Laius (*Liu*)²⁰² zinātniskie pētījumi liecina, ka būtiskākie uzņēmuma klimatu ietekmējošie faktori ir vadītāju un darbinieku izglītības līmenis, stāvoklis uzņēmumā, nostrādātais laiks, uzņēmuma lielums, nozare. Šie pētnieki secinājuši, ka uzņēmuma klimats būtiski ietekmē produktivitāti, apmierinātību ar darbu, personāla uzticību, vienotību.

Zinātniskos pētījumos pierādīta uzņēmuma klimata un uzņēmuma kultūras ciešā saistība. Uzņēmuma kultūra ietver vērtības, uzvedības normas, kas kopīgas visiem uzņēmuma darbiniekiem, kas savukārt ietekmē uzņēmuma klimatu. Uzņēmuma kultūrai ir jāatbilst gan ārējās vides prasībām, gan uzņēmuma mērķiem. Mahals (*Mahal*)²⁰³, pētot organizācijas klimata un organizācijas kultūras ietekmi uz organizāciju, un organizācijas klimata un organizācijas kultūras ietekmi uz darbinieku motivāciju, konstatējis, ka organizācijas klimats ir faktors, kas būtiski ietekmē darbinieku motivāciju un, ka pastāv pozitīva sakarība starp

¹⁹⁹ Hayes, B., C., Bartle, S. A., Major, D. A. Climate for opportunity: A conceptual model, *Human Resource Management Review*, 12, 2002, pp. 445–468.

²⁰⁰ Schneider, B., Brief, A., P., Guzzo, R., A. Creating a Climate and Culture for Sustainable Organizational Change, *Organization Change*, Vol.41, 1996, pp. 1-17.

²⁰¹ Arabaci, I., B. Academic and Administration Personnel's Perceptions of Organizational Climate, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 2010, pp. 4445–4450.

²⁰² Zhang, J., Liu, Y. Organizational Climate and its Effects on Organizational Variables: An Empirical Study, *International Journal of Psychological Studies*, Vol. 2, No 2, 2010, pp. 189–201.

²⁰³ Mahal, P., K. Organizational Culture and Organizational Climate as a Determinant of Motivation, *The IUP Journal of Management Research*, Vol.8, No.10, 2009, pp. 38–52.

organizācijas klimatu, kultūru un motivāciju. Džo (*Jo*) un Džoisa (*Joo*)²⁰⁴ pētījums apstiprinājis, ka organizācijas kultūra, kas stimulē mācīšanos, ir būtiski saistīta ar zināšanu dalīšanos organizācijā, darbinieku uzticību organizācijai un darbinieku uzvedību. Makintošs (*Macintosh*) un Dohertijs (*Doherty*)²⁰⁵ konstatējuši, ka organizācijas kultūra būtiski ietekmē darbinieku mainību un tai ir ietekme uz darbinieku apmierinātību ar darbu. Makintošs un Dohertijs atzīmējuši, ka nozīmīga ir organizācijas kultūras ietekme uz organizācijas klimatu. Juans (*Yuan*) un Lī (*Lee*)²⁰⁶ konstatējuši, ka organizācijas kultūra nozīmīgi ietekmē darbinieku sniegumu, un pierādījuši, ka organizācijas kultūra ir atkarīga no vadītāja vadīšanas stila. Džois (*Joo*)²⁰⁷ atzīmējis, ka organizācijas kultūra, kas orientēta uz mācīšanos, būtiski ietekmē darbinieku attieksmi pret darbu, kas savukārt ietekmē darba rezultātus. Morana (*Moran*), Volkveina (*Volkwein*),²⁰⁸ Vanga (*Wang*), Kastello (*Costello*)²⁰⁹ pētījumi pierāda, ka organizācijas kultūra, kas atbalsta jaunu produktu izstrādi, un inovācijas sekmējoša organizācijas struktūra būtiski ietekmē organizācijas inovitāti.

Apkopojot zinātnisko pētījumu rezultātus, autore secina, ka uzņēmuma klimats būtiski ietekmē darbinieku apmierinātību, motivāciju, radošumu, mainību, lojalitāti, kas savukārt ietekmē produktivitāti, kvalitāti, finanšu rādītājus, uzņēmuma inovatīvo darbību, klientu apmierinātību, kas savukārt ietekmē uzņēmuma klimatu. Uzņēmuma klimata un uzņēmuma darbību ietekmējošo faktoru savstarpējās sakarības attēlotas 1.3. attēlā.

²⁰⁴ Jo, S., J., Joo, B., K. Knowledge Sharing: The influence of learning organization culture, organizational commitment, and organizational citizenship behaviors, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 18 (3), 2011, pp. 353–364.

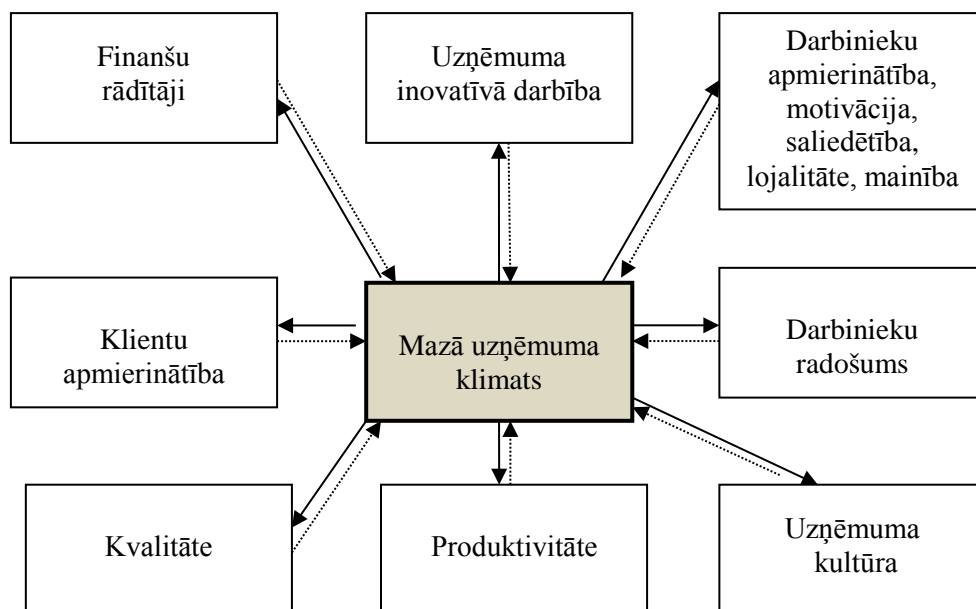
²⁰⁵ Macintosh, E., W., Doherty, A. The influence of organizational culture on job satisfaction and intention to leave, *Sport Management Review*, 13, 2010, pp. 106-117.

²⁰⁶ Yuan, C., K., Lee, C., Y. Exploration of a construct model linking leadership types, organization culture, employees performance and leadership performance, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol.25, 2011, pp. 123-136.

²⁰⁷ Joo, B., K. Leader-Member exchange quality and in-role job performance: The moderating role of learning organization culture, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 19 (1), 2012, pp. 25–34.

²⁰⁸ Moran, E., T., Volkwein, J., F. The Cultural Approach to the Formation of Organizational Climate, *Human Relations*, Vol.45, No.1, 1992, pp. 19–47.

²⁰⁹ Wang, Y., Costello, P. An investigation into innovations in SMEs: Evidence from the West Midlands, UK, *Journal of Entrepreneurship*, 18, 1, 2009, pp. 65–93.



1.3. attēls. Uzņēmuma klimata un uzņēmuma darbību ietekmējošo faktoru savstarpējās sakarības

Avots: Autores izstrādāts, balstoties uz zinātnisko pētījumu rezultātiem

Bez minētajiem faktoriem uzņēmuma klimatu iespaido arī uzņēmuma mērķi, uzņēmuma lielums, uzņēmuma darbības specifika, uzņēmuma kultūra, darba apstākļi, atlīdzības sistēma, apmācības, vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, vadīšanas stils, komunikācija, darbinieku izglītība, nostrādātais laiks uzņēmumā, darbinieka stāvoklis, vadītāja un darbinieku personiskās īpašības, un arī ārējā vide.

Kā norādīts iepriekš analizētos zinātniskos pētījumos, uzņēmuma klimats ir mainīgs, vadītājam ieteicams sekot līdzi uzņēmuma klimata izmaiņām un atbilstoši uz tām reaģēt. Mazo uzņēmumu vadītājiem, novērtējot uzņēmuma klimatu, galvenokārt būtu jābalstās uz darbinieku uzskatiem. Zinātniskos pētījumos, lai novērtētu uzņēmuma klimatu, izmantoti sekojoši uzņēmuma klimatu raksturojoši rādītāji:

- Montess (*Montes*), Moreno (*Moreno*), Fernandezs (*Fernandez*)²¹⁰ uzņēmuma klimata novērtēšanai izmantojuši piecus rādītājus: 1) atbalsts, sadarbība (darbinieku uzskati par toleranci, atbalstu un brīvu, atklātu komunikāciju ar citiem darbiniekiem un vadību); 2) sasprindzinājums (darbinieku uzskati par laiku, kas vajadzīgs, lai pabeigtu uzdevumus atbilstoši izpildes standartiem); 3) saliedētība; 4) atzinība; 5) taisnīgums (darbinieku uzskati par vadītāja rīcību).

²¹⁰ Montes, F., J., L., Moreno, A., R., Fernandez, L., M., M. Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation, *International Journal of Manpower*, Vol. 25. No. 2., 2004, pp. 167–180.

- Zangs (*Zhang*) un Lius (*Liu*)²¹¹ organizācijas klimatu mērīšanai ieteikuši izmantot piecus faktorus: 1) darbinieku mainība; 2) apmierinātība ar darbu; 3) izaugsmes iespējas; 4) stress darbā; 5) attieksme pret darbu.

- Kūils (*Cool*), Aksojs (*Aksoy*), Keininghams (*Keiningham*) un Meriots (*Maryott*)²¹², lai novērtētu uzņēmuma klimata darbinieku aptaujā iekļāvuši jautājumus par darbinieku iespēju brīvi izteikt savas domas, integrāciju, līdzdalību, vadītāja atbalstu, apmācību, labklājību, mērķu skaidrību, apspriežu efektivitāti, atzinību, sasprindzinājumu.

- Mahals (*Mahal*)²¹³ darbinieku aptaujā, lai novērtētu uzņēmuma klimatu, iekļāvis jautājumus par darba vidi, komandas darbu, vadīšanas efektivitāti, līdzdalību, atlīdzību un atzinību, kompetenci, uzticēšanos.

- Zulfgars (*Zulfqar*), Liaqats (*Liaqat*), Nazirs (*Nazir*), Muhammads (*Muhammad*) un Išfags (*Ishfaq*)²¹⁴ uzņēmuma klimata noteikšanai izmantojuši septiņus faktorus: 1) iekšējā komunikācija; 2) uzņēmuma struktūra; 3) politiskais klimats; 4) izaugsmes iespējas uzņēmumā; 5) darbinieku klimata novērtējums; 6) karjeras iespējas; 7) rūpes par darbiniekiem.

- Sulimans (*Suliman*) un Abdula (*Abdulla*)²¹⁵ uzņēmuma klimata novērtēšanai izmantojuši trīspadsmit faktorus: 1) sadarbība; 2) taisnīgums; 3) taisnīgas procedūras; 4) psiholoģiska vienošanās; 5) inovatīvs klimats; 6) koleģiālas attiecības; 7) vadīšanas stils; 8) atlīdzības saistība ar darba izpildi; 9) lēmumu pieņemšanas politika; 10) darbinieku kompetence; 11) pienākumu raksturojums; 12) godīgums; 13) motivācija.

Balstoties uz zinātniskiem pētījumiem, autore secina – lai sasniegtu augstākus uzņēmuma darbības rezultātus, panāktu darbinieku apmierinātību ar veicamo darbu, uzticību uzņēmumam un samazinātu darbinieku mainību, mazo uzņēmumu vadītājiem būtu jāveido uzņēmuma klimats, kam ir raksturīga sadarbība, atklātums, uzticība, atbalsts, novērtējums, atbildība, līdzdalība. Mazā uzņēmuma vadītājiem ieteicams sekot līdzi uzņēmuma klimata izmaiņām un atbilstoši uz tām reaģēt..

²¹¹ Zhang, J., Liu, Y. Organizational Climate and its Effects on Organizational Variables: An Empirical Study, *International Journal of Psychological Studies*, Vol. 2, No 2, 2010, pp. 189–201.

²¹² Cool, B., Aksoy, L., Keiningham, T., L., Maryott, K., M. The relationship of employee perceptions of organizational climate to business-unit outcomes: An MPLS approach, *Journal of Service Research*, Vol. 11, No.3, 2009, pp. 277–294.

²¹³ Mahal, P., K. Organizational Culture and Organizational Climate as a Determinant of Motivation, *The IUP Journal of Management Research*, Vol.8, No.10, 2009, pp. 38–52.

²¹⁴ Zulfqar, A., Liaqat, A., Nazir, A., Muhammad, M., N., Ishfaq, A. Perception of middle level managers regarding organizational work climate: An exploratory study of pharmaceutical industry in Pakistan, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 2, No.2, 2010, pp. 361–378.

²¹⁵ Suliman, A., M., Abdulla, M., H. Towards a high-performance workplace: managing corporate climate and conflict, *Management Decision*, Vol. 43(5), 2005, pp. 720–733.

1.5. Zināšanu vadība zināšanu efektīvai izmantošanai

Zināšanas mūsdienās ir nozīmīgs uzņēmuma resurss ne tikai lielos uzņēmumos, bet arī mazos. Veiksmīgi ir uzņēmumi, kuri apgūst jaunas zināšanas, nepārtraukti mācās no savas un citu pieredzes un sasniegumiem, rada jaunas zināšanas, izplata tās visā uzņēmumā un realizē jaunās tehnoloģijās un produktos. Šādi uzņēmumi ir atvērti ideju uzklaušīšanai un izmantošanai, darbinieki tiek stimulēti skatīties tālāk par šīsdienas vajadzībām un iespējām, meklēt iespējas uzlabojumiem un jauninājumiem. Pieaug zināšanu vadības nepieciešamība ne tikai vidējos un lielos uzņēmumos, bet arī mazos uzņēmumos.

Hačinsons (*Hutchinson*) un Kvintass (*Quintas*)²¹⁶, norādījuši, ka pēdējos desmit gados zināšanu vadībai ir nozīmīga loma mazos un vidējos uzņēmumos visās nozarēs. Hačinsons un Kvintass konstatējuši, ka mazos uzņēmumos bieži veic neformālu zināšanu vadību, tomēr dažos uzņēmumos ir ieviesti mehānismi, lai zināšanu vadība būtu efektīva. Šo pētnieku veiktais pētījums ir apstiprinājis neformālu zināšanu vadības procesu - radīšanas, sazināšanās, pētīšanas, sintezēšanas un zināšanu pielietošanas esamību mazos uzņēmumos, kas norāda, ka arī mazos uzņēmumos sāk iefiltrēties zināšanu vadības koncepcija un jēdzieni.

Holsepla (*Holsapple*) un Džonsa (*Jones*)²¹⁷ izstrādātais zināšanu ķēdes modelis atspoguļo zināšanu vadības lomu organizācijas darbā, tās ietekmi uz organizācijas konkurētspēju. Sandis Babris²¹⁸ secinājis, ka, lai paaugstinātu intelektuālo darbinieku ražīgumu, vadītājam jāveic zināšanu vadība.

Zināšanu vadību ietekmējošie faktori uzņēmumos var atšķirties, tomēr, kā liecina zinātniskie pētījumi, uzņēmuma vadītāja vadīšanas prasmes, vadīšanas stils un uzņēmuma kultūra ir faktori, kuru ietekme uz zināšanu vadību ir novērojama gandrīz visos uzņēmumos. Supjenjongs (*Supyuenyong*), Izlāms (*Islam*), Kulkarni (*Kulkarni*)²¹⁹, pierādījuši, ka vislielākā ietekme uz zināšanu vadību MVU ir vadītāja uzņēmuma vadīšanas prasmēm, vadības stilam un uzņēmuma kultūrai. Vonga (*Wong*) un Aspinvala (*Aspinwall*)⁵⁰, Motekvina (*Montequin*), Fernandezs (*Fernandezs*), Kabala (*Cabal*) un Gutiereza (*Gutierrez*)²²⁰ pētījuma rezultāti liecina, ka uzņēmuma kultūra ir viens no svarīgākiem faktoriem veiksmīgai zināšanu

²¹⁶Hutchinson, V., Quintas, P. Do SMEs Do Knowledge Management? *International Small Business Journal*, Vol. 26 (2), 2008, pp. 131–154.

²¹⁷Holsapple, C., W., Jones, K. Exploring Primary Activities of the Knowledge Chain, *Knowledge and Process Management*, Vol. 11, No. 3, 2004, pp. 155–174.

²¹⁸Babris, S. Intelektuālo darbinieku vadīšanas metodes un to pilnveidošanas nepieciešamība. Promocijas darbs. R.: Latvijas Universitāte, 2006, 137. lpp.

²¹⁹Supyuenyong, V., Islam, N., Kulkarni, U. Influence of SME characteristics on knowledge management processes. The case study of enterprise resource planning service providers, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 22 (1/2), 2009, pp. 63–80.

²²⁰Montequin, V., R., Fernandez, F., O., Cabal, V., A., Gutierrez, N., R. An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises, *Journal of Information Science*, Vol. 32 (6), 2006, pp. 525–538.

vadības realizācijai. Vongs un Aspinvals konstatējuši, ka faktori, kas ietekmē zināšanu vadību, uzņēmumos ir atšķirīgi. Džo (*Jo*) un Džois (*Joo*)²²¹ pētījums apstiprinājis, ka organizācijas kultūra, kura stimulē mācīšanos, ir būtiski saistīta ar zināšanu dalīšanos organizācijā, darbinieku uzticību organizācijai un darbinieku uzvedību.

Motekvins (*Montequin*), Fernandezs (*Fernandezs*), Kabals (*Cabal*), Gutierezs (*Gutierrez*)²²² secinājuši, ka galvenie faktori, no kuriem ir atkarīga zināšanu vadības īstenošana MVU ir: 1) vadītāja un darbinieku kompetence (gatavība mācīties, informācijas un komunikācijas tehnoloģiju lietošanas prasmes, dedukcijas un analītiskās spējas, lēmumu pieņemšanas spējas, komunikācijas prasmes, valodas prasmes, gatavība strādāt komandā, radoša domāšana, vadītāja uzņēmuma vadīšanas prasmes, vēlme pilnveidoties); 2) prasmju pilnveidošana (formāla un neformāla apmācība); 3) darbinieku apmierinātība un motivācija; 4) komunikācija uzņēmumā; 5) informācijas un komunikācijas tehnoloģiju lietošana; 6) vadītāja rūpes par uzņēmuma kultūru, darbinieku atbalsts uzņēmuma mērķiem; 7) elastīga uzņēmuma struktūra, viegla komunikācija un informācijas plūsma, skaidri nedefinētas lomas un attiecības, kontroles sistēma; 8) kādu lomu uzņēmuma vadītājs piešķir zināšanu radīšanai un izplatīšanai. Motekvins Fernandezs Kabals un Gutierezs uzsvēruši, ka zināšanu vadības ir saistīta ar izmaiņām uzņēmuma vadīšanas stilā, tā ietver mācīšanos un vadītāja gatavību izmantot jaunas vadīšanas metodes.

Balstoties uz aplūkoto zinātnisko pētījumu rezultātiem, autore secina, ka zināšanu vadību nozīmīgi ietekmējošie elementi mazos uzņēmumos ir vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, vadīšanas stils, uzņēmuma kultūra, uzņēmuma klimats, uzņēmuma stratēģija un mērķi, nozare, kurā uzņēmums darbojas, uzņēmuma darbības specifika, darbinieki, darbinieku motivācija, apmācības, komunikācija, tehnoloģijas, uzņēmuma infrastruktūra, uzņēmuma darbības rezultāti. Galvenie zināšanu vadību ietekmējošie elementi ietverti 1.4. attēlā.

²²¹ Jo, S., J., Joo, B., K. Knowledge Sharing: The influence of learning organization culture, organizational commitment, and organizational citizenship behaviors, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 18 (3), 2011, pp. 353–364.

²²² Montequin, V., R., Fernandez, F., O., Cabal, V., A., Gutierrez, N., R. An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises, *Journal of Information Science*, Vol. 32 (6), 2006, pp. 525–538.



1.4. attēls. **Zināšanu vadību ietekmējošie elementi mazos uzņēmumos**

Avots: Autores izstrādāts, balstoties uz zinātnisko pētījumu analīzes rezultātiem

Valkokare (*Valkokari*) un Helandere (*Helander*)²²³ norādījušas, ka zināšanu vadību MVU veido trīs soļi: zināšanu apzināšanās, zināšanu radīšana, lēmumu pieņemšana. Šajos soļos tiek noskaidrota, kāda informācija uzņēmumam nepieciešama, tiek meklēta informācija un izmantota. Valkokare un Helandere minējušas, ka galvenās problēmas ir: kā panākt, lai zināšanas būtu saprotamas, kā novērst neskaidrības un kā izplatīt, lai zināšanas varētu izmantot kolektīvi. Valkokare un Helandere atzīmējušas, ka zināšanu vadībā ir svarīgi nodrošināt arī zināšanu apmaiņu starp maziem un vidējiem uzņēmumiem, kuri darbojas vienā biznesa tīklā.

Pastāv vairāki zināšanu iedalījumi. Viens no tiem ir zināšanu iedalījumu tiešās zināšanās, kuras var izteikt formālā valodā un viegli nodot citiem, un netiešās zināšanas, kuras saistītas ar personīgo pieredzi, uzskatiem, idejām, izjūtām un, kuras ir grūti izplatīt. Holsapls (*Holsapple*) un Sings (*Singh*)²²⁴ konstatējuši, ka tieši netiešās zināšanas uzņēmumam bieži ir visvērtīgākās, tādēļ uzņēmumā svarīgi ir paplašināt šo zināšanu izmantošanu.

²²³ Valkokari, K., Helander, N. Knowledge management in different types of strategic SME networks, *Management Research News*, Vol.30, No.8, 2007, pp. 597–608.

²²⁴ Holsapple, C., W., Singh, M., The knowledge chain model: activities for competitiveness, *Expert Systems with Applications*, Vol. 20, 2001, pp. 77–98.

Zinātniskā literatūrā ir pieejami vairāki zināšanu vadības modeļi:

- Holsepla (*Holsapple*) un Singa (*Singh*)²²⁵ izstrādātais zināšanu ķēdes modelis sastāv no piecām primārām zināšanu vadības aktivitātēm un četrām sekundārām zināšanu vadības aktivitātēm. Primārās zināšanu vadības aktivitātes: 1) zināšanu iegūšana no ārējiem avotiem un piemērošana lietošanai; 2) zināšanu iegūšana no iekšējiem avotiem un piemērošana lietošanai; 3) jaunu zināšanu radīšana no jauniegūtajām vai iepriekš uzkrātām zināšanām; 4) zināšanu izplatīšana un uzglabāšana; 5) zināšanu izmantošana; Sekundārās zināšanu vadības aktivitātes: 1) novērtēšana; 2) kontrole; 3) koordinēšana; 4) vadīšana. Holsapla un Singa atzīmējuši, ka minētās aktivitātes virza uz uzņēmuma mācīšanos un zināšanu pielietošanu.

- Makadama (*Mcdam*) un Mkkredija (*McCreedy*)²²⁶ zināšanu vadības modelis sastāv no četrām aktivitātēm: 1) zināšanu projektēšana; 2) zināšanu uzkrāšana; 3) zināšanu izplatīšana; 4) zināšanu lietošana.

Zināšanas vadības rezultātā notiek arī darbinieku virzīšana uz attīstību, kā rezultātā attīstās arī mazais uzņēmums. Ļaujot darbiniekiem izteikt savas idejas, pieņemt patstāvīgi lēmumus tie jūtas novērtēti, pilnveidojas, izjūt nepieciešamību piedalīties zināšanu apmaiņā, apgūt jaunas zināšanas, uzņēmumā notiek radošu ideju ģenerēšana, kas savukārt var tikt izmantotas jaunos produktos un pakalpojumos.

Promocijas darba otrā nodaļā autore analizējusi, kādi ir mazie uzņēmumi Latvijā, kāds ir to darbības ilgums un, kādi ir apstākļi, kuros darbojas mazie uzņēmumu Latvijā.

²²⁵ Holsapple, C., W., Singh, M., The knowledge chain model: activities for competitiveness, *Expert Systems with Applications*, Vol. 20, 2001, pp. 77–98.

²²⁶ McAdam, R., Reid, R. SME and large organisation perceptions of knowledge management: comparisons and contrasts, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 5, No 3, 2001, pp. 231-241.

2. Mazo uzņēmumu vadīšanu ietekmējošie apstākļi Latvijā

2.1. Mazās uzņēmējdarbības attīstība un īpatnības Latvijā

Latvijā lielākā daļa uzņēmumu atbilst mikro un mazo uzņēmumu grupai. Pēc CSP datiem 2011. gadā Latvijā mikro un mazu uzņēmumu grupas īpatsvars tirgus sektora statistisko vienību grupā bija 98,29%, no kuriem 91,15% veidoja mikro uzņēmumu grupa²²⁷.

Sākot ar 2002. gadu, kad Latvija pievienojās „Eiropas Mazo uzņēmumu hartai”²²⁸, kuras galvenais mērķis ir veidot draudzīgu atbalsta politiku maziem un vidējiem uzņēmumiem, ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību skaits mikro un mazo lielumu grupās ir ievērojami pieaudzis. Līdz 2007. gadam vienību skaits mikro un mazo lieluma grupās pieauga pakāpeniski, sasniedzot 2007. gadā 126033 vienības. Ekonomiskās krīzes ietekmē, 2008. gadā mikro un mazo lieluma grupās vienību skaits samazinājās par 543 vienībām, bet, sākot ar 2009. gadu, mikro un mazo lielumu grupās vienību skaits atkal sāka pieaugt un 2011. gadā sastādīja 139138 vienības. Latvijā 2011. gadā ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību skaits mikro un mazo lielumu grupās, salīdzinot ar 2010. gadu, bija palielinājies par 5482 vienībām²²⁹.

Uzņēmumu reģistra²³⁰ statistikas dati liecina, ka 2012. gadā salīdzinot ar 2011. gadu reģistrētu uzņēmumu skaits bija samazinājies un palielinājies izslēgto uzņēmumu skaits - 2012. gadā reģistrēto uzņēmumu skaits salīdzinājumā ar 2011. gadu bija samazinājies par 1368 vienībām vai 7%, savukārt izslēgto uzņēmumu skaits bija pieaudzis par 402 vienībām vai par 9,9% (sk. 2.1. pielikumu).

Atšķirīgs ir ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums mikro un mazo lielumu grupās Latvijas statistiskajos reģionos. 2011. gadā vislielākais vienību skaits mikro un mazo lielumu grupā bija Rīgas statistiskajā reģionā, uz 1000 iedzīvotājiem Rīgas statistiskajā reģionā bija 82 vienības, tad sekoja Vidzemes statistiskais reģions, kurā uz 1000 iedzīvotājiem bija 69 vienības mikro un mazo lielumu grupā, Kurzemes statistiskajā reģionā uz 1000 iedzīvotājiem bija 63 vienības, Pierīgas statistiskajā reģionā 59 vienības, vismazākais vienību skaits mikro un mazo lielumu grupās bija Latgales un Zemgales statistiskajos reģionos, kuros uz 1000 iedzīvotājiem bija attiecīgi 57 un 55 vienības (sk. 2.1. tabulu).

²²⁷ Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 05.03.2013.

²²⁸ "Par Mazo uzņēmumu Eiropas hartu" Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.192 ("LV", 60 (2635), 19.04.2002.) [stājas spēkā 17.04.2002.]

²²⁹ Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 05.03.2013.

²³⁰ Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra mājas lapa. Sadaļa Statistika, Reģistru statistika / Internets - <http://www.ur.gov.lv/statistika.html?a=1091> - skatīts 10.02.2013.

Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums mikro un mazo lielumu grupā Latvijas statistiskajos reģionos no 2009. līdz 2011. gadam

Reģions	2009		2010		2011	
	Mikro un mazo uzņēmumu īpatsvars (%)	Skaits uz 1000 iedzīvotājiem	Mikro un mazo uzņēmumu īpatsvars (%)	Skaits uz 1000 iedzīvotājiem	Mikro un mazo uzņēmumu īpatsvars (%)	Skaits uz 1000 iedzīvotājiem
Rīgas	39,06	70	38,20	76	38,77	82
Pierīgas	14,55	47	15,31	55	15,72	59
Vidzemes	10,91	59	10,81	66	10,53	69
Kurzemes	12,69	53	12,64	60	12,25	63
Zemgales	9,83	44	10,39	53	10,15	55
Latgales	12,96	48	12,65	54	12,58	57

Avots: Autores aprēķini pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes datiem. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>, (skatīts 05.03.2013.)

Visos Latvijas statistiskajos reģionos 2011. gadā, salīdzinot ar 2010. gadu, ekonomiski aktīvo tirgus statistisko vienību skaits mikro un mazo lieluma grupās bija palielinājies, vislielākais pieaugums bija Rīgas statistiskajā reģionā (pieaugums 2879 vienības), tad sekoja Pierīgas statistiskais reģions (pieaugums 1413 vienības), Latgales statistiskais reģions (pieaugums 599 vienības), Zemgales statistiskais reģions (pieaugums 237 vienības), Vidzemes statistiskais reģions (pieaugums 200 vienības) un Kurzemes statistiskais reģions (pieaugums 154 vienības), kurā ekonomiski aktīvo tirgus statistisko vienību skaita pieaugums mikro un mazo lieluma grupās bija mazāks kā citos Latvijas statistiskajos reģionos.

Galvenās uzņēmējdarbības formas mikro un mazo lielumu grupā 2011. gadā bija komercsabiedrības (50%) un pašnodarbinātas personas (34%), zemnieku un zvejnieku saimniecības sastādīja 9%, individuālie komersanti - 6% (sk. 2.2. tabulu). Komercsabiedrību lielais īpatsvars mikro un mazo lielumu grupā, liecina, ka daļai uzņēmējdarbības formu mikro un mazo lielumu grupā iespējams ir vairāk par vienu īpašnieku/vadītāju, kas var ietekmēt uzņēmuma vadīšanu.

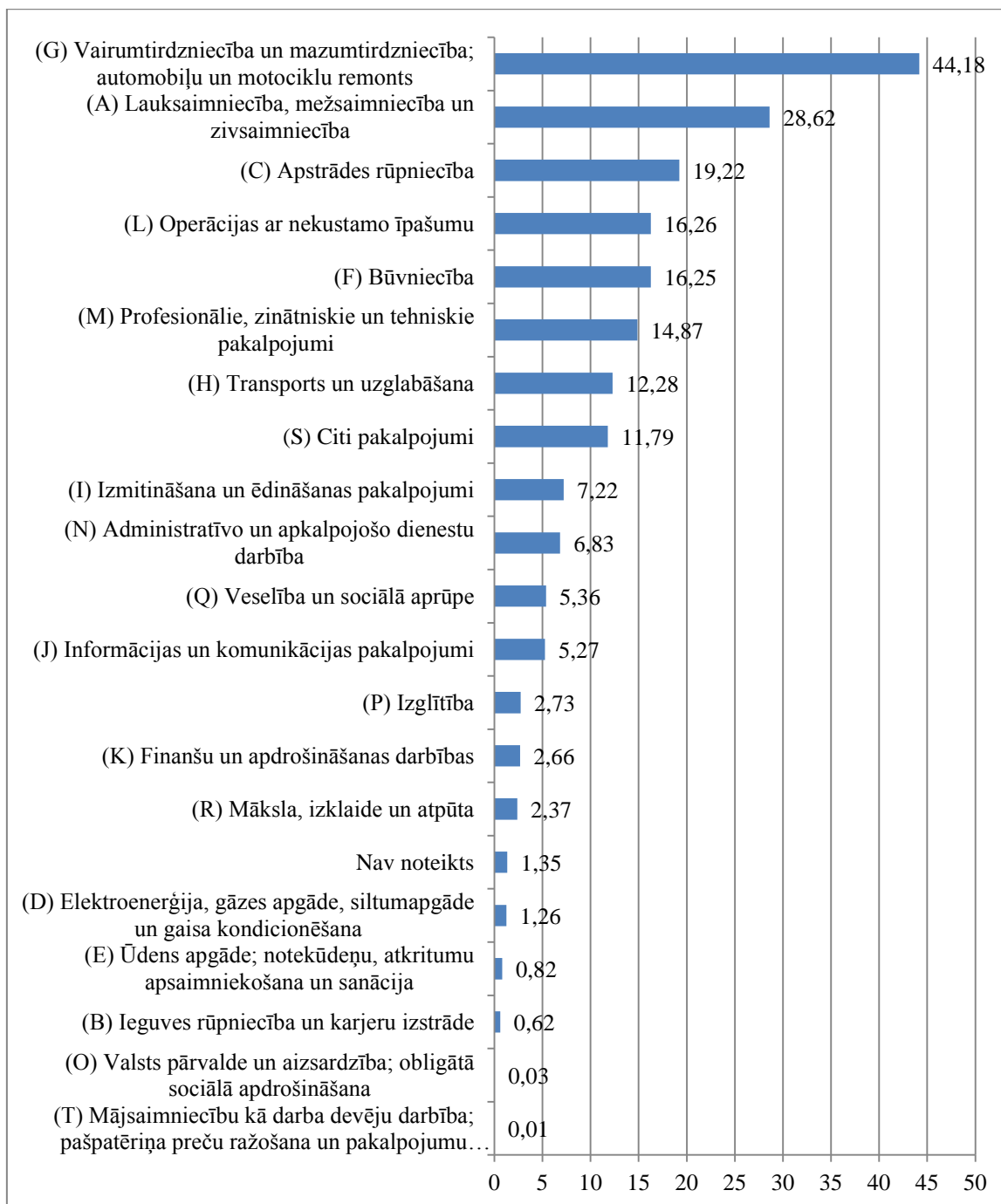
**Ekonomiski aktīvo tīrgus sektora statistisko vienību sadalījums
mikro un mazo lielumu grupās un uzņēmējdarbības formās 2011. gadā**

Ekonomiski aktīvo tīrgus sektora statistisko vienību lielumu grupas	Pašnodarbinātas personas	Komerccabiedrības	Individuālie komersanti	Zemnieku un zvejnieku saimniecības
Mikro	47877	60232	7952	12961
Mazās	1	9847	47	221
Pavisam	47878	70079	7999	13182
Uzņēmējdarbības formu īpatsvars	34%	50%	6%	9%

Avots: Autores aprēķini pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes datiem. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>, (skatīts 19.05.2013.)

Statistikas dati par mazo uzņēmumu sadalījumu pa nozarēm 2011. gadā liecina, ka nozares, kurās visvairāk darbojās mazie uzņēmumi bija vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts (44,18%) un lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozare (28,62%). Nedaudz mazāk mazie uzņēmumi darbojās apstrādes nozarē (19,22%), operācijas ar nekustamo īpašumu nozarē (16,26%) un būvniecības nozarē (16,25%), tad sekoja profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozare (14,87%), transporta un uzglabāšanas nozare (12,28%), citu pakalpojumu nozare (11,79%), izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozare (7,22%), administratīvo un apkalpojošo dienestu darbības nozare (6,83%), veselības un sociālās aprūpes nozare (5,56%), informācijas un komunikācijas pakalpojumu nozare (5,27%) un citas tautsaimniecības nozares, kurās mazo uzņēmumu skaits sastādīja mazāk kā 5%²³¹ (sk. 2.1. attēlu un 2.2. pielikumu).

²³¹ Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 19.05.2013.



2.1. attēls. Mazo uzņēmumu sadalījums pa nozarēm 2011. gadā (procentos)

Avots: Autore aprēķini pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes datiem. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>, (skatīts 19.05.2013.)

Mazo uzņēmumu sadalījums pa nozarēm Latvijas statistiskajos reģionos, izņemot Rīgas statistisko reģionu, 2011. gadā bija līdzīgs. Gandrīz visos Latvijas statistiskajos reģionos, izņemot Rīgas statistisko reģionu, mazie uzņēmumi pārsvarā darbojās lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē, otra lielākā nozare bija vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības; automobiļu un motociklu remonta nozare, bet kā trešā nozare Vidzemes, Kurzemes, Zemgales un Latgales statistiskajos reģionos bija citu pakalpojumu nozare, bet Pierīgas statistiskajā reģionā profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozare.

Savukārt Rīgas statistiskajā reģionā lielākā daļa mazo uzņēmumu darbojās vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības; automobiļu un motociklu remonta nozarē un otra lielākā nozare bija profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozare (sk. 2.3. tabulu un 2.3. pielikumu).

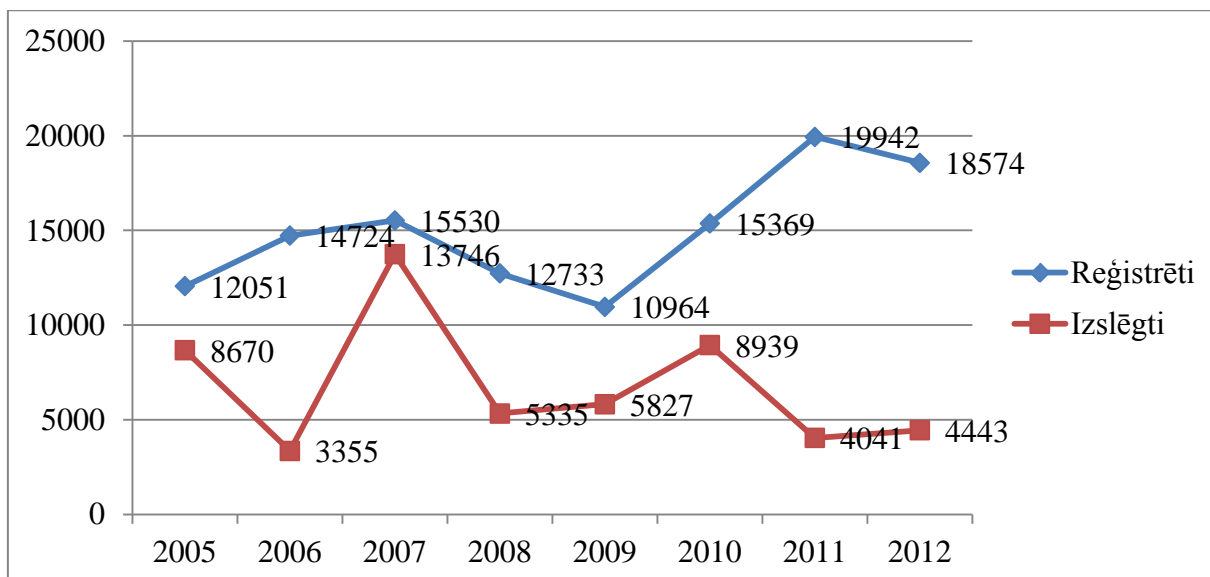
2.3. tabula

Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījuma īpatsvars mazo lielumu grupā Latvijas statistiskajos reģionos un galvenajās saimnieciskās darbības nozarēs 2011. gadā (procentos)

	Rīgas reģions	Pierīgas reģions	Vidzemes reģions	Kurzemes reģions	Zemgales reģions	Latgales reģions
Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	1,18	17,99	44,34	36,51	39,43	44,67
Apstrādes rūpniecība	5,67	7,05	5,26	5,98	5,06	4,75
Būvniecība	6,31	6,08	3,99	4,68	4,00	2,46
Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	23,72	15,89	11,33	13,45	14,04	16,58
Transports un uzglabāšana	4,84	4,57	2,83	3,89	3,88	2,94
Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	2,69	2,62	2,07	2,13	1,76	1,46
Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	4,89	2,78	0,98	1,06	1,25	1,03
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	15,08	10,63	5,52	5,88	6,07	3,96
Citi pakalpojumi	8,67	9,41	10,20	8,85	10,24	9,09
Citi darbības veidi	26,95	22,99	13,49	17,58	14,27	13,07
Kopā	100	100	100	100	100	100

Avots: Autores aprēķini pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes datiem. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>, (skatīts 20.05.2013.)

Uzņēmumu reģistra statistika par veiktajām uzņēmumu reģistrācijas darbībām liecina, ka vislielākais no jauna reģistrēto uzņēmumu skaits ir bijis 2007. gadā (reģistrēti 14208 uzņēmumi), 2008. gadā reģistrēto uzņēmumu skaits samazinājās par 2861 uzņēmumiem, bet 2009. gadā samazinājās vēl par 2119 uzņēmumiem. Turklāt 2009. gadā palielinājās likvidēto uzņēmumu skaits, salīdzinājumā ar 2008. gadu likvidēto uzņēmumu skaits pieauga par 951 vienībām. 2010. gadā bija palielinājies gan reģistrēto, gan likvidēto uzņēmumu skaits, rezultātā uzņēmumu skaits bija pieaudzis par 4586 vienībām, kas bija par 1073 vienībām vairāk, kā 2009. gadā. 2011. gadā reģistrēto uzņēmumu skaits turpināja pieaugt, bet likvidēto uzņēmumu skaits atšķirībā no iepriekšējiem gadiem bija samazinājies (sk. 2.2. attēlu).

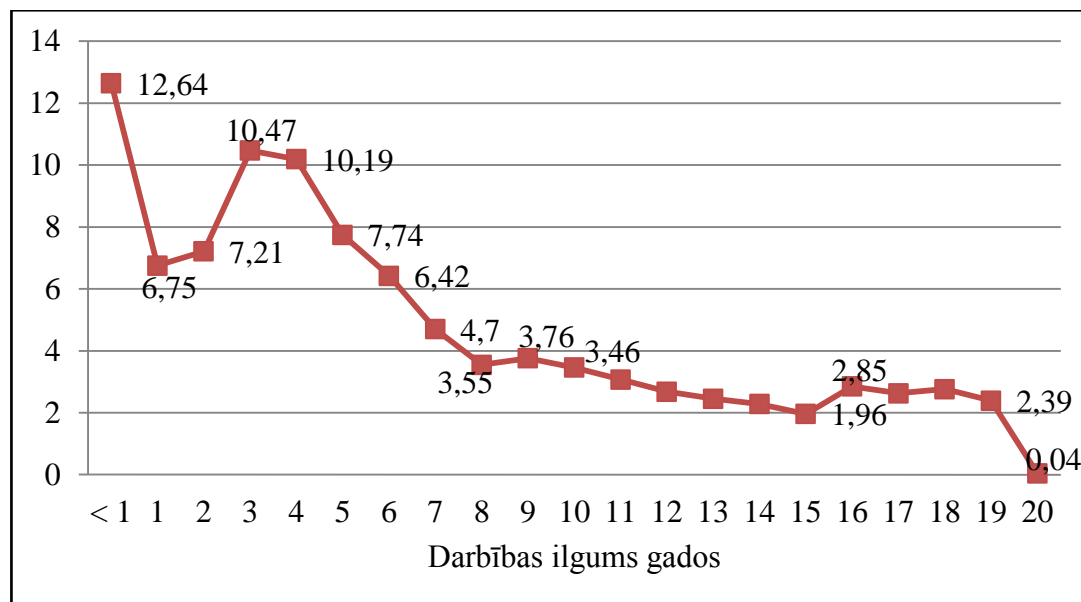


2.2. attēls. Reģistrēto un izslēgto uzņēmumu skaita izmaiņas Latvijā no 2005. līdz 2012. gadam

Avots: Autores veidots, izmantojot Lursoft statistikas datus.. Pieejams: <https://www.lursoft.lv/lursoft-statistika>, (skatīts 10.02.2013.)

Neskatoties uz to, ka liels ir no jauna dibināto uzņēmumu skaits, kas norāda, ka iedzīvotāji aktīvi iesaistās uzņēmējdarbībā, liels ir arī likvidēto uzņēmumu skaits, kas liecina, ka daudzu likvidēto uzņēmumu darbība nav bijusi sekmīga. Jāatzīmē, ka 2012. gadā samazinājās reģistrēto uzņēmumu skaits un palielinājās izslēgto uzņēmumu skaits. 2012. gadā bija reģistrēti 18574 uzņēmumi, kas ir par 1368 uzņēmumiem mazāk kā 2011. gadā, bet izslēgti 4443 uzņēmumi, kas ir par 402 uzņēmumiem vairāk kā 2011. gadā.

Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā apkopotā informācija par SIA, norāda, ka uzņēmumu darbības laiks ir neilgs, aritmētiskais vidējais uzņēmuma vecums 6,5 gadi. Strauji likvidēto SIA skaits sāk pieaugt, sākot ar astoto darbības gadu, kad, salīdzinot ar septīto darbības gadu, likvidēto SIA skaits palielinās aptuveni 4 reizes. Vislielākais aktīvo SIA īpatsvars ir vecumā līdz 1 gadam – 12,64%, tad 3 un 4 gadus veci – attiecīgi 10,47% un 10,19%. No aktīviem SIA, 5 gadus un vairāk gadus vecas ir 52,74% SIA, un tikai 23,11% ir vecākas par 10 gadiem (sk. 2.3. attēlu).



2.3. attēls. Aktīvo SIA īpatsvars Latvijā pēc darbības ilguma gados

Avots: Autores aprēķini un veidots pēc Lursoft statistikas datiem. Pieejams: <http://www.lursoft.lv/lursoft-statistika/Statistika-par-sabiedribu-ar-ierobežotu-atbildību-darbību-atkarība-no-to-vecuma&id=155>, (skatīts 08.12.2012.)

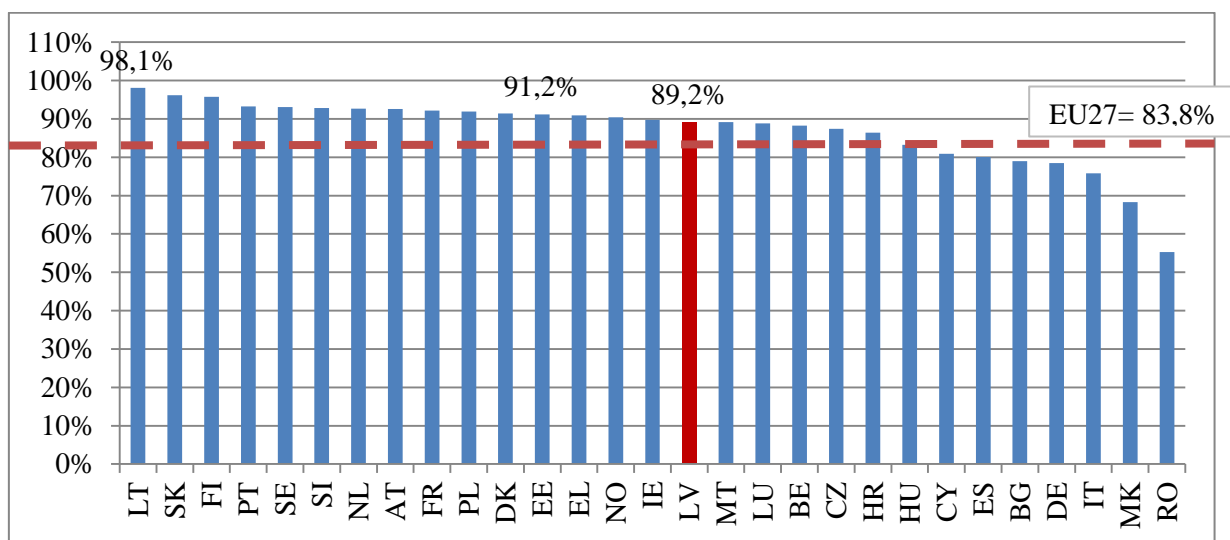
Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra statistikas dati liecina par tendenci, ka uzņēmējdarbībā arvien vairāk iesaistās gados jaunāki cilvēki. 2010. gadā vecumā līdz 30 gadiem bija 35,14% jaundibināto uzņēmumu īpašnieki, bet 2011. gada februārī aptuveni 38,3%. SIA īpašnieki ar pamatkapitālu mazāku par 2000 latiem 2011. gadā vecumā līdz 30 gadiem bija 41,3%.

Informācija ir viens no mūsdienu uzņēmumu nozīmīgākajiem resursiem, informācijas un komunikācijas tehnoloģiju (IKT) attīstība un lietošana paaugstina informācijas pieejamību, kā arī izmantošanas iespējas: apkopot un analizēt jaunāko informāciju, efektīvi realizēt komunikāciju ar klientiem, partneriem un piegādātājiem, apgūt jaunas zināšanas, izmantot e-pakalpojumus un, internetbanku sniegtos pakalpojumus, nodarboties ar e-komerciju. Informācijas un komunikācijas tehnoloģiju nozīmīgo lomu mazos uzņēmumos zinātniskā literatūrā publicētos pētījumos pierādījuši Lī (*Li*), Merends (*Merenda*), Ventačalams (*Ventachalam*), Vinters (*Winter*), Gaglio (*Gaglio*), Radžagopalans (*Rajagopalan*), Kannarels (*Cannarella*), Pikions (*Piccioni*) un citi zinātnieki, plašāk skatīt darba pirmajā nodaļā.

Ātrs internets mūsdienās ir viens no elementiem, kas nozīmīgi ietekmē arī uzņēmuma konkurētspēju. Tomēr problēmas ar interneta pieslēgumu, tā ātrums, pieslēguma stabilitāte un izmaksas liedz vai ierobežo izmantot interneta sniegtās iespējas. Statistikas dati liecina, ka daudzi uzņēmumi Latvijā nelieto datoru vai neizmanto internetu. Jāatzīmē, ka datoru lietotāju skaits pārsniedz interneta lietotāju skaitu (tikai datoru izmanto aptuveni par 3,4% vairāk mazo uzņēmumu kā internetu). 2011. gadā datoru lietoja 94,6% mazo uzņēmumu ar nodarbināto

skaitu no 10 līdz 49, bet internetu - 90,8% uzņēmumi, salīdzinājumā ar 2010. gadu uzņēmumu skaits, kas lietoja datoru bija pieaudzis par 0,3%. Sadarbībai ar valsts un pašvaldību institūcijām, internetu 2011. gadā izmantoja 86,5% uzņēmumi ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49. Savukārt automatizētai datu apmaiņai (dokumentu nosūtīšanai un saņemšanai) 2012. gadā internetu izmantoja aptuveni 50,9% uzņēmumu ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49. Salīdzinājumā ar 2010. gadu uzņēmumu skaits, kas lietoja internetu bija pieaudzis par 1,8%..²³²

Latvijā 2011. gadā salīdzinājumā ar kaimiņvalstīm Lietuvu un Igauniju, uzņēmumi ar nodarbināto skaitu vairāk nekā 10, sadarbībai ar valsts iestādēm internetu izmantoja mazāk. Latvijā internetu izmantoja 89,2% uzņēmumi ar nodarbināto skaitu vairāk nekā 10, Lietuvā 98,1%, bet Igaunijā 91,2%. Tomēr uzņēmumu skaits Latvijā 2011. gadā, kuri lietoja internetu sadarbībai ar valsts iestādēm, bija lielāks par vidējo uzņēmumu skaitu ES (sk. 2.4. attēlu).



2.4. attēls. **Interneta lietošana uzņēmumos ar nodarbināto skaitu vairāk kā 10 sadarbībai ar valsts iestādēm Latvijā un citās Eiropas valstīs 2011. gadā** (procentos)

Avots: Autores veidots pēc Digital Agenda Scoreboard statistikas datiem. Pieejams: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/scoreboard>, (skatīts 19.12.2012.)

Neskatoties uz to, ka 2011. gadā Latvijā mazo uzņēmumu skaits (ar nodarbināto skaitu vairāk par 10), kas sadarbībai ar valsts iestādēm lietoja internetu bija virs ES vidējā līmeņa, tomēr statistikas dati liecina, ka datoru un internetu lietotāju skaits atšķiras Latvijas statistiskajos reģionos. Vislielākais datoru izmantojošo mazo uzņēmumu skaits, ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49, 2011. gadā bija Latgales statistiskajā reģionā - 97,4% un Rīgas statistiskajā reģionā - 95,4%, savukārt vislielākais internetu lietojošo mazo uzņēmumu skaits bija Zemgales statistiskajā reģionā - 95,1%, nedaudz mazāk Pierīgas statistiskajā

²³² Zinātne un tehnoloģijas, Informācijas tehnoloģijas Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes / Internets - <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgadējie%20statistikas%20dati/Datorizācija/Datorizācija.asp> - skatīts 04.12.2012.

reģionā - 93,8%, Rīgas statistiskajā reģionā - 92,3%, Latgales statistiskajā reģionā - 91,0% un Kurzemes statistiskajā reģionā - 90,0%, vismazākais internetu lietojošo mazo uzņēmumu skaits bija Vidzemes statistiskajā reģionā - 89,7% (sk. 2.4. tabulu).

2.4. tabula

**Datora un interneta lietošana mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49
Latvijas statistiskajos reģionos 2010. un 2011. gados**
(% no uzņēmumu kopskaita ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49)

Reģions	2010		2011	
	Datora lietotāji	Interneta lietotāji	Datora lietotāji	Interneta lietotāji
Rīgas	95,8	91,5	95,4	92,3
Pierīgas	95,0	91,3	96,6	93,8
Vidzemes	92,4	86,2	93,3	89,7
Kurzemes	93,9	90,3	93,2	90,0
Zemgales	94,9	90,1	96,2	95,1
Latgales	95,1	88,7	97,4	91,0

Avots: Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes dati. Sadaļa Datubāzes, Zinātne un tehnoloģijas, Informācijas tehnoloģijas. Pieejams:

<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgadējie%20statistikas%20dati/Datorizācija/Datorizācija.asp>, (skatīts 04.12.2012.)

Autores veiktajā mazo uzņēmumu aptaujā, 38% mazo uzņēmumu vadītāji norādīja, ka internetu izmantoto ļoti aktīvi, bet 6,9%, ka internetu neizmanto, 13,6%, ka izmanto ļoti maz. Interneta izmantošana mazos uzņēmumos būtiski atšķirās atkarībā no reģiona un arī nozares, kā arī nodarbināto skaita uzņēmumā, vadītāja dzimuma. Pierīgas statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāji internetu lietoja aktīvāk kā citos Latvijas reģionos, savukārt vismazāk internetu lietoja mazo uzņēmumu vadītāji Latgales statistiskajā reģionā. Mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 internetu lietoja aktīvāk kā mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49. Aktīvāk internetu lietoja mazo uzņēmumu vadītāji profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē, plašāk interneta lietošana mazos uzņēmumos analizēta darba trešajā nodaļā.

Lai interneta sniegtās iespējas varētu efektīvi izmantot, Interneta pieslēgumam jābūt stabilam un ātram. Tomēr „GfK Custom Research Baltic” un „Nozare.lv” 2012. gadā veiktais pētījums²³³ liecina, ka interneta pieslēguma ātrums un stabilitāte Latvijas pilsētās un laukos ir ir atšķirīgs. Minētajā pētījuma konstatēts, ka Latvijas laukos, iespēju izmantot ātru un stabilu mobilo internetu, aptuveni 36% respondentu vērtē kā sliktu vai ļoti sliktu, līdzīgi novērtēta laukos ir arī interneta izmantošana ar patstāvīgu pieslēgumu, turpretī Latvijas pilsētās

²³³ Pētījums: Ātrs un stabils internets. „GfK Custom Research Baltic” un „Nozare.lv” pētījums, 2012. gads / Internets - <http://www.gfk.com/gfkbaltic/index.lv.html> - skatīts 31.08.2012.

aptuveni 54% respondentu interneta patstāvīgo pieslēgumu vērtē kā labu vai ļoti labu, bet mobilo internetu kā vidēji labu.

Lai nodrošinātu informācijas un komunikācijas infrastruktūru visā Latvijas teritorijā nepieciešama ir valsts līdzdalība un atbalsts IKT infrastruktūras izveidošanā un modernizācijā. Jāatzīmē, ka Latvijas Republikas Satiksmes ministrija, lai nodrošinātu ātra, stabila interneta pieejamību visā Latvijas teritorijā, nacionālās programmas „Augstas kvalitātes platjoslu tīklu attīstība ģeogrāfiski attālinātajās teritorijās” ietvaros īsteno nacionālo programmu „Platjoslu sakaru infrastruktūras attīstība lauku apvidos”, kuras mērķis: platjoslu piekļuves iespēju nodrošināšana par pieņemamu cenu, 80% - 95% no valsts teritorijas līdz 2012. gadam fiziskajām personām, valsts pārvaldes iestādēm, komersantiem, skolām, slimnīcām, poliklīnikām utt.²³⁴.

Viena no problēmām mazos uzņēmumos ir finanšu trūkums datorprogrammu iegādei, tehnikas iegādei, informācijas sistēmas izveidošanai un uzturēšanai. Maziem uzņēmumiem *mākoņa* izmantošana ir salīdzinoši lētāks risinājums iespējai attālināti piekļūt informācijai, datorprogrammu izmantošanai un kvalitatīvai komunikācijai. Mākoņa risinājumi ļauj izmantot informācijas sagatavošanā ierīces, kurām nav lielas datu glabāšanas iespējas, bet ir jaudīgas interneta pieslēguma iespējas, kā, piemēram, mobilos telefonus. Tomēr arī šīs izmaksas daudziem maziem uzņēmumiem ir pārāk augstas.

Autore uzskata, ka galvenās problēmas, informācijas tehnoloģiju efektīvai izmantošanai mazos uzņēmumos, ir uzņēmumu vadītāju nepietiekamais prasmju līmenis informācijas tehnoloģiju izmantošanā, vāja orientēšanās informācijas un komunikācijas tehnoloģiju mūsdienās piedāvātajās iespējās, kā arī interneta pieslēguma nepieejamība vai pieslēguma zemā kvalitāte. Par kvalitatīva interneta (ātra, stabila un par cenu, kuru Latvijas mazie uzņēmumi ir spējīgi samaksāt) izmantošanas iespēju nodrošināšanu būtu vairāk jā rūpējas valstij.

Nozīmīga loma mazo uzņēmumu konkurētspējas, uz attīstību orientētas darbības nodrošināšanā ir valsts atbalstam. Tādējādi tiek radīti labvēlīgi apstākļi uzņēmumu darbībai, uzņēmumu attīstībai un jaunu uzņēmumu dibināšanai.

2.2. Valsts atbalsts maziem uzņēmumiem

2.2.1. Valsts mazo uzņēmumu darbības veicināšanas politika

Valsts atbalstošai politikai maziem uzņēmumiem ir nozīmīga ietekme uz uzņēmumu konkurētspēju, tā sekmē inovāciju ieviešanu un ietekmē uzņēmuma vadīšanu. Zinātniskos

²³⁴ Latvijas Republikas Satiksmes ministrijas informācija / Internets - <http://www.sam.gov.lv/satmin/content/?cat=323> - skatīts 27.01.2012.

pētījumos valsts atbalsta būtisko ietekmi uz mazo uzņēmumu dibināšanu un attīstību pierādījuši Audrečs (*Audretsch*), Keilbačs (*Keilbach*), Lehmans (*Lehmann*), Lerneris (*Lerner*), Hansons (*Hansson*), Kulens (*Cullen*), Gordons (*Gordon*), Stenkuls (*Stenkula*), Tsais (*Tsai*), Kuos (*Kuo*), Pimenova (*Pimenova*), Vorsta (*Vorst*) un citi zinātnieki, plašāk zinātniskās publikācijas par valsts atbalstošas politikas ietekmi analizētas darba pirmajā nodaļā.

Latvijas Nacionālā attīstības plānā, kas apstiprināts ar Ministru kabineta 2006. gada 4. jūlija noteikumiem Nr. 564 "Noteikumi par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2007.–2013.gadam"²³⁵, paredzēts atbalstīt jaunu konkurētspējīgu uzņēmumu veidošanos ar dažādu motivācijas un atbalsta mehānismu palīdzību: 1) realizējot uzņēmējdarbības uzsākšanas motivācijas programmas, apmācības un konsultācijas; 2) atbalstot uzņēmējdarbības uzsākšanu, izmantojot finanšu atbalsta mehānismus - pirmssēklas grantus, "biznesa eņģeļu" tīklu atbalstu, sēklas fondus, mikrokredītus, investīciju garantijas, riska kapitāla fondus, resursu centrus; 3) izveidojot atbalsta infrastruktūru jaunajiem uzņēmumiem (biznesa inkubatorus); 4) mazinot administratīvās barjeras nacionālajā un pašvaldību līmenī; 5) uzlabojot valsts pārvaldes pakalpojumu pieejamību, kvalitāti un informācijas apriti, attīstot e-pārvaldes risinājumus; 6) nodrošinot ES fondu un citu finanšu resursu efektīvu vadību; 7) nodrošinot pieeju platjoslas datu pārraides tīkliem un publisko interneta pieejas punktu attīstību, veicinot reģionu līdzsvarotu attīstību; 8) veicinot IKT pielietojumu uzņēmējdarbībā un mājsaimniecībās, lai nodrošinātu plašu pieeju pakalpojumiem un informācijai.

„Latvijas Nacionālais attīstības plānā 2014. -2020. gadam”²³⁶, kā Latvijas tautas saimniecības izaugsmē svarīgi rīcības virzieni noteikti - izcila uzņēmējdarbības vide, kas stimulē uzņēmumu attīstību, veicina iedzīvotāju kā darbaspēka un kā jaunu darba devēju piesaisti, un attīstīta pētniecība un inovācija. Norādīts, ka, lai mikro, mazie un vidējie uzņēmumi būtu spējīgi izmantot pētnieku radīto inovāciju tautsaimniecībā, ir nepieciešams veidot inovācijas kultūru, ko balsta mērķtiecīgi veidota un efektīva inovācijas sistēma, kas aptver un integrē likumdošanas, izglītības, zinātnes, pētniecības un finanšu nosacījumus.

„Latvijas Nacionālajā reformu programmā stratēģijas „ES 2020” īstenošanai”²³⁷ norādīti galvenie politikas virzieni un pasākumi uzņēmējdarbības vides uzlabošanai (administratīvo šķēršļu mazināšana, pakalpojumu tirgus stiprināšana Latvijā, ES fondu apguves paātrināšana, uzņēmumu pieeja finanšu resursiem, pašvaldību kapacitātes stiprināšana uzņēmumu un investīciju piesaistē), kā arī norādīti galvenie politikas virzieni un pasākumi inovatīvu

²³⁵ "Noteikumi par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2007.-2013.gadam" Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.564 ("LV", 108 (3476), 11.07.2006.) [stājas spēkā 12.07.2006.]

²³⁶ Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014. – 2020. gadam. Latvijas Republikas Saeimas, 2012.gada decembris. Rīga: Pārresoru koordinācijas centrs, 2012. 69. lpp.

²³⁷ „Latvijas Nacionālā reformu programma stratēģijas „ES2020” īstenošanai”. Rīga: LR Ekonomikas ministrija, 2011. 38 lpp.

komersantu attīstības atbalstam, kas sniegtu atbalstu inovatīviem uzņēmējiem jaunu produktu un tehnoloģiju izstrādei un ieviešanai ražošanā un palielinātu inovatīvo uzņēmumu skaitu.

Lai nodrošinātu mazo komersantu kreditēšanas atbalstu, pieņemti vairāki Ministru kabineta noteikumi un rīkojumi. 2008. gada 2.decembrī, lai sekmētu mikrokreditēšanas attīstību, ieviešot mazo un vidējo komersantu un pašnodarbināto personu mikrokreditēšanas mehānismu un veicinot mikrokredītu pieejamību neliela biznesa uzsākšanai vai attīstīšanai, Ministru kabinets pieņēma rīkojumu Nr. 752²³⁸ „Par mazo un vidējo komersantu mikrokreditēšanas programmu”, programmas ietvaros *Latvijas Hipotēku un zemes banka* izsniedza aizdevumus no *Aizdevumu fonda*.

Ar 2009. gada 30.septembri ir stājušies spēkā Ministru kabineta noteikumi Nr. 1065., kuri paredz atbalstu aizdevumu piešķiršanai mikro, mazo un vidējo komersantu un atbilstīgu lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai.

Mikrouzņēmumu atbalstam 2009. gada 30. oktobrī tika apstiprināta *Koncepcija par mikrouzņēmumu atbalsta pasākumiem*²³⁹, kuras mērķis ir panākt lielāku cilvēku skaita iesaistīšanu uzņēmējdarbībā, radot iespēju gūt ienākumus, uzlabot savu labklājību, apgūt zināšanas, prasmes, iegūt pieredzi, kas nepieciešamas uzņēmuma vadīšanai. Rezultātā samazinātos bezdarbnieku skaits valstī, vairāk cilvēku tiktu nodrošināti ar iztikas līdzekļiem, pieaugtu iedzīvotāju pirkjspēja, kas savukārt ietekmē uzņēmējdarbību. Koncepcija ietver izmaksu samazināšanu uzņēmējdarbības uzsākšanai, mikrouzņēmumus atbalstošas nodokļu politikas ieviešanu, atvieglotu grāmatvedības kārtošānu, finanšu pieejamības un informācijas pieejamības nodrošināšanu.

2010. gada 1. maijā stājās spēkā grozījumi *Komerclikumā*²⁴⁰, kas paredz, ka fiziskas personas var dibināt SIA ar 1 latu lielu pamatkapitālu, kā arī padara vienkāršāku mazkapitāla SIA dibināšanu.

2010. gada 1. septembrī stājās spēkā *Mikrouzņēmumu nodokļa likums*²⁴¹, kas nosaka, ka mikrouzņēmums, ievērojot likumā noteiktos ierobežojumus, ir tiesīgs izvēlēties maksāt mikrouzņēmumu nodokli.

2010. gada 5. oktobrī Ministru kabineta noteikumos Nr. 1065. „Noteikumi par aizdevumiem sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu

²³⁸ "Par Latvijas mazo un vidējo komersantu mikrokreditēšanas programmu" Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.752 ("LV", 189 (3973), 04.12.2008.) [stājas spēkā 02.12.2008.] ar grozījumiem: 08.02.2010. MK rīkojums Nr.60 ("LV", 22 (4214), 09.02.2010.) [stājas spēkā ar 08.02.2010.]

²³⁹ „Koncepcija par mikrouzņēmumu atbalsta pasākumiem” Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.748, 2009.gada 30.oktobrī.

²⁴⁰ Grozījumi Komerclikumā ("LV", 68 (4260), 29.04.2010.) [stājas spēkā 01.05.2010.]

²⁴¹ Mikrouzņēmumu nodokļa likums ("LV", 131 (4323), 19.08.2010.) [stājas spēkā 01.09.2010.]

kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai”²⁴² pieņemti grozījumi (Ministru kabineta noteikumi Nr. 949), lai nozaru ierobežojumi neattiektos uz aizdevumiem sīkajiem (mikro) komersantiem, ja aizdevumu kopējā summa vienam komersantam šo noteikumu ietvaros nepārsniedz 30000 latu.

Autores veiktajā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā laikā no 2010. decembra līdz 2011. gada augustam, vadītāji grozījumus *Komerclikumā*²⁴³ kopumā vērtējuši, kā valsts atbalsta pasākumu, kura ietekme uz uzņēmējdarbību ir viduvēja, kā nenozīmīgu šādu iespēju norādījuši 20% mazo uzņēmumu vadītāji, savukārt kā ļoti nozīmīgu 14,55% vadītāji. Nedaudz augstāk mazo uzņēmumu vadītāji vērtējuši *Mikrouzņēmumu nodokļa likuma*²⁴⁴ nozīmīgumu, 34,55% vadītāji *Mikrouzņēmuma nodokļa likumu* uzskata pat kā ļoti svarīgu uzņēmuma sekmīgai darbībai, tomēr 9,09% vadītāji likumu vērtē kā nenozīmīgu, detalizētāki mazo uzņēmumu vadītāju viedoklis analizēts darba trešajā nodaļā.

