



# Global Entrepreneurship Monitor

*Latvijas Ziņojums 2006*

*Vjačeslavs Dombrovskis, Olga Rastrigina, Andrejs Jākobsons*  
*TeliaSonera Institūts Rīgas Ekonomikas Augstskolā*



TeliaSonera



LATVIAN FACTS  
Market and Public Opinion Research



RĪGAS EKONOMIKAS AUGSTSKOLA  
STOCKHOLM SCHOOL OF ECONOMICS IN RIGA

# UZŅĒMĒJDARBĪBAS GLOBĀLAIS MONITORINGS

LATVIJAS ZIŅOJUMS 2006

Vjačeslavs Dombrovskis  
Olga Rastrigina  
Andrejs Jākobsons

Projekta Dalībnieki un Sadarbības Partneri:

TeliaSonera Institūts Rīgas Ekonomikas Augstskolā  
Baltijas Starptautiskais Ekonomikas Politikas Studiju Centrs BICEPS  
Latvijas Fakti

## PRIEKŠVārds

Šis jau ir otrais Latvijas Uzņēmējdarbības Globālā Monitoringa (Global Entrepreneurship Monitor jeb GEM) izdevums, un tā galvenā apskatītā tēma ir inovācijas. GEM ir nozīmīgs starptautisks projekts, kura mērķis ir uzņēmējdarbības procesa izpēte un analīze visdažādākajās pasaules valstīs. Latvijas ziņojums ir balstīts uz datiem, kas iegūti speciāli GEM projekta nolūkiem. Ziņojumu ir izstrādājusi pētnieku komanda no TeliaSonera Institūta Rīgas Ekonomikas Augstskolā (REA), Baltijas Starptautiskā Ekonomikas Politikas Studiju Centra BICEPS un REA. Mēs uzdrošināmies cerēt, ka Latvijas GEM bagātinās zināšanas un izpratni par faktoriem, kas ietekmē uzņēmējdarbības aktivitāti un inovācijas valsti.

Pateicamies TeliaSonera un TeliaSonera Institūta Rīgas Ekonomikas Augstskolā par dāsno atbalstu, kas Latvijai deva iespēju piedalīties GEM projektā.

Anders Paalzow  
REA rectors

Alf Vanags  
BICEPS direktors

## SATURS

Saīsinājumi, kas parādās GEM ziņojumā.....	5
Autori .....	5
Pateicības .....	5
GEM terminoloģija .....	6
Kopsavilkums.....	6
1. Ievads GEM un pētījuma mērķis .....	8
2. Uzņēmējdarbība Latvijā .....	9
3. Latvijas uzņēmēju portrets .....	16
4. Jauna uzņēmuma finansēšana .....	21
5. Inovatīvā uzņēmējdarbība .....	24
6. Teliasonera institūta atbalstītie pētījumi .....	28
7. Secinājumi un norādījumi politikai veidošanai .....	30
Pielikums A: GEM pieeja un datu ieguve .....	31
Pielikums B: GEM valstu komandas 2006.....	32
Atsauces .....	36

## ATTĒLU SARAKSTS

Attēls 1: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte pa valstīm 2006. gadā .....	9
Attēls 2: Nobriedušo uzņēmumu īpašnieki pa valstīm 2006. gadā .....	10
Attēls 3: Agrinās uzņēmējdarbības aktivitāte un IKP uz iedzīvotāju Eiropas valstīs 2006. gadā .....	11
Attēls 4: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis pa reģioniem, 2005. un 2006. gads .....	13
Attēls 5: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte Latvijā pa sektoriem .....	14
Attēls 6: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības motivācija pa valstīm 2006. gadā .....	15
Attēls 7: Uzņēmējdarbības aktivitāte pēc dzimuma, 2005. un 2006. gads .....	16
Attēls 8: Agrinās uzņēmējdarbības aktivitāte atsevišķās valstīs pēc vecuma, 2006. gads .....	17
Attēls 9: Agrinās uzņēmējdarbības aktivitāte Latvijā pēc tautības, 2006. gadā .....	18
Attēls 10: Agrinās uzņēmējdarbības aktivitāte pēc izglītības līmeņa, 2005. un 2006. gadā .....	19
Attēls 11: Finansējuma avoti uzņēmuma dibināšanai, 2006. gads .....	22
Attēls 12: Neformālo investoru izplatības rādītāji atlasē valstīs 2005. un 2006. gadā .....	23
Attēls 13: Kopējais neformālo investīciju apjoms procentuāli no IKP, 2006. gads .....	23
Attēls 14: Inovatīvo uzņēmēju definīcijas .....	25
Attēls 15: Inovatīvā uzņēmējdarbība 2005. un 2006. gadā .....	25
Attēls 16: Produktu un procesu inovācijas starp inovāciju ieviesējiem 2005./2006. gadā .....	25
Attēls 17: Uzņēmumu eksporta orientācijas tendences 2005. un 2006. gadā .....	26
Attēls 18: Izglītības līmenis starp uzņēmējiem un ne-uzņēmējiem 2006. gadā .....	27

## TABULU SARAKSTS

Tabula 1: Uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāji Latvijā .....	11
Tabula 2: Uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis pa valstīm 2006. gadā .....	12
Tabula 3: Agrinā uzņēmējdarbība pēc izglītības, atlasē valstīs, 2006. gads .....	20

## SAĪSINĀJUMI, KAS PARĀDĀS GEM ZIŅOJUMĀ

<b>APS</b>	Pieaugušo Iedzīvotāju Apsekojums (Adult Population Survey)
<b>BICEPS</b>	Baltijas Starptautiskais Ekonomikas Politikas Studiju Centrs
<b>GEM</b>	Uzņēmējdarbības Globālais Monitorings (Global Entrepreneurship Monitor)
<b>PSED</b>	Uzņēmējdarbības Dinamikas Panelpētījums (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics)
<b>IKP</b>	Iekšzemes kopprodukts
<b>ES</b>	Eiropas Savienība
<b>ISIC</b>	Starptautiskā standartizētā visu ekonomiskās darbības veidu klasifikācija
<b>P&amp;A</b>	Pētījumi un attīstība
<b>IT</b>	Informāciju Tehnoloģijas
<b>SIBiL</b>	Inovatīvo uzņēmumu apsekojums Latvijā (Survey of Innovative Businesses in Latvia)
<b>GALES</b>	Globālais uzņēmējdarbības ilgtermiņa pētījumu novērtējums (Global Assessment of Longitudinal Entrepreneurial Studies)
<b>CIS</b>	Kopienes inovāciju apsekojums (Community Innovation Survey)
<b>OECD</b>	Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija
<b>REA</b>	Rīgas Ekonomikas Augstskola

## AUTORI

**Vjačeslavs Dombrovskis**, Globālā Uzņēmējdarbības Monitoringa projekta Latvijas komandas koordinators, zinātniskais līdzstrādnieks TeliaSonera Institutā REA un Baltijas Starptautiskajā Ekonomikas Politikas Studiju Centrā BICEPS un docents Rīgas Ekonomikas Augstskolā.

### Kontaktinformācija:

Strēlnieku iela 4a, LV-1010, Rīga, Latvija.  
Tālrunis: +371 7039319; Fakss: +371 7830249  
E-pasts: slavad@sseriga.edu.lv

**Olga Rastrigina**, zinātniskā līdzstrādniece TeliaSonera Institutā REA un BICEPS, specializējas uzņēmējdarbības un darba tirgus pētījumos. Olga Rastrigina būs GEM Latvijas komandas koordinatore, sākot ar 2007. gada projekta pētījuma ciklu.

### Kontaktinformācija:

Strēlnieku iela 4a, LV-1010, Rīga, Latvija.  
Tālrunis: +371 7039320; Fakss: +371 7039318  
E-pasts: olga@biceps.org

**Andrejs Jākobsons**, zinātniskais līdzstrādnieks TeliaSonera Institutā REA un BICEPS, specializējas inovāciju un darba tirgus pētījumos. Andrejs Jākobsons arī ir ekonomikas pasniedzējs Rīgas Biznesa Skolā.

### Kontaktinformācija:

Strēlnieku iela 4a, LV-1010, Rīga, Latvija.  
Tālrunis: +371 7039320; Fakss: +371 7039318  
E-pasts: andrejs@biceps.org

## PATEICĪBAS

GEM Latvijas komanda izsaka sirsnīgu pateicību visiem ekspertiem un uzņēmējiem, kas piedalījās pētījumā. Pateicamies par dāsni veltīto laiku un komentāriem, kas bagātināja mūsu izpratni par uzņēmējdarbību Latvijā.

Pateicamies arī Latvijas Faktiem par teicami paveiktu darbu, veicot pieaugušo iedzīvotāju aptauju Uzņēmējdarbības Globālajam Monitoringsam.

Sirsnīga pateicība TeliaSonera par dāsno atbalstu, kas ļāva īstenot Latvijas daļu GEM 2006.

Visbeidzot pateicamies Andersam Paalzow un Alfam Vanagam par vērtīgajiem komentāriem šī darba iepriekšējām versijām; Kristoferam Goddardam par rediģēšanu; un Sergejam Gubinam par palīdzību pētījuma veikšanā.

## GEM TERMINOLOĢIJA

### Topošie uzņēmēji

Topošie uzņēmēji ir indivīdi vecumā no 18 līdz 64 gadiem, kas pašreiz dibina jaunu uzņēmumu, kas viņiem pilnībā vai daļēji piederēs. Jaunais uzņēmums vairs nav tikai idejas stadijā, jo pēdējo 12 mēnešu laikā jau ir veikti konkrēti pasākumi tā uzsākšanai, kā, piemēram, ir gādāts par aprīkojumu vai meklētas telpas, izveidota dibinātāju komanda, izstrādāts biznesa plāns, veikti līdzekļu uzkrājumi, utt. Tai pat laikā uzņēmums vēl nav pilnībā uzsācis darbību, kas nozīmē, ka algas darbiniekiem vai īpašniekiem nav izmaksātas ilgāk par trim mēnešiem.

### Jauno uzņēmumu vai firmu īpašnieki

Jauno uzņēmumu vai firmu īpašnieki ir indivīdi, kas vada jaunu uzņēmumu, kas tiem pilnībā vai daļēji pieder, un ir izmaksājuši algas īpašniekiem ilgāk par trim mēnešiem, bet mazāk par 42 mēnešiem (3.5 gadi).

## KOPSAVILKUMS

GEM sniedz detalizētu informāciju par uzņēmējdarbības aktivitāti Latvijā. Informācija un analīze, kas iekļauta pētījumā, var kalpot kā unikāls informācijas avots par jaunākajām tendencēm uzņēmējdarbībā valstī, un ir paredzēta politikai veidotājiem, uzņēmējiem un pētniekiem.

2006. gada apsekojuma rezultāti norāda, ka apmēram 4% pieaugušo iedzīvotāju Latvijā ir topošie uzņēmēji (topošās uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs), un šis rādītājs praktiski nav mainījies, salīdzinot ar iepriekšējo novērojumu 2005. gadā. Agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis bija 6.6% pieaugušo iedzīvotāju. Salīdzinājumā ar citām post-sociālisma valstīm, kas piedalījās GEM, Latvijai ir augstāki rādītāji; tomēr uzņēmējdarbības aktivitāte raksturojama kā zema uz tādu valstu fona kā ASV, Austrālija un Ķīna. Arī nobriedušo uzņēmumu aktivitātes rādītājs valstī GEM pētījuma kontekstā uzskatāms par vidēju. Visbeidzot kopējais uzņēmējdarbības rādītājs bija 12%, kas norāda, ka 2006. gadā Latvijā uzņēmējdarbībā bija iesaistīti ap 180 tūkstošiem iedzīvotāju. Izmaiņas vairākos aktivitātes rādītājos liek domāt, ka, salīdzinot ar 2005. gadu, kopējo situāciju varētu vērtēt pozitīvi. Neskatoties uz to, vairākus aspektus, kas saistīti ar uzņēmējdarbības dinamiku un uzņēmēju pāreju no viena biznesa attīstības cikla uz nākamo labāk var izvērtēt iepazīstoties ar Uzņēmējdarbības Dinamikas Panelpētījuma (PSED) rezultātiem.

GEM pētījumā iesaistīto valstu datu analīze norāda, ka eksistē nelineāra sakarība starp uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni un ekonomisko attīstību, jo zems IKP līmenis uz vienu iedzīvotāju saistās ar lielu skaitu mazu uzņēmumu valstī. Pieaugot IKP līmenim uz iedzīvotāju, rodas vairāk iespēju gūt labumu no apjoma mēroga efektiem, tādējādi samazinās vidējā uzņēmējdarbības aktivitāte. Tomēr, ja ekonomiskā izaugsme uz iedzīvotāju turpinās, tad uzņēmējdarbības sektors atkal kļūst aizvien nozīmīgāks. Tādējādi nav jābrīnās, ka Latvijā un dažās citās valstīs uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāji ir augstāki nekā attīstītākajās ES-15 valstīs.

### Nobriedušo uzņēmumu īpašnieki

Nobriedušo uzņēmumu īpašnieki ir indivīdi, kas vada un kam pieder daļas uzņēmumā, kas ir izmaksājis algas īpašniekiem ilgāk par 42 mēnešiem (3.5 gadi).

### Agrinās stadijas uzņēmēji

Termins "agrīnās stadijas uzņēmēji" apvieno topošos uzņēmējus un jauno uzņēmumu īpašniekus. Tas aptver uzņēmējdarbību tās sākuma stadijā, sākot no pirmajiem aktīvajiem soļiem, kas tiek sperti, lai uzsāktu uzņēmumu, līdz brīdim, kad uzņēmums ir izmaksājis algas īpašniekiem 3.5 gadus.

### Uzņēmējdarbība kopumā

Uzņēmējdarbības kopējais rādītājs apvieno uzņēmējus agrīnajās stadijās un nobriedušo uzņēmumu īpašniekus. Tādējādi šī grupa aptver visus uzņēmējus un visas biznesa cikla stadijas.

Latvijā vērojamas nozīmīgas atšķirības uzņēmējdarbības aktivitātē reģionu līmenī. 2006. gada apsekojuma rezultāti norāda, ka, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, uzņēmējdarbības aktivitāte ir pieaugusi Rīgā, Latgalē un Kurzemē. Atšķirības starp reģioniem ir palielinājušās, un tā rezultātā uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis Rīgā ir divas reizes augstāks nekā Zemgalē (reģions, kur ir viszemākais uzņēmējdarbības līmenis).

Kopumā ņemot, galvenie agrīnās uzņēmējdarbības rādītāji Latvijā ir līdzīgi novērojumiem citās Eiropas valstīs. Vēl joprojām visbiežāk agrīnās uzņēmējdarbības aktivitātes Latvijā vērojamas sadzīves pakalpojumu sektorā. Neskatoties uz to, šeit vērojams samazinājums, salīdzinot ar 2005. gadu (kritiens no 42.8% uz 37.5%); aktivitāte ir samazinājusies arī korporatīvo pakalpojumu sektorā (no 22.5% līdz 18.8%). Tai pat laikā nozīmīgi pieaugusi aktivitāte pārveidošanas sektorā (vairāk kā 9% pieaugums), ko var skaidrot ar to, ka joprojām turpinās celtniecības bums (2006. gadā agrīnās uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs šajā nozarē dubultojs).

Lielāko daļu agrīnās stadijas uzņēmēju Latvijā (77%) motivē izdevība izmantot saskaņā ar iespēju un stipri mazāks skaits uz sāk uzņēmējdarbību nepieciešamības spiesti, t.i. tādēļ, ka nespēj atrast darbu. Latvijā ir līdzīga proporcija iespējas un nepieciešamības motivēto uzņēmēju kā Eiropas valstīs. Nepieciešamības spiesta uzņēmējdarbība Latvijā rodas galvenokārt kā sekas šokam pārejas periodā uz tirgus ekonomiku un pārsvarā skar gados vecākos strādājošos.

Tipisks agrīnās stadijas uzņēmējs Latvijā ir 30 gadus vecs latviešu vīrietis ar augstāko izglītību, kas dzīvo Rīgā, un viņa uzņēmums visticamāk darbojas sadzīves pakalpojumu vai pārveidošanas sektoros. Salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu tipiskais uzņēmējs ir kļuvis jaunāks un izglītotāks.

Latvijā uzņēmējdarbībai vēl joprojām ir izteikta dzimumu dimensija. Dati, kas mums pieejami, liecina, ka nevienlīdzībai uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājos starp vīriešiem un sievietēm ir tendence saglabāties, jo novērojamas līdzīgas atšķirības aktivitātes rādītājiem gan agrīnajā uzņēmējdarbībā, gan arī starp nobriedušajiem uzņēmumiem. Tai pat laikā redzams, ka vīriešiem un sievietēm uzņēmējiem ir līdzīgs prasmju līmenis (tas ir unikāls novērojums, kas krasi atšķiras no citām Eiropas valstīm), kas ļauj priest, ka sievietēm Latvijā ir ievērojams uzņēmējdarbības potenciāls.

Latvijas uzņēmēji ir ļoti jauni, salīdzinot ar citām valstīm (vairāk kā 60% agrīno uzņēmēju ir vecumā zem 34 gadiem). Uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāji gados vecākiem iedzīvotājiem ir daudz zemāki, kas norāda uz zināmu izaicinājumu Latvijai, ņemot vērā iedzīvotāju novecošanos.

Runājot par uzņēmējdarbības etnisko dimensiju, 2006. gada dati parāda, ka starp nelatviešiem ir ievērojami palielinājusies uzņēmējdarbības aktivitāte. Vispieņemamākais skaidrojums varētu būt tas, ka jaunākajām nelatviešu vecuma kohortām ir vieglāk kļūt par uzņēmējiem, jo viņām ir labākas latviešu valodas zināšanas. Nobriedušajā uzņēmējdarbībā aktivitātes rādītāji ir pieauguši visām etniskajām grupām.

GEM rezultāti liecina, ka to iedzīvotāju īpatsvars, kam ir vismaz bakalaura grāds, uzņēmēju vidū ir vismaz par desmit procentiem augstāks nekā starp parastiem nodarbinātajiem. Palielinājusies agrīnās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte iedzīvotājiem, kam ir viszemākā izglītība (vidējā vai zemāka). Arī vecāku pieredzei ir nozīmīga loma nosakot uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni: 25% uzņēmēju vecāki iepriekš bijuši saistīti ar uzņēmējdarbību, salīdzinājumā ar tikai 11% starp ne-uzņēmējiem.

Analizējot topošo uzņēmumu finansējumu Latvijā, var secināt, ka izmaksas, lai uzsāktu uzņēmumu 2006. gada laikā ir praktiski dubultojušās, salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Jaunajiem uzņēmumiem visnozīmīgākais finansējuma avots ir pašu kapitāls (ši finansējuma avota īpatsvars palielinājās no 60% 2005. gadā līdz 76% 2006. gadā). Aptuveni puse topošo uzņēmēju plāno uzsākt uzņēmumu, izmantojot kā avotu tikai savus līdzekļus. Topošie uzņēmēji arī jūtas droši par iespējām saņemt pieprasīto aizņēmumu finansu institūcijās. Aptuveni 70% uzņēmēju, kas plāno piesaistīt ārējo finansējumu, kā potenciālo finansējuma avotu minēja vismaz vienu neformālo investoru (radniekus, kolēģus, un draugus). Neformālo investīciju jomā Latvija ir ceturtajā vietā no 42 GEM projektā iesaistītajām valstīm, un neformālās investīcijas veido 2.5% no IKP.

Aptuveni puse Latvijas uzņēmēju bija vismaz daļēji inovatīvi. Vispopulārākais inovāciju veids 2006. gadā bija nevis jaunu tehnoloģiju veidu izmantošana, bet gan jaunu produktu izveide. Vēl viens nozīmīgs secinājums ir, ka inovatīvās firmas darbojas visās tautsaimniecības nozarēs. Šie rezultāti ir pretrunā ar vispārpieņemto uzskatu, ka inovācijas galvenokārt saistās ar informāciju tehnoloģiju nozari, jo šogad par veiktajām inovāci-

jām informēja arī uzņēmumi daudz tradicionālākos sektoros kā, piemēram, lauksaimniecība.

Inovatīvie uzņēmēji ir vairāk orientēti uz eksportu. Aptuveni 33 procentiem augsti inovatīvo uzņēmēju (inovatoru kodols) vairāk kā puse klientu 2006. gadā atradās ārpus Latvijas (tikai 16 procentiem ne-inovatīvo uzņēmēju). Vēl viens interesants novērojums ir, ka inovatīvajiem uzņēmējiem ir labākas svešvalodu zināšanas. Īpaši izteikta atšķirība ir angļu valodas zināšanās starp inovatoriem un ne-inovatoriem. Tas norāda, ka uzņēmēji, kas runā angļu valodā, var labāk iekļauties ārvalstu tirgos un spēj labāk absorbēt inovatīvas darbības. Pievērsoties saistībai starp izglītību un inovācijām, jāsecina, ka šeit nav novērojama vienkārša lineāra sakarība. Aptuveni pusei inovatoru kodola ir izglītība uzņēmējdarbībā vai inženierzinātnēs (gan 2005, gan 2006. gadā), kas norāda, ka šāda izglītība veicina spēju radīt inovācijas. Rezultāti ļauj nosliekties par labu apgalvojumam, ka profesionālā izglītība vairāk motivē inovācijas nekā akadēmiskā izglītība.

## 1. IEVADS GEM UN PĒTĪJUMA MĒRĶIS

Uzņēmējdarbības Globālā Monitoringa (Global Entrepreneurship Monitoring jeb GEM) izpētes programma veic uzņēmējdarbības aktivitātes novērtējumu pasaules valstīs. Programma uzsāka pētījumu 1999. gadā 10 valstīs, bet 2006. gadā pētījums aptvēra jau 42 valstis. 2007. gadā GEM pētījums tiks veikts 43 valstīs. GEM pētījuma ieguldījums zināšanu bāzes veidošanā un izpratnē par uzņēmējdarbības procesu ir unikāls ar to, ka pašreiz neeksistē alternatīvas datu bāzes, kas varētu sniegt vienotu salīdzināmu informāciju par valstīm un veikt uzņēmējdarbības aktivitātes aplēses globālā kontekstā.

GEM trīs galvenie mērķi ir:

- Novērtēt uzņēmējdarbības aktivitātes līmeņa atšķirības starp valstīm.
- Izvērtēt uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni noteicošos faktorus.
- Identificēt politikas, kas varētu sekmēt uzņēmējdarbību.

Uz šo mērķu fona GEM galveno uzmanību pievērš indivīda lomai uzņēmējdarbībā. Galu galā tieši indivīdi ir tie, kas uzsāk jaunus uzņēmumus un ar savu attieksmi ietekmē esošo uzņēmumu izaugsmes iespējas, neatkarīgi no to lieluma. Bez šaubām, uzņēmējdarbība ir komplekss fenomens, kas darbojas dažādās vidēs un situācijās. Piemēram, indivīds, kas cenšas uzsākt uzņēmumu augstas tirgus konkurences apstākļos uzskatāms par uzņēmēju pat neskatoties uz to, ka tam nav nozīmīga izaugsmes potenciāla. Cits uzņēmējs savukārt var būt esoša uzņēmuma īpašnieks, kas jau vairākus gadus darbojas tirgū, bet vēl joprojām ir inovatīvs, konkurētspējīgs un vēlas sasniegt izaugsmi. Arī šāds indivīds būtu uzskatāms par uzņēmēju.

GEM analizē uzņēmējdarbību dažādos tās biznesa cikla posmos. Uzņēmuma uzsākšanas posmu raksturo tas, ka tiek saskatīta biznesa iespēja un veikti konkrēti soļi, lai to īstenotu, tai skaitā finansējuma piesaiste, produkta vai pakalpojuma izveide, un klientu piesaiste. Tad jaunais uzņēmums tiek uzsākts un paplašinās, pakāpeniski sasniedzot brieduma stadiju. Protams, nav nekādas garantijas, ka notiks pāreja no viena posma uz nākamo un ka uzņēmums būs veiksmīgs. Ceļā no uzņēmuma dibināšanas līdz veiksmīga uzņēmuma izveidei un brieduma stadijai jāpārvar neskaitāmi šķēršļi un grūtības.

GEM nozīmīga priekšrocība ir tā, ka pētījumā tiek izmantoti kvalitatīvi dati, kas iegūti veicot pieaugušo iedzīvotāju aptaujas katrā projekta dalībvalstī. 2006. gadā GEM dalībvalstīs tika aptaujātas reprezentatīvas izlases no nejausi izvēlētiem pieaugušajiem, kuru skaits svārstījās no 1'500 līdz pat 35'000 indivīdiem. Latvijā GEM pieaugušo iedzīvotāju apsekojums (adult population survey jeb APS) tika veikts 2006. gada jūlijā un augusta mēnešos. Latvijas Fakti, kas ir profesionāla socioloģisko pētījumu firma, veica telefona intervijas ar 1'958 iedzīvotājiem vecumā no 18 līdz 64 gadiem. Šajā pētījumā prezentēti veikta apsekojuma rezultāti, kā arī apsekojumu rezultāti citās projekta dalībvalstīs.

## 2. UZŅĒMĒJDARBĪBA LATVIJĀ

GEM pieaugušo iedzīvotāju aptaujas rezultāti parāda, ka 2006. gadā Latvijā bija aptuveni 60'000 topošo uzņēmēju. Tas ir aptuveni 4% pieaugušo iedzīvotāju – topošās uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs.<sup>1</sup> Topošie uzņēmēji ir indivīdi, kas veica reālus pasākumus, lai iedzīvinātu biznesa idejas. Viņi ir uzņēmuma izveides pašā sākumposmā. Šis posms var ilgt tikai dažas nedēļas, bet var arī aizņemt vairākus gadus, kamēr tiek izveidots darbojošs uzņēmums.

Topošās uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs ir apmēram tāds pats kā 2005. gadā, bet tas nenozīmē, ka vieni un tie paši indivīdi bija topošie uzņēmēji gan 2005., gan 2006. gadā. Katru gadu vairākiem topošajiem uzņēmējiem izdodas uzsākt biznesu, citi turpina dibināt uzņēmumus, bet citiem centieni nevainojas ar panākumiem un viņi beidz uzņēmējdarbību. Tajā pašā laikā uzņēmējdarbībai pievienojas jauni indivīdi no kopējās iedzīvotāju kopas. Tādējādi var secināt, ka pieaugušo iedzīvotāju aprīte uzņēmējdarbības pirmajā stadijā ir samērā stabila.

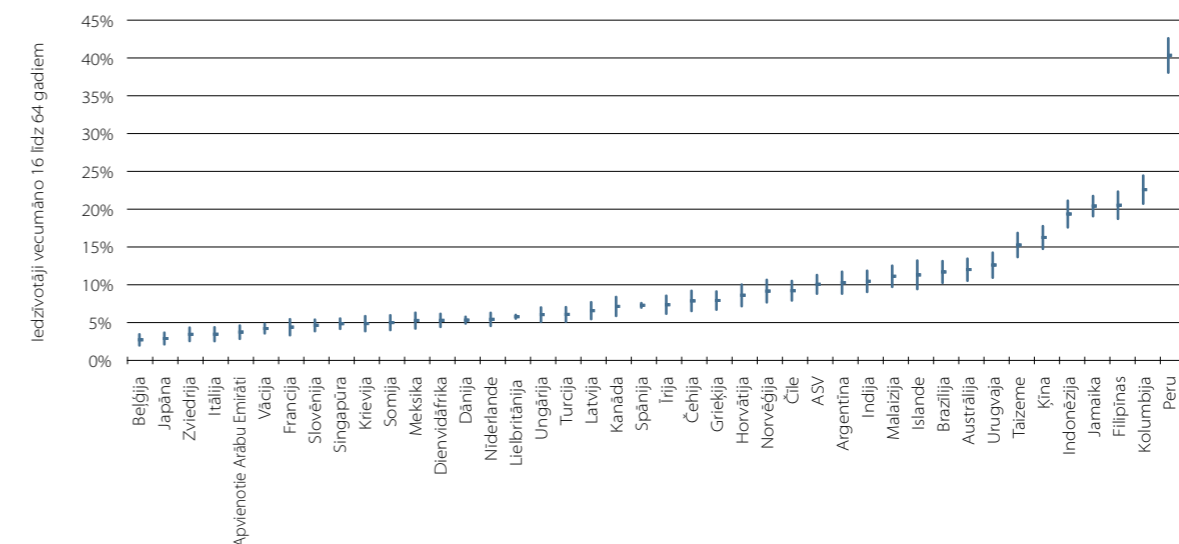
Brīdī, kad topošais uzņēmums uzsāk darbību tirgū, tas kļūst par jauno uzņēmumu, kas uzskatāms par uzņēmējdarbības nākamo posmu. GEM metodoloģijas ietvaros, brīdis, kas apzīmē pāreju no topoša uzņēmuma uz jaunu uzņēmumu ir algu izmaksa ilgāk par trim mēnešiem. Par jauniem uzskata tikai tos uzņēmumus, kas ir izmaksājuši algas periodā, kas isāks par 3.5 gadiem. Jauna uzņēmuma īpašnieks ir persona, kam (daļēji vai pilnībā) pie-

der uzņēmums, un kas to arī vada. GEM apsekojuma rezultāti parāda, ka 2006. gadā bija aptuveni 40 000 jauno uzņēmumu īpašnieku, kas ir 2.7% pieaugušo iedzīvotāju.

Topošie uzņēmēji un jauno uzņēmumu īpašnieki kopā veido agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāju. Saskaitot kopā<sup>2</sup>, noteicām, ka Latvijā 2006. gadā agrinajā uzņēmējdarbībā bija iesaistīti aptuveni 100 000 indivīdi. Tas atbilst 6.6% pieaugušo iedzīvotāju – agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs. Agrinajai uzņēmējdarbībai GEM pētījumā tiek veltīts galvenais uzsvars, jo šis posms, iespējams, ir visnozīmīgākais jauna uzņēmuma dzīves ciklā un noteicošais, vai uzņēmums izdzīvos vai arī nē. Neskatoties uz tās nozīmību, oficiālie dati bieži vien tik pamatīgi neaptver šo uzņēmēju grupu, jo topošie uzņēmēji parasti vēl nav reģistrējuši savus uzņēmumus Uzņēmumu Reģistrā.

Kā agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs Latvijā izskatās uz citu valstu fona? Attēlā 1 redzams Latvijas rādītājs, salīdzinājumā ar pārējām 42 valstīm, kas piedalījās GEM 2006. gada projektā. Attēlā uzskatāmi parādīts, ka agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis ir vidējs. Tas ir ievērojami augstāks nekā vairākās attīstītākajās Eiropas valstīs kā Beļģijā, Zviedrijā, Vācijā un Spānijā. Latvijas iedzīvotāji biežāk iesaistās uzņēmējdarbībā nekā citās post-sociālisma valstīs kā Slovēnijā, Ungārijā un Krievijā. Tajā pašā laikā agrinās uzņēmējdarbības rādītāji ir krietni zem tādu valstu rādītājiem kā ASV, Ķīna un Austrālija.

Attēls 1: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte pa valstīm 2006. gadā



Piezīme: Vertikālie stabīni grafikā atspoguļo 95% statistiskā nozīmīguma intervālus. Ja tiktu veikta visu pieaugušo iedzīvotāju aptauja, tad aktivitātes rādītājs sakristu ar šo intervālu ar 95% varbūtību.

<sup>1</sup> GEM aptaujās piedalās tikai pieaugušie iedzīvotāji vecumā no 18 līdz 64 gadiem.

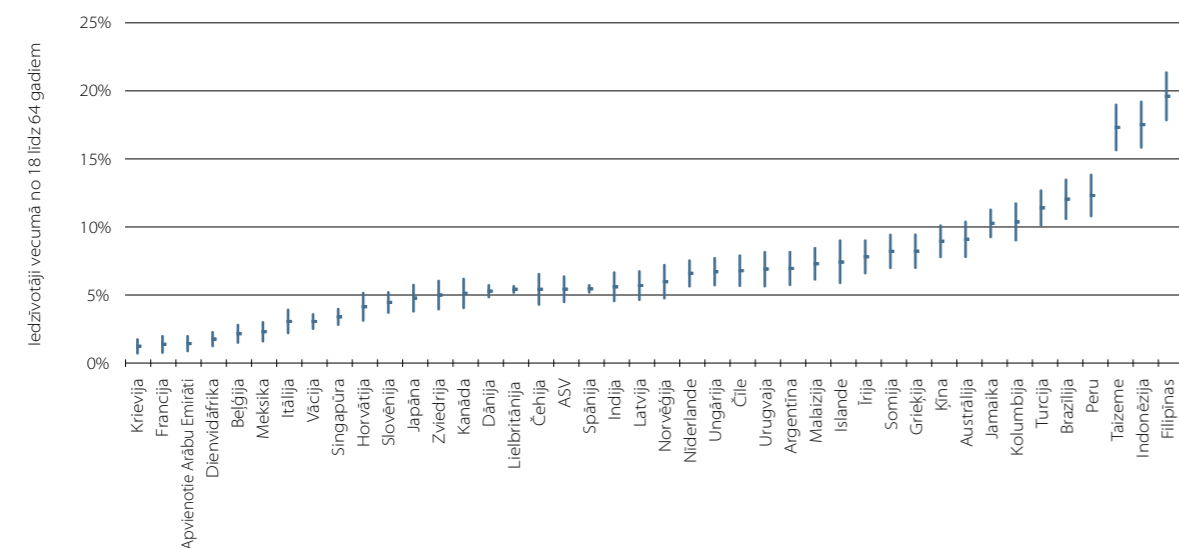
<sup>2</sup> Iedzīvotāji, kas pašreiz dibina uzņēmumus un tai pat laikā ir jaunu uzņēmumu īpašnieki, agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājā tiek ieskaitīti tikai vienreiz.

Lai gan pēdējo divu gadu laikā agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis saglabājās praktiski nemainīgs, Latvija, salīdzinot ar 2005. gadu, 2006. gadā uz citu valstu fona ir zaudējusi dažas vietas kopējā rangā. Viens no iemesliem ir pieaugošie agrinās uzņēmējdarbības rādītāji vairākās valstīs, piemēram, Horvātijā, Grieķijā un Spānijā. Otrs iemesls ir tāds, ka 2006. gadā GEM projektam pievienojās valstis ar relatīvi augstiem agrinās uzņēmējdarbības rādītājiem, to vidū Indija, Indonēzija, Malaizija un Filipīnas.<sup>3</sup>

Agrinās stadijas uzņēmējdarbības rādītājs kalpo kā dinamisma un nākotnes potenciāla indikators ekonomikā. Parasti jaunie uzņēmumi ir ļoti nelieli, gan ņemot vērā to ieņēmumus, gan strādājošo skaitu. Dažiem jaunajiem uzņēmumiem izdodas sasniegt izaugsmi un sniegt lielāku ieguldījumu ekonomikā. Savukārt GEM koncepts nobriedusi uzņēmējdarbība ietver uzņēmumus, kas ir izrādījušies dzīvotspējīgi. Nobriedušie uzņēmēji tiek definēti kā uzņēmumu īpašnieki-vadītāji, kas ir izmaksājuši algas ilgāk kā 3.5 gadus. Rezultāti parāda, ka 2006. gadā valstī bija vairāk kā 85'000 nobriedušie uzņēmēji, kas ir 5.8% pieaugušo iedzīvotāju.

Latvijas nobriedušās uzņēmējdarbības relatīvais reitings parādīts Attēlā 2. Līdzīgi kā ar agrinās uzņēmējdarbības rādītājiem, arī nobriedušo uzņēmumu izplatība Latvijā uz citu GEM valstu fona vērtējama kā vidēja. Kā redzams Attēlā 2, eksistē samērā ievērojamas atšķirības nobriedušo uzņēmumu īpatsvarā starp pasaules valstīm. Latvijā nobriedušo uzņēmumu īpatsvars ir četras reizes lielāks nekā Francijā vai Krievijā, bet arī tikai trešā daļa no Taizemes rādītāja.

Attēls 2: Nobriedušo uzņēmumu īpašnieki pa valstīm 2006. gadā



Piezīme: Vertikālie stabiņi grafikā atspoguļo 95% statistiskā nozīmīguma intervālus. Ja tiktu veikta visu pieaugušo iedzīvotāju aptauja, tad aktivitātes rādītājs sakristu ar šo intervālu ar 95% varbūtību.

Kopējais uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs ir plašāks indikators, kas iegūts kopā apvienojot agrinos un nobriedušos uzņēmējus. Spriežot pēc mūsu aprēķiniem, Latvijā uzņēmējdarbībā bija iesaistīti vairāk kā 12% pieaugušo iedzīvotāju, kas bija vai nu tapšanas stadijā, tikko izveidoti vai arī sasnieguši brieduma stadiju. Tādējādi gandrīz 180 tūkstoši iedzīvotāju, kas ir viens no astoņiem pieaugušajiem iedzīvotājiem, bija uzņēmumu īpašnieki un vadītāji vai arī aktīvi plānoja par tādiem kļūt 2006. gadā.

Vai Latvijā ir kļuvis vairāk uzņēmēju salīdzinot ar 2005. gadu, kad veicām pirmo GEM apsekojumu? Galvenie uzņēmējdarbības aktivitātes salīdzinošie rādītāji 2005. un 2006. gadā ir parādīti Tabulā 1. Kopējais uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis no 2005. līdz 2006. gadam ir pieaudzis no 11% līdz 12.2%, kas ir saistīts ar nobriedušo uzņēmumu īpatsvara palielināšanos. Agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis saglabājās nemainīgs.

Varētu likties, ka kopējās uzņēmējdarbības aktivitātes pieaugums ir loģiska parādība – vairāki jaunie uzņēmumi ir pārkāpuši "3.5 gadu sliekšni", iekļūstot nobriedušo uzņēmumu kategorijā. Tomēr jāņem vērā, ka daži uzņēmumi neizdzīvo, jo dažādu iemeslu dēļ tie nav ekonomiski dzīvotspējīgi. GEM apsekojuma dati parāda, ka aptuveni 2% pieaugušo iedzīvotāju ir slēguši savus uzņēmumus 2006. gadā. Acīmredzot, ir bijis pietiekami liels skaits pāreju no topošo uzņēmēju stadijas uz jauno firmu īpašniekiem un tālāk uz uzņēmumiem brieduma stadijā, lai kompensētu zaudējumu un pat palielinātu kopējo uzņēmēju skaitu. Tas pilnīgi noteikti uzskatāms par pozitīvu zīmi Latvijas ekonomikā, jo, ja šī tendence turpinās, var sagaidīt, ka kopējais uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis 2007. gadā palielināsies vēl vairāk.

Tabula 1: Uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāji Latvijā

	2005	2006
Topošie uzņēmēji	4,2%	4,0%
Jauno uzņēmumu īpašnieki	2,8%	2,7%
Agrinās stadijas uzņēmēji	6,6%	6,6%
Nobriedušo uzņēmumu īpašnieki	5,0%	5,8%
Kopējā uzņēmējdarbības aktivitāte	11,0%	12,2%

Uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis nav iecirsts kā akmeņi. Gluži otrādi, tas sevi ietver milzīgu daudzumu pārmaiņu ekonomikā. Daži indivīdi uzsāk uzņēmējdarbību, bet tai pat laikā citi piedzīvo vilšanos un pārtrauc darbību. Līdzīgi arī daži uzņēmumi izdzīvo un attīstās, bet citi samazina darbību vai beidz pastāvēt. Ņemsim par piemēru Franciju. Tās topošās uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis gan 2005., gan 2006. gadā bija aptuveni tāds pats kā Latvijā – apmēram 4% pieaugušo iedzīvotāju. Tomēr pretēji novērotajam Latvijā, Francijā tikai pavisam nelielam skaitam topošo uzņēmēju, 0.7% 2005. un arī 2006. gadā, izdevās pāriet uz jauno uzņēmumu kategoriju. Tā rezultātā īpatsvars uzņēmumiem brieduma stadijā samazinājās no 2.3% uz 1.3% 2006. gadā un kopējās uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājs samazinājās no 7.5% uz 5.7%. Saprotams, ka Francijas problēma slēpjas tajā, ka pārāk daudzi topošie uzņēmēji zaudē drosmi un pamet uzņēmējdarbību, vai arī viņiem neizdodas ieviest biznesa idejas tirgū. Jautāsim, kādēļ šeit pieminēta Francija? Atbilde ir tāda, ka katrai politikai, kas ir izstrādāta ar mērķi atbalstīt uzņēmējdarbību, ir vispirms jāņem vērā un jānosaka, kādas varētu būt tās vājākās vietas. Politikas, kas veiksmīgi atbalsta topošo uzņēmējdarbību pilnīgi noteikti atšķirsies no politikām, kuru mērķis ir veicināt esošo uzņēmumu darbību.