Latvijā ir veiktas vairākas uzņēmumu vadītāju aptaujas, lai noskaidrotu uzņēmumu vadīšanu ietekmējošos faktoros. 2010. gadā *SEB „Biznesa vides apskata”* veiktajā mazo un vidējo uzņēmumu vadītāju un īpašnieku aptaujā²⁴⁵. Par būtiskāko atbalstu iesācējiem komercdarbībā no valsts puses šajā pētījumā bija minētas izmaiņas nodokļu politikā, ko norādījuši 77% respondentu, birokrātisku procedūru atvieglojums (50%), īpašas valsts programmas finansējuma piesaistei (39%), eksporta atbalsta pasākumi (22%).

Pēc Ekonomikas ministrijas pasūtījuma SIA „Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorijas” veiktajā uzņēmumu vadītāju aptaujā²⁴⁶ norādīts, ka 2009. gadā problēmas finanšu resursu pieejamībā sagādāja 49% uzņēmējiem, valsts atbalsta trūkumu izjūta 41% uzņēmēju un konkurenci ar ēnu ekonomiku 40% uzņēmēju.

2011. gadā *Swedbank „Latvijas eksporta uzņēmumu konkurētspējas pētījumā”*²⁴⁷ mazo un vidējo uzņēmumu vadītāji norādījuši, ka galvenie uzņēmējdarbības konkurētspēju pozitīvi ietekmējošie faktori ir pieredze biznesā, darbinieku lojalitāte, darbaspējas un zināšanas, izglītības kvalitāte, inovācijas, ražoto produktu vai piedāvāto pakalpojumu zīmola pievienotā vērtība, kā arī informācijas tehnoloģiju attīstība un valsts ģeogrāfiskā atrašanās vieta.

²⁴² "Noteikumi par aizdevumiem sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai" Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.949 "Grozījumi Ministru kabineta 2009.gada 15.septembra noteikumos" Nr.1065 ("LV", 162 (4354), 13.10.2010.) [stājas spēkā 14.10.2010.]

²⁴³ Grozījumi *Komerclikumā* ("LV", 68 (4260), 29.04.2010.) [stājas spēkā 01.05.2010.]

²⁴⁴ *Mikrouzņēmumu nodokļa likums* ("LV", 131 (4323), 19.08.2010.) [stājas spēkā 01.09.2010.]

²⁴⁵ *SEB Biznesa vides apskats, 2010. gada oktobris / Internets - www.seb.lv/data/biznesa-vides-apskati/SEB_Biznesa_vides_apskats_10.2010.pdf* - skatīts 27.02.2011.

²⁴⁶ Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas mājas lapa. Sadaļa Pētījumi, Administratīvās procedūras un uzņēmējdarbības vide Latvijā 2001.- 2009. gads/ Internets - <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30111> - skatīts 27.03.2010.

²⁴⁷ *Swedbank pētījums „Latvijas eksporta uzņēmumu konkurētspējas pētījumā”*, 2011. gada marts / Internets - www.swedbank.lv/news/030311.php - skatīts 29.04.2011.

Savukārt negatīvi uzņēmējdarbības konkurenci ietekmējuši - piemērotie nodokļi, birokrātiskais slogs, lēmumu izskatīšanas ātrums valsts iestādēs, korupcijas līmenis valsts un pašvaldību iestādēs, uzņēmējdarbības vide, autoceļu kvalitāte, Latvijas iedzīvotāju pirktspēja, nepieciešamo darbinieku pieejamība.

Nodokļu pieaugums negatīvi ietekmē uzņēmējdarbības attīstību Latvijā, nostādot uzņēmējus, salīdzinot ar citām valstīm, neizdevīgākā stāvoklī, ietekmējot to konkurētspēju, iespējas piesaistīt ārvalstu kapitālu un sekmējot ēnu ekonomikas pieaugumu. 2011. gadā Latvija bija vienīgā no Baltijas valstīm, kurā nodokļu slogs bija pieaudzis. Latvijā bija visaugstākā PVN standarta likme un visaugstākie darbaspēka nodokļi²⁴⁸. Līdz ar to daudzu preču cenas Igaunijā un Lietuvā bija lētākas nekā Latvijā. Iedzīvotāji pierobežu rajonos iepirkās kaimiņvalstīs, tādējādi palielinot šo valstu budžetu ieņēmumus un atbalstot kaimiņvalstu uzņēmējus. Savukārt pieaugošie nodokļi Latvijā vēl vairāk samazināja Latvijas iedzīvotāju pirktspēju, kas ietekmēja uzņēmējdarbību, nodarbinātību un iedzīvotāju sociālo stāvokli. Autore veiktajā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā 2010. un 2011. gadā, 90,9% mazo uzņēmumu vadītāji nodokļu ietekmi uz uzņēmuma darbību novērtējuši kā ļoti nozīmīgu, detalizētāki nodokļu ietekmes vērtējums analizēts darba trešajā nodaļā.

2010. gadā Latvijā tika veikti vairāki uzlabojumi jauna uzņēmuma reģistrēšanā: 1) vienkāršota uzņēmumu reģistrācija, nepieciešamie dokumenti uzņēmuma reģistrēšanai bija pieejami arī elektroniskā veidā VID un Uzņēmumu reģistra mājas lapās; 2) samazinātas izmaksas, kas nepieciešamas jauna biznesa dibināšanai, tās nepārsniedza 70 latu SIA dibināšanai, 40 latu IK, par brīvu varēja reģistrēties, kā pašnodarbinātais vai saimnieciskās darbības veicējs; 3) VID ieviesta Elektroniskās deklarēšanas sistēma (EDS) ar kuras palīdzību uzņēmēji gada pārskatus varēja iesniegt elektroniski.

Pasaules Bankas pētījumā *Doing Business 2013*²⁴⁹ minēts, ka uzņēmējdarbības vide Latvijā kopš 2004. gada ir būtiski uzlabota, un norādīts, ka Latvijā būtu nepieciešams vēl samazināt administratīvās procedūras (īpaši uzņēmējdarbības uzsākšanai un būvniecības atļauju saņemšanai), uzlabot finanšu līdzekļu pieejamību un atbalstu ārējiem tirgiem, kā arī turpināt veikt vēl citus uzņēmējdarbības vides uzlabojumus. *Doing Business 2013* pētījumā Latvija ierindota 25 vietā, salīdzinot ar *Doing Business 2012* pētījumu Latvija atrodas par 4 pozīcijām zemāk (indeksa aprēķina metodoloģijā tiek ņemti vērā 11 jomu rādītāji, kuri, pēc indeksa izstrādātāju viedokļa būtiski ietekmē uzņēmējdarbību), kas liecina, ka citās valstīs uzņēmējdarbības vides sakārtošanā veikti vēl lielāki uzlabojumi. Pasaules Bankas *Doing*

²⁴⁸ Eiropas Komisijas mājas lapa, Sadaļa Bizness. Vadība. Nodokļi. / Internets - <http://ec.europa.eu/youreurope/business/managing-business/paying-taxes> - skatīts 20.01.2012.

²⁴⁹ Pasaules Bankas *Doing Business 2013* pētījums, 2012, 282p. / Internets - <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB13-full-report.pdf> - skatīts 09.12.2012.

Business 2013 pētījumā Latvijas uzņēmējdarbības vides vērtējums atpaliek no kaimiņvalsts Igaunijas vērtējuma, bet ir augstāks par Lietuvas vērtējumu.

Autores veiktajā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā 2010. un 2011. gadā, vadītāji administratīvo procedūru (formalitāšu un atskaišu veikšanai nepieciešamais laiks) ietekmi uz uzņēmuma vadīšanu vērtē kā nozīmīgu, aptuveni 54% vadītāji pat kā ļoti nozīmīgu, detalizētāki administratīvo procedūru ietekmes nozīmīgums analizēts darba trešajā nodaļā.

Aktīvāk uzņēmējdarbības veicināšanā būtu jāiesaistās pašvaldībām, realizējot uzņēmējdarbību atbalstošas programmas, uzlabojot infrastruktūru, atbalstot izglītības iegūšanas iespējas, atbalstot uzņēmēju biedrības un citu biznesu atbalstošu institūciju darbību, kā arī pāatrinot ar uzņēmējdarbību saistītu jautājumu izskatīšanu pašvaldībā. Pašvaldību loma mazo uzņēmumu dibināšanas un darbības sekmēšanā pierādīta Nordhofs (*Noordhoff*), Todtlinga (*Todtling*), Kaufmana (*Kuufman*) un citu zinātnieku pētījumos, detalizētāki pašvaldību loma analizēta darba pirmajā nodaļā.

Labs piemērs ir Rīgas domes īstenotā grantu programma „Atspēriens”²⁵⁰. Lai atbalstītu mazo un vidējo uzņēmumu attīstību, Rīgas dome sadarbībā ar *Swedbank* kopš 2009. gada realizē grantu programmu „Atspēriens”. No 2009. līdz 2011. gadam programmas ietvaros tika atbalstīti 69 uzņēmumi. Programmas „Atspēriens” konkursa uzvarētājiem tika sniegts gan finansiāls atbalsts, gan piedāvāta iespēja apmeklēt seminārus par uzņēmējdarbībā svarīgiem jautājumiem.

Lai sekmētu sabiedrības līdzdalību novada problēmu risināšanā un lēmumu pieņemšanā, noskaidrotu iedzīvotāju viedokli par labklājību novadā, nodrošinātu sadarbību ar iedzīvotāju sociālām grupām, sekmētu novada attīstību, kā arī uzņēmējdarbības attīstību novadā, Salaspils pašvaldība iesaistījās ES ERAF projektā „Kopā par līdzatbildības teritorijām” (*Together With Territories for Co – responsibility*). Projekta ietvaros 24 fokussgrupu diskusiju rezultātā tika apkopots iedzīvotāju viedoklis par jautājumiem: „Kas priekš Jums ir labklājība?”; „Kas priekš Jums ir ne labklājība?”; „Ko vajadzētu darīt, lai sasniegtu labklājību?”; „Kādi konkrēti darbi pašvaldībai ir jāveic, lai uzlabotu labklājību novadā?”; „Ko Jūs paši esat gatavi darīt labklājības uzlabošanai novadā?”. Kā galvenās problēmas, kas ietekmē iedzīvotāju labklājību Salaspils novadā, tika minētas darbavietu trūkums, neatbilstoša samaksa par padarīto darbu, augsti nodokļi. Fokusgrupu diskusijas parādīja, ka iedzīvotājiem ir atbalstoša attieksme pret uzņēmējdarbību, ka novadā ir cilvēki, kuri domā par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Fokusgrupu diskusijās tika norādīts, ka, lai uzlabotu nodarbinātību novadā, uzņēmējiem būtu nepieciešams vēl lielāks atbalsts no pašvaldības puses. Projekta īstenošanas rezultātā tika izvērtēta situācija

²⁵⁰ Grantu programma „Atspēriens”. Rīgas pašvaldības portāls. Sadaļa Uzņēmējiem / Internets - https://www.riga.lv/LV/Channels/Business/atbalsts/grantu_shemas_atsperiens/default.htm - skatīts 10.02.2012.

Salaspils novadā, klasificētas galvenās problēmas, ņemot vērā visu novada sociālo grupu viedokli, izstrādāts Rīcības plāns, izveidota Atbalsta grupa, kas turpmāk sekos līdzī Rīcības plāna realizēšanai, kā arī piedalīsies novada attīstībai svarīgu lēmumu pieņemšanā. Apkopojums par fokusgrupu diskusijās izteiktiem viedokļiem attiecībā uz nodarbinātību un ekonomiskām aktivitātēm labklājības nodrošināšanai Salaspils novadā ietverts 4. pielikumā.

Atbalstu un palīdzību dažādu nozaru uzņēmējiem sniedz izveidotās profesionālās, nozaru, reģionālās asociācijas, biedrības, federācijas un padomes - Latvijas Darba devēju konfederācija, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, Viegglās rūpniecības uzņēmumu asociācija, Latvijas Būvnieku asociācija, Mazo un vidējo komersantu un amatniecības konsultatīvā padome, Latvijas Kokrūpniecības federācija, Latvijas Mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācija, Latvijas Pārtikas uzņēmumu federācija, Latvijas personāla vadīšanas asociācija, Latvijas Kvalitātes asociācija, Latvijas nacionālā kravas ekspeditoru un loģistikas asociācija, Latvijas Amatniecības kamera un citas, kā arī uzņēmēju biedrības un asociācijas reģionos un novados. Tās sniedz informatīvu atbalstu, konsultācijas dažādos ar uzņēmējdarbību saistītos jautājumos, palīdz organizēt speciālistu apmācības, palīdz nodibināt kontaktus ar citu valstu uzņēmējiem, pārstāv uzņēmēju intereses Latvijā un ārzemēs, izsniedz licences. Griess (*Gries*) un Naudes (*Naude*)²⁵¹ norādījuši, ka uzņēmējdarbības atbalstam izveidotās institūcijas ļauj uzņēmējam saskatīt izdevību un to realizēt, tas atsaucas uz uzņēmuma vadīšanu, produktivitāti, konkurētspēju.

Ierobežotie finanšu resursi ir viens no būtiskākajiem mazo uzņēmumu attīstību ietekmējošiem faktoriem, ko pierāda Nihtera (*Nichter*), Goldmarka (*Goldmark*), Vanga (*Wang*), Kostello (*Costello*) un citu zinātnieku veiktie zinātniskie pētījumi, plašāk analizēts darba pirmajā nodaļā. Lai iegūtu līdzekļus jaunu uzņēmumu dibināšanai un attīstībai, inovatīvu produktu, pakalpojumu, tehnoloģiju ieviešanai, eksporta tirgu apgūšanai, mazos uzņēmumos būtu jācenšas izmantot ES fondu līdzekļus.

2.2.2. ES fondi - atbalsts maziem uzņēmumiem

ES fondu finansējumam ir liela nozīmē uzņēmējdarbības sekmēšanā. Zinātniskus pētījumus par ES fondu izmantošanas problēmām mazos uzņēmumos un ES fondu ietekmi uz mazo uzņēmumu attīstību ir veikuši Devins (*Devins*), Džonsons (*Johnson*), Boters (*Boter*), Landstroms (*Lundstrom*), Normans (*Norrman*), Bagers-Sjogrens (*Bager-Sjogren*) un citi zinātnieki. Zinātniskos pētījumos ir pierādīta ES fondu līdzekļu nozīmīgā ietekme uz uzņēmuma konkurētspēju, inovāciju ieviešanu, attīstību.

²⁵¹ Gries, T., Naude, W. Entrepreneurship and human development: A capability approach. *Journal of Public Economics*. Vol. 95, 2011, pp. 216–224.

ES fondu atbalsts ir paredzēts gan jaunu uzņēmumu dibināšanai, gan esošo uzņēmumu attīstībai. Latvijā ir vairākas institūcijas, kuras administrē ES struktūrfondu programmas. Aizdevumus MVU attīstībai sniedz *Latvijas Hipotēku un zemes banka*, 2011. gadā realizējot sekojošas attīstības programmas: 1) „MVU izaugsmes aizdevums” – aizdevumus varēja saņemt mazie un vidējie uzņēmēji un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvās sabiedrības, kurām bija izstrādāti ekonomiski pamatoti turpmākās darbības plāni, bet nebija pieejams kredītiestāžu finansējums paaugstinātu risku dēļ, programmā tika piesaistīti Eiropas Investīciju bankas (EIB) līdzekļi, kā arī Eiropas Investīciju fonda (EIF) garantijas; 2) „Komersantu konkurētspējas uzlabošanas programma” - mazie, vidējie un lielie uzņēmumi varēja saņemt atbalstu konkurētspējas uzlabošanai, programmā tika piesaistīts ERAF līdzfinansējums; 3) „Mazo un vidējo komersantu mikrokredīti” - iespēja saņemt mikrokredītus investīcijām un apgrozāmiem līdzekļiem; 4) „Apgrozāmo līdzekļu aizdevumi lauksaimniekiem” - piedāvāja apgrozāmo līdzekļu aizdevumus lauksaimniekiem; 5) „Kredītu fonda aizdevumi” - aizdevumi investīcijām lauku saimniecībās, ja projektu bija apstiprinājis Lauku atbalsta dienests.

Jauno MVU atbalstam, Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija, izmantojot ES struktūrfondu līdzfinansējumu, 2011. gadā realizēja programmas: 1) „Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai”; 2) „Pasākumi motivācijas celšanai un uzņēmējdarbības uzsākšanai”; 3) „Sēklas un uzsākšanas kapitāla fonds”. Hipotēku banka ar Eiropas Sociālā fonda līdzfinansējumu 2011. gadā realizēja „Starta programmu” (sk. 2.4. pielikumu).

Programmā „Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai” varēja pieteikties iedzīvotāji darbaspējas vecumā, kuri vēlējās uzsākt savu uzņēmējdarbību, kā arī komersanti, kuri bija reģistrējuši savu komercdarbību ne ilgāk kā trīs gadus. Programma paredzēja konsultācijas biznesa plāna izstrādāšanā un realizācijā, apmācības un finansiālo atbalstu. Bez tam mikro un mazie uzņēmumi, kuri komercregistrā bija reģistrēti ne ilgāk par diviem gadiem, varēja saņemt atbalstu piesakoties Biznesa inkubatorā.

„Starta programmas” mērķis bija veicināt jauno uzņēmēju aktivitāti, programmas ietvaros bija iespējams mācīties tiem, kam nepieciešams apgūt zināšanas uzņēmējdarbībā, kā arī saņemt finanšu atbalstu.

Programmas „Pasākumi motivācijas celšanai un uzņēmējdarbības uzsākšanai” ietvaros varēja piedalīties dažādos LIAA rīkotos pasākumos, kā, piemēram, biznesa ideju konkursā, augstāko izglītības iestāžu vecāko kursu studentiem apmācībuursos "Kļūsti par uzņēmēju 5 dienās", inovācijas un motivācijas semināros.

Programma „Sēklas un uzsākšanas kapitāla fonds” bija paredzēta noteiktiem mērķiem un finansējumu varēja saņemt inovatīvi mikro, mazie un vidējie uzņēmumi ar starptautisku izaugsmes potenciālu.

Kvalificēta darbaspēka nodrošināšanai Latvijas Republikas EM izmantojot ES struktūrfondu līdzfinansējumu 2011. gadā realizēja programmas: 1) „Augstas kvalifikācijas darbinieku piesaiste”; 2) „Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai - atbalsts partnerībās organizētām apmācībām”; 3) „Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai - atbalsts komersantu individuāli organizētām apmācībām”.²⁵²

Ar 2011. gadu MVU atbalsts bija pieejams arī no Eiropas investīciju fonda (EIF). Līdz tam līdzekļi no EIF bija pieejami tikai jau ilgāku laiku strādājošiem uzņēmumiem, kuriem bija nepieciešamas lielāka apjoma investīcijas, kā arī uzņēmumiem, kuri strādāja inovatīvo un augsto tehnoloģiju jomā.

Lai atbalstītu jaunu produktu, pakalpojumu un tehnoloģiju ieviešanu, Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija 2011. gadā realizēja programmas inovāciju atbalstam arī maziem uzņēmumiem: 1) „Tehnoloģiju pārnese kontaktpunkti”; 2) „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde atbalsts jaunu produktu un tehnoloģiju ieviešanai ražošanā”; 3) „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde - atbalsts rūpnieciskā īpašuma tiesību nostiprināšanai”; 4) „Kredītu garantijas”; 5) „Aizdevumi komersantu konkurētspējas uzlabošanai”; 6) „Investīciju aizdevumi”. Atsevišķās nozarēs tika realizētas arī programmas „Riskā kapitāla finansējums” un „Atbalsts ieguldījumiem mikro, maziem un vidējiem komersantiem īpaši atbalstāmajās teritorijās”. Programma „Tehnoloģiju pārnese kontaktpunkti” bija domāta sadarbības veicināšanai starp komersantiem un augstskolām, zinātniski pētnieciskiem institūtiem, tādējādi sekmējot inovatīvu produktu, pakalpojumu, tehnoloģiju ieviešanu.

Lai sekmētu inovāciju ieviešanu, pētniecības atbalstam Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija programmā „Uzņēmējdarbība un inovācijas” 2007. 2013.gada plānošanas periodā realizē pasākumus: 1) „Atbalsts zinātnei un pētniecībai”; 2) „Atbalsts starptautiskās sadarbības projektiem zinātnē un tehnoloģijās”; 3) „Zinātnes infrastruktūras attīstība”; 3) „Informācijas tehnoloģiju infrastruktūras un informācijas sistēmu uzlabošana zinātniskajai darbībai”.

Lai atbalstītu uzņēmēju un zinātnieku sadarbību, Latvijas tautsaimniecībai svarīgākajās nozarēs, ar 2011. gadu sekmīgi darbu uzsākuši 6 Kompetences centri, kuros apvienojušies 70 uzņēmumi un 20 zinātniskās iestādes. No ERAF šo centru veidošanai un pētniecībai līdz

²⁵² Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. Sadaļa Valsts atbalsts, / Internets - www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30258 - skatīts 28.02.2010.

2015. gadam būs pieejami 36,3 milj. latu.²⁵³ Programmas ietvaros zinātnieki un uzņēmēji kopīgi strādā pie rūpnieciskiem pētījumiem, lai izstrādātu inovatīvus produktus un tehnoloģijas. Tādējādi ar Kompetences centru palīdzību tiktu paaugstināta uzņēmumu konkurētspēja un sekmēta visas nozares attīstība.

Viens no atbalsta instrumentiem uzņēmējiem Latvijā ir biznesa inkubatori. Vairāki biznesa inkubatori jau sekmīgi darbojas Latvijas reģionos, kā, piemēram, Rīgas reģionā - „Rīgas reģiona attīstības inkubators” un „Creative Andrejsala” radošās industrijas biznesa inkubators; Vidzemes reģionā - „Biznesa inkubators Magnus” un „Valmieras Biznesa un inovāciju inkubators”; Kurzemes reģionā - „Ventspils augsto tehnoloģiju parks” un „Kurzemes biznesa inkubators”; Zemgales reģionā - „JIC Biznesa inkubators”; Latgales reģionā - „Latgales aparātbūves tehnoloģiskais centrs”. Katram biznesa inkubatoram ir noteikta darbības teritorija, vairākiem ir izveidotas filiāles Latvijas novados. Biznesa inkubators uzņēmumiem sniedz ilgtermiņa finansiālu atbalstu, piedāvā atbilstošas telpas uzņēmējdarbības realizēšanai un attīstībai, informācijas un komunikācijas tehnoloģiju pakalpojumus, kā arī mārketinga, eksporta, loģistikas, menedžmenta un citas konsultācijas.

Lai uzņēmums pastāvētu un attīstītos, svarīgi nodrošināt saražoto produktu un pakalpojumu realizāciju, īpaši aktuāla šī problēma ir situācijā, kad vietējā tirgus apjoms bieži ir nepietiekošs. Tādēļ ne tikai lieliem uzņēmumiem, bet arī maziem uzņēmumiem jāapgūst jauni preču un pakalpojumu tirgi. Zinātnisko pētījumu rezultāti apliecina valsts eksporta atbalsta pasākumu nozīmīgumu jaunu eksporta tirgu apgūšanā, palīdzot uzņēmumiem pārvarēt eksporta grūtības, sniedzot zināšanas un pieredzi eksporta tirgu apgūšanā. Eksporta atbalstam daudzas valstis ir izveidojušas eksporta atbalsta programmas vai palielinājušas budžetu šādām programmām, ar mērķi palīdzēt mazajiem un vidējiem uzņēmumiem uzlabot darbību eksporta jomā. Maziem uzņēmumiem bieži ir ierobežoti līdzekļi un trūkst zināšanu, lai veiktu vispusīgu iespējamo eksporta tirgu izpēti, tādēļ valsts atbalsts tirgu izpētē maziem uzņēmumiem ir ļoti svarīgs. Eksporta programmu ietvaros tiek sniegta informācija par eksporta tirgiem, iepazīstināts ar iespējām un riskiem, atbalstīta kreditēšana, rīkotas izstādes, tirdzniecības misijas, lai uzņēmēji labāk varētu iepazīt ārzemju tirgus, apzināt potenciālos klientus, konkurentus, piegādātājus, reklamētu savus produktus, pakalpojumus, dibinātu kontaktus. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija uzņēmējdarbības atbalstam ar ES struktūrfondu līdzfinansējumu 2011. gadā realizēja programmas uzņēmuma eksporta spēju paaugstināšanai: 1) „Ārējo tirgu apgūšana – ārējais mārketing”; 2) „Ārējo tirgu apgūšana nozaru starptautiskās konkurētspējas stiprināšana”; 3) „Īstermiņa eksporta kredītu garantijas”.

²⁵³ Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. Sadaļa Valsts atbalsts, / Internets - www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30258 - skatīts 28.02.2010.

Paplašināt savas zināšanas, iegūt atbalstu uzņēmējdarbības uzsākšanai, attīstībai iespējams piedaloties rīkotos konkursos. LIAA kopš 2007. gada realizē inovatīvu biznesa ideju konkursu „Ideju Kauss”, projekta „Inovācijas uzņēmējdarbības motivācijas programma” ietvaros, ko līdzfinansē ERAF un ES. Konkurss „Ideju Kauss” dod iespēju ikvienam pilngadīgam Latvijas iedzīvotājam īstenot savu biznesa ideju un iegūt biznesa uzsākšanai nepieciešamās prasmes, pieredzi, kontaktus un finansējumu.

No 2008. gada Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA), SIA *Lattelecom* un *a/s Swedbank* rīko konkursus maziem un vidējiem eksporta uzņēmumiem „Izrāviens”, kura mērķis ir uzlabot Latvijas eksportējošo uzņēmumu konkurētspēju, sniedzot konsultācijas un ieteikumus finanšu, informācijas tehnoloģiju un tehnoloģiju jomā, uzņēmumu darbības procesu organizēšanā un ārzemju tirgus specifikā.

Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija sadarbībā ar LIAA no 2005. gada katru gadu organizē konkursu „Eksporta un Inovācijas balva”, kurā liela konkurence parasti ir arī mazo uzņēmumu grupā. Uzvarētāji var bez maksas piedalīties valsts amatpersonu un uzņēmēju ārzemju vizītēs un LIAA organizētās tirdzniecības misijās.

ES fondu aktivitāšu īstenošanas progress 2007. 2013. gada plānošanas periodā, uz 2011. gada 1. februāri, rāda, ka personas un organizācijas aktīvi iesaistās ES struktūrfondu līdzekļu apgūvē gan programmās, kas atbalsta uzņēmējdarbības uzsākšanu, apmācības un kvalifikācijas paaugstināšanu, gan inovācijas atbalstošās programmās. Daudzās programmās uzņemtās saistības bija pārsniegušas 50% no programmas kopējā publiskā finansējuma. Piemēram, programmas "Cilvēkresursi un nodarbinātība" aktivitātē "Augstas kvalifikācijas darbinieku piesaiste" uzņemtās saistības sastādīja 56% no finansējuma, aktivitātē "Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai - atbalsts partnerībās organizētām apmācībām" uzņemtās saistības sastādīja 100%, aktivitātē "Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai" uzņemtās saistības sastādīja 43,45%. Programmas "Uzņēmējdarbība un inovācijas" aktivitātē "Tehnoloģiju pārnese kontaktpunkti" uzņemtās saistības sastādīja 76,75%, aktivitātē "Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde" uzņemtās saistības sastādīja 77,51%, aktivitātē "Augstas pievienotās vērtības investīcijas" uzņemtās saistības sastādīja 100%, aktivitātē "Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai" uzņemtās saistības sastādīja 148,71%, aktivitātē "Atbalsts ieguldījumiem mikro, maziem un vidējiem komersantiem īpaši atbalstāmajās teritorijās" uzņemtās saistības sastādīja 90,15%, aktivitātē "Biznesa inkubatori" uzņemtās saistības sastādīja 100% no finansējuma (sk. 2.3. pielikumu).²⁵⁴ Līdz 2010. gada 31.decembrim

²⁵⁴ Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija, Sadala ES fondi, Īstenošanas progress / Internets - www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30252 - skatīts 28.02. 2011.

kopumā ES struktūrfondu projekti bija apstiprināti par 2704,6 milj. latu jeb 77,7% no 2007. - 2013. gada plānošanas periodā pieejamā publiskā finansējuma.²⁵⁵

Autores veiktajā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā 2010. un 2011. gadā (sk. 5. pielikumu), kuras rezultāti detalizētāki analizēti darba trešajā nodaļā, uzņēmumu vadītāji visaugstāk novērtētās ES fondu programmas bija „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde” un „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde - atbalsts jaunu produktu un tehnoloģiju ieviešanai ražošanā”. Kā vienu no galvenajiem iemesliem, kas traucē pieteikties ES fondu projektiem mazo uzņēmumu vadītāji minējuši informācijas trūkumu.

Autore, analizējot informācijas pieejamību internetā par uzņēmējdarbību atbalstošiem pasākumiem 2010. gadā konstatēja, ka informācija par atbalsta programmām uzņēmējdarbības uzsākšanai un uzņēmumu attīstībai nav pilnībā apkopota, tā atrodama dažādās interneta vietnēs Ekonomikas ministrijas mājas lapā (www.ek.gov.lv), LIAA mājas lapā (www.liaa.lv), ES fondu mājas lapā (www.esfondi.lv), Izglītības un zinātnes ministrijas mājas lapā (www.izm.gov.lv), Finanšu ministrijas mājas lapā (www.fm.gov.lv), Hipotēku bankas (www.hipo.lv) un tās struktūrvienības *ALTUM* mājas lapā (www.altum.lv), Latvijas garantiju aģentūra mājas lapā (www.lga.lv/kreditu-garantijas), SEB bankas mājas lapā (www.seb.lv), *Swedbank* mājas lapā (www.swedbanka.lv), SIA "Baltcap Management Latvija mājas lapā (www.baltcap.com/en/jeremie-funds/latvia/lv), Imprimatur Capital mājas lapā (www.imprimaturcapital.com/Contactus.html). Autore uzskata, ka, lai mazo uzņēmumu vadītāji varētu veiksmīgāk izmantot valsts atbalstu, informācijai par atbalsta pasākumiem būtu jābūt apkopotai, kā arī viegli atrodamai.

Jāatzīmē, ka ministriju mājas lapās ir atrodams to atbildībā esošo ES fondu programmu aktivitāšu apkopojums, tomēr, arī no šīm lapām bieži, lai iegūtu plašāku informāciju, ir jāpieslēdzas attiecīgās sadarbības iestādes mājas lapai. Testējot šīs lapas autore konstatēja, ka informācija par pieejamām aktivitātēm katras sadarbības iestādes mājas lapā ir noformēta un izvietota atšķirīgi, līdz ar to lietotājam ir grūti ātri atrast tieši vajadzīgo informāciju, to izprast un izmantot, kā rezultātā nelietderīgi tiek tērēts laiks un resursi. Īpaši aktuāli tas ir mazo uzņēmumu vadītājiem, kur bieži vadītājam pašam ir arī jānodarbojas ar pieejamo atbalsta pasākumu meklēšanu un pieteikumu dalībai sagatavošanu. Lauku rajonos, kur interneta pieslēguma ātrums bieži ir lēns vai internets labākā gadījumā ir pieejams tikai bibliotēkās un skolās, informācijas iegūšana sagādā vēl lielākas grūtības, uzņēmēji par aktīviem atbalsta

²⁵⁵ Latvijas Republikas Finanšu ministrijas informatīvais ziņojums par ārvalstu finanšu resursu (Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda, Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta, Norvēģijas valdības divpusējā finanšu instrumenta un Latvijas un Šveices sadarbības programmas) apguvi līdz 2010.gada 31.decembrim / Internets -http://www.esfondi.lv/upload/Uzraudziba/Ceturksna_zinojumi/FMzino_160211_ES_fondi.pdf - skatīts 28.02. 2011.

pasākumiem var uzzināt iespējams tikai pašvaldībās vai uzņēmēju biedrībā, ja tāda novadā ir nodibināta.

Autores veiktajā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā 2010. un 2011. gadā, vadītāji, kuri izmanto internetu, atzīmējuši, ka informācija par valsts atbalsta pasākumiem, ES fondiem internetā bieži nav apkopota un tās iegūšanai ir jāpatērē ilgs laiks, kā arī, ka nereti informācija nav pilnīga vai ir grūti saprotama. Informācijas trūkuma rezultātā uzņēmēji nereti neizmanto tiem pieejamās iespējas. Tikai 3,6% mazo uzņēmumu vadītāju informācijas pieejamību par valsts atbalsta pasākumiem, ES fondiem vērtējuši kā labu, gandrīz puse vadītāju kā ne visai labu, bet 5,45% vadītāju norādījuši, ka informācija ir ļoti grūti atrodama, detalizētāki mazo uzņēmumu vadītāju vērtējums par informācijas pieejamību par valsts atbalsta pasākumiem un ES fondiem analizēts darba trešajā nodaļā.

Jaunu uzņēmumu dibināšanas atbalstam un bezdarba samazināšanai, Nodarbinātības valsts aģentūra (NVA) ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu realizē pasākumu „Komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai”, tā mērķis ir sniegt konsultācijas un finanšu atbalstu bezdarbniekiem, kuri ir ieguvuši iepriekš izglītību uzņēmējdarbības jomā, uzsākt komercdarbību vai pašnodarbinātību un veiksmīgi darboties izvēlētajā jomā ne mazāk kā divus gadus. Šāds pasākums stimulē bezdarbniekus kļūt par pašnodarbināto personu, uzsākt savu komercdarbību, sniedz nozīmīgu atbalstu biznesa plāna izstrādē un komercdarbības uzsākšanā gan ar konsultācijām, gan ar finansiālo atbalstu.

Latvijā laika posmā no 2008. līdz 2011. gadam, atbalstu biznesa plāna īstenošanai bija saņēmuši 193 bezdarbnieki, kas sastādīja 21% no pasākumā „Komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšana” iesaistītajiem bezdarbniekiem, atbalstu biznesa plāna sagatavošanai bija saņēmuši 727 bezdarbnieki, kas sastādīja 79% no pasākumā iesaistītajiem bezdarbniekiem. Pēc autores domām, atbalsta pasākums „Komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai” vērtējams kā veiksmīgs. To apliecina dati, ka visi bezdarbnieki, kuri 2008. gadā ieguva atbalstu biznesa plāna īstenošanai, bija realizējuši savu biznesa plānu un turpināja patstāvīgi darboties. 2009. gadā no 80 atbalstu ieguvušiem biznesa plāniem tikai divi ir bijuši neveiksmīgi. Jāatzīmē, ka daži no pasākuma dalībniekiem, kuri saņēma atbalstu biznesa plāna izstrādei, bet nesaņēma tālāk atbalstu biznesa plāna īstenošanai, bija veiksmīgi to realizējuši pašu spēkiem. Autore uzskata, ka pasākuma pozitīvos rezultātus nodrošina pasākuma nosacījumi, ka dalībniekiem ir jābūt izglītībai uzņēmējdarbības vai biznesa vadības jomā, kuru iespējams iegūt arī apmeklējot Nodarbinātības valsts aģentūras organizētos kursus, kā arī iespēja saņemt konsultācijas, izstrādājot un realizējot biznesa plānu,

finanšu atbalsts, uzsākot biznesu, un ikmēneša pabalsts pirmos sešus mēnešus 200 Ls apmērā.²⁵⁶

Autore uzskata, ka iniciatīva uzsākt savu biznesu, īpaši atbalstāma tajos Latvijas reģionos, kur ir maz brīvo darba vietu un uzsākt savu uzņēmējdarbību ir gandrīz vienīgais veids, kā kļūt par nodarbināto un gūt ienākumus.

Kā liecina statistikas dati, darbaspēku resursi Latvijā samazinās, ekonomiski aktīvo iedzīvotāju skaits 2012. gadā salīdzinot ar 2010. gadu bija samazinājies aptuveni par 127,7 tūkst.²⁵⁷ Tai pašā laikā augušas darbaspēka profesionālās kvalifikācijas prasības. Darbaspēka resursu samazinājuma iemesli ir demogrāfisko rādītāju pasliktināšanās, iedzīvotāju emigrācija, ilgstošs bezdarbs, kā rezultātā zūd prasmes un motivācija strādāt algotu darbu vai uzsākt savu biznesu. Nākotnē un arī jau pašreiz, neskatoties uz augsto bezdarba līmeni valstī, uzņēmēji var saskārties ar problēmu, ka trūkst kvalificēts darbaspēks.

Eiropas Profesionālās izglītības attīstības centra (CEDEFOP) 2010.gada pētījumā “Prasmju pieprasījums un piedāvājums Eiropā līdz 2020.gadam”²⁵⁸ prognozēts, ka laika periodā no 2010. gada līdz 2020.gadam Eiropas Savienībā palielināsies pieprasījums pēc augstas kvalifikācijas darbiniekiem, vidēji no 29,4 % 2010. gadā līdz 35,2 % 2020. gadā, un samazināsies pieprasījums pēc zemas kvalifikācijas darbaspēka, vidēji no 20,3% 2010. gadā līdz 14,5% 2020. gadā, pieprasījums pēc vidējas kvalifikācijas darbaspēka šai laika posmā gandrīz nemainīsies un sastādīs vidēji 50,3%. Šai pētījumā norādīts, ka darba vietu skaits Eiropas Savienībā samazināsies primārajās nozarēs ražošanā, būvniecībā un lauksaimniecībā, turpretim pakalpojumu nozarēs no 2010. gada līdz 2020. gadam sagaidāms darba vietu pieaugums vidēji par 3,4%, bet transporta nozarē vidēji par 0,6%.

Faria (*Faria*), Kuestas (*Cuestas*), Mourela (*Mourelle*), Remeikienes (*Remeikiene*), Startienes (*Startien*), Keslera (*Kessler*), Frenka (*Frank*), Ritsila (*Ritsila*), Tervo (*Tervo*), Turika (*Thurik*), Karrija (*Carree*), Stela (*Stel*), Audreča (*Audretsch*) un citi zinātniskie pētījumi pierāda, ka vērā ņemams potenciālais darbaspēka resurss ir bezdarbnieki, un apstiprina bezdarba saistību ar uzņēmējdarbības uzsākšanu, plašāk zinātniskie pētījumi analizēti darba pirmajā nodaļā.

²⁵⁶ Pasākumi komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai. Nodarbinātības valsts aģentūras mājas lapa. Sadaļa Klientiem, Bezdarbniekiem, Pasākumi komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai / Internets - <http://www.nva.gov.lv/index.php?cid=3&mid=311#komerc> - skatīts 20.09.2012.

²⁵⁷ Nodarbinātība un bezdarbs. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Iedzīvotāji un sociālie procesi / Internets - <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/Iedzsoc/Ikgadējie%20statistikas%20dati/Nodarbinatiba/Nodarbinatiba.asp> - skatīts 22.08.2013.

²⁵⁸ “Prasmju pieprasījums un piedāvājums Eiropā līdz 2020.gadam” CEDEFOP - Eiropas Profesionālās izglītības attīstības centrs - 2010.gada pētījums, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2010 / Internets - www.cedefop.europa.eu/EN/publications/15540.aspx - skatīts 16.04.2011.

Bieži darba meklētājiem trūkst darba tirgū nepieciešamās prasmes, īpaši tiem, kas darbu meklē ilgstoši. Hartšorns (*Hartshorn*) un Sears (*Sear*)²⁵⁹ norādījuši, jo ilgāku laiku cilvēks ir bijis bezdarbnieks, jo vairāk zūd viņa prasmes un kompetence, kas ir nepieciešama, lai kļūtu par nodarbināto. Munoz-Bullona (*Munoz-Bullons*) un Kueto (*Cueto*)²⁶⁰ secinājuši, ka, jo ilgāku laiku cilvēks ir bijis bezdarbnieks, jo atgriešanās algotā darbā ir vairāk apgrūtināta, mazāka ir varbūtība, ka arī uzsāktā saimnieciskā darbība būs veiksmīga.

Ilgstošie bezdarbnieki Latvijā 2010. gada beigās sastādīja aptuveni 36,6% no visu bezdarbnieku kopējā skaita, visvairāk bezdarbnieku bija Latgales reģionā (45%) (sk. 2.5. pielikumu).

Nodarbinātības valsts aģentūra ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu īsteno vairākus aktīvās nodarbinātības pasākumus, kuros 2010. gada 11. mēnešos un 2009. gadā kopumā dalību uzsākušo bezdarbnieku skaits bija 276 461. Lai sekmētu ilgstošo bezdarbnieku atgriešanos darba tirgū, 2009. gada 14. jūlijā Ministru kabinets apstiprināja noteikumus Nr. 786 „Grozījumi Ministru kabineta 2008. gada 10. marta noteikumos Nr. 166 "Noteikumi par aktīvo nodarbinātības pasākumu un preventīvo bezdarba samazināšanas pasākumu organizēšanas un finansēšanas kārtību un pasākumu īstenotāju izvēles principiem", kas nosaka, ka sākot ar 2009. gada septembri ir ieviests jauns aktīvās nodarbinātības pasākums - "Apmācība darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai, ja darba devējs ir pašvaldība", kura mērķis bija sniegt atbalstu tiem bezdarbniekiem, kuri nesaņem bezdarbnieka pabalstu, taču ir gatavi iesaistīties darba praksē pašvaldībā, veicot sabiedrībai derīgus fiziska rakstura darbus, par to saņemot stipendiju 100 latu apmērā (no 2011. gada jūlija 80 lati).

Lai novērtētu ilgstošos bezdarbniekus Latvijā, kā potenciālo darbaspēku, viņu gatavību iekļauties darba tirgū, autore analizējusi mājsaimniecību aptaujas, pašvaldību aptaujas un ekspertu aptaujas datus. Aptaujas tika veiktas novērtēšanas pētījuma „Aktīvā nodarbinātības pasākuma „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai” rezultātu novērtējums” ietvaros, laikā no 2010. gada 16. septembra līdz 2011. gada 16. maijam. Pētījumu veica Latvijas Lauksaimniecības un meža zinātņu akadēmija, pētījumā piedalījās arī autore.

Mājsaimniecību aptaujas īstenošanu un datu ievadi veica SIA „GfK Custom Research Baltic”. Mājsaimniecību aptaujas analīzei tika veiktas intervijas 3065 mājsaimniecībās. Mājsaimniecību aptaujas dalībnieku raksturojums reģionālā griezumā: no Kurzemes 793

²⁵⁹ Hartshorn, C., Sear, L. Employability and Enterprise: Evidence from the North East, *Urban Studies*, Vol. 42 (2), 2005, pp. 271–283.

²⁶⁰ Munoz-Bullon, F., Cueto, B. The sustainability of start-up firms among formerly wage-employed workers, *International Small Business Journal*, Vol. 29 (1), 2010, pp. 78–102.

mājsaimniecības, no Latgales 451 mājsaimniecība, no Rīgas 618 mājsaimniecības, no Vidzemes 659 mājsaimniecības, no Zemgales 544 mājsaimniecības.

Pašvaldību pārstāvju aptaujā tika aicināti piedalīties visu pašvaldību pārstāvji (Sociālās nodaļas vadītājus vai speciālistus), kopumā aptaujā piedalījās 118 respondenti. Informācija par pašvaldībām un tajās strādājošiem darbiniekiem tika ņemta no Latvijas Pašvaldību savienības mājas lapas. Ekspertu aptaujā piedalījās 23 eksperti darba tirgus jomā no 21 organizācijas.

Mājsaimniecību aptaujas datu analīzes rezultāti liecina, ka lielākā daļa ilgstošo bezdarbnieku ir vecāki par 45 gadiem ar profesionālo vai vispārējo vidējo izglītību (53% respondenti bija vecāki par 45 gadiem, 12% bija vecuma grupā 40 – 44 gadi, savukārt tikai 8% bija vecuma grupā 20 – 24 gadi; augstākā izglītība bija 3% pasākumā iesaistīto, savukārt pamatizglītība un nepabeigta pamatizglītība bija 30% dalībnieku, 66% dalībnieku bija profesionālā vai vispārējā vidējā izglītība). Ilgstošo bezdarbnieku vēlme atgriezties darba tirgū nav liela, 39% ilgstošo bezdarbnieku nav aktīvi meklējuši darbu pēdējo četru nedēļu laikā. Mājsaimniecību aptaujā iegūtie rezultāti, pierāda, ka dalība pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai” ir paaugstinājusi iesaistīto cilvēku vēlmi meklēt pastāvīgu darbu 51,5% respondentu. Būtiska daļa aptaujāto - 31,6% norādījuši uz komunikācijas spēju pieaugumu pēc dalības pasākumā, 7% aptaujāto norādījuši pat, ka komunikācijas spējas ir kļuvušas daudz lielākas (sk. 2.6. pielikumu). Ilgstošo bezdarbnieku zemais izglītības līmenis, ilgstoša nestrādāšana savā profesijā, liecina, ka to profesionālās prasmes iespējams ir zemas.

Pašvaldību pārstāvji norādījuši, ka ilgstošo bezdarbnieku spēja iekārtoties pastāvīgā darbā ir zema, kas daļēji ir saistīta ar darbavietu trūkumu, bet lielā mērā arī ar pašu cilvēku neieinteresētību atrast pastāvīgu darbu. Pašvaldību pārstāvji arī minējuši, ka ilgstošiem bezdarbniekiem pārsvarā ir zemas darba prasmes un iemaņas, kas neatbilst darba tirgus prasībām un ietekmē pastāvīga darba atrašanu (sk. 2.7. pielikumu). Eksperti atzīmējuši, ka ilgstoša bezdarba rezultātā cilvēki zaudē kvalifikāciju, kā arī samazinās viņu pašvērtējums.

Mājsaimniecību aptauja, pašvaldību aptauja un ekspertu aptauja pierādīja, ka ilgstošs bezdarbs ietekmē bezdarbnieku darba prasmes, mazina vēlmi un gatavību atgriezties darba tirgū. Pieaugušo mūžizglītība, bezdarbnieku apmācības sistēma, kur darba devēju pieprasījumu, nozares izaugsmes iespējas saistītu ar darba meklētāju esošām prasmēm un darba pieredzi, ļautu cilvēkiem apgūt un papildināt darba tirgum vajadzīgās zināšanas, prasmes un atrast darbu, savukārt uzņēmējus nodrošinātu ar darbaspēku.

Mazā uzņēmuma vadītājam jāseko līdzi izmaiņām likumdošanā, pieejamiem valsts atbalsta pasākumiem un ES struktūrfondu projektiem un jāizmanto uzņēmuma vadīšanā.

Mūsdienu mainīgajā vidē, lai nodrošinātu uzņēmuma konkurētspēju, ir svarīgi, cik ātri vadītājs reaģē uz izmaiņām, vai izmanto pieejamos atbalsta pasākumus, pieņem pareizos lēmumus, pārkārto ražošanu, ievieš jauninājumus. Tādēļ mazā uzņēmuma vadīšanā nozīmīga loma ir vadītāja zināšanām un prasmēm uzņēmuma vadīšanā.

2.3. Izglītība uzņēmējdarbībā augstskolu studiju programmās kā mazo uzņēmumu vadīšanas prasmju ietekmējošs faktors

Zinātniskos pētījumos pierādīts, ka mazo uzņēmumu vadītāji, kuri ieguvuši izglītību uzņēmējdarbībā, sekmīgāk vada uzņēmumu, vairāk iegulda uzņēmuma attīstībā un inovācijās. Izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu un tās ietekmes uz uzņēmējdarbības uzsākšanu, veikšanu un uzņēmuma attīstību ir pētījuši Grevenitcs (*Graevenitz*), Harhofs (*Harhoff*), Vēbers (*Weber*), Nihters (*Nichter*), Goldmarks (*Goldmark*), Kukerts (*Kuckertz*), Vegners (*Wagner*), Hartšorns (*Hartshorn*), Sears (*Sear*), Dženingss (*Jennings*), Bīvers (*Beaver*) un citi zinātnieki, kuru pētījumu rezultāti plašāk analizēti pirmajā nodaļā.

Ņemot vērā mazo uzņēmumu īpatsvaru Latvijā (98,29%), kā arī to, ka mazo uzņēmumu īpašnieki/vadītāji ir dažādu profesiju pārstāvji, augstākās izglītības iestādēs studentiem nepieciešams iegūt arī izglītību uzņēmējdarbībā, lai beidzot augstskolu būtu gatavi dibināt savu uzņēmumu un sekmīgi to vadīt.

Eiropas Komisijas pētījumā par izglītību uzņēmējdarbības jomā augstākās izglītības mācību iestādēs neekonomikas studiju programmās²⁶¹ minēts, ka nepieciešams stimulēt uzņēmējdarbības garu jauniešu vidū, veicināt inovatīva biznesa uzsākšanu, veicināt kultūru, kas ir draudzīga uzņēmējdarbībai. Eiropas Komisijas pētījumā norādīts, ka starpdisciplināra pieeja uzņēmējdarbības izglītībai nodrošina, ka studentiem, studējot jebkurā studiju virzienā, vienlaikus tiek attīstītas arī uzņēmējdarbības prasmes. Eiropas Komisijas pētījumā atzīmēts, ka studiju procesa organizēšanā ieteicams iesaistīt uzņēmējus, lai studijas nebūtu atšķirtas no prakses.

Audrečs (*Audretsch*)²⁶² norādījis, ka investīcijas jaunās zināšanās saistītas ar uzņēmējdarbības aktivizāciju. Osterbeks (*Oosterbeek*), Praags (*Praag*) un Ijselsteins (*Ijsselstein*) konstatējuši, ka līdz ar zināšanu uzņēmējdarbībā apgūšanu, pieaug arī varbūtība, ka tie, kas savu biznesu uzsāks, tajā darbosies veiksmīgi. Tomēr ne vienmēr izglītība uzņēmējdarbībā ietekmē pozitīvi motivāciju uzsākt savu biznesu. Osterbeka (*Oosterbeek*),

²⁶¹ Final Report of the Expert Group. Entrepreneurship in higher education, especially within non – business studies, Enterprise and Industry, European Commission, 2008, 68 p. / Internets - http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf - skatīts 01.03.2011.

²⁶² Audretsch, D. B. Emergence of the entrepreneurial society. *Business Horizons*, Vol. 52, 2009, pp. 505–511.

Praaga (*Praag*) un Ijselsteina (*Ijsselstein*)²⁶³ Nīderlandē veiktais pētījums liecina, ka apmācību rezultātā, studējošo motivācija uzsākt uzņēmējdarbību ir pat samazinājusies. Zinātnieki to izskaidro ar studentu iegūtām zināšanām par to, kas ir nepieciešams, lai uzsāktu savu biznesu un to veiksmīgu attīstītu, kā rezultātā daudzu optimisms par veiksmīgu biznesu samazinājies.

Latvijas Universitāšu asociācijas 2011. gadā veiktais pētījums liecina, ka ļoti daudzi Latvijas universitāšu absolventi nav ieguvuši zināšanas un prasmes uzņēmējdarbībā studiju laikā. Studējot Latvijas Universitātē (LU), Daugavpils Universitātē (DU), Latvijas Lauksaimniecības universitātē (LLU), Liepājas Universitātē, Rīgas Stradiņa universitātē (RSU), Rīgas Tehniskās universitātē (RTU), zināšanas un prasmes uzņēmējdarbības uzsākšanai nav apguvuši 27,3% studentu; ļoti zemā un zemā līmenī – 31,5% un vidējā līmenī – 27,1%, savukārt augstā un ļoti augstā līmenī – tikai 2,7%²⁶⁴.

Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumos Nr. 348²⁶⁵, noteikts, ka profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programmās jāiekļauj moduli vismaz sešu kredītpunktu apjomā uzņēmējdarbības profesionālās kompetenču veidošanai: uzņēmumu organizācija un dibināšana; vadīšanas metodes; projektu izstrādes un vadīšanas pamati; lietvedības un finanšu uzskaites sistēma; zināšanas par sociālā dialoga veidošanu sabiedrībā; darba tiesiskās attiecības reglamentējošajiem normatīvajiem aktiem.

Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrijas statistikas dati liecina, ka Latvijā 2011./2012. akadēmiskajā gadā valsts un juridisko personu dibinātajās augstskolās studēja 97035 studentu, profesionālās augstākās izglītības pamatstudiju programmās 42233. Kopumā augstākās izglītības iestādes īstenoja 920 studiju programmas, no kurām 342 bija akadēmiskās studiju programmas, 93 doktora studiju programmas un 578 profesionālās studiju programmas²⁶⁶.

Autores 2010. gadā veiktais pētījums par sešu valsts universitāšu, vienas valsts augstskolas un vienas juridisko personu dibinātas augstskolas: Latvijas Universitātes (LU), Daugavpils Universitātes (DU), Latvijas Lauksaimniecības universitātes (LLU), Liepājas Universitātes, Rīgas Stradiņa universitātes (RSU), Rīgas Tehniskās universitātes (RTU), Rēzeknes Augstskolas, Transporta un sakaru institūta (TSI), izmantojot AIKNC augstākās

²⁶³ Oosterbeek, H., Praag, M., Ijsselstein, A. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation, *European Economic Review*, Vol. 54, 2010, pp. 442–454.

²⁶⁴ „Universitāšu ieguldījums Latvijas tautsaimniecībā”. Latvijas Universitāšu asociācija. Rīga: 2012. 140. lpp.

²⁶⁵ "Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu" Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.348 "Grozījumi Ministru kabineta 2001.gada 20.novembra noteikumos" Nr.481 ("LV", 88 (3664), 01.06.2007.) [stājas spēkā 02.06.2007.]

²⁶⁶ Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija, Pārskats par Latvijas augstāko izglītību 2011. gadā. / Internets - http://izm.izm.gov.lv/upload_file/Izglitiba/Augstaka_izglitiba/Statistika/2011/Parskats_2011_AI.pdf. - skatīts 03.10.2012.

izglītības iestāžu akreditēto studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumus, liecina, ka ne visās profesionālās bakalauru studiju programmās bija iekļauti kursi, kuri sniedz zināšanas uzņēmējdarbības jomā 6 kredītpunktu apjomā. Minētajās augstākajās izglītības iestādēs laika posmā no 2007. gada 29. maija līdz 2010. gada septembrim neekonomikas un nevadībzinību studiju programmās pavisam bija akreditētas 142 bakalaura un profesionālās studiju programmas²⁶⁷. Studiju programmu analīzes rezultāti liecina, ka Latvijas Universitātē bija vislielākais studiju programmu skaits, kurās bija iekļauti studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā. Tādas studiju programmas LU sastādīja 63,3% no kopējā akreditēto studiju programmu skaita. Latvijas Lauksaimniecības universitātē studiju programmas, kurās bija uzņēmējdarbības izglītības modulis, sastādīja tikai 10% no akreditēto studiju programmu skaita, bet Daugavpils Universitātē 30,4%.

Neviens studiju kurss no uzņēmējdarbības izglītības moduļa nebija iekļauts 36 studiju programmās, kas sastādīja 25,4% no aplūkotajām studiju programmām, tikai viens studiju kurss bija 24 studiju programmās vai 16,9% studiju programmu, divi studiju kursi 26 programmās vai 18,3% studiju programmu, trīs un vairāk studiju kursi bija 48 studiju programmās vai 33,8% studiju programmu.

Studiju programmu satura analīze liecina, ka, lielākā daļā studiju programmu netiek realizēts apmācību modulis vismaz sešu kredītpunktu apjomā uzņēmējdarbības profesionālo kompetenču veidošanai - 24 studiju programmās, kas sastāda 24,5% no akreditētām studiju programmām, bija iekļauts viens studiju kurss ar 1 kredītpunktu, 28 studiju programmās (28,6%) iekļauti studiju kursi 2 kredītpunktu apjomā, 24 studiju programmās (24,5%) iekļauti studiju kursi 3 kredītpunktu apjomā. Tikai 13 studiju programmās vai 13,3% akreditēto studiju programmu, uzņēmējdarbības izglītības moduļa kursu kopējais kredītpunktu skaits bija 6 un vairāk kredītpunkti. Pārsvārā studiju programmu uzņēmējdarbības moduļa studiju kursu kopējais kredītpunktu skaits bija tikai 2 kredītpunkti.

Biežāk sastopamie studiju kursi, kuri iekļauti uzņēmējdarbības izglītības modulī bija „Ekonomika”, kas iekļauta 59 programmās, „Uzņēmējdarbība” - 55 programmās, „Projektu vadība” – 26 programmās „Grāmatvedība” – 13 programmās. Salīdzinoši retāk iekļauti tādi kursi kā „Personāla vadība”, „Menedžments”, „Mārketing”, „Kvalitātes vadība”, „Finanses” un citi uzņēmējdarbības izglītības studiju kursi.

Studiju novirzieni, kuros nebija iekļauts uzņēmējdarbības izglītības modulis, un kuros bija vislielākais studiju programmu skaits, kas akreditētas pēc 2007. gada 29. maija bija „Dabas zinātnes”, kur 13 studiju programmās no 19 nebija uzņēmējdarbības izglītības

²⁶⁷ Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centra (AIKNC) mājas lapa, Sadaļa Akreditētās augstskolas un koledžas, Pieejams <http://www.aiknc.lv/lv/list.php> - skatīts 03.09.2010.

modulis un „Skolotāju izglītība”, kur uzņēmējdarbības izglītības modulis nebija 10 studiju programmās no 19 studiju programmām.

Jāatzīmē, ka „Lauksaimniecības” novirzienā abās no jauna akreditētās studiju programmās bija uzņēmējdarbības izglītības modulis 6 kredītpunktu apjomā. Gandrīz visās studiju programmās uzņēmējdarbības izglītības modulis bija iekļauts „Inženierzinātnes” novirzienā (48 studiju programmās no 50 akreditētām studiju programmām), 10 programmās šai studiju novirzienā uzņēmējdarbības izglītības modulis bija 6 un vairāk kredītpunktu apjomā. „Sociālo zinātņu” novirzienā studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā bija iekļauti 16 studiju programmās no 21 akreditētām studiju programmām; „Humanitāro zinātņu” novirzienā 9 studiju programmās no 12 akreditētām studiju programmām; „Veselība un veselības aizsardzība” novirzienā 8 studiju programmas no 11 akreditētām studiju programmām (sk. 2.8. pielikumu).

Studiju novirzieni „Inženierzinātnes” un „Lauksaimniecība” ir Latvijas Lauksaimniecības universitātes (LLU) studiju programmas, kuros visās programmās bija iekļauti studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā. Tomēr bija arī tādi novirzieni, kuros vairāk kā pusē studiju programmu nebija uzņēmējdarbības izglītības moduļa. Tādi bija novirzieni: „Dabas zinātnes”, kur uzņēmējdarbības izglītības moduļa nebija 62% studiju programmu, „Humanitārās zinātnes” - 69% un „Skolotāju izglītība” -56% (sk. 2.5. tabulu).

2.5. tabula

Uzņēmējdarbības izglītības īstenošana augstākās izglītības iestāžu studiju novirzienos 2009. un 2010. gados

Uzņēmējdarbības izglītība	Dabas zinātnes	Humani- tārās zinātnes	Skolotāju izglītība	Sociālās zinātnes	Veselība un veselības aizsardzība	Inženier- zinātnes	Lauksaim- niecība
Netiek īstenota	62%	69%	56%	25%	50%	0%	0%
Tiek īstenota	38%	31%	44%	75%	50%	100%	100%

Avots: *Autores aprēķini pēc studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumiem. Pieejams: <http://www.aiknc.lv/lv/list.php> (skatīts 03.09.2010)*

LLU novirzienā „Inženierzinātnes” uzņēmējdarbības moduļa aritmētiskais vidējais kredītpunktu skaits bija 10 kredītpunkti, novirzienā „Lauksaimniecība” vidējais aritmētiskais kredītpunktu skaits studiju programmās bija 10,5 kredītpunkti. Jāatzīmē, ka novirzienā „Lauksaimniecība” nevienā studiju programmā kredītpunktu skaits nebija mazāks par 6 kredītpunktiem.

Novirziens „Sociālās zinātnes”, ko realizēja trīs aplūkotās augstskolas, bija trešā nozare ar vislielāko studiju programmu skaitu, kurās iekļauti studiju kursi uzņēmējdarbības izglītības

iegūšanai, studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā bija 9 studiju programmās no 12 studiju programmām. Aritmētiskais vidējais kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības izglītības modulī šajās programmās bija 7,72 kredītpunkti. Jāatzīmē, ka četrās studiju programmās kredītpunktu skaits bija mazāks par 6 kredītpunktiem, no kurām divās programmās to skaits bija tikai 2 kredītpunkti. Novirzienā „Veselība un veselības aizsardzība”, ko realizēja trīs augstskolas, tikai 4 no 8 studiju programmām bija studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā. DU programmā „Pārtikas higiēna”, bija iekļauti 3 studiju kursi, pārējās 3 programmās tikai viens studiju kurss – „Ekonomikas teorija”. Aritmētiskais vidējais kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības izglītības modulī šajās programmās bija 3,38 kredītpunkti (sk. 2.8. pielikumu).

Latvijas Universitātē un Daugavpils Universitātē realizētajā novirzienā „Skolotāju izglītība”, tikai 14 studiju programmās no 32 studiju programmām bija iekļauti studiju kursi no uzņēmējdarbības izglītības moduļa, aritmētiskais vidējais kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības izglītības modulī šajās studiju programmās bija tikai 2,58 kredītpunkti.

Novirzienā „Dabas zinātnēs”, ko realizē trīs aplūkotajās augstskolās, 5 studiju programmās no 13 bija iekļauti studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā. Divās studiju programmās kopējais kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības izglītības modulī bija 6 kredītpunkti, bet studiju programmā „Vides zinātne” 12 kredītpunkti.

Vismazākais iekļauto studiju kursu skaits uzņēmējdarbības izglītībā bija novirziena „Humanitārās zinātnēs” studiju programmās, ko realizēja Latvijas Universitāte un Daugavpils Universitāte. Tikai 5 studiju programmās no 16 bija studiju kursi uzņēmējdarbības izglītībā. Četrās programmās bija tikai viens studiju kurss – „Ekonomikas teorijas pamati”, divi studiju kursi bija programmā „Literārais redaktors” ar kopējo kredītpunktu skaitu 5 kredītpunkti. Aritmētiskais vidējais kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības izglītības modulī bija 3,2 kredītpunkti. Nevienā no programmām kredītpunktu summa nerasniedza 6 kredītpunktus.

Kopumā uzņēmējdarbības izglītības modulī aplūkotajās studiju programmās bija iekļauti 83 dažādi studiju kursi, kurus var iedalīt sekojošās grupās: ekonomika, vadības zinības, uzņēmējdarbība, grāmatvedība, tirgzinības, projektu vadība, mārketinga, nodokļi, finanses. Visbiežāk (56 studiju programmās) bija iekļauts kurss „Ekonomikas pamati” vai līdzīgs studiju kurss.

Analizējot pēc studiju programmu iedalījuma, autore secina, ka 2. līmeņa profesionālās studiju programmās bija vislielākais studiju programmu skaits, kurās netika realizēta uzņēmējdarbības izglītība, kas sastādīja 66% no akreditēto studiju programmu skaita no 2007. gada 29. maija līdz 2010. gada septembrim, tad sekoja bakalaura studiju programmas, kur uzņēmējdarbības izglītība netika realizēta 51% studiju programmu. Savukārt profesionālās studiju programmās 89% studiju programmu bija iekļauts uzņēmējdarbības izglītības modulis.

Pētījums liecina, ka izglītība uzņēmējdarbības jomā netiek īstenota vai tiek īstenota nepilnīgi 60,6% studiju programmās, kas akreditētas laika posmā no 2007. gada 29. maija līdz 2010. gada septembrim. Tādējādi augstākās izglītības iestādēs neekonomikas un nevadībzinību studiju programmās netiek attīstītas vai tiek attīstītas nepilnīgi studentu zināšanas un prasmes uzņēmējdarbībā, kas turpmāk var ietekmēt viņu gatavību un vēlēšanos uzsākt uzņēmējdarbību un ietekmēt uzņēmuma vadīšanu.

Promocijas darba trešā nodaļā analizēti mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes nozīmīgumu. Noskaidrots, kādi ir mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu uzņēmumā. Analizētas vadītāju uzskatu atšķirības Latvijas reģionos, kā arī tautsaimniecības nozaru griezumā un arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un vadītāja dzimuma. Izpētītas vadītāju apmācību, motivācijas, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu savstarpējās sakarības un saistība ar uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu. Pētīta interneta lietošanas aktivitāte mazos uzņēmumos, sīkāk izpētīta interneta lietošanas aktivitātes atšķirības Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no nozares un uzņēmuma lieluma. Trešā nodaļā analizēti mazo uzņēmumu vadītāju viedokļi par valsts atbalsta pasākumu, nodokļu politikas, finanšu resursu pieejamības, ārējās vides stabilitātes, administratīvo procedūru, kā arī informācijas pieejamības atbalsta pasākumiem nozīmīgumu. Noteikti galvenie spēki, kas ietekmē mazos uzņēmumus, atklātas mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanas iespējas.

3. Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu par uzņēmuma vadīšanu izvērtējums, vadīšanas pilnveidošanas virzieni Latvijā

Pamatojoties uz iepriekšējās nodaļās veikto zinātnisko publikāciju un veikto pētījumu apkopojumu, mazo uzņēmumu dibināšanas un attīstības analīzi Latvijā, valsts atbalsta pasākumu maziem uzņēmumiem izpēti, augstākās izglītības iestādēs akreditēto studiju programmu pētījumu par izglītības uzņēmējdarbībā iegūšanu augstākās izglītības iestādēs, autore ir izvirzījusi vairākas tēzes, kuru novērtēšanai veikusi mazo uzņēmumu vadītāju aptauju. Aptaujas ģenerālā kopa ir Latvijas mazie uzņēmumi. Aptauja veikta no 2010. gada decembra līdz 2011. gada augustam, laikā, kad, ekonomikas izaugsmes nodrošināšanai, svarīgi ir veicināt mazo uzņēmumu attīstību, jaunu uzņēmumu dibināšanu, sekmēt iedzīvotāju nodarbinātību. Respondenti atlasīti pēc mehāniskās izlases principa (atbilst īsti nejaušas izlases prasībām), izvēloties katru trešo uzņēmumu no LIAA, LAD uzņēmumu saraksta ar kuriem bija noslēgts līgums 2007.-2013.g.plānošanas periodā, un no *ZL Hotline* datu bāzes, izvēloties katru 10 uzņēmumu, kā arī veicot pārbaudi, lai no dažādām datu bāzēm atlasīti uzņēmumi izlasē neatkārtotos.

Balstoties uz Dennisa (*Dennis*)²⁶⁸, Sivo (*Sivo*), Saundera (*Saunders*), Čanga (*Chang*), Džianga (*Jiang*)²⁶⁹, Frohliša (*Frohlich*)²⁷⁰, Ilievas (*Ilieva*), Barona (*Baron*), Hileja (*Healey*)²⁷¹ zinātniskiem pētījumiem par aptauju organizēšanu, par mazo uzņēmumu vadītāju un organizāciju vadītāju atbildētības palielināšanu aptaujās, samazinot neatbildētības ietekmi uz iegūtiem rezultātiem, respondentu atbildētību ietekmējošiem faktoriem (aptaujas anketas struktūra, jautājumu izvietojums, aptaujas anketas garums, jautājumu veids, formulējums, aptaujas organizēšanu, izmantojot vismaz divu veidu aptaujas, atkārtotu vēršanos pie potenciāliem respondentiem par aptaujas anketu aizpildīšanu), autores izstrādātā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas anketa sastāv no 3 blokiem (sk. 5. pielikumu). Pirmajā blokā ietverti jautājumi par valsts atbalsta pasākumu nozīmīgumu maziem uzņēmumiem, otrajā blokā ietverti jautājumi par faktoriem, kas ietekmē mazo uzņēmumu vadīšanu, trešā blokā jautājumi par uzņēmumu un personīga informācija par mazā uzņēmuma vadītāju. Lai palielinātu respondentu atbildētību, samazinātu laiku, kas nepieciešams anketas aizpildīšanai (mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas anketas aizpildīšanai nepieciešamas aptuveni 7 minūtes),

²⁶⁸ Dennis W. J. Raising response rates in mail surveys of small business owners: results of an experiment, *Journal of Small Business Management*, Vol. 41, Issue 3, 2003, pp. 278-295.