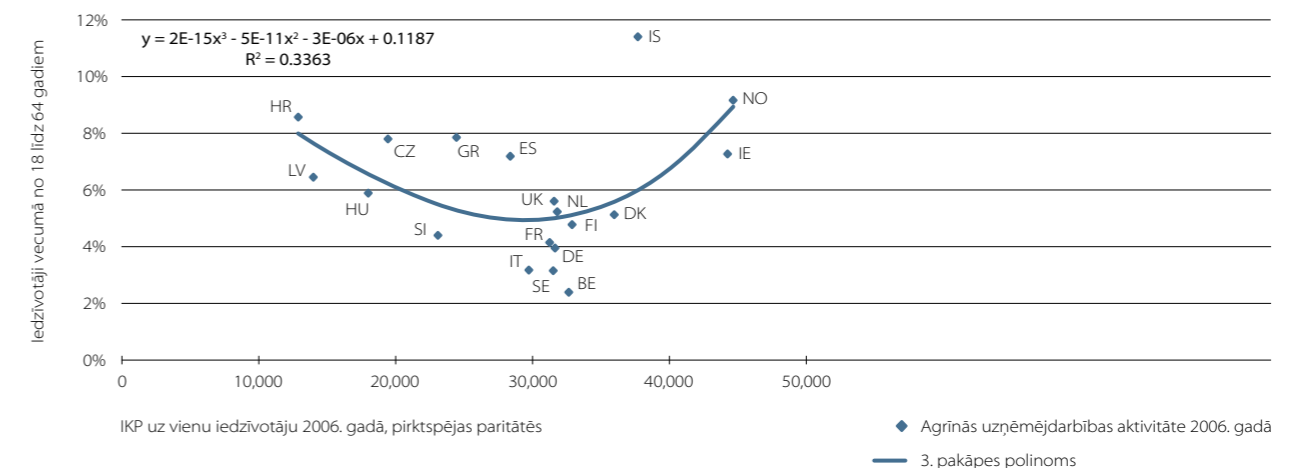
Diemžēl GEM sniedz tikai īsu ieskatu uzņēmējdarbībā noteiktā laika sprīdī. Mēs nevaram sniegt atbildi, kādai daļai topošo uzņēmēju izdodas dibināt jaunas firmas. Nav atbildes arī uz jau-

tājumu, kādi faktori veicina uzņēmumu izdzīvotspēju. Tomēr mēģināsim sniegt ieskatu šajos jautājumos ar Uzņēmējdarbības Dinamikas Panelpētījuma (PSED) palīdzību, kas ļaus izsekot topošo uzņēmumu attīstībai ilgākā laika periodā. Plašāka informācija par PSED apsekojumu sniegta 6. nodaļā.

Tabulā 2 sniegta detalizēta informācija par uzņēmējdarbības aktivitāti visās valstīs, kas piedalījās GEM 2006. gada projektā. Kopumā uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis Latvijā ir mazliet zem GEM vidējā, bet augstāks nekā vidējais rādītājs ES valstīs.

GEM dati liecina, ka pastāv nelineāra sakarība starp uzņēmējdarbības aktivitāti un ekonomisko izaugsmi. Attēlojot agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni pret IKP uz iedzīvotāju, izveidojas U-veida likne (Attēls 3). Principā zems IKP uz iedzīvotāju var saistīties ar lielu skaitu mazu uzņēmumu, kas darbojas ekonomikā un tādējādi augstiem uzņēmējdarbības rādītājiem. Pieaugot IKP uz iedzīvotāju, tirgū ienāk arvien vairāk lielo uzņēmumu, kas industrializācijas un apjoma ekonomikas faktoru ietekmē sasnieguši brieduma stadiju. Tomēr, ja ieņēmumu līmenis turpina pieaugt, arī uzņēmējdarbības sektora loma atkal pieaug. Tādējādi nav nekāds pārsteigums, ka Latvijā un citās jaunajās dalībvalstīs uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāji ir augstāki nekā ES-15. Attēlā zemāk uzskatāmi parādīta šī U-veida sakarība starp IKP uz iedzīvotāju un agrinās uzņēmējdarbības aktivitātes indeksu Eiropas valstīs.

Attēls 3: Agrinās uzņēmējdarbības aktivitāte un IKP uz iedzīvotāju Eiropas valstīs 2006. gadā



<sup>3</sup> Relatīvos valstu reitingus salīdzinājumā pa gadiem vajadzētu interpretēt ļoti piesardzīgi, jo notiek izmaiņas projekta dalībvalstu sastāvā. Sākot no 2005. gada GEM projektā vairs nepiedalās Austrija, Jaunzēlande, Šveice un Venecuēla. Savukārt 2006. gadā GEM pievienojās Kolumbija, Čehija, Indija, Indonēzija, Malaizija, Peru, Filipīnas, Krievija, Turcija, Apvienotie Arābu Emirāti un Urugvaja.

Tabula 2: Uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis pa valstīm 2006. gadā

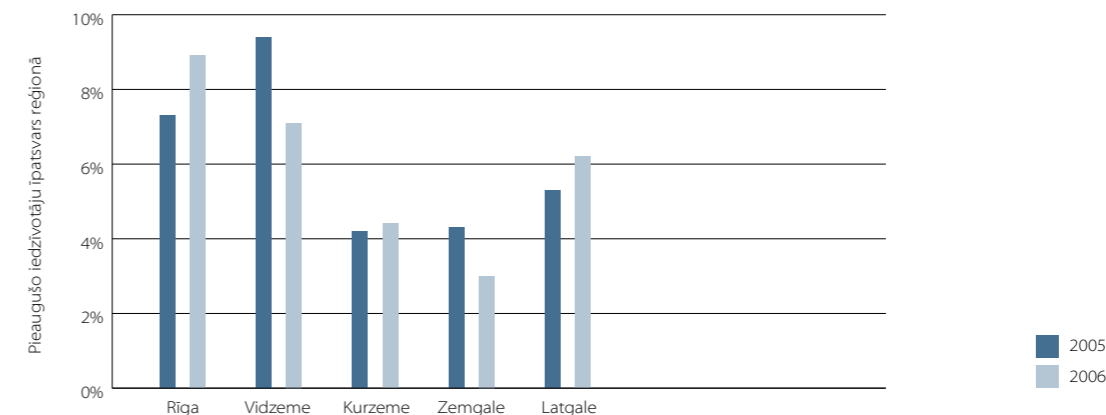
	Topošie uzņēmēji	Jaunu uzņēmumu īpašnieki	Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte	Nobriedušo uzņēmumu īpašnieki	Uzņēmēji kopā	Novērojumu skaits
Argentīna	6.4%	4.1%	10.2%	7.0%	16.4%	1,755
Austrālija	7.3%	5.7%	12.0%	9.1%	20.6%	1,971
Beļģija	1.8%	1.1%	2.7%	2.1%	4.8%	2,001
Brazīlija	3.5%	8.6%	11.7%	12.1%	23.4%	2,000
Kanāda	4.1%	3.2%	7.1%	5.1%	12.0%	1,697
Čīle	5.7%	3.9%	9.2%	6.8%	15.4%	2,007
Ķīna	6.7%	10.5%	16.2%	9.0%	24.7%	2,399
Kolumbija	10.9%	12.6%	22.5%	10.4%	31.9%	2,000
Horvātija	6.4%	2.5%	8.6%	4.1%	12.5%	1,549
Čehija	6.4%	2.0%	7.9%	5.4%	12.2%	1,628
Dānija	2.9%	2.8%	5.3%	5.3%	10.3%	10,000
Somija	2.9%	2.4%	5.0%	8.2%	13.0%	2,005
Francija	3.8%	0.7%	4.4%	1.3%	5.7%	1,519
Vācija	2.9%	1.7%	4.2%	3.0%	6.8%	4,049
Grieķija	5.7%	2.3%	7.9%	8.2%	16.1%	2,000
Ungārija	3.2%	3.0%	6.0%	6.7%	12.6%	2,500
Islande	8.1%	3.8%	11.3%	7.4%	18.2%	2,001
Indija	5.4%	5.3%	10.4%	5.6%	15.6%	1,916
Indonēzija	9.6%	11.5%	19.3%	17.6%	35.2%	1,998
Īrija	4.5%	2.9%	7.4%	7.8%	14.5%	1,961
Itālija	2.2%	1.4%	3.5%	3.0%	6.2%	1,626
Jamaika	11.6%	9.2%	20.3%	10.3%	30.1%	3,554
Japāna	1.6%	1.4%	2.9%	4.8%	7.5%	1,923
<b>Latvija</b>	<b>4.0%</b>	<b>2.7%</b>	<b>6.6%</b>	<b>5.7%</b>	<b>12.1%</b>	<b>1,958</b>
Malaizija	4.9%	6.2%	11.1%	7.3%	18.4%	2,005
Meksika	4.1%	1.2%	5.3%	2.3%	7.4%	1,839
Nīderlande	3.6%	1.9%	5.4%	6.6%	11.9%	2,685
Norvēģija	5.3%	4.3%	9.1%	6.0%	14.4%	1,503
Peru	30.0%	15.1%	40.2%	12.4%	49.6%	1,845
Filipīnas	5.0%	15.6%	20.4%	19.7%	39.2%	2,000
Krievija	3.5%	1.7%	4.9%	1.2%	5.6%	1,894
Singapūra	2.7%	2.5%	4.9%	3.4%	7.9%	3,883
Slovēnija	2.9%	1.8%	4.6%	4.4%	9.0%	3,008
Dienvīdāfrika	3.6%	1.7%	5.3%	1.7%	6.9%	2,684
Spānija	3.0%	4.4%	7.3%	5.5%	12.5%	28,306
Zviedrija	2.2%	1.4%	3.5%	5.0%	8.4%	1,747
Taīlande	4.1%	11.5%	15.2%	17.4%	31.7%	2,000
Turcija	2.2%	4.0%	6.1%	11.5%	17.0%	2,417
Apv. Arābu Emirāti	1.7%	2.2%	3.7%	1.4%	5.0%	1,903
Lielbritānija	3.2%	2.8%	5.8%	5.4%	10.9%	34,896
ASV	7.5%	3.3%	10.0%	5.4%	14.7%	2,325
Urugvaja	8.4%	4.6%	12.6%	6.9%	19.1%	1,618
<b>GEM vidējais</b>	<b>5.4%</b>	<b>4.6%</b>	<b>9.5%</b>	<b>6.9%</b>	<b>15.9%</b>	<b>156,575</b>
<b>ES vidējais<sup>4</sup></b>	<b>3.4%</b>	<b>2.2%</b>	<b>5.5%</b>	<b>5.2%</b>	<b>10.4%</b>	<b>101,889</b>
<b>Jauno ES valstu vidējais<sup>5</sup></b>	<b>4.1%</b>	<b>2.4%</b>	<b>6.3%</b>	<b>5.6%</b>	<b>11.5%</b>	<b>9,094</b>

## UZŅĒMĒJDARBĪBAS REĢIONĀLAIS SADALĪJUMS

Latvijai raksturīgas būtiskas atšķirības starp pieciem tās reģioniem ienākumu, bezdarba un iedzīvotāju struktūras ziņā. GEM apsekojums norāda arī uz nozīmīgām atšķirībām agrinās uzņēmējdarbības aktivitātē starp reģioniem gan 2005., gan 2006. gadā (Attēls 4). Secināts, ka gan šajā, gan iepriekšējā gadā Rīga un Vidzeme bija reģioni ar visaugstāko uzņēmējdarbības līmeni, bet Kurzeme un Zemgale – ar viszemāko. Atšķirības starp reģioniem 2006. gadā visticamāk ir palielinājušās, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, un tā rezultātā reģionā ar visaugstāko uzņēmējdarbības līmeni (Rīga) aktivitātes rādītāji divas reizes pārsniedz reģionu ar viszemāko līmeni (Zemgale). Tomēr šos rezultātus vajadzētu interpretēt ar zināmu piesardzību dēļ mazās aptaujas izlases.<sup>6</sup>

Rezultāti parāda arī ievērojamas atšķirības agrinās uzņēmējdarbības *sadalījumā* starp reģioniem 2006. gadā. Apmēram puse agrīno uzņēmēju Rīgā ir topošie uzņēmēji, kamēr Vidzemē un Latgalē šis rādītājs ir attiecīgi 70% un 80%. Tas varētu norādīt uz šādiem diviem iespējamiem secinājumiem. No vienas puses varētu būt, ka uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis Vidzemē un Latgalē pieaug. No otras puses, tas var arī liecināt par zemu izdzīvošanas īpatsvaru starp topošajiem uzņēmumiem šajos reģionos, un tādējādi norāda, ka nepieciešams dziļāk iedziļināties problēmas būtībā.

Attēls 4: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis pa reģioniem, 2005. un 2006. gads



<sup>4</sup> GEM 2006. gada projektā piedalījās 16 no 27 ES dalībvalstīm: Beļģija, Čehija, Dānija, Somija, Francija, Grieķija, Ungārija, Īrija, Itālija, Latvija, Nīderlande, Slovēnija, Spānija, Zviedrija, Lielbritānija.

<sup>5</sup> GEM 2006. gada apsekojumā piedalījās tikai 4 no 12 jaunajām dalībvalstīm: Čehija, Ungārija, Latvija un Slovēnija. Visas valstis pievienojās ES 01.05.2004.

<sup>6</sup> Salīdzinot reģionālās atšķirības agrinās uzņēmējdarbības līmeni 2005. un 2006. gadā, rezultātiem nav statistiski nozīmīgas atšķirības. Tādējādi rezultātus vērts interpretēt kā norādi.



## UZŅĒMĒJDARBĪBAS SADALĪJUMS PA SEKTORIEM

GEM klasificē uzņēmējdarbības virzienus saskaņā ar Starptautisko standartizēto visu ekonomiskās darbības veidu klasifikācijas sistēmu (ISIC), lai izanalizētu sektorus, kuros iedzīvotāji uzsāk uzņēmējdarbību. Šī klasifikācijas sistēma identificē vairāk kā 500 dažādu darbības veidu, ko GEM apvieno četrās galvenajās kategorijās. Šīs kategorijas ir:

- **Ieguve:** lauksaimniecība, mežsaimniecība, zvejniecība, un izrakteņu ieguve (t.i. produktu ieguve no to dabiskās vides).
- **Pārveidošana:** celtniecība, apstrādes rūpniecība, transports, un vairumtirdzniecība (fiziska preču un iedzīvotāju pārvietošana vai transformācija).
- **Korporatīvie pakalpojumi:** kur galvenais klients ir cits uzņēmums.
- **Uzpatērētājiem orientēti pakalpojumi:** kur galvenais klients ir fiziska persona (t.i. mazumtirdzniecība, restorāni, viesnīcas, veselības aprūpe, izglītība, sociālie pakalpojumi, rekreācija).

GEM aptaujas rezultāti norāda, ka lielākā daļa agrinās stadijas uzņēmēju (gandrīz 38%) veica aktivitātes patērētāju pakalpojumu sektorā 2006. gadā (Attēls 5). Sadzīves pakalpojumi bija vispopulārākā nozare topošajiem uzņēmumiem arī citās valstīs. Šajā sektorā vislielāko lomu spēlē cilvēciskais faktors, spējas, un tā kā nepieciešamās investīcijas ir salīdzinoši nelielas, lielākā daļa uzņēmēju visā pasaulē izvēlas uzsākt darbību tieši šādi.

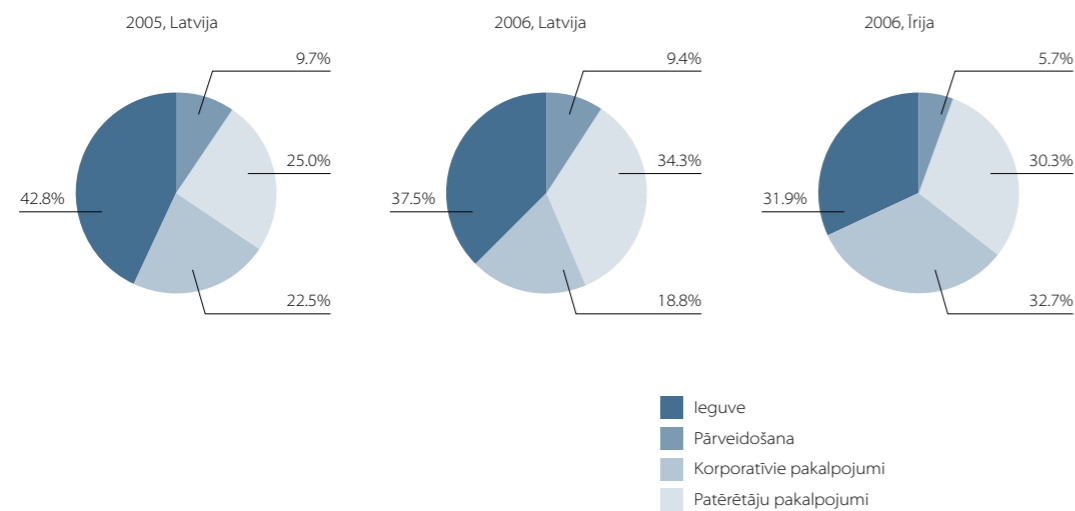
Agrinās uzņēmējdarbības aktivitāte ir strauji pieaugusi pārveidošanas sektorā no 25% 2005. gadā līdz 34.3% 2006. gadā. Šo pieaugumu var lielā mērā skaidrot ar to, ka turpinājās celtniecības bums, kas piesaistīja resursus no citiem ekonomikas sektoriem, tai skaitā arī uzņēmējdarbības talantus. Gada laikā

dubultošanās agrinās stadijas uzņēmēju skaits celtniecības sektorā (no 5.2% 2005. gadā līdz 10.6% 2006. gadā).

GEM dati parāda, ka agrinās uzņēmējdarbības sektoru sadalījums Latvijā lielos vilcienos ir līdzīgs kā citās Eiropas valstīs. Var minēt tikai divas būtiskas atšķirības, kas ir augstais uzņēmējdarbības īpatsvars ieguves sektorā (lauksaimniecība) un relatīvi mazā aktivitāte korporatīvo pakalpojumu jomā. Piemēram salīdzinot ar Īriju, agrinās stadijas uzņēmēju īpatsvars ieguves sektorā Latvijā ir divreiz augstāks, bet korporatīvo pakalpojumu sektorā - uz pusi mazāks. GEM pētījumā pamatots, ka tā cēlonis ir atšķirīgais ekonomiskās attīstības līmenis abās valstīs. Augsts uzņēmējdarbības īpatsvars ieguves sektoros ir raksturīgs galvenokārt mazāk attīstītajām valstīm. Savukārt ekonomikai sasniedzot augstāku attīstības stadiju, pieaug pieprasījums korporatīvo pakalpojumu sektorā, piemēram, konsultāciju un reklāmas pakalpojumu jomā. Tādējādi iespējas gūt peļņu piesaista uzņēmēju plaukstošiem sektoriem. Ja Latvijas ekonomika turpinās attīstīties, var sagaidīt, ka pakāpeniski samazināsies agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte ieguves sektorā un palielināsies topošo uzņēmumu skaits korporatīvo pakalpojumu jomā.

Atšķirībām sektoru sadalījumā starp agrinajiem un briedumu sasnējušajiem uzņēmumiem var rast līdzīgu skaidrojumu. Agrino uzņēmēju īpatsvars ieguves sektorā ir zemāks nekā nobriedušo uzņēmumu īpatsvars, kas norāda uz to, ka uzņēmēji tur nesaredz lielu potenciālu atšķirībā no korporatīvajiem pakalpojumiem. Līdz ar to sagaidāms, ka tuvākajā nākotnē samazināsies ieguves sektora loma Latvijas ekonomikā un palielināsies korporatīvo pakalpojumu sektora nozīme.

Attēls 5: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības aktivitāte Latvijā pa sektoriem



## UZŅĒMĒJDARBĪBAS MOTIVĀCIJA

“Jānis” ir 20 gadus vecs, neprecējies bakalaura programmas students no Rīgas, kam ir pusslodzes darbs, un viņš brīvi runā angļu, vācu un franču valodās un uzsāk biznesu informāciju tehnoloģiju jomā. Viņš plāno saviem klientiem piedāvāt pilnīgi jaunu produktu. Aptuveni desmit procentu klientu viņam varētu būt ārpus Latvijas. Jānis saka, ka viņš vēloties lielāku neatkarību, un ka uzsāk savu uzņēmumu tādēļ, ka ir saskatījis biznesa iespēju.

“Sergejs” ir 54 gadus vecs, šķīries, pēc profesijas inženieris no Daugavpils reģiona. Sergejs ir bezdarbnieks, viņam ir vidējā izglītība, un viņš nerunā nevienā no svešvalodām. Viņš plāno uzsākt biznesu un pārdot tekstila izstrādājumus un apavus, jo nav citas labākas iespējas strādāt. Gan “Jānis”, gan “Sergejs” ir reāli cilvēki, bet viņiem ir doti izdomāti vārdi, lai saglabātu anonimitāti. GEM klasificē “Jāni” kā *iespējas motivētu* uzņēmēju, bet “Sergejs” ir *nepieciešamības spiests* uzņēmējs.<sup>7</sup>

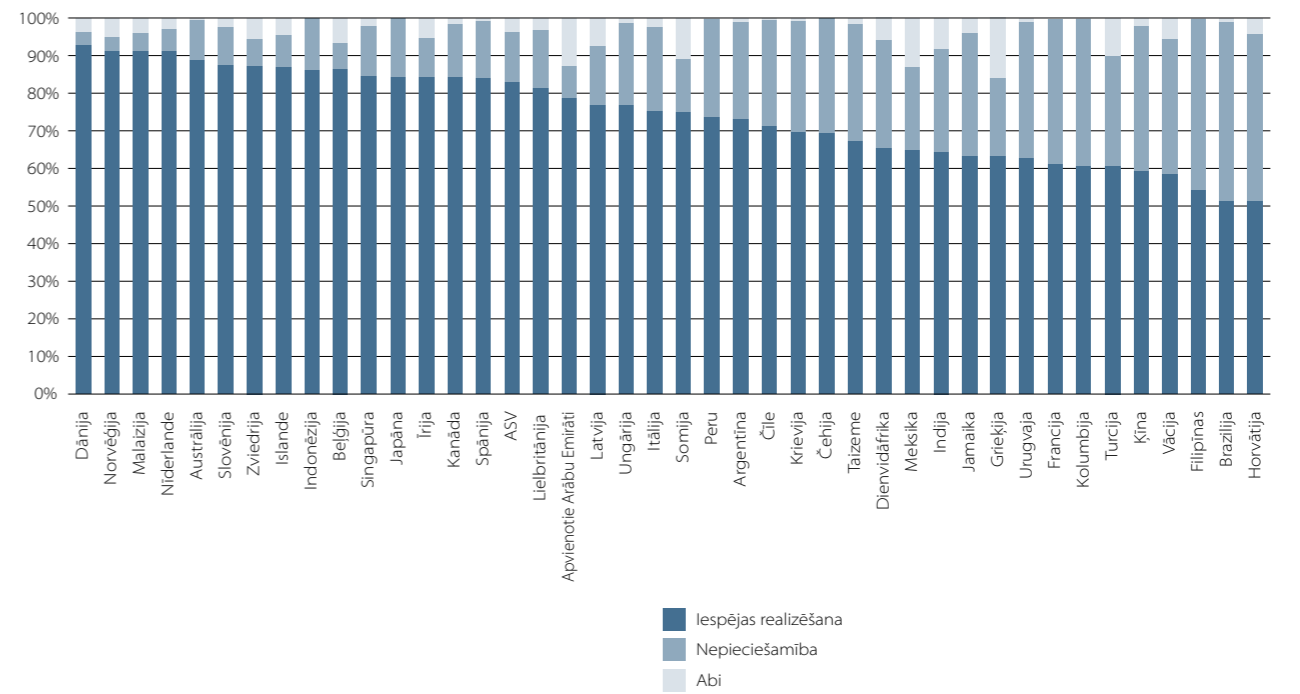
Nepieciešamības spiestie uzņēmēji ienāk tirgū tādēļ, ka trūkst iespējas atrast darbu. Viņi izmanto ienākumus no uzņēmējdarbības, lai uzturētu sevi un ģimenes. Vairumā gadījumu viņi nepelnīto investēs uzņēmumā ir zema, un pārsvarā viņus uzskata par tādiem uzņēmējiem, kas nav inovatīvi un necenšas sasniegt izaugsmi. Sprototams, ka augsts nepieciešamības spiestu uzņēmēju īpatsvars norāda uz deficītu darba tirgū un ir signāls, ka

ekonomikā ir zināmas problēmas. Pārsvarā attīstītākajās valstīs kā Dānijā, Norvēģijā un Zviedrijā ir augsts iespējas motivēto uzņēmēju īpatsvars (Attēls 6). Savukārt augsts nepieciešamības spiestu uzņēmēju īpatsvars ir jaunattīstības valstīs kā Brazīlijā, Filipīnās un Ķīnā. Neskatoties uz to, ir arī būtiski izņēmumi. Salīdzinoši nepieciešamības spiestu uzņēmēju īpatsvars Vācijā un Francijā ir tuvāks tādām valstīm kā Kolumbijā un Turcijā nekā līdzīgu attīstības līmeni sasniegušajām valstīm Rietumeiropā.

2006. gadā aptuveni 16% agrinās stadijas uzņēmēju Latvijā iesaistījās uzņēmējdarbībā nepieciešamības spiesti un aptuveni 77% motivēja iespēja. Nepieciešamības spiestas uzņēmējdarbības īpatsvars Latvijā bija ļoti līdzīgs vidējam rādītājam Eiropas valstīs, kas bija 17% 2006. gadā. Iespējams izskaidrojums nepieciešamības spiestajai uzņēmējdarbībai Latvijā ir šoks, kas saistīts ar pārejas periodu no Padomju laiku plānveida ekonomikas uz Rietumu stila tirgus ekonomiku. Daudziem strādājošajiem, īpaši vecāka gada gājuma iedzīvotājiem, bija grūti kļūt konkurētspējīgiem mūsdienu ekonomikā.

Attēlā 6 parādīts, ka starp valstīm ir samērā lielas atšķirības uzņēmējdarbības motivācijā. Būtiskas atšķirības var parādīties arī analizējot motivāciju reģionu līmenī. Par piemēru Latvijā gandrīz 95% agrinās stadijas uzņēmēju Latgales reģionā motivē saskatītā iespēja uzņēmējdarbībā, kamēr Kurzemē tādu ir tikai 60%.

Attēls 6: Agrinās stadijas uzņēmējdarbības motivācija pa valstīm 2006. gadā<sup>8</sup>



<sup>7</sup> Vairākus respondentus nebija iespējams viennozīmīgi pieskaitīt vienai no abām grupām, jo viņi minēja abus iemeslus, kā pamatojumu izvēlei uzsākt uzņēmējdarbību.  
<sup>8</sup> GEM metodoloģija izšķir trīs kategorijas: "iespēja", "nepieciešamība" un "abas".

### 3. LATVIJAS UZŅĒMĒJU PORTRETS

Cilvēkresursi nosaka valsts uzņēmējdarbības kapacitāti, jo, galu galā, indivīdi uzsāk uzņēmējdarbību un vada to. Šo cilvēku pagātnes izziņāšana ir svarīgs solis, lai izprastu, kāpēc daži cilvēki izvēlas kļūt par uzņēmējiem, bet citi ne. Dažādu uzņēmējdarbības disciplīnu pasniegumi piekrīt viedoklim, ka vecums, dzimums, izglītība, ienākumi un ģimene ir nozīmīgi sociālekonomiski faktori, kas ietekmē personāla lēmumu par sava biznesa uzsākšanu.

2006. gadā Latvijas vidusmēra agrīnais uzņēmējs bija Rīgā dzīvojošs 30 gadus vecs vīrietis, pēc tautības latvietis. Viņam bija augstākā izglītība (bakalaura grāds vai augstāk), un viņa uzņēmējdarbības joma bija sadzīves pakalpojumi vai pārveidošanas sektors. Salīdzinot ar iepriekšējo gadu, vidusmēra agrīnais uzņēmējs ir kļuvis jaunāks un izglītotāks. 2005. gadā uzņēmējs bija 34 gadus vecs vīrietis no Rīgas, latvietis, ar vidējo profesionālo vai profesionālo izglītību, kura uzņēmējdarbības joma bija sadzīves pakalpojumi. Tālāk tiek sniegta sīkākā raksturojums un analizētas iespējamās sakarības starp individuāliem faktoriem un Latvijas uzņēmējiem – gan agrīnajiem, gan jau nobriedušajiem uzņēmējiem.

#### DZIMUMS

Tāpat kā daudzās citās valstīs, uzņēmējdarbībai Latvijā ir izteikta dzimumu dimensija. 2006. gadā tikai četras no simts sievietēm bija agrīnās uzņēmējas, turpretī vīriešiem šāds rādītājs ir deviņi no simts (Attēls 7). Tādējādi, salīdzinot ar vīriešiem, ir divreiz mazāka varbūtība, ka sieviete kļūs par uzņēmēju. Turklāt atšķirība starp dzimumiem bija gandrīz vienāda gan starp agrīnajiem uzņēmējiem, gan uzņēmējiem brieduma stadijā, no kā varētu secināt, ka šī nelīdzsvarotība tuvākajā nākotnē droši vien neizzudīs.

Tomēr, jautājot par to, kādas prasmes un pieredze ir piemērotas uzņēmējdarbībai, vīriešu un sieviešu atbildes ir līdzīgas. To sieviešu procents, kas uzskata, ka viņām ir labas iemaņas un pieredze, lai uzsāktu uzņēmējdarbību, ir gandrīz tikpat liels kā vīriešiem. Latvijas situācija ir unikāla starp Eiropas valstīm.

Arī bailes no neveiksmes nav Latvijas sieviešu raksturīgākā iezīme. Gandrīz vienāds īpatsvars sieviešu un vīriešu atbildēja, ka bailes no neveiksmes var atturēt viņus no uzņēmējdarbības uzsākšanas. Ja salīdzina Eiropas valstis pēc atbildēm uz šo jautājumu, tad tikai Beļģijā un Norvēģijā ir mazāka starpība starp vīriešu un sieviešu nostāju.

Tādējādi, raugoties vismaz no subjektīvā skatpunkta, Latvijas sievietēm ir ievērojams uzņēmējdarbības uzsākšanas potenciāls. Tas, ka šī situācija neatspoguļojas faktiskajās uzņēmējdarbības proporcijās, ir mīklaini, un to vajadzētu izpētīt.

#### VECUMS

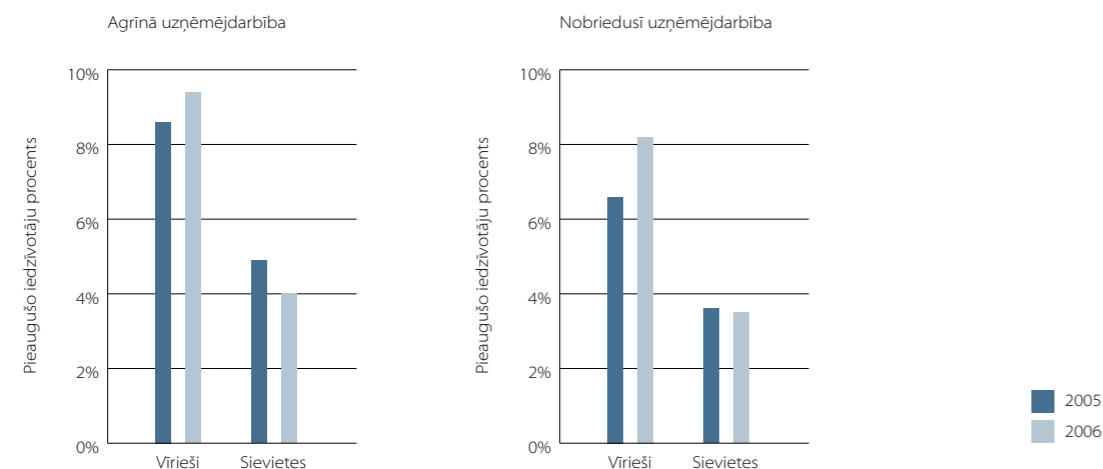
Pārsteidzoša Latvijas uzņēmēju iezīme ir fakts, ka, salīdzinot ar ne-uzņēmējiem un citu valstu uzņēmējiem, caurmērā viņi ir ļoti jauni. Turklāt aizvien vairāk jaunu cilvēku iesaistās uzņēmējdarbībā. Piemēram, 2006. gadā vidusmēra agrīnie uzņēmēji bija apmēram desmit gadus jaunāki par uzņēmējiem ar pieredzi. To uzņēmēju skaits, kuriem bija 34 vai mazāk gadu, pieauga no 8% 2005. gadā līdz 11% 2006.

Attēlā 8 ir parādīts agrīno uzņēmēju vecuma profilu salīdzinājums starptautiskā līmenī. Gandrīz 27% Latvijas agrīno uzņēmēju ir 18 – 24 gadus jauni. Tas ir augstākais jauniešu uzņēmējdarbības rādītājs Eiropā, izņemot Horvātiju. Šajā sakarā Latvija vairāk ir līdzīga ASV, nevis Eiropas valstīm. Šī rezultāta interpretēšana ir sarežģīta. No vienas puses, augsts jauniešu uzņēmējdarbības rādītājs ir slavējams, jo tas atspoguļo jauno uzņēmēju dinamismu, pašapziņu un optimismu. No otras puses, pieredzes trūkums var nelabvēlīgi ietekmēt šo jauno biznesu ilgtermiņa dzīvotspēju. Pastāv uzskats, ka veiksmīgas uzņēmējdarbības veidošanā pieredzei

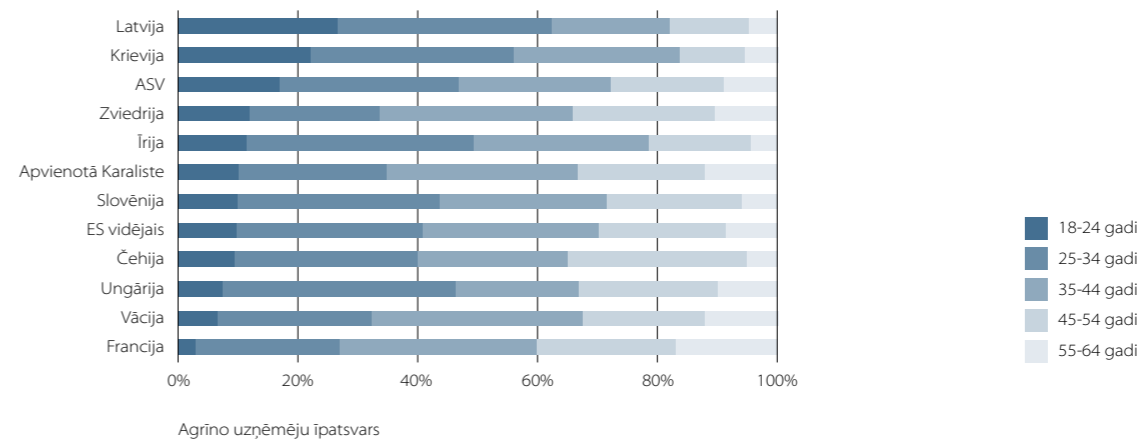
ir izšķirošā loma. Protams, jautājums par optimālu laiku uzņēmējdarbības uzsākšanai, ir ļoti būtisks uzņēmējdarbības pētījumos. Turpmākajiem pētījumiem, izmantojot nesen iegūtos PSED datus, vajadzētu sniegt plašāku ieskatu jautājumā.

Salīdzinājumā ar lielo jauniešu aktivitātes rādītāju, vecāku cilvēku iesaistīšanās uzņēmējdarbībā ir ļoti reta parādība Latvijā. Pēdējā vecuma grupā (55 – 64 gadi) agrīno uzņēmēju īpatsvars ir mazāks nekā 5%. Tas ir būtiski mazāks kā, piemēram, ASV. Daļēji tas var tikt izskaidrots ar to, ka vecākās paaudzes cilvēkiem, kas uzauga ar centrāli plānoto ekonomiku, ir bijis grūti pielāgoties tirgus ekonomikas apstākļiem. Situācija uzņēmējdarbības uzsākšanā citās postsociālisma valstīs, piemēram, Ungārijā, Slovēnijā un Čehijā, ir ļoti līdzīga Latvijā novērotajai. Taču vispār zemāki uzņēmējdarbības rādītāji starp vecākiem cilvēkiem ir arī citās Eiropas valstīs. Ņemot vērā sabiedrības novecošanos, turpmāk tam varētu būt negatīva ietekme uz uzņēmējdarbības rādītājiem Latvijā un Eiropā.

Attēls 7: Uzņēmējdarbības aktivitāte pēc dzimuma, 2005. un 2006. gads



Attēls 8: Agrīnās uzņēmējdarbības aktivitāte atsevišķās valstīs pēc vecuma, 2006. gads



## TAUTĪBA

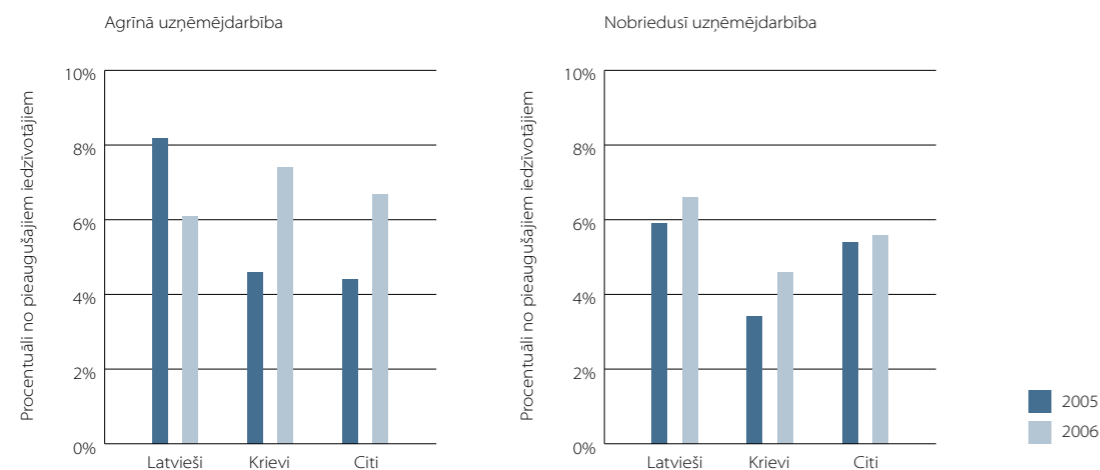
Mūsu 2005. gada GEM pētījumā tika apgāzts populārais deviņdesmito gadu sākuma mīts, ka etniskie latvieši parasti ir zemnieki un valsts ierēdņi, bet etniskie krievi ir biznesmeņi. Gluži otrādi, 2005. gada GEM pētījums parādīja, ka etniskie krievi ir maz pārstāvēti agrīnās un nobriedušās uzņēmējdarbības kategorijās.

2006. gada GEM pētījuma rezultāti ir tikpat pārsteidzoši. Ir novērots ievērojams pieaugums aktivitātes rādītājos agrīnajā uzņēmējdarbībā starp etniskajiem krieviem un citu tautību (nevis latviešu) pārstāvjiem un uzņēmējdarbības aktivitātes samazināšanās starp etniskajiem latviešiem (Attēls 9). Agrīnajā uzņēmējdarbībā vairs nepastāv statistiski nozīmīga atšķirība starp etniskajiem

krieviem un latviešiem. Topošo uzņēmēju pieplūdums ir galvenais iemesls uzņēmējdarbības aktivitātes pieaugumam starp etniskajām minoritātēm. Kaut gan etniskās minoritātes bija aktīvākas agrīnajā uzņēmējdarbībā, nobriedušo uzņēmumu īpašnieku procents bija lielāks starp etniskajiem latviešiem.

Lielākai etnisko minoritāšu daļībai agrīnajā uzņēmējdarbībā ir divi iespējami izskaidrojumi. Pirmkārt, jaunie etniskajiem krieviem ir vieglāk integrēties uzņēmējdarbības vidē nekā vecākas paaudzes krieviem, jo jauniešiem nav grūtību ar valsts valodu. Otrkārt, atšķirību vismaz daļēji varētu izskaidrot ar izmaiņām 2006. gada izlases veidošanā<sup>9</sup>. Šādā gadījumā šī gada etniskās uzņēmējdarbības rezultātus vajadzētu interpretēt piesardzīgi.