²⁶⁹ Sivo S.A., Saunders C., Chang Q., Jiang, J. J. How low should you go? Low response rates and the validity of inference in IS questionnaire research, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 7, Issue 6, 2006, pp. 351-414.

²⁷⁰ Frohlich M. T. Techniques for improving response rates in OM survey research. *Journal of Operations Management*, Vol. 20, 2002, pp. 53-62.

²⁷¹ Ilieva J., Baron S., Healey N. M. Online surveys in marketing research: pros and cons, *International Journal of Market Research*, Vol. 44. No 3, 2002, pp. 361-382.

samazinātu kļūdu iespējamību, jautājumi tika noformulēti tā, lai tie būtu īsi, konkrēti, nepārprotami, lielākā daļa jautājumu ir slēgti, tomēr, atbildot uz jautājumiem, respondentam paredzēta arī iespēja norādīt citas atbildes, kā arī pievienot savus komentārus. Balstoties uz zinātniskiem pētījumiem, lai precīzāk izmērītu mazo uzņēmumu vadītāju attieksmi un paaugstinātu iegūto rezultātu ticamību, kā piemērotākā izvēlēta 10 punktu skala, kur 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs. Coelho (*Coelho*) un Istevs (*Esteves*)²⁷² pierādījuši, ka mārketinga pētījumos, kuros ir jānoskaidro klientu attieksme, kā arī citos pētījumos, mērot cilvēku izpratni, attieksmi, 10 punktu skala ļauj iegūt rezultātus ar lielāku ticamību, respondentu atbildes ir precīzākas, plašākas ir iespējas pielietot daudzdimensiju datu analīzes metodes, iegūt rezultātus ar augstu nozīmīguma līmeni, plašākas rezultātu interpretācijas iespējas. Deiva (*Dawes*)²⁷³ pētījums apstiprinājis 10 punktu skalas priekšrocības salīdzinot ar 5 punktu skalu un 7 punktu skalu pētījumos par klientu viedokli un apmierinātību.

Pirms aptaujas uzsākšanas tika veiktas 8 pilotintervijas, saskaņā ar tajās iegūto informāciju, aptaujas anketas jautājumi tika koriģēti. Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujai tika izmantota interneta aptauja un arī telefona aptauja un rakstiska aptauja, lai palielinātu respondentu atbildētības līmeni un aptaujā tiktu iesaistīti arī tie mazo uzņēmumu vadītāji, kuri nelieto internetu vai interneta pieslēgums ir lēns vai nestabils (CSP²⁷⁴ dati liecina, ka 2011. gadā internetu lietoja 90,8% uzņēmumu ar nodarbināto skaitu 10 līdz 49). Sākumā autore vadītājiem piezvanīja pa telefonu un uzaicināja tos piedalīties aptaujā, iepazīstināja ar aptaujas mērķi un piedāvāja izvēlēties vēlamu aptaujas veidu (interneta aptauju, telefona aptauju vai rakstisku aptauju). Autore respondentiem, kuri pirmajā telefona sarunā piekrita piedalīties aptaujā, bet aptaujas anketas neaizpildīja, zvanīja atkārtoti pēc nedēļas, ja respondents telefona sarunā bija piekritis veikt aptauju internetā, vai pēc divām nedēļām, ja respondents telefona sarunā bija piekritis veikt aptauju rakstiski, kas Dennisa (*Dennis*),²⁷⁵ Sivo (*Sivo*), Saundera (*Saunders*), Čanga (*Chang*), Džianga (*Jiang*)²⁷⁶ un citos zinātniskos pētījumos norādīts, kā vēlamais laiks, kad sazināties ar respondentu atkārtoti, atgādinot par aptauju, tās mērķiem un lūdzot respondentu piedalīties pētījumā. Atkārtoti, atgādinot un

²⁷² Coelho P. S., Esteves S. P. The choice between a five-point and a ten-point scale in the framework of customer satisfaction measurement, *International Journal of Market Research*, Vol. 49 (3), 2006, pp. 313–339.

²⁷³ Dawes J. Do data characteristics change according to the number of scale points used, *International Journal of Market Research*, Vol. 50(1), 2007, pp. 61–77.

²⁷⁴ Zinātne un tehnoloģijas, Informācijas tehnoloģijas Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes / Internets - <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/zin/Ikgadējie%20statistikas%20dati/Datorizācija/Datorizācija.asp> - skatīts 04.08.2012.

²⁷⁵ Dennis W. J. Raising response rates in mail surveys of small business owners: results of an experiment, *Journal of Small Business Management*, Vol. 41, Issue 3, 2003, pp. 278-295.

²⁷⁶ Sivo S.A., Saunders C., Chang Q., Jiang, J. J. How low should you go? Low response rates and the validity of inference in IS questionnaire research, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 7, Issue 6, 2006, pp. 351-414.

lūdzot piedalīties aptaujā, respondentiem tika zvanīts divas reizes. Mazo uzņēmumu vadītāju atbildētības līmenis autores veiktajā vadītāju aptaujā bija 21,7%, kas, kā liecina zinātniskie pētījumi, ir apmierinošs atbildētības līmenis. Frohlišs (*Frohlich*)²⁷⁷ pētījumā par vadītāju atbildētības līmeni, to ietekmējošiem faktoriem, apkopojot zinātnisko pētījumu rezultātus 12 gados, konstatējis, ka vidējais vadītāju atbildētības līmenis bijis aptuveni 32%. Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas anketa pievienota 7. pielikumā.

Aptaujas rezultātā iegūtie dati attiecināmi uz ģenerālo kopu Latvijas maziem uzņēmumiem, par to liecina aptaujas datu novērtējums un salīdzinājums ar CSP datiem, kas parāda, ka uzņēmumu īpatsvars mikro uzņēmumu kategorijā un mazo uzņēmumu kategorijā, sadalījums pa Latvijas statistiskajiem reģioniem, sadalījums pa nozarēm izlasē un ģenerālā kopā atšķiras tikai par dažiem procentpunktiem un ir atbilstošs. Tika saņemtas 1188 mazo uzņēmumu vadītāju korekti aizpildītas anketas, no kurām 1064 vai 89,6% bija uzņēmumu, kas atbilst mikro uzņēmumu kategorijai, vadītāju, 124 vai 10,4% bija uzņēmumu, kas atbilst mazo uzņēmumu kategorijai vadītāju anketas. Pēc CSP datiem, 2010. gadā Latvijā 91,1% no tirgus sektora statistisko vienību skaita atbilda mikro uzņēmumu kategorijai ar darbinieku skaitu no 1 līdz 9, un 7,2% mazo uzņēmumu kategorijai. Mazo uzņēmumu sadalījums pa Latvijas statistiskajiem reģioniem: Rīgas reģions – 35,3%, Pierīgas – 16,9%, Kurzemes reģions – 14,2%, Latgales reģions - 13,1%, Vidzemes reģions – 11,2%, Zemgales reģions – 9,3% respondentu, kas atbilst CSP datiem par uzņēmumu sadalījumu²⁷⁸ (sk. 3.1. tabulu).

3.1. tabula

Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datu un CSP datu salīdzinājums sadalījumā pa Latvijas statistiskajiem reģioniem

Reģions	Mazo uzņēmumu īpatsvars (%)	
	CSP dati (2010. gads)	Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas dati
Rīgas	38,2	35,3
Pierīgas	15,3	16,9
Vidzemes	10,8	11,2
Kurzemes	12,6	14,2
Zemgales	10,4	9,3
Latgales	12,7	13,1

Avots: autores aprēķini, izmantojot CSP datus un autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris- 2011. gada augusts (Aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

²⁷⁷ Frohlich M. T. Techniques for improving response rates in OM survey research. *Journal of Operations Management*, Vol. 20, 2002, pp. 53-62.

²⁷⁸ Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 20.04.2012.

Visvairāk pārstāvētie darbības veidi mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā, atbilstoši ES saimniecisko darbību statistiskai klasifikācijai, bija vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība, automobiļu un motociklu remonts – 22,2% respondentu, lauksaimniecība mežsaimniecība un zivsaimniecība – 17,%, citi pakalpojumi - 11,9%, profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi - 11,4%, apstrādes rūpniecība – 9,5%, būvniecība - 7,1%, transports un uzglabāšana - 5,2%, informācijas un komunikācijas pakalpojumi – 4,8% respondentu, veselība un sociālā aprūpe – 3,6%, izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi – 3,6%, elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana – 0,9%. Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā iegūto datu sadalījums pēc uzņēmumu saimnieciskās darbības statistiskās klasifikācijas atbilst CSP datiem par mazo uzņēmumu sadalījumu²⁷⁹ (sk. 3.2. tabulu).

3.2. tabula

Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datu un CSP datu salīdzinājums sadalījumā pa nozarēm

Nozares	Mazo uzņēmumu īpatsvars (%)	
	CSP dati (2010. gads)	Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas dati
Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība, automobiļu un motociklu remonts	18,2	22,2
Lauksaimniecība mežsaimniecība un zivsaimniecība	22,6	17,6
Citi pakalpojumi	9,4	11,9
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	8,9	11,4
Apstrādes rūpniecība	5,4	9,5
Būvniecība	5,0	7,1
Transports un uzglabāšana	4,0	5,2
Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	2,4	4,8
Veselība un sociālā aprūpe	3,1	3,6
Izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumi	2,3	3,6
Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	0,3	0,9

Avots: autores aprēķini, izmantojot CSP datus un autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris- 2011. gada augusts (Aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Mazo uzņēmumu vadītāju sadalījums pēc dzimuma: 69% aptaujāto vadītāju bija vadītāji vīrieši, 31% vadītājas sievietes.

Aptaujas mērķis ir konstatēt, kā mazo uzņēmumu vadītāji izprot vadītāja izglītības, prasmju, pieredzes uzņēmuma vadīšanā nozīmīgumu, apmācību, motivācijas, komunikācijas

²⁷⁹ Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp> - skatīts 20.04.2012.

nozīmīgumu, izpētīt mazo uzņēmumu vadītāju viedokli par valsts atbalsta politikas un tiesiskās vides ietekmi. Datu apstrāde tika veikta izmantojot SPSS datorprogrammu.

Turpmākās nodaļās veikta promocijas darbā izvirzīto tēžu pārbaude, izmantojot autores veiktā empīriskā pētījuma rezultātus.

3.1. Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības un prasmju nozīmīgumu

Viens no galvenajiem faktoriem, kas būtiski ietekmē mazo uzņēmumu izdzīvošanu un attīstību ir vadītāja uzņēmuma vadīšanas prasmes. Mazā uzņēmuma vadītāja uzņēmuma vadīšanas prasmes autore aplūkojusi, kā prasmes, kas veidojas zināšanu, prasmju un pieredzes uzņēmējdarbībā rezultātā. Lai uzņēmuma vadīšanā varētu pielietot jaunākās vadīšanas metodes, pilnveidotu uzņēmuma vadīšanu, zināšanas uzņēmuma vadīšanā nepārtraukti ir jāpapildina arī mazo uzņēmumu vadītājiem.

Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma vadīšanas prasmju nozīmīgums ir pierādīts L. Meginsona (*Megginson*), Birdas (*Byrd*), V. Meginsona (*Megginson*), Grifina (*Griffin*), Nihtera (*Nichter*), Goldmarka (*Goldmark*), Kukerta (*Kuckertz*), Vegnera (*Wagner*), Kihlgrena (*Kihlgren*), Hartšorna (*Hartshorn*), Seara (*Sear*), Greja (*Gray*), Dženingasa (*Jennings*), Bīvera (*Beaver*), Deividsona (*Davidsson*), Fullera-Lava (*Fuller-Love*) un citu zinātnieku veiktos zinātniskos pētījumos, kurus autore plašāk analizējusi darba pirmajā nodaļā.

Balstoties uz zinātnisko publikāciju analīzi par uzņēmuma vadīšanas prasmju nozīmīgumu mazo uzņēmumu vadītājiem, to ietekmi uz uzņēmuma darbības rezultātiem un attīstību, mazo uzņēmumu darbības un uzņēmumu darbības apstākļu analīzi Latvijā, autore ir izvirzījusi tēzi, ka daudzi mazo uzņēmumu vadītāji neizprot, cik nozīmīgas ir zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, pastāv būtiskas atšķirības mazo uzņēmumu vadītāju uzskatos par zināšanu un prasmju nozīmīgumu uzņēmuma vadīšanā Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un nozares.

Uzņēmējdarbības izglītība sniedz zināšanas, iemaņas, prasmes, attīsta spējas, kas nepieciešamas, lai nodarbotos ar uzņēmējdarbību un veiksmīgi vadītu uzņēmumu. Vadītāju viedoklis par izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu raksturo vadītāju attieksmi par izglītības uzņēmējdarbībā nepieciešamību un parāda, vai vadītāji ir ieguvuši izglītību uzņēmējdarbībā un vai iegūtā izglītība ir praktiski noderīga mazā uzņēmuma vadīšanā.

Lai gan vairāk, kā puse mazo uzņēmumu vadītāji Latvijā uzskatīja izglītību uzņēmējdarbībā par svarīgu nosacījumu uzņēmuma sekmīgai vadīšanai, tomēr jāatzīmē, ka mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu bija atšķirīgi. Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati būtiski atšķirās Latvijas statistiskajos reģionos, kā arī

atkarībā no nozares, kurā uzņēmums darbojās, un arī vadītāja dzimuma, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību. Mazo uzņēmumu vadītāji būvniecības nozarē izglītību uzņēmējdarbībā vērtēja kā maznozīmīgu, savukārt transporta un uzglabāšanas nozarē kā nozīmīgu. Latvijas statistiskajos reģionos viszemāk izglītību uzņēmējdarbībā, kā maznozīmīgu, vērtēja mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas statistiskajā reģionā, savukārt Zemgales statistiskajā reģionā visaugstāk kā nozīmīgu.

Izglītību uzņēmējdarbībā 47,7% mazo uzņēmumu vadītāju novērtēja kā nozīmīgu (vērtējums 8 un 9 balles), 22,7% vadītāju pat kā ļoti nozīmīgu (vērtējums 10 balles). Tomēr aptuveni 5% mazo uzņēmumu vadītāju uzskatīja, ka izglītībai uzņēmējdarbībā ir maznozīmīga loma (vērtējums 3 un mazāk balles) (sk. 3.1. pielikumu).

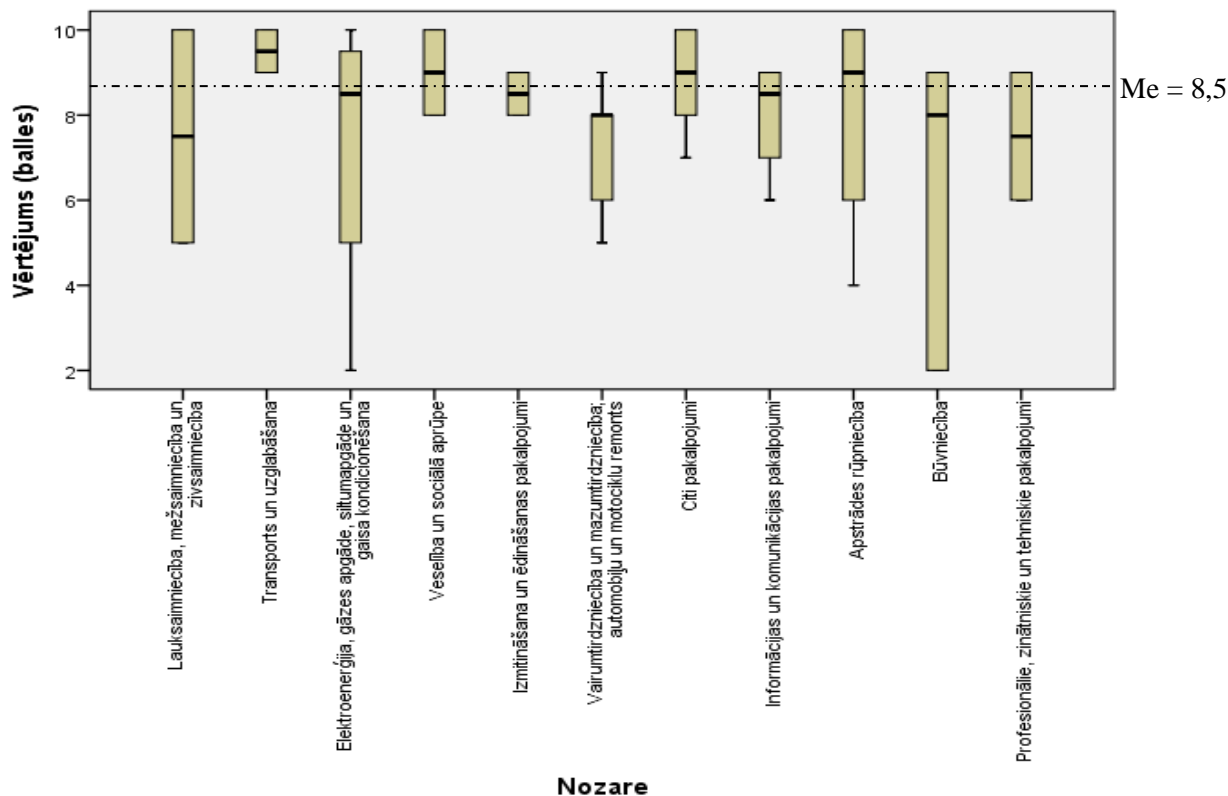
Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli, ka izglītībai uzņēmējdarbībā ir nozīmīga loma uzņēmuma vadīšanā, parāda aprēķinātie vadītāju izglītības nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,91 balle; moda 9 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 9 balles; mediāna 8,5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu novērtējuši ar 8,5 vai vairāk ballēm kā nozīmīgu. Viszemākais izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējums bija 2 balles, ko norādījuši 4,5% vadītāju, kas liecina, ka vadītāji izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja, kā maznozīmīgu faktoru. Visaugstākais vērtējums bija 10 balles, ko norādīja 22,7% vadītāju, kas savukārt liecina par ļoti augstu izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu. Jāatzīmē, ka vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, ko parāda variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,051 balles, kas parāda vadītāju izglītības nozīmīguma vērtējuma vidējo variāciju ap aritmētisko vidējo izglītības nozīmīguma vērtējumu; relatīvā variācija 25,8%; variācijas apjoms 8 balles (sk. 3.2. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi statistiski nozīmīgi ar augstu varbūtību atšķirās uzņēmumos atkarībā no nozares, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 18,896$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.3. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji būvniecības nozarē uzskatīja, ka izglītībai uzņēmējdarbībā ir tikai viduvēji nozīmīga loma. Vadītāju raksturīgo viedokli par izglītības uzņēmējdarbībā nozīmi uzņēmuma vadīšanā parāda vadītāju izglītības nozīmīguma uzņēmuma vadīšanā vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 6,33 balles; moda 7 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 7 balles; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju izglītības nozīmīgumu novērtējuši ar 8 vai mazāk ballēm kā nozīmīgu faktoru. Viszemākais izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējums bija 2 balles, bet visaugstākais vērtējums 9 balles. Jāatzīmē, ka būvniecības nozarē strādājošo mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, ko parāda variācijas rādītāji: vidējā

kvadrātiskā novirze 3,11 balle, kas parāda, ka vadītāju izglītības nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 3,11 balles; izglītības nozīmīguma vērtējumu relatīvā variācija 49,135%; variācijas apjoms 7 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā atspoguļoti 3.1. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju vērtējumu mediānas vērtība (Me = 8,5 balles).



3.1. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Būvniecības nozarē strādājošo mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi atšķirās no mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumiem nozarēs: transports un uzglabāšana, veselība un sociālā aprūpe, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumi, citi pakalpojumi, informācijas un komunikācijas pakalpojumi, apstrādes rūpniecība, kurās vadītāju vērtējumi izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumam bija augstāki un vērtējumu variācija mazāka. Atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību (99,9%) (sk. 3.3. pielikumu).

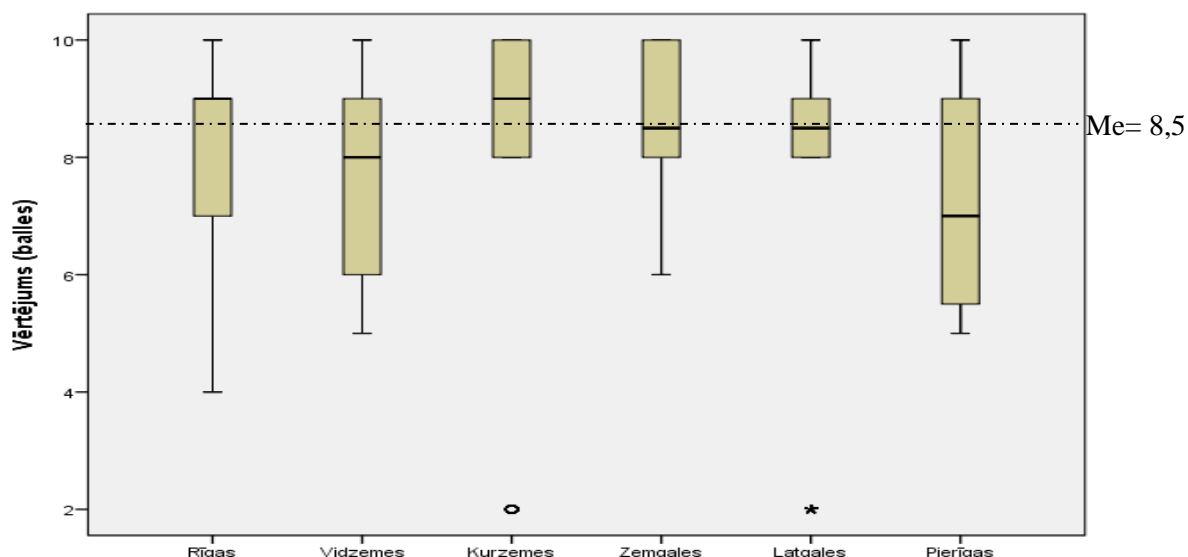
Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu atšķirās Latvijas statistiskajos reģionos, atšķirības bija statistiski nozīmīgi ar augstu varbūtību, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F= 6,836$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.4. pielikumu).

Zemgales un Kurzemes statistiskajos reģionos mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi tie bija visaugstākie, tie atšķīrās no Pierīgas, Rīgas, Vidzemes un Latgales statistiskajiem reģioniem, kuros izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi bija salīdzinoši zemāki. Atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar varbūtību (99%) (sk. 3.4. pielikumu).

Viszemāk izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas statistiskajā reģionā, norādot, ka izglītībai ir viduvēja nozīme uzņēmuma vadīšanā, par to liecina vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,25 balles; mediāna 7 balles, kas parāda, ka puse vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu novērtējuši ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums Pierīgas statistiskajā reģionā bija 5 balles, visaugstākais 10 balles. Vadītāju vērtējumiem nebija lielas variācijas, ko parāda aprēķinātie variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 1,929 balles, kas norāda, ka vadītāju izglītības nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 1,929 balles; relatīvā variācija 26,6%; variācijas apjoms 5 balles.

Visaugstāk, kā gandrīz ļoti nozīmīgu nosacījumu, izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja mazo uzņēmumu vadītāji Zemgales statistiskajā reģionā, par to liecina izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 8,5 balles; mediāna 8,5 balles, kas parāda, ka puse no aptaujātiem vadītājiem izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtējuši ar 8,5 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums Zemgales statistiskajā reģionā bija 6 balles, bet visaugstākais 10 balles. Vērtējumi bija diezgan viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 1,389 balles, kas parāda, ka vadītāju izglītības nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 1,389 balles; relatīvā variācija 16,34%; variācijas apjoms 4 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos ietverts 3.2. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 8,5$ balles).



3.2. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)
 Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītājas sievietes atšķirībā no vīriešiem izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja augstāk. Vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu vērtējumi atšķirās statistiski nozīmīgi ar augstu varbūtību, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -7,608$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.5. pielikumu). Vadītāju sieviešu izglītības nozīmīguma vērtējums daļēji norāda, ka mazo uzņēmumu vadītājas sievietes rūpīgāk pārdomā un vairāk gatavojas uzņēmējdarbības uzsākšanai.

Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu vispārējo viedokli, ka izglītībai uzņēmējdarbībā ir nozīmīga loma, parāda vadītāju sieviešu izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 8,36 balles; moda 9 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju sieviešu vērtējums bija 9 balles, mediāna 9 balles, kas parāda, ka pusei vadītāju sieviešu izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējums bija 9 vai vairāk balles, proti 10 balles, vērtējot izglītību kā ļoti nozīmīgu. Viszemākais vadītāju sieviešu vērtējums bija 2 balles, bet visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju sieviešu vērtējumiem nebija liela variācija, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,194 balles, kas parāda, ka vadītāju sieviešu izglītības nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 2,194 balles; relatīvā variācija 26,24%; variācijas apjoms 8 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju vīriešu vispārējo viedokli, ka izglītība uzņēmējdarbībā ir mazāk nozīmīga uzņēmuma vadīšanā, parāda vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,75 balles, moda 8 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vīriešu vērtējums bija 8 balles, mediāna 8 balles, kas norāda, ka puse vadītāju vīriešu izglītības nozīmīgumu

uzņēmuma vadīšanā vērtējuši ar ballēm 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vadītāju vīriešu vērtējums bija 2 balles, bet visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumiem nav lielas variācijas, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 1,977 balles; relatīvā variācija 25,51%; variācijas apjoms 8 balles.

Kā otrs faktors, kas ietekmē mazā uzņēmuma vadītāja prasmes uzņēmuma vadīšanā, analizēta vadītāja pieredze uzņēmējdarbībā. Pieredzei uzņēmējdarbībā, pēc mazo uzņēmumu vadītāju domām, ir lielāka nozīmē veiksmīgā uzņēmuma vadīšanā, kā izglītībai uzņēmējdarbībā. 86,36% mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja kā nozīmīgu, norādot vērtējumu 8 un vairāk balles, no tiem 57,9% vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja pat kā ļoti nozīmīgu. Viszemākais pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējums bija 4 balles, ko norādīja 1,6% vadītāju, vērtējumu 5 balles norādīja 3,11% vadītāju, uzskatot pieredzi uzņēmējdarbībā par maznozīmīgu faktoru sekmīgai uzņēmuma vadīšanai (sk. 3.6. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli, ka pieredzei uzņēmējdarbībā ir nozīmīga loma uzņēmuma vadīšanā, parāda vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 8,96 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles; mediāna 9,5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtējuši ar 9,5 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 4 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju vērtējums pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumam bija viendabīgs, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 1,445 balles, kas norāda, ka vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 1,445 balles; relatīvā variācija 16,13%; variācijas apjoms 6 balles (sk. 3.2. pielikumu).

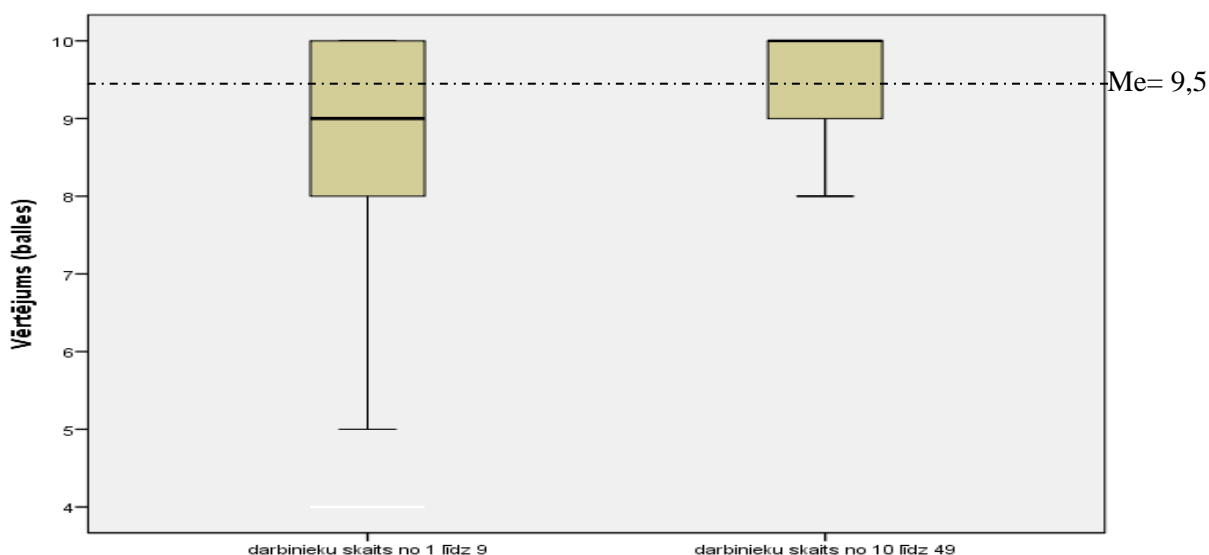
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi atšķirās uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā un nozares. Mazo uzņēmumu vadītāju ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi bija augstāki, kā vadītāju vērtējumi mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9. Lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē mazo uzņēmumu vadītāji pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja zemāk nekā citās nozarēs kā viduvēji nozīmīgu.

Mazo uzņēmumu vadītāju ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 un mazo uzņēmumu vadītāju ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi atšķirās statistiski nozīmīgi ar augstu varbūtību, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -5,007$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.7. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 pieredzi uzņēmējdarbībā vērtēja kā ļoti nozīmīgu, ko parāda vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 9,42 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles; mediāna 10 balles, kas norāda, ka puse mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu novērtēja ar 10 ballēm. Vērtējums ir viendabīgs, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 0,760 balles; relatīvā variācija 8,07%; variācijas apjoms ir 2 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja nedaudz zemāk - kā nozīmīgu uzņēmuma vadīšanā. Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli parāda vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 8,78 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles, mediāna 9 balles, kas parāda, ka puse vadītāji pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu novērtējuši ar 9 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 4 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Lai gan vērtējuma variācija nav liela, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,616 balles, relatīvā variācija 18,41%, variācijas amplitūda 6 balles, tomēr tā ir nedaudz lielāka, kā vadītāju vērtējuma variācija uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49.

Mazo uzņēmumu ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 un nodarbināto skaitu no 10 līdz 49 vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi ietverti 3.3. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju pieredzes nozīmīguma uzņēmuma vadīšanā vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 9,5$ balles).



3.3. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu atšķirās uzņēmumos atkarībā no nozares. Lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē vadītāji pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu vērtēja zemāk nekā citās nozarēs, uzskatot to par viduvēji nozīmīgu.

Par vadītāju uzskatiem, cik nozīmīga ir pieredze uzņēmējdarbībā, liecina vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi. Lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu aritmētiskais vidējais vērtējums bija 7,50 balles, mediāna 7,5 balles, kas liecina, ka puse vadītāji pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu novērtējuši ar 7,5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 5 balles, visaugstākais 10 balles. Vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,523 balles, kas norāda, ka vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 2,523 balles; relatīvā variācija 33,64%; variācijas amplitūda 5 balles.

Atšķirības mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumos nozarēs bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes rezultāti ($F = 25,352$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) (sk. 3.8. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi atšķirās lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē no transporta un uzglabāšanas, elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas, veselības un sociālās aprūpes, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu, citu pakalpojumu, informācijas un komunikācijas pakalpojumu, apstrādes rūpniecības, būvniecības, vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības, automobiļu un motociklu remonta, profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarēm, kurās vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi bija augstāki, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar varbūtību 99% (*Tamhane* kritērijs, $p = 0,007$) (sk. 3.8. pielikumu).

Uzņēmuma darbinieki ir viens no svarīgākiem mazo uzņēmuma resursiem. Tas, cik prasmīgi vadītājs vada darbiniekus, ietekmē uzņēmuma darbības rezultātus un tā attīstību. Pieredzi darbinieku vadīšanā mazo uzņēmumu vadītāji vērtējuši, kā nozīmīgu faktoru, kas būtiski ietekmē uzņēmuma vadīšanu. Jāatzīmē, ka mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes nozīmīguma darbinieku vadīšanā vērtējums bija nedaudz zemāks, kā pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējums, tomēr lielākā daļa vadītāju pieredzi darbinieku vadīšanā arī vērtēja kā nozīmīgu nosacījumu.

Pieredzi darbinieku vadīšanā, kā ļoti nozīmīgu faktoru ar 10 ballēm, vērtējuši 23,64% mazo uzņēmumu vadītāju, 70,9% vadītāju pieredzi darbinieku vadīšanā novērtējuši kā

nozīmīgu (vērtējums 8 un vairāk balles), kā maznozīmīgu pieredzi darbinieku vadīšanā norādījuši 16,36% vadītāju (vērtējums 5 un mazāk balles), kā faktoru, kurš nav nozīmīgs, pieredzi darbinieku vadīšanā vērtējuši 1,82% vadītāju (viszemākais vērtējums 2 balles) (sk. 3.9. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli par pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā parāda vadītāju pieredzes nozīmīguma darbinieku vadīšanā vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,91 balle; moda 9 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 9 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju pieredzi darbinieku vadīšanā vērtējuši ar 9 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 2 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumi ir diezgan viendabīgi par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,039 balles, kas norāda, ka vadītāju pieredzes nozīmīguma darbinieku vadīšanā vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 2,039 balles; relatīvā variācija 25,78%; variācijas apjoms 8 balles (sk. 3.2. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes nozīmīguma darbinieku vadīšanā vērtējumi atšķirās atkarībā no nozares un vadītāju dzimuma. Viszemāk pieredzes nozīmīgumu uzņēmuma vadīšanā vērtējuši mazo uzņēmumu vadītāji lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē un izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumu nozarē, savukārt vadītājas sievietes pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā vērtējušas augstāk, kā vīrieši vadītāji.

Mazo uzņēmumu sieviešu vadītāju un vadītāju vīriešu pieredzes nozīmīguma darbinieku vadīšanā vērtējumi atšķirās statistiski nozīmīgi, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -3,495, p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.10. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājas sievietes uzskatīja, ka pieredze darbinieku vadīšanā ir nozīmīga uzņēmuma vadīšanā. Vadītāju sieviešu raksturīgo viedokli par pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā parāda vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,93 balles; moda 9 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju sieviešu vērtējums bija 9 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju sieviešu pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā novērtējušas ar 9 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 4 balles, bet visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumi bija viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,234 balles; relatīvā variācija 28,17%; variācijas apjoms 6 balles.

Savukārt mazo uzņēmumu vadītājiem vīriešiem bija raksturīgs viedoklis, ka pieredze darbinieku vadīšanā ir viduvēji nozīmīga, par to liecina vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,46 balles; moda 9 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vīriešu vērtējums bija 9 balles; mediāna 8 balles, kas norāda, ka puse vadītāju vīriešu pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā novērtējuši ar 8 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums

bija 2 balles, bet visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumiem nebija lielasvariācija, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,164 balles; relatīvā variācija 29%; variācijas apjoms 8 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes nozīmīguma darbinieku vadīšanā vērtējumi atšķirās statistiski nozīmīgi atkarībā no nozares, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 43,283, p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.11. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā novērtējuši viszemāk, paužot viedokli, ka pieredzei darbinieku vadīšanā ir maza nozīme uzņēmuma sekmīgā vadīšanā. Mazo uzņēmumu vadītāju lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē raksturīgo viedokli raksturo vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 5,50 balles; mediāna 6 balles, kas parāda, ka puse vadītāju pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīgumu novērtējuši ar 9 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 5 balles, visaugstākais 7 balles. Vērtējumi ir viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 0,505 balles, relatīvā variācija 9,2%, variācijas apjoms 2 balles.

Lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi pieredzes nozīmīgumam darbinieku vadīšanā atšķirās no transporta un uzglabāšanas, elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas, veselības un sociālās aprūpes, citu pakalpojumu, informācijas un komunikācijas pakalpojumu, apstrādes rūpniecības, būvniecības, vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības; automobiļu un motociklu remonta, profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarēm, kurās vadītāju pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumi bija augstāki, atšķirības ir statistiski nozīmīgas ar varbūtību 97% ($p = 0,03$) (sk. 3.11. pielikumu).

Mazā uzņēmuma vadītājam ir jābūt gan prasmīgam vadītājam gan speciālistam nozarē, kurā uzņēmums darbojas, tikai tad ir liela varbūtība, ka uzņēmuma darbības rezultāti būs sekmīgi. Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka pieredze nozarē ir gandrīz ļoti nozīmīgs faktors. Kā ļoti nozīmīgu faktoru, pieredzi nozarē vērtēja 31,82% vadītāju (vērtējums 10 balles), bet 81,82% vadītāju pieredzi nozarē vērtēja kā nozīmīgu (vērtējums 8 līdz 10 balles), savukārt kā maznozīmīgu faktoru pieredzi nozarē vērtēja 11,36% vadītāju (vērtējums 5 un mazāk balles) (sk. 3.12. pielikumu). Jāatzīmē, ka pieredzes nozīmīgumu nozarē vadītāji vērtējuši nedaudz zemāk kā pieredzes nozīmīgumu uzņēmējdarbībā, bet augstāk, kā pieredzes nozīmīgumu darbinieku vadīšanā.

Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli par pieredzes nozīmīgumu nozarē parāda pieredzes nozīmīguma nozarē vērtējuma vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 8,48 balles; moda 9 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 9 balles;

mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāji iegūtās pieredzes nozīmīgumu nozarē novērtējuši ar 9 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 2 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumiem nebija lielas variācijas par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze (1,893 balles), kas norāda, ka vadītāju pieredzes nozīmīguma nozarē vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 1,893 balles; relatīvā variācija 22,32%; vērtējuma variācijas apjoms 8 balles (sk. 3.2. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju viedokļi par pieredzes nozīmīgumu nozarē atšķirās vadītājām sievietēm un vadītājiem vīriešiem. Vadītāju sieviešu pieredzes nozīmīguma nozarē vērtējums bija augstāks kā vadītāju vīriešu vērtējums, vadītājas sievietes pieredzi nozarē vērtējušas kā ļoti nozīmīgu nosacījumu, bet vadītāji vīrieši kā mazāk nozīmīgu nosacījumu. Vērtējumu atšķirības ir statistiski nozīmīgas, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -5,277, p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.13. pielikumu).

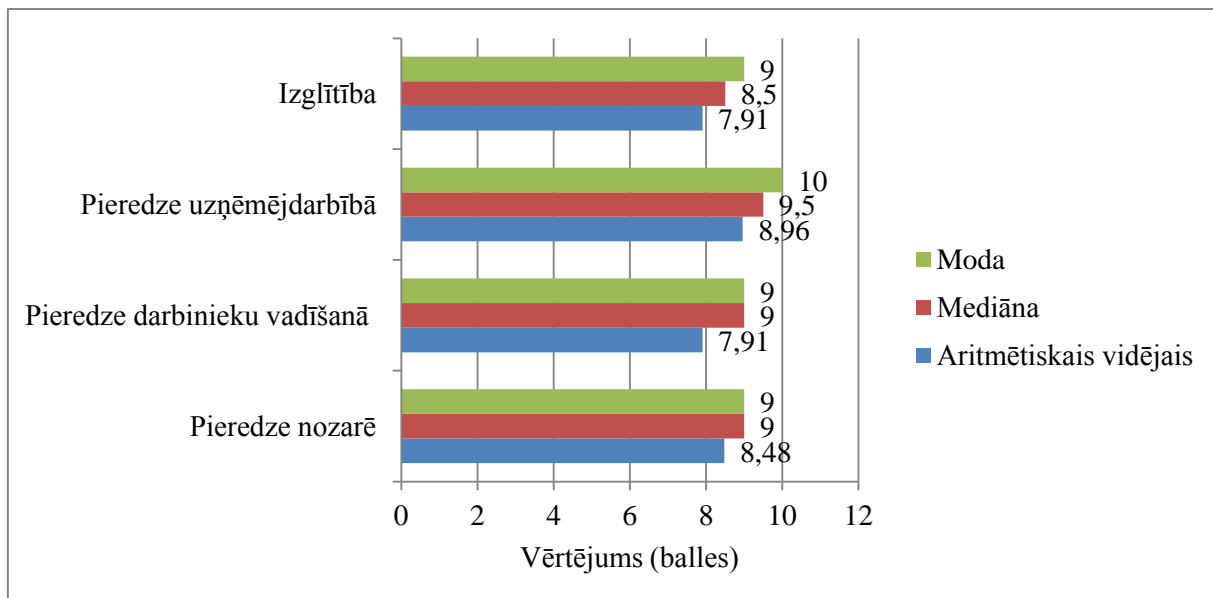
Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu raksturīgo viedokli par pieredzes nozīmīgumu nozarē parāda vidējie lielumi, kas aprēķināti vadītāju sieviešu pieredzes nozīmīguma nozarē vērtējumiem: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 9,07 balles; moda 9 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju sieviešu vērtējums bija 9 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju sieviešu pieredzes nozīmīgumu nozarē novērtējušas ar 9 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 7 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējums bija viendabīgs, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 0,962 balles, kas norāda, ka vadītāju sieviešu pieredzes nozīmīguma nozarē vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 0,962 balles; relatīvā variācija 10,61%; variācijas apjoms 3 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju vīriešu pieredzes nozīmīguma nozarē vērtējumi bija zemāki un ar lielāku variāciju kā vadītāju sieviešu vērtējumi: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 8,14 balles, viszemākais vērtējums bija 2 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles, vidējā kvadrātiskā novirze 2,233 balles; relatīvā variācija 27,43%; variācijas apjoms 8 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāji izteikuši viedokli, ka pieredzei, kas gūta strādājot ar valsts iestādēm ir mazāka nozīme, kā pieredzei strādājot nozarē un pieredzei darbinieku vadīšanā, tomēr novērtēja iegūto pieredzi, strādājot ar valsts iestādēm, kā diezgan nozīmīgu faktoru. Pieredzi, kas gūta strādājot ar valsts iestādēm, kā ļoti nozīmīgu, ar vērtējumu 10 balles, novērtēja 15,91% vadītāju kā nozīmīgu, ar vērtējumu 8 un vairāk ballēm novērtēja 52,27% vadītāju, bet kā maznozīmīgu vērtēja 27,03% vadītāju ar vērtējumu 5 un mazāk ballēm (sk. 3.14. pielikumu). Mazo uzņēmumu vadītāji norādīja, ka iegūtā pieredze strādājot ar valsts iestādēm, palīdz dažādu jautājumu kārtošanā ar valsts iestādēm, kā arī piesakoties ES struktūrfondu projektiem.

Par mazo uzņēmumu vadītāju uzskatiem attiecībā uz pieredzes nozīmīgumu, kas gūta, strādājot ar valsts iestādēm, liecina vidējie lielumi, kas aprēķināti pēc vadītāju šīs iegūtās pieredzes nozīmīguma vērtējuma: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 7,1 balles; moda 9 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 9 balles; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju pieredzes nozīmīgumu, strādājot ar valsts iestādēm, novērtējuši ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 1 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Jāatzīmē, ka vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,44 balles, kas norāda, ka vadītāju pieredzes nozīmīguma, strādājot ar valsts iestādēm, vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 2,44 balles; relatīvā variācija 34,37%; vērtējuma variācijas apjoms 9 balles (sk. 3.2. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskatu analīze par izglītības uzņēmējdarbībā, pieredzes uzņēmējdarbībā, pieredzes darbinieku vadīšanā, pieredzes strādājot ar valsts iestādēm, pieredzes nozarē nozīmīgumu parāda, ka visaugstāk vadītāji vērtē pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu, kā otru nozīmīgāko faktoru vadītāji vērtē pieredzes nozīmīgumu nozarē, trešais nozīmīgākais faktors ir pieredze darbinieku vadīšanā un tikai ceturgtā vietā ir izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīgums. Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā, pieredzes uzņēmējdarbībā, pieredzes darbinieku vadīšanā, pieredzes nozarē nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi ietverti 3.4. attēlā.



3.4. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējums par uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes nozīmīgumu: vidējie lielumi

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumi, liecina, ka daļa vadītāju neizprot uzņēmējdarbības izglītības nozīmi, augstāk vērtējot pieredzes nozīmīgumu,

kas gūta uzņēmējdarbībā. Pieredzei uzņēmējdarbībā ir liela loma uzņēmuma veiksmīgā vadīšanā, tomēr uzņēmējdarbības izglītība, sniedz vispusīgas zināšanas, attīsta prasmes, kuras nepieciešamas uzņēmuma vadīšanā. Uzņēmējdarbībā izglītības nozīmīguma vērtējumi liecina, ka daļai mazo uzņēmumu vadītāju iespējams nav izglītība uzņēmējdarbībā vai izglītība ir nepilnīga, kas ir viens no iemesliem, kādēļ izglītības loma tikusi novērtēta zemu.

Mazo uzņēmumu vadītāju viedokļi par uzņēmējdarbības izglītības, pieredzes uzņēmējdarbībā, pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīgumu atšķirās Latvijas statistiskajos reģionos, atkarībā no nozares, kurā uzņēmums darbojas, nodarbināto skaita un vadītāja dzimuma. Kā viduvēji nozīmīgus faktorus mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja:

1) uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu - Pierīgas statistiskajā reģionā, būvniecības nozarē, un arī vadītāji vīrieši;

2) pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīgumu - lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē, uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9;

3) pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīgumu - lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē, kā arī izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumu nozarē un arī vadītāji vīrieši.

Jāatzīmē, ka mazo uzņēmumu vadītāji, kuri uzņēmējdarbības izglītību vērtēja kā nozīmīgu faktoru, arī vairāk plānoja veikt pārmaiņas uzņēmumā, domājot par uzņēmuma attīstību, savukārt tie vadītāji, kuri izglītību uzņēmējdarbībā vērtēja kā maznozīmīgu, izmaiņas plānoja veikt mazāk. 78,94% vadītāju, kuri izglītību uzņēmējdarbībā vērtēja kā nozīmīgu (vērtējums 8 un vairāk balles), norādīja, ka plāno uzņēmumā ieviest jaunas tehnoloģijas, paaugstināt produktivitāti, ieviest jaunu, inovatīvu produktu vai jaunu inovatīvu pakalpojumu, apgūt jaunus eksporta tirgus. Savukārt tikai 3,92% no vadītājiem, kuri izglītību uzņēmējdarbībā vērtēja kā maznozīmīgu faktoru (vērtējums 5 un mazāk balles), plānoja veikt kādas no minētajām pārmaiņām uzņēmumā (sk. 3.3. tabulu).

**Mazo uzņēmumu vadītāju plānotās pārmaiņas uzņēmumā atkarībā no vadītāju
uzņēmējdarbības izglītības nozīmīguma vērtējuma**

Izglītības uzņēmēj- darbībā vērtējums (balles)	Plānotās pārmaiņas uzņēmumā (uzņēmumu skaits)						Īpatsvars (%)
	Apgūt jaunu eksporta tirgu	Ieviest jaunas tehnolo- ģijas	Paaugstināt produktīvi- tāti	Sākt ražot jaunu, inovatīvu produktu vai ievieš jaunu, inovatīvu pakalpojumu	Apmācīt darbiniekus, atbalstīt to vēlmi iegūt jaunas zināšanas	Kopā	
2	0	0	0	6	0	6	0,45
4	0	0	2	15	0	17	1,28
5	0	12	0	16	1	29	2,19
6	10	22	54	10	6	102	7,70
7	17	38	37	28	5	125	9,43
8	51	54	97	44	71	317	23,92
9	27	81	189	38	42	377	28,45
10	81	74	108	35	54	352	26,57
	186	281	487	192	179	1325	100,00

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmējdarbības izglītības nozīmīguma vērtējumi, pasaulē veiktie zinātniskie pētījumi par izglītības uzņēmuma vadīšanā ietekmi uz mazo uzņēmumu darbības rezultātiem, ļauj secināt, ka augstākās izglītības iestādēs un profesionālās izglītības iestādēs, neekonomikas un nevadībzinību studiju programmās ir ļoti svarīgi, lai audzēkņi iegūtu zināšanas uzņēmējdarbībā, kas paaugstinātu viņu uzņēmējdarbības prasmes. Svarīgi arī, lai zināšanas, prasmes uzņēmējdarbībā varētu apgūt un papildināt, apmeklējot apmācību kursus uzņēmējdarbības izglītībā, arī tie cilvēki, kuri mācību iestādes jau beiguši. Noderīga būtu uzņēmēju pieredzes apmaiņa, ko būtu iespējams realizēt caur uzņēmēju biedrībām un nozaru asociācijām.

Ļoti svarīgi ir, lai vadītājs izprastu zināšanu uzņēmējdarbībā nepieciešamību, tikai tad notiks zināšanu papildināšana un atjaunošana, kas savukārt ietekmē uzņēmumu darbību.

Mazos uzņēmumos darbinieki ir viens no nozīmīgākajiem uzņēmuma resursiem, kas būtiski ietekmē uzņēmuma konkurētspēju un inovitāti. 3.2. nodaļā autore analizējusi, kādi ir mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu uzņēmumā.

3.2. Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību, motivācijas, komunikācijas nozīmīgumu

Mazā uzņēmuma darbinieki ir viens no vissvarīgākajiem uzņēmuma resursiem, darbinieku efektīva vadīšana ir viens no galvenajiem uzņēmuma veiksmīgas darbības nosacījumiem. Darbinieku vadīšanā liela nozīme ir darbinieku apmācībai. Apmācība paaugstina darbinieku zināšanas, prasmes, sniedz izaugsmes iespējas, palielina apmierinātību ar darbu, paaugstina darbinieku motivāciju. Jāatzīmē, ka svarīga ir ne tikai darbinieku apmācība, bet arī vadītāja apmācība, lai pilnveidotu vadīšanas prasmes un arī profesionālās prasmes uzņēmuma darbības sfērā. Gilmana (*Gilman*), Edvarda (*Edwards*), Heidena (*Heijden*), Makdonalda (*Mcdonald*), Asimakopoula (*Assimakopoulos*), Andersona (*Anderson*), Hansena (*Hansen*), Hamiltona (*Hamilton*), Makpersona (*Macpherson*), Holta (*Holt*), Koša (*Cosh*), Dankana (*Duncan*), Hjūza (*Hughes*), Patona (*Patton*), Mārlova (*Marlow*), Hanona (*Hannon*), Zanga (*Zhang*), Makpersona (*Macpherson*), Džonsa (*Jones*), Lundberga (*Lundberg*), Gudmundsona (*Gudmundson*), Andersona (*Andersson*), Skarborouša (*Scarborough*), Zimmerera (*Zimmerer*), Liu (*Liu*), Komba (*Combs*), Kečena (*Ketchen*) un Airelanda (*Ireland*) un citu zinātnieku pētījumi, kas plašāk analizēti darba pirmajā nodaļā, pierāda apmācību un motivācijas nozīmīgumu mazos uzņēmumos. Zinātniskos pētījumos norādīts, ka ar motivēšanas palīdzību var atrisīt darbiniekos vislabākās īpašības, darbinieki darbu veic labāk, ir radošāki, kā rezultātā uzlabojas darba produktivitāte, pieaug klientu apmierinātība, tiek veicināta jaunu produktu un pakalpojumu ieviešana. Nozīmīga loma vadītāja darbā ir komunikācijai, kas ir cieši saistīta ar darbinieku motivāciju un citām vadīšanas funkcijām. L. Meginsona (*Megginson*), M. Birdas (*Byrd*), V. Meginsona (*Megginson*), Sulimana (*Suliman*), Abdulas (*Abdulla*), Kupritza (*Kupritz*), Kovella (*Cowell*) un citu zinātnieku pētījumos ir pierādīta komunikācijas ciešā saistība ar citām vadīšanas funkcijām, tās ietekme uz mazo uzņēmumu darbības rezultātiem, plašāk komunikācijas loma analizēta darba pirmajā nodaļā.

Balstoties uz pasaulē veiktiem zinātniskiem pētījumiem par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu mazos uzņēmumos, kā arī, mazo uzņēmumu darbības analīzi Latvijā, autore ir izvirzījusi tēzi, ka daudzi mazo uzņēmumu vadītāji neizprot apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu, un viņu uzskati par to ir būtiski atšķirīgi Latvijas reģionos, kā arī atkarībā no uzņēmuma lieluma un nozares.

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību nozīmīgumu uzņēmumā bija atšķirīgi, aptuveni 45,29% vadītāju apmācības vērtēja kā nozīmīgas uzņēmumam (vērtējums 8 un vairāk balles), 15,9% vadītāju pat kā ļoti nozīmīgas (vērtējums 10 balles), tomēr aptuveni

29,54% vadītāju apmācības uzskatīja par maz nozīmīgām uzņēmumam (vērtējums 5 un mazāk balles) (sk. 3.15. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis apmācības ir viduvēji nozīmīgas mazā uzņēmumā. Vadītāju raksturīgo viedokli parāda vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējuma vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 6,83 balles; moda 8 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 8 balles; mediāna 7 balles, kas liecina, ka puse vadītāju apmācību nozīmīgumu uzņēmumā novērtējuši ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi bija nevienmērīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,392 balles, kas norāda, ka vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 2,392 balles; relatīvā variācija 35,02%; variācijas apjoms 9 balles (sk. 3.16. pielikumu).

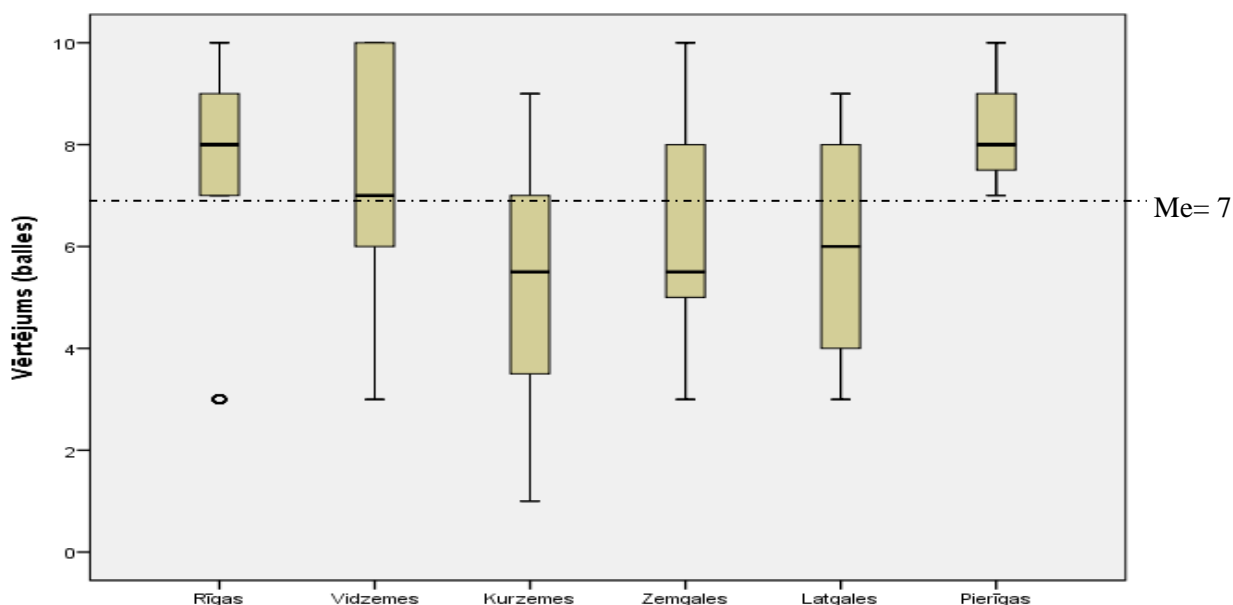
Mazo uzņēmumu vadītāju viedokļi par apmācību nozīmīgumu atšķirās Latvijas statistiskajos reģionos, atkarībā no nozares un vadītāja dzimuma. Mazo uzņēmumu vadītāji Kurzemes, Zemgales un Latgales statistiskajos reģionos uzskatīja, ka apmācības ir gandrīz maznozīmīgas, savukārt Pierīgas statistiskajā reģionā, ka nozīmīgas. Apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirības Latvijas statistiskajos reģionos bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 50,998$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.17. pielikumu).

Viszemāk apmācību nozīmīgumu, kā gandrīz nenozīmīgu, bija novērtējuši vadītāji Kurzemes statistiskajā reģionā, vadītāju vērtējumiem bija arī liela variācija. Vadītāju raksturīgo viedokli parāda vidējie lielumi, kas aprēķināti vadītāju vērtējumiem par apmācību nozīmīgumu: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 5,25 balles; mediāna 5,5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju apmācību nozīmīgumu novērtējuši ar 5,5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 1 balle, visaugstākais 9 balles. Vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,390 balles, kas norāda, ka vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 2,390 balles; relatīvā variācija 45,52%; variācijas apjoms 8 balles.

Visaugstāk, kā nozīmīgu faktoru, apmācību nozīmīgumu vērtējuši mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas statistiskajā reģionā. Mazo uzņēmumu vadītāju Pierīgas statistiskajā reģionā vērtējumu vidējie lielumi, bija augstāki, bet vērtējumu variācija mazāka, kā vadītāju vērtējumiem Kurzemes statistiskajā reģionā. Pierīgas statistiskajā reģionā aritmētiskais vidējais apmācību nozīmīguma vērtējums bija 8,25 balles; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju apmācību nozīmīgumu novērtējuši ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais

vērtējums bija 7 balles, visaugstākais 10 balles. Vērtējumi bija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,095 balles; relatīvā variācija 13,27%; variācijas apjoms 3 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos ietverti 3.5. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu mediānas vērtība (Me = 7 balles).



3.5. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi atšķirās arī uzņēmumos atkarībā no nozares. Lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi bija zemāki, kā vadītāju vērtējumi citās nozarēs, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 46,065$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.18. pielikumu).

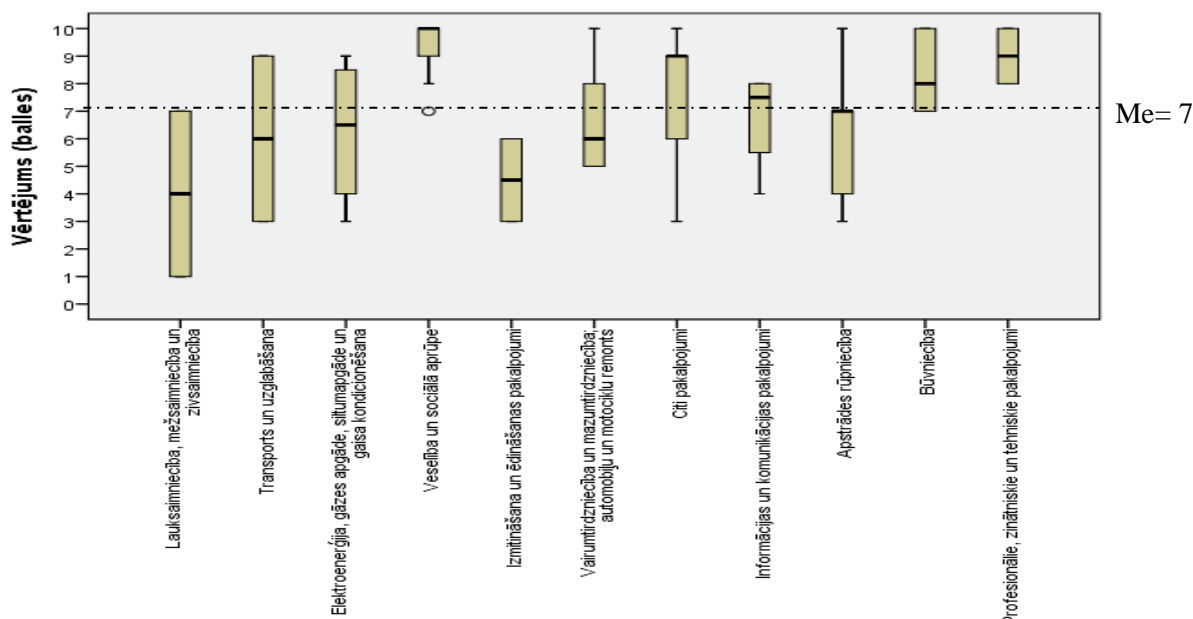
Mazo uzņēmumu vadītāji lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē uzskatīja, ka apmācības ir maznozīmīgas, ko daļēji var izskaidrot nozares specifiku, tomēr arī lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē tiek izstrādātas jaunas tehnoloģijas, metodes, kuras nepieciešams pielietot darbā, kā arī vadītājiem būtu jāņem vērā apmācību ietekme uz darbinieku apmierinātību ar darbu, motivāciju, lojalitāti, darbinieku mainību. Vadītāju lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē apmācību nozīmīguma raksturīgos uzskatus parāda apmācību nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums tikai 4 balles; mediāna 4 balles, kas liecina, ka puse vadītāju apmācību nozīmīgumu novērtēja ar 4 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 1 balle, visaugstākais 7 balles. Jāatzīmē, ka vadītāju vērtējumiem bija liela variācija, par to

liecina vidējā kvadrātiskā novirze 3,028 balles, kas norāda, ka vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 3,028 balles; relatīvā variācija 75,7%; variācijas apjoms 6 balles.

Izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozare bija otra nozare, kurā mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka apmācība ir maznozīmīga, par to liecina vidējie lielumi, kas aprēķināti no vadītāju vērtējumiem par apmācību nozīmīgumu: aritmētiskais vidējais vērtējums 4,5 balles; mediāna 5 balles, kas parāda, ka puse vadītāju apmācību nozīmīgumu novērtēja ar 5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 3 balles, visaugstākais 6 balles. Vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina, vidējā kvadrātiskā novirze 1,514 balles, relatīvā variācija 33,64%, variācijas apjoms 3 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi apmācību nozīmīgumam atšķirās lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības un arī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarēs no transporta un uzglabāšanas, elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas, veselības un sociālās aprūpes, citu pakalpojumu, informācijas un komunikācijas pakalpojumu, apstrādes rūpniecības, būvniecības, vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības, automobiļu un motociklu remonta, profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarēm, kurās vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi bija augstāki, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību - 97% ($p = 0,03$) (sk. 3.18. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi pa nozarēm ietverti 3.6. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 7$ balles).



3.6. attēls. **Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā**
Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju viedokļi par apmācību nozīmīgumu atšķirās atkarībā no vadītāja dzimuma. Vadītājas sievietes atšķirībā no vīriešiem uzskatīja, ka apmācībai ir nozīmīgāka lomā. Vadītājas sieviešu vērtējumi apmācību nozīmīgumam bija augstāki kā vadītāju vīriešu vērtējumi, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -2,717, p < 0,01$ ($p = 0,007$)) rezultāts (sk. 3.19. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājām sievietēm par apmācību nozīmīgumu bija raksturīgs viedoklis, ka apmācības ir gandrīz nozīmīgas. Par vadītāju sieviešu viedokli liecina apmācību nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,07 balles; moda 7 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju sieviešu vērtējums bija 7 balles; mediāna 7 balles, kas norāda, ka puse no vadītājām sievietēm apmācību nozīmīgumu novērtēja ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju sieviešu vērtējums bija 3 balles, bet visaugstākais vērtējums 10 balles. Jāatzīmē, ka vadītāju sieviešu vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,156 balles, relatīvā variācija 30,5%, variācijas apjoms 7 balles.

Mazo uzņēmumu vadītājiem vīriešiem bija raksturīgs viedoklis, ka apmācības ir viduvēji nozīmīgas, par to liecina apmācību nozīmīguma vērtējuma vidējie lielumi, kas parāda raksturīgo vadītāju vīriešu viedokli: aritmētiskais vidējais vērtējums 6,57 balles; moda 8 balles, kas liecina, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 8 balles; mediāna 7 balles, kas parāda, ka puse vadītāju vīriešu apmācību nozīmīgumu novērtējuši ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vīriešu apmācību nozīmīguma vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju vīriešu vērtējumi nebija viendabīgi, apmācību nozīmīguma vērtējumu variācija bija lielāka kā vadītāju sieviešu vērtējumu variācija, ko parāda vidējā kvadrātiskā novirze 2,501 balles, relatīvā variācija 38,07%, variācijas apjoms 9 balles.

Galvenie mazo uzņēmumu vadītāju argumenti, kādēļ uzņēmumā netiek veikta apmācība bija, ka ir ierobežoti finanšu līdzekļi un, ka trūkst informācijas par apmācību iespējām.

Jāatzīmē, ka augstāk par apmācību nozīmīgumu, mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu, kas liecina, ka vadītāji kvalificētus darbiniekus vērtē kā nozīmīgu faktoru uzņēmumā, tomēr paši ir mazāk gatavi apmācīt darbiniekus, lai paaugstinātu darbinieku prasmes, pārkvalificētu darbiniekus kā arī apmācītu jaunus darbiniekus uzņēmumam vajadzīgās specialitātēs. Kvalificētu darbaspēku kā nozīmīgu faktoru novērtēja 36,11% mazo uzņēmumu vadītāju (vērtējums 8 un 9 balles), bet 31,82% vadītāju pat kā ļoti nozīmīgu (vērtējums 10 balles). Kā maznozīmīgu faktoru kvalificētu darbaspēku vērtēja 20,5% vadītāju (vērtējums 5 un mazāk balles) (sk. 3.20. pielikumu).

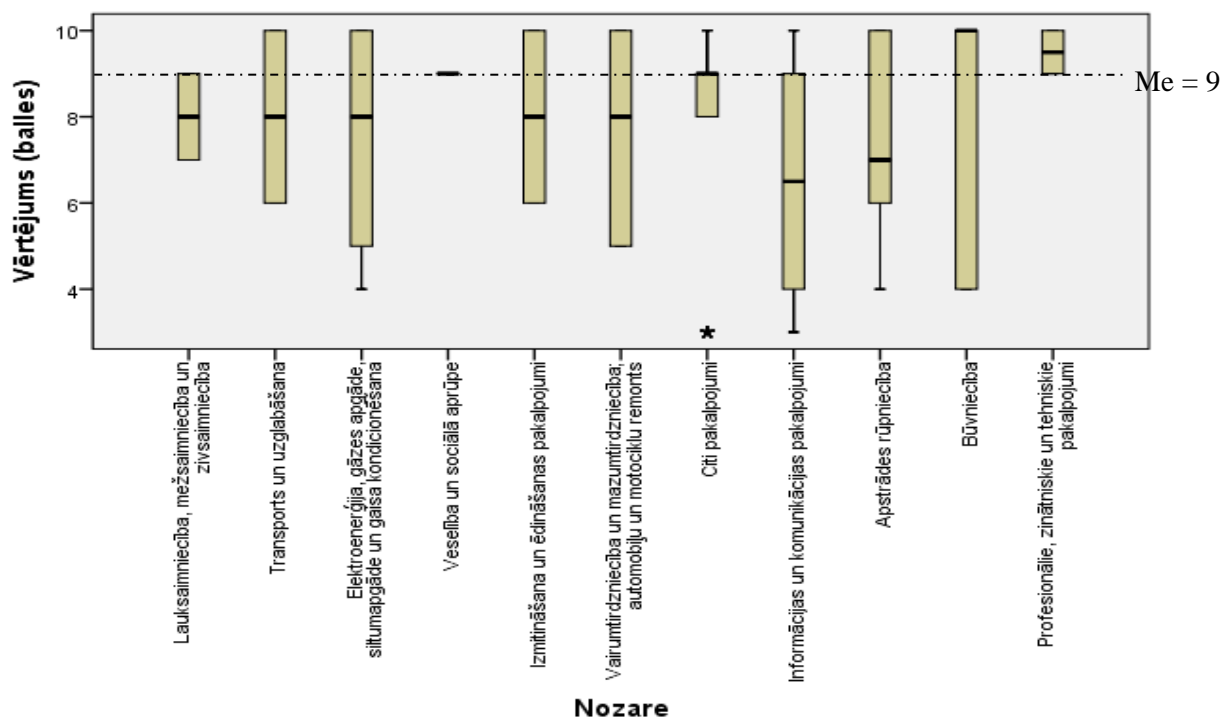
Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka kvalificēts darbaspēks ir nozīmīgs faktors, par to liecina vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu vidējie

lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,72 balles; moda 10 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles; mediāna 8 balles, kas parāda, ka puse vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu novērtējuši ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 2 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,228 balles, kas norāda, ka vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējuma vidējā variācija ap aritmētisko vidējo ir 2,228 balles; relatīvā variācija 28,84%; variācijas apjoms 8 balles (sk. 3.16. pielikumu).