Attēls 9: Agrīnās uzņēmējdarbības aktivitāte Latvijā pēc tautības, 2006. gadā



## IZGLĪTĪBA

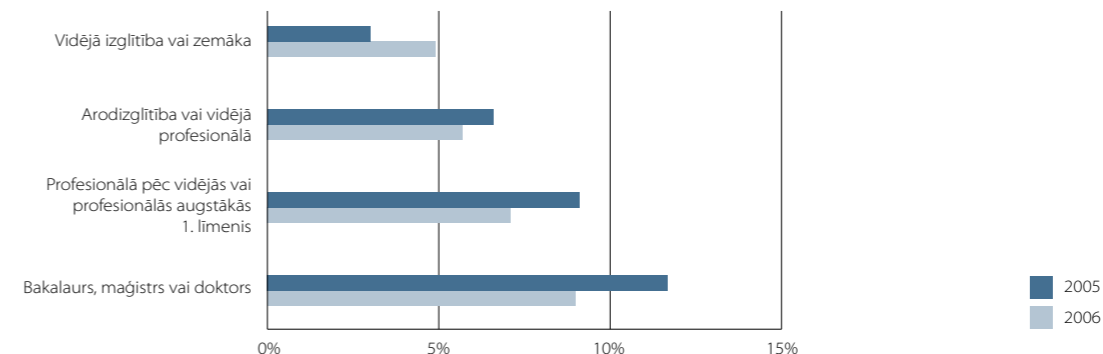
GEM pētījuma empīriskie pierādījumi liecina, ka uzņēmējdarbībā izglītība ir būtiska. Pastāv lielāka varbūtība, ka labāk izglītoti indivīdi uzsāks jaunu uzņēmējdarbību un ka viņi būs nobriedušā uzņēmuma īpašnieki. 2006. gadā no pieaugušajiem ar augstāko izglītību agrīnie uzņēmēji bija 9%, turpretī tikai 4.9% no pieaugušajiem ar vidējo vai zemāku par vidējo izglītību (Attēls 10). Tādēļ, salīdzinot ar ne-uzņēmējiem, caurmērā uzņēmēji ir labāk izglītoti.

Tomēr, kā redzams Attēlā 10, izglītības līmeņa un uzņēmējdarbības attiecība laika gaitā nav bijusi stabila. Agrīno uzņēmēju īpatsvars pieaug grupā ar relatīvi zemu izglītības līmeni un samazinājās starp pieaugušajiem ar augstāko izglītību. Teorētisko zināšanu ietekme uz uzņēmējdarbību ir neskaidra. No otras puses, labāk izglītoti indivīdi tiek labi atalgoti darba tirgū, un tādēļ viņiem var nebūt motivācijas uzsākt uzņēmējdarbību. Savukārt izglītība var sniegt iemaņas, kas palielinātu iespējas būt par veiksmīgu uzņēmēju. Samazinājums agrīnās uzņēmējdarbības rādītājos starp labāk izglītotiem indivīdiem varētu signalizēt, ka, salīdzinot ar 2005. gadu, 2006. gadā darba tirgus viņiem ir piedāvājis labākas iespējas.

Interesanti, ka lielāka varbūtība kļūt par uzņēmējiem bija labākajiem vidusskolā, bet tas neattiecās uz labākajiem augstskolā. Jautājot par rezultātiem vidusskolā, 50% agrīno uzņēmēju atbildēja, ka bijuši labāko 10% skolēnu rindās, turpretī ne-uzņēmēji – tikai 35%.<sup>10</sup> Tomēr pašu paustais novērtējums par rezultātiem augstākās izglītības iestādēs uzņēmējiem un ne-uzņēmējiem būtiski neatšķīrās. Tas nepārsteidz, jo ir lielāka varbūtība, ka labākie universitāšu absolventi saņems labākus piedāvājumus darba tirgū, un tāpēc savas uzņēmējdarbības uzsākšana viņiem nešķiet tik vilinoša. No talantīgiem indivīdiem veidojas labāki uzņēmēji, bet talants tiek pieprasīts arī tirgus lielajos uzņēmumos. Tā kā Latvijas ekonomika turpina attīstīties, veidosies lielāka konkurence starp lielo uzņēmumu piedāvāto atalgojumu no vienas puses un neatkarīgu uzņēmējdarbību no otras puses.

Vispār GEM pētījums dokumentē spēcīgu mijiedarbību starp izglītības līmeni un iesaistīšanos uzņēmējdarbībā. Kā parādīts Tabulā 3, visā pasaulē pastāv daudz lielāka varbūtība, ka pieaugušie ar augstāko izglītību (bakalaura grāds vai augstāk) kļūs par agrīnajiem uzņēmējiem nekā pieaugušie ar vidējo izglītību.<sup>11</sup> Vidēji Eiropas Savienībā šī varbūtība ir gandrīz divreiz lielāka.

Attēls 10: Agrīnās uzņēmējdarbības aktivitāte pēc izglītības līmeņa, 2005. un 2006. gadā



<sup>9</sup> 2005. gada GEM pētījums tika veikts, izmantojot intervijas klātienē, savukārt 2006. gada GEM pētījums – intervijas pa telefonu. Varētu būt sistemātiskas atšķirības fiksēto telefona līniju izplatības rādītājos starp etniskajiem latviešiem un etniskajiem krieviem. Piemēram, daudzi etniskie latvieši dzīvo laukos, kur fiksēto telefona līniju izplatība ir zema. Tas varētu nozīmēt atlases neobjektivitāti un etnisko latviešu uzņēmējdarbības rādītāju nepietiekamu novērtējumu.

<sup>10</sup> Protams, ir grūti noticēt, ka vairāk nekā trešdaļa visu pieaugušo vidusskolā bija labāko 10% skolēnu vidū. Respondenti noteikti ir optimistiskāki par saviem rezultātiem skolā. Tomēr uztveres atšķirības starp uzņēmējiem un ne-uzņēmējiem joprojām var tikt interpretētas.

<sup>11</sup> Jebkura vidējā izglītība, bet ne pabeigta augstākā vidējās izglītības līmenis.

Tabula 3: Agrīnā uzņēmējdarbība pēc izglītības, atlasītas valstis, 2006. gads

Valsts	Agrīno uzņēmēju izplatība starp:	
	Pieaugušajiem ar vidējo izglītību	Pieaugušajiem ar augstāko izglītību
Horvātija	7.7	13.6
<b>Latvija</b>	<b>4.7</b>	<b>9.0</b>
Apvienotā Karaliste	2.8	7.4
Francija	3.1	4.2
Zviedrija	1.6	4.8
Īrija	3.7	11.1
<b>ES vidējais</b>	<b>3.7</b>	<b>7.1</b>
ASV	7.9	10.3
Krievija	1.4	7.3

## ĢIMENES IETEKME

Daudzi pētījumi ir dokumentējuši, ka neskaitāmās valstīs vecāku-uzņēmēju bērni arī visdrīzāk iesaistīsies uzņēmējdarbībā, salīdzinot ar bērniem, kuru vecāki nav uzņēmēji.<sup>12</sup> 2005. un 2006. gadā tādi pat rezultāti bija arī Latvijā. GEM pētījuma rezultāti liecina, ka apmēram 25% no visiem uzņēmējiem ir vai ir bijuši vecāki, kas kaut kad savā dzīvē ir nodarbojušies ar uzņēmējdarbību.<sup>13</sup> Salīdzinājumam, tikai 11% no ne-uzņēmējiem ir vai ir

bijuši vecāki-uzņēmēji. Ir tikušas izvirzītas vairākas teorijas, lai noskaidrotu ģimenes lomu. Pirmais un visbanālākais izskaidrojums – bērni vienkārši manto savu vecāku uzņēmumus. Saskaņā ar otro skaidrojumu, ja vecākiem pieder veiksmīgi uzņēmumi, viņu bērniem ir vieglāka pieeja kapitālam savas uzņēmējdarbības uzsākšanai. Trešais skaidrojums norāda uz vārdos neizteiktu prasmju, zināšanu un attieksmes nodošanu uzņēmēju ģimenēs.

## 4. JAUNA UZŅĒMUMA FINANSĒŠANA

2006. gada GEM pētījumā iegūtā informācija attiecībā uz uzņēmējdarbības uzsākšanas finansēšanu Latvijā veido priekšstatu, ka uzņēmējdarbības uzsākšana valstī potenciāli varētu kļūt vēl sarežģītāka. Salīdzinot ar iepriekšējo gadu, Latvijā absolūtā izteiksmē ir īpaši pieaugušas uzsākšanas izmaksas. Tajā pašā laikā sīkāka finanšu avotu analīze parāda, ka Latvijā neformālo investoru kā finanšu avotu izplatības rādītāji ir augstāki nekā līdzīgās GEM valstīs. 2006. gada GEM pētījums arī norāda, ka finansējums uzņēmējdarbības uzsākšanai, kas iegūts no radniekiem, Latvijā ir ievērojami lielāks nekā citur. Šāda situācija liecina par to, ka ģimenes saites ir svarīgas uzņēmējdarbības uzsākšanai; turklāt tiem, kam nav pieejas šādam finansējuma avotam, varētu būt daudz grūtāk kļūt par uzņēmēju. Visbeidzot Latvijā, salīdzinot ar citām GEM iesaistītām valstīm, valdības programmu daļa kā uzņēmējdarbības uzsākšanas finansējuma daļa saglabājas ļoti zema.

### UZSĀKŠANAS IZMAKSAS

Vidējās izmaksas jauna uzņēmuma nodibināšanai Latvijā kopš 2005. gada ir dubultājušās. Straujo uzņēmējdarbības uzsākšanas izmaksu pieaugumu ir veicinājuši augoša inflācija, celtniecības bums un iztrūkums darba tirgū. Kamēr 2005. gadā vidējās topošo uzņēmēju sākuma izmaksas bija apmēram 36,000 EUR, 2006. gadā aprēķinātais vidējais ir 73,500 EUR.<sup>14</sup> Kamēr 2005. gadā puse Latvijas uzņēmumu starta kapitāls bija zemāks par 9,960 EUR, tikai gadu vēlāk pusei jauno uzņēmumu bija nepieciešami vismaz 21,300 EUR. Pieaugošās izmaksas uzņēmējdarbības uzsākšanai ir sarežģīts jautājums. Vienā gadījumā tas izriet no vispārējā darbaspēka izmaksu, telpu īres un citu izdevumu pieauguma. Otrā -- firmas mēģina pacelties pa tehnoloģiju kāpnēm, un jaunie uzņēmumi koncentrējas uz progresīvākām aktivitātēm, kam ir nepieciešamas nopietnākas sākotnējās investīcijas. Otrajā gadījumā situācija, protams, ir daudzološa, tomēr 2006. gada GEM pētījums nesniedz konkrētu atbildi, kas ir izraisījis straujo izmaksu pieaugumu.

Iegūtie rezultāti liecina, ka jaunas uzņēmējdarbības uzsākšana ir dārgāka. Tomēr, lai gan 2005. gadā tika novērota nozīmīga atšķirība starp inovatīvas uzņēmējdarbības un parastās uzņēmējdarbības uzsākšanas izmaksām (pirmajā gadījumā izmaksas bija vairāk nekā četras reizes augstākas)<sup>15</sup>, 2006. gadā dibināšanas izmaksas pieauga gan inovatīvajiem, gan parastajiem uzņēmumiem. Galu galā starpība starp inovatīvas un parastās uzņēmējdarbības uzsākšanas izmaksām ir sašaurinājusies un kļuvusi statistiski nenozīmīga relatīvi mazas izlases dēļ.

<sup>12</sup> Piemēram, sk. Djankov at al (2006), Laferre (2001), Dunn un Holtz-Eakin (2000), Dombrovsky un Welter (2006).

<sup>13</sup> Tā varētu būt uzņēmējdarbība pēc neatkarības atgūšanas vai "uzņēmējdarbības" aktivitātes Padomju laikos.

<sup>14</sup> Tas ir augstāk par vidējo daudzumu, kas 2006. gadā ir nepieciešams uzņēmējdarbības uzsākšanai visām GEM nācijām kopā. (50,900 EUR)

<sup>15</sup> 2005. gadā inovatīvas uzņēmējdarbības uzsākšanas izmaksas bija apmēram 54,000 EUR, bet parastās – tikai aptuveni 12,000 EUR. Atšķirība ir nozīmīga 10% līmenī.

### FINANSĒJUMA AVOTI

Latvijā pašu kapitāls ir ļoti nozīmīgs jauno uzņēmumu finansējuma avots. 2005. gadā vidēji 60% no sākuma kapitāla un 2006. gadā 76% nodrošināja paši īpašnieki.<sup>16</sup> 2005. gada pētījums atklāja, ka pašu finansējums ir īpaši nozīmīgs maziem uzņēmumiem (ar starta kapitālu, kas ir mazāks par 9,960 EUR). Šie uzņēmēji paši nodrošināja gandrīz 80% no finansējuma. Turpretī tie, kuriem bija augstākas finansiālās prasības (vairāk nekā 9,960 EUR), paši plānoja finansēt tikai apmēram 40%<sup>17</sup>. Lielāki projekti veiksmīgāk piesaistīja finansējumu no ārējiem avotiem, droši vien tāpēc, ka tiem bija vairāk izredžu iegūt banku kredītus. 2006. gada dati veido citādu attēlu. Lielāki projekti paļaujas uz pašu finansējumu gandrīz tikpat lielā mērā kā mazāki uzņēmumi.

Saskaņā ar 2006. gada GEM pētījumu, gandrīz puse no topošajiem Latvijas uzņēmējiem plāno uzsākt uzņēmējdarbību, izmantojot tikai pašu finansējumu. Otra puse, kas paļaujas uz ārējiem avotiem, tika lūgta norādīt, kādus finansējuma avotus viņi varētu izmantot. Rezultāti ir apkopoti Attēlā 11.

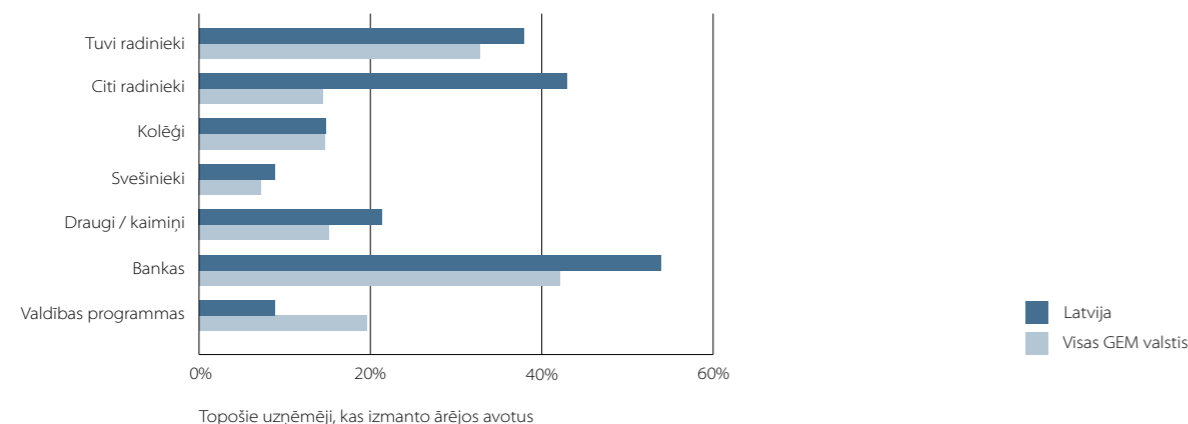
To uzņēmēju īpatsvars, kas domā iegūt daļu sava starta kapitāla no bankām vai finanšu institūcijām, ir augsts. Tas ieņem augstāko pozīciju starp pārējiem avotiem, kas minēti GEM pētījumā. Vairāk nekā puse no visiem Latvijas agrīnajiem uzņēmējiem (53.9%, salīdzinot ar 42.2% uzņēmēju GEM valstīs) paļaujas uz bankām un citām finanšu institūcijām kā finansējuma avotu. Taču šos skaitļus var uzskatīt par pārāk optimistiskiem, jo daudzi topošie uzņēmēji ir tikai uzņēmējdarbības uzsākšanas

procesā, un viņi varētu būt naivi attiecībā uz savām izredzēm saņemt bankas kredītu.

Kā ir parādīts augstāk redzamajā attēlā, Latvijas uzņēmēju paļaušanās uz neformālajiem investoriem (piemēram, radniekiem, kolēģiem, draugiem) ir lielāka nekā līdzīgās GEM valstīs. Apmēram 70% Latvijas agrīno uzņēmēju kā finanšu avotu jaunam uzņēmumam minēja vismaz vienu neformālo investoru. Atšķirība starp Latvijas un GEM vidējiem skaitļiem ir īpaši uzstatāma, skatoties uz tādiem neformālajiem investoriem kā radniekiem. Kamēr GEM valstīs tikai 14.5% no agrīnajiem uzņēmējiem kā sava uzņēmuma finansējuma avotu minēja „citus radniekus”, Latvijā to atzina 43%. Tas norāda, ka, Latvijā uzsākot uzņēmējdarbību, ģimenes saites ir ļoti svarīgas un var kļūt par apdraudējumu tiem, kuru radnieki nespēj sniegt finansiālu palīdzību. Šāds process var veicināt Latvijas iedzīvotāju noslāņošanos divās šķirās: uzņēmēji, kam pieder finanšu resursi uzņēmējdarbības uzsākšanai, un neuzņēmēji, kam nav šādu resursu.

Runājot par finansējuma avotiem, vienīgais avots, kas nav tik populārs Latvijā, ja salīdzina ar GEM vidējo, ir valdības programmas. Tikai 9% no Latvijas topošajiem uzņēmējiem kā iespējamo finansējuma avotu nosauca valdības programmas (GEM vidējais bija 19.7%), kas skaidri norāda uz to, ka potenciālie uzņēmēji finansiālā atbalsta nodrošināšanā uz valdību paļaujas ļoti maz. Tas varētu būt svarīgs aspekts, ko izskatīt Latvijas politikveidotājiem.

Attēls 11: Finansējuma avoti uzņēmuma dibināšanai, 2006. gads



Piezīme: Kopā ir vairāk nekā 100%, jo uzņēmēji minēja vairākus finansējuma avotus.

### NEFORMĀLĀS INVESTĪCIJAS

Viens no nozīmīgākajiem GEM projekta rezultātiem ir informācija par neformālo investīciju apjomu. GEM īpaši pievērs uzmanību neformālo investīciju izplatības pētīšanai dažādās valstīs. Respondentiem tika jautāts, vai pēdējo trīs gadu laikā viņi personiski ir ieguldījuši līdzekļus jaunā uzņēmumā, ko dibinājis kāds cits. 2006. gadā 5.3% no pieaugušajiem Latvijas iedzīvotājiem ir atbildējuši apstiprinoši.<sup>18</sup> Pirms gada neformālo investoru izplatības rādītāji bija daudz mazāki. Latvijai ir visaugstākie rādītāji starp ES valstīm, kas 2006. gadā piedalījās GEM pētījumā, saistībā ar neformālo investoru izplatību.

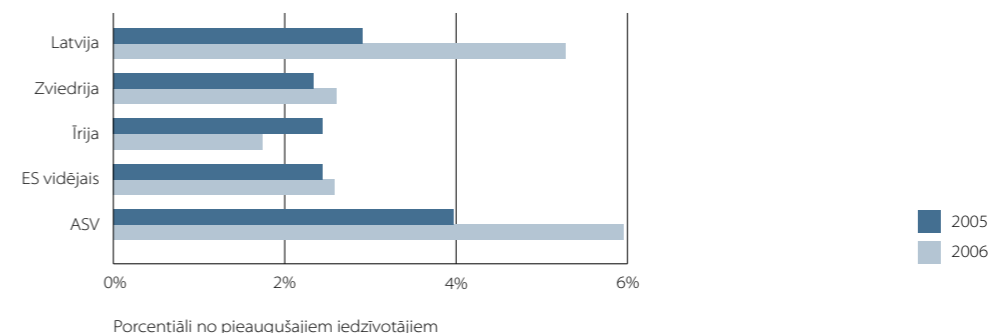
Neformālās investīcijas Latvijā ir ne tikai izplatījušās, bet šķiet, ka ir arī pieaugušas absolūtos skaitļos. 2005. gadā puse šāda veida investīciju bija zem 2130 EUR. 2006. gadā puse uzņēmējdarbības labdaru ieguldīja vairāk nekā 3500 EUR.

Starpvalstu pieredze liecina, ka Latvijā neformālo investīciju apjoms ir lielāks nekā citās valstīs. Salīdzinot neformālo investīciju

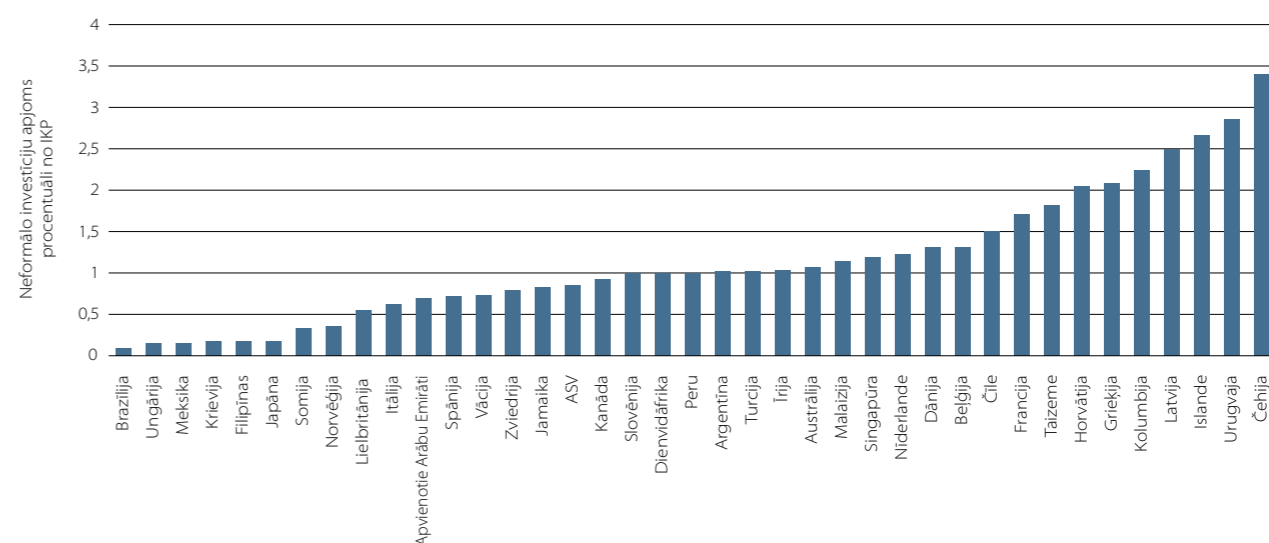
apjomu starp GEM valstīm, kopējais neformālo investīciju apjoms tiek aprēķināts kā īpatsvars katras valsts IKP. Šis indikators vērtību amplitūda ir no 0.1% Brazīlijā līdz 13% Indonēzijā. Neformālās investīcijas kopā veido 1.5% no GEM valstu kopējā IKP. Latvija ierindojas ceturtajā vietā starp 42 GEM valstīm ar tās neformālo investīciju apjomu 2.5% apmērā no IKP.

Kā liecina augstāk minētie fakti, neformālais finansējums Latvijā kļūst aizvien nozīmīgāks. Skaidrojums varētu būt saistīts ar faktu, ka indivīdiem investēšanai pieejamais finanšu resursu apjoms ir palielinājies, bet iespēja vienkārši noguldīt naudu bankas kontā vairs nešķiet optimāla zemo vai pat negatīvo reālo procentu likmju dēļ. Tādēļ neformālās investīcijas sniedz alternatīvu iespēju indivīdiem, kam ir brīvi naudas līdzekļi. To apstiprina arī fakts, ka 2006. gadā 42% uzņēmējdarbības labdaru minēja, ka desmit gadu laikā plāno atgūt vairāk naudas, nekā viņi ir investējuši uzņēmumā. Salīdzinot 2005. gadā to pašu teicienu tikai 25% investoru.

Attēls 12: Neformālo investīciju izplatības rādītāji atlasē valstīs 2005. un 2006. gadā



Attēls 13: Kopējais neformālo investīciju apjoms procentuāli no IKP, 2006. gads



<sup>16</sup> 2006. gadā visās GEM valstīs kopā uzņēmēji paši nodrošināja 62% starta kapitāla.

<sup>17</sup> Starpība ir statistiski nozīmīga 5% līmenī.

<sup>18</sup> Pamatojoties uz GEM metodoloģiju, tie, kas vilcinājās ar atbildi uz šo jautājumu, arī tiek uzskatīti par neformālajiem investoriem. Tāpēc aprēķins atspoguļo neformālo investīciju izplatības rādītāja augstāko sliekšni.

## 5. INOVATĪVĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA

“Bez jaunievedumiem nav uzņēmēju, bez uzņēmējdarbības sasniegumiem nav kapitālistu peļņas un kapitālistu virzītājspēka”, tā gandrīz pirms 70 gadiem teicis Jozefs Šumpēters (Joseph Schumpeter), Nobela prēmijas laureāts un slavenais uzņēmējdarbības pētnieks. (Šumpēters 1939, lpp.104)<sup>19</sup>. Diemžēl Latvijas sniegumi inovāciju sfērā nav bijuši tik spidoši kā tās nesenie ekonomiskās izaugsmes rādītāji. Kā liecina ES inovāciju rādītāji 2005. gadā, Latvija ieņem otro zemāko vietu tūlīt pēc Malas. Pasaules Ekonomikas foruma (World Economic Forum) Globālās konkurētspējas 2006.-2007.gada ziņojums (Global Competitiveness Report) novērtēja Latvijas spējas darboties inovatīvi un globāli konkurēt kā viduvējas, ierindojot Latviju 36.vietā starp vērtētajām valstīm. Pēc Eurostat datiem kopējie iekšzemes izdevumi pētniecībai un attīstībai (R&D) 2005. gadā bija tikai 0,57% no IKP. Salīdzinājumā Igaunijas izdevumi pētniecībai un attīstībai bija 0,94% no IKP un Zviedrijā - 3,86%. Nenoliedzami ir nepieciešama efektīva valsts politika inovāciju sfērā, ja Latvija vēlas panākt savus kaimiņus un nodrošināt ilgtermiņa izaugsmi.

Lielākā daļa R&D aktivitāšu notiek lielos uzņēmumos, kas bieži vien kalpo kā jaunu ideju un tehnoloģiju inkubatori. Tomēr daži pētnieki apgalvo, ka šo ideju tālākai izvēšanai un realizācijai ir nepieciešama uzņēmējdarbībai labvēlīga brīvā tirgus vide. Piemēram, jebkuru jaunievedumu vēsture apraksta iespaidīgi garu sarakstu ar talantīgiem cilvēkiem, kas pametuši lielas kompānijas ar jaunām idejām padomā. Daudzi jaunievedumi sākotnēji tikuši attīstīti lielos uzņēmumos, bet neatkarīgie uzņēmēji, bieži vien šo uzņēmumu bijušie darbinieki, spējuši labāk pārveidot šīs inovācijas veiksmīgos produktos. Tas liecina par radošo uzņēmēju ārkārtīgi nozīmīgo lomu valsts salīdzinošo priekšrocību veidošanā vispasaules tirgū. Uzņēmējdarbības Globālā Monitoringa (GEM) dati sniedz unikālu iespēju novērtēt Latvijas inovatīvās uzņēmējdarbības apmērus, kā arī iepazīties ar tiem cilvēkiem, kas atrodas šī procesa pašā centrā. Galu galā, šodienas jaunie, bet novatoriskie uzņēmēji varētu būt rītdienas milzu kompāniju dibinātāji.

Pēc vispārpieņemtās definīcijas inovatīvs uzņēmums ir tāds, kurš vai nu piedāvā jaunu produktu (pakalpojumu), vai izmanto jaunas tehnoloģijas, lai ražotu tradicionālos produktus daudz efektīvākā veidā.<sup>20</sup> Pirmais veids bieži tiek dēvēts par produktu inovāciju un pēdējais par procesa inovāciju. GEM aptaujā uzņēmumu īpašniekiem bija jāatbild uz jautājumu, vai viņu klienti redz uzņēmuma piedāvātos produktus vai pakalpojumus kā “jaunus un unikālus”, kā arī, vai uzņēmums izmanto jaunas tehnoloģijas ražošanas procesos. Tādā veidā mēs izveidojām divus “jauninājumu” pakāpes rādītājus. Pirmkārt, ir tādi uzņēmumi, kas vai nu piedāvā produktu, kas ir pilnīgs jaunums tirgū, vai

izmanto tehnoloģiju, kas ir ieviesta ražošanā mazāk kā vienu gadu. Šo grupu mēs dēvēsim par pamata inovāciju ieviesējiem. Otrkārt, ir uzņēmumi, kas piedāvā tādu produktu, kas ir “daļējs jaunums pircējiem” vai arī izmanto salīdzinoši jaunas tehnoloģijas, kas jaunākas par pieciem gadiem, bet vecākas par vienu gadu. Šo grupu mēs saucim par mērenajiem inovāciju ieviesējiem.<sup>21</sup> Pārējos uzņēmumus mēs klasificēsim kā “ierindas”, kuri kopā veido mūsu ekonomikas pamatu. Jauninājumu pakāpes rādītāju apkopojums ir redzams 14. attēlā.

Rezultāti rāda, ka 2006. gadā aptuveni 2% no Latvijas pieaugušajiem iedzīvotājiem (28,770 cilvēku) bija pamata inovāciju ieviesēji un vēl 4,3% bija mērenie inovāciju ieviesēji (15. attēlā)<sup>22</sup>. Mūsu aprēķini rāda, ka gandrīz puse (48%) no visiem Latvijas uzņēmumiem ir vismaz mēreni inovatīvi. Līdzīga mēreno inovāciju ieviesēju daļa (46%) vērojama arī starp agrīnās stadijas uzņēmējiem. Skaitļi liecina par nelielu pieaugumu pamata inovāciju ieviesēju vidū 2006. gadā, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, bet šī atšķirība nav statistiski nozīmīga. Tādējādi inovāciju skaits mazo uzņēmumu sektorā bija ievērojams gan 2005., gan 2006. gadā.

Dominējošais inovāciju veids 2006. gadā bija jaunu produktu piedāvāšana. To pamata un mēreno inovāciju ieviesēju īpatsvars, kas reģistrēja savus jaunus produktus, bija attiecīgi 91% un 80%. Procesu inovācijas nav bijušas tik populāras. Tikai apmēram 18% no (pamata) inovāciju ieviesējiem tika izmantoti tehnoloģijas, kas jaunākas par vienu gadu. Bez tam 36% no (mērenajiem) inovāciju ieviesējiem izmantojuši salīdzinoši jaunas tehnoloģijas, kas nebija vecākas par pieciem gadiem. Interesanti, ka inovāciju veids pamata grupā bija stipri atšķirīgs 2005. gadā, salīdzinot ar 2006. gadu. Pēc GEM 2005 datiem 62% no pamata inovāciju ieviesējiem 2005. gadā izmantoja jaunas tehnoloģijas, kas ir trīs reizes vairāk nekā 2006. gadā. Inovāciju tendences 2005. un 2006. gadā ir apkopotas 3. diagrammā.

Vēl viens nozīmīgs atklājums ir tas, ka inovatīvie uzņēmēji pārstāv dažādas ekonomikas nozares. Mēs nekonstatējam nesamērīgu inovāciju koncentrēšanos vienā vai otrā rūpnieciskajā sektorā. Šis fakts runā pret vispārpieņemto uzskatu, ka vairums inovāciju notiek tikai “augsto tehnoloģiju” sektoros kā Informāciju tehnoloģijas (IT) vai biokīmija. Pamata inovāciju ieviesēju uzņēmējdarbības nozares ietver gan augsto tehnoloģiju sektoru kā telekomunikācijas un IT, gan “piezemētākas” nozares kā lauksaimniecība, kokmateriālu piegāde un tirdzniecība. Par to liecina 2005. un 2006. gada GEM ziņojumos iegūtie dati. Attiecīgi varam secināt, ka ievērojams inovāciju potenciāls pastāv visos mūsu ekonomikas sektoros, ne tikai “augsto tehnoloģiju” nozarēs.

Vecuma ziņā nepastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp inovāciju ieviesējiem un parastajiem ierindas uzņēmējiem. Tomēr ir vērojama “dzimuma atšķirība” tieši starp inovatīvo ideju īpašniekiem. Tikai ap 24% no visiem inovatīvajiem uzņēmējiem (pamata un mērenajiem) ir sievietes. Salīdzinājumam, sieviešu īpatsvars starp parastajiem ierindas uzņēmējiem ir 37%. Mūsu

ricībā ir saturiski līdzīgi rezultāti arī par 2005. gadu. Šajā gadā sieviešu proporcija inovatīvo uzņēmēju vidū salīdzinoši bija pat mazāka. Pēc reģionālā sadalījuma inovatīvie uzņēmumi statistiski nozīmīgi atšķiras no pārējiem uzņēmumiem. Apmēram trešā daļa no inovāciju ieviesējiem atrodas Rīgā, un tikai desmitā daļa – Latgalē.

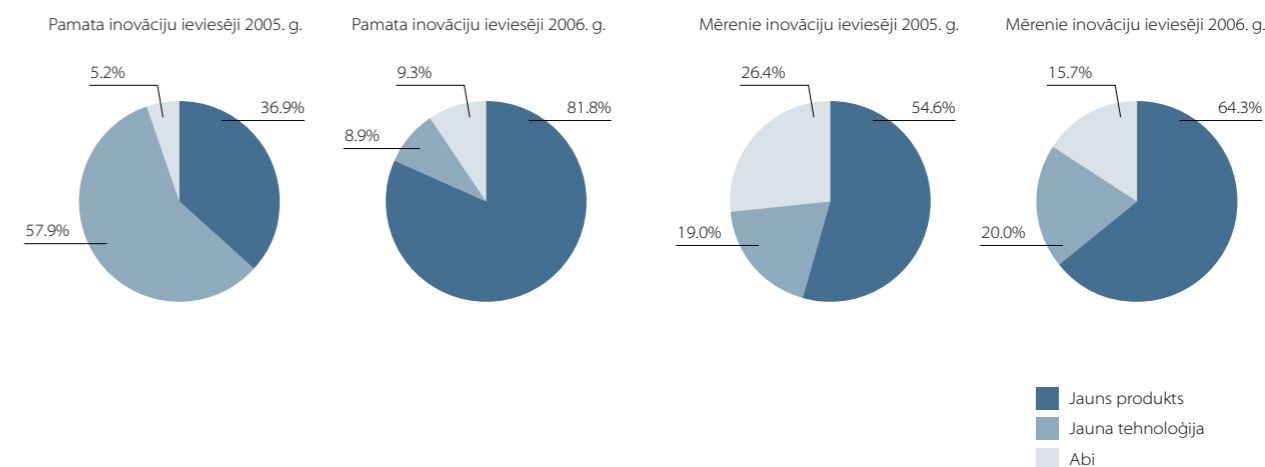
Attēls 14: Inovatīvo uzņēmēju definīcijas

	Tehnoloģija ieviesta pirms:		
<b>Vai klienti jūsu produktus uztver kā jaunumu?</b>	Mazāk kā viena gada	Mazāk kā 5 gadiem	Vairāk kā pieciem gadiem
<b>Visi</b>	Pamata inovāciju ieviesēji		
<b>Daži</b>	Mērenie		
<b>Neviens</b>	Ierindas uzņēmumi		

Attēls 15: Inovatīvā uzņēmējdarbība 2005. un 2006. gadā



Attēls 16: Produktu un procesu inovācijas starp inovāciju ieviesējiem 2005./2006. gadā



<sup>19</sup> Šumpēters, Džozefs (1939). **Biznesa cikls: kapitālisma procesu teorētiskā, vēsturiskā un statistiskā analīze.** Ņujorka, McGraw Hill.

<sup>20</sup> Skatīt Oslo Manual (2005) sīkākai diskusijai par produktu un procesu inovāciju definīcijām, kuras lieto Eurostat un OECD.

<sup>21</sup> Mūsu izvirzītās inovāciju definīcijas saskan ar tām, kas minētas vairākumā citu pētījumu. Tomēr vajadzētu būt ļoti piesardzīgiem, izdarot tiešus salīdzinājumus ar citiem pētījumiem. Piemēram, Eurostat Community Innovation (Eurostat Sabiedrības Inovāciju pārskats) koncentrējas uz produktu un procesu inovācijām, kas ir jaunums uzņēmuma līmenī nevis visa tirgus līmenī. Mūsu definīcijas apskata inovācijas, kas ir jaunums visā tirgū.

<sup>22</sup> Jāatceras, ka parauga populācijas izmēra dēļ statistiskā kļūda ir salīdzinoši liela. Piemēram, pie 95% ticamības intervāla priekš pieaugušo pamata inovāciju ieviesēju procentuālās izteiksmes tā svārstās no 1-3%.

## INOVĀCIJAS UN EKSPORTA TENDENCES

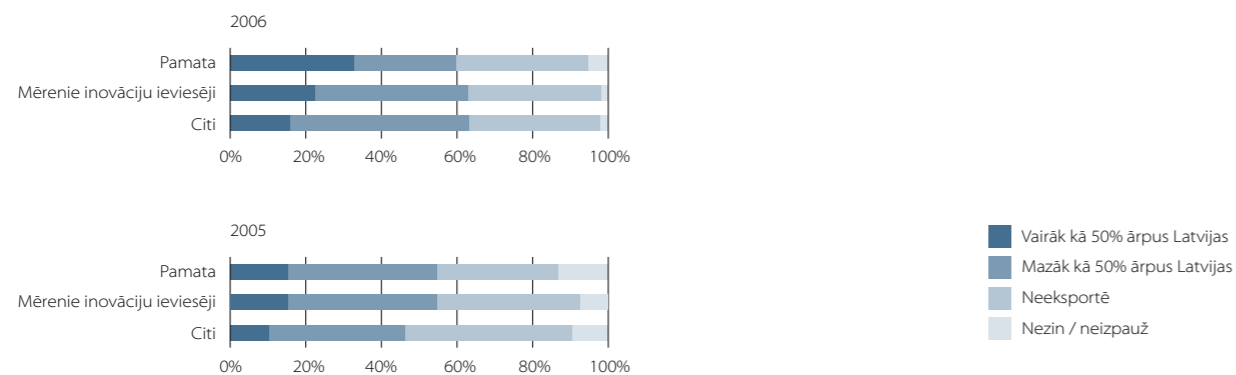
Mūsu iegūtie dati liecina, ka inovatīvie uzņēmumi ir vairāk orientēti uz eksportu nekā pārējie uzņēmumi. GEM aptaujā visi uzņēmēji tika lūgti novērtēt savu klientu loku ārpus Latvijas robežām. Rezultāti par 2005./2006. gadu ir atspoguļoti 4. diagrammā. Redzams, ka 2006. gadā aptuveni 33% no visiem pamata inovāciju ieviesējiem vairāk kā puse no esošajiem vai topošajiem klientiem dzīvoja ārpus Latvijas. Salīdzinājumā, tikai 16% no ierindas uzņēmējiem vairāk kā puse klientu atradās ārpus valsts robežām. Un tomēr aptuveni trešā daļa no visiem uzņēmumiem, neatkarīgi no inovāciju līmeņa, koncentrējas tikai uz vietējo tirgu, balstoties vienīgi uz Latvijas patērētājiem. 4. diagrammā redzams arī, ka ir noticis ievērojams pieaugums orientācijā uz eksportu. Salīdzinot ar 2005. gada datiem, 2006. gadā pamata inovāciju uzņēmumu ar izteiktu eksporta orientāciju (vairāk kā puse no patērētājiem ārpus Latvijas) īpatsvars ir dubultojies. Arī mērenie un ierindas uzņēmumi ir vairāk pievērsušies eksportam 2006. gadā. Iepriekš minētais skaidri pamato uzskatu, ka inovatīvās kompānijas ir vairāk orientētas uz starptautisko tirdzniecību, un tādējādi tās kalpo par uz eksportu balstītās izaugsmes lokomotīvēm. Tas piešķir papildus empīrisko pamatojumu izvirzītajai politikai par inovāciju atbalstu, kas nodrošinātu ilgtermiņa izaugsmi.

Interesanti, ka inovatīvie uzņēmēji labāk pārvalda svešvalodas.<sup>23</sup> Pēc 2006. gada datiem aptuveni 63% no pamata un mērenajiem inovatīvajiem uzņēmējiem brīvi pārvalda vēl vismaz vienu svešvalodu.<sup>24</sup> Atbilstošie dati par ierindas uzņēmējiem uzrādīja tikai 40% īpatsvaru. Ja salīdzina ar 2005. gadu, svešvalodu zināšanu līmenis ir saglabājies ļoti līdzīgs abām grupām. Angļu valoda

nenoliedzami ir vispopulārākā svešvaloda, turklāt, ir vērojamas nozīmīgas atšķirības šīs valodas prasmē starp inovatīvajiem un pārējiem uzņēmējiem. Tikai viena ceturtdaļa no visiem inovatīvajiem (pamata un mērenajiem) uzņēmējiem vispār nezina angļu valodu, un 54% no viņiem to pārvalda labā līmenī. Turpretī gandrīz puse no pārējiem uzņēmējiem vispār nezina angļu valodu, un tikai 30% no tiem to pārvalda labā līmenī. Pie tam abas uzņēmēju grupas savas angļu valodas zināšanas papildus uzlaboja, sākot ar 2005. gadu. Angļu valoda ir vienīgā svešvaloda, kas atšķir inovatīvos uzņēmējus no pārējiem. Piemēram, netika atklātas nozīmīgas atšķirības starp abu grupu vācu valodas zināšanām.