Jāatzīmē, ka mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu atšķirās mazos uzņēmumos atkarībā no nozares, kas daļēji izskaidrojams ar uzņēmuma darbības specifiku un kvalificēta darbaspēka nepieciešamību. Vienfaktora dispersijas analīzes rezultāti pierāda, ka mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu atšķirības atkarībā no nozares bija statistiski nozīmīgas ($F = 10,06$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) (sk. 3.21. pielikumu). Visaugstāk kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtēja mazo uzņēmumu vadītāji profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē. Vadītāju vērtējumi profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē atšķirās no mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumiem citās nozarēs, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību – 99,9% ($p = 0,001$) (sk. 3.21. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājiem par kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē bija raksturīgs viedoklis, ka kvalificēts darbaspēks ir ļoti nozīmīgs faktors, par to liecina vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 9,67 balles; mediāna 9,5 balles, kas norāda, ka puse vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu novērtēja ar 9,5 vai vairāk ballēm, proti 10 ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 9 balles, visaugstākais 10 balles. Vadītāju viedokļi par kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu bija līdzīgi, par to liecina kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 0,505 balles, kas norāda, ka vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 0,505 balles; relatīvā variācija 5,2%; variācijas apjoms 1 balle.

Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā atspoguļoti 3.7. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 9$ balles).



3.7. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumi nozaru griezumā

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Autore secina, neskatoties uz to, ka lielākā daļa mazo uzņēmumu vadītāju augsti vērtēja kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu uzņēmumā (aptuveni 62% vadītāju vērtēja kā nozīmīgu faktoru, aptuveni 32% kā ļoti nozīmīgu faktoru), apmācīt darbiniekus, lai uzņēmumā tiktu paaugstināta darbinieku kvalifikācija, par svarīgu uzskatīja salīdzinoši mazāka daļa vadītāju (aptuveni 45% vadītāju apmācības vērtēja kā nozīmīgas, aptuveni 16% vadītāju, kā ļoti nozīmīgas, bet aptuveni 30% vadītāju, kā maznozīmīgas).

Mazo uzņēmumu vadītāji, kuri uzskatīja, ka apmācības ir nozīmīgas uzņēmuma darbā, parasti uzskatīja arī, ka motivācija ir svarīga vadītāja darbība. Korelācijas analīzes rezultāti liecina, ka pastāv statistiski nozīmīga cieša, pozitīva sakarība starp mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu un motivācijas nozīmīguma vērtējumu (Pīrsona korelācijas koeficienta vērtība – 0,774, $p = 0,000$) (sk. 3.22. pielikumu).

Motivāciju par nozīmīgu vadītāju darbību uzskatīja aptuveni 72% mazo uzņēmumu vadītāju (vērtējums 8 un vairāk balles), no tiem 24,1% vadītāju par ļoti nozīmīgu (vērtējums 10 balles), tomēr 12,8% vadītāju uzskatīja motivāciju par maznozīmīgu (vērtējums 5 un mazāk balles). Jāatzīmē, ka motivāciju, kā nenozīmīgu nebija norādījis neviens no mazo uzņēmumu vadītājiem (sk. 3.23. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli, ka motivācija ir nozīmīga, atspoguļo vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums

7,94 balles; moda 8 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 8 balles; mediāna 8 balles, kas parāda, ka puse vadītāju motivācijas nozīmīgumu novērtēja ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 3 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju vērtējumi bija diezgan viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,907 balles, kas norāda, ka vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu vidējā variācija ar aritmētisko vidējo ir 1,907 balles, relatīvā variācija 24,03%, vērtējuma variācijas apjoms 7 balles (sk. 3.16. pielikumu).

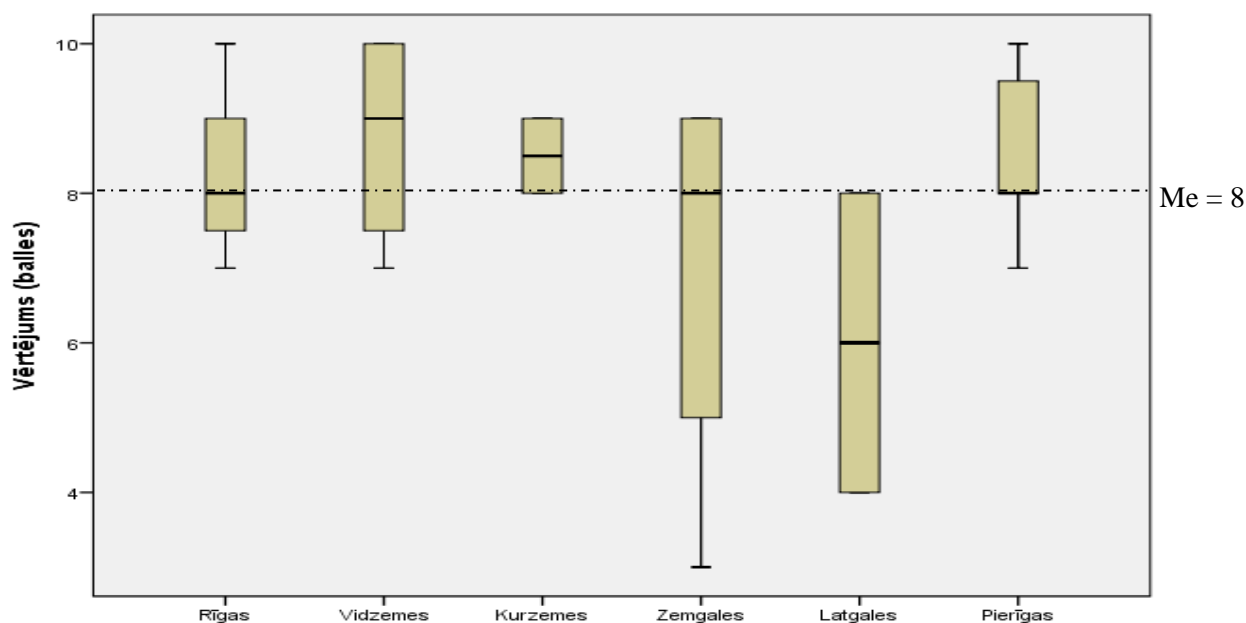
Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par motivācijas nozīmīgumu atšķirās Latvijas statistiskajos reģionos, kā arī atkarībā no nozares, kurā uzņēmums darbojas un arī nodarbināto skaita uzņēmumā.

Latvijas statistiskajos reģionos mazo uzņēmumu vadītāju uzskati atšķirās statistiski nozīmīgi ar augstu varbūtību, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 26,297$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$) rezultāti. Latgales un Zemgales statistiskajos reģionos vadītāji vērtēja motivāciju par mazāk nozīmīgu nekā citos reģionos, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību 99,9% ($p = 0,001$) (sk. 3.24. pielikumu).

Latgales statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka motivācija ir maznozīmīga, par to liecina vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 6 balles; mediāna 6 balles, kas liecina, ka puse vadītāju motivācijas nozīmīgumu novērtēja ar 6 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 4 balles, visaugstākais 8 balles. Vērtējumi bija nevienmērīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,019 balles; relatīvā variācija 33,65%.

Zemgales statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi bija nedaudz augstāki nekā Latgales statistiskajā reģionā. Motivācijas nozīmīguma aritmētiskais vidējais vērtējums Zemgales statistiskajā reģionā bija 7 balles, kas liecina, ka vadītāji uzskata motivāciju par viduvēji nozīmīgu, mediāna 8 balles, kas parāda, ka puse vadītāju motivācijas nozīmīgumu novērtēja ar 8 vai vairāk ballēm, kā nozīmīgu vadītāja darbību. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 3 balles, visaugstākais 9 balles. Vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,461 balle, relatīvā variācija 35,16%, variācijas apjoms 6 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos ietverti 3.8. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 8$ balles).



3.8. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par motivācijas nozīmīgumu atšķirās arī atkarībā no nozares, kurā uzņēmums darbojas, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, par to liecina vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 12,734$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāti (sk. 3.25. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē bija visaugstākie un tie atšķirās statistiski nozīmīgi ar varbūtību 99,9% ($p = 0,001$) no mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumiem lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu, transporta un uzglabāšanas, elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas, veselības un sociālās aprūpes, citu pakalpojumu, apstrādes rūpniecības, vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības; automobiļu un motociklu remonta nozarēs (sk. 3.25. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji motivācijas nozīmīgu profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē vērtēja kā ļoti nozīmīgu, ko parāda vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais motivācijas nozīmīguma vērtējums 9 balles; mediāna 9 balles, kas norāda, ka puse vadītāji novērtējuši motivācijas nozīmīgumu ar 9 vai vairāk ballēm. Vismākais vadītāju vērtējums bija 8 balles, visaugstākais 10 balles. Vadītāju vērtējumi bija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,009 balles, relatīvā variācija 11,21%, variācijas apjoms 2 balles.

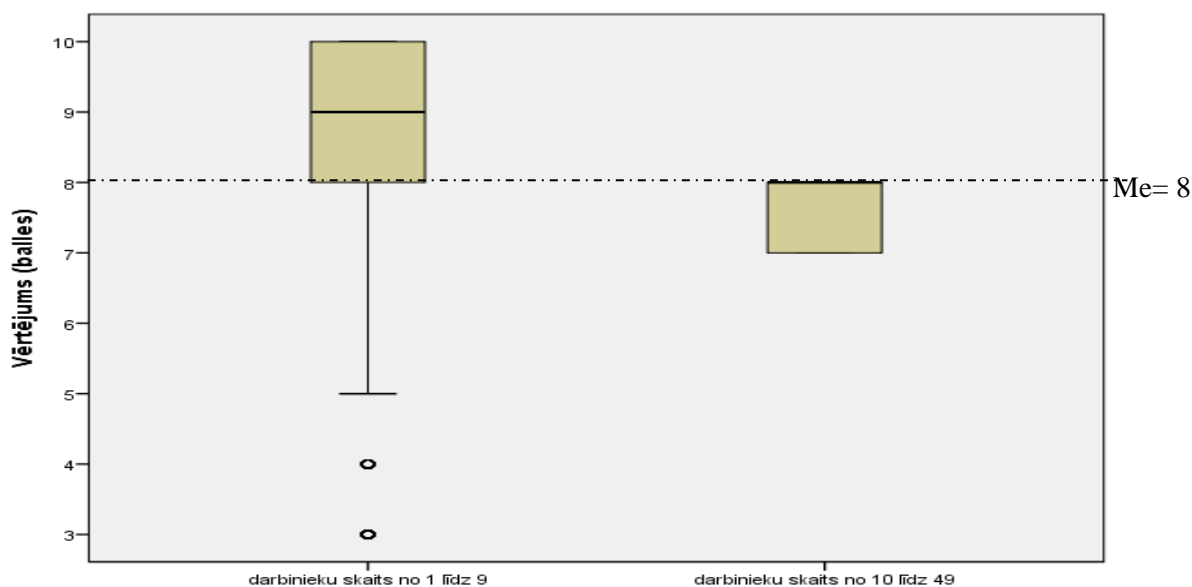
Elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas nozarē vadītāji vērtēja motivācijas nozīmīgumu viszemāk, uzskatot, ka motivācija ir viduvēji nozīmīga. Par vadītāju raksturīgo viedokli attiecībā uz motivācijas nozīmīgumu liecina vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais motivācijas nozīmīguma vērtējums bija 6,56 balles; mediāna 7 balles, kas norāda, ka puse vadītāju novērtējuši motivācijas nozīmīgumu ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 3 balles, visaugstākais 9 balles. Vadītāju vērtējumi bija neviendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,515 balles, relatīvā variācija 38,341%, variācijas apjoms 7 balles. Jāatzīmē, ka lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē vadītāju uzskati par motivācijas nozīmīgumu bija līdzīgi vadītāju uzskatiem elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas nozarē.

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par motivācijas nozīmīgumu atšķīrās uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā. Mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 uzskatīja, ka motivācija ir nozīmīga, savukārt mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 uzskatīja, ka motivācija ir tikai viduvēji nozīmīga. Motivācijas nozīmīguma vērtējumi atšķīrās statistiski nozīmīgi, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -7,677$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.26. pielikumu).

Mazo uzņēmumu ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu raksturo vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 8,23 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju vērtēja motivācijas nozīmīgumu ar 9 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 3 balles, visaugstākais 10 balles. Vērtējumi bija diezgan viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,930 balles, relatīvā variācija 23,95%, vērtējuma variācijas apjoms 7 balles.

Mazo uzņēmumu ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49 vadītāju motivācijas nozīmīguma aritmētiskais vidējais vērtējums bija 7,60 balles, mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāji vērtēja motivācijas nozīmīgumu ar 8 vai mazāk balles. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 7 balles, visaugstākais vērtējums 8 balles. Vērtējumi bija viendabīgi vidējā kvadrātiskā novirze 0,492 balles, relatīvā variācija 6,5%, vērtējuma variācijas apjoms 1 balle.

Mazo uzņēmumu ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 un nodarbināto skaitu no 10 līdz 49 vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi ietverti 3.9. attēlā. Attēlā norādīta motivācijas nozīmīguma vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 8$ balles).



3.9. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumi atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Galvenie mazo uzņēmumu vadītāju izteiktie viedokļi par motivācijas nozīmīgu, ka biznesu nevar veiksmīgi attīstīt, ja darbinieki nav motivēti, motivēts darbinieks cenšas labāk izprast savus veicamos darba pienākumus, kvalitatīvāk un rūpīgāk tos izpildīt.

Svarīga vadītāja darbība ir komunikācija ar darbiniekiem, esošajiem un iespējamiem klientiem, partneriem, piegādātājiem, valsts institūcijām. Zinātniskie pētījumi un autores veiktā mazo uzņēmumu vadītāju aptauja pierāda, ka komunikācija ir cieši saistīta ar motivāciju. Pastāv statistiski nozīmīga cieša sakarība starp mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumiem un komunikāciju nozīmīguma vērtējumiem (Pīrsona korelācijas koeficienta vērtība – 0,868, $p = 0,001$) (sk. 3.27. pielikumu).

Vairāk kā puse mazo uzņēmumu vadītāju uzskatīja, ka komunikācija ir nozīmīga vadītāja darbā, aptuveni 48,78% vadītāju komunikācijas nozīmīgumu vērtējuši kā nozīmīgu (vērtējums 8 un vairāk balles), no tiem 21,95% vadītāju komunikācijas nozīmīgumu vērtējuši kā ļoti nozīmīgu (vērtējums 10 balles), tomēr daļa mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka komunikācijas loma ir nenozīmīga vadītāja darbā, aptuveni 26,83% vadītāju vērtējuši komunikāciju kā maznozīmīgu (vērtējums 5 un mazāk balles), no tiem 4,88% kā nenozīmīgu (vērtējums 1 balle) (sk. 3.28. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka komunikācija ir gandrīz nozīmīga. Par vadītāju raksturīgo viedokli liecina komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 6,90 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles; mediāna 7 balles, kas liecina, ka puse vadītāju

komunikācijas nozīmīgumu novērtēja ar 7 vai mazāk ballēm. Vadītāju viszemākais vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,641 balles, kas norāda, ka vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 2,641 balles; relatīvā variācija 38,28%; vērtējuma variācijas apjoms 9 balles (sk. 3.16. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par komunikācijas nozīmīgumu būtiski atšķīrās Latvijas statistiskajos reģionos, kā arī atkarībā no nozares, kurā uzņēmums darbojas un arī vadītāja dzimuma. Latvijas statistiskajos reģionos mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par komunikācijas nozīmīguma atšķīrās statistiski nozīmīgi ar augstu varbūtību, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 41,158$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāti (sk. 3.29. pielikumu).

Pierīgas statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja komunikācijas nozīmīgumu visaugstāk, kā nozīmīgu vadītāja darbā, savukārt Latgales statistiskajā reģionā vadītāji vērtēja komunikācijas nozīmīgumu viszemāk kā maznozīmīgu. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi Pierīgas un Latgales statistiskajos reģionos atšķīrās no vadītāju vērtējumiem citos reģionos, kuros vadītāju raksturīgais vērtējums bija, ka komunikācija ir viduvēji nozīmīga, par to liecina vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumi, atšķirības vadītāju vērtējumiem bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību 99,8% ($p = 0,002$) (sk. 3.29. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju Latgales statistiskajā reģionā raksturīgo viedokli par komunikācijas nozīmīgumu, ka komunikācija ir maznozīmīga, parāda vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 5,17 balles; mediāna 5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju komunikācijas nozīmīgumu novērtēja ar 5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 3 balles, visaugstākais 8 balles. Vērtējumi bija neviendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,957 balles, relatīvā variācija 37,85%, variācijas apjoms 5 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju raksturīgo viedokli Pierīgas statistiskajā reģionā, ka komunikācija ir nozīmīga vadītāja darbā, parāda vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais komunikācijas nozīmīguma vērtējums 8,75 balles; mediāna 9 balles, kas norāda, ka puse vadītāju komunikācijas nozīmīgumu novērtēja ar 9 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 7 balles, visaugstākais 10 balles. Vadītāju vērtējumi bija diezgan viendabīgi, par to liecina vērtējumu variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 1,305 balles; relatīvā variācija 14,91%; variācijas apjoms 3 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par komunikācijas nozīmīgumu būtiski atšķīrās arī atkarībā no nozares. Vadītāji izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē uzskatīja, ka komunikācija ir maznozīmīga, savukārt vadītāji profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē uzskatīja, ka komunikācija ir gandrīz ļoti nozīmīga, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 14,629$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.30. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē raksturīgo viedokli, ka komunikācija ir maznozīmīga, parāda vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: par aritmētiskais vidējais vērtējums 5,5 balles (aritmētiskā vidējā standartklūda 0,618 balles); mediāna 5 balles, kas norāda, ka puse vadītāju komunikācijas nozīmīgumu novērtējuši ar 5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 1 balle, visaugstākais 10 balles. Vērtējumi nav viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 4,542 balles; relatīvā variācija 82,58%; variācijas amplitūda 9 balles.

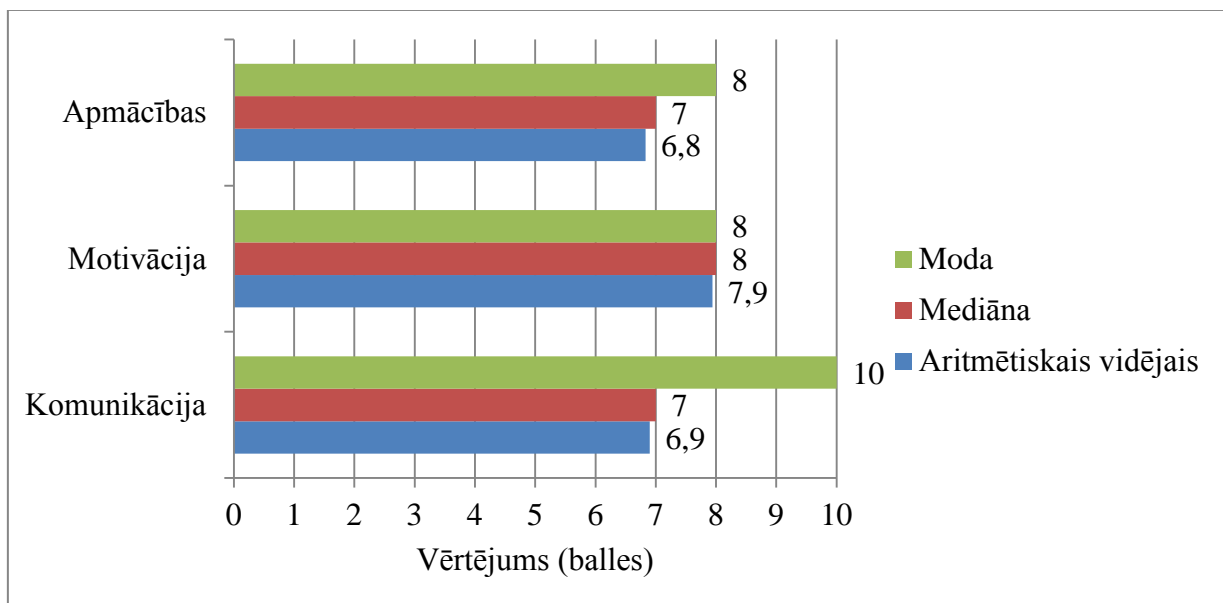
Savukārt profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka komunikācija ir gandrīz ļoti nozīmīga. Vadītāju uzskatus raksturo vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 9,5 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju komunikācijas nozīmīgumu novērtēja ar 9 vai vairāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 9 balles, visaugstākais 10 balles. Vērtējumi bija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 0,505 balles, relatīvā variācija 5,3%, variācijas apjoms 1 balle. Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumi nozarē profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi atšķīrās no citām nozarēm, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību 99,9% ($p = 0,000$).

Būtiski atšķīrās mazo uzņēmumu vadītāju vīriešu viedoklis, ka komunikācija ir nozīmīga, no vadītāju sievietes viedokļa, ka komunikācija viduvēji nozīmīga, vērtējumi atšķīrās statistiski nozīmīgi, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -7,366$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.31. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju vīriešu raksturīgo viedokli, ka komunikācija ir nozīmīga, raksturo komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,22 balles; moda 10 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju komunikācijas nozīmīgumu vērtēja ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju vērtējumi bija nevienmērīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,659 balles, relatīvā variācija 36,83%, variācijas amplitūda 9 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu raksturīgo viedokli, ka komunikācija ir viduvēji nozīmīga, raksturojošie komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējo lielumu vērtības bija zemākas: aritmētiskais vidējais vērtējums 6 balles; moda 7 balles, kas parāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju sieviešu vērtējums bija 7 balles; mediāna 6,5 balles, kas liecina, ka puse vadītājas sievietes komunikācijas nozīmīgumu novērtēja ar 6,5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju sieviešu vērtējumi bija nevienmērīgi par vadītāju vīriešu vērtējumiem, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,586 balles, relatīvā variācija 43,1%.

Apkopojot mazo uzņēmumu vadītāju viedokļus par apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu, autore secina, ka vislabāk mazo uzņēmumu vadītāji izprot motivācijas nozīmīgumu, bet vadītāju izpratne par apmācību un komunikācijas nozīmīgumu ir salīdzinoši zemāka, par to liecina apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu vidējo lielumu vērtības (sk. 3.10. attēlu).



3.10. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Autore uzskata, ka mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi par apmācību, motivācijas, komunikācijas nozīmīgumu, norāda uz vadītāju nepilnīgām zināšanām par uzņēmuma vadīšanu.

Analizējot apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu aritmētiskās vērtības reģionu griezumā, autore secina, ka Latgales statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāji apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu vērtējuši viszemāk, kā gandrīz maznozīmīgas vadītāja darbības. Savukārt Pierīgas un Rīgas statistiskajos reģionos mazo

uzņēmumu vadītāji apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu vērtējuši visaugstāk kā nozīmīgas vadītāja darbības (sk. 3.4. tabulu).

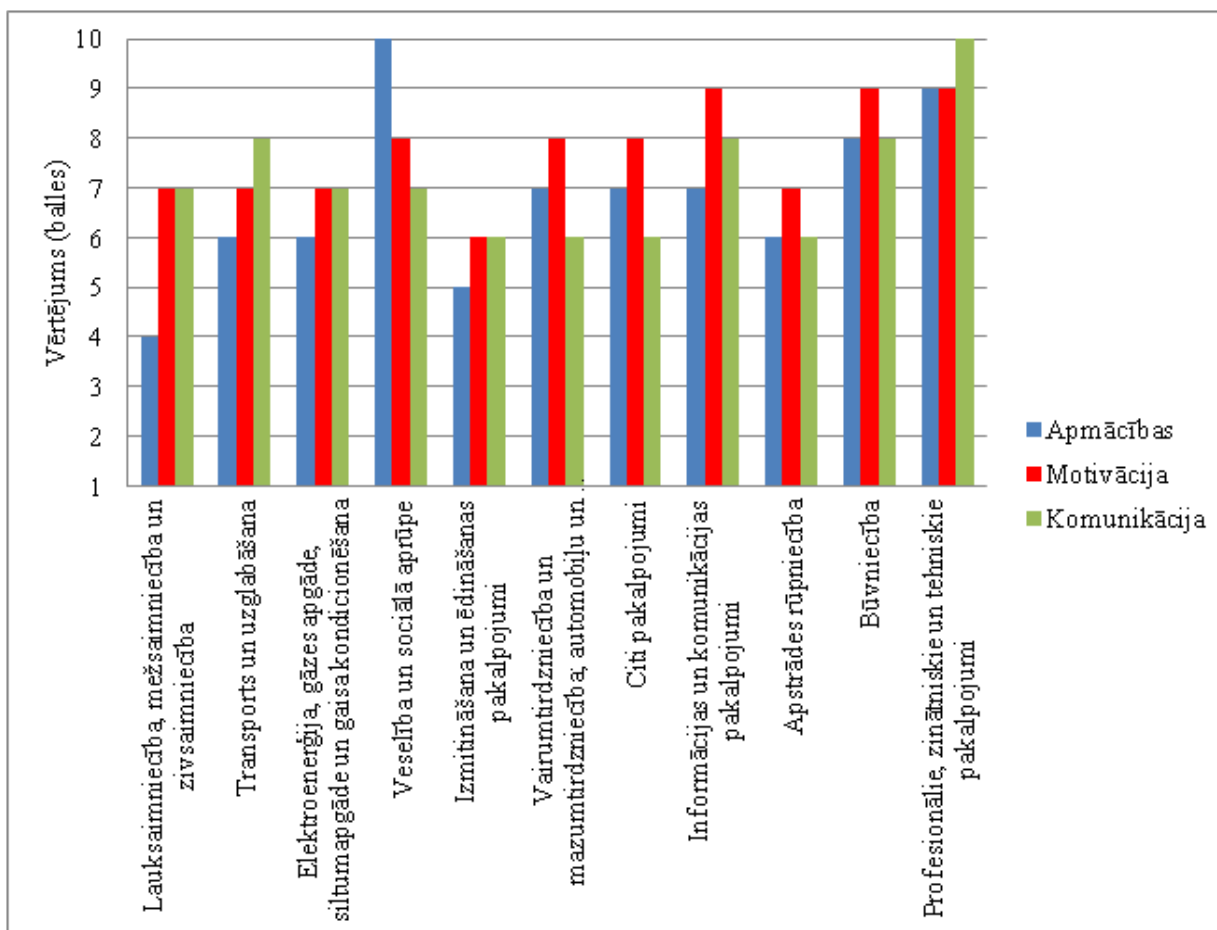
3.4. tabula

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu aritmētiskās vidējās vērtības Latvijas statistiskajos reģionos

Statistiskie reģioni	Vērtējuma aritmētiskais vidējais		
	Apmācību nozīmīgums	Motivācijas nozīmīgums	Komunikācijas nozīmīgums
Rīgas	7,9	8,3	8,0
Vidzemes	7,2	8,8	6,8
Kurzemes	5,3	8,5	6,1
Zemgales	6,2	7,0	6,7
Latgales	6,0	6,0	5,2
Pierīgas	8,2	8,4	8,8

*Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs*

Mazo uzņēmumu vadītāji profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi nozarē motivācijas, apmācību un komunikācijas nozīmīgumu novērtējuši visaugstāk – kā ļoti nozīmīgas vadītāja darbības (visaugstāk vadītāji vērtējuši komunikācijas nozīmīgumu), kas liecina arī par vadītāju zināšanām uzņēmuma vadīšanas jautājumos. Kā nozīmīgas uzņēmuma vadītāja darbības motivāciju, apmācības, komunikāciju novērtējuši mazo uzņēmumu vadītāji veselības un sociālās aprūpes nozarē (visaugstāk vadītāji novērtējuši apmācību nozīmīgumu), turpretī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē un arī lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē mazo uzņēmumu vadītāji motivāciju, apmācības un komunikāciju vērtējuši kā gandrīz maznozīmīgas vadītāja darbības, kas liecina par vadītāju vājām zināšanām uzņēmuma vadīšanas jautājumos (sk. 3.11. attēlu un 3.32. pielikumu).



3.11. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu aritmētiskās vidējās vērtības nozaru griezumā

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Lai mazais uzņēmums būtu konkurētspējīgs, varētu sekmīgi darboties un attīstīties, mazam uzņēmumam jābūt inovatīvam. Inovāciju nozīmīgo ietekme uz mazo uzņēmumu konkurētspēju un attīstību pierādījuši Hansens (*Hansen*), Hamiltons (*Hamilton*), Rosenbušs (*Rosenbusch*), Brinkmans (*Brinckmann*), Baušs (*Bausch*), Nihters (*Nichter*), Goldmarks (*Goldmark*), Nasutions (*Nasution*), Mavondos (*Mavondo*), Matandas (*Matanda*) un citi zinātnieki, plašāk skatīt darba pirmajā nodaļā.

Kā inovatīvu sava uzņēmuma darbību pēdējo trīs gadu laikā vērtēja tikai aptuveni 23,08% mazo uzņēmumu vadītāji (vērtējums 8 un vairāk balles), no tiem kā ļoti inovatīvu aptuveni 9,62%, savukārt aptuveni 2% mazo uzņēmumu vadītāju uzskatīja, ka uzņēmuma darbību nav bijusi inovatīva (vērtējums 1 balle) (sk. 3.33. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības raksturīgais vērtējums bija, ka uzņēmuma darbība vērtējama kā viduvēji inovatīva, par to liecina vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums tikai 5,65 balles; moda 7 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju inovatīvās darbības vērtējums bija 7 balles; mediāna 6 balles, kas

liecina, ka puse vadītāju uzņēmuma inovatīvo darbību vērtēja ar 6 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 1 balle, kas nozīmē, ka uzņēmums nav bijis inovatīvs, visaugstākais vērtējums 10 balles, kas savukārt nozīmē, ka uzņēmums bijis ļoti inovatīvs. Jāatzīmē, ka vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,557 balles, relatīvā variācija 45,26%, vērtējuma variācijas apjoms 9 balles (sk.3.34. pielikumu).

Galvenie mazo uzņēmumu vadītāju izteiktie viedokļi par inovāciju realizēšanu uzņēmumā ietekmējošiem faktoriem bija, ka inovācijām uzņēmumam trūkst finanšu līdzekļi, ka, lai saņemtu ES fondu līdzekļus inovāciju ieviešanai, pāiet ilgs laiks, bet inovāciju ieviešanai jānorit ātri, kā arī, ka attiecīgā brīdī nav atvērta programma inovāciju atbalstam.

Jāatzīmē, ka būtiskas izmaiņas uzņēmuma darbā neplānoja veikt vairāk kā puse mazo uzņēmumu vadītāji, tikai aptuveni 13% vadītāju plānoja organizēt darbinieku apmācību, aptuveni 41% plānoja paaugstināt produktivitāti, aptuveni 19% plānoja ieviest jaunas tehnoloģijas, aptuveni 18% plānoja apgūt jaunus tirgus, 12% sākt ražot jaunu, inovatīvu produktu vai ieviest jaunu inovatīvu pakalpojumu.

Zinātniskās publikācijās, kā galvenie faktori, kas ietekmē inovāciju ieviešanu mazos uzņēmumos, norādīti vadītāja zināšanas uzņēmuma vadīšanā, vadības stils, motivācija, finanšu resursi, darbinieku zināšanas un prasmes, apmācības, ārējā vide, valsts atbalsta programmu izmantošana, ko pierādījuši Romero (*Romero*), Martinezs-Romans (*Martinez-Roman*), Keizers (*Keizer*), Dijkstras (*Dijkstra*), Halmans (*Halman*), Vangs (*Wang*), Kostello (*Costello*) un citi zinātnieki, detalizētāki pasaulē veikto zinātnisko pētījumu rezultāti analizēti darba pirmajā nodaļā.

Pastāv sakarība starp mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu, apmācību nozīmīguma vērtējumu, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu, kvalificēta darbaspēka vērtējumu. Korelācijas analīzes rezultāti liecina, ka sakarība starp mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu un apmācību nozīmīguma vērtējumu un arī kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu ir cieša, pozitīva un statistiski nozīmīga. Sakarības ciešuma novērtēšanai starp uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu un apmācību nozīmīguma vērtējumu aprēķinātā Pīrsona korelācijas koeficienta vērtība – 0,654 (nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$), Pīrsona korelācijas koeficienta vērtība, kas raksturo sakarības ciešumu starp inovatīvās darbības vērtējumu un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu – 0,581 (nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$), Pīrsona korelācijas koeficienta vērtība, kas raksturo sakarības ciešumu starp inovatīvās darbības vērtējumu un kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu – 0,588 (nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$) (sk. 3.37. pielikumu).

Konstatētās statistiski nozīmīgās sakarības starp vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu, apmācību nozīmīguma vērtējumu, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu, kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu, kā arī sakarības starp apmācību nozīmīguma vērtējumu un motivācijas nozīmīguma vērtējumu un arī komunikācijas nozīmīguma vērtējumu un motivācijas nozīmīguma vērtējumu, pierāda mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu patiesumu, kas sakrīt ar zinātniskos pētījumos ir pierādīto sakarību pastāvēšanu starp motivāciju, apmācību, komunikāciju, kvalificētu darbaspēku un inovācijām.

3.3. Interneta lietošanas aktivitāte mazos uzņēmumos

Mūsdienās arvien pieaug informācijas un komunikācijas tehnoloģiju loma vadīšanas procesos. Informācijas un komunikācijas tehnoloģiju izmantošana cieši saistīta ar citām vadīšanas funkcijām. Kupritza (*Kupritz*), Kovella (*Cowell*), Midletona (*Middleton*), Baisa (*Byus*), L. Meginsona (*Megginson*), Birdas (*Byrd*), V. Meginsona (*Megginson*), Lī (*Li*), Merenda (*Merenda*), Ventačalams (*Ventachalam*), Vintera (*Winter*), Gaglio (*Gaglio*), Radžagopalana (*Rajagopalan*), Kannarela (*Cannarella*), Pikiona (*Piccioni*) un citu zinātnieku pētījumos ir pierādīta informācijas un komunikācijas tehnoloģiju loma mazo uzņēmumu vadīšanā un ietekme uz uzņēmuma darbības rezultātiem, plašāk informācijas un komunikācijas tehnoloģiju loma mazos uzņēmumos analizēta darba pirmajā nodaļā.

Svarīgs instruments vadītājiem ir internets, ar kura palīdzību vadītāji var iegūt un izplatīt informāciju, sazināties ar klientiem, piegādātājiem, ātri reaģēt uz klientu un piegādātāju vajadzībām, kā arī izmantot e-pakalpojumus, kuru daudzums arvien pieaug, un arī nodarboties ar e-komerciju. Vairāk kā puse mazo uzņēmumu vadītāju norādījuši, ka uzņēmuma darbā aktīvi lieto internetu – aptuveni 54,72% (vērtējums 8 un vairāk balles), no tiem aptuveni 38,64% norādījuši, ka internets uzņēmumā tiek lietots pat ļoti aktīvi (vērtējums 10 balles), tomēr aptuveni 6,9% – ka uzņēmumā internets netiek lietots (vērtējums 0 balle), bet 13,64%, ka lieto ļoti maz (vērtējums 4 un mazāk balles) (sk. 3.35. pielikumu).

Kopumā interneta lietošanas aktivitāte mazos uzņēmumos vērtējama kā gandrīz aktīva, interneta lietošanas aktivitāti raksturo vadītāju vērtējumu par interneta lietošanas aktivitāti vidējie rādītāji: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 7,22 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju internetu izmantošanu vērtējuši ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 0 balle, kas nozīmē, ka internets uzņēmumā netika lietots, visaugstākais vērtējums bija 10 balles, kas parāda, ka internetu uzņēmumā lietoja ļoti aktīvi. Vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 3,115 balles, kas norāda, ka vadītāju

interneta lietošanas vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 3,115 balles; relatīvā variācija 43,14%; variācijas apjoms 10 balles (sk. 3.36. pielikumu).

Interneta lietošanas aktivitāte mazos uzņēmumos būtiski atšķīrās Latvijas statistiskajos reģionos, atkarībā no nozares, nodarbināto skaita uzņēmumā un arī vadītāju dzimuma.

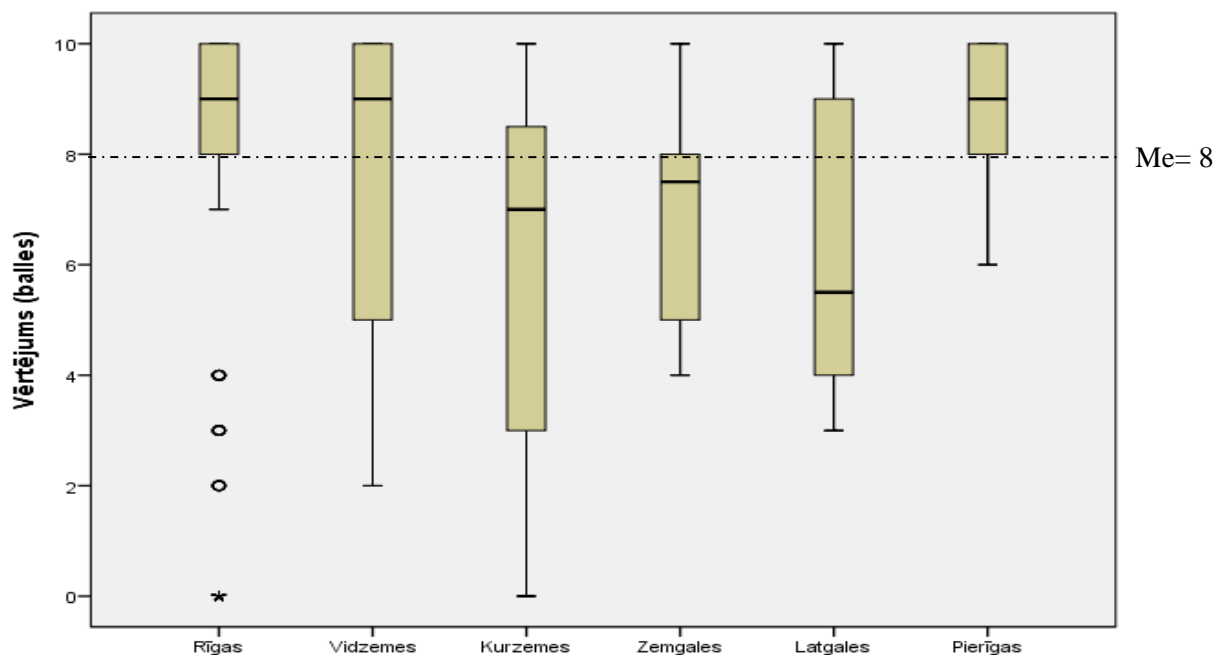
Mazo uzņēmumu vadītāju interneta izmantošanas aktivitātes vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos atšķīrās statistiski nozīmīgi, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 22,826$, $p < 0,01$ ($p = 0,00$)) rezultāti (sk. 3.38. pielikumu).

Kurzemes un Latgales statistiskajos reģionos mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi bija viszemākie. Savukārt Pierīgas statistiskajā reģionā interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi bija visaugstākie. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi Pierīgas statistiskajā reģionā atšķīrās no mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumiem citos statistiskajos reģionos, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar varbūtību 99,9% ($p = 0,000$) (sk. 3.38. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas statistiskajā reģionā interneta lietošanas aktivitāti vērtēja visaugstāk kā aktīvu: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 8,92 balles; puse vadītāji interneta lietošanas aktivitāti novērtēja ar ballēm augstākām par 9, proti 10 ballēm (mediānas vērtība 9 balles). Viszemākais vadītāju vērtējums bija 6 balles, bet visaugstākais 10 balles. Vadītāju vērtējumi Pierīgas statistiskajā reģionā bija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,177 balles, relatīvā variācija 13,2%, variācijas amplitūda 4 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu vidējie lielumi Kurzemes un Latgales statistiskajos reģionos bija daudz zemāki kā Pierīgas statistiskajā reģionā. Kurzemes reģionā aritmētiskais vidējais interneta lietošanas aktivitātes vērtējums bija 5,75 balles, Latgales reģionā - 6,17 balles, vērtējumu mediānas vērtība Kurzemes reģionā bija 7 balles, kas norāda, ka puse vadītāju interneta lietošanas aktivitāti novērtējuši ar 7 vai mazāk ballēm, savukārt Latgales reģionā mediānas vērtība bija 5,5 balles, kas norāda, ka puse vadītāju interneta lietošanu novērtējuši ar 5,5 vai mazāk ballēm. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi Kurzemes un Latgales reģionos nebija viendabīgi, par to liecina vērtējumu variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze Kurzemes reģionā 3,668 balles, Latgales reģionā 2,552 balles; relatīvā variācija Kurzemes reģionā 63,79%, Latgales reģionā 41,36%; variācijas apjoms Kurzemes reģionā 10 balles, Latgales reģionā 7 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos ietverti 3.12. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 8$ balles).

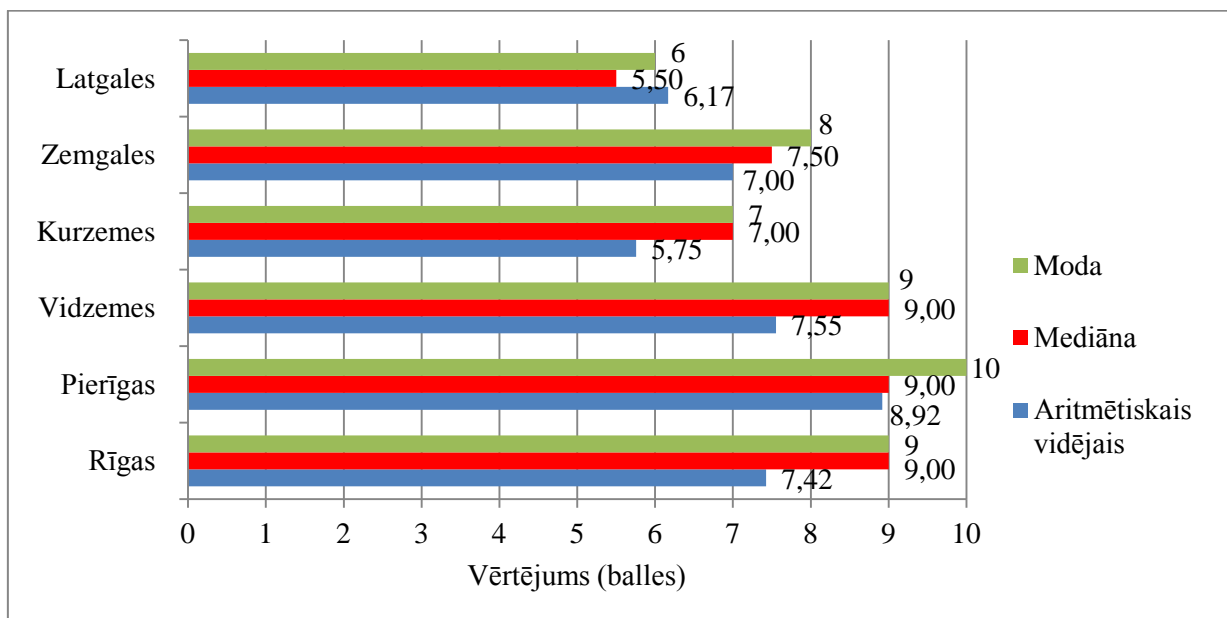


3.12. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi Latvijas statistiskajos reģionos

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu vidējie lielumi Latvijas statistiskajos reģionos attēloti 3.13. attēlā.



3.13. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu vidējie lielumi Latvijas statistiskajos reģionos

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

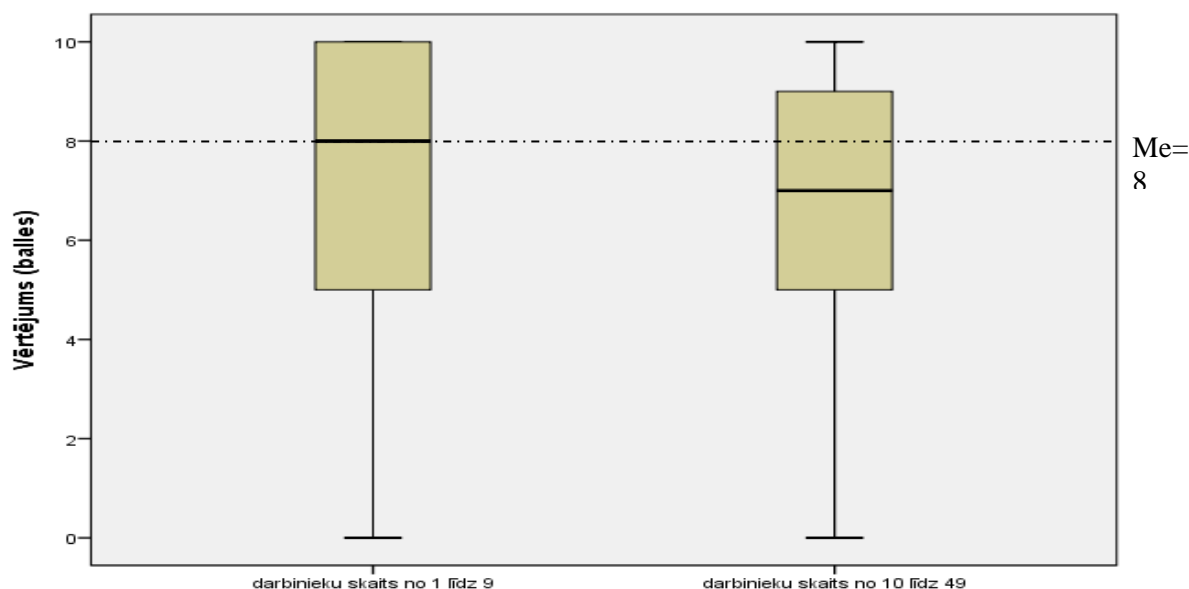
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitāte atšķirās arī uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā. Mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 vadītāji bija norādījuši, ka internetu lieto aktīvāk nekā mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -4,798, p < 0,01 (p = 0,000)$) rezultāts (sk. 3.39. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 vērtēja interneta lietošanas aktivitāti kā aktīvu, savukārt mazo uzņēmumu vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 vērtēja interneta lietošanas aktivitāti kā viduvēji aktīvu. Par interneta lietošanas aktivitāti mazā uzņēmumā ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9, liecina vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,33 balles, mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitāti vērtējuši ar 8 vai vairāk ballēm. Vadītāju viszemākais vērtējums bija 0 balles, kas liecina, ka internets netiek lietots, visaugstākais vērtējums 10 balles, kas liecina, ka internets tiek lietots ļoti aktīvi. Vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 3,011 balles, kas norāda, ka vadītāju interneta lietošanas vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 3,011 balles, relatīvā variācija 41,08%, variācijas apjoms 10 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 interneta lietošanas aktivitāti raksturojošie vērtējumu vidējie lielumi bija zemāki, kā mazo uzņēmumu vadītāju ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 6,66 balles; mediāna 7 balles, kas liecina, ka puse mazo uzņēmumu vadītāji interneta izmantošanu vērtējuši ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 0 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumi bija neviendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,97 balles, relatīvā variācija 44,6%, variācijas apjoms 10 balles.

Mazo uzņēmumu ar darbinieku skaitu no 1 līdz 9 un darbinieku skaitu no 10 līdz 49 vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi ietverti 3.14. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu mediānas vērtība ($Me = 8$ balles).



3.14. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu sadalījums atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

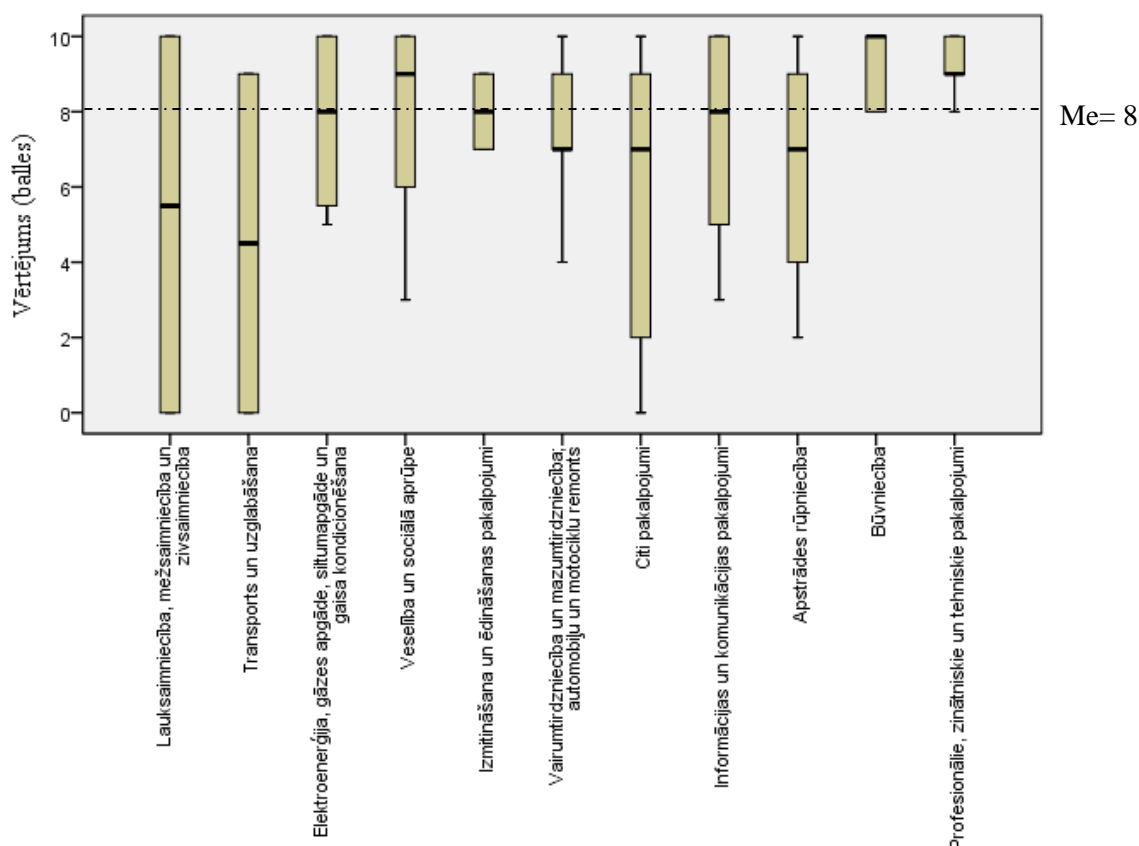
Būtiski atšķirās mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi atkarībā no nozares, kurā uzņēmums darbojas, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda vienfaktora dispersijas analīzes ($F = 21,604$ $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāti (sk. 3.40. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi nozarē norādīja, ka internets uzņēmumā tiek lietots aktīvi. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi par interneta lietošanas aktivitāti nozarē profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi būtiski atšķirās no mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumiem lauksaimniecības mežsaimniecības un zivsaimniecības, vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības, automobiļu un motociklu remonta, citu pakalpojumu, apstrādes rūpniecības, būvniecības, transporta un uzglabāšanas, veselības un sociālās aprūpes, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu, elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas nozarēs, atšķirības bija statistiski nozīmīgas ar varbūtību 99,9% ($p = 0,000$) (sk. 3.40. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē interneta lietošanas aktivitāti raksturo vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais interneta lietošanas aktivitātes vērtējums 9,2 balles; mediāna 9 balles, kas norāda, ka puse vadītāju novērtēja interneta lietošanas aktivitāti ar 9 vai vairāk ballēm. Vadītāju viszemākais vērtējums bija 8 balles, visaugstākais 10 balles. Vadītāju vērtējumi bija viendabīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 0,655 balles, relatīvā variācija 7,1%, variācijas amplitūda 2 balles.

Savukārt lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē mazo uzņēmumu vadītāji interneta lietošanas aktivitāti vērtēja kā vāju, ko norāda vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 5,02 balles; mediāna 5,5 balles, kas norāda, ka puse vadītāju novērtēja interneta lietošanas aktivitāti ar 5,5 vai mazāk ballēm. Vadītāju viszemākais vērtējums bija 0 balles, visaugstākais 10 balles. Jāatzīmē, ka vadītāju vērtējumi bija ļoti atšķirīgi, to parāda variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 3,53 balles, relatīvā variācija 70,32%, variācijas amplitūda 10 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu sadalījums nozaru griezumā atspoguļots 3.15. attēlā. Attēlā norādīta vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu mediānas vērtība (Me = 8 balles).



3.15. attēls. Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi nozaru griezumā

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumi atšķirās arī atkarībā no vadītāja dzimuma, vadītāji vīrieši atšķirībā no sievietēm interneta lietošanas aktivitāti vērtēja augstāk, atšķirības bija statistiski nozīmīgas, ko pierāda Manna-Vitneja (*Mann-Whitney*) testa ($z = -5,407$, $p < 0,01$ ($p = 0,000$)) rezultāts (sk. 3.41. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji vīrieši interneta lietošanas aktivitāti vērtēja kā gandrīz aktīvu, par to liecina vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,41 balle; mediāna 8

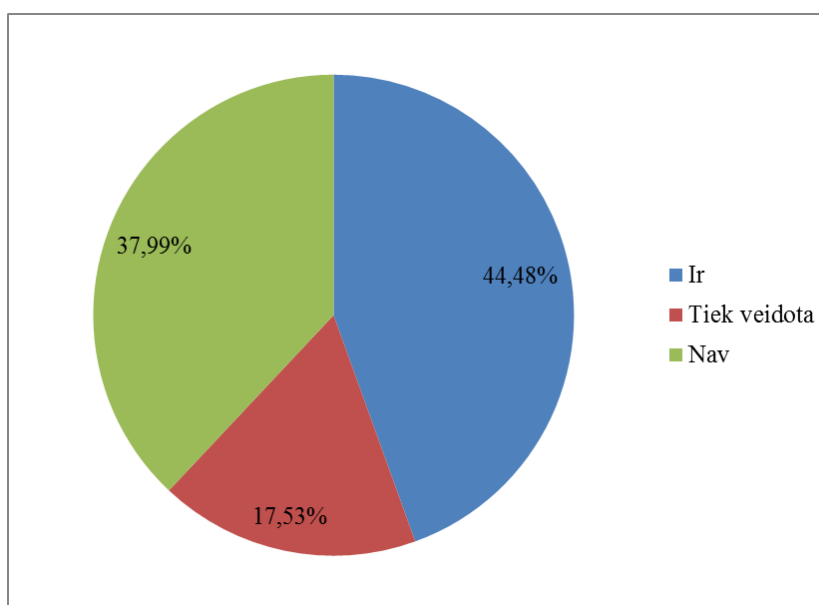
balles, kas norāda, ka puse vadītāji vīrieši interneta lietošanas aktivitāti vērtēja ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 0 balles, kas norāda, ka internets netiek lietots, visaugstākais vērtējums 10 balles, kas norāda, ka internets tiek lietots ļoti aktīvi. Vērtējumi bija neviendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,865 balles, relatīvā variācija 38,66%, variācijas apjoms 10 balles.

Savukārt vadītājas sievietes interneta lietošanas aktivitāti vērtēja kā viduvēji aktīvu, ko norāda vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 6,36 balles; mediāna 7 balles, kas liecina, ka puse vadītāju sieviešu interneta lietošanas aktivitāti vērtēja ar 7 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 0 balles, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vadītāju sieviešu vērtējumi bija vēl neviendabīgāki kā vadītāju vīriešu vērtējumi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 3,301 balle, relatīvā variācija 51,9%, variācijas apjoms 10 balles.

Mazo uzņēmumu vadītāji norādīja, ka internetu galvenokārt izmanto komunikācijai ar valsts un pašvaldību iestādēm, klientiem un citiem komersantiem.

Balstoties uz iepriekš veikto analīzi, autore secina, ka interneta lietošanas aktivitāte atšķiras gan Latvijas reģionos, gan nozarēs, gan atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā, kā arī atkarībā no vadītāja dzimuma. No Latvijas reģioniem visaktīvāk internets tika lietots mazos uzņēmumos Pierīgas statistiskajā reģionā, savukārt visneaktīvāk Kurzemes reģionā. Nozaru griezumā visaktīvāk internetu lietoja profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē, bet visneaktīvāk lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē. Mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 internetu lietoja aktīvāk kā mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49. Mazo uzņēmumu vadītāji vīrieši internetu lietoja aktīvāk kā vadītājas sievietes.

Preču un pakalpojumu reklamēšanai un informācijas sniegšanai, komunikācijai ar klientiem, partneriem mazos uzņēmumos liela loma ir uzņēmumu mājas lapai. Mazo uzņēmumu vadītāju aptauja liecina, ka 44,48% uzņēmumu bija izveidota uzņēmuma mājas lapa, daļa mazo uzņēmumu vadītāji norādījuši, ka uzņēmuma mājas lapa tiek izstrādāta - 17,53%, tomēr 37,99% mazo uzņēmumu vadītāju norādījuši, ka uzņēmumam nav mājas lapas (sk. 3.16. attēlu).



3.16. attēls. **Mazo uzņēmumu sadalījums pēc uzņēmuma interneta mājas lapas esamības**
Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Ātrs internets mūsdienās ir viens no infrastruktūras elementiem, kas nozīmīgi ietekmē uzņēmuma konkurētspēju. Ārpus lielām pilsētām interneta lietošana Latvijā vēl airvien ir problemātiska. Par kvalitatīvu interneta izmantošanas nodrošināšanu visā Latvijas teritorijā būtu jārūpējas valdībai. Autores veiktās mazo uzņēmumu aptaujas rezultāti par interneta un mājas lapas lietošanu uzņēmumos atbilst CSP²⁸⁰ publicētai informācijai.

Mazo uzņēmumu dibināšanu, darbību un attīstību nozīmīgi ietekmē valsts atbalsts. Nākamā nodaļā autore analizējusi mazo uzņēmumu vadītāju viedokli par valsts atbalsta pasākumu nozīmīgumu.

3.4. Mazo uzņēmumu vadītāju valsts atbalsta pasākumu vērtējums

Mazo uzņēmumu darbību un attīstību, kā arī jaunu uzņēmumu dibināšanu būtiski ietekmē uzņēmējdarbību atbalstoša valsts politika, ko pierāda teorētiskā daļā aplūkotie Audreča (*Audretsch*), Keilbača (*Keilbach*), Lehmana (*Lehmann*), Tsaisa (*Tsai*), Kuosa (*Kuo*), Pimenovas (*Pimenova*), Vorstasa (*Vorst*), kā arī citi zinātniskie pētījumi.

Nozīmīga ietekmē uz uzņēmējdarbību, pēc mazo uzņēmumu vadītāji domām, ir finanšu resursu (tai skaitā kredītu) pieejamībai, valsts nodokļu politikai, administratīvām procedūrām, kā arī ārējās vides stabilitātei. Vislielākā ietekme uz uzņēmuma vadīšanu un uzņēmuma darbību, pēc mazo uzņēmumu vadītāju uzskatiem bija valsts nodokļu politikai. Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka nodokļu politikas ietekme vērtējama kā ļoti nozīmīga, par to liecina vadītāju nodokļu politikas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi:

²⁸⁰ Informācijas tehnoloģijas. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Zinātne un tehnoloģijas / Internets - <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>- skatīts 20.12.2012.

aritmētiskais vidējais vērtējums 9,07 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles; mediāna 10 balles, kas liecina, ka puse vadītāju nodokļu politikas nozīmīgumu vērtēja ar 10 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumi bija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 1,868 balles, relatīvā variācija 20,6% (sk. 3.42. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji, kā otru faktoru, kuram ir vislielākā ietekmē uz uzņēmuma darbību, norādīja finanšu resursu (tai skaitā kredītu) pieejamību, novērtējot finanšu resursu pieejamību kā ļoti nozīmīgu, par to liecina finanšu resursu pieejamības nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,91 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju finanšu resursu pieejamības nozīmīgumu vērtēja ar 9 vai vairāk ballēm, proti 10 ballēm. Vadītāju vērtējums nebija viendabīgs par to vidējā kvadrātiskā novirze 2,785 balles, relatīvā variācija 35,21% (sk. 3.42. pielikumu).

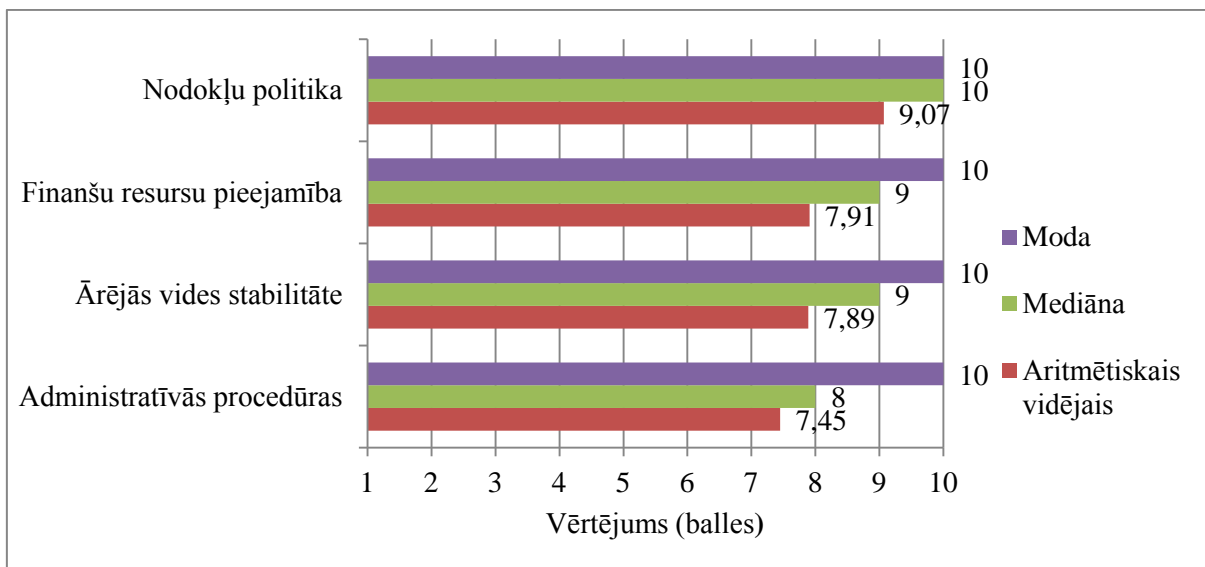
Mazo uzņēmumu vadītāji administratīvo procedūru (formalitāšu un atskaišu veikšanai nepieciešamais laiks) ietekmi uz uzņēmuma vadīšanu vērtējuši kā nozīmīgu, par to liecina vadītāju administratīvo procedūru ietekmes nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,45 balles; moda 10 balles, kas liecina, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles, kuru norādījuši 23,6% vadītāju; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju administratīvo procedūru nozīmīgumu novērtēja ar 8 vai vairāk ballēm. Viszemākais vadītāju vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Vērtējumi nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,396 balles, kas norāda, ka vadītāju administratīvo procedūru ietekmes uz uzņēmuma vadīšanu vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 2,396 balles, relatīvā variācija 32,16%, variācijas apjoms 9 balles (skat 3.42. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka nozīmīga loma ir arī ārējās vides stabilitātei. Mazo uzņēmumu vadītāju ārējās vides stabilitātes nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais ārējās vides stabilitātes nozīmīguma vērtējums bija 7,89 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju ārējās vides stabilitātes nozīmīguma vērtējums bija 10 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse mazo uzņēmumu vadītāju ārējās vides stabilitātes nozīmīgumu vērtēja ar 9 vai vairāk ballēm. Vadītāju vērtējumi ārējās vides stabilitātes nozīmīgumam nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,492 balles, relatīvā variācija 31,58% (sk. 3.42. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi par valsts atbalsta nozīmīgumu uzņēmējdarbībā atbilst zinātniskās publikācijās publicēto pētījumiem rezultātiem (Audreča (*Audretsch*), Keilbača (*Keilbach*), Lehmana (*Lehmann*), Hansona (*Hansson*), Kulena (*Cullen*), Gordona

(Gordon), Stenkula (Stenkula), Tsaisa (Tsai), Kuosa (Kuo), Pimenovas (Pimenova), Vorstas (Vorst) zinātniskie pētījumi), kā arī Swedbank 2011. gadā veiktā pētījuma „Latvijas eksporta uzņēmumu konkurētspējas pētījuma” rezultātiem, kurā, kā negatīvi uzņēmējdarbības konkurenci ietekmējoši faktori, minēti nepiemēroti nodokļi un birokrātija valsts iestādēs, plašāk zinātnisko pētījumu analīzi skatīt darba pirmajā nodaļā.

Mazo uzņēmumu vadītāju administratīvo procedūru, ārējās vides stabilitātes, finanšu resursu (tai skaitā kredītu) pieejamības, valsts nodokļu politikas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi ietverti 3.17. attēlā.



3.17. attēls. **Mazo uzņēmumu vadītāju administratīvo procedūru, ārējās vides stabilitātes, finanšu resursu (tai skaitā kredītu) pieejamības, valsts nodokļu politikas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi**

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāji norādījuši, ka uzņēmuma stabilai darbībai svarīga ir prognozējamība, ka nozīmīga loma uzņēmuma attīstībā ir ekonomiskai stabilitātei, birokrātijas mazināšanai, atskaišu vienkāršošanai. Mazo uzņēmumu vadītāji atzīmējuši arī, ka pašlaik jāstrādā nestabilā vidē, ar mainīgu nodokļu politiku un atskaišu sistēmu, kura mainās vairākas reizes gadā un, ka kredīta resursi ir pieejami tikai ar nopietnu nodrošinājumu.

Kā otrā nodaļā minēts, lai atbalstītu mazos uzņēmumus, Latvijā 2010. gadā stājušies spēkā grozījumi *Komerclikumā* un pieņemts *Mikrouzņēmuma nodokļa likuma*. Mazo uzņēmumu vadītāji grozījumus *Komerclikumā* vērtējuši, kā atbalsta pasākumu, kura ietekme uz uzņēmējdarbību ir viduvēja, jāatzīmē, ka vadītāju vērtējumi bija atšķirīgi. Viszemāko vērtējumu grozījumiem *Komerclikumā* norādījuši mazo uzņēmumu vadītāji lauksaimniecības mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē (aritmētiskais vidējais vērtējums 3,67 balles),

būvniecības nozarē (aritmētiskais vidējais vērtējums 3,85 balles) un informācijas un komunikācijas pakalpojumu nozarē (aritmētiskais vidējais vērtējums 4 balles).