Kāda tad ir nozīme svešvalodu zināšanām, it īpaši angļu valodai? Skaidrs ir tas, ka valodu prasme ir cieši saistīta ar izteiktāku eksporta tendenci inovatīvo uzņēmēju vidū. Svešvalodu zināšanas atvieglo ārzemju biznesa partneru atrašanu un komunicēšanu ar tiem. Tādēļ, pilnīgi iespējams, ka inovatīvie uzņēmēji apguva svešvalodas tieši tā iemesla dēļ, ka viņi vēlējas iekarot ārvalstu eksporta tirgus. Tomēr ir kāds vēl svarīgāks svešvalodu prasmes aspekts. Uzņēmējam ar labām angļu valodas zināšanām ir daudz lielākas iespējas saskatīt un izmantot inovatīvās idejas, kas tikušas attīstītas ārpus Latvijas robežām. Šis fakts varētu liecināt par to, ka inovatīvie uzņēmēji tādi kļuva tāpēc, ka viņi zināja svešvalodas un tāpēc varēja labāk piekļūt jaunām idejām, kas cirkulē starptautiskā līmenī. Visticamāk, ka tā nav tikai sakritība, ka zviedri, kas regulāri ir inovāciju reitingu augšgalā, teicami pārvalda angļu valodu jau no agras bērnības.

Attēls 17: Uzņēmumu eksporta orientācijas tendences 2005. un 2006. gadā



## INOVĀCIJU IZGLĪTĪBA?

Jebkura diskusija par inovāciju tēmu netieši uzlūko izglītību kā vienu no galvenajiem inovatīvas uzvedības kritērijiem. Piemēram, Nacionālā inovāciju programma 2003-2006, starp citu, paredz atbalstīt inovācijas, palielinot dabas zinātnēs studējošo skaitu. Tomēr izglītības loma inovatīvo uzņēmēju radīšanā joprojām nav skaidra. Vai inovatīvie uzņēmēji vienmēr ir "zinātniska rakstura" ar akadēmisko grādu dabas zinātnēs, kuri cenšas nopelnīt no savām pašu radītajām idejām un jauninājumiem? Vai varbūt viņi ir vairāk "biznesa rakstura" ar izglītību, kas paver viņiem iespējas saskatīt citur radītas idejas un ieviest tās vietējā tirgū. GEM pētījuma priekšrocība ir tā, ka mēs varam sīki izpētīt gan inovatīvo, gan pārējo uzņēmēju izglītības vēsturi. Rezultāti attiecībā uz izglītības ilgumu gados nav viennozīmīgi. (skatīt 5. diagrammu) No vienas puses, proporcionāli to inovatīvo uzņēmēju skaits, kam ir vispārējā vidējā izglītība vai zemāka, ir neliels, ja salīdzina ar ne-uzņēmējiem. No otras puses, proporcionāli pamata inovāciju ieviesēju skaits ar augstāko izglītību (bakalaura grāds vai augstāk) bija daudz mazāks, salīdzinot ar mērenajiem inovāciju ieviesējiem vai pat ierindas uzņēmējiem 2006. gadā. Turklāt mēs varam novērot, ka vairāk kā 60% no pamata inovāciju ieviesējiem savu profesionālo izglītību ieguva vai nu vidusskolā vai pēc tās. Attiecīgi skaitļi mērenajiem un ierindas uzņēmējiem, attiecīgi, ir tikai 29% un 42%.

GEM aptaujā respondentiem tika jautāts arī par jomu, kurā iegūta izglītība.<sup>25</sup> Interesanti, ka inovatīvajiem uzņēmējiem izglītības jomas ir ļoti dažādas, sākot no skolotāja un humanitāro zinību profesijām līdz inženieriem un lauksaimniekiem. Pēc 2005. un 2006. gada datiem gandrīz pusei no pamata inovāciju ieviesējiem bija iegūta izglītība uzņēmējdarbībā un inženierzinātnēs. Līdzīga tendence novērojama arī mērenajiem inovatīvo uzņēmēju vidū attiecīgajā laika posmā. Savukārt, nevienam no pamata

inovāciju uzņēmējiem izglītība nebija iegūta dabas zinātnēs, ķīmijā, fizikā vai medicīnā ne 2005., ne 2006. gadā. Šāda izglītība bija ļoti reta arī starp mērenajiem inovāciju ieviesējiem.

Šie atklājumi norāda, ka nepastāv vienkārša proporcionāla sakarība starp uzņēmēja izglītību un viņa inovatīvajām aktivitātēm. Lai arī zems izglītības līmenis ir saistīts ar mazāku iespēju būt inovatīvam, tomēr augsts izglītības līmenis nebūt nenozīmē, ka cilvēks ir kļuvis daudz inovatīvāks. Profesionālās izglītības iespaids uz inovatīvo domāšanu ir nozīmīgāks nekā akadēmiskā izglītība. Mēs neatradām pierādījumus tam, ka augsti izglītoti cilvēki ar eksakto zinātņu kvalifikāciju kļuva par inovatīvajiem uzņēmējiem 2005. – 2006. gadā. Drīzāk par tādiem kļuva ļoti izglītoti indivīdi ar profesionālo vai uzņēmējdarbības izglītību.

Apkopojot visu iepriekš teikto, mēs esam novērojuši svarīgas atšķirības starp inovatīvajiem un pārējiem uzņēmējiem, kas varētu būt noderīgi fakti politisko lēmumu pieņēmējiem valstī. Pēc mūsu rīcībā esošās informācijas, šis ir pirmais mēģinājums sistemātiski analizēt atšķirības starp inovatīvajiem un pārējiem uzņēmējiem Latvijā, balstoties uz augstas kvalitātes nacionāla mēroga aptaujas datiem. Diemžēl jāatzīst, ka politisko lēmumu pieņēmējiem noderīgās informācijas apjoms no mūsu datiem ir samērā ierobežots, jo inovatīvās uzņēmējdarbības analīze nebija viena no galvenajām prioritātēm datu vākšanā GEM projekta ietvaros.<sup>26</sup> Taču inovatīvā uzņēmējdarbība ir viena no galvenajām sfērām TeliaSonera Institūta pētījumu dienas kārtībā. Latvijas uzņēmējdarbības dinamikas panelpētījums (PSED-Latvija) un Latvijas Inovatīvo uzņēmumu aptauja (SIBiL) ir daudz spēcīgāki un progresīvāki Institūta iniciētie un ieviestie pētījumi. Šie pētījumi dos labāku ieskatu inovatīvās uzņēmējdarbības dinamikā un raksturojumā Latvijā.

Attēls 18: Izglītības līmenis starp uzņēmējiem un ne-uzņēmējiem 2006. gadā



<sup>23</sup> Lai novērstu neskaidrības, mūsu izvirzītā svešvalodu definīcija izslēdz krievu valodu kā svešvalodu etnisko latviešu starpā un latviešu valodu – etnisko krievu vidū.

<sup>24</sup> Respondentiem bija jānovērtē savas svešvalodu zināšanas trīs ballu skalā – no "ne pārāk labi" līdz "samērā labi" un "ļoti labi". Mēs definējām respondenta svešvalodas zināšanas kā labas, ja pašvērtējums bija vismaz "samērā labi".

<sup>25</sup> Precīzāk sakot, respondentiem bija jāatzīmē viena no 15 jomām (kategorijām), kādā iegūts savs augstākais sasniegtais izglītības līmenis.

<sup>26</sup> Tas nozīmē arī to, ka parauga populācijas izmēri bija samērā mazi, lai sīkāk pētītu inovatīvos uzņēmējus, un rezultāti bieži vien izrādījās statistiski nenozīmīgi.

## 6. TELIASONERA INSTITŪTA ATBALSTĪTIE PĒTĪJUMI

GEM ir empīrisks izpētes projekts, kas balstīts uz augstas kvalitātes reprezentatīvām nacionālajām pieaugušo iedzīvotāju aptaujām, kur izlases lielums ir ap 2000 katrā dalībvalstī. Tādējādi GEM rezultātiem ir augsta ticamība un tos var attiecināt uz visu Latvijas iedzīvotāju kopumu. GEM ir daļa plašākai pētījumu programmai TeliaSonera Institutā, kuras mērķis ir informēt sabiedrību par uzņēmējdarbības aktivitātes cēloņiem un nozīmīgumu Latvijai. Pētījumu programmas stūrakmenis ir augstas kvalitātes datu bāzu izveide par uzņēmējdarbību Latvijā. Šādas datubāzes ietver: i) GEM pieaugušo iedzīvotāju apsekojumus; ii) Uzņēmējdarbības Dinamikas Panelpētījumu (PSED); un iii) inovatīvo uzņēmumu apsekojumu Latvijā (SIBiL). Kopš institūta darbības uzsākšanas 2005. gadā panākts būtisks progress. Tā 2005. un 2006. gadā veikti divi GEM apsekojumi un trešais, 2007. gada apsekojums, jau ir uzsākšanas stadijā. Tomēr uzskatām, ka PSED un SIBiL projektu ietvaros tiks iegūta vēl kvalitatīvāka informācija, tādēļ sniegsim īsu ieskatu šo pētījumu būtībā.

### UZŅĒMĒJDARBĪBAS DINAMIKAS PAŅĒPĒTĪJUMS LATVIJĀ

Pamatojoties uz GEM pētījuma rezultātiem, katru gadu ap 60 000 pieaugušo iedzīvotāju mēģina uzsākt uzņēmējdarbību Latvijā, tomēr tikai daļa no tiem kļūst par dzīvotspējīgiem uzņēmumiem. Acīmredzot ir atsevišķas biznesa aktivitātes vai noteikti pasākumi, kas palielina topošā uzņēmuma izredzes izdzīvot. Izpratne par faktoriem, kas veicina veiksmīgu uzņēmumu izveidi varētu būt informatīva gan topošajiem uzņēmējiem, gan arī politikai veidotājiem. Lielākā daļa uzņēmumu aptauju, kas līdz šim veiktas Latvijā, bija veidotas ar mērķi izziņāt šķēršļus uzņēmējdarbībai esošajos uzņēmumos. Tomēr prakse rāda, ka tas noved pie izlases neobjektivitātes, jo tiek iegūta informācija tikai par to topošo uzņēmumu uzsākšanas aktivitātēm, kam izdevās dibināt reālas firmas. Par ļoti jauniem un maziem topošajiem uzņēmumiem ir ļoti maz informācijas un praktiski tās vispār nav.

Uzņēmēji, kas ir veikuši konkrētus soļus, lai uzsāktu uzņēmējdarbību, un kuru uzņēmums vēl nav pilnībā izveidots, tiek klasificēti kā topošie uzņēmēji. Grupa pētnieku ASV, ko vadīja profesors Paul Reynolds, izstrādāja metodoloģiju, lai identificētu un pētītu topošo uzņēmējdarbību. Pētījuma rezultāti vainagojās ar labi-pazīstamo Uzņēmējdarbības Dinamikas Panelpētījumu (PSED), kas tika uzsākts 1998. gadā un turpinās arī tagad. PSED aptaujas ir veiktas ASV, Austrālijā un Zviedrijā. PSED pētījumi tiek uzsākti arī Beļģijā, Dānijā, Vācijā, Honkongā, Islandē, Īrijā, Nīderlandē, Singapūrā, Slovēnijā, un Velsā (Lielbritānija). Šo projektu īstenošanas rezultātā ir tapis arī Globālais uzņēmējdarbības ilgtermiņa pētījumu novērtējums (Global Assessment of Longitudinal Entrepreneurial Studies jeb GALES). Projekts uzsākts 2006. gadā un tā mērķis ir standartizēt PSED pētījuma struktūru projekta dalībvalstīs, lai sekmētu datu ieguves kvalitāti un varētu veikt politikas rekomendācijas uzņēmumu veidošanai, kas būtu balstītas uz empīriski iegūtiem datiem.

PSED pētījums Latvijā tika ielānots un uzsākts 2006. gadā, un to veica TeliaSonera Institutā pētnieki. Aptaujas struktūra ir balstīta uz PSED II, kas ir jaunākā versija uzņēmējdarbības dinamikas pētījumam ASV un izstrādāta 2005. gadā. Pētījuma metodoloģija Latvijā stingri atbilst iepriekš izstrādātajai un pārbaudītajai versijai, lai nodrošinātu iespēju pētījuma rezultātus salīdzināt ar citu valstu iegūtajiem rezultātiem, piemēram līdzīgiem pētījumiem ASV, Austrālijā, Zviedrijā un citur. TeliaSonera Institūts piedalās arī GALES projektā, kura mērķis ir veicināt un koordinēt uzņēmējdarbības panelpētījumus visā pasaulē.

Topošo uzņēmēju atlase un intervēšana ir ļoti dārgs pasākums, jo viņi veido pavisam nelielu daļiņu no iedzīvotāju kopas.<sup>27</sup> Reāla datu ieguve PSED pētījumam Latvijā tika uzsākta 2006. gada Novembrī un to paredzēts nobeigt 2007. gada vasarā. Aptauju veic *Latvijas Fakti*, kas ir profesionāla socioloģisko pētījumu firma. Datu ieguves rezultātā tiks iegūta nejausi izvēlēta nacionāli reprezentatīva izlase, kas dos pieeju sistemātiskiem un ticamiem datiem par uzņēmumu veidošanās procesu Latvijā.

### INOVATĪVO UZŅĒMUMU APTAUJA LATVIJĀ

Tiek uzskatīts, ka Latvijas konkurētspēja globālajā ekonomikā ir atkarīga no uzņēmumu spējas radīt inovācijas un pāriet uz zināšanām intensīvām ražošanas nozarēm. Tāpat ir zināms, ka daudziem Latvijas uzņēmumiem nav panākumu šajā jomā. Diemžēl mūsu zināšanas par faktoriem, kas veicina biznesa inovācijas ir visai ierobežotas. Kādēļ dažiem uzņēmumiem ir lielākas iespējas radīt jaunus produktus un ieviest jaunas ražošanas tehnoloģijas? Kā iespējams idejas pārvērst produktos, kam ir tirgus pieprasījums? Mums kā pētniekiem liekas interesanti meklēt izskaidrojumus inovāciju cēloņiem un sekām, kā arī izstrādāt empīriski balstītas politikas rekomendācijas.

Inovatīvo uzņēmumu aptauja Latvijā (Survey of Innovative Businesses in Latvia jeb SIBiL), ko izstrādāja TeliaSonera Institutā pētnieki, mēģinās rast atbildi uz šiem jautājumiem (un arī daudziem citiem). Mūsu aptaujas instruments ir balstīts uz Sabiedrības inovāciju apsekojumu (Community Innovation Survey jeb CIS), kas tiek veikts visās Eiropas Savienības valstīs saskaņā ar EiroStat un OECD izstrādātajām vadlīnijām.<sup>28</sup> Tai pat laikā SIBiL ir vairākas būtiskas priekšrocības,

salīdzinot ar CIS. Pirmkārt, aptauja ir daudz plašāka nekā tā, kas izmantota CIS. Mēs varējām iekļaut vairākus nozīmīgus jautājumus no citiem pārbaudītiem aptauju pētījumiem, kā PSED un ASV Mazo Uzņēmumu Finansēšanas Aptauja (U.S. Survey of Small Business Finance). Otrkārt, uzņēmumu īpašnieki tiks intervēti klātienē nevis izsūtīt aptaujas pa pastu, kā tas tika darīts CIS. Bez tam tiks pārdomāti izvēlētas aptaujas izlases, kas ļaus uzlabot datu kvalitāti. Treškārt, pētījums aptvers mazos uzņēmumus (mazāk kā 10 strādājošo), ko CIS metodoloģija neparedz aptaujāt. Visbeidzot, liela aptaujas daļa būs veltīta uzņēmumiem, ko EiroStat klasificē kā zināšanu-intensīvus augsto tehnoloģiju pakalpojumu un augsto tehnoloģiju ražošanu.

SIBiL ir izstrādāts sadarbībā ar *Lursoft* un *Latvijas Faktiem*. Plānots aptaujāt nejašu uzņēmumu izlasi, kopā aptuveni 1400 firmas, ko paredzēts veikt līdz 2007. gada Septembrim. Katra uzņēmuma attīstībai tiks sekots trīs gadu garumā, izmantojot atkārtotas telefonu intervijas. SIBiL padziļinās izpratni par procesiem, kas veicina inovācijas Latvijas uzņēmumos.

<sup>27</sup> Balstoties uz GEM apsekojumiem, tikai 4% pieaugušo iedzīvotāju ir topošie uzņēmēji.

<sup>28</sup> Vadlīnijas ir apkopotas tā-sauktajā Oslo Instrukcijā (*Oslo Manual*).



## 7. SECINĀJUMI UN NORĀDĪJUMI POLITIKU VEIDOŠANAI

Šī gada GEM pētījums sniedz vairākas labas ziņas Latvijas sabiedrībai un politiku veidotājiem. Valstī ir veselīgs uzņēmējdarbības apjoms, un, salīdzinot ar citām valstīm, Latvija parāda sevi no labās puses. Lai gan lieli nopelni ir pašiem uzņēmējiem, arī politiku veidotāji var uzstāt sev uz pleca. Ja pēc neatkarības atgūšanas netiktu izveidota pozitīva uzņēmējdarbības vide, tad pašreiz mēs neredzētu tādu uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni. Tajā pašā laikā GEM rāda, ka vēl ir nepieciešami būtiski uzlabojumi. Uzņēmējdarbības aktivitātes rādītāji tādās valstīs kā ASV, Norvēģijā un Īrijā joprojām ir krietni augstāki nekā Latvijā.

Kādas ir mūsu prognozes par uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni nākotnē? Ja nenotiks ekonomiskas kataklīzmas, Latvijas uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis tuvākajā nākotnē pieaugs. Pēdējo divu gadu laikā topošo un jauno firmu uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis drīzāk ir bijis stabils, un 2006. gadā ir pieaudzis nobriedušo uzņēmumu īpašnieku izplatības rādītājs. Tomēr, Latvijas ekonomikai virzoties uz augstākām ekonomikas attīstības pakāpēm, uzņēmējdarbības pieaugums var palēnināties. Kā rāda GEM rezultāti, salīdzinot ar attīstības ekonomiskām, valstīs ar augstu IKP uz vienu iedzīvotāju parasti ir zemāks uzņēmējdarbības aktivitātes līmenis. Lieliem, nobriedušiem uzņēmumiem paplašinoties, to pieprasījums pēc talantīgiem un labi izglītotiem indivīdiem pieaug, un piedāvātais atalgojums konkurē ar uzņēmējdarbības piedāvātājam iespējām.

Neskatoties uz kopumā veselīgo uzņēmējdarbības vidi, politiku veidotājiem būtu jāpievērš uzmanība pastāvošajam reģionālā un dzimumu līdzsvara trūkumam uzņēmējdarbībā. Salīdzinot ar 2005. gadu, 2006. gadā sevišķi pasliktinājās dzimumu aspekts; ir daudz mazāka varbūtība, ka sievietes iesaistīsies uzņēmējdarbībā.

Politiku veidotājiem būtu jāpievērš uzmanība tādai svarīgai jomai kā uzņēmējdarbības uzsākšanas finansēšana. GEM pētījums parāda, ka lielākā daļa topošo uzņēmēju paļaujas paši uz saviem līdzekļiem un ģimenes locekļu vai radnieku finansējumu. Tomēr ne visiem topošajiem uzņēmējiem ir turīgi radnieki. Turklāt 2006. gada GEM pētījums norāda, ka, salīdzinot ar 2005. gadu, paredzamās izmaksas jaunas uzņēmējdarbības uzsākšanai ir dubultājušās. Tomēr uzņēmējdarbības uzsākšanas finansēšana ir ļoti strīdīgs jautājums. GEM pētījums parāda, ka mazo uzņēmumu sektorā pastāv diezgan liela viļņošanās un mainība. Pastāvīgi tiek dibināti jauni uzņēmumi, bet daudzas uzņēmējdarbības idejas neiztur tirgus pārbaudi. Tādējādi masveida un nekritiska nodokļu maksātāju naudas izmantošana uzņēmējdarbības projektu finansēšanai varētu vest nepareizā virzienā. Šajā jomā ir nepieciešamas labi pārdomātas un izstrādātas politikas iniciatīvas.

Vēl viens būtisks GEM atklājums ir tāds, ka inovatīvā uzņēmējdarbība nav tik reti sastopama kā parasti šķiet. Gandrīz puse

Latvijas uzņēmumu savā ziņā ir inovatīvi. Pretēji tradicionālajam pieņēmumam, inovatīvā uzņēmējdarbība neaprobežojas ar dažiem tā sauktajiem progresīvās tehnoloģijas (high-tech) sektoriem, piemēram, farmācija, bet ir sastopama arī daudzās citās ekonomikas jomās. Inovatīvie uzņēmēji ir labi izglītoti, viņi zina svešvalodas un ir ar lielāku varbūtību eksportēt savu produkciju. Kā valdība var veicināt inovācijas? Diemžēl mūsu zināšanas par faktoriem, kas izraisa inovācijas, ir ļoti ierobežotas. Pastāv daudzas mīklas. Piemēram, GEM pētījums rāda, ka izglītībai ir nozīme, bet inovatoriem augstākā izglītība nav obligāta. Lielākā daļa inovatoru ir studējuši uzņēmējdarbību vai inženierzinātnes, patiesībā tikai dažiem ir dabaszinātņu izglītība. Mēs uzskatām, ka mūsu nākamie datu ieguves projekti, īpaši SIBiL, sniegs vairāk informācijas par procesiem, kas izraisa inovācijas Latvijas uzņēmējdarbībā.

Starp svarīgākajiem jautājumiem, ar ko saskaras politiku veidotāji, ir: „Kā lai palielina uzņēmējdarbības aktivitātes līmeni Latvijā?” vai „Kā lai veicina inovācijas uzņēmējdarbībā?”. GEM lielākoties ir ‘uzņēmējdarbības mērītājs’ un tā lietderība, saskaroties ar daudziem svarīgiem politiku jautājumiem, ir ierobežota. Protams, pievēršanās konkrētiem politiku jautājumiem neietilpst šī pētījuma kompetencē. Taču citi mūsu datu ieguves projekti, piemēram, PSED-Latvija un SIBiL datu kopas, ir vairāk piemērotas politiku veidotāju vajadzībām uzņēmējdarbības un inovāciju jomās. Lai varētu piedāvāt risinājumus labi formulētām politiku problēmām, ir nepieciešama izpēte, kas bieži vien ir laikietilpīga un dārgs process. Kā piemēru var minēt šo darbu: Labklājības Ministrijai gatavots pētījums, ko nacionālās programmas „Darba tirgus izpēte” ietvaros 2007. gadā veica BICEPS pētnieki sadarbībā ar SIA FACTUM, izmantojot PSED-Latvija datus.<sup>29</sup>

Pamatojoties uz Labklājības Ministrijas projektam veikto darbu, BICEPS pētnieki iesaka uzņēmējdarbības uzsākšanai ieviest *fiksēto nodokli*. Šāds nodoklis aizvietotu uzņēmuma ienākuma nodokli un pievienotās vērtības nodokli ar fiksētu likmi, kas jāmaksā no uzņēmuma apgrozījuma, ar minimāliem dokumentu darbiem. Jebkura persona, uzsākot savu uzņēmējdarbību, varētu pieteikties fiksētā nodokļa režīmam uz zināmu laika periodu, kas nepārsniedz divus gadus šīs personas dzīvē. Fiksētais nodoklis no jaunā uzņēmēja pleciem veiksmīgi noņemtu nodokļu aprēķinu nastu un ļautu koncentrēties uz sava uzņēmuma izdzīvošanu pirmajos divos tā darbības gados. Būtībā fiksētā nodokļa režīmu varētu uzskatīt par katra indivīda *biļeti uz uzņēmējdarbību*.<sup>30</sup> Ieteikums ieviest fiksēto nodokli tika balstīts uz īpaši aptaujas moduļa rezultātiem, kas tika īpaši ieviests PSED-Latvija aptaujā. Tika noskaidrots, ka lielākajai daļai topošo uzņēmēju bija lielas grūtības izprast, kā nodokļi (piemēram, ienākumu nodoklis un PVN) ietekmē viņu uzņēmumus, un viņi pauda atbalstu fiksētā nodokļa idejai.

## PIELIKUMS A: GEM PIEEJA UN DATU IEGUVE

### GEM PROJEKTA SKAIDROJUMS

Uzņēmējdarbības Globālais Monitorings (GEM) ir pētniecības programma, kuras koordinācijas centru kopīgi uztur Londonas Biznesa skola un Babson koledža ASV. Pētniecība ietver arī katras iesaistītās valsts nacionālo komandu konsorciju. GEM mērķis ir izveidot ikgadēju uzņēmējdarbības aktivitāšu līmeņu novērtējumu visās valstīs. Tiek izpētīti daudzi faktori gan valstu iekšienē, gan globāli, kas varētu radīt sistemātiskās atšķirības uzņēmējdarbības intensitātē. Dziļāka izpratne par šiem faktoriem var sekmēt politiku izstrādi uzņēmējdarbības aktivitāšu veicināšanai, kas balstītas uz izpētes rezultātiem, vienlaicīgi sekmējot ekonomiskās vides uzlabošanu. GEM apsekojums tika uzsākts 1999. gadā. 42 valstis piedalījās 2006. gada pētījuma ciklā, un vairāk kā 150 pētnieki no dažādām nacionālajām komandām sadarbojās ar koordinējošo komandu datu ieguvē un projekta attīstībā.

Pētījums pievērš uzmanību arī faktoru daudzveidībai gan valstu iekšienē, gan starptautiskā līmenī, kas var piešķirt sistemātiskas atšķirības uzņēmējdarbības rādītājos. Caur dziļāku šo faktoru izpratni politikas uzņēmējdarbības aktivitāšu līmeņa paaugstināšanai var tikt pamatotas ar pārliecinošu pētījumu, kamēr var tikt labāk izprasta uzņēmējdarbības loma pozitīvas ekonomiskās vides veicināšanā.

### PIEAUGUŠO IEDZĪVOTĀJU APSEKOJUMS

2006. gadā tika aptaujātas reprezentatīvas izlases no nejausi izvēlētiem pieaugušajiem (atlase svārstās no 1,000 līdz gandrīz 35,000 indivīdiem) 42 valstīs. Līdzīgi kā iepriekšējos GEM pētījumu interviju tabula sastāv no galveno jautājumu kopuma, kas tika izmantoti, lai noteiktu uzņēmējdarbības aktivitātes rādītājus un iegūtu papildus jautājumus par respondentu īpašībām. Plašu šo procedūru aprakstu var atrast Reynolds et al. (2005).

Latvijā intervijas veica profesionāla firma (*Latvijas Fakti*), un kopumā 2006. gada jūlijā un augustā pa telefonu<sup>31</sup> tika aptaujāti 1,958 pieaugušie vecumā no 18 līdz 64 gadiem. Datu ieguvei tika izmantota divpakāpju dalītās nejausās izlases procedūra. Dališana pēc reģiona (Rīga, Vidzeme, Kurzeme, Zemgale, Latgale), dzīvesvietas veida (Rīga, liela pilsēta, pilsēta, ciems, lauku apvidus) un tautības (latvieši un citas tautības) nodrošināja visu sociāli-demogrāfisko grupu atspoguļošanu izlasē. Mājsaimniecībai piederošais telefona numurs tika nejausi izvēlēts no Lattelekom tālrunu kataloga. Kā respondents tika izvēlēts mājsaimniecības loceklis ar vistuvāko dzimšanas dienu. Atsaucības rādītājs, atkarībā no atrašanās vietas, bija 70-89%. Novērojumi tika sadalīti pēc vecuma, dzimuma un ģeogrāfiskā reģiona.

<sup>29</sup> Projekta nosaukums ir “Optimāla nodarbinātību veicinoša nodokļu un pabalstu sistēma”. Projektu finansēja Eiropas Struktūrfondi un Labklājības Ministrija, Nr. VPD1/ESF/NVA/04/NP/3.1.5.1/0001/0003

<sup>30</sup> Sīkāku informāciju meklējiet oriģinālajā pētījumā.

<sup>31</sup> 65% mājsaimniecību Rīgā un 50% mājsaimniecību citos Latvijas reģionos fiksētā tālrunu numurs.

## PIELIKUMS B: GEM VALSTU KOMANDAS 2006

Komanda	Institūcija	Nacionālās komandas locekļi	Finansiālais atbalstītājs	APS Vendor
<b>Argentina</b>	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Natalia Weisz	IAE Management and Business School Banco Rio	MORI Argentina
<b>Australia</b>	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology and Education, Centre for Innovation and Commercialisation The University of Adelaide	Kevin Hindle Kim Klyver Gary Hancock Noel Lindsay	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology and Education, Centre for Innovation and Commercialisation The University of Adelaide	Australian Centre for Emerging Technologies and Society
<b>Belgium</b>	Vlerick Leuven Gent Management School Ghent University	Hans Crijns Mirjam Knockaert Sophie Manigart Miguel Meuleman Tom van Acker Sabine Vermeulen	Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie)	TNS Dimarso
<b>Brazil</b>	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Solange Krupa Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL)	Instituto Bonilha
<b>Canada</b>	HEC-Montréal Sauder School of Business, The University of British Columbia	Nathaly Riverin Louis-Jacques Filion Victor Cui Qianqian Du Aviad Pe'er Daniel Muzyka Ilan Vertinsky	Gouvernement du Québec Chaire d'entrepreneuriat Rogers-J.A.Bombardier, HEC Montréal The W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Research The Social Sciences and Humanities of Canada	BIP
<b>Chile</b>	Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo	Germán Echeopar José Ernesto Amorós	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander Universidad Adolfo Ibáñez Centro para el Emprendimiento y la Innovación Universidad del Desarrollo	Benchmark
<b>China</b>	National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University	Jian Gao Yuan Cheng Xibiao Li Yanfu Jiang Wei Zhang Lan Qin Shude Shi	Beijing Municipal Science & Technology Commission	Synovate
<b>Colombia</b>	Coordination Team Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Universidad ICESI Universidad de los Andes	Liyis Gómez Jorge Jiménez Rodrigo Varela Juan Pablo Correales Luis Javier Sánchez Alberto Ibarra Alberto Arias Fernando Pereira Luis Miguel Alvarez Ana Carolina Martínez Camilo Martinez Rafael Vesga	Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría

<b>Czech Republic</b>	University of Economics, Prague	Martina Jakl Martin Lukes	Ministry of Industry and Trade of the Czech Republic Deloitte Czech Republic	Factum Invenio
<b>Croatia</b>	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
<b>Denmark</b>	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottosson Lone Toftild	IDEA - International Danish Entrepreneurship Academy Karl Petersen og Hustrus Fond University of Southern Denmark National Agency for Enterprise and Construction Vækstfonden Ernst & Young Ringkøbing Amt Fyns Amt Viborg Amt Sønderjyllands Amt Vestsjællands Amt Århus Amt Vejle Amt	Institut for Konjunkturanalyse
<b>Finland</b>	Turku School of Economics Imperial College	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Erkko Autio	Tekes - Finnish Funding Agency for Technology and Innovation Turku School of Economics	TNS Gallup Oy
<b>France</b>	EM Lyon	Olivier Torrès Danielle Rousson Sophie Vallet	Caisse des Dépôts et Consignations Observatoire des PME	CSA
<b>Germany</b>	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover Institute for Employment Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Institute for Employment Research, Nuremberg	Infas - Institute for Applied Social Sciences
<b>Greece</b>	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Takis Politis	Hellenic Bank Association	Datapower SA
<b>Hungary</b>	University of Pécs George Mason University Corvinus University of Budapest Max Planck Institute of Economics	László Szerb Zoltan J. Acz József Ulbert Siri Terjesen Attila Varga Judit Károly Krisztián Csapó Gábor Kerékgyártó	Ministry of Economy and Transport University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University	Szocio-Graf Piac-es Közvélemény-kutató Intézet
<b>Iceland</b>	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Capacent (formerly known as Gallup)
<b>Ireland</b>	University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Pia Arenius	Enterprise Ireland Forfás NDP Gender Equality Unit, Department of Justice, Equality and Law Reform	Behaviour and Attitudes

<b>Italy</b>	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Ernst & Young	Target Research
<b>India</b>	Pearl School of Business, Gurgaon	Janaki Raman I. M. Pandey Ashutosh Bhupatkar	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
<b>Indonesia</b>	Prasetiya Mulya Business School INRR (Institute of Natural & Regional Resources) Bogor University of Agri- culture	Agus Wijaya Soehadi Imam Soeseno Asep Saefuddin	Prasetiya Mulya Business School INRR (Institute of Natural & Regional Resources)	MARS (Marketing Research Specialist) Indonesia
<b>Jamaica</b>	University of Technology, Jamaica	Sandra Glasgow Claudette Williams-Myers Vanetta Skeete Ismail Olusegun Afis	University of Technology, Jamaica National Commercial Bank Jamaica Limited Export-Import Bank of Jamaica Limited Port Authority of Jamaica Limited Digicel G-Tech Jamaica Limited	Koci Market Research & Data Mining Services
<b>Japan</b>	Kobe University Keio University Musashi University	Takehiko Isobe Tsuneo Yahagi Noriyuki Takahashi	Venture Enterprise Center	SSRI
<b>Latvia</b>	TeliaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga	Vyacheslav Dombrovsky Olga Rastrigina Andrejs Jakobsons Karlis Kreslins	TeliaSonera AB	Latvijas Fakti
<b>Malaysia</b>	Technopreneur Develop- ment Division, Multime- dia Development Corp. Sdn Bhd	Dato' Dr. Abu Talib Bachik Wilson Tay Chuan Hui Fahiza Basir Amran Yusoff Syed Azizi Wafa Syed Khalid Wafa Tengku Farith Ritthaud- dean	Economic Planning Unit, Prime Ministers Depart- ment Multimedia Development Corporation Sdn Bhd Technopreneurs Associa- tion of Malaysia Universiti Malaysia Sabah	Rehanstat Sdn Bhd
<b>Mexico</b>	Tecnológico de Monter- rey, Business Develop- ment Centre Tecnológico de Monter- rey, EGAP, Strategic Stud- ies Centre	Arturo Torres Marcia Campos Elvira Naranjo	Tecnológico de Monter- rey	Profesionales en Estudios de Mercado y Cultura, S.C.
<b>Netherlands</b>	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Lorraine Uhlaner Ingrid Verheul Philipp Koellinger	Dutch Ministry of Eco- nomic Affairs	Stratus (formerly known as Survey@)
<b>Norway</b>	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Erlend Bullvaag	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Ministry of Local Govern- ment and Regional Devel- opment Kunnskapsparke Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nord- land AS Bodø Graduate School of Business	TNS
<b>Peru</b>	Centro de Desar- rollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Keiko Nakamatsu Armando Borda Oswaldo Morales	Universidad ESAN	SAMIMP Research

<b>Philippines</b>	Philippine Center for Entrepreneurship Foundation Inc.	Imelda J. Madarang Sonia Tiong-Aquino Vicentita Cervera Gloria Chavez Ma. Corazon Lopez Jaime Noel Santos Katrina Kay Bulaong	Philippine Center for Entrepreneurship President's Social Fund National Livelihood Sup- port Fund	Synergy Business Con- sultancy
<b>Russia</b>	Saint Petersburg Team School of Management, Saint Petersburg	Vassily Dermanov Valery Katkalo Olga Verhovskaya Maria Rumyantsteva	School of Management, Saint Petersburg	
	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepureno Olga Obratsova Tatiana Alimova Vladimir Lobachev Alla Alieva Dmitry Naumov	State University - Higher School of Economics, Moscow	Levada-Center
<b>Singapore</b>	National University of Singapore (NUS) Entrepreneurship Centre	Poh Kam Wong Lena Lee Ho Yuen Ping	Standards, Productivity and Innovation Board (SPRING) Singapore and National University of Singapore (NUS) Enterprise	Joshua Research Con- sultants
<b>Slovenia</b>	Institute for Entrepreneu- ship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pusnik	Slovenian Research Agency Ministry of the Economy Smart Com Finance – Slovenian Busi- ness Daily	RM PLUS
<b>South Africa</b>	UCT Centre for Innova- tion and Entrepreneu- ship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Gideon Maas	Liberty Life, Standard Bank, South African Brew- eries and the National Research Foundation	AC Nielsen ZA
<b>Spain</b> Regional Teams Andalucía Asturias Canary I. Castille Leon Castille la Mancha Catalonia C. Valenciana Extremadura Galicia Madrid Murcia Navarra Basque Country	Instituto de Empresa Regional Universities Cádiz Oviedo Las Palmas & La Laguna León Castille la Mancha Autónoma de Barcelona Miguel Hernández Fundación Xavier de Salas Santiago de Compostela Autónoma de Madrid Murcia Pública de Navarra Deusto & Basque Country	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Regional Team Directors José Ruiz Navarro Juan Ventura Victoria Rosa M. Batista Canino Mariano Nieto Antolín Miguel Ángel Galindo Martín Carlos Guallarte José M <sup>a</sup> Gómez Gras Ricardo Hernández Mogollón J. Alberto Díez de Castro Eduardo Bueno Campos Antonio Aragón Sánchez Iñaki Mas Erice Iñaki Peña Legazkue	Dirección Gral. Política PYMES Instituto de Empresa Cámaras de Comercio Junta de Andalucía Gov. del Principado de Asturias Gov. De Canarias, Cabildo Fondo Social Europeo Centros de Innovación Europeos (Navarra, Mur- cia, C y León) Generalitat de Catalunya Junta de Extremadura Air Nostrum, CEG, BIC Galicia IMADE, FGUAM Fundación Caja Murcia Eusko Ikaskuntza Instituto Vasco de Com- petitividad and others	Instituto Opinómetro S.L.
<b>Sweden</b>	ESBRI – Entrepreneu- ship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson Lena Ramfelt Mikael Samuelsson	Confederation of Swed- ish Enterprise (Svenskt Näringsliv) NUTEK – Swedish Agency for Economic and Re- gional Growth VINNOVA – Swedish Governmental Agency for Innovation Systems	SKOP
<b>Thailand</b>	College of Man- agement, Mahidol University	Thanaphol Virasa Brian Hunt Randall Shannon Tang Zhi Min	Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
<b>Turkey</b>	Yeditepe University	Nilufer Egrican Esra Karadeniz	Siemens Technology Develop- ment Foundation of Turkey	Akademetre

<b>United Arab Emirates</b>	Zayed University	David McGlennon Kenneth J Preiss Declan McCrohan Raed Daoudi	Mohammed Bin Rashid Establishment for Young Business Leaders	IPSOS-STAT (Emirates)
<b>United Kingdom</b>	London Business School Northern Ireland Team Small Business Research Centre, Kingston University Scottish Team Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Welsh Team National Entrepreneurship Observatory University of Glamorgan Cardiff University	Rebecca Harding Mark Hart Jonathan Levie David Brooksbank Dylan Jones-Evans	Small Business Service Barclays Bank plc East Midlands Development Agency, Yorkshire Forward South East England Development Agency, North West Development Agency, Government Offices for the North East, One North East, East of England Development Agencies Barking and Dagenham District Council Institute for Family Business (UK) Invest Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Welsh Assembly Government Welsh European Funding Office	Iff       Iff Iff Iff
<b>United States</b>	Babson College George Mason University	Erlend Bullvaag I. Elaine Allen Zoltan J. Acs William D. Bygrave Stephen Spinelli, Jr. Marcia Cole	Babson College George Mason University	Opinion Research Corp.
<b>Uruguay</b>	IEEM Business School, Universidad de Montevideo	Jorge Pablo Regent Vitale Leonardo Veiga Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School, Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
<b>GEM Global Coordination Team</b>	London Business School Babson College Utrecht University Imperial College	Rebecca Harding Maria Minniti Niels Bosma Mark Quill Mick Hancock Erkko Autio Marcia Cole Davina McAleely Chris Aylett	London Business School Babson College	

## ATSAUCES

Djankov, S., E. Miguel, Y. Qian, G. Roland, and E. Zhuravskaya (2005) "Who are Russia's Entrepreneurs?" *Journal of the European Economic Association*, 3(2-3): 587-597.

Dombrovsky, V. and F. Welter (2006), "The role of personal and family background in making entrepreneurs in Post-Socialist Environment", mimeo.

Dunn, T. and D. Holtz-Eakin (2000), "Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links." *Journal of Labor Economics*, 18(2): 282-305.

Laferrere, A. (2001), "Self-Employment and Intergenerational Transfers." *International Journal of Sociology*, 31(1): 3-26.

Oslo Manual (2005). Organization for Economic Cooperation and Development.

Reynolds, P.D., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. DeBono, I. Servais, P. Lopez- Garcia and N. Chin (2005), "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", *Small Business Economics* 24: 205-231

Schumpeter, Joseph A. (1939). *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, New York: McGraw Hill.



***TeliaSonera Institute***

*Strēlnieku iela 4a, Rīga, LV-1010, Latvia*

***Baltic International Centre for Economic Policy Studies***

*Strēlnieku iela 4a, Rīga, LV-1010, Latvia*  
*[www.biceps.org](http://www.biceps.org)*

***Stockholm School of Economics in Riga***

*Strēlnieku iela 4a, Rīga, LV-1010, Latvia*  
*[www.sseriga.edu.lv](http://www.sseriga.edu.lv)*