Kā maznozīmīgu, mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja iespēju dibināt mazkapitāla SIA, norādot, ka nevar biznesu izveidot ar 1 latu, nopietnam darbam un biznesa uzsākšanai SIA dibināšana ar 1 latu pamatkapitālu nav īpaši nopietni, neveicina īpašnieku atbildību, vairāk derīga tikai maziem mājražotājiem un pakalpojumu sniedzējiem. Kā nenozīmīgu iespēju dibināt SIA ar 1 latu pamatkapitālu norādījuši 20% mazo uzņēmumu vadītāji, savukārt, kā ļoti nozīmīgu 14,55% vadītāju (sk. 3.43. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju viedokli, ka iespēja dibināt SIA ar 1 latu pamatkapitālu vērtējama kā maznozīmīga, raksturo vadītāju vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 5,42 balles; moda 5 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 5 balles; mediāna 5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju iespēju dibināt SIA ar 1 latu pamatkapitālu vērtēja ar 5 vai mazāk ballēm. Vadītāju vērtējumi bija neviendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 3,044 balles, relatīvā variācija 56,2%, variācijas amplitūda 9 balles (sk. 3.44. pielikumu).

Kā gandrīz nozīmīgu, mazo uzņēmumu vadītāji, vērtēja vienkāršoto jauna uzņēmuma reģistrāciju, par to liecina mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,26 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles; mediāna 7 balles, kas liecina, ka puse vadītāju vienkāršoto jauna uzņēmuma reģistrāciju vērtēja ar 7 vai vairāk ballēm. Vadītāju vērtējumi gan nebija viendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,296 balles, relatīvā variācija 31,6% (sk. 3.44. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji, kā pozitīvu vienkāršotajai jauna uzņēmuma reģistrācijai, minēja, ka uzņēmums var uzsākt ātrāk savu darbību, uzņēmējam paliek vairāk laika, lai domātu par savu biznesu.

Jauna uzņēmuma reģistrācijas maksājumu samazināšanu mazo uzņēmumu vadītāji, kā gandrīz nozīmīgu, par to liecina vadītāju jauna uzņēmuma reģistrācijas maksājumu samazināšanas nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,02 balles, moda 10 balles, kas liecina, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles, mediāna 7 balles, kas liecina, ka puse vadītāju vienkāršoto jauna uzņēmuma reģistrāciju novērtēja ar 7 vai vairāk ballēm. Vadītāju vērtējumi bija neviendabīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,534 balles, relatīvā variācija 36,1% (sk. 3.44. pielikumu).

Balstoties otrajā nodaļā analizētiem statistikas datiem par reģistrēto un likvidēto uzņēmumu skaitu, mazo uzņēmumu vadītāju izteikto viedokļu analīzi, autore secina, ka veiktie grozījumi *Komerclikumā* uzņēmējdarbības vides uzlabošanai, ir sasnieguši mērķi, tai

ziņā, ka palielinājies no jauna dibināto uzņēmumu skaits, tomēr, arī veicinājuši, ka uzņēmumi tiek dibināti nepārdomāti, jaundibināto uzņēmumu vadītājiem bieži trūkst zināšanu uzņēmuma vadīšanā, trūkst finanšu līdzekļu, uzņēmuma darbības nodrošināšanai un attīstībai, kā rezultātā uzņēmumi tiek likvidēti. Mazo uzņēmumu vadītāji grozījumos *Komerclikumā* visaugstāk novērtējuši vienkāršoto jaunu uzņēmuma reģistrāciju un maksājumu samazināšanu. Zemāk mazo uzņēmumu vadītāji vērtējuši iespēju dibināt uzņēmumu ar 1 latu lielu pamatkapitālu.

Mazo uzņēmumu vadītāji uzskatījuši, ka *Mikrouzņēmuma nodokļa likuma* ietekme uz uzņēmuma darbību ir nozīmīgāka, kā grozījumi *Komerclikumā*, par to liecina mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,65 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 10 balles; mediāna 8 balles, kas liecina, ka puse vadītāju vērtējuši *Mikrouzņēmuma nodokļa likuma* nozīmīgumu ar 8 vai vairāk ballēm. Vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, ko parāda vidējā kvadrātiskā novirze 2,665 balles, relatīvā variācija 34,8%. Viszemākais vērtējums bija 1 balles, kas nozīmē, ka likums novērtēts kā nenozīmīgs, kurš, pēc vadītāju domām, nesniedz nozīmīgu atbalstu uzņēmējdarbībā (vērtējumu 1 balli norādīja 9,09% mazo uzņēmumu vadītāju). Maksimālo vērtējumu 10 balles norādījuši 34,55% respondentu, kas liecina, ka vadītāji *Mikrouzņēmuma nodokļa likumu* uzskatījuši, kā ļoti svarīgu (sk. 3.44. pielikumu un 3.45. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji atzīmējuši, ka Latvijā ir liels nodokļu slogs un *Mikrouzņēmuma nodokļa likums* atvieglo uzņēmējam attīstīt saimniecisko darbību, veicot lielākus ieguldījumus uzņēmuma attīstībā.

Kā nozīmīgu mazo uzņēmumu vadītāji novērtējuši iespēju uzņēmumiem, kas reģistrējušies, kā *Mikrouzņēmuma nodokļa* maksātāji, veikt vienkāršotu grāmatvedības kārtošana, par to liecina mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 7,74 balles; moda 10 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 10 balles; mediāna 9 balles, kas liecina, ka puse vadītāju vienkāršotu grāmatvedības kārtošana novērtējuši ar 9 vai vairāk ballēm. Vadītāju vērtējumi nebija viendabīgi, ko parāda vidējā kvadrātiskā novirze 2,658 balles, relatīvā variācija 34,3% (sk. 3.44. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā izteiktais vadītāju viedoklis par *Mikrouzņēmuma nodokļa likumu* un grozījumiem *Komerclikumā*, kā arī statistikas dati par no jauna reģistrēto uzņēmumu skaita pieaugumu pēc iepriekš minēto likumu stāšanās spēkā, liecina par šo valdības pieņemto likumu pozitīvo ietekmi uz jaunu uzņēmumu dibināšanu. Tādējādi tiek radīta iespēja uzsākt uzņēmējdarbību cilvēkiem, kuriem iepriekš trūka nepieciešamie finanšu

līdzekļu. Atvieglotā grāmatvedības kārtošana, dod iespēju grāmatvedību kārtot pašam vadītājam, nealgotot profesionālu grāmatvedi. Vienkāršota jaunu uzņēmumu reģistrācija, ļauj ietaupīt laiku vadītāja laiku. Jāatzīmē, ka vienkāršotā jaunu uzņēmumu reģistrācija ir visaugstāk novērtētie grozījumi, kas liecina, ka birokrātisko procedūru samazināšana valsts iestādēs ir svarīgs nosacījums uzņēmējdarbības attīstības sekmēšanai, ko apstiprina arī *Swedbank* 2011. gada pētījums „Latvijas eksporta uzņēmumu konkurētspējas pētījums”, kurā birokrātiskās slogs, lēmumu izskatīšanas ātrums valsts iestādēs, minēts, kā viens no uzņēmuma konkurenci negatīvi ietekmējošiem faktoriem.

Aptaujātie mazo uzņēmumu vadītāji atzīmējuši, ka vadītājam būtu vieglāk, ja vēl vairāk samazinātos birokrātija valsts iestādēs, ka uzņēmējdarbības reģistrāciju būtu nepieciešams padarīt vēl vienkāršāku un ātrāku, kā arī grāmatvedības kārtošanu maziem uzņēmumiem būtu vēlams vēl vairāk vienkāršot.

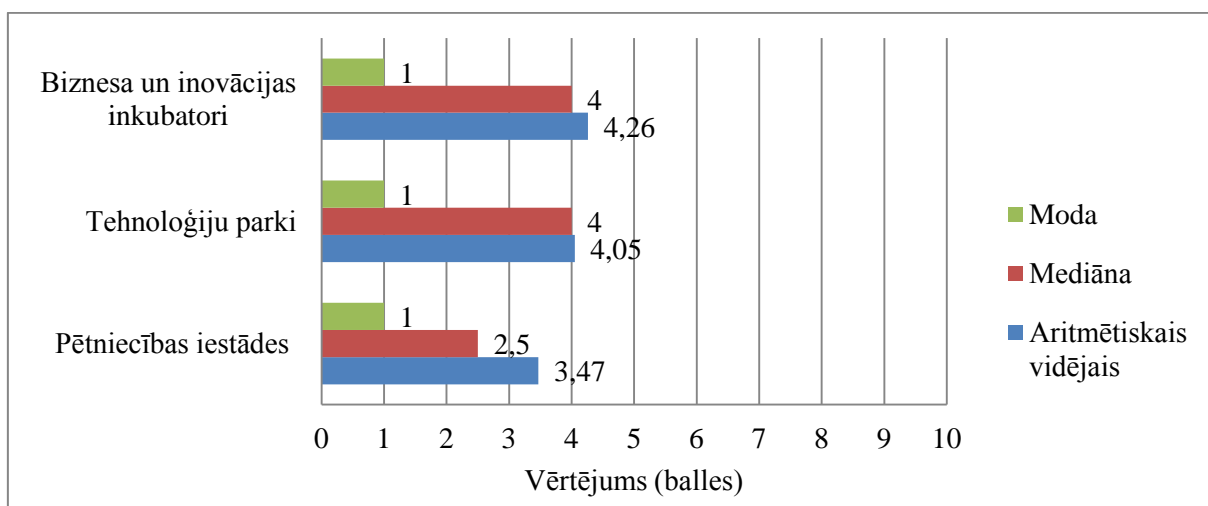
Jāuzsver, ka *Mikrouzņēmuma nodokļa likums* īpaši svarīgs ir pašreizējā situācijā, kad valstī ir samazinājies darba vietu skaits un ir augsts bezdarba līmenis. Tā ieviešana daudzus cilvēkus mudina uzsākt savu uzņēmējdarbību. Līdz ar šo likumu atvieglota mazo uzņēmumu dibināšana un vadīšana, samazinot atskaišu iesniegšanu un atvieglot grāmatvedības vešanu. Mazo uzņēmumu īpašnieki, kas reģistrējušies, kā *Mikrouzņēmuma nodokļa* maksātāji, kaut iespējams negūst lielu peļņu, nodrošina ar darbu sevi, savus ģimenes locekļus, draugus un citus iedzīvotājus, tādējādi samazinot bezdarbnieku skaitu, iekonomējot valstij pabalstos izmaksājamās summas. Problēmas īpašniekiem var radīt papildus nodokļi, kas jāmaksā, ja netiek ievēroti *Mikrouzņēmuma nodokļa likumā* minētie nosacījumi.

Jāatzīmē, ka 9% no aptaujātiem mazo uzņēmumu vadītājiem, kuri darbojās apstrādes rūpniecības un būvniecības nozarēs un, kuru darbības ilgums bija divi vai vairāk gadi, nodarbināto skaits no diviem līdz septiņiem, *Mikrouzņēmuma nodokļa likumu* vērtēja kā nenozīmīgu uzņēmējdarbības atbalstam. Autore uzskata, ka šo uzņēmumu vadītāju zemais *Mikrouzņēmuma nodokļa likuma* vērtējums, daļēji izskaidrojams ar to, ka *Mikrouzņēmuma nodokļa likums* ietekmē uzņēmuma paplašināšanos (saskaņā ar *Mikrouzņēmuma nodokļa likumu*, pieaugot darbinieku skaitam, palielinoties apgrozījumam virs 70000 Ls kalendārajā gadā, uzņēmums nepilda likumā minētos nosacījumus, līdz ar to tiek aprēķināti papildus nodokļi, kas uzņēmumam nav izdevīgi, bet mainīt *Mikrouzņēmuma nodokļa* maksātāja statusu var ne agrāk kā pirms attiecīgā taksācijas perioda beigām).

Viens no valsts atbalsta instrumentiem maziem uzņēmumiem ir Biznesa un inovāciju inkubatori, tomēr to nozīmi mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja kā maznozīmīgu. Biznesa un inovācijas inkubatoru atbalsta nozīmīguma aritmētiskais vidējais vērtējums bija tikai 4,26 balle, moda 1 balle, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 1 balle, kas

liecina, ka vadītāji Biznesa un inovāciju inkubatoru atbalstu vērtēja kā nenozīmīgu, mediāna 4 balles, kas liecina, ka puse vadītāju biznesa un inovācijas inkubatoru atbalstu novērtējuši ar 4 vai mazāk ballēm. Jāatzīmē, ka vadītāju viedokļi bija ļoti atšķirīgi, par to liecina vadītāju vērtējumu variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 3,235 balles; relatīvā variācija 75,94%; variācijas apjoms 10 balles (sk. 3.46. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji Tehnoloģiju parku sniegto atbalstu vērtēja vēl zemāk nekā Biznesa un inovācijas inkubatoru sniegto atbalstu. Tehnoloģiju parku sniegtā atbalsta nozīmīguma vērtējumu vidējie rādītāji bija sekojoši: aritmētiskais vidējais vērtējums 4,05 balles; moda 1 balle, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 1 balle; mediāna 4 balles, kas liecina, ka puse vadītāju Tehnoloģiju parku sniegtā atbalsta nozīmīguma novērtējuši ar 4 vai mazāk ballēm. Vadītāju vērtējumi bija ļoti atšķirīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,782 balles; relatīvā variācija 68,69%; variācijas apjoms 10 balles (sk. 3.46. pielikumu). Mazo uzņēmumu vadītāju sadarbības ar pētniecības centriem nozīmīguma vērtējums bija vēl zemāks par Biznesa un inovācijas inkubatoru un arī Tehnoloģiju parku sniegto atbalsta nozīmīguma vērtējumiem, par to liecina vidējie rādītāji: aritmētiskais vidējais vērtējums bija 3,47 balles; moda 1 balle, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 1 balle; mediāna 2,5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju sadarbību ar pētniecības centriem novērtējuši ar 2,5 vai mazāk ballēm. Vadītāju vērtējumi bija ļoti atšķirīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,946 balles; relatīvā variācija 84,9%; variācijas apjoms 10 balles (sk. 3.46. pielikumu). Mazo uzņēmumu vadītāju Biznesa un inovāciju inkubatoru, Tehnoloģiju parku un sadarbības ar pētniecības centriem nozīmīguma vērtējumu aritmētiskie vidējie lielumi ietverti 3.18. attēlā.



3.18. attēls. **Mazo uzņēmumu vadītāju Biznesa un inovāciju inkubatoru, Tehnoloģiju parku un sadarbības ar pētniecības centriem nozīmīguma vērtējumu vidējie lielumi**

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāji izteica atšķirīgus viedokļus par Biznesa un inovācijas inkubatoru un Tehnoloģiju parku atbalsta nozīmīgumu, vieni norādīja, ka Biznesa un inovācijas inkubatoru palīdzība inovāciju ieviešanā ir ļoti nozīmīga, citi savukārt, ka finansējums ir nenozīmīgs un, ka ir augstas prasības, kā arī ierobežotas iespējas piesaistīt nepieciešamos konsultantus.

Autore uzskata, ka mazo uzņēmumu vadītāju zemo vērtējumu Biznesa un inovācijas inkubatoru un Tehnoloģiju parku atbalstam un arī sadarbībai ar pētniecības iestādēm, var izskaidrot ar to, ka daudzi respondenti ar to sniegtajiem pakalpojumiem nebija pilnībā iepazinušies un nebija izmantojuši, ko apliecināja arī respondentu sniegtie komentāri. Līdz ar to, lai objektīvi novērtētu šo pasākumu nozīmīgumu, būtu nepieciešams dziļāks pētījums, kurā plašāk tiktu apzināts to uzņēmēju viedoklis, kas šos pakalpojumus ir izmantojuši.

Lai uzņēmums pastāvētu un attīstītos, svarīgi nodrošināt saražoto produktu un pakalpojumu realizāciju, īpaši aktuāla šī problēma ir pašreizējā situācijā, kad vietējā tirgus apjoms bieži ir nepietiekošs. Aptuveni 42,8% mazo uzņēmumu vadītāju norādījuši, ka realizē preces un pakalpojumus tikai vietējā tirgū. Valsts atbalstu eksporta tirgu apgūšanā 20,8% vadītāju novērtējuši, kā nozīmīgu, 9,4% vadītāju pat kā ļoti nozīmīgu, tomēr liels ir mazo uzņēmumu vadītāju skaits, kas valsts eksporta atbalstu novērtējuši zemu, 56,6% uzņēmēju to vērtējuši kā maznozīmīgu, bet 9,4% kā nenozīmīgu.

Mazo uzņēmumu vadītājiem par valsts atbalsta pasākumiem eksporta tirgu apgūšanā bija raksturīgs viedoklis, ka atbalsts ir maz nozīmīgs, par to liecina mazo uzņēmumu vadītāju valsts atbalsta pasākumu eksporta tirgu apgūšanā vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 5,47 balles; moda 5 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 5 balles; mediāna 5 balles, kas liecina, ka puse vadītāju valsts atbalstu eksporta tirgu apgūšanā novērtēja ar 5 vai mazāk ballēm. Vadītāju vērtējumi valsts atbalsta pasākumiem eksporta tirgu apgūšanā bija atšķirīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,385 balles, kas norāda, ka vadītāju valsts atbalsta pasākumu eksporta tirgu apgūšanā vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 2,385 balles, relatīvā variācija 43,6%. Mazo uzņēmumu vadītāji atzīmējuši, ka valsts atbalsts eksporta tirgu apgūšanā ir vairāk nozīmīgs tiem, kas skaidri zina, ko vēlas, bet mazāk izdevīgs tiem, kas vēlas veikt tirgus izpēti.

Autore uzskata, ka respondentu zemais novērtējums valsts atbalstam eksporta tirgu apgūšanā, daļēji izskaidrojams ar to, ka gandrīz puse mazo uzņēmumu darbojas tikai vietējā tirgū un uzņēmumu vadītāji nav pilnībā iepazinušies ar valsts atbalsta pasākumiem eksporta tirgu apgūšanā, kas daļēji liecina arī par vadītāju vājām zināšanām uzņēmumu vadīšanā.

Lai iegūtu finanšu līdzekļus attīstībai, mazo uzņēmumu vadītājiem jācenšas izmantot visus pieejamos atbalsta resursus. Nozīmīgu atbalstu mazo uzņēmumu dibināšanā un attīstībā var sniegt ES fondu līdzekļi. Mazo uzņēmumu vadītāji norādīja, ka, piesakoties ES struktūrfondu, problēmas tiem sagādā kvalitatīvi sagatavot projekta pieteikumu. Vairāki vadītāji minējuši, ka projekta izstrādāšanai algo konsultantu, taču tam ir nepieciešami finanšu līdzekļi, kuri uzņēmumam bieži trūkstot. Mazo uzņēmumu vadītāji arī atzīmējuši, ka tiem ir grūti izsekot un orientēties pieejamo atbalsta programmu daudzveidībā.

Balstoties uz zinātnisko pētījumu rezultātiem un, ņemot vērā, izteiktos viedokļus par problēmām, kas saistītas ar ES struktūrfondu izmantošanu, autore ir izvirzījusi tēzi, ka mazo uzņēmumu vadītājiem grūtības ES fondu līdzekļu saņemšanā rada pieredzes trūkums informācijas iegūšanā par aktuāliem ES fondu projektiem, nepietiekamās zināšanas par projektu izstrādi un realizāciju.

Mazo uzņēmumu vadītāji ES fondu programmu nozīmīgumu vērtējuši atšķirīgi, par to liecina aritmētiskais vidējais programmu novērtējums, kas aplūkotajām programmām svārstās no 5,95 ballēm līdz pat 9,14 ballēm. Visaugstāk mazo uzņēmumu vadītāji novērtējuši programmas „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde” un „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde - atbalsts jaunu produktu un tehnoloģiju ieviešanai ražošanā”, kas arī daļēji norāda, ka mazo uzņēmumu vadītāji uzskata inovācijas par ļoti svarīgām uzņēmuma konkurētspējas nodrošināšanā (aritmētiskais vidējais minēto programmu vērtējums attiecīgi 9,14 un 8,95 balles). Jāatzīmē, ka puse no mazo uzņēmumu vadītājiem programmas „Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde” nozīmīgumu novērtējuši ar 10 ballēm (sk. 3.47. pielikumu).

Lai vadītājs varētu izmantot pieejamos atbalsta pasākumus, plānot uzņēmuma darbu, ir nepieciešama informācija gan par aktīviem atbalsta pasākumiem, gan par nākotnē plānotiem atbalsta pasākumiem. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējums informācijas pieejamībai par valsts atbalsta pasākumiem parādīja, ka daudziem mazo uzņēmumu vadītājiem informācijas iegūšana sagādā grūtības, 7,07% mazo uzņēmumu vadītāju norādīja, ka informācija ir pat ļoti grūti atrodamā (vērtējums 1 balle), tikai 4,55% vadītāju informācijas pieejamību vērtējuši kā viegli atrodamu (vērtējums 9 balles), visaugstāko iespējamo vērtējumu 10 balles, kas liecinātu, ka informācija ir ļoti viegli atrodamā, nebija norādījis neviens mazo uzņēmumu vadītājs (sk. 3.48. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka informācija par valsts atbalsta pasākumiem ir viduvēji viegli atrodamā, tomēr jāatzīmē, ka vadītāju viedokļi bija atšķirīgi. Par mazo uzņēmumu vadītāju viedokli informācijas pieejamībai par valsts atbalsta pasākumiem liecina vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 5,43 balles; moda 7 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vērtējums bija 7 balles; mediāna 6 balles, kas

liecina, ka puse vadītāju informācijas pieejamību vērtēja ar 6 vai mazāk ballēm. Vadītāju viszemākais vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 9 balles. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi bija atšķirīgi, par to liecina variācijas rādītāji: vidējā kvadrātiskā novirze 2,243 balles, kas norāda, ka vadītāju informācijas pieejamības par valsts atbalsta pasākumiem vērtējumu vidējā variācija ap aritmētisko vidējo bija 2,243 balles; relatīvā variācija 41,29%; vērtējuma variācijas apjoms 8 balles, (sk. 3.49. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītāji viedoklis bija, ka informācija par atbalsta pasākumiem ir nepietiekama, nav apkopota, kā arī, ka pietrūkst publisko paziņojumu. Informācijas efektīvākai sniegšanai, vadītāji ieteica izmantot ne tikai internetu, bet arī tādus saziņas līdzekļus, kā TV un radio. Tomēr izskanēja arī viedoklis, ka, lietojot internetu, ja vien zina, kur meklēt, informācijas iegūšana nesagādā lielas grūtības. Tas norāda, ka tie mazo uzņēmumu vadītāji, kuriem ir prasmes strādāt ar datoru un meklēt informāciju internetā, kuriem ir pieejams kvalitatīvs interneta pieslēgums, kuri ir neatlaidīgi un regulāri nodarbojas ar informācijas meklēšanu, to arī atrod. Tomēr jāņem vērā, ka mazo uzņēmumu vadītāji ir ļoti aizņemti ar ikdienas darbu organizēšanu, bieži tiem trūkst laika, lai ilgstoši un periodiski nodarbotos ar informācijas meklēšanu. Jāatzīmē arī, ka ne visi mazo uzņēmumu vadītāji lieto internetu, ko apliecina statistikas dati un mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas rezultāti par interneta izmantošanu, kas ietekmē gan informācijas pieejamību par atbalsta pasākumiem gan iespēju saņemt atbalstu projektu pieteikumu sagatavošanā.

Vairāk kā puse - 64,94% mazo uzņēmumu vadītāju norādījuši, kā prasības projektu sagatavošanā dalībai ES fondu pasākumos ir pārāk sarežģītas (vērtējums 5 un mazāk balles), 9,3% vadītāju norādījuši, ka prasības ir pat ļoti sarežģītas (vērtējums 1 balle), un tikai 2,33% vadītāju norādījuši ka projektu sagatavošana tiem nesagādā nekādas grūtības (vērtējums 10 balles)(sk. 3.50. pielikumu).

Mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka projektu sagatavošanas prasības ES fondu līdzekļu saņemšanai vērtējamas kā sarežģītas, par to liecina mazo uzņēmumu vadītāju prasību projektu sagatavošanai vērtējumu vidējie lielumi: aritmētiskais vidējais vērtējums 4,76 balles; moda 3 balles, kas norāda, ka visbiežāk sastopamais vadītāju vērtējums bija 3 balles un liecina, ka prasības vadītājiem bija sarežģītas; mediāna 5 balles, kas parāda, ka puse vadītāju prasības novērtēja ar 5 vai mazāk ballēm. Viszemākais vērtējums bija 1 balle, visaugstākais vērtējums 10 balles. Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi bija atšķirīgi, par to liecina vidējā kvadrātiskā novirze 2,341 balle, relatīvā variācija 49,14%, vērtējuma variācijas apjoms 9 balles (sk. 3.51. pielikumu).

Aptaujātie mazo uzņēmumu vadītāji atzīmēja, ka ES struktūrfondu apgūšanā, lielākās grūtības tiem sagādā kvalitatīvi sagatavot projekta pieteikumu finansējuma saņemšanai. Daži

mazo uzņēmumu vadītāji atzinuši, ka projekta izstrādāšanai algo konsultantu, taču tam ir nepieciešami brīvi finanšu līdzekļi. Mazo uzņēmumu vadītāji arī norādījuši, ka tiem ir grūti izsekot un orientēties pieejamo atbalsta programmu daudzveidībā un, ka pārāk īss ir projektu sagatavošanai atvēlētais laiks.

Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi informācijas pieejamībai un izteiktie komentāri liecina, ka ES fondu vadošām iestādēm, būtu nepieciešams izveidot interneta vietni, kurā būtu apkopota informācija par visiem ES fondu projektiem, neatkarīgi no iestādes, kas tos administrē. Bez tam informācija būtu nepieciešama ne tikai par tiem projektiem, kuriem jau ir izsludināta pieteikšanās, bet arī plānotajiem projektiem. Pētījuma veikšanas laikā no 2010. gada augusta līdz 2012. gada augustam, mājas lapā *www.esfondi.lv* nebija izdalīta informācija par aktīviem ES fondu projektiem, vienā sadaļā bija ievietota informācija gan par projektiem uz kuriem ir izsludināta pieteikšanās, gan arī par projektiem uz kuriem pieteikšanās jau beigusies.

Mazo uzņēmumu vadītāju viedoklis, ka prasības ES fondu projektu sagatavošanai ir ļoti sarežģītas un projektu sagatavošana sagādā lielas grūtības, liecina arī par vadītāju nepilnīgajām zināšanām uzņēmuma vadīšanā.

Kā pierāda darba pirmajā nodaļā analizētie zinātniskie pētījumi, daudzi mazo uzņēmumu darbību ietekmējošie iekšējās vides un ārējās vides faktori ir savstarpēji saistīti. Nākamā nodaļā autore ir analizējusi sakarības starp mazo uzņēmumu vadītāju inovatīvās darbības vērtējumu un apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumiem, noteikusi mazo uzņēmumu darbību ietekmējošos kompleksos faktoros.

3.5. Mazos uzņēmumus ietekmējošo faktoru mijiedarbība

Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējums ir cieši saistīts ar apmācību, kvalificēta darbaspēka, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu. Pastāv cieša pozitīva statistiski nozīmīga sakarība starp mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu un apmācību, kvalificēta darbaspēka, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu. Augstāks inovatīvās darbības vērtējums saistīts ar vidēji augstāku apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu, ko pierāda Pīrsona korelācijas koeficientu vērtības, kas ir statistiski nozīmīgas ar ļoti augstu varbūtību (sk. 3.37. pielikumu).

Lai novērtētu mazo uzņēmumu vadītāju inovatīvās darbības vērtējuma atkarību no trīs faktoru: apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīguma vērtējumiem, izmantota daudzfaktoru regresijas analīze. Starp izvēlētiem faktoriem novērojama savstarpēja

korelatīva sakarība, kas var ietekmēt atrisinājuma precizitāti, bet korelācijas koeficientu novērtēšana, izmantojot nevienādības:

$$r_{oi} > r_{ij}; r_{oj} > r_{ij}; r_{ok} > r_{ik}; r_{ok} > r_{jk};$$

kur o – rezultatīvā pazīme (inovatīvās darbības vērtējums),

i, j, k – faktoriālās pazīmes (apmācību, kvalificēts darbaspēka, komunikācijas nozīmīguma vērtējumi),

norāda, ka faktoriālo pazīmju korelācija ar rezultatīvo pazīmi ir ciešāka nekā faktoru savstarpējā korelācija, līdz ar to izvēlētos faktorus ir lietderīgi ietvert regresijas modelī, starp faktoriālajām pazīmēm nepastāv multikolinearitāte Oļģerts Krastiņš²⁸¹, Irina Arhipova un Signe Bāliņa²⁸² (sk. 3.52. pielikumu).

Veicot aprēķinus iegūst statistiski nozīmīgu trīs faktoru regresijas modeli (nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$):

$$\hat{y} = 0,669 + 0,287 x_1 + 0,320 x_2 + 0,206 x_3, R^2 = 0,482$$

kur: \hat{y} – uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējums ballēs; x_1 – apmācību nozīmīguma vērtējums ballēs; x_2 – kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējums ballēs; x_3 – komunikācijas nozīmīguma vērtējums ballēs.

Daudzfaktoru korelācijas koeficienta vērtība (0,694) norāda uz ciešu sakarību starp mazo uzņēmumu vadītāju inovatīvās darbības vērtējumu, apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīguma vērtējumiem. 48,2% no vadītāju inovatīvās darbības vērtējuma izkļedes (dispersijas) ap vidējo inovatīvās darbības vērtējumu izskaidro apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīguma vērtējums (determinācijas koeficienta vērtība $R^2 = 48,2\%$) (sk. 3.52. pielikumu).

Regresijas modeli mainīgo heteroskedasticitāte neietekmē statistiski nozīmīgi. Heteroskedasticitātes ietekme visbiežāk izpaužas, ka rezultatīvās pazīmes noviržu dispersijas σ_{ei}^2 ir proporcionālas faktoriālās pazīmes x vērtībām²⁸³. Heteroskeda ietekmes novērtēšanai, autore izvirzīja nulles hipotēzi, ka korelācijas koeficienta $r(x_i; \sigma_{ei}^2)$ vērtība ģenerālā kopā ir nulle. Kā rezultatīvās pazīmes (inovatīvās darbības vērtējums) neizskaidrotās variācijas mērs, izmantota faktisko inovatīvās darbības vērtējumu un teorētisko vērtējumu noviržu dispersija σ_{ei}^2 . Aprēķināts daudzfaktoru korelācijas koeficients $r(x_i; \sigma_{ei}^2) = 0,188$.

²⁸¹ Krastiņš, O. Ekonometrija, Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2003, 207 lpp.

²⁸² Arhipova I., Bāliņa S. Statistika ekonomikā un biznesā: risinājumi ar SPSS un MS Excel, Datorzinību centrs, 2006, 362 lpp.

²⁸³ Krastiņš, O. Ekonometrija, Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2003, 207 lpp.

Tā kā daudzfaktoru korelācijas koeficienta r vērtība ir mazāka par korelācijas koeficienta kritisko robežu $r = 0,188 < r_{\alpha} = 0,195$ ($\alpha = 0,05$; $\nu = 1102$), tad nulles hipotēzi nevar noraidīt. Heteroskedasticitāte nav statistiski nozīmīga.

Zinātniskās publikācijās publicēto pētījumu un autores mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datu analīzes rezultāti liecina, ka mazo uzņēmumu darbību un attīstību nozīmīgi ietekmē dažādi faktori uzņēmuma iekšējā vidē un ārējā vidē. Daudzi no aplūkotajiem faktoriem ir savstarpēji saistīti, viens faktors var ietekmēt citus faktorus. Lai atvieglotu uzņēmuma vadīšanu, vadītājam ir svarīgi zināt galvenos faktorus vai galvenos spēkus, kas ietekmē uzņēmuma darbību, kā arī faktoru savstarpējo saistību.

Galveno mazo uzņēmumu darbību ietekmējošo faktoru izdalīšanai, pētāmo faktoru savstarpējo statistisko attiecību noteikšanai, autore izmantojusi faktoru analīzi. Faktoru analīze ļauj noteikt galveno faktoru vai spēku, kurš kopīgs vairākiem faktoriem.

Faktoru analīzei atlasīti 15 mazo uzņēmumu darbību ietekmējoši sākotnējie faktori, kurus mazo uzņēmumu vadītāji uzskatījuši par nozīmīgiem: inovācijas, administratīvās procedūras; ārējās vides stabilitāte; finanšu resursu pieejamība; kvalificēts darbaspēks; nodokļu politika; apmācību loma; vadītāja izglītība uzņēmējdarbības vadībā; vadītāja pieredze uzņēmējdarbībā; vadītāja pieredze darbojoties nozarē; vadītāja pieredze darbinieku vadībā; vadītāja pieredze strādājot ar valsts iestādēm; komunikācijas loma; motivācijas loma; interneta izmantošana vērtējumi. Faktori paņemti, pamatojoties uz citās valstīs veiktajiem pētījumu rezultātiem un teorētiskām zinātniskajām publikācijām, pārbaudīts, kā tie ietekmē mazos uzņēmumus Latvijā. Faktoru analīzē izdalīti 4 kompleksie faktori, kuru īpašvērtības lielākas par 1 (sk. 3.54. pielikumu).

Faktoru analīzes rezultātā sākotnējie 15 faktori sešu iterāciju rezultātā (izmantota *Varimax* rotācija) tiek ietverti 4 kompleksos faktoros, kas nosaka galvenos spēkus, kas ietekmē mazo uzņēmumu darbību (sk. 3.5. tabulu).

Mazo uzņēmumu darbību ietekmējošo faktoru analīze (komplekso faktoru matrica pēc rotācijas)

	Faktori			
	F1	F2	F3	F4
Inovācijas	-0,074	0,244	-0,114	0,737
Administratīvās procedūras	0,931	0,075	0,102	0,114
Ārējās vides stabilitāte	0,853	0,326	-0,211	0,077
Finanšu resursi	0,927	0,176	-0,097	0,158
Kvalificēts darbaspēks	0,963	0,043	0,009	0,102
Nodokļi	0,821	-0,159	0,351	-0,281
Apmācības	0,015	0,863	0,112	0,234
Izglītība uzņēmējdarbībā	-0,267	0,208	0,652	-0,186
Pieredze uzņēmējdarbībā	0,098	0,022	0,761	0,302
Pieredze strādājot nozarē	0,164	0,425	0,762	-0,156
Pieredze darbinieku vadībā	0,270	0,439	0,648	0,440
Pieredze, strādājot ar valsts iestādēm	0,214	0,088	0,133	0,792
Komunikācija	0,108	0,906	0,265	0,027
Motivācija	0,133	0,851	0,231	0,176
Interneta lietošana	0,209	0,635	-0,585	0,179

Atlases metode: Galveno komponentu analīze (*Extraction Method: Principal Component Analysis*)

Rotācijas metode: Varimaksa metode ar Kaisera normalizāciju (*Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization*)

Rotācija konverģē 6 iterācijās (Rotation converged in 6 iterations)

Avots: Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Šo komplekso faktoru interpretācija, ņemot vērā rādītājus ar kuriem sākotnējiem faktoriem ir relatīvi lielas slodzes:

1) kompleksais faktors F1 – ārējā vide, faktoram ir relatīvi lielas slodzes uz rādītājiem: administratīvās procedūras, ārējās vides stabilitāte, finanšu resursi, kvalificēts darbaspēks, nodokļi;

2) kompleksais faktors F2 – motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki, faktoram ir relatīvi lielas slodzes uz rādītājiem: apmācība, komunikācija, motivācija, interneta lietošana;

3) kompleksais faktors F3 – vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, faktoram ir relatīvi lielas slodzes uz rādītājiem: vadītāja izglītība uzņēmējdarbībā, pieredze uzņēmējdarbībā, pieredze strādājot nozarē, pieredze darbinieku vadībā;

4) kompleksais faktors F4 – uzņēmuma inovatīva darbība, faktoram ir relatīvi lielas slodzes uz rādītājiem: inovācijas, vadītāja pieredze, strādājot ar valsts iestādēm.

Kompleksā faktora „ārējā vide” ietekme atšķiras mazo uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumos. Kā ļoti nozīmīgu ārējās vides ietekmi vērtēja vadītāji

uzņēmumos ar nodarbināto skaitu 6 līdz 9 (6,7%) un 1 līdz 5 (40%), kas liecina, ka uzņēmumi ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49, ārējās vides ietekmi neizjūt tik spēcīgi kā mazie uzņēmumi. Starp ārējās vides ietekmes nozīmīguma vērtējumu un nodarbināto skaitu uzņēmumā pastāv statistiski nozīmīga sakarība (hī kvadrāta testa nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$) (sk. 3.55. pielikumu).

Komplekso faktoru „motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki”, kā ļoti nozīmīgu vērtēja vadītāji uzņēmumos ar nodarbināto skaitu 6 līdz 9 (40%), kā nozīmīgu vadītāji uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 (40%). Pastāv statistiski nozīmīga sakarība starp faktoru motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki nozīmīguma vērtējumu un nodarbināto skaitu uzņēmumā (hī kvadrāta testa nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$) (sk. 3.56. pielikumu).

Kompleksā faktora „vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā” nozīmīgumu visaugstāk vērtēja vadītāji uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49 (50%), kas liecina, ka uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9, vadītāji zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā vērtē kā mazāk nozīmīgu faktoru. Pastāv statistiski nozīmīga sakarība starp faktora vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā nozīmīguma vērtējumu un darbinieku skaitu uzņēmumā (hī kvadrāta testa nozīmības līmenis $\alpha = 0,000$) (sk. 3.57. pielikumu).

Komplekso faktoru analīzes rezultāti liecina, ka mazo uzņēmumu darbību nozīmīgi ietekmē: vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā; motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki; inovācijas; ārējā vide.

3.6. Mazo uzņēmumu vadīšanas pilnveidošanas virzieni Latvijā

Balstoties uz autores veiktā empīriskā pētījuma rezultātiem, zinātniskajā literatūrā publicētiem pētījumiem par faktoriem, kas būtiski ietekmē mazos uzņēmumus, autore secina, ka mazā uzņēmuma vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā ir viens no galvenajiem nosacījumiem uzņēmuma sekmīgai darbībai. Zinātniskajos pētījumos konstatēts, ka vadītāju vājās zināšanas uzņēmuma vadīšanā ir viens no būtiskākajiem iemesliem mazo uzņēmumu neveiksmīgai darbībai. Lai iegūtu zināšanas par uzņēmuma vadīšanu, nepietiek tikai ar atsevišķu mācību kursu noklausīšanos. Mazo uzņēmumu vadītājam nepieciešamas zināšanas par uzņēmuma vadīšanas funkcijām un to pielietojumu kā arī īpatnībām mazā uzņēmuma vadīšanā. Tikai iegūtā izglītība uzņēmuma vadīšanā attīsta vadītāja spējas vadīt uzņēmumu un papildināt iegūtās zināšanas un prasmes.

Tomēr autores veiktās vadītāju aptaujas rezultāti liecina, ka ne visi mazo uzņēmumu vadītāji izprot uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu. To viszemāk vērtēja mazo uzņēmumu vadītāji būvniecības nozarē un arī Pierīgas statistiskajā reģionā. Jāatzīmē, ka mazo uzņēmumu

vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu vērtēja zemāk nekā vadītāji ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49.

Pēc autores domām, viens no izskaidrojumiem, kāpēc mazo uzņēmumu vadītāji tik zemu vērtē uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu, ir tas, ka vadītājiem nav izglītības uzņēmējdarbībā vai arī tā ir nepilnīga, un tas savukārt ietekmē vadītāju izpratni par uzņēmējdarbības izglītības nepieciešamību.

Atšķirīgais uzņēmējdarbības izglītības nozīmīguma vērtējums norāda uz nepieciešamību izglītības iestādēs pilnveidot apmācības uzņēmējdarbībā. Īpaši būtu jāuzlabo mācību programmu saturs uzņēmējdarbības izglītības iegūšanai izglītības iestādēs, kas sagatavo speciālistus būvniecības nozarē. Tā kā mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmējdarbības izglītības nozīmīguma vērtējumi atšķirās arī Latvijas statistiskajos reģionos un mazos uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita, tas norāda, ka apmācības uzņēmējdarbībā nepieciešams uzlabot ne tikai izglītības iestādēs, kas sagatavo speciālistus būvniecības nozarē, bet arī citās koledžās un augstākās izglītības iestādēs.

Autores veiktais pētījums par uzņēmējdarbības izglītības realizāciju augstākās izglītības iestādēs liecina, ka ne visās studiju programmās studenti iegūst izglītību uzņēmējdarbībā. Vairākas studiju programmas nesniedz pilnīgas zināšanas uzņēmējdarbības jomā, jo uzņēmējdarbības izglītībai ir paredzēti tikai viens vai divi studiju kursi, kas nenodrošina pilnvērtīgu zināšanu un prasmju apguvi un neattīsta studentu spējas vadīt uzņēmumu. Ļoti svarīgi ir arī stimulēt mazo uzņēmumu vadītājus papildināt zināšanas par uzņēmuma vadīšanu. Tas būtu iespējams, izveidojot mācību programmas un organizējot mācības tā, lai tās būtu pieejamas mazo uzņēmumu vadītājiem. Svarīgi būtu apmācību organizēšanā iesaistīt nozaru asociācijas, pašvaldības, uzņēmēju biedrības. Zinātniskie pētījumi liecina, ka vadītāju apmācību organizēšanā liela loma ir nozaru asociācijām, kur apmācību programmās var iekļaut arī jautājumus, kas saistīti ar attiecīgās nozares īpatnībām, kā arī vadītājiem iespējams dalīties ar iegūto pieredzi, strādājot nozarē.

Zinātniskajos pētījumos konstatēts, ka otrs ļoti svarīgs nosacījums mazā uzņēmuma veiksmīgai darbībai un attīstībai ir augsti motivēti, profesionāli darbinieki, kuriem piemīt paškontrole, profesionālā ētika, kas ir gatavi pārmaiņām, sevis pilnveidošanai un ir lojāli uzņēmumam. Darbiniekiem ir nozīmīga ietekme uz uzņēmuma konkurētspēju un inovitāti, darbinieku vadīšana ir viena no galvenajām vadītāja darbībām mazos uzņēmumos. Vadītājs var būtiski ietekmēt darbinieku motivāciju, attiecības un savstarpējo sadarbību uzņēmumā, kā arī darbinieku apmierinātību ar darbu un darba apstākļiem un darbinieku lojalitāti.

Viena no mazo uzņēmumu vadītāju svarīgākajām darbībām darbinieku vadīšanā ir darbinieku attīstība, organizējot darbinieku apmācības un atbalstot darbinieku personisko

attīstību. Darbinieku apmācība paaugstina darbinieku kvalifikāciju, darbinieki apgūst jaunas zināšanas un prasmes, kuras nepieciešamas uzņēmumam un rezultātā ietekmē mazā uzņēmuma darbību un attīstību.

Autores veiktajā mazo uzņēmumu vadītāju aptaujā, kopumā vadītāji uzskatīja, ka apmācības ir svarīgas. Tomēr jāatzīmē, ka mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību nozīmīgumu bija atšķirīgi. Mazo uzņēmumu vadītāji lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības un arī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarēs uzskatīja apmācības par maznozīmīgām. Savukārt Kurzemes un Zemgales statistiskajos reģionos vadītāji uzskatīja, ka apmācību loma ir nenozīmīga.

Motivācija ir viena no svarīgākajām vadīšanas darbībām ne tikai lielos uzņēmumos, bet arī mazos uzņēmumos. Jebkura veiksmīga uzņēmuma svarīgs nosacījums ir motivēti darbinieki. Motivēts darbinieks labāk veic savu darbu, viņš ir ieinteresēts uzņēmuma attīstībā.

Autores veiktajā aptaujā mazo uzņēmumu vadītājiem bija raksturīgs viedoklis, ka darbinieku motivācijai ir nozīmīga loma. Tomēr jāatzīmē, ka vadītāju uzskati par motivācijas nozīmīgumu bija atšķirīgi. Latgales statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja motivāciju kā tikai viduvēji nozīmīgu. Arī vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības, automobiļu un motociklu remonta un arī elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas nozarēs vadītāji vērtēja motivāciju kā viduvēji nozīmīgu.

Motivācijas metodēm jābūt dinamiskām, elastīgām, piemērotām konkrētam darbiniekam un apstākļiem. Darbinieka motivēšana sākas ar motivācijas metožu noteikšanu. Mazo uzņēmumu vadītājam jāiepazīst katrs darbinieks, viņa darbs un atlīdzība, jānoskaidro viņa vajadzības un motivējošie faktori, kā arī citi faktori, kuri nepārtraukti ietekmē vadītāju un darbiniekus. Vadītājiem ieteicams reizi gadā veikt darbinieku apmierinātības aptauju, lai izzinātu darbinieku vajadzības un pilnveidotu motivācijas politiku uzņēmumā.

Neatņemama vadītāja darba daļa ir komunikācija, tā ir cieši saistīta ar motivāciju un citām uzņēmuma vadīšanas darbībām. Zinātniskajos pētījumos pierādīts, ka darbinieki var strādāt labāk un vairāk izdarīt vidē, kurā tie jūtas informēti, iesaistīti un respektēti. Vadītājam ir jāinformē darbinieki gan par labiem, gan sliktiem jaunumiem.

Autores veiktajā aptaujā mazo uzņēmumu vadītāji komunikāciju kopumā vērtēja kā gandrīz nozīmīgu vadītāja darbību, tomēr vērtējumi bija atšķirīgi. Vadītāji Latgales statistiskajā reģionā uzskatīja, ka komunikācija ir maznozīmīga. Arī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē vadītāji uzskatīja komunikāciju par maznozīmīgu.

Balstoties uz empīriskā pētījuma rezultātiem, autore secina, ka daļa mazo uzņēmumu vadītāju neuzskata darbinieku motivāciju un komunikāciju par nozīmīgām vadītāja darbībām. Vadītāju motivācijas un komunikācijas nozīmīguma zems vērtējums liecina, ka viņiem ir

vājas zināšanas par darbinieku vadīšanu un ka zināšanas uzņēmuma vadīšanā ir nepieciešams pilnveidot. Zinātniskajos pētījumos ir pierādīts, ka mazo uzņēmumu vadītāji, kuriem ir izglītība uzņēmējdarbībā un lielāka pieredze uzņēmumu vadīšanā, vairāk saskata problēmas darbinieku vadīšanā un tās risina.

Darbinieku motivāciju, apmierinātību ar darbu, attieksmi pret darbu, savstarpējo sadarbību, lojalitāti būtiski ietekmē uzņēmuma klimats. Zinātniskajos pētījumos pierādīts, ka pozitīvs uzņēmuma klimats ir viens no uzņēmuma panākumu nosacījumiem, kā arī norādīts, ka mazos uzņēmumos uzņēmuma klimata ietekme uz darbiniekiem un uzņēmumu kopumā ir pat vēl lielāka nekā lielos uzņēmumos.

Lai radītu pozitīvu uzņēmuma klimatu, vadītājam jā saglabā darbinieku motivācija un ieinteresētība darbā, radot jaunus un dažādus stimulus, nodrošinot pārmaiņu un attīstības iespējas uzņēmumā, kā arī svarīga ir taisnīga atlīdzības sistēma, atklāta komunikācija starp vadītāju un darbiniekiem, uzticēšanās, sadarbība vadītājam ar darbiniekiem, darbinieku iesaistīšana lēmumu pieņemšanā un arī darbinieku savstarpējā sadarbība, dalīšanās ar zināšanām, savstarpēja uzticēšanās, saprašanās, saliedētība. Uzņēmuma klimats ir būtiski saistīts ar darbinieka apmierinātību ar darbu. Zinātniskajos pētījumos uzsvērts, ka darbinieku apmierinātību ar darbu ietekmē atalgojums, darba drošība, izaugsmes iespējas, darba sasniegumu nozīme, iespēja izmantot pašiniciatīvu, līdzdalība lēmumu pieņemšanā.

Uzņēmuma klimats ir mainīgs, tādēļ mazo uzņēmumu vadītājiem jāseko līdzi uzņēmuma klimata izmaiņām, jākonstatē to cēloņi un jāveic pasākumi pozitīva klimata nodrošināšanā. Uzņēmuma klimatu ietekmē arī ārējā vide. Ekonomiskā situācija, ārējās vides nestabilitāte (nodokļu, likumdošanas, sociālo garantiju, veselības aprūpes izmaiņas), lielais bezdarbs ietekmē cilvēku uzvedību, līdz ar to arī darba rezultātus.

Viens no svarīgākajiem pasākumiem pozitīva uzņēmuma klimata saglabāšanā ir informēt darbiniekus par uzņēmumā notiekošo, uzņēmuma nākotnes plāniem, uzņēmuma mērķiem un darbinieku lomu uzņēmuma mērķu sasniegšanā, kā arī iesaistīt darbiniekus svarīgu jautājumu risināšanā un lēmumu pieņemšanā. Lai veidotu un saglabātu pozitīvu uzņēmuma klimatu, autore mazo uzņēmumu vadītājiem izstrādājusi vairākus ieteikumus:

1) Būt paraugam saviem darbiniekiem, būt pozitīvam, godīgam. Ar savu izturēšanos un vadības stilu panākt, ka darbinieki droši vērsas pie vadītāja.

2) Vadītājam attiecībā pret darbiniekiem būtu

- jāveido draudzīgs uzņēmuma klimats, jānovērš nesaskaņas, neskaidrības, jāsamazina stress;

- jādod darbiniekiem lielāka atbildība;

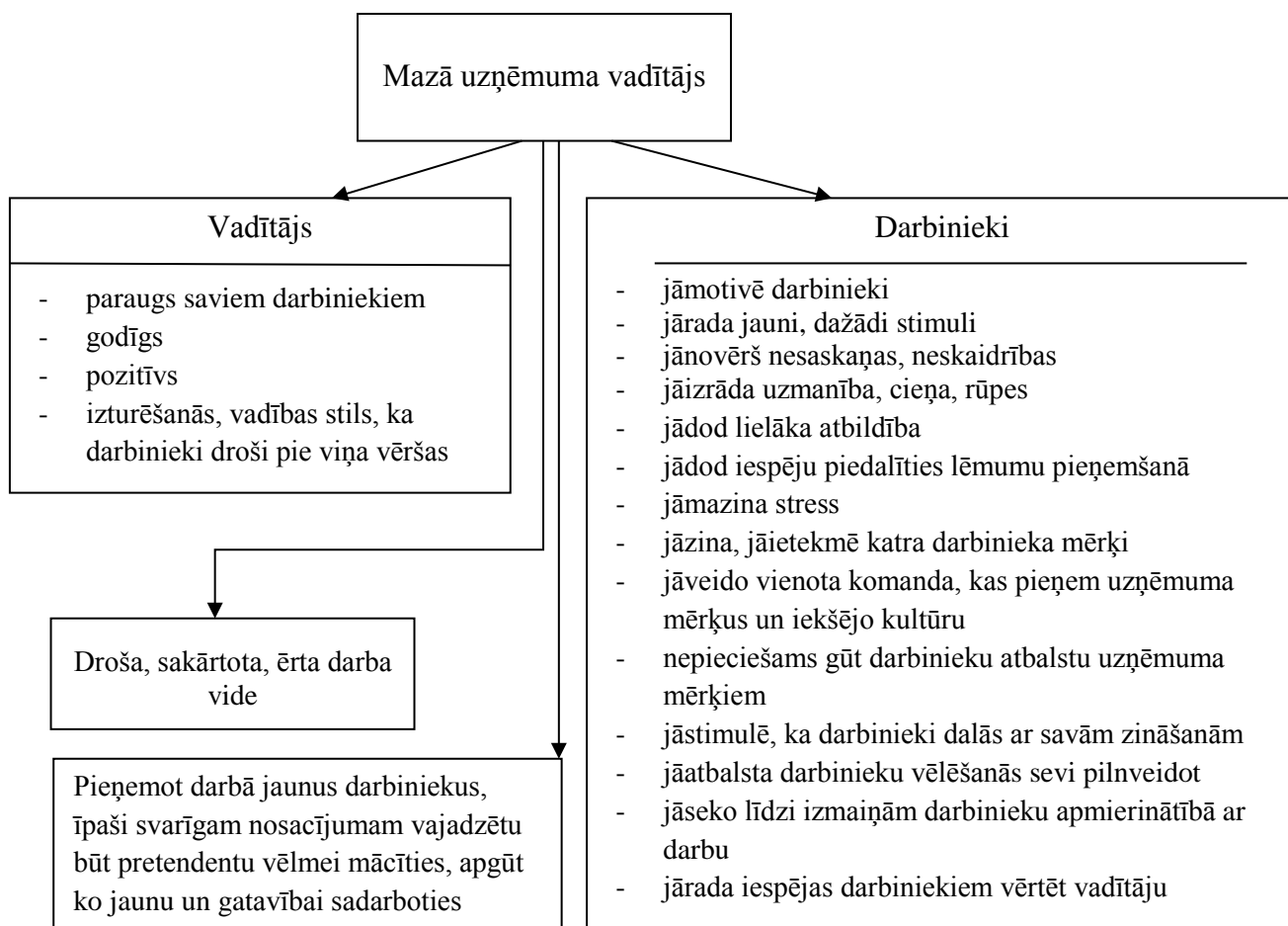
- jārada iespēja darbiniekiem piedalīties lēmumu pieņemšanā;

- jāveido vienota komanda, kas pieņem uzņēmuma mērķus un uzņēmuma kultūru;
- jāiegūst darbinieku atbalsts uzņēmuma mērķu sasniegšanā;
- jāzina katra darbinieka mērķi, jāpanāk, lai tie nebūtu pretēji uzņēmuma mērķiem, un jāpalīdz tos sasniegt;
- jāizrāda rūpes, uzmanība un cieņa pret darbinieka viedokli;
- jāzina darbinieku noskaņojums, jā saglabā darbinieku motivācija un apmierinātība ar darbu;
- jāmotivē darbinieki ar motivējošu sistēmu, izzinot katra darbinieka motivējošos faktorus (motivējot darbiniekus, jāņem vērā darbinieka vecums, dzimums, stāvoklis uzņēmumā, darbinieku personīgās īpašības, darba motivācijas īpatnības);
- jārada jauni un dažādi stimuli, pielāgojoties dzīvesveida un prioritāšu nosacījumu izmaiņām;
- jāatbalsta darbinieku vēlēšanās sevi pilnveidot, papildināt un apgūt jaunas zināšanas;
- jāveicina, ka darbinieki dalās ar savām zināšanām un veic uzņēmumā kolēģu apmācību;
- jāseko līdzi izmaiņām darbinieku apmierinātībā un jā mēģina izprast to iemesli, aprunājoties ar katru darbinieku vai reizi gadā veicot darbinieku anonīmu aptauju;
- jārada iespējas darbiniekiem vērtēt vadītājus, norādot, kas viņus neapmierina, un dodot iespēju izteikt priekšlikumus par to, kas būtu uzņēmumā jāmaina (lai panāktu pēc iespējas lielāku darbinieku atklātību, ieteicams darbiniekiem savu viedokli izteikt anonīmi).

3) Pieņemot darbā jaunus darbiniekus, īpaši svarīgam nosacījumam vajadzētu būt pretendentu vēlmei mācīties, apgūt ko jaunu un gatavībai sadarboties.

4) Jāveido uzņēmumā sakārtota, droša darba vide.

Mazo uzņēmumu vadītāju rekomendējamā rīcība pozitīva uzņēmuma klimata nodrošināšanai ietverta 3.19. attēlā.



3.19. attēls. Mazā uzņēmuma vadītāja rīcība uzņēmuma klimata veidošanā

Avots: autore izstrādāts, balstoties uz zinātnisko pētījumu un autore veikta empīriskā pētījuma rezultātiem

Mazā uzņēmuma vadītājam uzņēmuma klimats periodiski ir jānovērtē. Uzņēmuma klimata novērtēšanai zinātniskajos pētījumos tiek piedāvāts izmantot dažādus rādītājus, kuru izvēle galvenokārt atkarīgi no uzņēmuma darbības veida. Autore iesaka mazo uzņēmumu vadītājiem, lai novērtētu uzņēmuma klimatu, reizi gadā veikt darbinieku anonīmu aptauju, tajā iekļaujot jautājumus, kuros darbinieki novērtētu attiecības uzņēmumā, apmācību un izaugsmes iespējas, vadītāja atbalstu, attieksmi pret uzņēmumu. Darbinieku aptaujā ietverti jautājumu paraugi:

- 1) Lūdzu, novērtējiet darbinieku savstarpējo uzticēšanos;
- 2) Lūdzu, novērtējiet darbinieku sadarbību, saprašanos;
- 3) Lūdzu, novērtējiet darbinieku savstarpējo izpalīdzību;
- 4) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā jūs jūtaties uzņēmumā novērtēts;
- 5) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā vadītājs jūs atbalsta;
- 6) Lūdzu, novērtējiet profesionālās izaugsmes un attīstības iespējas;
- 7) Lūdzu, novērtējiet apmācību atbilstību jūsu gaidām un vajadzībām;

8) Lūdzu, novērtējiet, vai vadītājs pietiekami bieži tiek ar darbiniekiem, lai runātu par veicamajiem uzdevumiem, diskutētu par uzņēmumam svarīgiem jautājumiem;

9) Lūdzu, novērtējiet vadītāja pieejamību, lai runātu par problēmām, kas saistītas ar darbu;

10) Lūdzu, novērtējiet savu apmierinātību ar to, ka strādājat šajā uzņēmumā;

11) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā jūs būtu gatavs palikt strādāt uzņēmumā, pat ja jums piedāvātu darbu citur;

12) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā jūs rekomendētu uzņēmumu kā labu darbavietu saviem paziņām.

Jāatzīmē, ka jautājumu saraksts aptaujā var tikt papildināts vai mainīts atkarībā no nozares, uzņēmuma saimnieciskās darbības specifikas un, saskaņā ar Sulimana (*Suliman*) un Abdulas (*Abdulla*) pētījumu, darbinieku kompetences līmeņa un veicamajiem pienākumiem.

Pakalpojumu sniegšanas sfērā strādājošo uzņēmumu vadītājiem bez darbinieku aptaujas ieteicams veikt arī klientu aptauju, lai novērtētu klientu apmierinātību, kas cieši saistīta ar uzņēmuma klimatu. Autore klientu aptaujā iesaka ietvert šādus jautājumus:

1) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā darbinieki izprot klientu vajadzības un cenšas tās apmierināt;

2) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā darbinieki attīsta un uztur ilgtermiņa saistības ar klientiem;

3) Lūdzu, novērtējiet, cik lielā mērā darbinieki nodrošina klientus ar augstu servisu.

Atbildes var tikt novērtētās ar 1–10 ballēm, kur 1 – ļoti, ļoti vāji un 10 – izcili.

Lai saglabātu konkurences pārkāpumu, mazam uzņēmumam ir jābūt inovatīvam, jāspēj ātri reaģēt uz izmaiņām iekšējā un ārējā vidē. Arvien nozīmīgāka loma uzņēmumā ir zināšanām, un aktuāli kļūst jautājumi par zināšanu nodošanu, zināšanu apmaiņu, zināšanu izmantošanu. Zināšanu apmaiņas rezultātā rodas jaunas idejas, kuras var izmantot uzņēmuma darbībai svarīgu jautājumu risināšanai, inovatīvu produktu, pakalpojumu ieviešanai. Ieviešot uzņēmumā jauninājumus, veicot uzņēmumā izmaiņas, rodas jaunas zināšanas, kā arī nepieciešamība apgūt jaunas zināšanas.

Pieaugošas konkurences apstākļos zināšanas kļūst par nozīmīgu mazā uzņēmuma resursu, un, lai zināšanas tiktu efektīvi izmantotas, uzņēmumā nepieciešama zināšanu vadība. Zināšanas ir sistematizēts objektivizētu atziņu kopums, ko cilvēks ieguvis mācoties, darba pieredzē, pētniecībā u.tml.; izziņas rezultāts. Tas ir atbilstošs īstenības lietu, parādību, procesu atspoguļojums jēdzienos, kas veido katras pārliecības, hipotēzes, zinātniskas teorijas konkrēto

saturu.²⁸⁴ Zināšanas uzņēmumā autore definē kā zināšanas, ko cilvēks ieguvis mācoties, darba pieredzē, kā arī citu izziņas procesu rezultātā un, kuras var izmantot inovatīvu produktu, pakalpojumu, tehnoloģiju ieviešanā, kā arī ar uzņēmuma darbību saistītu jautājumu risināšanā.

Lielākās problēmas zināšanu vadības īstenošanā rada netiešo zināšanu nodošana un izmantošana. Tiešo zināšanu vadībā iespējams izmantot informācijas tehnoloģijas, taču netiešās zināšanas ir grūti aprakstīt, kodēt, lai varētu uzglabāt, nodot citiem un efektīvi izmantot. Tādēļ netiešo zināšanu apmaiņā bez informācijas tehnoloģijām būtu jāizmanto arī tādas metodes kā darbaudzināšana, grupu apmācība, organizētas diskusijas.

Zināšanu vadībā svarīga ir uzņēmuma darbinieku līdzdalība. Vadītājam jāinformē darbinieki par zināšanu vadības nozīmīgumu, jāizskaidro, kādas zināšanas nepieciešamas uzņēmumam, jāapmāca veikt zināšanu apmaiņu, jāmotivē darbiniekus piedalīties zināšanu apmaiņā un zināšanu izmantošanā. Darbiniekiem ir jājūt, ka zināšanu apmaiņa ir nepieciešama ne tikai uzņēmumam tā mērķu sasniegšanai, bet vajadzīga arī pašam darbiniekam, ka, nododot savas zināšanas, tas pretī iegūst daudz jaunas zināšanas, kas rezultātā nodrošina viņa personisko izaugsmi, ne mazāk svarīgi arī, ka tādējādi darbinieks iegūst citu atzinību un pieaug viņa popularitāte.

Lai motivētu darbiniekus nodot savas zināšanas, vadītājam ir taisnīgi jānovērtē sniegto zināšanu nozīmīgums – jāņem vērā, vai zināšanas ir bijušas lietderīgas, vai tās izmantojuši citi. Novērtēt darbinieku nodoto zināšanu vērtīgumu var izmantojot metodiku zināšanu ievadīšana/izvadišanu uzskatot kā noslēgtu ciklu. Tādējādi tiek novērtēts vai darbinieku sniegtās zināšanas ir bijušas lietderīgas atkarībā no tā kā tās izmanto citi. Jāatzīmē, ka vērtīgs ir ne tikai darbinieks, kuram ir zināšanas, bet arī darbinieks, kurš tās radoši izmanto. Līdz ar to var novērtēt un stimulēt darbiniekus, kuri nodevuši savas zināšanas kā arī tos, kuri tās produktīvi izmanto, kas sekmē darbinieku iesaistīšanos zināšanu apmaiņā.

Zināšanu vadības ieviešanai un funkcionēšanas nodrošināšanai, vadītājs var izmantot uzņēmumā pastāvošas neformālās grupas, pārvēršot tās par atbalstu zināšanu vadības realizēšanai. Zināšanu vadības ieviešanas sākumposmā vadītājs var piesaistīt darbiniekus, kas palīdz plānot, organizēt, koordinēt un, kuriem ir zināšanas informāciju tehnoloģiju lietošanā. Tomēr jāatzīmē, ka finanšu resursu trūkums mazos uzņēmumos parasti neļauj izmantot speciālistus no ārpusē kā arī iegādāties dārgas datorprogrammas.

Izstrādājot zināšanu vadības modeli maziem uzņēmumiem, autore balstījusi uz teorētiskā daļā analizēto Holsepla (*Holsapple*) un Džonsa (*Jones*) zināšanu ķēdes modeli, kurš ietver piecas primārās zināšanu vadības aktivitātes: zināšanu iegūšana no ārējiem avotiem un

²⁸⁴ Terminu un svešvārdu skaidrojošā vārdnīca / Internets - www.letonika.lv/groups/default.aspx?q=zin%c4%81%c5%a1anas&s=0&g=1&r=- skatīts 01.05.2012.

piemērošana lietošanai, zināšanu iegūšana no iekšējiem avotiem un piemērošana lietošanai, jaunu zināšanu radīšana no jauniegūtajām vai iepriekš uzkrātām, zināšanu izplatīšana un uzglabāšana, zināšanu izmantošana un četras sekundārās aktivitātes: novērtēšana, kontrole, koordinēšana, vadīšana. Autores izstrādātais zināšanu vadības modelis maziem uzņēmumiem sastāv no sešām galvenajām aktivitātēm: zināšanu audits, zināšanu saglabāšana un atjaunošana, zināšanu apmaiņa, zināšanu izmantošana, jaunu zināšanu radīšana un papildu aktivitātēm: uzņēmuma resursu novērtēšana, zināšanu kontrole.

Autore zināšanu vadībā iesaka izmantot šādu metodiku.

Uzņēmuma resursu novērtēšana. Ieviešot zināšanu vadību, vispirms jānoskaidro uzņēmuma resursi: cilvēku resursi, tehnoloģijas, programmatūra, interneta pieejamība. Uzņēmuma resursu novērtēšanu nepieciešams veikt atkārtoti pēc kāda laika posma, kas atkarīgs no zināšanu saglabāšanas intensitātes un uzņēmuma iespējām veikt ieguldījumus uzņēmuma resursu pilnveidošanā.

Zināšanu audits. Jānoskaidro, kādas zināšanas uzņēmumā eksistē un kādas ir nepieciešamas uzņēmuma mērķu sasniegšanai. Ieteicams izveidot zināšanu karti, kurā norādītas zināšanas un tas, kam šīs zināšanas pieder. Tādējādi tiek konstatēts, kādas zināšanas uzņēmumā ir un kādas nepieciešamas.

Atjaunojot vecās zināšanas un saglabājot jaunas, vispirms jāveic zināšanu audits, lai konstatētu, vai jaunās zināšanas uzņēmumam būs noderīgas, un, ja būs, jāpapildina zināšanu karte.

Zināšanu saglabāšana un atjaunošana. Lai zināšanas varētu izmantot un atjaunot, tās ir jāzaglabā. Vispirms jāizstrādā zināšanu datubāzes struktūra, un, ja tā neatbilst izmantošanas prasībām, tā ir jāmaina. Veidojot datubāzi, jānodrošina:

- 1) ātra piekļuve zināšanām;
- 2) zināšanu iegūšana viegli uztveramā formātā;
- 3) iespēja sazināties ar zināšanu sniedzēju;
- 4) iespēja pievienot komentārus un jautājumus;
- 5) zināšanu atjaunošana, papildināšana;
- 6) kontrole.

Ja nav pārliecības, ka jaunās zināšanas būs uzņēmumam noderīgas, ieteicams saglabāt tikai zināšanu tematu un informāciju par zināšanu sniedzēju, lai, ja gadījumā zināšanas kļūst aktuālas, varētu griezties pie zināšanu sniedzēja.

Zināšanu glabāšana uzņēmumā ir viens no nozīmīgākajiem soļiem. Mazos uzņēmumos ar ierobežotiem finanšu resursiem parasti nevar atļauties iegādāties šim nolūkam speciālas datorprogrammas. Lai arī informācijas tehnoloģijām ir liela loma zināšanu vadības

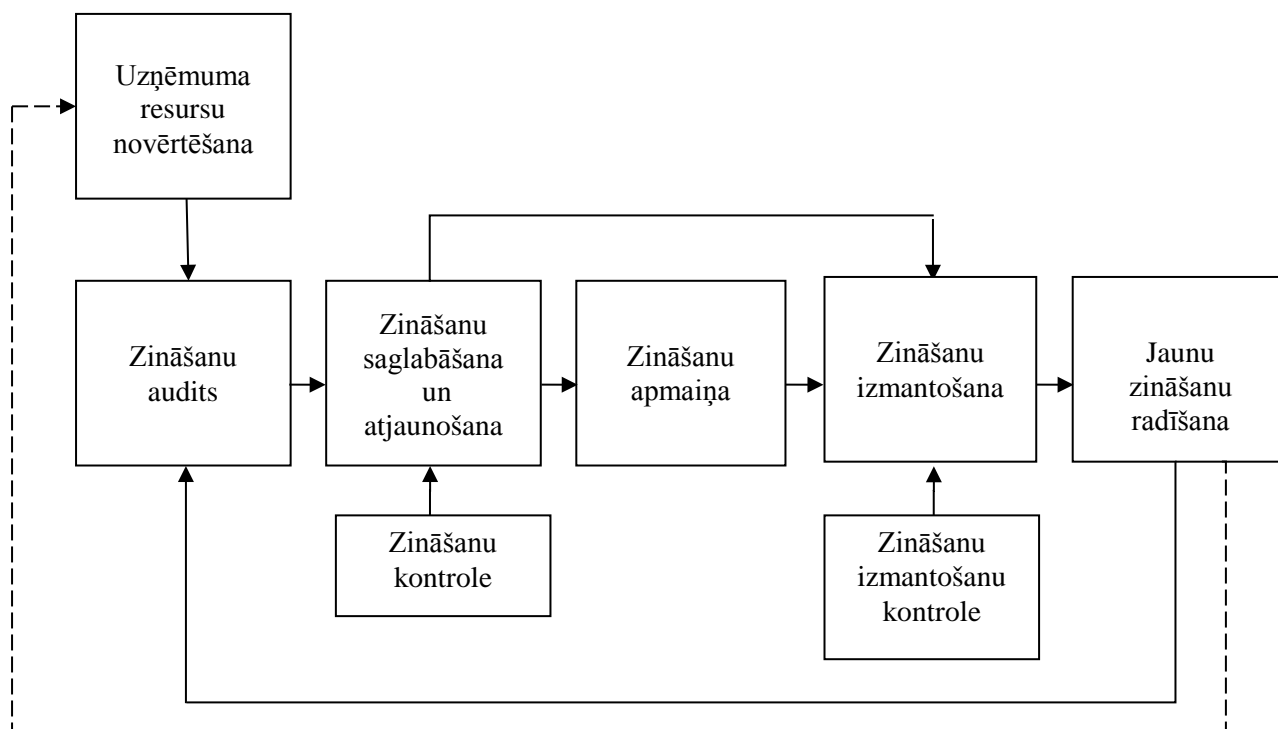
nodrošināšanā, uzņēmumos ar nelielu darbinieku skaitu zināšanu glabāšana iespējama, arī neizmantojot informācijas tehnoloģijas, bet zināšanas dokumentējot.

Zināšanu glabāšanai mazos uzņēmumos var izmantot datorprogrammas: datortabulu vadības sistēmu programmu *Microsoft Excel*, kuru lielākā daļa uzņēmumu jau parasti izmanto, un retāk lietoto programmu, kura būtu nepieciešama lielāka apjoma informācijai, – datubāzu vadības sistēmu programmu *Microsoft Access*. Abās minētajās programmās vajadzīgo informāciju var viegli atlasīt, grupēt, atjaunot. Izmantojot programmu *Microsoft Access*, zināšanu datubāzi var papildināt arī ar dokumentu, prezentāciju, audio un video ierakstu failiem. Audio un video ieraksti var īpaši noderēt netiešo zināšanu glabāšanai, kuras ir grūti kodēt un aprakstīt.

Zināšanu apmaiņa. Ne mazāk svarīgi par zināšanu saglabāšanu ir izveidot mehānismu zināšanu apmaiņai. Apmainoties ar zināšanām, apspriežot tās, uzņēmumā var rasties neprognozējamas, jaunas, inovatīvas idejas. Zināšanu apmaiņu var realizēt: 1) izmantojot zināšanu datubāzi; 2) veicot komunikāciju vaigu vaigā; 3) veicot komunikāciju ar interneta starpniecību; 4) izmantojot darbaudzināšanu, grupu apmācību, organizētas diskusijas, kas ir lietderīgas īpaši netiešo zināšanu apmaiņā un mazos uzņēmumos.

Zināšanu izmantošana. Lai zināšanas tiktu izmantotas, darbinieki jāmotivē apgūt jaunas zināšanas, uzņēmuma kolektīvā regulāri jāapspriež jauniegūtās zināšanas, kā arī ar uzņēmuma darbību saistītie aktuālie jautājumi. Apgūstot jaunas zināšanas, lietojot esošās zināšanas problēmu risināšanā, uzlabojot vai ieviešot jaunus produktus un pakalpojumus, var izrādīties, ka darbiniekiem nepieciešams apgūt jaunas zināšanas.

Jaunu zināšanu radīšana. Izmantojot no jauna iegūtās zināšanas un esošās zināšanas, rodas jaunas zināšanas. Lai jauniegūtās zināšanas nodotu citiem, tās ir jā saglabā. Pirms zināšanu saglabāšanas jāveic zināšanu audits un jānovērtē uzņēmuma resursi. Uzņēmuma resursu novērtēšanas nepieciešamība ir galvenokārt atkarīga no zināšanu saglabāšanas intensitātes, veida un uzņēmuma resursiem. Zināšanu vadības modelis atspoguļots 3.20. attēlā.



3.20. attēls. **Zināšanu vadības modelis maziem uzņēmumiem**

Avots: izstrādājusi autore, balstoties uz zinātniskajā literatūrā publicētiem zinātnisko pētījumu rezultātiem un autores veikto empīrisko pētījumu rezultātiem

Tā kā zināšanu vadība ir atkarīga no nozares, uzņēmuma darbības specifikas, uzņēmuma resursiem un uzņēmuma lieluma, nav iespējams izstrādāt vienotu zināšanu vadības modeli, kas būtu derīgs visiem mazajiem uzņēmumiem. Tomēr, kā liecina iepriekš analizētie zinātniskie pētījumi, no tā, cik efektīvi uzņēmumā tiks izmantotas zināšanas jaunos produktos un pakalpojumos, ir atkarīga uzņēmuma konkurētspēja.

Nozīmīga loma mazo uzņēmumu vadīšanā ir informācijas tehnoloģiju prasmīgai izmantošanai informācijas iegūšanā, apstrādē, analizē, sagatavošanā, izplatīšanā, kā arī komunikācijas realizēšanā ar klientiem, partneriem, piegādātājiem, valsts iestādēm un citām institūcijām. Statistikas dati un autores veiktais pētījums liecina, ka daļai mazo uzņēmumu vadītāju ir zemas prasmes datoru lietošanā, daudzi vadītāji nepilnīgi izmanto interneta sniegtās iespējas, bet aptuveni 6,9% internetu nelieto. Lai mazo uzņēmumu vadīšanā efektīvāk tiktu izmantotas informācijas tehnoloģijas, mazo uzņēmumu vadītājiem jāpilnveido prasmes informācijas tehnoloģiju lietošanā, savukārt valstij būtu jānodrošina interneta pieejamība visā Latvijas teritorijā. Tomēr tikai iegūstot pilnvērtīgu uzņēmējdarbības izglītību, mazā uzņēmuma vadītājs iegūs zināšanas un prasmes, kuras nepieciešamas, lai veiksmīgi vadītu savu uzņēmumu.

Secinājumi un priekšlikumi

Secinājumi

Pamatojoties uz pētījumu rezultātiem un teorētiskajā daļā analizētiem zinātniskajiem rakstiem, autore ir nonākusi pie šādiem secinājumiem.

1) Mazo uzņēmumu darbību un attīstību būtiski ietekmē: vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā kā arī vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma darbības specifiskā.

2) Veiksmīga uzņēmēja raksturīgākās personiskās īpašības ir enerģiskums, aizrautība, disciplinētība, spēja smagi strādāt, spēja analizēt, pieņemt lēmumus, ātri reaģēt uz izmaiņām, uzņemties saprātīgu risku, radošums, pārliecība, gatavība mācīties, spēja gūt darbinieku atbalstu uzņēmuma mērķu sasniegšanai, neatlaidība un pacietība, spēja klausīties, iecietība, tolerance pret nenoteiktību, vajadzība pēc sasniegumiem, vēlme būt neatkarīgam, personisko un ģimenes apstākļu motivācija, kā arī labs fiziskais un garīgais stāvoklis.

3) Lai gan liela daļa Latvijas mazo uzņēmumu vadītāju atzīst, ka uzņēmējdarbības izglītība ir nozīmīga uzņēmuma veiksmīgai vadīšanai (aptuveni 47,7% vadītāju uzņēmējdarbības izglītību vērtēja kā nozīmīgu, aptuveni 22,7% kā ļoti nozīmīgu), tomēr daļa vadītāju uzskata, ka uzņēmējdarbības izglītība ir maznozīmīga (aptuveni 11,06%). Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu ir atšķirīgi Latvijas statistiskajos reģionos, dažādās nozarēs, kā arī atkarībā no vadītāja dzimuma. Visas minētās atšķirības ir statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību:

- mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas, Rīgas, Vidzemes un Latgales statistiskajos reģionos uzskatīja, ka uzņēmējdarbības izglītība ir mazāk nozīmīga, kā Kurzemes un Zemgales statistiskajos reģionos, kuros mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka tai ir nozīmīga loma;
- būvniecības nozares vadītāji uzskatīja, ka uzņēmējdarbības izglītība ir viduvēji nozīmīga. Citu nozaru vadītāji uzskatīja, ka uzņēmējdarbības izglītība ir gandrīz nozīmīga vai nozīmīga;
- vadītājas sievietes uzskatīja, ka uzņēmējdarbības izglītība ir vairāk nozīmīga, kā vadītāji vīrieši.

4) Plānotās izmaiņas mazā uzņēmumā ir saistītas ar vadītāja uzskatiem par uzņēmējdarbības izglītības nozīmīgumu, sakarība ir statistiski nozīmīga ar augstu varbūtību. 78,94% vadītāju, kuri uzņēmējdarbības izglītību vērtēja kā nozīmīgu, norādīja, ka plāno uzņēmumā ieviest jaunas tehnoloģijas, paaugstināt produktivitāti, ieviest jaunu, inovatīvu produktu vai pakalpojumu, apgūt jaunus eksporta tirgus. Savukārt tikai 3,92% vadītāju, kuri

uzņēmējdarbības izglītību vērtēja kā maznozīmīgu faktoru, plānoja veikt kādas no minētajām pārmaiņām uzņēmumā.

5) Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības pieredzes nozīmīgumu kopumā ir augsti, vairāk nekā puse vadītāju uzņēmējdarbības pieredzi vērtē kā ļoti nozīmīgu nosacījumu. Tomēr mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības pieredzes nozīmīgumu ir atšķirīgi uzņēmumos atkarībā no nozares, kā arī no nodarbināto skaita uzņēmumā. Atšķirības vadītāju uzskatos par uzņēmējdarbības pieredzes nozīmīgumu ir statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību.

6) Atšķirīgie mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes nozīmīgumu liecina, ka ne visi vadītāji izprot, cik svarīgas ir zināšanas un prasmes uzņēmējdarbībā. Mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas statistiskajā reģionā, kā arī būvniecības, lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarēs un uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 un arī vadītāji vīrieši uzņēmējdarbības izglītību un pieredzi uzskatīja par maznozīmīgiem faktoriem.

7) Lai gan liela daļa mazo uzņēmumu vadītāju uzskata, ka apmācības ir nozīmīgas, tomēr daļa vadītāju uzskata apmācības par maznozīmīgām (aptuveni 29,5%). Mazo uzņēmumu vadītāju uzskati par apmācību nozīmīgumu ir atšķirīgi Latvijas statistiskajos reģionos, arī pa nozarēm un atkarībā no vadītāja dzimuma. Atšķirības ir statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību:

- Kurzemes, Zemgales un Latgales statistiskajos reģionos mazo uzņēmumu vadītāji apmācības uzskatīja par mazāk nozīmīgām kā citos Latvijas statistiskajos reģionos;
- lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē kā arī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja apmācības par mazāk nozīmīgām kā vadītāji citās nozarēs;
- vadītājas sievietes uzskatīja, ka apmācības ir vairāk nozīmīgas kā vadītāji vīrieši.

8) Mazo uzņēmumu vadītāji kopumā augsti vērtē kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu uzņēmumā (aptuveni 36,1% vadītāju kvalificētu darbaspēku vērtēja kā nozīmīgu faktoru, bet aptuveni 31,8% kā ļoti nozīmīgu faktoru). Tomēr veikt darbinieku apmācību, lai celtu savu darbinieku kvalifikāciju, par svarīgu uzskata salīdzinoši mazākā daļa vadītāju (aptuveni 45,3% vadītāju apmācības vērtēja kā nozīmīgas, no tiem aptuveni 16% – kā ļoti nozīmīgas, savukārt 29,5% – kā maznozīmīgas).

9) Pieaugošas konkurences apstākļos zināšanas ir nozīmīgs mazā uzņēmuma resurss. Veiksmīgi ir uzņēmumi, kuri apgūst jaunas zināšanas, nepārtraukti mācās no savas un citu pieredzes un sasniegumiem, rada jaunas zināšanas, izplata tās visā uzņēmumā un realizē jaunās tehnoloģijās un produktos. Zināšanu efektīvai izmantošanai mazos uzņēmumos jāveic

zināšanu vadība. Zināšanu vadība mazos uzņēmumos sastāv no sešām galvenajām aktivitātēm: zināšanu audits; zināšanu saglabāšana, zināšanu atjaunošana; zināšanu apmaiņa; zināšanu izmantošana; jaunu zināšanu radīšana; un divām papildu aktivitātēm: uzņēmuma resursu novērtēšana, zināšanu kontrole.

10) Lai gan lielākā daļa mazo uzņēmumu vadītāju uzskata, ka motivācija ir nozīmīga (aptuveni 72% mazo uzņēmumu vadītāju motivāciju vērtēja kā nozīmīgu, no tiem 24,1% – kā ļoti nozīmīgu), tomēr daļa vadītāju uzskata motivāciju par maznozīmīgu (aptuveni 12,8%). Vadītāju uzskati par motivācijas nozīmīgumu ir atšķirīgi Latvijas statistiskajos reģionos, arī pa nozarēm un atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā. Visas minētās atšķirības ir statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību:

- Latgales un Zemgales statistiskajos reģionos mazo uzņēmumu vadītāji motivāciju uzskatīja par mazāk nozīmīgu nekā citos Latvijas statistiskajos reģionos, atzīstot motivāciju par gandrīz nenozīmīgu;
- elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa kondicionēšanas nozarē mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka motivācija ir mazāk nozīmīga nekā citās nozarēs. Visaugstāk – kā ļoti nozīmīgu – motivāciju vērtēja profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozares vadītāji;
- vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 uzskatīja, ka motivācija ir mazāk nozīmīga nekā vadītāji ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9.

11) Mazo uzņēmumu vadītāji kopumā uzskata, ka komunikācija ir gandrīz nozīmīga vadītāja darbība. Gandrīz puse vadītāju uzskata, ka komunikācija ir nozīmīga vadītāja darbā, tomēr liela daļa vadītāju uzskata komunikāciju par maznozīmīgu (aptuveni 48,8% vadītāju komunikāciju vērtēja kā nozīmīgu, aptuveni 26,8% – kā maznozīmīgu, no tiem aptuveni 4,9% – kā nenozīmīgu). Vadītāju uzskati par komunikācijas nozīmīgumu ir atšķirīgi Latvijas statistiskajos reģionos, arī nozarēs, kā arī atkarībā no vadītāja dzimuma. Visas minētās atšķirības ir statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību:

- Latgales statistiskajā reģionā mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka komunikācija ir mazāk nozīmīga nekā citos reģionos. Visaugstāk komunikācijas nozīmīgumu vērtēja mazo uzņēmumu vadītāji Pierīgas statistiskajā reģionā, norādot, ka komunikācijas loma ir nozīmīga. Rīgas, Vidzemes, Kurzemes un Zemgales statistiskajos reģionos vadītāji uzskatīja, ka komunikācijas loma ir viduvēji nozīmīga;
- izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē mazo uzņēmumu vadītāji uzskatīja, ka komunikācija ir mazāk nozīmīga nekā citās nozarēs. Profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē vadītāji vērtēja komunikācijas nozīmīgumu visaugstāk, uzskatot komunikāciju par gandrīz ļoti nozīmīgu;

– vadītāji vīrieši uzskatīja komunikāciju par vairāk nozīmīgu kā vadītājas sievietes.

12) Mazo uzņēmumu vadītāji uzskata motivāciju, apmācības un komunikāciju par maznozīmīgām vadītāja darbībām Latgales statistiskajā reģionā, kā arī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu un lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarēs. Mazo uzņēmumu vadītāju viedoklis par motivāciju, apmācībām un komunikāciju kā maznozīmīgām vadītāja darbībām liecina, ka viņi neizprot motivācijas, apmācību, komunikācijas nozīmi un par vadītāju nepilnīgām zināšanām uzņēmuma vadīšanas jautājumos.

13) Mazo uzņēmumu vadītāji, kuri augsti vērtējuši kvalificēta darbaspēka nozīmīgumu, augstāk vērtējuši arī apmācību nozīmīgumu (Pīrsona korelācijas koeficienta vērtība – 0,457). Sakarību starp kvalificēta darbaspēka un apmācību nozīmīgumu vērtējumiem izskaidro vadītāju zināšanas uzņēmuma vadīšanā un uzņēmuma saimnieciskās darbības specifika.

14) Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi par apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīgumu ir cieši saistīti ar vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu (daudzfaktoru korelācijas koeficienta vērtība 0,694).

15) Internetu aktīvi lieto vairāk nekā puse Latvijas mazo uzņēmumu (aptuveni 54,7% vadītāju norādīja, ka internets uzņēmumā tiek lietots aktīvi). Tomēr ir vērā ņemams mazo uzņēmumu skaits, kuros internetu nelieto vai lieto ļoti maz (aptuveni 13,6% vadītāju norādīja, ka internetu uzņēmumā lieto ļoti maz, bet 6,9% – ka internetu nelieto). Mazo uzņēmumu interneta lietotāju skaits un interneta lietošanas aktivitāte ir atšķirīga Latvijas statistiskajos reģionos, arī nozarēs, kā arī atkarībā no nodarbināto skaita uzņēmumā. Visas minētās atšķirības ir statistiski nozīmīgas ar augstu varbūtību:

- visaugstākā interneta lietošanas aktivitāte bija Pierīgas statistiskajā reģionā, savukārt viszemākā – Kurzemes un Latgales statistiskajos reģionos (internetu Kurzemes statistiskajā reģionā nelietoja aptuveni 24% mazo uzņēmumu, bet Rīgas statistiskajā reģionā – aptuveni 12%);
- profesionālo, zinātnisko un tehnisko pakalpojumu nozarē interneta lietošanas aktivitāte bija visaugstākā (33% vadītāju norādīja, ka internets tiek lietots ļoti aktīvi, bet 67% – ka aktīvi), savukārt lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē interneta lietošanas aktivitāte bija viszemākā (48% vadītāju norādīja, ka internets netiek lietots);
- uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 1 līdz 9 internetu lieto aktīvāk nekā mazos uzņēmumos ar nodarbināto skaitu no 10 līdz 49.

16) Vairāk kā pusei mazo uzņēmumu ir internetā izveidota uzņēmuma mājas lapa vai arī tā tiek veidota (aptuveni 45% mazo uzņēmumu bija mājas lapa, aptuveni 18% to izstrādāja).

17) Uzņēmumiem ar pozitīvu uzņēmuma klimatu ir augstāki darba rezultāti. Uzņēmuma klimats ietekmē inovāciju ieviešanu uzņēmumā, paaugstina produktivitāti, kvalitāti, klientu apmierinātību.

18) Lai uzņēmuma klimats būtu pozitīvs, nepieciešama atklāta komunikācija starp vadītāju un darbiniekiem, sadarbība vadītājam ar darbiniekiem, darbinieku iesaistīšana lēmumu pieņemšanā, darbinieku motivācija. Mazo uzņēmumu vadītājam uzņēmuma klimats ir periodiski jānovērtē, veicot darbinieku anonīmu aptauju. Mazos uzņēmumos, kuri strādā pakalpojumu sfērā, vadītājam bez darbinieku aptaujas svarīgi veikt arī klientu aptauju.

19) Augstākās izglītības iestādēs studiju kursi uzņēmējdarbības jomā iekļauti tikai nedaudz vairāk kā pusē studiju programmu (2010. gadā aptuveni 25,4% studiju programmu nebija iekļauts neviens studiju kurss no uzņēmējdarbības izglītības moduļa, tikai viens studiju kurss bija aptuveni 16,9% studiju programmu).

20) Augstākās izglītības iestādēs un profesionālās izglītības iestādēs arī neekonomikas un nevadībzinību studiju programmās studentiem nepieciešams apgūt zināšanas un prasmes uzņēmējdarbībā. Studiju programmās jāiekļauj uzņēmējdarbības izglītības modulis, kurā vienai no studiju kursa sadaļām vajadzētu būt „Mazo uzņēmumu vadīšana”.

21) Galvenie Latvijas mazo uzņēmumu darbību un attīstību ietekmējošie spēki – kompleksie faktori, kas iegūti faktoru analīzes rezultātā, ir vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā, motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki, uzņēmuma inovatīvā darbība, ārējā vide. Faktoru analīzē no sākotnējiem 15 faktoriem sešu iterāciju rezultātā (izmantota *Varimax* rotācija) izdalīti 4 kompleksie faktori.

22) Mazo uzņēmumu dibināšanas un attīstības veicināšanai pieņemti vairāki politikas plānošanas dokumenti, Latvijas Republikas Ministru Kabineta noteikumi un rīkojumi, veikti grozījumi *Komerclikumā*, pieņemts *Mikrouzņēmuma nodokļa likums*, ar ES fondu līdzfinansējumu tiek realizētas vairākas mazo uzņēmumu atbalsta programmas, kā rezultātā ir palielinājies no jauna reģistrēto uzņēmumu skaits. Mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas rezultāti un statistikas dati par reģistrēto uzņēmumu skaitu, liecina, ka 2011. gadā realizētie valsts atbalsta pasākumi ir sekmējuši jaunu mazo uzņēmumu dibināšanu.

23) Mazo uzņēmumu vadītāji visaugstāk vērtēja *Mikrouzņēmuma nodokļa likumu*, kas ļauj uzsākt uzņēmējdarbību ar nelieliem finanšu līdzekļiem, bet atvieglotā grāmatvedības kārtošana, ļauj grāmatvedību kārtot vadītājam, nealgotot profesionālu grāmatvedi. Mazo uzņēmumu vadītāji pozitīvi vērtēja vienkāršoto uzņēmuma reģistrāciju.

24) Grozījumus *Komerclikumā*, kuri ļauj dibināt SIA ar pamatkapitālu 1 lats, mazo uzņēmumu vadītāji vērtēja, kā mazāk nozīmīgus uzņēmējdarbības sekmēšanā (aptuveni 50% mazo uzņēmumu vadītāji iespēju dibināt SIA ar pamatkapitālu 1 lats vērtēja kā maznozīmīgu,

no tiem 20% kā nenozīmīgu). Grozījumus *Komerclikumā*, kuri vienkāršo jauna uzņēmuma reģistrāciju mazo uzņēmumu vadītāji vērtējuši kā nozīmīgus.

25) Kaut arī atšķiras viedokļi par ilgstošo bezdarbnieku spēju atgriezties darba tirgū, pasaulē veiktie zinātniskie pētījumi pierāda, ka ilgstošo bezdarbnieku skaits ietekmē no jauna dibināto uzņēmumu skaitu un ir ievērojams darbaspēka resurss. Latvijā šo uzskatu neapstiprināja ne pašvaldības, ne arī ilgstošie bezdarbnieki. Pašvaldību pārstāvji un eksperti aptaujā norādīja, ka ilgstošiem bezdarbniekiem pārsvarā ir zemas darba prasmes un iemaņas, savukārt ilgstošo bezdarbnieku aptaujas rezultāti liecina, ka lielai daļai ilgstošo bezdarbnieku vēlme atgriezties darba tirgū ir zema (aptuveni 39% ilgstošo bezdarbnieku nav aktīvi meklējuši darbu pēdējo četru nedēļu laikā).

26) Vislielākās problēmas mazo uzņēmumu vadītājiem ES fondu finansējuma saņemšanā sagādā: 1) kredīta saņemšana bankā, lai nodrošinātu projekta līdzfinansējumu; 2) projekta pieteikumu kvalitatīva sagatavošana; 3) pieredzes trūkums informācijas iegūšanā.

27) Mazo uzņēmumu sadarbība ar zinātnes un pētniecības iestādēm notiek reti, kas daļēji izskaidrojams ar to, ka mazo uzņēmumu vadītāji neizprot, ko šāda sadarbība varētu dot uzņēmumam, kā arī ar vadītāju aizņemtību un darbinieku trūkumu, kuri varētu organizēt sadarbību ar zinātnes un pētniecības iestādēm. Vājo sadarbību ar tehnoloģiju parkiem ietekmē to trūkums reģionos, kā arī mazo uzņēmumu vadītāju vājā izpratne par iespējām, ko sniedz tehnoloģiju parki.

Priekšlikumi

Priekšlikumi mazo uzņēmumu vadītājiem.

1) Nepieciešams pilnveidot uzņēmuma vadīšanas prasmes, īpaši aktuāli tas būtu vadītājiem Pierīgas statistiskajā reģionā un būvniecības, lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības un izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarēs. Vairāk uzņēmuma vadīšanas prasmes būtu jāattīsta mazo uzņēmumu vadītājiem ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 1 līdz 9 un arī vadītājiem vīriešiem.

2) Pievērst lielāku vērību darbinieku attīstībai, veicot darbinieku apmācību. Īpaši darbinieku apmācība būtu vairāk jāveic mazo uzņēmumu vadītājiem Kurzemes, Zemgales un Latgales statistiskajos reģionos un lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības, kā arī izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarēs. Mazo uzņēmumu vadītājiem ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 un vadītājiem vīriešiem sevišķi svarīgi pievērst lielāku vērību darbinieku apmācībai.

3) Pievērst lielāku uzmanību motivācijai, īpaši Latgales un Zemgales statistiskajos reģionos, kā arī vadītājiem elektroenerģijas, gāzes apgādes, siltumapgādes un gaisa

kondicionēšanas nozarē, un arī vadītājiem ar nodarbināto skaitu uzņēmumā no 10 līdz 49 jāvelta lielāka vērība darbinieku motivācijai.

4) Pievērst lielāku uzmanību efektīvai komunikācijai. Komunikācija īpaši būtu jāuzlabo mazo uzņēmumu vadītājiem Latgales statistiskajā reģionā, kā arī vadītājiem izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē.

5) Uzņēmuma vadīšanā koncentrēt uzmanību uz četriem galvenajiem spēkiem, kas ietekmē uzņēmuma darbību: vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā; motivēti, kvalificēti, iesaistīti darbinieki; inovācijas; ārējā vide.

6) Ņemot vērā pozitīva uzņēmuma klimata ietekmi uz uzņēmuma darbību un attīstību, veidot pozitīvu uzņēmuma klimatu, tā veidošanā un saglabāšanā ņemt vērā izstrādātās rekomendācijas, kādam būtu jābūt vadītājam, kādas darbības viņam jāveic, kā jāizturas pret darbiniekiem un kādai jābūt darba videi.

7) Lai novērtētu uzņēmuma klimatu, ieteicams reizi gadā veikt darbinieku anonīmu aptauju. Pakalpojumu jomā strādājošo mazo uzņēmumu vadītājiem bez darbinieku aptaujas ieteicams veikt arī klientu aptauju. Darbinieku un klientu aptaujas anketā ieteicams izmantot izstrādātos jautājumus, atbildes ieteicams novērtēt 1–10 ballu skalā.

8) Izmantot zināšanu vadības modeli maziem uzņēmumiem.

Priekšlikums Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrijai.

9) Augstākās izglītības iestādēs un profesionālās izglītības iestādēs izstrādāt un visās studiju programmās realizēt uzņēmējdarbības izglītības moduli, kas būtu vērsts uz praktisku iemaņu apgūšanu un kurā vienai no studiju kursa sadaļām vajadzētu būt „Mazo uzņēmumu vadīšana”.

Priekšlikumi Latvijas politikas plānošanas dokumentu izstrādei.

10) Lai uzlabotu mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma vadīšanas prasmes, nepieciešams organizēt gan esošo gan nākamo mazo uzņēmumu vadītāju apmācības mazo uzņēmumu vadīšanā, īpaši pievēršot uzmanību vadītāju apmācību organizēšanai Latgales, Pierīgas un Vidzemes statistiskajos reģionos. Ļoti svarīga ir mazo uzņēmumu vadītāju apmācība būvniecības nozarē, izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozarē, lauksaimniecības, mežsaimniecības un zivsaimniecības nozarē.

11) Nodrošināt visā Latvijā kvalitatīvu interneta pieslēgumu, tādējādi veicinot interneta lietošanu mazos uzņēmumos. Tas dod iespēju izmantot e-pakalpojumus, sekot līdzi valsts atbalsta un ES fondu atbalsta pasākumiem, iegūt nepieciešamo informāciju, kā arī sekmē mazo uzņēmumu sadarbību ar klientiem, partneriem un arī e-komercijas izmantošanu.

Priekšlikumi Latvijas Republikas Finanšu ministrijai, Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijai, valsts atbalsta un ES fondu finansētos pasākumus administrējošām iestādēm.

12) Lai gan informācija par valsts atbalsta un ES fondu atbalsta pasākumiem ir atrodama internetā, lielai daļai mazo uzņēmumu vadītāju trūkst pieredzes informācijas iegūšanā, tādēļ nepieciešams pilnveidot uzņēmējiem pieejamo informāciju: vienkāršot informācijas atrašanu, izcelt aktīvos pasākumus, paredzamos pasākumus un pasākumus, kuros projektu iesniegšana jau beigusies.

1.13) Sniegt vairāk informācijas par veiksmīgiem maziem uzņēmumiem, kuri izmantojuši valsts atbalstu un ES fondu atbalstu.

Priekšlikums turpmākiem pētījumiem

Lai izvērtētu Biznesa un inovācijas inkubatoru un Tehnoloģiju parku atbalsta nozīmīgumu maziem uzņēmumiem, būtu nepieciešams veikt dziļāku pētījumu, kurā plašāk tiktu apzināts to uzņēmēju viedoklis, kuri šo atbalstu izmanto vai ir izmantojuši.

Izmantotā literatūra

1. Admiraal W., Lockhorst D. E-Learning in Small and Medium-sized Enterprises across Europe: Attitudes towards Technology, Learning Training. *International Small Business Journal*, Vol. 27 (6), 2009, pp. 743-767.
2. „Administratīvās procedūras un uzņēmējdarbības vide Latvijā 2001.- 2009. gads”, Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas mājas lapa. Sadaļa – Pētījumi. Pieejams: <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30111>, skatīts 27.03.2010.
3. Alpkan L., Yilmaz C., Kaya N. Market Orientation and Planning Flexibility in SMEs: Performance Implications and an Empirical Investigation, *International Small Business Journal*, Vol. 25 (2), 2007, pp. 152-172.
4. Appelbaum S. H., Deguire K. J., Lay M. The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behaviour. *Corporate Governance*, Vol. 5. No. 4., 2005, pp. 43–55.
5. Ashkanasy N., M., Wilderom C. P. M., Peterson, M. F., *Organizational Culture and Climate*, Sage Publications, 2000, 629 p.
6. Arabaci I. B. Academic and Administration Personnel’s Perceptions of Organizational Climate. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 2010, pp. 4445-4450.
7. Arshadi N. Basic need satisfaction, work motivation, and job performance in an industrial company in Iran. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 5, 2010, pp. 1267-1272.
8. Arhipova I., Bāliņa S. Statistika ekonomikā un biznesā: risinājumi ar SPSS un MS Excel, Datorzinību centrs, 2006, 362 lpp.
9. Arranz N., Arroyabe J. C. F. Internationalization Process of Spanish Small Firms. *International Small Business Journal*, Vol. 27 (4), 2009, pp. 420-441.
10. AS „SEB Banka”. SEB Biznesa vides apskats, 2010. gada oktobris. Pieejams: http://www.seb.lv/data/biznesa-videsapskati/SEB_Biznesa_vides_apskats_10.2010.pdf, skatīts 27.02.2011.
11. Audretsch D., B., Keilbach M. C., Lehmann, E. E., *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford University Press, 2006, 227 p.
12. Audretsch D. B. Emergence of the entrepreneurial society. *Business Horizons*, Vol. 52, 2009, pp. 505-511.
13. Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centra (AIKNC) mājas lapa, Sadaļa Akreditētās augstskolas un koledžas, Pieejams <http://www.aiknc.lv/lv/list.php>, skatīts 03.09.2010.

14. Babris S. Intelektuālo darbinieku vadīšanas metodes un to pilnveidošanas nepieciešamība. Promocijas darbs. R.: Latvijas Universitāte, 2006, 137. lpp.
15. Banfield P., Jennings P., Beaver G., Competence-Based Training for Small Firms -- An Expensive Failure. *Long Range Planning*, Vol. 29 (1), 1996, pp. 94-102.
16. Baptista R., Thurik R., A. The relationship between entrepreneurship and unemployment: Is Portugal an outlier? *Technological Forecasting & Social Change*, 74, 2007, pp. 75-89.
17. Berglan H., Moen E. R., Roed K., Skogstrom J., F. Entrepreneurship: Origins and returns. *Labour Economics*, Vol. 18, 2011, pp. 180-193.
18. Biswas S. Relationship between psychological climate and turnover intentions and its impact on organisational effectiveness: A study in Indian organisations. *IIMB Management Review*, 22, 2010, pp. 102-110.
19. Boter H., Lundstrom A. SME perspectives on business support services. The role of company size, industry and location. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 12 (2), 2005, pp. 244-258.
20. Burke W. W., Litwin G. H. A Causal Model of Organizational Performance and Change. *Journal of Management*, Vol.18, No.3, 1992, pp. 523-545.
21. Cangemi J., Miller R. Breaking – out – of- the – box in organizations. Structuring a positive climate for the development of creativity in the workplace. *Journal of Management Development*, Vol. 26(5), 2007, pp. 401-410.
22. Cannarella C., Piccioni V. Knowledge building in rural areas: Experiences from a research centre – rural SME scientific partnership in central Italy. *International Journal of Rural Management*, 2005, pp. 25-43.
23. Casson M., Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 58, 2005, pp. 327-348.
24. CEDEFOP - Eiropas Profesionālās izglītības attīstības centrs, "Prasmju pieprasījums un piedāvājums Eiropā līdz 2020.gadam", Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2010, 128 lpp. Pieejams: <http://www.cedefop.europa.eu/EN/publications/15540.aspx>, skatīts 16.04.2011.
25. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes. Pieejams: <http://www.csb.lv>.
26. Chen C. J., Huang J. W., Hsiao Y. C. Knowledge Management and Innovativeness. The Role of Organizational Climate and Structure. *International Journal of Manpower*, Vol. 31. No 8., 2010, pp. 848-870.

27. Christakopoulou S., Dawson J., Gari A. The Community Well-Being Questionnaire: Theoretical Context and Initial Assessment of Its Reliability and Validity. *Social Indicators Research*, Vol. 56 (3), 2007, pp. 321-351.
28. Clarke J., Gewirtz S., McLaughlin E. *New Managerialism, New Welfare?* London, GBR: Sage Publications, Ltd, 2000 p.288.
29. Clercq D., Arenius P. The Role of Knowledge in Business Start-up Activity. *International Small Business Journal*, Vol. 24 (4), 2006, pp. 339-358.
30. Coelho P. S., Esteves S. P. The choice between a five-point and a ten-point scale in the framework of customer satisfaction measurement. *International Journal of Market Research*, Vol. 49 (3), 2006, pp. 313-339.
31. Communication ROI Study Report 2009/2010. *Watson Wyatt Worldwide*, 2010. 18 p.
32. Cosh A., Duncan J., Hughes A. *Investment in Training and Small Firms Growth and Survival: An Empirical Analysis for the UK, 1987–95*, DfEE Publication, No. 36, 1998
33. Cooil B., Aksoy L., Keiningham T. L., Maryott K. M. The relationship of employee perceptions of organizational climate to business-unit outcomes: An MPLS approach. *Journal of Service Research*, Vol. 11, No.3, 2009, pp. 277-294.
34. Crick D. International marketing information: UK small and medium-sized enterprises' perceptions of different sources and types, *Business Information Review* 2005, Vol. 22 (2), 2005, pp. 114-122.
35. Cullen J. B., Gordon R. H. Taxes and entrepreneurial risk-taking: Theory and evidence for U.S. *Journal of Public Economics*, Vol. 91, 2007, pp. 1479-1505.
36. Daft R. L. *Management 10th ed.*, South-Western, 2011, 704 p.
37. Davidson P., *The Entrepreneurship research challenge*, Edward Elgar Publishing, Inc. William Pratt House, 2008, 215p.
38. Davidsson P., Honig, B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, 2003, pp. 301-331.
39. Dawes J. Do data characteristics change according to the number of scale points used. *International Journal of Market Research*, Vol. 50(1), 2007, pp. 61–77.
40. Deniņš A. Inovatīvā uzņēmējdarbības vadība kā uzņēmuma konkurētspējas virzītājspēks. Latvijas Universitātes raksti 689. sējums, *Ekonomika*, IV R: LU, 2005, 56.-63. lpp.
41. Deniņš A.. Inovācija – konkurētspējas noteicošais faktors, zināšanu sabiedrību veidojot. *Stratēģiskā analīzes komisija. Zinātniski pētnieciskie raksti* 2(3). R.: Zinātne, 2005, 60.-70. lpp.

42. Dennis W. J. Raising response rates in mail surveys of small business owners: results of an experiment. *Journal of Small Business Management*, Vol. 41, Issue 3, 2003, pp. 278-295.
43. Devins D., Johnson S. Training and Development Activities in SMEs: Some Findings from an Evaluation of the ESF Objective 4 Programme in Britain. *International Small Business Journal*, Vol. 21(2), 2003, pp. 213-228.
44. Digital Agenda for Europe mājas lapa, Sadaļa Scoreboard dati, Pieejams: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/scoreboard>, skatīts 19.04.2012.
45. Doern R. Investigating Barriers to SME Growth and Development in Transition Environments: A Critique and Suggestions for Developing the Methodology. *International Small Business Journal*, Vol. 27(3), 2009, pp. 275-305.
46. Drucker P. F. Management Challenges for the 21st Century, Transaction Publisher, 2007, 839 p.
47. Eiropas Komisijas mājas lapa, Sadaļa Bizness, Pieejams: http://ec.europa.eu/youreurope/business/index_en.htm, skatīts 05.04.2011.
48. Eiropas Komisijas ziņojums. EK mājas lapa, sadaļa: Uzņēmumi, Pieejams: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/craft/sme_perf_review/doc_08/spr08_annual_reporten.pdf, skatīts 20.10.2009.
49. Eiropas Savienības struktūrfondu Nacionālās programmas „Darba tirgus pētījumi” projekts „Labklājības ministrijas pētījumi” „Darba tirgus pieprasījuma ilgtermiņa prognozēšanas sistēmas izpēte un pilnveidošanas iespēju analīze”. Nr. VPD1/ESF/NVA/04/NP/3.1.5.1/0001/0003, 2005. -2007. gads, 188 lpp..
50. Entrepreneurship in Higher Education, Especially within Non-business Studies. Final Report of the Expert Group, Enterprise and Industry. European Commission, 2008, 69 p.
51. Eiropas Komisijas Rekomendācija par mikro, mazo un vidējo uzņēmumu definīciju, 2003.gada 6.maijs - 2003/361/EK.
52. Eiropas Komisija. „Eiropas mazo uzņēmumu harta”, Eiropas Kopienu Oficiālo publikāciju birojs, 2004, 20p. Pieejams: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/charter/docs/charter_lv.pdf, skatīts 12.02.2010.
53. Eiropas Kopienu Komisija. Eiropas Mazās uzņēmējdarbības akts "Small Business Act", Briselē, 25.6.2008, 25p. Pieejams: http://www.een.lv/system/files/attachments/com2008_0394lv01.pdf, skatīts 12.02.2011.
54. Eiropas Kopienu Komisija. Komisijas paziņojums Padomei, Eiropas Parlamentam, Eiropas Ekonomikas un Sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai. Eiropas

- iniciatīva mikrokredītu attīstībai nolūkā atbalstīt izaugsmi un nodarbinātību, 20.12.2007., Brisele, COM(2007) 0708 final/2, 32.lpp. Pieejams: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri= COM:2007:0708:REV1:lv:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0708:REV1:lv:PDF), skatīts 10.10.2012.
55. Eiro personāls un Latvijas Personāla vadīšanas asociācija. Darbinieku iesaistīšanās izpēte, 2011. Pieejams: http://www.eiropersonals.lv/files/ldip_2011.pdf. - skatīts 25.12.2011
56. Eurobarometer 74 pētījums. Sabiedriskā doma Eiropas Savienībā, 2010.gada rudens. Nacionālais ziņojums. Pieejams: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_lv_lv_nat.pdf, skatīts 10.05.2011.
57. Eurostat, Bezdarba statistika, 2010. gads. Pieejams: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/labour_market/introduction, skatīts 14.01.2011.
58. Faria J. R., Cuestas, J. C., Mourelle, E. Entrepreneurship and Unemployment: A Nonlinear Bidirectional Causality? *Economic Modelling* 27, 2010, pp. 1282-1291.
59. Final Report of the Expert Group. Entrepreneurship in higher education, especially within non – business studies, Enterprise and Industry, European Commission, 2008, 68.p. Pieejams: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf, skatīts 01.03.2011.
60. Frohlich M. T. Techniques for improving response rates in OM survey research. *Journal of Operations Management*, Vol. 20, 2002, pp. 53-62.
61. Fuller-Love N. Management development in small firms. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 8 (3), 2006, pp. 175-190.
62. Gilman M., Edwards P. Testing a Framework of the Organization of Small Firms: Fast-growth, High-tech SMEs. *International Small Business Journal*, Vol. 26 (5), 2008, pp. 531-558.
63. GfK Custom Research Baltic un Nozare.lv pētījums: Ātrs un stabils internets. 2012. Pieejams: <http://www.gfk.com/gfkbaltic/index.lv.html>, skatīts 31.08.2012.
64. Goldman B. M., Slaughter J. E., Schmit J. M., Brooks S. M. Perceptions of Discrimination: A Multiple Needs Model Perspective. *Journal of Management*, Vol.34, No.5, 2008, pp. 952-977.
65. Graevenitz G., Harhoff D., Weber R. The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 76, 2010, pp. 90-112.

66. Gray C. Management Development in European Small and Medium Enterprises. *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 6, No. 4, 2004, pp. 451-469.
67. Gries T., Naude W. Entrepreneurship and human development: A capability approach. *Journal of Public Economics*. Vol. 95, 2011, pp. 216-224.
68. Griffiths W., Webster E. What governs firm-level R&D: Internal or external factors? *Technovation*, Vol. 30, 2010, pp. 471-481.
69. Griffin, R., W. Management 11th ed., Cengage Learning, 2012, 720 p.
70. Griffin R. W. Management 8th ed., Houghton Mifflin Company, 2005, 808 p.
71. Grozījumi Komerclikumā ("LV", 68 (4260), 29.04.2010.) [stājas spēkā 01.05.2010.]. Pieejams: <http://www.likumi.lv/doc.php?id=5490>, skatīts 01.01.2011.
72. Igaunijas Republikas Finanšu ministrija. Nodokļi. Pieejams: www.fin.ee/index.php?id=621, skatīts 01.05.2011.
73. Ilieva J., Baron S., Healey N. M. Online surveys in marketing research: pros and cons., *International Journal of Market Research*, Vol. 44. No 3, 2002, pp. 361-382.
74. Informatīvais ziņojums „Par ārvalstu finanšu resursu (Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda, Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta, Norvēģijas valdības divpusējā finanšu instrumenta un Latvijas un Šveices sadarbības programmas) apguvi līdz 2010.gada 31.decembrim”, Latvijas Republikas Finanšu ministrija. Pieejams: http://www.esfondi.lv/upload/Uzraudziba/Ceturksna_zinojumi/FMzino_160211_ES_fondi.pdf, skatīts 28.02.2011.
75. Informatīvais ziņojums „Par darba tirgus īstermiņa prognozēm 2011.gadam un bezdarbnieku un darba meklētāju prioritārajiem apmācību virzieniem”, Latvijas Republikas Labklājības ministrija. Pieejams: http://www.lm.gov.lv/upload/darba_tirgus/darba_tirgus/lmzino_280211-1.pdf, skatīts 17.02.2011.
76. Ismail M. Creative Climate and Learning Organization Factors: Their Contribution Towards Innovation. *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 26. No 8, 2005, pp. 639-654.
77. Ivancevich J. M., Lorenzi P., Skinner S. J., Crosby P. B. Management Quality and Competitiveness, Richard D. Irwin, Inc., 1996, 658 p.
78. Janssen F. The Conceptualization of Growth: Are Employment and Turnover Interchangeable Criteria? *Journal of Entrepreneurship*, 18, 1, 2009, pp. 21-45.
79. Jennings P., Beaver G. The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective. *International Small Business Journal*, 1997, pp. 63-75.

80. Jing F. F., Avery G. C., Bergsteiner H. Organizational Climate and Performance in Retail Pharmacies. *Leadership & Organization Development Journal*, Vol.32, No.3, 2011, pp. 224-242.
81. Joo B. K. Leader-Member exchange quality and in-role job performance: The moderating role of learning organization culture. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 19 (1), 2012, pp. 25-34.
82. Jo S. J., Joo B. K. Knowledge Sharing: The influence of learning organization culture, organizational commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 18 (3), 2011, pp. 353–364.
83. Johnsen G., McMahon R. Owner-Manager Gender, Financial Performance and Business Growth amongst SMEs from Australi's Business Longitudinal Survey. *International Small Business Journal*, Vol. 23 (2), 2005, pp. 115-142.
84. Jong J. P. J., Hartog D. N. D. How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10 (1), 2007, pp. 41-64.
85. Jorfi H. Jorfi S., Yaccob H. F. B., Shah I. M. Relationships among Strategic Management, Strategic Behaviors, Emotional Intelligence, IT-business Strategic Alignment, Motivation, and Communication Effectiveness. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No 9, 2011, pp. 30-37.
86. Kangis P., Gordon D., Williams S. Organizational Climate and Corporate Performance: An Empirical Investigation. *Management Decision*, Vol.38, No.8, 2003, pp. 531-540.
87. Keizer J. A., Dijkstra L., Halman J. I. M. Explaining innovative efforts of SMEs. An exploratory survey among SMEs in the mechanical and electrical engineering sector in The Netherlands, *Technovation*, 22, 2002, pp. 1-13.
88. Kessler A., Frank H. Nascent Entrepreneurship in a Longitudinal Perspective. *International Small Business Journal*, Vol. 27 (6), 2009, pp. 720-742.
89. Ketels C. H. M. Michael Porter's Competitiveness Framework-Recent Learning and New Research Priorities. *Journal Industry Competitiveness Trade*, 6, 2006, pp. 115–136.
90. Khanka S. Motivational Orientation of Assamese Entrepreneurs in the SME Sector. *Journal of Entrepreneurship*, 2009, pp. 209-218.
91. Kihlgren A. Small business in Russia – factors that slowed its development: an analysis. *Communist and Post-Communist Studies*, 36, 2003, pp. 193 -207.
92. Komercedarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programma 2007. – 2013. gadam. MK rīkojums Nr. 406, Rīgā 2007. gada 28. jūnijā.
93. "Komercedarbības atbalsta kontroles likums" Latvijas Republikas Saeima 19.12.2002. ("LV", 189 (2764), 28.12.2002.) [stājas spēkā 01.01.2003.]

94. „Konceptija par mikrouzņēmumu atbalsta pasākumiem”, Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.748.
95. Krastiņš O. Ekonometrija, Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2003, 207 lpp.
96. Kuehl C. R, Lambing P. A. Small Business: Planning and management 3th ed. The Dryden Press, 1994, 44 p.
97. Kuckertz A., Wagner M. The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25, 2010, pp. 524-539.
98. Kupritz V. W., Cowell E. Productive Management Communication: Online and Face-to-Face. *Journal of Business Communication*, Vol. 48, No. 1, 2011, pp. 54-82.
99. Ķeniņš Kings G. Amerikas pieredze uzņēmumu vadībai, Apgāds Biznesa partneri, 2002, 288 lpp.
100. Hair J. F., Black W. C., Babin B. J., Anderson R. E., Tatham R. L. Multivariate Data Analysis 6th ed., Pearson Education Inc., 2006, 899 p.
101. Hansen B., Hamilton R. T. Factors distinguishing small firm growers and non-growers. *International Small Business Journal*, Vol. 29 (3), 2011, pp. 278-294.
102. Hansson A. Tax policy and entrepreneurship: empirical evidence from Sweden. *Small Business Economics*, 2010, p. 19.
103. Hartshorn C., Sear L. Employability and Enterprise: Evidence from the North East. *Urban Studies*, Vol. 42 (2), 2005, pp. 271-283.
104. Hayes B. C., Bartle S. A., Major D. A. Climate for opportunity: A conceptual model. *Human Resource Management Review*, 12, 2002, pp. 445-468.
105. Hellriegel, D., Slocum, J. W. Organizational Climate: Measure and Contingencies. *Academy of Management Journal*, Vol.17, 1978, pp. 255-280.
106. Holsapple C. W., Jones K. Exploring Primary Activities of the Knowledge Chain. *Knowledge and Process Management*, Vol. 11, No. 3, 2004, pp. 155-174.
107. Holsapple C. W., Singh M. The knowledge chain model: activities for competitiveness. *Expert Systems with Applications*, Vol. 20, 2001, pp. 77-98.
108. Huang X., Brown A. An analysis and classification of problems in small business. *International Small Business Journal*, Vol. 18, No. 1, 1999, pp. 73-86.
109. Hutchinson V., Quintas P. Do SMEs Do Knowledge Management? *International Small Business Journal*, Vol. 26 (2), 2008, pp. 131-154.

110. Lam C. F., Gurland S. T. Self-determined work motivation predicts job outcomes, but what predicts self-determined work motivation? *Journal of Research in Personality*, Vol. 42, 2008, pp. 1109-1115.
111. Latvijas Enciklopēdiskā vārdnīca, Nacionālais Apgāds, 2002. Pieejams: <http://www.letonika.lv/groups/default.aspx?r=1&q=mikroklimate&id=950686&g=1>, skatīts 12.02.2010.
112. „Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030. gadam”, Latvijas Republikas Saeima, 2010. gada jūnijs. Pieejams: http://www.nap.lv/upload/latvija2030_lv.pdf, skatīts 15.12.2010.
113. „Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014. – 2020. gadam”, Latvijas Republikas Saeimas, 2012.gada decembris. Rīga: Pārresoru koordinācijas centrs, 2012. 69. lpp. Pieejams: http://www.nap.lv/images/NAP2020%20dokumenti/20121220_NAP2020_Saeimā_apstiprināts.pdf, skatīts 27.12.2012.
114. „Latvijas Nacionālā reformu programma stratēģijas „ES2020” īstenošanai”, Rīga: Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija, 2011. 38 lpp. Pieejams: http://www.em.gov.lv/images/modules/items/LV_NRP_lat.pdf, skatīts 12.12.2012.
115. Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.949 Grozījumi Ministru kabineta 2009.gada 15.septembra noteikumos Nr.1065 Noteikumi par aizdevumiem sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai.
116. Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.348 Grozījumi Ministru kabineta 2001.gada 20.novembra noteikumos Nr.481 Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu.
117. Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr. 786 2009. gada 14. jūlijs. Grozījumi Ministru kabineta 2008.gada 10.marta noteikumos Nr.166 Noteikumi par aktīvo nodarbinātības pasākumu un preventīvo bezdarba samazināšanas pasākumu organizēšanas un finansēšanas kārtību un pasākumu īstenotāju izvēles principiem.
118. „Latvijas Stratēģiskās attīstības plāns 2010.-2013.gadam”, Latvijas Republikas Valsts kanceleja, Politikas plānošanas dokumentu datubāze. Pieejams: <http://polsis.mk.gov.lv/view.do?id=3338>, skatīts 13.05.2012.
119. Lenihan H. Enterprise policy evaluation: Is there a ‘new’ way of doing it. *Evaluation and Program Planning*, 34, 2011, pp. 323-332.
120. Lerner J. The future of public efforts to boost entrepreneurship and venture capital. *Small Business Economic*, 35, 2010, pp. 255-264.

121. Lietuvas Republikas Finanšu ministrija. Nodokļi. Pieejams: [www.finmin.lt/c/portal/layout?p_1_id= PUB.1.65](http://www.finmin.lt/c/portal/layout?p_1_id=PUB.1.65), skatīts 01.05.2011.
122. Li J., Merenda M., Venkatachalam A. R. Business Process Digitalization and New Product Development: An Empirical Study of Small and Medium-Sized Manufacturers. *International Journal of E-Business Research*, Vol. 5 (1), 2009, pp. 49-65.
123. Likumu terminu vārdnīca. R.: Biznesa komplekss, 1999. 255 lpp .
124. Lindsay C., McCracken M., McQuaid R. W. Unemployment duration and employability in remote rural labour market. *Journal of Rural Studies*, 2003, Issue 19, pp. 187-200.
125. Liu Y., Combs J. G., Ketchen D. J., Ireland D. R. The value of human resource management for organizational performance. *Business Horizons*, Vol. 50, 2007, pp. 503-511.
126. Lohrke F., T., Franklin G, M., Frownfelter-Lohrke C. The Internet as an Information Conduit. *International Small Business Journal*, Vol. 24 (2), 2006, pp. 159-178.
127. Lundberg C., Gudmundson A., Andersson T. D. Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism. *Tourism Management*, Vol. 30, 2009, pp. 890-899.
128. Luria G. Climate Strength - How form consensus, *The Leadership Quarterly*, Vol. 19, 2008, pp. 42-53.
129. Macdonald S., Assimakopoulos D., Anderson P. Education and Training for Innovation in SMEs: A Tale of Exploitation. *International Small Business Journal*, Vol. 25(1), 2007, pp. 77-95.
130. Macintosh E. W., Doherty A. The influence of organizational culture on job satisfaction and intention to leave. *Sport Management Review*, 13, 2010, pp. 106-117.
131. Macpherson A., Holt R. Knowledge, learning and small firm growth: A systematic review of the evidence. *Research Policy*, 36, 2007, pp. 172-192.
132. Mahal P. K. Organizational Culture and Organizational Climate as a Determinant of Motivation. *The IUP Journal of Management Research*, Vol.8, No.10, 2009, pp. 38-52.
133. Malchow-Moller N., Schjerning B., Sorensen A. Entrepreneurship, job creation and wage growth. *Small Business Economics*, 36, 2011, pp. 15-32.
134. Marcati A., Guido G., Peluso A. M. The Role of SME Entrepreneurs' Innovativeness and Personality in The Adoption of Innovations. *Research Policy*, 37, 2008, pp. 1579-1590.

135. „Mazās uzņēmējdarbības uzsākšana”, Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija.
Pieejams: <http://www.em.gov.lv>, skatīts 19.10.2010.
136. Mazo un vidējo uzņēmumu definīcija, Eiropas Komisijas 2004. gada 25. februāra regulas Nr.364/2004 I pielikums.
137. Mazie un vidējie uzņēmumi. Eiropas MVU pētījums. Eiropas Komisijas mājas lapa.
Pieejams: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-observatory/ind.html>, skatīts 02.02.2010.
138. McAdam R., Reid R. SME and large organisation perceptions of knowledge management: comparisons and contrasts. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 5, No 3, 2001, pp. 231-241.
139. McMahon R. Growth and Performance of Manufacturing SMEs: The Influence of Financial Management Characteristics. *International Small Business Journal*, 2001, pp. 10-19.
140. Mescon M. H., Albert M., Khedouri F. Management 3th ed., Harper & Row Publisher, 1988, 800 p.
141. Megginson L. C., Byrd M. J., Megginson W. L. Small Business Management 5th ed., McGraw-Hill Companies, 2006, 518 p.
142. Merrilees B., Rundle-Thiele S., Lye A. Marketing capabilities: Antecedents and implications for B2B SME performance. *Industrial Marketing Management*, 40, 2011, pp. 368-375.
143. Middleton K. L., Byus K. Information and communications technology adoption and use in small and medium businesses. The influence of Hispanic ethnicity. *Management Research Review*, Vol. 34 (1), 2011, pp. 98-110.
144. Mikrouzņēmumu nodokļa likums ("LV", 131 (4323), 19.08.2010.) [stājas spēkā 01.09.2010.]. Pieejams: <http://www.likumi.lv/doc.php?id=5490>, skatīts 01.02.2011.
145. Moisejava N. K., Aņiskins J. P., Mjuļbratdts G., Temičevs A. M., Molnars P., Ustojčivoje razvitie malovo biznesa: problemi i rešenija, Mn.: Vuz – Juņiti, 2004, 312 p.
146. Montequin V. R., Fernandez F. O., Cabal V. A., Gutierrez N. R. An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Information Science*, Vol. 32 (6), 2006, pp. 525-538.
147. Montes F. J. L., Morenco A. R., Fernandez L. M. M. Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation. *International Journal of Manpower*, Vol. 25. No. 2., 2004, pp. 167–180.

148. Moran E. T., Volkwein J. F. The Cultural Approach to the Formation of Organizational Climate. *Human Relations*, Vol.45, No.1, 1992, pp. 19-47.
149. Munoz-Bullon F., Cueto B. The sustainability of start-up firms among formerly wage-employed workers. *International Small Business Journal*, Vol. 29 (1), 2010, pp. 78-102.
150. Naldi L., Nordqvist M., Sjoberg K., Wiklund J. Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance. *Family Business Review*, Vol. 20 (1), 2007, pp. 33-53.
151. Nasution H. N., Mavondo F. T., Matanda M. J. Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, Vol. 40, 2011, pp. 336-345.
152. National Council for Graduate Entrepreneurship mājas lapa. Pieejams: <http://cts.vresp.com/c/?NCGE/62a74ca29a/58fa2c13ac/50f5259816>, skatīts 29.08.2010
153. Neergaard H., Ulhoi J. P., Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship, Edward Elgar, 2007, 499 p.
154. Neumark D., Wall B., Zhang J. Do small businesses create more jobs? New evidence from the national establishment time series, NBER working paper, No. 13818, National Bureau of Economic Research (NBER), Cambridge, 2008, 36 p.
155. Nichter S., Goldmark L. Small Firm Growth in Developing Countries. *World Development*, Vol. 37 (9), 2009, pp. 1453-1464.
156. Nodarbinātības valsts aģentūra. Pasākumi komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai. Nodarbinātības valsts aģentūras mājas lapā. Sadaļa Klientiem, Bezdarbniekiem, Pasākumi komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai. Pieejams: <http://www.nva.gov.lv/index.php?cid=3&mid=311#komerc>, skatīts 20.09.2012.
157. Nodarbinātības valsts aģentūra. Bezdarba statistika, 2009., 2010. gads, pieejams arī <http://www.nva.lv/index.php?cid=6&mid=272&txt=284&t=stat>, skatīts 05.01.2011.
158. „Noteikumi par aizdevumiem sīko (mikro), mazo un vidējo komersantu un lauksaimniecības pakalpojumu kooperatīvo sabiedrību attīstības veicināšanai", Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.1065 ("LV", 154 (4140), 29.09.2009.) [stājas spēkā 30.09.2009.].
159. Noordhoff F. Persistent Poverty in the Netherlands: A Sociological Study. Amsterdam, NLD: Amsterdam University Press, 2008. pp.156-157.
160. Norrman C., Bager-Sjogren L. Entrepreneurship policy to support new innovative ventures: Is it effective? *International Small Business Journal*, 2010, pp. 602-619.

161. Noteikumi par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2007.-2013.gadam, Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.564. ("LV", 108 (3476), 11.07.2006.) [stājas spēkā 12.07.2006.]
162. Noteikumi par otrā līmeņa profesionālās augstākās izglītības valsts standartu. MK noteikumi Nr.348, par grozījumiem Ministru kabineta 2001.gada 20.novembra noteikumos Nr.481, Rīgā 2007.gada 29.maijā.
163. Oosterbeek H., Praag M., Ijsselstein A. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, Vol. 54, 2010, pp. 442–454.
164. Pansiri J., Temtime Z. T. Assessing managerial skills in SMEs for capacity building. *Journal of Management Development*, Vol. 27, No.2, 2008, pp. 251-260.
165. Pasaules Bankas *Doing Business 2013* pētījums, 2012, 282p. Pieejams: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB13-full-report.pdf>, skatīts 09.12.2012.
166. Patton D., Marlow S., Hannon P. The Relationship between Training and Small Firm Performance; Research Frameworks and Lost Quests. *International Small Business Journal*, 2000, pp. 19-30.
167. "Par Latvijas mazo un vidējo komersantu mikrokreditēšanas programmu", Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.752 ("LV", 189 (3973), 04.12.2008.) [stājas spēkā 02.12.2008.] ar grozījumiem: 08.02.2010. MK rīkojums Nr.60 ("LV", 22 (4214), 09.02.2010.) [stājas spēkā ar 08.02.2010.].
168. "Par Latvijas Republikas statistiskajiem reģioniem un tajos ietilpstošajām administratīvajām vienībām", Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.271 ("LV", 69 (3017), 01.05.2004.) [stājas spēkā 28.04.2004.].
169. "Par Latvijas Stratēģiskās attīstības plānu 2010. -2013. gadam", Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.203 ("LV", 60 (4252), 15.04.2010.) [stājas spēkā 09.04.2010.].
170. "Par Mazo uzņēmumu Eiropas hartu", Latvijas Republikas Ministru kabineta rīkojums Nr.192 ("LV", 60 (2635), 19.04.2002.) [stājas spēkā 17.04.2002.].
171. „Pārskats par Latvijas augstāko izglītību 2011. gadā”, Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija. Pieejams: http://izm.izm.gov.lv/upload_file/Izglitiba/Augstaka_izglitiba/Statistika/2011/Parskats_2011_AI.pdf, skatīts 03.10.2012.
172. Perryer C., Jordan C. The Influence of Leader Behaviors on Organizational Commitment: A Study in the Australian Public Sector. *International Journal of Public Administration*, Vol. 28, No.5/6, 2005, pp. 379-396.

173. Platjoslu sakaru infrastruktūras attīstība lauku apvidos, Latvijas Republikas Satiksmes ministrijas informācija. Pieejams: [http://www.sam.gov.lv/satmin/content/?cat= 323](http://www.sam.gov.lv/satmin/content/?cat=323), skatīts 27.01.2012.
174. Porter M. E., On Competition, A Harvard Business Review Book, Edward Elgar Publishing, Inc. William Publishing House 2005, 608p.
175. Pimenova P., van der Vorst R. The role of support programmes and policies in improving SMEs environmental performance in developed and transition economies. *Journal of Cleaner Production*, 12, 2004, pp. 549-559.
176. Radas S., Božic L. The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy. *Technovation*, 29, 2009, pp. 438-450.
177. Remeikiene R., Startiene S. Does the Interaction between Entrepreneurship and Unemployment Exist? *Economics & Management*, 14, 2009, pp. 903-911.
178. Reņģe V. Organizāciju psiholoģija, R.: Kamene, 2003, 128 lpp.
179. Reynolds P. D. New Firm Creation in the United States. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol. 3 (1), 2007.
180. Ritsila J., Tervo H. Effects of Unemployment on New Firm Formation: Micro-Level Panel Data Evidence from Finland. *Small Business Economics*, 19, 2002, pp. 31-40.
181. Robson P. I. A., Obeng B. A. The barriers of growth in Ghana. *Small Business Economics*, Vol. 30 (4), 2008, pp. 385-403.
182. Rogg K. L., Schmidt D. B., Shull C., Schmitt N. Human resource practices, organizational climate, and customer satisfaction. *Journal of Management*, Vol. 27, 2001, pp. 431-449.
183. Romero I, Martinez-Roman J. A. Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behavior in small businesses. *Research Policy*, Vol. 41, 2012, pp. 178-189.
184. Rosenbusch N., Brinckmann J., Bausch A. Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26, 2011, 441-457.
185. Scarborough N., M., Zimmerer T., W. Effective Small Business Management 8th ed., Pearson/Prentice Hall, 2006, 832 p.
186. Schneider B., Brief A. P., Guzzo R. A. Creating a Climate and Culture for Sustainable Organizational Change, *Organization Change*, Vol.41, 1996, pp. 1-17.
187. Schneider B. Organizational Climates: An essay. *Personal Psychology*, Vol.28, 1975, pp. 447-479.

188. Schyns B., Veldhoven M., Wood S. Organizational climate, relative psychological climate and job satisfaction. The example of supportive leadership climate. *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 30(7), 2009, pp. 649-663.
189. Senge P. M. *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, Doubleday of Random House, 2006, 446 p.
190. Simpson M., Padmore J. Marketing in small and medium sized enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 12, No. 6, 2006, pp. 361-387.
191. Simpson M., Taylor N. The role and relevance of marketing in SMEs: towards a new model. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vo. 9, No. 4, 2002, pp. 370-382.
192. Sivo S.A., Saunders C., Chang Q., Jiang, J. J. How low should you go? Low response rates and the validity of inference in IS questionnaire research. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 7, Issue 6, 2006, pp. 351-414.
193. Sousa C. M. P., Bradley F., Effects of Export Assistance and Distributor Support on the Performance of SMEs. *International Small Business Journal*, Vol. 27 (6), 2009, pp. 681-701.
194. Stenkula M. Taxation and entrepreneurship in a welfare state, *Small Business Economics*, 2010, 21 p.
195. Stonehouse G., Snowdon B. Competitive Advantage Revisited: Michael Porter on Strategy and Competitiveness. *Journal of Management Inquiry*, Vol. 16 (3), 2007, pp. 256-273.
196. Suliman A. M., Abdulla M. H. Towards a high-performance workplace: managing corporate climate and conflict. *Management Decision*, Vol. 43(5), 2005, pp. 720-733.
197. Supyuenyong V., Islam N., Kulkarni U. Influence of SME characteristics on knowledge management processes. The case study of enterprise resource planning service providers. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 22 (1/2), 2009, pp. 63-80.
198. Swedbank pētījums „Latvijas eksporta uzņēmumu konkurētspējas pētījumā”, 2011. gada marts. Pieejams: www.swedbank.lv/news/030311.php, skatīts 29.04.2011.
199. Tabassi A. A., Ramli M., Bakar A. H. A. Effects of training and motivation practices on teamwork improvement and task efficiency: The case of construction firms. *International Journal of Project Management*, Vol. 30, 2012, pp. 213-224.

200. Terminu un svešvārdu skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: www.letonika.lv/groups/default.aspx?q=zin%c4%81%c5%a1anas&s=0&g=1&r=, skatīts 01.05.2012.
201. Tirupati D. Role of Technological Innovations for Competitiveness and Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 17 (2), 2008, pp. 103-115.
202. Therkelsen D. J., Fiebich C. L. The supervisor: The linchpin of employee relations. *Journal of Communication Management*, Vol. 8, No. 2, 2003, pp. 120-129.
203. Thurik A. R., Carree M. A., Stel A., Audretsch D. B. Does self-employment reduce unemployment?. *Journal of Business Venturing*, Vol. 23, 2008, p. 673-686.
204. Tocher N., Rutherford M. W. Perceived Acute Human Resource Management Problems in Small and Medium Firms: An Empirical Examination. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, pp. 455-479.
205. Todtling F., Kaufman A. The Role of the Region for Innovation Activities of SMEs. *European Urban and Regional Studies*, 2001, pp. 203-215.
206. Toyli J., Hakkinen L., Ojala L., Naula T. Logistics and financial performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 38, No. 1, 2008, pp. 57-80.
207. Tsai W., H., Kuo H., C. Entrepreneurship policy evaluation and decision analysis for SMEs. *Expert Systems with Applications*, Vol. 38, 2011, pp. 8343-8351.
208. Turner R., Ledwith A., Kelly J. Project management in small to medium-sized enterprises: Matching processes to the nature of the firm. *International Journal of Project Management*, Vol. 28, 2010, pp. 744-755.
209. Ulubasoglu M. A., Akdis M., Kok S. B. Internationalization and Alliance Formation: Evidence from Turkish SMEs. *International Small Business Journal*, Vol. 27 (3), 2009, pp. 337-361.
210. „Universitāšu ieguldījums Latvijas tautsaimniecībā”. Latvijas Universitāšu asociācija. Rīga: 2012. 140. lpp.
211. U.S. Small Business Administration, Small Business Act. Pieejams: <http://www.sba.gov/content/what-sbas-definition-small-business-concern>, skatīts 12.07.2011.
212. Uzņēmumu reģistra statistika. Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra mājas lapa. Sadaļa Statistika, Reģistru statistika. Pieejams: <http://www.ur.gov.lv/statistika.html?a=1091>, skatīts 10.05.2012.

213. Uzņēmumu skaits. Centrālās statistikas pārvaldes mājas lapa. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/dati/statistikas-datubazes-28270.html>, skatīts 19.12.2012.
214. Valkokari K., Helander N. Knowledge management in different types of strategic SME networks. *Management Research News*, Vol.30, No.8, 2007, pp. 597-608.
215. Van der Heijden B. The relationship between employee initiatives and occupational expertise throughout the career in small- and medium-sized enterprises in The Netherlands. *Career Development International*, 7/6, 2002, pp. 322-338.
216. Vorončuka I. Personāla vadība, Latvijas Universitāte, 2009, 400 lpp.
217. Wallace J., Hunt J., Richards C. The relationship between organisational culture, organisational climate and managerial values. *The International Journal of Public Sector Management*, Vol.12, No.7, 1999, pp. 548-564.
218. Wang Y., Costello P. An investigation into innovations in SMEs: Evidence from the West Midlands, UK. *Journal of Entrepreneurship*, 18, 1, 2009, pp. 65-93.
219. Wiley J. W., Brooks S. M. The High – Performance Organizational Climate. *Organizational Culture and Climate*, Sage Publications, 2000, pp. 177-191.
220. Wincent J., Ortqvist D., Eriksson J., Autio E., The more the merrier? The effect of group size on effectiveness in SME funding campaigns. *Strategic Organization*, Vol. 8 (1), 2010, pp. 43-68.
221. Winter S. J., Gaglio C., M., Rajagopalan H., K. The Value of Information Systems to Small and Medium – Sized Enterprises: Information and Communications Technologies as Signal and Symbol of Legitimacy and Competitiveness. *International Journal of E-Business Research*, Vol. 5 (1), 2009, pp. 65-92.
222. Wong K. Y., Aspinwall E. An empirical study of the important factors for knowledge-management adoption in the SME Sector. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 9, No 3, 2005, pp. 64-82.
223. Yokakul N., Zawdie G. The Role of Triple Helix for Promoting Social Capital, Industrial Technology and Innovation in the SME Sector in Thailand. *Science Technology Society*, 2009, pp. 93-117.
224. Yuan, C. K., Lee, C. Y. Exploration of a construct model linking leadership types, organization culture, employees performance and leadership performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol.25, 2011, pp. 123-136.
225. „Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību”, Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija, Rīga, 2010. gada jūnijs.

226. Zhang J., Liu Y. Organizational Climate and its Effects on Organizational Variables: An Empirical Study. *International Journal of Psychological Studies*, Vol. 2, No 2, 2010, pp. 189-201.
227. Zhang G., Macpherson A., Jones O. Conceptualizing the Learning Process in SMEs: Improving Innovation through External Orientation. *International Small Business Journal*, Vol. 24 (3), 2006, pp. 299-323.
228. Zulfqar A., Liaqat A., Nazir A., Muhammad M. N., Ishfaq A. Perception of middle level managers regarding organizational work climate: An exploratory study of pharmaceutical industry in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 2, No.2, 2010, pp. 361-378.

Pielikumi

Veiksmīga mazā uzņēmuma vadītāja raksturojums	198
Mazā uzņēmuma vadītāja svarīgākās darbības uzņēmuma vadīšanā.....	199
Mazā uzņēmuma vājas vadīšanas iemesli un biežāk pieļautās kļūdas	201
Reģistrēto un izslēgto uzņēmumu skaita izmaiņas Latvijas uzņēmumu reģistrā no 2002. līdz 2013. gadam	202
Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums mikro un mazo lielumu grupās un nozarēs 2010. un 2011. gados	203
Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums statistiskajos reģionos, mikro un mazo lielumu grupās un nozarēs 2011. gadā.....	204
Ekonomikas ministrijas atbildībā esošo ES fondu aktivitāšu īstenošanas progress 2007.-2013. gada plānošanas periodā uz 2011. gada 1. februāri	205
Bezdarbnieku un ilgstošo bezdarbnieku skaits un īpatsvars Latvijas reģionos 2010. gada 30. novembrī.....	206
Ilgstošo bezdarbnieku vēlme meklēt darbu pēc dalības pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”	207
Ilgstošo bezdarbnieku spējas strādāt patstāvīgu darbu pēc dalības pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”	207
Ilgstošo bezdarbnieku komunikācijas spēja pēc dalības pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”	207
Pašvaldību pārstāvju novērtējuma sadalījuma par Pasākumā iesaistīto bezdarbnieku spēju iekārtoties algotā darbā galvenie statistiskie raksturotāji	208
Pašvaldību pārstāvju novērtējuma sadalījuma par Pasākuma ietekmi uz bezdarbnieku sagatavotību strādāt patstāvīgi algotu darbu galvenie statistiskie raksturotāji	208
Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī LLU studiju programmās pēc novirziena Inženierzinātnes, 2009. gadā	209
Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī LLU studiju programmās pēc novirziena Lauksaimniecība, 2009. gadā	209
Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī studiju programmās pēc novirziena Sociālās zinātnes, 2009. gadā	210
Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī studiju programmās pēc novirziena Veselība un veselības aizsardzība, 2009. gadā.....	210
Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu sadalījums.....	211
Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā, pieredzes uzņēmuma vadīšanā, pieredzes darbinieku vadīšanā, pieredzes strādājot nozarē, pieredzes strādājot ar valsts iestādēm nozīmīguma vērtējumu statistiskie rādītāji	211
Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude atkarībā no nozares	212
Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude Latvijas statistiskajos reģionos	213

Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude	214
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu sadalījums	215
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita.....	215
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību atkarībā no nozares būtiskuma pārbaude	216
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumu sadalījums.....	217
Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude	217
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumu atšķirību atkarībā no nozares būtiskuma pārbaude	218
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes nozarē nozīmīguma vērtējumu sadalījums	219
Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu pieredzes nozarē nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude.....	219
Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes strādājot ar valsts iestādēm nozīmīguma vērtējumu sadalījums.....	220
Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu sadalījums	220
Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, kvalificēta darbaspēka, motivācijas, komunikācijas nozīmīguma vērtējumu statistiskie rādītāji	221
Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude.....	222
Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs būtiskuma pārbaude.....	223
Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude.....	224
Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu sadalījums	224
Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs būtiskuma pārbaude.....	225
Sakarības ciešums starp mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma un motivācijas nozīmīguma vērtējumiem.....	226
Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu sadalījums	226
Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude.....	227
Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs būtiskuma pārbaude	228
Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita	229
Sakarības ciešums starp mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma un motivācijas nozīmīguma vērtējumiem.....	229
Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu sadalījums	230

Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude.....	231
Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs būtiskuma pārbaude	232
Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu komunikācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude.....	233
Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu aritmētiskās vidējās vērtības nozaru griezumā.....	234
Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu sadalījums	234
Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu statistiskie rādītāji	235
Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu sadalījums.....	235
Mazo uzņēmumu vadītāju interneta izmantošanas aktivitātes vērtējums	236
Sakarības ciešums starp mazo uzņēmumu inovatīvās darbības, apmācību nozīmīguma, motivācijas nozīmīguma, komunikācijas nozīmīguma un kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumiem	237
Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude	238
Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita	239
Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību nozarēs būtiskuma pārbaude	240
Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude.....	241
Mazo uzņēmumu vadītāju administratīvo procedūru, ārējās vides stabilitātes, finanšu resursu pieejamības, nodokļu politikas nozīmīguma vērtējumi.....	241
Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējuma sadalījums iespējai dibināt SIA ar 1 latu pamatkapitālu	242
Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi valdības apstiprinātiem atbalsta pasākumiem	242
Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu sadalījums <i>Mikrouzņēmuma nodokļa likuma</i> nozīmīgumam .	243
Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu statistiskie rādītāji Biznesa un inovācijas inkubatoru, Tehnoloģiju parku sniegtā atbalsta un sadarbības ar pētniecības centriem nozīmīgumam.....	243
ES fondu līdzfinansēto atbalsta programmu vērtējumu statistiskie rādītāji.....	244
Mazo uzņēmumu vadītāju informācijas pieejamības par valsts atbalsta pasākumiem vērtējumu sadalījums.....	245
Mazo uzņēmumu vadītāju informācijas pieejamības par valsts atbalsta pasākumiem vērtējumu statistiskie rādītāji.....	246
Mazo uzņēmumu vadītāju projektu sagatavošanas prasību ES fondu līdzekļu saņemšanai vērtējumu sadalījums.....	246
Mazo uzņēmumu vadītāju prasību projektu sagatavošanai ES fondu līdzekļu saņemšanai vērtējumu statistiskie rādītāji	247

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, kvalificēta darbaspēka, komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu un inovatīvās darbības vērtējumu sakarības.....	248
Mazo uzņēmumu inovatīvās darbības faktiskā vērtējuma un teorētiskā vērtējuma novirzes un vadītāju apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu sakarības	249
Komplekso faktoru īpašvērtības	250
Faktora ārējā vide ietekme uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita nozīmīguma vērtējums	251
Faktora ārējās vides ietekmes vērtējuma uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita atkarības pārbaude	251
Faktora motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki ietekmes uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita nozīmīguma vērtējums	252
Faktora motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki ietekmes vērtējuma uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita atkarības tests	252
Faktora vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā ietekmes uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita nozīmīguma vērtējums.....	253
Faktora vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā ietekmes vērtējuma uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita atkarības tests	253
Salaspils novada 24 fokussgrupu viedokļu apkopojums par nodarbinātību un ekonomiskām aktivitātēm labklājībai nepieciešamo līdzekļu nodrošināšanai	254
Aptaujas anketa uzņēmējiem.....	255
Ekspertu aptaujas anketa	261
Pašvaldību pārstāvju aptaujas anketa	265

Veiksmīga mazā uzņēmuma vadītāja raksturojums

Personiskās īpašības	Zinātnisko pētījumu autori
Pārliecinātība par savu biznesu	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Grifins (<i>Griffin</i>) Kuels (<i>Kuehl</i>), Lembinga (<i>Lambing</i>)
Radošums	Grifins (<i>Griffin</i>)
Spēja ātri reaģēt uz izmaiņām	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Meskons (<i>Mescon</i>), Alberts (<i>Albert</i>), Kedours (<i>Khedouri</i>)
Gatavība uzņemties risku	Grifins (<i>Griffin</i>) Meskons (<i>Mescon</i>), Alberts (<i>Albert</i>), Kedours (<i>Khedouri</i>) Hartšorns (<i>Hartshorn</i>), Sears (<i>Sear</i>)
Spēja strādāt nenoteiktības un haosa apstākļos	Kuela (<i>Kuehl</i>), Lembinga (<i>Lambing</i>)
Spars	Grifins (<i>Griffin</i>)
Aizrautība	Grifins (<i>Griffin</i>)
Spēja smagi strādāt	Grifins (<i>Griffin</i>)
Ātru un konkrētu rezultātu gaidīšana	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>)
Personisko un ģimenes apstākļu motivācija	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>)
Vēlme būt neatkarīgam	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>)

Avots: autores apkopojums pamatojoties uz zinātniskās literatūras analīzi

Mazā uzņēmuma vadītāja svarīgākās darbības uzņēmuma vadīšanā

Nepieciešamās prasmes un darbības	Zinātnisko pētījumu autori
Cilvēku resursu prasmīga vadīšana	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Pensiri (<i>Pansiri</i>), Temtime (<i>Temtime</i>) Točers (<i>Tocher</i>), Rutherfords (<i>Rutherford</i>) Gilmans (<i>Gilman</i>), Edvards (<i>Edwards</i>) Heidena (<i>Heijden</i>) Makdonalds (<i>Mcdonald</i>), Asimakopouls (<i>Assimakopoulos</i>), Andersons (<i>Anderson</i>) Skarborous (<i>Scarborough</i>), Zimmerers (<i>Zimmerer</i>) Aršadi (<i>Arshadi</i>) Liu (<i>Liu</i>), Kombs (<i>Combs</i>), Kečens (<i>Ketchen</i>), Airelands (<i>Ireland</i>)
Cilvēku resursu attīstība	Pensiri (<i>Pansiri</i>), Temtime (<i>Temtime</i>) Grejs (<i>Gray</i>) Makdonalds (<i>Mcdonald</i>), Asimakopouls (<i>Assimakopoulos</i>), Andersons (<i>Anderson</i>) Hansens (<i>Hansen</i>), Hamiltons (<i>Hamilton</i>) Makpersons (<i>Macpherson</i>), Holts (<i>Holt</i>) Košs (<i>Cosh</i>), Dankans (<i>Duncan</i>), Hjūzs (<i>Hughes</i>) Patons (<i>Patton</i>), Mārlovs (<i>Marlow</i>), Hanons (<i>Hannon</i>) Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Zangs (<i>Zhang</i>), Makpersons (<i>Macpherson</i>), Džonss (<i>Jones</i>)
Motivācija	Skarborous (<i>Scarborough</i>), Zimmerers (<i>Zimmerer</i>) Tabasi (<i>Tabassi</i>), Ramli (<i>Ramli</i>), Beikars (<i>Bakar</i>) Lundbergs (<i>Lundberg</i>), Gudmundsons (<i>Gudmundson</i>), Andersons (<i>Andersson</i>) Aršadi (<i>Arshadi</i>) Lams (<i>Lam</i>), Gurlands (<i>Gurland</i>) Liu (<i>Liu</i>), Kombs (<i>Combs</i>), Kečens (<i>Ketchen</i>), Airelands (<i>Ireland</i>)
Komunikācija	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Kupritzs (<i>Kupritz</i>) un Kovells (<i>Cowell</i>) Sulimans (<i>Suliman</i>), Abdula (<i>Abdulla</i>) Therkelsens (<i>Therkelsen</i>), Fiebiča (<i>Fiebich</i>)
Komandas veidošana	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>)
Plānošana	Makmahons (<i>Mcmahon</i>) Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Grejs (<i>Gray</i>) Alpkans (<i>Alpkan</i>), Jilmazs (<i>Yilmaz</i>), Kajs (<i>Kay</i>)
Pienākumu un uzdevumu deleģēšana	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Dženingsa (<i>Jennings</i>), Bīvera (<i>Beaver</i>) Aršadi (<i>Arshadi</i>)
Kontrole	Grifins (<i>Griffin</i>),
Finanšu vadība	Makmahons (<i>Mcmahon</i>) Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>)

1.2. pielikums (turpinājums)

Nepieciešamās prasmes un darbības	Zinātnisko pētījumu autori
Mārketinga	Simpsons (<i>Simpson</i>), Padmore (<i>Padmore</i>) Huangs (<i>Huang</i>), Brauns (<i>Brown</i>) Merriles (<i>Merrilees</i>), Rundls-Tiels (<i>Rundle-Thiele</i>), Lis (<i>Lye</i>) Radass (<i>Radas</i>), Božics (<i>Božic</i>) Holmlunds (<i>Holmlund</i>), Koks (<i>Kock</i>), Vanjushjuns (<i>Vanyushyn</i>)
Informācijas iegūšana un savlaicīga izmantošana	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>)
Efektīva valdības atbalsta izmantošana	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>)
Inovāciju ieviešana	Grifins (<i>Griffin</i>); Hartšorns (<i>Hartshorn</i>), Sears (<i>Sear</i>) Hansens (<i>Hansen</i>), Hamiltons (<i>Hamilton</i>) Rosenbušs (<i>Rosenbusch</i>), Brinkmans (<i>Brinckmann</i>), Baušs (<i>Bausch</i>) Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Vangs (<i>Wang</i>), Kostello (<i>Costello</i>) Keizers (<i>Keizer</i>), Dijkstras (<i>Dijkstra</i>), Halmans (<i>Halman</i>)
Riska uzņemšanās	Naldes (<i>Naldi</i>), Nordkvists (<i>Nordqvist</i>), Sjobergs (<i>Sjoberg</i>), Viklunds (<i>Wiklund</i>) Banfields (<i>Banfield</i>), Džennings (<i>Jennings</i>), Bīvers (<i>Beaver</i>)
Zināšanu vadība	Hačinsons (<i>Hutchinson</i>), Kvintass (<i>Quintas</i>) Supjenjongs (<i>Supyuenyong</i>), Izlāms (<i>Islam</i>), Kulkarni (<i>Kulkarni</i>)
Uzņēmuma klimata veidošana	Džings (<i>Jing</i>), Averijs (<i>Avery</i>), Bergsteiners (<i>Bergsteiner</i>)
Uzņēmuma kultūras veidošana	Supjenjongs (<i>Supyuenyong</i>), Izlāms (<i>Islam</i>), Kulkarni (<i>Kulkarni</i>) Alpkans (<i>Alpkan</i>), Jilmazs (<i>Yilmaz</i>), Kajs (<i>Kay</i>)

Avots: autores apkopojums pamatojoties uz zinātniskās literatūras analīzi

Mazā uzņēmuma vājas vadīšanas iemesli un biežāk pieļautās kļūdas

Iemesli uzņēmuma vājai vadīšanai un kļūdas uzņēmuma vadīšanā	Zinātnisko pētījumu autori
Vājas zināšanas uzņēmuma vadīšanā	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Grifins (<i>Griffin</i>)
Vājas zināšanas par cilvēku resursu vadīšanu	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Makdonalds (<i>Mcdonald</i>), Asimakopouls (<i>Assimakopoulos</i>), Andersons (<i>Anderson</i>) Zangs (<i>Zhang</i>), Makpersons (<i>Macpherson</i>), Džonss (<i>Jones</i>) Grejs (<i>Gray</i>)
Darbinieku motivācijas neveikšana	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Tabasi (<i>Tabassi</i>), Ramli (<i>Ramli</i>), Beikars (<i>Bakar</i>)
Vāja komunikācija	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>)
Uzdevumu nedelegēšana darbiniekiem	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Gilmans (<i>Gilman</i>) un Edvards (<i>Edwards</i>) Dženingss (<i>Jennings</i>), Bivers (<i>Beaver</i>)
Plānošanas neveikšana	Grejs (<i>Gray</i>)
Vājas zināšanas par finanšu vadīšanu	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>)
Vājš mārketings	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Huangs (<i>Huang</i>), Brauns (<i>Brown</i>) Merriles (<i>Merrilees</i>), Rundls-Tiels (<i>Rundle-Thiele</i>), Lis (<i>Lye</i>)
Pieņemtie lēmumi pamatojas uz nojausmu vai intuīciju	L. Meginsons (<i>Megginson</i>), M. Birda (<i>Byrd</i>), V. Meginsons (<i>Megginson</i>) Grifins (<i>Griffin</i>)
Nevērīga izturēšanās pret biznesu	Grifins (<i>Griffin</i>)
Kontroles neveikšana	Grifins (<i>Griffin</i>)
Nepietiekams kapitāls	Grifins (<i>Griffin</i>)
Netiek domāts par uzņēmuma attīstību	Fulers-Lavs (<i>Fuller-Love</i>) Grejs (<i>Gray</i>)

Avots: autore apkopojums pamatojoties uz zinātniskās literatūras analīzi

**Reģistrēto un izslēgto uzņēmumu skaita izmaiņas Latvijas uzņēmumu reģistrā no 2002.
līdz 2013. gadam**

Gads	Reģistrēti	Izslēgti
2002	7077	3211
2003	8473	2984
2004	11026	4842
2005	12051	8670
2006	14724	3355
2007	15530	13746
2008	12733	5335
2009	10964	5827
2010	15369	8939
2011	19942	4041
2012	18574	4443
2013	3358	811

Avots: Latvijas Republikas Uzņēmuma reģistra mājas lapa. Sadaļa Statistika, Reģistru statistika / Internets - <http://www.ur.gov.lv/statistika.html?a=1091>, skatīts 10.02.2013.)

Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums mikro un mazo lielumu grupās un nozarēs 2010. un 2011. gados

Nozares (Nace 2.red.)	2010				2011			
	Mikro		Mazie		Mikro		Mazie	
	Skaitis	Īpatsvars (%)	Skaitis	Īpatsvars (%)	Skaitis	Īpatsvars (%)	Skaitis	Īpatsvars (%)
(A) Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	30264	24,42	470	4,83	30148	23,37	531	5,25
(B) Ieguves rūpniecība un karjeru izstrāde	153	0,12	48	0,49	149	0,12	51	0,50
(C) Apstrādes rūpniecība	5996	4,84	1405	14,44	6499	5,04	1435	14,19
(D) Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	249	0,20	97	1,00	269	0,21	106	1,05
(E) Ūdens apgāde; notekūdeņu, atkritumu apsaimniekošana un sanācija	212	0,17	66	0,68	233	0,18	65	0,64
(F) Būvniecība	5694	4,59	1083	11,13	5930	4,60	1179	11,65
(G) Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	22062	17,80	2636	27,09	22395	17,36	2713	26,82
(H) Transports un uzglabāšana	4686	3,78	791	8,13	4892	3,79	859	8,49
(I) Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	2634	2,13	497	5,11	2677	2,07	520	5,14
(J) Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	2955	2,38	258	2,65	3682	2,85	244	2,41
(K) Finanšu un apdrošināšanas darbības	1537	1,24	164	1,69	1456	1,13	155	1,53
(L) Operācijas ar nekustamo īpašumu	10814	8,73	777	7,98	10915	8,46	789	7,80
(M) Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	11627	9,38	462	4,75	13364	10,36	456	4,51
(N) Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība	3407	2,75	347	3,57	4135	3,20	367	3,63
(O) Valsts pārvalde un aizsardzība; obligātā sociālā apdrošināšana	1	0,00	2	0,02	2	0,00	3	0,03
(P) Izglītība	1661	1,34	124	1,27	1971	1,53	122	1,21
(Q) Veselība un sociālā aprūpe	4069	3,28	213	2,19	4098	3,18	221	2,18
(R) Māksla, izklaide un atpūta	1684	1,36	81	0,83	1912	1,48	90	0,89
(S) Citi pakalpojumi	12569	10,14	211	2,17	12565	9,74	208	2,06
(T) Mājsaimniecību kā darba devēju darbība; pašpatēriņa preču ražošana un pakalpojumu sniegšana individuālajās mājsaimniecībās	-	-	-	-	17	0,01	-	-
Nav noteikts	1650	1,33	-	-	1713	1,33	2	0,02
Pavisam	123924	100	9732	100,0	129022	100,00	10116	100,00

Avots: autores aprēķini pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes datiem. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>, (skatīts 20.12.2012.)

**Ekonomiski aktīvo tirgus sektora statistisko vienību sadalījums statistiskajos reģionos,
mikro un mazo lielumu grupās un nozarēs 2011. gadā**

	Rīgas reģions	Pierīgas reģions	Vidzemes reģions	Kurzemes reģions	Zemgales reģions	Latgales reģions
(A) Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	638	3935	6496	6222	5568	7820
(B) Ieguves rūpniecība un karjeru izstrāde	34	50	29	29	30	28
(C) Apstrādes rūpniecība	3057	1541	771	1019	715	831
(D) Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	101	58	68	70	40	38
(E) Ūdens apgāde; notekūdeņu, atkritumu apsaimniekošana un sanācija	115	76	18	36	28	25
(F) Būvniecība	3403	1329	584	797	565	431
(G) Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	12794	3476	1660	2293	1983	2902
(H) Transports un uzglabāšana	2613	999	414	663	548	514
(I) Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	1452	573	304	363	249	256
(J) Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	2639	607	144	180	176	180
(K) Finanšu un apdrošināšanas darbības	916	226	101	150	83	135
(L) Operācijas ar nekustamo īpašumu	6811	1841	672	976	634	770
(M) Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	8133	2325	809	1002	857	694
(N) Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība	2453	937	221	418	248	225
(O) Valsts pārvalde un aizsardzība; obligātā sociālā apdrošināšana	3	2	-	-	-	-
(P) Izglītība	847	385	149	298	207	207
(Q) Veselība un sociālā aprūpe	1611	762	401	587	456	502
(R) Māksla, izklaide un atpūta	866	462	188	227	135	124
(S) Citi pakalpojumi	4676	2058	1494	1508	1446	1591
(T) Mājsaimniecību kā darba devēju darbība; pašpatēriņa preču ražošana un pakalpojumu sniegšana individuālajās mājsaimniecībās	6	6	-	3	1	1
Nav noteikts	774	222	129	203	154	233
Pavisam	53942	21870	14652	17044	14123	17507

Avots: autores aprēķini pēc Centrālās statistikas pārvaldes datu bāzes datiem. Sadaļa Datubāzes, Statistikas uzņēmumu reģistrs, Uzņēmumu skaits. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/Dialog/Saveshow.asp>, (skatīts 19.12.2012.)

**Ekonomikas ministrijas atbildībā esošo ES fondu aktivitāšu īstenošanas progress 2007.-
2013. gada plānošanas periodā uz 2011. gada 1. februāri**

Nosaukums	Pieejamais publiskais finansējums, LVL	Apstiprināto projektu iesniegumu (nav noslēgti līgumi) skaits	Noslēgto līgumu skaits	Uzņemtās saistības, % no kopējā publiskā finansējuma	Finansējuma saņēmējiem izmaksātais publiskais finansējums, % no kopējā publiskā finansējuma
„Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai – atbalsts partnerībās organizētām apmācībām”	17 017 519,65	1	17	100%	8%
„Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai – atbalsts komersantu individuāli organizētām apmācībām”	17 740 019,73		11	14%	11%
„Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai”	14 315 238,97	554	260	43,45%	15%
„Augstas kvalifikācijas darbinieku piesaiste”	191 258,97		1	56%	49%
„Kompetences centri”	36 320 910,72	5		90%	
„Tehnoloģiju pārneses kontaktpunkti”	2 122 468,08	0	8	76,75%	26%
„Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde”	8 299 659,82	0	72	77,51%	30%
„Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde – atbalsts jaunu produktu un tehnoloģiju ieviešanai ražošanā”	44 687 749,46	0	28	25,1%	7%
„Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde – atbalsts rūpnieciskā īpašuma tiesību nostiprināšanai”	849 999,97	0	14	19,15%	1%
„Augstas pievienotās vērtības investīcijas”	71 751 266,86	0	31	100%	29%
Konkurētspējas garantijas	40 544 546,85	775	473	378,81%	2,03%
Eksporta garantijas	20 000 000,00	77	58	33,55%	

Avots: Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. Pieejams: <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30252> (skatīts 21.02.2011.)

2.4. pielikums (turpinājums)

Nosaukums	Pieejamais publiskais finansējums, LVL	Apstiprināto projektu iesniegumu (nav noslēgti līgumi) skaits	Noslēgto līgumu skaits	Uzņemtās saistības, % no kopējā publiskā finansējuma	Finansējuma saņēmējiem izmaksātais publiskais finansējums, % no kopējā publiskā finansējuma
„Aizdevumi komersantu konkurētspējas uzlabošanai”	45 449 242,52	17	34	120,43%	35%
„Uzņēmējdarbības aktivitātes un konkurētspējas celšana”	54 433 653,40	57	284	79%	16%
„Uzņēmējdarbības atbalsta aktivitātes”	16 714 265,34	57	164	41%	9%
„Ārējo tirgu apgūšana – ārējais mārketing”	14 696 804,61	57	162	26,49%	9%
„Pasākumi motivācijas celšanai inovācijām un uzņēmējdarbības uzsākšanai”	2 017 460,73	0	2	148,70%	13%
„Uzņēmējdarbības infrastruktūra un aprīkojuma uzlabojumi”	37 719 388,06		120	95%	18%
„Biznesa inkubatori”	20 208 601,22		1	100,00%	16%
„Atbalsts ieguldījumiem mikro, maziem un vidējiem komersantiem īpaši atbalstāmajās teritorijās”	17 510 786,85		119	90,15%	21%

Avots: Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. Pieejams: <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=30252> (skatīts 21.02.2011.)

2.5. pielikums

**Bezdarbnieku un ilgstošo bezdarbnieku skaits un īpatsvars
Latvijas reģionos 2010. g. 30. novembrī**

Reģions	Bezdarbnieku skaits	Bezdarbnieku īpatsvars (%)	Ilgstošo bezdarbnieku skaits	Ilgstošo bezdarbnieku īpatsvars no bezdarbnieku skaita reģionā (%)
Rīgas	63129	39,0	20387	32,3
Vidzemes	17596	10,9	6432	36,6
Kurzemes	22270	13,8	8018	36,0
Zemgales	19405	12,0	6713	34,6
Latgales	39416	24,4	17740	45,0
Kopā	161816	100,0	59290	36,6

Avots: autores aprēķini, pamatojoties uz NVA datiem

Ilgstošo bezdarbnieku vēlme meklēt darbu pēc dalības pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”

	Pasākuma dalībnieku skaits	Īpatsvars (%)
Pēc dalības Pasākumā ir daudz mazāka vēlēšanās meklēt darbu	33	3,0
Pēc dalības Pasākumā ir mazāka vēlēšanās meklēt darbu	23	2,1
Pēc dalības Pasākumā nekādu izmaiņu salīdzinājumā ar iepriekšējo situāciju meklēt darbu	482	43,4
Pēc dalības Pasākumā ir lielāka vēlēšanās meklēt darbu	462	41,6
Pēc dalības Pasākumā ir daudz lielāka vēlēšanās meklēt darbu	110	9,9
Kopā	1110	100,0

Avots: autores aprēķini, izmantojot Latvijas mājsaimniecību aptauju 2010. gada novembrī - 2011. gada martā (aptaujāto mājsaimniecību skaits $n = 3065$, no tām kāds no mājsaimniecības piedalās Pasākumā, $n_1 = 1128$)

Ilgstošo bezdarbnieku spējas strādāt pastāvīgu darbu pēc dalības pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”

	Pasākuma dalībnieku skaits	Īpatsvars (%)
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir daudz lielākas spējas kā iepriekš strādāt pastāvīgu darbu	77	7,0
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir lielākas spējas kā iepriekš strādāt pastāvīgu darbu	218	19,8
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka nav izmaiņu spējās kā iepriekš strādāt pastāvīgu darbu	791	71,8
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir mazākas spējas kā iepriekš strādāt pastāvīgu darbu	12	1,1
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir daudz mazākas spējas kā iepriekš strādāt pastāvīgu darbu	4	0,4
Kopā	1102	100,0

Avots: autores aprēķini, izmantojot Latvijas mājsaimniecību aptauju 2010. gada novembrī - 2011. gada martā (aptaujāto mājsaimniecību skaits $n = 3065$, no tām kāds no mājsaimniecības piedalās Pasākumā, $n_1 = 1128$)

Ilgstošo bezdarbnieku komunikācijas spēja pēc dalības pasākumā „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”

	Pasākuma dalībnieku skaits	Īpatsvars (%)
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir daudz lielākas komunikācijas spējas kā iepriekš	77	7,0
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir lielākas komunikācijas spējas kā iepriekš	272	24,6
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka nav izmaiņu komunikācijas spējās	742	67,1
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir mazākas komunikācijas spējas kā iepriekš	12	1,1
Pēc dalības Pasākumā ir sajūta, ka ir daudz mazākas komunikācijas spējas kā iepriekš	3	0,3
Kopā	1106	100,0

Avots: autores aprēķini, izmantojot Latvijas mājsaimniecību aptauju 2010. gada novembrī - 2011. gada martā (aptaujāto mājsaimniecību skaits $n = 3065$, no tām kāds no mājsaimniecības piedalās Pasākumā, $n_1 = 1128$)

Pašvaldību pārstāvju novērtējuma sadalījuma par Pasākumā iesaistīto bezdarbnieku spēju iekārtoties algotā darbā galvenie statistiskie raksturotāji

Pašvaldību skaits	115
Aritmētiskais vidējais	4,50
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,174
Mediāna	5,00
Moda	5
Vidējā kvadrātiskā novirze	1,861
Variācijas apjoms	9
Minimums	1
Maksimums	10

*Avots: Pašvaldību pārstāvju aptauja 2010. gada novembrī (n= 116);
Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 1 – nespēj; 10 – ļoti labi spēj*

Pašvaldību pārstāvju novērtējuma sadalījuma par Pasākuma ietekmi uz bezdarbnieku sagatavotību strādāt patstāvīgi algotu darbu galvenie statistiskie raksturotāji

Pašvaldību skaits	111
Aritmētiskais vidējais	5,149
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,1740
Mediāna	5,000
Moda	6,0
Vidējā kvadrātiskā novirze	1,8335
Variācijas apjoms	8,0
Minimums	1,0
Maksimums	9,0

*Avots: Pašvaldību pārstāvju aptauja 2010. gada novembrī (n= 116);
Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 1 – nespēj; 10 – ļoti labi spēj*

**Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī LLU studiju programmās pēc novirziena
Inženierzinātnes, 2009. gadā**

Programma	Kredītpunktu skaits
Ainavu arhitektūra un plānošana	4,0
Būvniecība	7,5
Datorvadība un datorzinātne	22,0
Kokapstrāde	14,0
Kokapstrādes tehnoloģija	16,5
Lauksaimniecības enerģētika	9,5
Lauksaimniecības inženierzinātne	4,0
Mašīnu projektēšana un ražošana	9,5
Mežinženieris	14,5
Pārtikas produktu tehnoloģija	6,5
Pārtikas zinības	5,0
Programmēšana	3,0
Vide un ūdenssaimniecība	5,5
Zemes ierīcība	19,0

Avots: autores aprēķini pēc studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumiem

**Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī LLU studiju programmās pēc novirziena
Lauksaimniecība, 2009. Gadā**

Programma	Kredītpunktu summa
Lauksaimniecība	15,0
Mežsaimniecība	7,0
Mežzinātne	9,5
Veterinārmedicīna	10,5

Avots: autores aprēķini pēc studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumiem

**Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī studiju programmās pēc novirziena
Sociālās zinātnes, 2009. gadā**

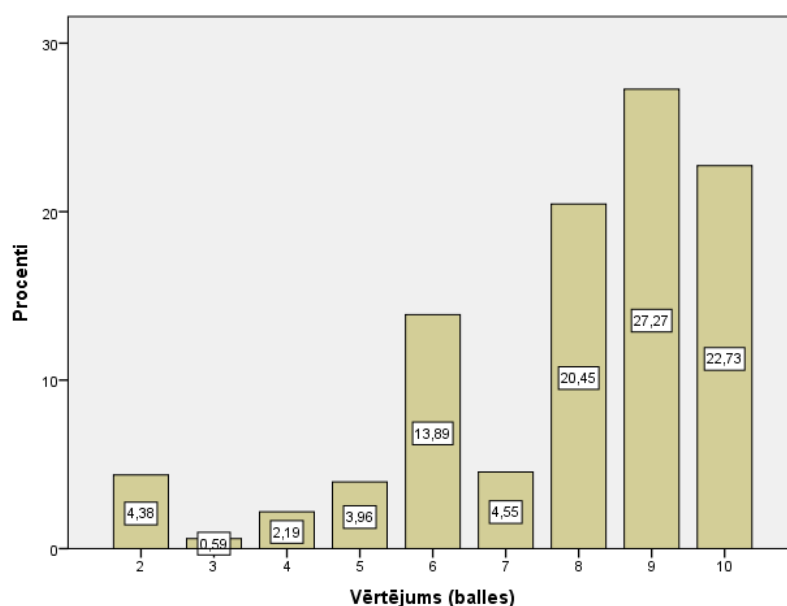
Augst- skola	Programma	Kredītpunktu summa
DU	Psiholoģija	
	Socioloģija	12,0
	Tiesību zinātne	5,0
LLU	Darba aizsardzība un drošība	4,5
	Organizāciju un sabiedrības pārvaldes socioloģija	16,0
LU	Komunikācijas zinātne	8,0
	Politikas zinātne	12,0
	Psihologa asistents	
	Psiholoģija	2,0
	Psiholoģija	
	Socioloģija	8,0
	Tiesību zinātnes	2,0

Avots: Autores aprēķini pēc studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumiem

**Kredītpunktu skaits uzņēmējdarbības modulī studiju programmās pēc novirziena
Veselība un veselības aizsardzība, 2009. gadā**

Programma	Kredītpunktu summa
Ārstniecība	
Farmācija	
Fizioterapija	2,0
Māšzinības	2,0
Medicīna	
Pārtikas higiēna	5,5
Sociālais darbs	4,0
Sociālais darbs	

Avots: Autores aprēķini pēc studiju programmu pašnovērtējuma ziņojumiem



Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

3.2. pielikums

Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā, pieredzes uzņēmuma vadīšanā, pieredzes darbinieku vadīšanā, pieredzes strādājot nozarē, pieredzes strādājot ar valsts iestādēm nozīmīguma vērtējumu statistiskie rādītāji

Statistiskie rādītāji	Statistisko rādītāju vērtības				
	Izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumam	Pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumam	Pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumam	Pieredzes nozarē nozīmīguma vērtējumam	Pieredzes strādājot ar valsts iestādēm nozīmīguma vērtējumam
Aptaujāto vadītāju skaits	1188	1188	1188	1188	1188
Aritmētiskais vidējais	7,91	8,96	7,91	8,48	7,10
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,06	0,042	0,053	0,055	0,071
Mediāna	8,5	9,5	9,00	9,00	8,00
Moda	9	10	9	9	9
Vidējā kvadrātiskā novirze	2,051	1,445	2,039	1,893	2,440
Variācijas apjoms	8	6	8	8	9
Minimums	2	4	2	2	1
Maksimums	10	10	10	10	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

**Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību
būtiskuma pārbaude atkarībā no nozares**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	695,998	10	69,600	18,896	0,000
Intragrupu	4136,359	1123	3,683		
Kopā	4832,357	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Būvniecība	Transports un uzglabāšana	-3,167	0,352	0,000	-4,37	-1,96
	Veselība un sociālā aprūpe	-2,667	0,372	0,000	-3,93	-1,40
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	-2,167	0,352	0,000	-3,37	-0,96
	Citi pakalpojumi	-2,467	0,360	0,000	-3,70	-1,24
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	-1,667	0,365	0,001	-2,91	-0,42
	Apstrādes rūpniecība	-1,939	0,364	0,000	-3,18	-0,70

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude Latvijas statistiskajos reģionos

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	141,964	5	28,393	6,836	0,000
Intragrupu	4685,250	1128	4,154		
Kopā	4827,214	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

Reģioni		Vidējās novirzes (I-J)	Standart-klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Rīgas	Vidzemes	,111	,161	1,000	-,36	,58
	Kurzemes	-,361	,209	,738	-,98	,26
	Zemgales	-,611*	,164	,003	-1,10	-,13
	Latgales	,222	,241	,999	-,49	,93
	Pierīgas	,639	,223	,066	-,02	1,30
Vidzemes	Rīgas	-,111	,161	1,000	-,58	,36
	Kurzemes	-,472	,199	,240	-1,06	,11
	Zemgales	-,722*	,151	,000	-1,17	-,28
	Latgales	,111	,232	1,000	-,57	,80
	Pierīgas	,528	,213	,191	-,10	1,16
Kurzemes	Rīgas	,361	,209	,738	-,26	,98
	Vidzemes	,472	,199	,240	-,11	1,06
	Zemgales	-,250	,202	,974	-,84	,34
	Latgales	,583	,268	,366	-,21	1,37
	Pierīgas	1,000*	,251	,001	,26	1,74
Zemgales	Rīgas	,611*	,164	,003	,13	1,10
	Vidzemes	,722*	,151	,000	,28	1,17
	Kurzemes	,250	,202	,974	-,34	,84
	Latgales	,833*	,234	,007	,14	1,52
	Pierīgas	1,250*	,215	,000	,61	1,89
Latgales	Rīgas	-,222	,241	,999	-,93	,49
	Vidzemes	-,111	,232	1,000	-,80	,57
	Kurzemes	-,583	,268	,366	-1,37	,21
	Zemgales	-,833*	,234	,007	-1,52	-,14
	Pierīgas	,417	,278	,886	-,40	1,24
Pierīgas	Rīgas	-,639	,223	,066	-1,30	,02
	Vidzemes	-,528	,213	,191	-1,16	,10
	Kurzemes	-1,000*	,251	,001	-1,74	-,26
	Zemgales	-1,250*	,215	,000	-1,89	-,61
	Latgales	-,417	,278	,886	-1,24	,40

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)

**Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu izglītības uzņēmējdarbībā
nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude**

Rangi

	Dzimums	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Izglītība uzņēmējdarbībā	vīrietis	756	516,39	390393,00
	sieviete	378	669,71	253152,00
	Kopā	1134*		

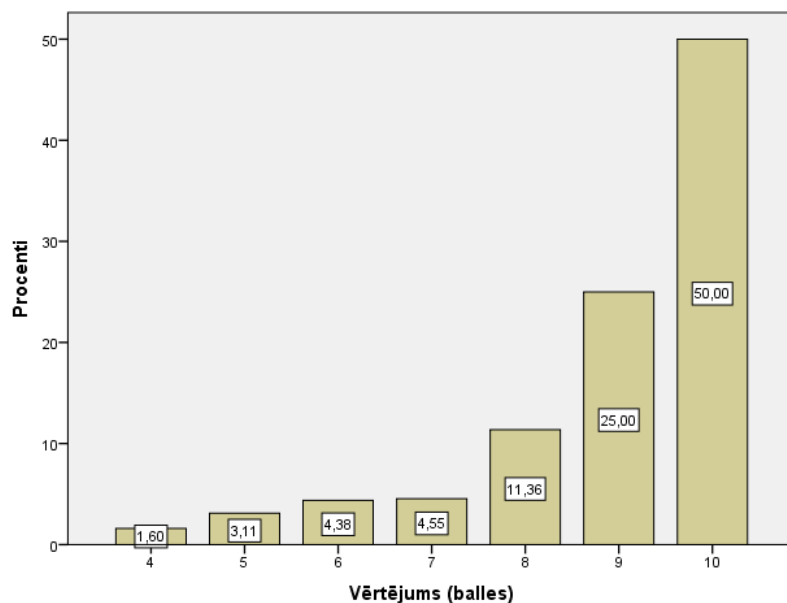
Testa rezultāti

	Izglītība uzņēmējdarbībā
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	104247,000
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	390393,000
Z	-7,608
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* Dzimumu un izglītības uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu norādījušo respondentu skaits



Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita

Rangi

	Nodarbināto skaits	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Pieredze uzņēmējdarbībā	1-9	864	566,23	489226,50
	10-49	324	669,88	217039,50
	Kopā	1188		

Testa rezultāti

	Pieredzes uzņēmējdarbībā
Man-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	115546,500
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	489226,500
Z	-5,007
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes uzņēmējdarbībā nozīmīguma vērtējumu atšķirību atkarībā no nozares būtiskuma pārbaude

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	341,591	10	34,159	25,352	,000
Intragrupu	1513,115	1123	1,347		
Kopā	1854,706	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

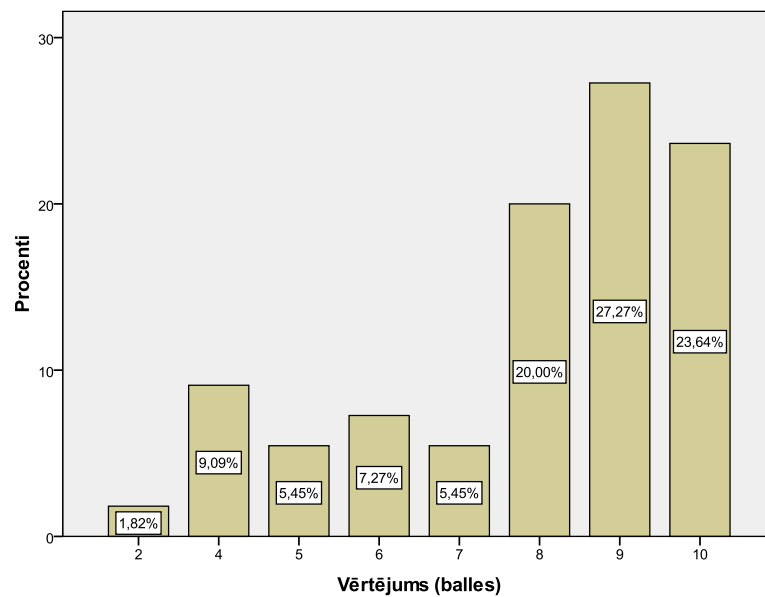
(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart-klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	Transports un uzglabāšana	-1,500*	,370	,007	-2,78	-,22
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	-1,500*	,363	,006	-2,76	-,24
	Veselība un sociālā aprūpe	-1,500*	,370	,007	-2,78	-,22
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	-2,000*	,350	,000	-3,22	-,78
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	-1,700*	,358	,001	-2,94	-,46
	Citi pakalpojumi	-1,500*	,369	,007	-2,77	-,23
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	-2,000*	,347	,000	-3,21	-,79
	Apstrādes rūpniecība	-1,682*	,347	,001	-2,90	-,47
	Būvniecība	-2,167*	,347	,000	-3,38	-,95
	Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	,056	,406	1,000	-1,33	1,44

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)*



Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude

Rangi

	Dzimums	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Pieredze darbinieku vadīšanā	vīrietis	756	543,88	411169,50
	sieviete	378	614,75	232375,50
	Kopā	1134		

Testa rezultāti

	Pieredze darbinieku vadīšanā
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	125023,500
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	411169,500
Z	-3,495
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* Dzimumu norādījušo respondentu skaits

**Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes darbinieku vadīšanā nozīmīguma vērtējumu
atšķirību atkarībā no nozares būtiskuma pārbaude**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	1419,475	10	141,948	43,283	,000
Intragrupu	3682,882	1123	3,280		
Kopā	5102,357	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

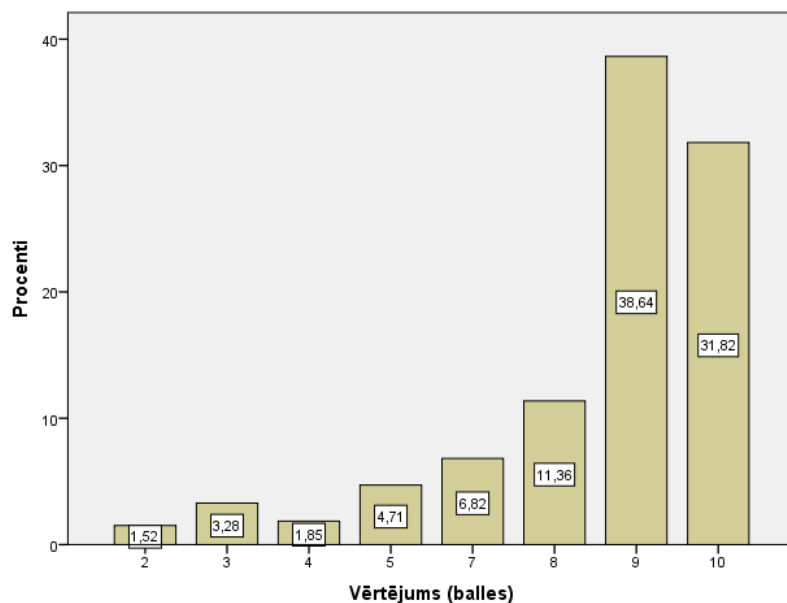
(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	Transports un uzglabāšana	-1,500*	,418	,038	-2,96	-,04
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	-1,500*	,168	,000	-2,07	-,93
	Veselība un sociālā aprūpe	-4,500*	,069	0,000	-4,74	-4,26
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	-,500	,554	1,000	-2,44	1,44
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	-1,700*	,181	0,000	-2,31	-1,09
	Citi pakalpojumi	-2,700*	,204	0,000	-3,39	-2,01
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	-3,500*	,097	0,000	-3,83	-3,17
	Apstrādes rūpniecība	-1,682*	,118	0,000	-2,08	-1,29
	Būvniecība	-3,833*	,087	0,000	-4,13	-3,54
	Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	-3,500*	,069	0,000	-3,74	-3,26

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)*



Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes nozarē nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu pieredzes nozarē nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude

Rangi

	Dzimums	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Pieredze nozarē	vīrietis	756	532,79	402786,00
	sieviete	378	636,93	240759,00
	Kopā	1134		

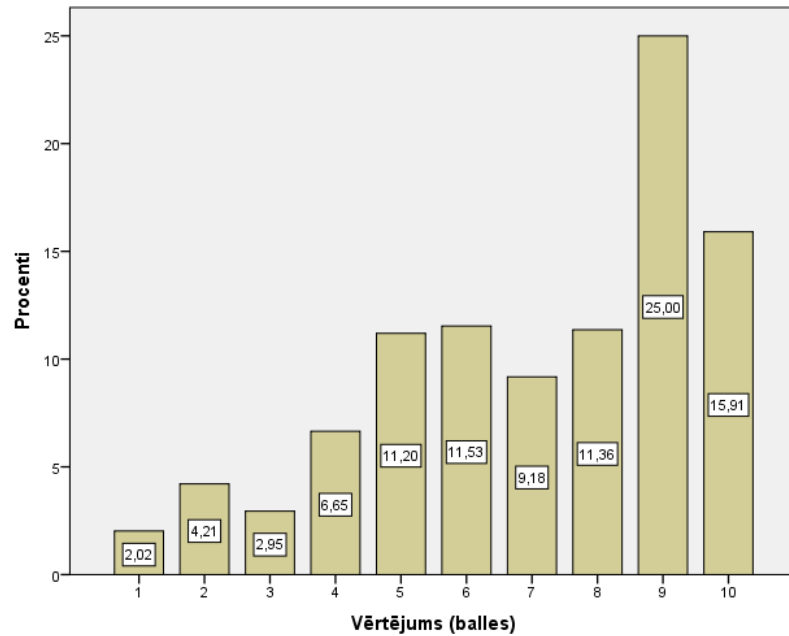
Testa rezultāti

	Pieredze nozarē
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	116640,000
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	402786,000
Z	-5,277
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

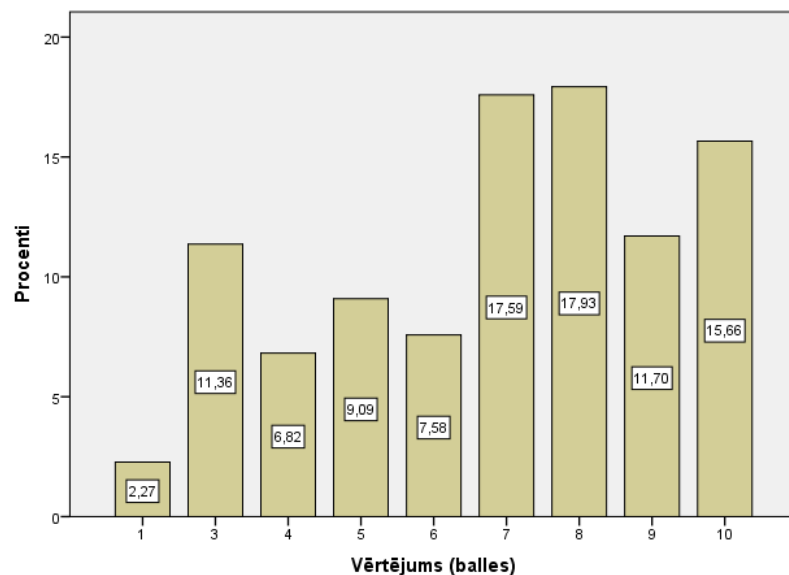
* Dzimumu norādījušo respondentu skaits



Mazo uzņēmumu vadītāju pieredzes strādājot ar valsts iestādēm nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs



Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

**Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, kvalificēta darbaspēka, motivācijas,
komunikācijas nozīmīguma vērtējumu statistiskie rādītāji**

Statistiskie rādītāji	Statistisko rādītāju vērtības			
	Apmācību nozīmīguma vērtējumam	Kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumam	Motivācijas nozīmīguma vērtējumam	Komunikācijas nozīmīguma vērtējumam
Aptaujāto vadītāju skaits	1188	1188	486*	1107*
Aritmētiskais vidējais	6,83	7,72	7,94	6,90
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,069	,065	,087	0,079
Mediāna	7,00	8,00	8,00	7,00
Moda	8	10	8	10
Vidējā kvadrātiskā novirze	2,392	2,228	1,907	2,641
Variācijas apjoms	9	4,963	3,637	9
Minimums	1	2	3	1
Maksimums	10	10	10	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

**uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits*

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	1220,000	5	244,000	50,998	,000
Intragrupu	5396,874	1128	4,784		
Kopā	6616,875	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Bonferroni kritērijs

Reģioni		Vidējās novirzes (I-J)	Standart-klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Rīgas	Vidzemes	,683*	,204	,013	,08	1,28
	Kurzemes	2,647*	,208	0,000	2,03	3,26
	Zemgales	1,730*	,221	,000	1,08	2,38
	Latgales	1,916*	,215	0,000	1,28	2,55
	Pierīgas	-,251	,168	,888	-,75	,24
Vidzemes	Rīgas	-,683*	,204	,013	-1,28	-,08
	Kurzemes	1,964*	,226	,000	1,30	2,63
	Zemgales	1,047*	,238	,000	,35	1,75
	Latgales	1,233*	,232	,000	,55	1,92
	Pierīgas	-,934*	,189	,000	-1,49	-,38
Kurzemes	Rīgas	-2,647*	,208	0,000	-3,26	-2,03
	Vidzemes	-1,964*	,226	,000	-2,63	-1,30
	Zemgales	-,917*	,242	,003	-1,63	-,20
	Latgales	-,731*	,236	,030	-1,43	-,04
	Pierīgas	-2,898*	,194	0,000	-3,47	-2,33
Zemgales	Rīgas	-1,730*	,221	,000	-2,38	-1,08
	Vidzemes	-1,047*	,238	,000	-1,75	-,35
	Kurzemes	,917*	,242	,003	,20	1,63
	Latgales	,185	,247	1,000	-,54	,91
	Pierīgas	-1,981*	,208	0,000	-2,60	-1,37
Latgales	Rīgas	-1,916*	,215	0,000	-2,55	-1,28
	Vidzemes	-1,233*	,232	,000	-1,92	-,55
	Kurzemes	,731*	,236	,030	,04	1,43
	Zemgales	-,185	,247	1,000	-,91	,54
	Pierīgas	-2,167*	,201	0,000	-2,76	-1,57
Pierīgas	Rīgas	,251	,168	,888	-,24	,75
	Vidzemes	,934*	,189	,000	,38	1,49
	Kurzemes	2,898*	,194	0,000	2,33	3,47
	Zemgales	1,981*	,208	0,000	1,37	2,60
	Latgales	2,167*	,201	0,000	1,57	2,76

*Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188) Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs * Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)*

**Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs
būtiskuma pārbaude**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	1923,698	10	192,370	46,065	,000
Intragrupu	4689,675	1123	4,176		
Kopā	6613,373	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	Transports un uzglabāšana	-2,037*	,580	,035	-4,01	-,06
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	-2,287*	,468	,000	-3,89	-,68
	Veselība un sociālā aprūpe	-6,037*	,408	0,000	-7,47	-4,61
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	-,537	,457	1,000	-2,11	1,04
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	-2,770*	,439	,000	-4,29	-1,25
	Citi pakalpojumi	-3,437*	,465	,000	-5,03	-1,84
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	-2,769*	,437	,000	-4,28	-1,26
	Apstrādes rūpniecība	-2,303*	,423	,000	-3,78	-,83
	Būvniecība	-4,370*	,431	,000	-5,86	-2,88
	Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	-5,037*	,430	0,000	-6,53	-3,54

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)*

Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu apmācību nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude

Rangi

	Dzimums	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Apmācību nozīmīgums	vīrietis	756	549,01	415053,50
	sieviete	378	604,47	228491,50
	Kopā	1134*		

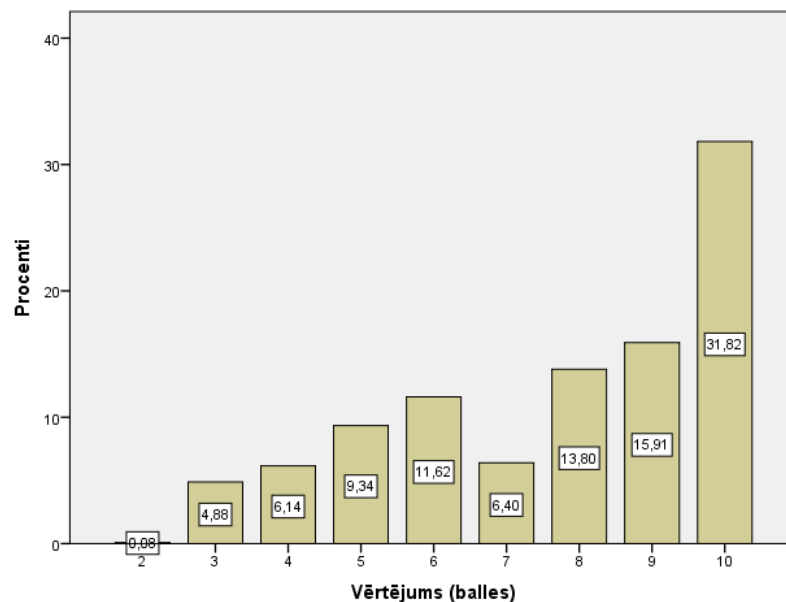
Testa rezultāti

	Apmācību nozīmīgums
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	128907,500
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	415053,500
Z	-2,717
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,007

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* Dzimumu norādījušo respondentu skaits



Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

**Mazo uzņēmumu vadītāju kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumu atšķirību
nozārēs būtiskuma pārbaude**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	480,443	10	48,044	10,060	,000
Intragrupu	5363,423	1123	4,776		
Kopā	5843,867	1133			

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	1,500*	,154	,000	,97	2,03
	Transports un uzglabāšana	1,500*	,283	,000	,51	2,49
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	1,972*	,257	,000	1,10	2,85
	Veselība un sociālā aprūpe	,500*	,069	,000	,26	,74
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	1,500*	,283	,000	,51	2,49
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	1,900*	,206	,000	1,21	2,59
	Citi pakalpojumi	1,700*	,225	,000	,94	2,46
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	3,000*	,269	0,000	2,09	3,91
	Apstrādes rūpniecība	2,140*	,134	0,000	1,69	2,59
	Būvniecība	1,574*	,337	,001	,42	2,73

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)*

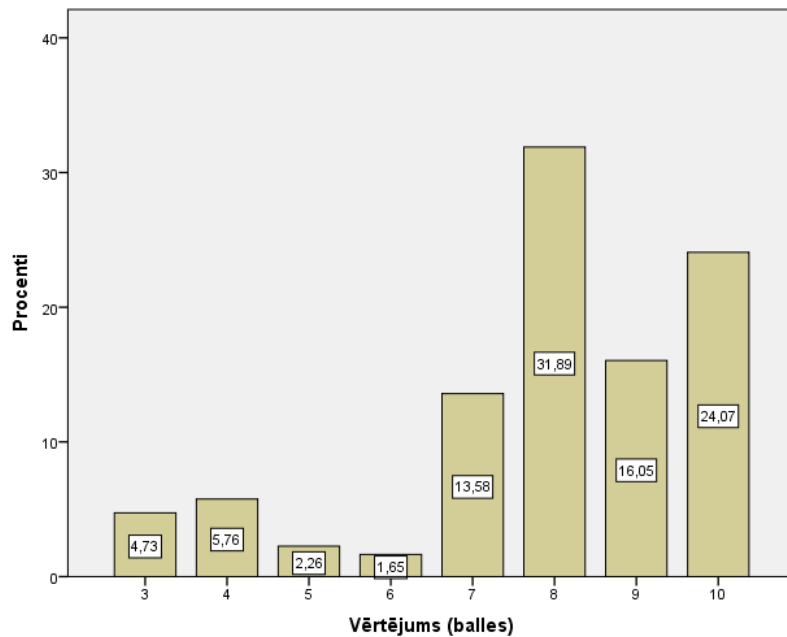
Sakarības ciešums starp mazo uzņēmumu vadītāju apmācību nozīmīguma un motivācijas nozīmīguma vērtējumiem

		Motivācijas nozīmīguma vērtējums
Apmācību nozīmīguma vērtējums	Pīrsona korelācijas koeficients	0,774
	Nozīmības līmenis. (abpusējs)	0,000
	N	486*

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits



Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	369,526	5	73,905	26,297	,000
Intragrupu	1273,102	453	2,810		
Kopā	1642,627	458			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

Reģioni		Vidējās novirzes (I-J)	Standart-klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Rīgas	Vidzemes	-,639*	,187	,011	-1,19	-,09
	Kurzemes	-,407	,149	,099	-,85	,04
	Zemgales	1,074*	,267	,001	,28	1,87
	Latgales	2,037*	,299	,000	1,13	2,94
	Pierīgas	-,315	,247	,970	-1,07	,44
Vidzemes	Rīgas	,639*	,187	,011	,09	1,19
	Kurzemes	,231	,149	,857	-,21	,67
	Zemgales	1,713*	,267	,000	,92	2,50
	Latgales	2,676*	,299	,000	1,77	3,58
	Pierīgas	,324	,247	,961	-,44	1,08
Kurzemes	Rīgas	,407	,149	,099	-,04	,85
	Vidzemes	-,231	,149	,857	-,67	,21
	Zemgales	1,481*	,242	,000	,76	2,20
	Latgales	2,444*	,277	,000	1,60	3,29
	Pierīgas	,093	,220	1,000	-,60	,79
Zemgales	Rīgas	-1,074*	,267	,001	-1,87	-,28
	Vidzemes	-1,713*	,267	,000	-2,50	-,92
	Kurzemes	-1,481*	,242	,000	-2,20	-,76
	Latgales	,963	,355	,108	-,10	2,02
	Pierīgas	-1,389*	,312	,000	-2,32	-,45
Latgales	Rīgas	-2,037*	,299	,000	-2,94	-1,13
	Vidzemes	-2,676*	,299	,000	-3,58	-1,77
	Kurzemes	-2,444*	,277	,000	-3,29	-1,60
	Zemgales	-,963	,355	,108	-2,02	,10
	Pierīgas	-2,352*	,340	,000	-3,38	-1,32
Pierīgas	Rīgas	,315	,247	,970	-,44	1,07
	Vidzemes	-,324	,247	,961	-1,08	,44
	Kurzemes	-,093	,220	1,000	-,79	,60
	Zemgales	1,389*	,312	,000	,45	2,32
	Latgales	2,352*	,340	,000	1,32	3,38

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$). Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs. * Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)

**Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs
būtiskuma pārbaude**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	310,469	8	38,809	12,734	,000
Intragrupu	1453,679	477	3,048		
Kopā	1764,148	485			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	2,074*	,189	0,000	1,45	2,70
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	2,444*	,364	,000	1,24	3,65
	Veselība un sociālā aprūpe	1,000*	,137	,000	,54	1,46
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	1,296*	,197	,000	,65	1,94
	Citi pakalpojumi	1,000*	,137	,000	,54	1,46
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	,815	,298	,243	-,17	1,80
	Apstrādes rūpniecība	1,617*	,365	,001	,42	2,81
	Būvniecība	,025	,169	1,000	-,53	,58
	Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	2,074*	,189	0,000	1,45	2,70
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	2,444*	,364	,000	1,24	3,65

*Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188). Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs. * Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,01)*

Mazo uzņēmumu vadītāju motivācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita

Rangi

	Nodarbināto skaits	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Motivācijas nozīmīgums	1-9	351	273,01	95827,00
	10-49	135	166,77	22514,00
	Kopā	486*		

Testa rezultāti

	Motivācijas nozīmīgums
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	13334,000
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	22514,000
Z	-7,677
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* Uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits

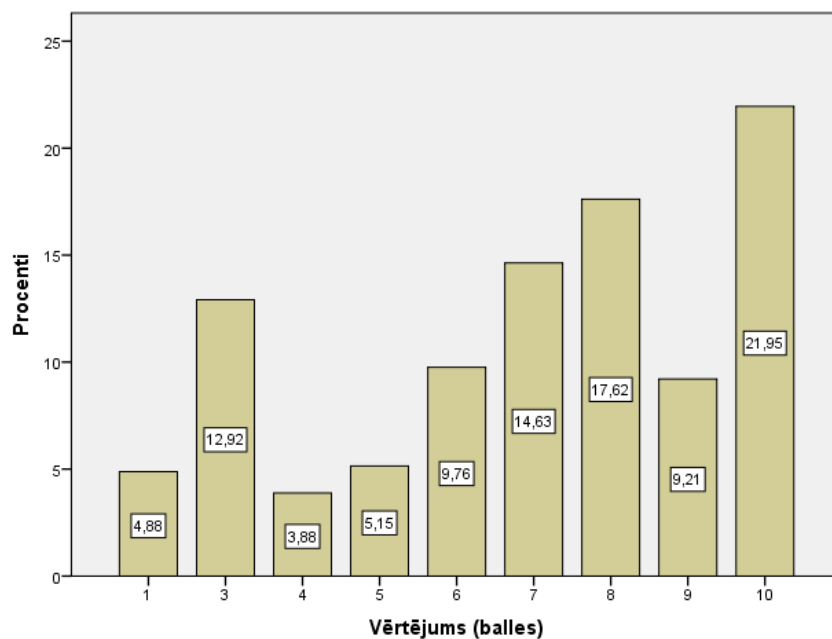
Sakarības ciešums starp mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma un motivācijas nozīmīguma vērtējumiem

		Motivācijas nozīmīguma vērtējums
Komunikācijas nozīmīguma vērtējums	Pīrsona korelācijas koeficients	0,868
	Nozīmības līmenis (abpusējs)	0,000
	N	459*

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

* Uz jautājumiem atbildējušo respondentu skaits



Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	1216,817	5	243,363	41,158	,000
Intragrupu	6190,875	1047	5,913		
Kopā	7407,692	1052			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Tamhane kritērijs

Reģioni		Vidējās novirzes (I-J)	Standart-klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Rīgas	Vidzemes	1,250*	,263	,000	,48	2,02
	Kurzemes	1,875*	,231	,000	1,19	2,56
	Zemgales	1,333*	,248	,000	,60	2,06
	Latgales	2,833*	,215	0,000	2,20	3,47
	Pierīgas	-,750*	,196	,002	-1,33	-,17
Vidzemes	Rīgas	-1,250*	,263	,000	-2,02	-,48
	Kurzemes	,625	,277	,314	-,19	1,44
	Zemgales	,083	,291	1,000	-,78	,94
	Latgales	1,583*	,264	,000	,80	2,36
	Pierīgas	-2,000*	,249	,000	-2,73	-1,27
Kurzemes	Rīgas	-1,875*	,231	,000	-2,56	-1,19
	Vidzemes	-,625	,277	,314	-1,44	,19
	Zemgales	-,542	,263	,462	-1,32	,23
	Latgales	,958*	,233	,001	,27	1,65
	Pierīgas	-2,625*	,216	0,000	-3,26	-1,99
Zemgales	Rīgas	-1,333*	,248	,000	-2,06	-,60
	Vidzemes	-,083	,291	1,000	-,94	,78
	Kurzemes	,542	,263	,462	-,23	1,32
	Latgales	1,500*	,250	,000	,76	2,24
	Pierīgas	-2,083*	,233	,000	-2,77	-1,39
Latgales	Rīgas	-2,833*	,215	0,000	-3,47	-2,20
	Vidzemes	-1,583*	,264	,000	-2,36	-,80
	Kurzemes	-,958*	,233	,001	-1,65	-,27
	Zemgales	-1,500*	,250	,000	-2,24	-,76
	Pierīgas	-3,583*	,199	0,000	-4,17	-3,00
Pierīgas	Rīgas	,750*	,196	,002	,17	1,33
	Vidzemes	2,000*	,249	,000	1,27	2,73
	Kurzemes	2,625*	,216	0,000	1,99	3,26
	Zemgales	2,083*	,233	,000	1,39	2,77
	Latgales	3,583*	,199	0,000	3,00	4,17

*Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188). Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs. * Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,01)*

**Mazo uzņēmumu vadītāju komunikācijas nozīmīguma vērtējumu atšķirību nozarēs
būtiskuma pārbaude**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	924,239	10	92,424	14,629	,000
Intragrupu	6753,886	1069	6,318		
Kopā	7678,125	1079			

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Bonferroni kritērijs

(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	2,500*	,069	0,000	2,26	2,74
	Transports un uzglabāšana	1,500*	,069	0,000	1,26	1,74
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	3,000*	,187	0,000	2,37	3,63
	Veselība un sociālā aprūpe	2,500*	,069	0,000	2,26	2,74
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	4,000*	,622	0,000	1,82	6,18
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	3,300*	,250	0,000	2,46	4,14
	Citi pakalpojumi	3,100*	,300	0,000	2,09	4,11
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	1,750*	,285	0,000	,78	2,72
	Apstrādes rūpniecība	3,045*	,151	0,000	2,54	3,55
	Būvniecība	1,167*	,202	0,000	,48	1,86

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,01)*

**Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu komunikācijas nozīmīguma
vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude**

Rangi

	Dzimums	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Komunikācijas nozīmīgums	vīrietis	729	572,50	417352,50
	sieviete	324	424,63	137578,50
	Kopā	1053*		

Testa rezultāti

	Komunikācijas nozīmīgums
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	84928,500
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	137578,500
Z	-7,366
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

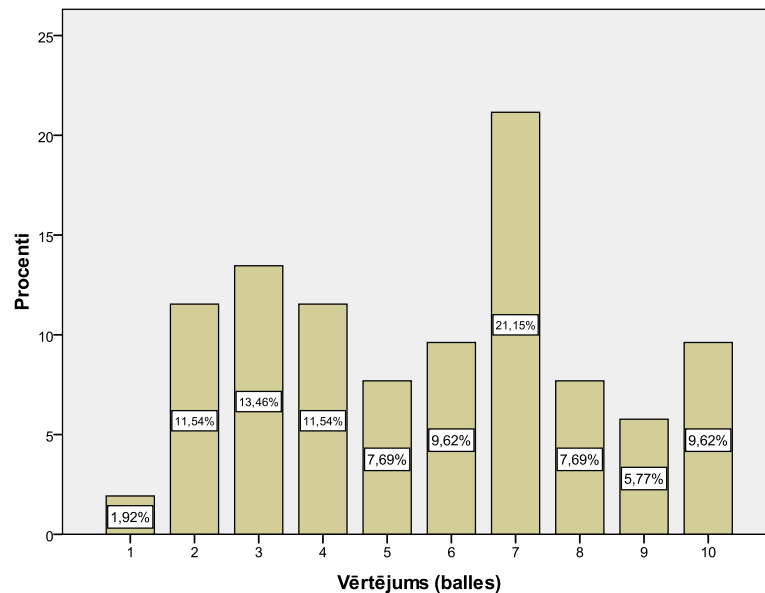
** Atbildi sniegušo respondentu skaits*

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, motivācijas un komunikācijas nozīmīguma vērtējumu aritmētiskās vidējās vērtības nozaru griezumā

Nozares	Apmācību nozīmīgums	Motivācijas nozīmīgums	Komunikācijas nozīmīgums
Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	4,0	7,0	7,0
Transports un uzglabāšana	6,0	7	8,0
Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	6,0	7,0	7,0
Veselība un sociālā aprūpe	10,0	8,0	7,0
Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	5,0	6	6,0
Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	7,0	8,0	6,0
Citi pakalpojumi	7,0	8,0	6,0
Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	7,0	9,0	8,0
Apstrādes rūpniecība	6,0	7,0	6,0
Būvniecība	8,0	9,0	8,0
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	9,0	9,0	10,0

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs



Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu sadalījums

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

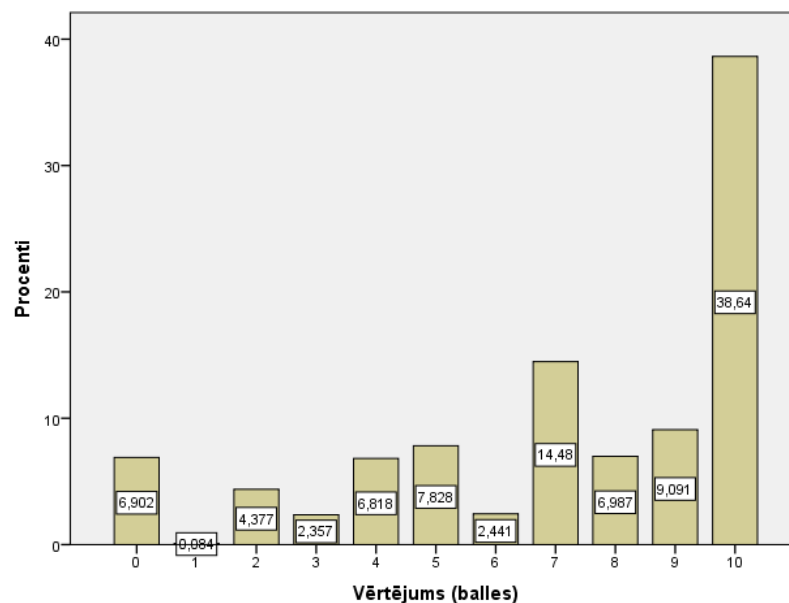
Mazo uzņēmumu vadītāju uzņēmuma inovatīvās darbības vērtējumu statistiskie rādītāji

Statistiskie rādītāji	Statistisko rādītāju vērtības
Aptaujāto vadītāju skaits	1004*
Aritmētiskais vidējais	5,65
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,068
Mediāna	6,00
Moda	7
Vidējā kvadrātiskā novirze	2,557
Variācijas apjoms	9
Minimums	1
Maksimums	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

*uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits

**Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu sadalījums**

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta izmantošanas aktivitātes vērtējums

Statistiskie rādītāji	Statistisko rādītāju vērtības
Aptaujāto vadītāju skaits	1051*
Aritmētiskais vidējais	7,22
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,09
Mediāna	8,00
Moda	10
Vidējā kvadrātiskā novirze	3,115
Variācijas apjoms	10
Minimums	0
Maksimums	10

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

**uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits*

Sakarības ciešums starp mazo uzņēmumu inovatīvās darbības, apmācību nozīmīguma, motivācijas nozīmīguma, komunikācijas nozīmīguma un kvalificēta darbaspēka nozīmīguma vērtējumiem

		Uzņēmuma inovatīvā darbība	Apmācība	Motivācija	Komuni- kācija	Kvalificēts darbaspēks
Uzņēmuma inovatīvā darbība	Pīrsona korelācijas koeficients	1	,654**	,163**	,581**	,588**
	Nozīmības līmenis (abpusējs)		,000	,000	,000	,000
	N	1161	1161	486	1107	1161
Apmācība	Pīrsona korelācijas koeficients	,654**	1	,774**	,536**	,457**
	Nozīmības līmenis (abpusējs)	,000		,000	,000	,000
	N	1161	1188	486	1107	1188
Motivācija	Pīrsona korelācijas koeficients	,163**	,774**	1	,868**	,468**
	Nozīmības līmenis (abpusējs)	,000	,000		,000	,000
	N	486	486	486	459	486
Komunikācija	Pīrsona korelācijas koeficients	,581**	,536**	,868**	1	,550**
	Nozīmības līmenis (abpusējs)	,000	,000	,000		,000
	N	1107	1107	459	1107	1107
Kvalificēts darbaspēks	Pīrsona korelācijas koeficients	,588**	,457**	,468**	,550**	1
	Nozīmības līmenis (abpusējs)	,000	,000	,000	,000	
	N	1161	1188	486	1107	1188

** korelācija ir nozīmīga, nozīmības līmenis 0,01(abpusējs)

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību Latvijas statistiskajos reģionos būtiskuma pārbaude

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	960,395	5	192,079	22,826	,000
Intragrupu	9492,194	1128	8,415		
Kopā	10452,589	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 0 – neizmanto; 1 – ļoti maz izmanto; 10 – ļoti plaši izmanto

Tamhane kritērijs

Reģioni		Vidējās novirzes (I-J)	Standart-klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Rīgas	Vidzemes	-,128	,284	1,000	-,96	,71
	Kurzemes	1,669*	,331	,000	,70	2,64
	Zemgales	,424	,268	,839	-,37	1,21
	Latgales	1,257*	,295	,000	,39	2,13
	Pierīgas	-1,493*	,245	,000	-2,21	-,77
Vidzemes	Rīgas	,128	,284	1,000	-,71	,96
	Kurzemes	1,797*	,310	,000	,88	2,71
	Zemgales	,551	,242	,299	-,16	1,27
	Latgales	1,385*	,272	,000	,58	2,19
	Pierīgas	-1,365*	,216	,000	-2,00	-,73
Kurzemes	Rīgas	-1,669*	,331	,000	-2,64	-,70
	Vidzemes	-1,797*	,310	,000	-2,71	-,88
	Zemgales	-1,245*	,295	,000	-2,12	-,38
	Latgales	-,412	,320	,964	-1,36	,53
	Pierīgas	-3,162*	,274	0,000	-3,97	-2,35
Zemgales	Rīgas	-,424	,268	,839	-1,21	,37
	Vidzemes	-,551	,242	,299	-1,27	,16
	Kurzemes	1,245*	,295	,000	,38	2,12
	Latgales	,833*	,255	,018	,08	1,59
	Pierīgas	-1,917*	,194	0,000	-2,49	-1,34
Latgales	Rīgas	-1,257*	,295	,000	-2,13	-,39
	Vidzemes	-1,385*	,272	,000	-2,19	-,58
	Kurzemes	,412	,320	,964	-,53	1,36
	Zemgales	-,833*	,255	,018	-1,59	-,08
	Pierīgas	-2,750*	,230	0,000	-3,43	-2,07
Pierīgas	Rīgas	1,493*	,245	,000	,77	2,21
	Vidzemes	1,365*	,216	,000	,73	2,00
	Kurzemes	3,162*	,274	0,000	2,35	3,97
	Zemgales	1,917*	,194	0,000	1,34	2,49
	Latgales	2,750*	,230	0,000	2,07	3,43

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 0 – neizmanto; 1 – ļoti maz izmanto; 10 – ļoti plaši izmanto

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,05)*

**Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību
būtiskuma pārbaude uzņēmumos atkarībā no nodarbināto skaita**

Rangi

	Nodarbināto skaits	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Interneta lietošanas aktivitāte	1-9	864	623,20	538448,00
	10-49	324	517,96	167818,00
	Kopā	1188		

Testa rezultāti

	Interneta lietošanas aktivitāte
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	115168,000
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	167818,000
Z	-4,798
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 0 – neizmanto; 1 – ļoti maz izmanto; 10 – ļoti plaši izmanto

**Mazo uzņēmumu vadītāju interneta lietošanas aktivitātes vērtējumu atšķirību nozarēs
būtiskuma pārbaude**

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	1686,421	10	168,642	21,604	,000
Intragrupu	8766,168	1123	7,806		
Kopā	10452,589	1133			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 0 – neizmanto; 1 – ļoti maz izmanto; 10 – ļoti plaši izmanto

Tamhane kritērijs

(tabulas fragments)

Nozare	Nozares	Vidējās novirzes (I-J)	Standart- klūda	Nozīmības līmenis	95% ticamības intervāls	
					Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi	Lauksaimniecība, mežsaimniecība un zivsaimniecība	4,185*	,690	,000	1,77	6,60
	Transports un uzglabāšana	4,704*	,625	,000	2,52	6,89
	Elektroenerģija, gāzes apgāde, siltumapgāde un gaisa kondicionēšana	1,454*	,238	,000	,65	2,26
	Veselība un sociālā aprūpe	1,222*	,314	,013	,13	2,31
	Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi	1,204*	,164	,000	,64	1,76
	Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts	2,048*	,191	0,000	1,41	2,69
	Citi pakalpojumi	3,433*	,342	0,000	2,28	4,59
	Informācijas un komunikācijas pakalpojumi	1,796*	,278	,000	,85	2,74
	Apstrādes rūpniecība	2,584*	,178	0,000	1,99	3,18
	Būvniecība	-,130	,138	1,000	-,60	,34

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 0 – neizmanto; 1 – ļoti maz izmanto; 10 – ļoti plaši izmanto

** Vidējo atšķirības ir statistiski nozīmīgas (nozīmības līmenis 0,01)*

**Mazo uzņēmumu vadītāju sieviešu un vadītāju vīriešu interneta lietošanas aktivitātes
vērtējumu atšķirību būtiskuma pārbaude**

Rangi

	Dzimums	N	Vidējais rangs	Rangu summa
Interneta lietošanas aktivitāte	vīrietis	756	603,94	456575,50
	sieviete	378	494,63	186969,50
	Kopā	1134		

Testa rezultāti

	Interneta lietošanas aktivitāte
Manna-Vitneja U (<i>Mann-Whitney U</i>)	115338,500
Vilkoksona (<i>Wilcoxon W</i>)	186969,500
Z	-5,407
Nozīmības līmenis (abpusējs) <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,000

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

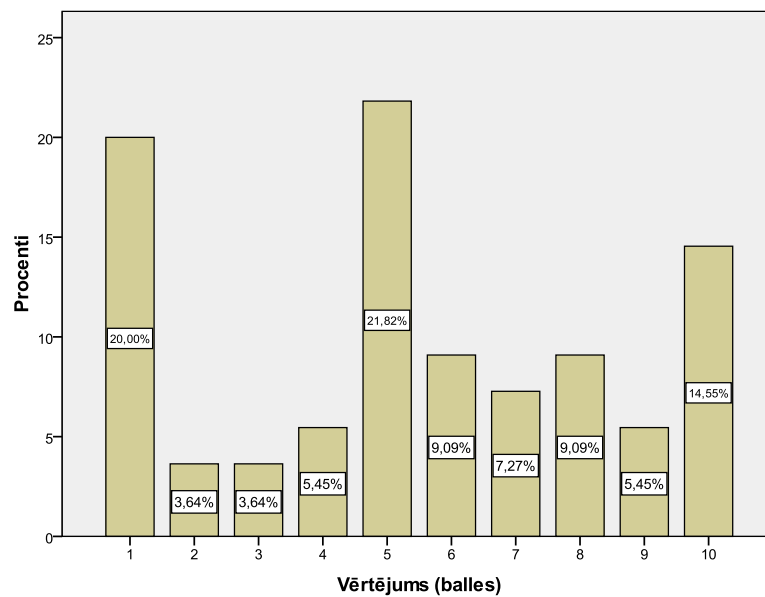
** Atbildi sniegušo respondentu skaits*

**Mazo uzņēmumu vadītāju administratīvo procedūru, ārējās vides stabilitātes, finanšu
resursu pieejamības, nodokļu politikas nozīmīguma vērtējumi**

Statistiskie rādītāji	Administratīvās procedūras	Ārējās vides stabilitāte	Finanšu resursu pieejamība (tai skaitā kredītu)	Nodokļu politika
Aptaujāto vadītāju skaits	1188	1188	1188	1188
Aritmētiskais vidējais	7,45	7,89	7,91	9,07
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,062	0,065	0,073	0,048
Mediāna	8,00	9,00	9,00	10,00
Moda	10	10	10	10
Vidējā kvadrātiskā novirze	2,396	2,492	2,785	1,868
Variācijas apjoms	9	9	9	9
Minimums	1	1	1	1
Maksimums	10	10	10	10

Avots: autore aprēķini, izmantojot autore veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs



Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējuma sadalījums iespējai dibināt SIA ar 1 latu pamatkapitālu

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

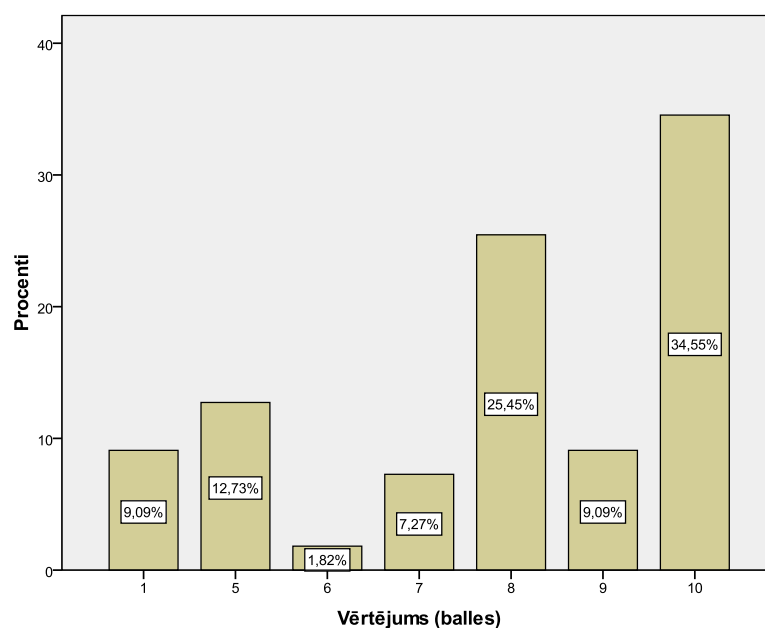
Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumi valdības apstiprinātiem atbalsta pasākumiem

Statistiskie rādītāji	SIA dibināšanai nepieciešamais pamatkapitāls 1 Ls	Vienkāršota jauna uzņēmuma reģistrācija	Samazināti maksājumi jauna uzņēmuma reģistrācijai	Mikrouzņēmumiem ieviesta 9% nodokļu likme no saimnieciskās darbības ieņēmumiem	Mikrouzņēmumiem vienkāršota grāmatvedības kārtošana
Aptaujāto MVU īpašnieku, vadītāju skaits	1188	1188	1188	1188	1031*
Aritmētiskais vidējais	5,42	7,26	7,02	7,65	7,74
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,079	0,060	0,066	0,069	0,070
Mediāna	5,00	7,00	7,00	8,00	9,00
Moda	5	10	10	10	10
Vidējā kvadrātiskā novirze	3,044	2,296	2,534	2,665	2,658
Variācijas apjoms	9	9	9	9	9
Minimums	1	1	1	1	1
Maksimums	10	10	10	10	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

*uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits



Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu sadalījums *Mikrouzņēmuma nodokļa likuma nozīmīgumam*

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu vadītāju vērtējumu statistiskie rādītāji Biznesa un inovācijas inkubatoru, Tehnoloģiju parku sniegtā atbalsta un sadarbības ar pētniecības centriem nozīmīgumam

Statistiskie rādītāji	Biznesa un inovācijas inkubators	Tehnoloģiju parks	Pētniecības iestādes
Aptaujāto vadītāju skaits	1026*	1020*	953*
Aritmētiskais vidējais	4,26	4,05	3,47
Aritmētiskā vidējā standartklūda	0,101	0,087	0,092
Mediāna	4,00	4,00	2,50
Moda	1	1	1
Vidējā kvadrātiskā novirze	3,235	2,782	2,946
Variācijas apjoms	10	10	10
Minimums	0	0	0
Maksimums	10	10	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

*uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits

ES fondu līdzfinansēto atbalsta programmu vērtējumu statistiskie rādītāji

	Aizdevumi komersantu konkurētspējas uzlabošanai	Atbalsts ieguldījumiem mikro, maziem un vidējiem komersantiem īpaši atbalstāmajās teritorijās	Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai	Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai	Augstas kvalifikācijas darbinieku piesaiste	Augstas pievienotās vērtības investīcijas	Ārējo tirgu apgūšana – ārējais mārketing
Aptaujāto mazo uzņēmumu vadītāju skaits	594*	702*	567*	540*	486*	486*	567*
Aritmētiskais vidējais	8,23	8,35	6,00	5,95	6,94	8,39	7,57
Aritmētiskā vidējā standartklūda	,076	,096	,116	,138	,141	,066	,104
Mediāna	9,00	9,00	6,00	6,00	8,00	9,00	8,00
Moda	10	10	5	5 ^a	10	9 ^a	7 ^a
Vidējā kvadrātiskā novirze	1,859	2,543	2,763	3,204	3,103	1,460	2,482
Variācijas apjoms	6	9	9	9	9	5	9
Mīnimums	4	1	1	1	1	5	1
Maksimums	10	10	10	10	10	10	10

3.47. pielikuma turpinājums

	Ārējo tirgu apgūšana nozaru starptautiskās konkurētspējas stiprināšana	Investīciju aizdevumi	Īstermiņa eksporta kredītu garantijas	Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde	Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde - atbalsts jaunu produktu un tehnoloģiju ieviešanai ražošanā	Kredītu garantijas
Aptaujāto mazo uzņēmumu vadītāju skaits	513*	513*	459*	594*	594*	513*
Aritmētiskais vidējais	7,63	7,84	6,41	9,14	8,95	7,84
Aritmētiskā vidējā standartklūda	,085	,086	,127	,042	,057	,112
Mediāna	8,00	8,00	7,00	9,50	9,50	9,00
Moda	7	10	10	10	10	10
Vidējā kvadrātiskā novirze	1,927	1,956	2,727	1,014	1,398	2,542
Variācijas apjoms	7	7	9	3	5	9
Mīnimums	3	3	1	7	5	1
Maksimums	10	10	10	10	10	10

3.47. pielikuma turpinājums

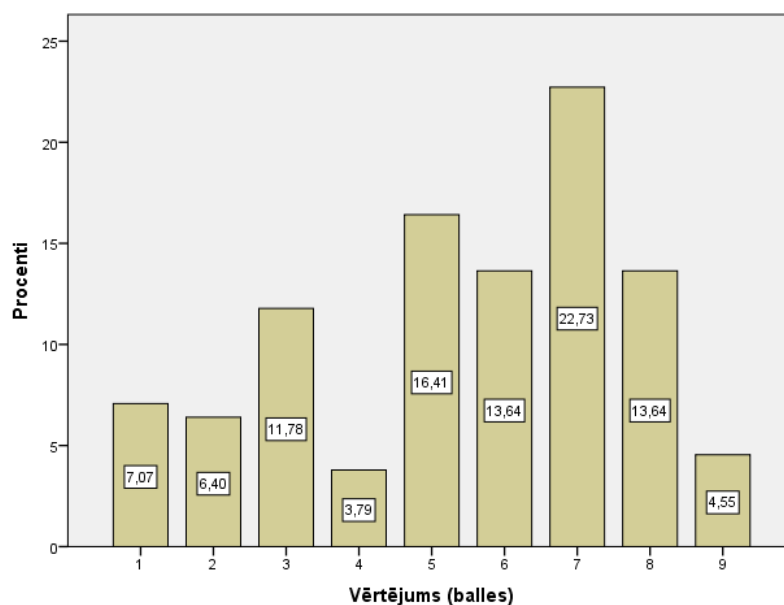
	NVA atbalsts bezdarbniekiem komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai	Pasākumi motivācijas celšanai un uzņēmējdarbības uzsākšanai	Riska kapitāla finansējums	Sēklas un uzsākšanas kapitāla fonds	Tūrisma aktivitāšu veicināšana
Aptaujāto mazo uzņēmumu vadītāju skaits	513*	513*	513*	540*	513*
Aritmētiskais vidējais	7,00	6,42	6,58	6,30	6,42
Aritmētiskā vidējā standartklūda	,094	,120	,115	,102	,125
Mediāna	7,00	7,00	6,00	6,00	6,00
Moda	8	8 ^a	5	6	5 ^a
Vidējā kvadrātiskā novirze	2,130	2,723	2,604	2,371	2,837
Variācijas apjoms	7	9	9	9	9
Minimums	3	1	1	1	1
Maksimums	10	10	10	10	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

*uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits

3.48. pielikums



Mazo uzņēmumu vadītāju informācijas pieejamības par valsts atbalsta pasākumiem vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 1 – ļoti grūti atrodama ; 10 – ļoti viegli atrodama

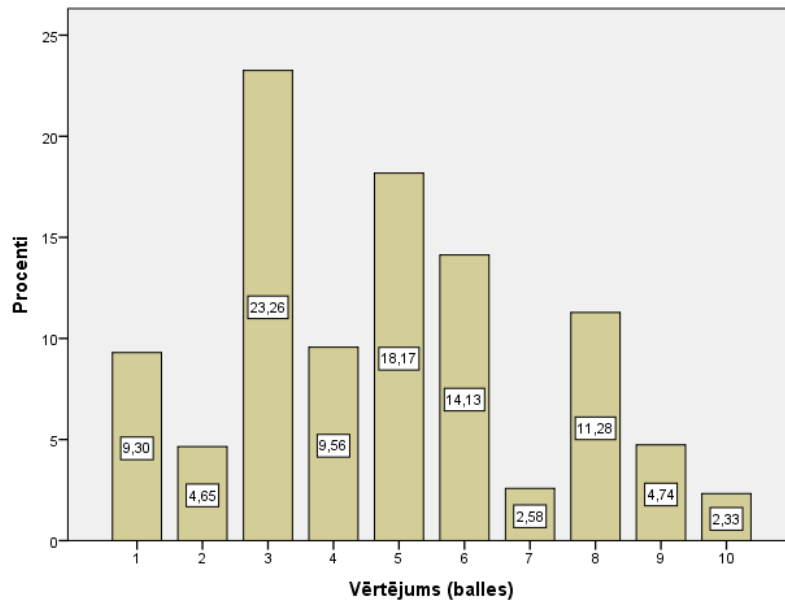
Mazo uzņēmumu vadītāju informācijas pieejamības par valsts atbalsta pasākumiem vērtējumu statistiskie rādītāji

Statistiskie rādītāji	Statistisko rādītāju vērtības
Aptaujāto vadītāju skaits	1188
Aritmētiskais vidējais	0
Aritmētiskā vidējā standartklūda	5,43
Mediāna	,065
Moda	6,00
Vidējā kvadrātiskā novirze	7
Variācijas apjoms	2,243
Minimums	1
Maksimums	9

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 1 – ļoti grūti atrodama ; 10 – ļoti viegli atrodama

3.50.pielikums



Mazo uzņēmumu vadītāju projektu sagatavošanas prasību ES fondu līdzekļu saņemšanai vērtējumu sadalījums

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 1 – ļoti sarežģītas ; 10 – nesagādā grūtības

Mazo uzņēmumu vadītāju prasību projektu sagatavošanai ES fondu līdzekļu saņemšanai vērtējumu statistiskie rādītāji

Statistiskie rādītāji	Statistisko rādītāju vērtības
Aptaujāto vadītāju skaits	1161*
Aritmētiskais vidējais	27
Aritmētiskā vidējā standartklūda	4,76
Mediāna	,069
Moda	5,00
Vidējā kvadrātiskā novirze	3
Variācijas apjoms	2,341
Minimums	1
Maksimums	10

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1 – 10, kur 1 – ļoti sarežģītas ; 10 – nesagādā grūtības

**uz jautājumu atbildējušo respondentu skaits*

Mazo uzņēmumu vadītāju apmācību, kvalificēta darbaspēka, komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu un inovatīvās darbības vērtējumu sakarības

Modeļa apkopojums

Korelācijas koeficients	Determinācijas koeficients	Determinācijas koeficienta nenobīdītais vērtējums	Vērtējuma standartklūda
0,694	0,482	0,480	1,680

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	3018,367	3	1006,122	303,934	0,000
Intragrupu	3651,292	1103	3,310		
Kopā	6669,659	1106			

Regresijas koeficienti

Modelis	Regresijas vienādojuma parametri un standartklūdas		Standartizētie regresijas koeficienti	t	Nozīmības līmenis	95% vērtējuma intervāls	
	B	Standartklūda	Beta			Apakšējā robeža	Augšējā robeža
Brīvais loceklis	0,669	0,193		3,467	0,001	1,047	0,290
Apmācības	0,287	0,027	0,295	10,78	0,000	0,235	0,340
Komunikācija	0,206	0,026	0,234	7,925	0,000	0,155	0,257
Kvalificēts darbaspēks	0,320	0,027	0,311	11,819	0,000	0,267	0,374

*Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)
Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs*

Mazo uzņēmumu inovatīvās darbības faktiskā vērtējuma un teorētiskā vērtējuma novirzes un vadītāju apmācību, kvalificēta darbaspēka un komunikācijas nozīmīgumu vērtējumu sakarības

Modeļa apkopojums

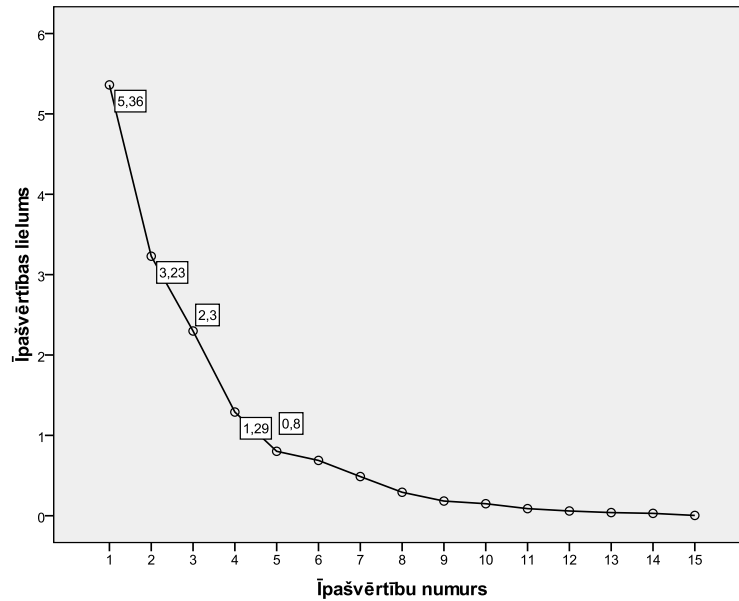
Korelācijas koeficients	Determinācijas koeficients	Determinācijas koeficienta nenobīdītais vērtējums	Vērtējuma standartkļūda
0,188	0,035	0,034	0,872

ANOVA

	Noviržu kvadrātu summa	Brīvības pakāpju skaits	Dispersija	F	Nozīmības līmenis
Starpgrupu	44,029	3	14,676	19,323	0,000
Intragrupu	837,772	1103	0,760		
Kopā	1244,401	1106			

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1188)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs



Komplekso faktoru īpašvērtības

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Mazo uzņēmumu attīstību ietekmējošo faktoru īpašvērtības

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,361	35,739	35,739	4,362	29,081	29,081
2	3,229	21,527	57,265	3,348	22,319	51,400
3	2,298	15,323	72,588	2,702	18,011	69,411
4	1,290	8,600	81,189	1,767	11,777	81,189
5	,802	5,345	86,534			
6	,688	4,589	91,123			
7	,488	3,250	94,373			
8	,292	1,947	96,319			
9	,183	1,218	97,537			
10	,150	,997	98,534			
11	,088	,589	99,123			
12	,059	,394	99,517			
13	,039	,262	99,779			
14	,029	,196	99,976			
15	,004	,024	100,000			

Atlases metode: Galvenā komponentu analīze

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās mazo uzņēmumu vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris – 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits $n = 1188$)

Novērtēšanas skala 1–10, kur 1 – nav nozīmīgs; 10 – ļoti nozīmīgs

Faktora ārējā vide ietekme uz MVU atkarībā no nodarbināto skaitu nozīmīguma vērtējums

Darbinieku skaits	Ārējās vides nozīmīguma vērtējums				Kopā
	ļoti vāja	vāja	nozīmīga	ļoti nozīmīga	
1-5	40,0%	,0%	40,0%	20,0%	100,0%
6-9	,0%	33,3%	,0%	66,7%	100,0%
10-49	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%
50-99	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
100-249	,0%	66,7%	,0%	33,3%	100,0%

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās MVU vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris - 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1485)

Faktora ārējās vides ietekmes vērtējuma uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita atkarības pārbaude

	Vērtība	Brīvības pakāpju skaits	Nozīmības līmenis (2 -pusējs)
Pirsona χ^2	374,880	12	,000
Likelihood Ratio	491,815	12	,000
Linear-by-Linear Association	1,612	1	,204
N	594*		

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās MVU vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris - 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1485)

Faktora motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki ietekmes uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita nozīmīguma vērtējums

Darbinieku skaits	Motivētu, izglītotu, iesaistītu darbinieku nozīmīguma vērtējums				Kopā
	ļoti vājš	vājš	nozīmīgs	ļoti nozīmīgs	
1-5	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%
6-9	,0%	20,0%	40,0%	40,0%	100,0%
10-49	45,0%	25,0%	20,0%	10,0%	100,0%
50-99	,0%	50,0%	20,0%	25,0%	100,0%
100-249	10,3%	33,3%	33,3%	23,3%	100,0%

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās MVU vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris - 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1485)

Faktora motivēti, izglītoti, iesaistīti darbinieki ietekmes vērtējuma uz MVU atkarībā no nodarbināto skaitu atkarības tests

	Vērtība	Brīvības pakāpju skaits	Nozīmības līmenis (2 -pusējs)
Pirsona χ^2	522,390	12	,000
Likelihood Ratio	548,326	12	,000
Linear-by-Linear Association	47,874	1	,000
N	594*		

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās MVU vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris - 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1485)

Faktora vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā ietekmes uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita nozīmīguma vērtējums

Darbinieku skaits	Vadītāja uzņēmējdarbības prasmes nozīmīguma vērtējums				Kopā
	ļoti vājš	vājš	nozīmīgs	ļoti nozīmīgs	
1-5	20,0%	30,0%	30,0%	20,0%	100,0%
6-9	33,3%	33,3%	33,3%	,0%	100,0%
10-49	25,0%	,0%	25,0%	50,0%	100,0%
50-99	20,0%	30,0%	50,0%	,0%	100,0%
100-249	,0%	40,0%	,0%	60,0%	100,0%

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās MVU vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris - 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1485)

Faktora vadītāja zināšanas un prasmes uzņēmuma vadīšanā ietekmes vērtējuma uz MVU atkarībā no nodarbināto skaita atkarības tests

	Vērtība	Brīvības pakāpju skaits	Nozīmības līmenis (2 -pusējs)
Pirsona χ^2	235,290a	12	,000
Likelihood Ratio	323,746	12	,000
Linear-by-Linear Association	21,863	1	,000
N	594*		

Avots: autores aprēķini, izmantojot autores veiktās MVU vadītāju aptaujas datus, 2010. gada decembris - 2011. gada augusts (aptaujāto uzņēmēju skaits n = 1485)

Salaspils novada 24 fokusgrupu viedokļu apkopojums par nodarbinātību un ekonomiskām aktivitātēm labklājībai nepieciešamo līdzekļu nodrošināšanai

A - ACCESS TO MEANS OF LIVING DZĪVOŠANAI NEPIECIEŠAMO LĪDZEKĻU PIEEJAMĪBA (1454*)
A00 - Access to means of living Dzīvošanai nepieciešamo līdzekļu pieejamība (98)
A01 - Alimentation Uzturlīdzekļi (104)
A02 - Health Veselība (110)
A03 - Housing Dzīves apstākļi (84)
A04 - Clothing Apģērbs (4)
A05 - Education/Training Izglītība / attīstība (110)
A06 - Employment/economic activities nodarbinātība/ekonomiskās aktivitātes (110)
abi vecāki nodrošināti ar darba vietām un iespēja saņemt algu, lai pietiek visu nomaksāt utt.; darbs; darbs, lai abiem vecākiem būtu darbs; bezdarbs; neatbilstoši apmaksāts darbs; finansiālās stabilitātes trūkums; augstie nodokļi; bezdarbs; bezdarbs; bezdarbs; bezdarbs; bezdarbs; mazs darba atalgojums; mazas algas; strādāju, strādāju, strādāju; strādāt savā valstī; plānoju privāto biznesu ; strādāt labi apmaksātu un interesantu darbu; attīstīt rūpniecību; nodrošināt iedzīvotājus ar darbavietām; jaunatnes un pusaudžu nodarbinātība; darbavietas; labi atalgots darbs; darbs pēc profesijas; labi apmaksāts darbs; pensija no 60 gadiem; darbs; labi apmaksāts darbs; jauniešu nenodarbinātība; bezdarbs; vairāk strādātu; atvērt jaunu uzņēmumu ; ikdienā veicu sev tīkamu darbu; strādāju un pelnu naudu; mēģināt radīt jaunas darbavietas ; bezdarbs; bezdarbs; strādāju; gūstu darba pieredzi; darba meklēšana; piepelnīšanās; radu jaunas darbavietas ; gūstu darba pieredzi; darba vietu nodrošinājums; modernākas tehnoloģijas; stabils atalgojums; lielākas algas; iespēja radoši izpausties; darba iespējas, lai varētu realizēt iegūtās zināšanas; darba (interesanta) iespējas; bezdarbs; bezdarbs; bezdarbs; bezdarbs; darba vietu trūkums; darba vietu trūkums; izmantot visas iespējas darba u.c. ienākumu gūšanai; strādāt, lai radītu vērtības; patstāvīga darbavietas; darbs, veselība, izglītība, atpūta, sportiskas aktivitātes; darbs, veselība, izglītība, atpūta, sportiskas aktivitātes; darbavietas, kas sniedz gandarījumu; darbs ar atbilstošu, cilvēka cienīgu samaksu; darbs, kurš patīk; darbs, kas rada prieku un patīk; stabila nodarbinātība; labs atalgojums vismaz 1000 latu mēnesī; pārliecinoši liels ikmēneša atalgojums; adekvāts atalgojums; tēvam un mātei ir darbs; bezdarbs; nav darba; nav patstāvīgi ienākumi; mazs ģimenes ienākums; ļoti mazs atalgojums; trūkums; nav līdzekļu par ko iegādāties pirmās nepieciešamības preces; nav alga; līdzekļu trūkums; trūcīga ģimene; nabadzība; veca beigta mašīna; strādāt (darbs); meklēt darbu ārzemēs; pieejams darbs un iztikas līdzekļi; darbs; darbs; iespēja strādāt un nopelnīt papildus līdzekļus ģimenes budžetā; nav darbs; bezdarbs; darba trūkums bērniem un vecākiem; strādāt; darbs; strādāju; darbs; stabili ienākumi; subsidētas darbavietas; bērniem vajadzīgs darbs; darbs; darbavietas; darbs invalīdiem, pieejamība; darba vietu nodrošinājums; darbs; nodrošināti ar darbu darba spējīgie ģimenes locekļi; augsts bezdarba līmenis; bezdarbs; bezdarbs; zemais atalgojums; strādāt.
A07 - Leisure/ culture/ sports Atpūta / kultūra / sports (110)
A08 - Purchasing power Pirktpēja (70)
A09 - Personalized services Apkalpošana (8)
A10 - Mobility Mobilitāte (mainīgums) (9)
A11 - Info/exchanges Informācija /apmaiņa (4)
A12 - Safety (13)

Avots: Salaspils iedzīvotāju sociālo grupu (homogēno grupu) aptauja, 2010. gada novembrī – 2011. gada februārim

** saņemto atbilžu skaits*

Aptaujas anketa uzņēmējiem

Cienījamais uzņēmēj/uzņēmēja!

Lūdzam Jūs piedalīties Latvijas Universitātē veiktajā aptaujā, kas veikta pētījuma „Mazo un vidējo uzņēmumu ilgtspējīgas attīstības nodrošināšanas un rezultātu novērtēšanas problēmas” ietvaros. Aptaujas mērķis ir uzzināt Jūsu viedokli par valsts sniegto atbalsta pasākumu efektivitāti un problēmām, ar kurām esat saskārušies.

Aptauja ir konfidenciāla. Aptaujas rezultāti tiks atspoguļoti vienīgi apkopotā un vispārinātā veidā. Jūsu viedoklis ir ļoti svarīgs un nozīmīgs. Anketas aizpildīšana ilgst aptuveni 7 minūtes.

1. Cik nozīmīgi, pēc Jūsu domām, ir valsts pieņemtie normatīvie dokumenti mazās un vidējās uzņēmējdarbības atbalstam

(lūdzu, novērtējiet atzīmējot no 1 līdz 10, kur, 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)

a. SIA dibināšanai nepieciešamais pamatkapitāls - 1 Ls

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

b. Vienkāršota jauna uzņēmuma reģistrācija

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

c. Samazināti maksājumi jauna uzņēmuma reģistrācijai

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

d. Mikrouzņēmumiem ieviesta 9% nodokļu likme no saimnieciskās darbības ieņēmumiem

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

e. Mikrouzņēmumiem vienkāršota grāmatvedības kārtošana

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

2. Lūdzu, novērtējiet informācijas pieejamību par valsts atbalsta pasākumiem uzņēmējdarbībai

(lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur 1 – ļoti grūti atrodama, 10 – ļoti viegli atrodama)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

3. Lūdzu, novērtējiet prasības projektu sagatavošanai ES struktūrfondu finansējuma saņemšanai

(lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur 1 – ļoti sarežģīti, 10 – nesagādā grūtības, viss saprotams)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

4. **Lūdzu, norādiet Eiropas Savienības fondu atbalstu programmu, kurā Jūsu uzņēmums ir saņēmis finansējumu, novērtējiet tās nozīmīgumu, un gadu, kad tas saņemts (lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur, 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)**

	Vērtējums	Gads
Aizdevumi komersantu konkurētspējas uzlabošanai		
Atbalsts ieguldījumiem mikro, maziem un vidējiem komersantiem īpaši atbalstāmajās teritorijās		
Atbalsts nodarbināto apmācībām komersantu konkurētspējas veicināšanai		
Atbalsts pašnodarbinātības un uzņēmējdarbības uzsākšanai		
Augstas kvalifikācijas darbinieku piesaiste		
Augstas pievienotās vērtības investīcijas		
Ārējo tirgu apgūšana – ārējais mārketinga		
Ārējo tirgu apgūšana nozaru starptautiskās konkurētspējas stiprināšana		
Investīciju aizdevumi		
Īstermiņa eksporta kredītu garantijas		
Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde		
Jaunu produktu un tehnoloģiju izstrāde - atbalsts jaunu produktu un tehnoloģiju ieviešanai ražošanā		
Kredītu garantijas		
NVA atbalsts bezdarbniekiem komercdarbības vai pašnodarbinātības uzsākšanai		
Pasākumi motivācijas celšanai un uzņēmējdarbības uzsākšanai		
Riska kapitāla finansējums		
Sēklas un uzsākšanas kapitāla fonds		
Tūrisma aktivitāšu veicināšana		
Citas (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet):		

Komentāri _____

5. **Lūdzu, novērtējiet biznesa un inovācijas inkubatora sniegto atbalstu**

(lūdzu, novērtējiet no 0 līdz 10, kur 0 nav izmantots, 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

6. **Lūdzu, novērtējiet tehnoloģiju parka sniegto atbalstu**

(lūdzu, novērtējiet 0 līdz 10, kur 0 nav izmantots, 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

7. **Lūdzu, novērtējiet sadarbību ar pētniecības centriem**

(lūdzu, novērtējiet no 0 līdz 10, kur 0 nav izmantota, 1 – nav nozīmīga, 10 – ļoti nozīmīga)

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

8. **Lūdzu, novērtējiet sava uzņēmuma inovatīvo darbību pēdējos trīs gados**
(lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav inovatīvs, 10 – ļoti veiksmīga inovatīva darbība)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

9. **Lūdzu, norādiet, kur 2010. gadā tika realizēta Jūsu uzņēmuma produkcija/pakalpojumi**
(lūdzu, novērtējiet īpatsvaru no apgrozījuma procentuāli no 0 līdz 100)

vietējā tirgū	
ārvalstu tirgos (ES valstīs)	
ārvalstu tirgos (ārpus ES)	

Komentāri _____

10. **Kā Jūs novērtējat valsts atbalstu uzņēmumam eksporta tirgu apgūšanā**
(lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

11. **Lūdzu, izvērtējiet minēto faktoru ietekmi uz uzņēmējdarbību**
(lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)

- a. **Administratīvās procedūras (formalitāšu un atskaišu veikšanai nepieciešamais laiks)**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- b. **Ārējās vides stabilitāte**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- c. **Finanšu resursu (tai skaitā kredītu) pieejamība**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- d. **Kvalificēts darbaspēks**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- e. **Nodokļu politika**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- f. **Cits (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet)**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- g. **Cits (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet)**

- h.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- i. **Cits (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet)**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

12. Lūdzu, novērtējiet apmācību nozīmīgumu Jūsu uzņēmumā.*(lūdzu, novērtējiet no 0 līdz 10, kur 0 – neveic apmācības, 1 – nav nozīmīga, 10 – ļoti nozīmīga)*

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

13. Lūdzu, novērtējiet komunikācijas nozīmīgumu uzņēmuma darbā?*(lūdzu, novērtējiet atzīmējot no 1 līdz 10, kur, 1 – nav nozīmīgs, 10 – ļoti nozīmīgs)*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

14. Lūdzu, norādiet, cik lielu nozīmi, vadot uzņēmumu, Jūs piešķirat darbinieku motivācijai ?*(lūdzu, novērtējiet atzīmējot no 1 līdz 10, kur, 1 – nav nozīmīga, 10 – ļoti nozīmīga)*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

15. Lūdzu, novērtējiet īpašnieka/vadītāja uzņēmējdarbības izglītības un pieredzes nozīmīgumu*(lūdzu, novērtējiet no 0 līdz 10, kur 0 – nav, 1 – nav nozīmīga, 10 – ļoti nozīmīga)***a. izglītība uzņēmējdarbības vai biznesa vadības jomā**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

b. pieredze uzņēmējdarbībā

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

c. pieredze darbojoties nozarē

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

d. pieredze darbinieku vadībā

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____

e. pieredze strādājot ar valsts iestādēm

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Interneta izmantošana**16. Lūdzu, novērtējiet interneta izmantošanu uzņēmuma darbā***(lūdzu, novērtējiet no 0 līdz 10, kur 0 – neizmanto, 1- ļoti maz izmanto, 10 – ļoti plaši)*

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri _____
_____**17. Lūdzu, norādiet - vai jūsu uzņēmumam ir sava interneta mājas lapa?***(atbilstošo nosvītrojiet)*

Ir	Tiek izstrādāta	Nav
----	--------------------	-----

Komentāri _____
_____**18. Lūdzu, atzīmējiet vai ierakstiet, kādas izmaiņas ir plānots veikt Jūsu uzņēmumā***(lūdzu, novērtējiet no 1 līdz 10, kur 1 – neplāno veikt, 10 – noteikti tiks veiktas)*

Apgūt jaunu eksporta tirgu	
Ieviest jaunas tehnoloģijas	
Paaugstināt produktivitāti	
Sākt ražot jaunu, inovatīvu produktu vai ieviest jaunu, inovatīvu pakalpojumu	
Veikt darbinieku apmācību, atbalstīt vēlmi iegūt jaunas zināšanas	
Citas (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet):	
Citas (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet):	
Citas (lūdzu, ierakstiet un novērtējiet):	

Komentāri _____
_____**19. Lūdzu, sniedziet nelielu informāciju par Jūsu uzņēmumu un īpašnieku/vadītāju. Atkārtoti apliecinām, ka informācija netiks izpausta un tiks izmantota tikai apkopotā veidā.**

a. Uzņēmuma dibināšanas gads

b. Darbības veids (ja ir vairāki, tad, lūdzu, norādiet tos prioritārā secībā)

c. Uzņēmuma atrašanās vieta _____
(novads)

d. **Nodarbināto skaits**

2009. gadā 2010. gadā 2011. gadā

e. **Neto apgrozījums LVL (atzīmējiet atbilstošo)**

0 – 5 000	
5 000 – 10 000	
10 000 – 70 000	
70 000 – 100 000	
100 000 – 300 000	
300 000 – 500 000	
500 000 – 700 000	
700 000 – 1 000 000	
1 000 000 – 5 000 000	
5 000 000 – 10 000 000	
10 000 000 – 20 000 000	
20 000 000 – 35 140 000	
vairāk kā 35 140 000	

f. **Dzimums**vīrietis sieviete **Paldies par atbildēm!**Sīkāka informācija: Ināra Kantāne - Inara.Kantane@lu.lv, tālr. 29491763

6. pielikums
Nodarbinātības valsts aģentūras
Novērtēšanas pētījums „Aktīvā nodarbinātības pasākuma
“Apmācība darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai, ja darba devējs ir pašvaldība”
rezultātu novērtējums” izstrāde
(NVA Nr.2010/61_ESF)

Ekspertu aptaujas anketa

Cien./god. eksperti!

Lūdzam Jūs piedalīties Nodarbinātības valsts aģentūras pasūtītajā novērtēšanas pētījumā, ko veic Latvijas Lauksaimniecības un meža zinātņu akadēmija, Eiropas Sociālā fonda projekta „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai” (100 Ls stipendiātu programma) Nr.1DP/1.3.1.5.0./09/IPIA/NVA/001 (turpmāk – *Pasākums*) ietvaros, 2010.gada 16.septembra līgums NVA Nr. 1.1.-10.2/4/4. Aptaujā iegūtie rezultāti tiks izmantoti tikai apkopotā veidā. Lūdzam izteikt Jūsu viedokli, kas ir ļoti būtisks kopēju pētījuma rezultātu sasniegšanai un rekomendāciju izstrādei darba praktizēšanas pasākumu efektīvākai realizācijai.

Atbildes uz anketas jautājumiem lūdzam sniegt divu darba dienu laikā no anketas saņemšanas brīža.

1. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi, pasargājot *Pasākumā* iesaistīto cilvēku mājsaimniecības no nokļūšanas galējā trūkumā

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

2. Dalībnieki *Pasākumā* tiek iekļauti rindas kārtībā (nosacījums „dalībniekus programmā iekļauj pieteikšanās *Pasākumam* kārtībā”). Lūdzam sniegt šāda nosacījuma ietekmi uz *Pasākuma* mērķa „sniegt atbalstu personām, kurām tas visvairāk nepieciešams” sasniegšanu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – mērķis netiek izpildīts; 10 – mērķis tiek pilnībā izpildīts)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

3. Lūdzam novērtēt šādus apgalvojumus:

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – pilnībā nepiekrītu, 10 – pilnībā piekrītu)

a. *Pasākuma* īstenošana (ar pašreizējo mehānismu – paredzot Ls 100 stipendiju un nodrošinot mazkvalificētus darbus) ir īstermiņa risinājums zudušo ienākumu kompensēšanai un tā īstenošana nav atbalstāma pēc ekonomiskās lejupslīdes beigām

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

b. *Pasākumā* iesaistītajiem cilvēkiem vienlaicīgi būtu jāļauj apmeklēt NVA koordinētos (organizētos) apmācību kursus

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

c. Stipendijas apmērs *Pasākumā* iesaistītajiem cilvēkiem ir optimāls (ņemot vērā valstī noteikto minimālo darba algu, kā arī citus sociālekonomiskos rādītājus)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- d. Pabalstu izmaksa pašvaldībās (piemēram, garantētais minimālais ienākums, utt.) nav pieļaujama personām, kuras neveic sabiedrībai lietderīgus darbus

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- e. *Pasākuma* ietvaros veicamie darbi būtu jānosaka, balstoties uz profesiju pieprasījumu darba tirgū, sniedzot cilvēkiem iespēju iegūt darba tirgū vajadzīgas prasmes

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- f. Būtu jāpaplašina *Pasākumā* ietvaros veicamo darbu klāsts, paredzot iespējas veikt arī vairāk kvalificētus darbus (piemēram, mājas lapu izstrāde pašvaldībās, un tml., ja to atļauj bez darba esošo cilvēku kvalifikācija)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- g. Būtu jāsamazina finansējums *Pasākumam*, paredzot vairāk līdzekļu apmācību nodrošināšanai bez darba esošiem cilvēkiem

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- h. Būtu jāpiemēro nosacījums aizliegt *Pasākumā* piedalīties cilvēkiem, ar kuriem līgums par dalību *Pasākumā* lauzts divas reizes (gadījumā, ja cilvēks bez brīdinājuma nav ieradies darbā vairāk kā trīs darbadienas vai arī veicis nopietnus darba pārkāpumus)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- i. Vienam cilvēkam jānosaka garāku periodu dalībai *Pasākumā* pašreizējo sešu mēnešu vietā

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- j. Lūdzam norādīt, Jūsaprāt, optimālo mēnešu skaitu dalībai *Pasākumā* 6 mēneši

Komentāri

4. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi uz bezdarbnieku kvalifikācijas paaugstināšanu (lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme)

- a. Bez darba esošiem cilvēkiem ar augstāko izglītību un darba pieredzi, kura neatbilst izglītības līmenim (iepriekš strādājis mazkvalificētus darbus)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- b. Bez darba esošiem cilvēkiem ar augstāko izglītību bez iepriekšējas darba pieredzes (nav strādājis pēdējo piecu gadu laikā)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- c. Bez darba esošiem cilvēkiem ar vidējo speciālo izglītību un darba pieredzi kvalificētu darbu veikšanā

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- d. Bez darba esošiem cilvēkiem ar vidējo speciālo izglītību un darba pieredzi, veicot mazkvalificētus darbus

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- e. Bez darba esošiem cilvēkiem ar vidējo speciālo izglītību un bez iepriekšējas darba pieredzes (nav strādājis pēdējo piecu gadu laikā)

1	2	3	4	3	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- f. Bez darba esošiem cilvēkiem ar vidējo izglītību un darba pieredzi, veicot kvalificētus darbus

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- g. Bez darba esošiem cilvēkiem ar vidējo izglītību un darba pieredzi, veicot mazkvalificētus darbus

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- h. Bez darba esošiem cilvēkiem ar vidējo izglītību un bez iepriekšējas darba pieredzes (nav strādājis pēdējo piecu gadu laikā)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- 5. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi uz neregistrētās nodarbinātības samazināšanu (lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme)**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

- 6. Lūdzam novērtēt bezdarbnieku iesaistes ilguma (6 mēneši viena gada periodā) no *Pasākuma* efektivitātes viedokļa**

(lūdzu, novērtējiet no 1 – 10, kur 1 – zema efektivitāte, 10 – augsta efektivitāte)

- a. administrēšanas izmaksas

1	2	3	4	5	6	7		9	10
---	---	---	---	---	---	---	--	---	----

- b. iespējas *Pasākuma* mērķa sasniegšanai

1	2	3		5	6	7	8	9	10
---	---	---	--	---	---	---	---	---	----

- c. bezdarbnieka sagatavošana darba tirgum

1		3	4	5	6	7	8	9	10
---	--	---	---	---	---	---	---	---	----

- 7. Lūdzam norādīt priekšlikumus *Pasākuma* īstenošanas mehānisma uzlabošanai (gan no *Pasākuma* mērķa sasniegšanas, gan no *Pasākuma* administrēšanas viedokļa)**

1)

2)

3)

4)

Komentāri

8. Lūdzam norādīt izmaiņas *Pasākuma* nosacījumos, kuras veicinātu bezdarbniekus atrast algotu darbu

1)

2)

3)

4)

Komentāri

9. Lūdzam norādīt izmaiņas *Pasākuma* nosacījumos, kuras veicinātu bezdarbniekus sākt savu uzņēmējdarbību

1)

2)

3)

4)

10. Lūdzam norādīt priekšlikumus citu NVA pakalpojumu pilnveidošanai, lai veicinātu bezdarbnieku atgriešanos darba tirgū

1)

2)

3)

4)

Komentāri

Atbildes sniedza:

Institūcija
Eksperta
Vārds, uzvārds
E-pasta adrese, telefons
Datums

Lūdzam norādīt laiku, kas bija nepieciešams anketas aizpildīšanai 0 stundas 20 min.

Sīkāka informācija par aptauju:

Ieva Brence, tālr. 67223448, 26363506

e – pasts: Ieva.Brence@lza.lv

Ināra Kantāne, tālr. 29491763

e – pasts: Inara.Kantane@lu.lv

PATEICAMIES PAR ATBILDĒM!

7. pielikums
Nodarbinātības valsts aģentūras
Novērtēšanas pētījums „Aktīvā nodarbinātības pasākuma
“Apmācība darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai, ja darba devējs ir pašvaldība”
Rezultātu novērtējums” izstrāde
(NVA Nr.2010/61_ESF)

Pašvaldību pārstāvju aptaujas anketa

Cien./god. pašvaldību eksperti!

Lūdzam Jūs piedalīties Nodarbinātības valsts aģentūras pasūtītajā novērtēšanas pētījumā, ko veic Latvijas Lauksaimniecības un meža zinātņu akadēmija, Eiropas Sociālā fonda projekta „Darba praktizēšanas pasākumu nodrošināšana pašvaldībās darba iemaņu iegūšanai un uzturēšanai”, Nr.1DP//1.3.1.5.0./09/IPIA/NVA/001 (turpmāk – *Pasākums*) ietvaros, 2010.gada 16.septembra līgums NVA Nr. 1.1.-10.2/4/4.

Aptaujā iegūtie rezultāti tiks izmantoti tikai apkopotā veidā. Lūdzam izteikt Jūsu viedokli, kas ir ļoti būtisks kopēju rezultātu sasniegšanai.

Atbildes uz anketas jautājumiem lūdzam sniegt piecu darba dienu laikā no anketas saņemšanas brīža.

1. Lūdzam norādīt *Pasākumā* iesaistīto cilvēku skaitu 2009. – 2010.gadā:

Gads	Cilvēku skaits	tai skaitā sievietes
2009		
2010(uz 01.11.2010)		

2. Lūdzam novērtēt dalības *Pasākumā* ietekmi uz bezdarbnieku aktivitāti bezdarbnieku pienākuma izpildē – darba meklēšanā 2010.g.

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

3. Lūdzam novērtēt stipendijas saņēmēju veikto darbu kvalitāti *Pasākuma* ietvaros

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – ļoti zema; 10 – ļoti augsta)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

4. Lūdzam galvenos iemeslus līgumu laušanai ar *Pasākumā* iesaistītajiem cilvēkiem

1)

2)

3)

Komentāri

5. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi uz bezdarbnieku spēju iekārtoties algotā darbā

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nespēj; 10 – ļoti labi spēj)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

6. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi uz bezdarbnieku sagatavotību strādāt patstāvīgi algotu darbu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nespēj; 10 – ļoti labi spēj)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

7. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi uz bezdarbnieku sagatavotību uzsākt savu uzņēmējdarbību

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nespēj; 10 – ļoti labi spēj)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Lūdzam novērtēt 2009. - 2010.g. *Pasākumā* nodarbināto cilvēku īpatsvaru, kuri, Jūsaprāt, varētu būt iesaistīti neregistrētajā nodarbinātībā

Gads	Cilvēku īpatsvars, %	tai skaitā sievietes
2009		
2010 (01.11.2010)		

9. Lūdzam novērtēt aptuveno naudas summu, ko, Jūsaprāt, varētu saņemt *Pasākumā* iesaistītais cilvēks no neregistrētās nodarbinātības (ja uzskatāms, ka *Pasākumā* iesaistītie cilvēki nav iesaistīti neregistrētajā nodarbinātībā, lūdzam norādīt atzīmi 0).

Gads	Naudas summa, Ls	tai skaitā sievietēm, Ls
2009		
2010 (01.11.2010)		

10. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi uz neregistrētās nodarbinātības samazināšanu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

11. Lūdzam norādīt pašvaldības ieguvumus (tai skaitā nemateriālos) no *Pasākuma* īstenošanas 2010.g.(nepieciešamības gadījumā lūdzam pievienot papildus rindas)

1)

2)

3)

Komentāri

12. Lūdzam norādīt pašvaldības izdevumus (kas nodrošināti papildus Eiropas Sociālā fonda piešķirtajiem līdzekļiem) *Pasākuma* īstenošanai 2010.g. (iespēju robežās precīzi norādot finansējumu)

1)

2)

3)

4)

Komentāri

13. Lūdzam novērtēt Pasākuma ietekmi uz pašvaldības budžetu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – Pasākuma īstenošana ir ļoti neizdevīga pašvaldībai;
10 – Pasākuma īstenošana ir ļoti izdevīga pašvaldībai)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

14. Lūdzam norādīt datus par Pasākumā iesaistīto cilvēku skaitu, kuri saņem pašvaldības izmaksātos sociālos pabalstus:

Izdevumu pozīcija	2009				2010 (01.11.2010)			
	Pabalsta apmērs, Ls	Pabalstu saņēmušo cilvēku skaits	tai skaitā Pasākumā iesaistīto cilvēku skaits	Mēnešu skaits, kuros maksāts pabalsts	Pabalsta apmērs, Ls	Pabalstu saņēmušo cilvēku skaits	tai skaitā Pasākumā iesaistīto cilvēku skaits	Mēnešu skaits, kuros maksāts pabalsts
GMI (garantētais minimālais ienākums)								
Kompensācija par apkuri								
Citi pabalsti (lūdzam norādīt)								
Citi pabalsti (lūdzam norādīt)								
Citi pabalsti (lūdzam norādīt)								

15. Lūdzam norādīt Pasākumā iesaistīto cilvēku skaitu, kuriem, līdz ar dalību Pasākumā, ir pārtraukta citu pabalstu izmaksa

Izdevumu pozīcija	2009		2010 (01.11.2010)	
	Pabalstu saņēmušo cilvēku skaits	Mēnešu skaits, kuros maksāts pabalsts	Pabalstu saņēmušo cilvēku skaits	Mēnešu skaits, kuros maksāts pabalsts
GMI (garantētais minimālais ienākums)				
Kompensācija par apkuri				
Citi pabalsti (lūdzam norādīt)				
Citi pabalsti (lūdzam norādīt)				
Citi pabalsti (lūdzam norādīt)				

16. Lūdzam novērtēt cilvēku motivāciju dalībai *Pasākumā*, ņemot vērā iespēju zaudēt citu pabalstu izmaksu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – cilvēkiem ir maza interese dalībai *Pasākumā*; 10 – cilvēkiem ir liela interese dalībai *Pasākumā*)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

17. Lūdzam norādīt cilvēku skaitu, kuri, Jūsaprāt, nevēlas ņemt dalību *Pasākumā*, ņemot vērā cita veida pieejamo finansējumu, kas paredzēts bezdarbniekiem (piemēram, GMI un kompensācijas par dzīvokli)

Gads	Cilvēku skaits	tai skaitā sievietes
2009		
2010(uz 01.11.2010)		

18. Lūdzam novērtēt *Pasākumā* iesaistīto personu iespējas savlaicīgi saņemt maksājumus - naudas ieskaitīšana *Pasākumā* iesaistītā cilvēka kontā

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – ar ievērojamu kavēšanos; 10 – bez jebkādas kavēšanās)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri (saistībā ar problēmām savlaicīgi saņemt maksājumus)

19. Lūdzam novērtēt stipendijas lieluma ietekmi uz *Pasākuma* mērķa – sniegt atbalstu personām, kurām tas visvairāk nepieciešams – sasniegšanu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – atbalstu praktiski nesaņem personas, kurām tas ir visvairāk nepieciešams; 10 – atbalsts pilnībā vērst uz personām, kurām tas ir visvairāk nepieciešams)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

20. Lūdzam norādīt *Pasākumā* iesaistīto cilvēku īpatsvaru, kuri, Jūsaprāt, pilnībā atbilst mērķim „sniegt atbalstu personām, kurām tas visvairāk nepieciešams”

	2009	2010
<i>Pasākumā</i> iesaistīto cilvēku īpatsvars (%), kuri pilnībā atbilst <i>Pasākuma</i> mērķim		

21. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* nosacījumu „dalībniekus programmā iekļauj pietiekšanās *Pasākumam* kārtībā” ietekmi uz *Pasākuma* mērķa „sniegt atbalstu personām, kurām tas visvairāk nepieciešams” sasniegšanu

(lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

22. Bezdarbnieku iesaistes ilguma (6 mēneši viena gada periodā) izvērtējums no *Pasākuma* efektivitātes viedokļa

(lūdzu, novērtējiet no 1 – 10, kur 1 – zemas, 10 – augstas)

22.1. administrēšanas izmaksas

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

22.2. iespējas *Pasākuma* mērķa sasniegšanai

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

22.3. bezdarbnieka sagatavošana darba tirgum

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

22.4. lūdzam norādīt, Jūsaprāt, optimālo ilgumu bezdarbnieku iesaistei *Pasākumā* __mēneši

22.5. citi kritēriji (*lūdzu, minēt un novērtēt*)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

23. Bezdarbnieku iesaistes kritēriju „piedaloties *Pasākumā*, nesaņemt bezdarbnieka pabalstu vai vecuma pensiju priekšlaicīgi” izvērtējums no *Pasākuma* efektivitātes viedokļa

(*lūdzu, novērtējiet no 1 – 10, kur 1 – zemas, 10 – augstas*)

23.1. administrēšanas izmaksas

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23.2. iespējas pasākuma mērķa sasniegšanai

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23.3. bezdarbnieka sagatavošana darba tirgum

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23.4. lūdzam norādīt, Jūsaprāt, optimālo ilgumu bezdarbnieku iesaistei *Pasākumā* __mēneši

24. Lūdzam novērtēt darba drošības noteikumu ievērošanu *Pasākumā* laikā

(*lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – zema darba drošība; 10 – augsta darba drošība*)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

25. Lūdzam novērtēt veselības aizsardzības noteikumu ievērošanu *Pasākumā* laikā

(*lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – zema darba drošība; 10 – augsta darba drošība*)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

26. Lūdzam novērtēt *Pasākuma* ietekmi, pasargājot *Pasākumā* iesaistīto cilvēku mājsaimniecības no nokļūšanas galējā trūkumā

(*lūdzu, atzīmējiet no 1 līdz 10, kur 1 – nav ietekmes; 10 – ļoti liela ietekme*)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Komentāri

27. Lūdzam norādīt priekšlikumus *Pasākuma* īstenošanas mehānisma uzlabošanai (gan no *Pasākuma* mērķa sasniegšanas, gan no *Pasākuma* administrēšanas viedokļa)

1)

2)

Komentāri

28. Lūdzam norādīt priekšlikumus citu NVA pakalpojumu pilnveidošanai, lai veicinātu Pasākumā iesaistīto bezdarbnieku atgriešanos darba tirgū

1)

2)

3)

Komentāri

Atbildes sniedza:

Pašvaldība
Struktūrvienība
Amats
Vārds, uzvārds
E-pasta adrese, telefons
Datums

Lūdzam norādīt laiku, kas bija nepieciešams anketas aizpildīšanai ____ stundas ____ min.

Sīkāka informācija par aptauju:

Ieva Brence, tālr. 67223448, 26363506

e – pasts: Ieva.Brence@lza.lv

Ināra Kantāne, tālr. 29491763

e – pasts: Inara.Kantane@lu.lv**PATEICAMIES PAR ATBILDĒM!**