



Analīze par mikro un mazo, t.sk., ģimenes uzņēmumu veidošanos Latvijā, to uzņēmēj prasmju novērtējumu pēc starptautiski atzītās BOSI metodes un turpmāk nepieciešamajiem pasākumiem to saimnieciskās darbības veicināšanai.

Ziņojums

Rīga, 2014.gads.

Ievads

Eiropas Komisija 2008. gadā publicēja ziņojumu „Eiropas Mazās uzņēmējdarbības akts”, kuras galvenais uzdevums bija ieviest principu „domāt par mazajiem vispirms” uzņēmējdarbības politikas veidošanā, sākot no regulu izstrādes līdz valsts pārvaldei, kā arī veicināt mazo un vidējo uzņēmumu (MVU) izaugsmi. Ziņojums satur 10 politiski saistošas vadlīnijas, un pirmā no tām paredz Eiropas Savienībai (ES) un dalībvalstīm radīt uzņēmējdarbības vidi, kurā uzņēmējiem un ģimenes uzņēmumiem ir iespēja attīstīties un uzņēmējdarbība tiktu novērtēta.

Minētās vadlīnijas ietvaros, ik gadu visā ES, arī Latvijā, tiek organizēta „Mazo un vidējo uzņēmumu nedēļa” ar mērķi nodrošināt informāciju par ES, dalībvalstu, reģionālo un pašvaldību institūciju piedāvāto atbalstu mikro uzņēmumiem, kā arī MVU, popularizēt uzņēmējdarbību, lai vairāk cilvēku vērtētu iespēju veidot karjeru uzņēmējdarbībā, kā arī izrādīt atzinību uzņēmējiem par veikto ieguldījumu Eiropas labklājībā, darbavietu radīšanā, inovācijās un konkurētspējā. Jāatzīmē, ka no uzņēmējdarbības politikas veidošanas aspekta būtiska ir ne tikai šo uzņēmumu atzīnīga novērtēšana, bet arī to darbības kavējošo faktoru apzināšana, lai lemtu par turpmāk nepieciešamajiem uzņēmējdarbības atbalsta pasākumiem.

Latvijā, „MVU nedēļas” ietvaros, jau otro gadu tiek organizēta iniciatīva “Atbalsti mazo biznesu!”, vienlaikus, atzīmējot Mazā biznesa dienu. Iniciatīvas ietvaros tiek organizēta plaša mēroga kampaņa veltīta mikro un mazajiem uzņēmumiem, organizējot tematiskus seminārus visos Latvijas reģionos, analizējot esošo mikro un mazo uzņēmumu profilu, to darbībai nepieciešamās vajadzības, veidojot dialogu starp publisko un privāto sektoru, kā arī apzinot labos prakses piemērus uzņēmējdarbības veikšanā. Biedrība “Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu forums” (MVU Forums) organizē šo iniciatīvu veidojot plašu partnerību ar valsts un pašvaldību institūcijām, uzņēmēju organizācijām, finanšu institūcijām, mediju partneriem un pastāvīgajiem iniciatīvas partneriem SIA “Lursoft” un VAS Latvijas Pasts. SIA “Lursoft” nodrošina aktuālu datu atlasī un analīzi, īpaši pēc uzņēmumu gada pārskatu iesniegšanas, kas dod iespēju precīzi atlasīt šo mērķa auditoriju - mikro un mazos uzņēmumus - un uzrunāt ar VAS Latvijas Pasta starpniecību. Jau otro gadu kampaņas ietvaros bez maksas ir pieejams inovatīvs rīks mikro un mazo uzņēmēju gēna novērtējums pēc starptautiski atzītās BOSI metodes, kas sniedz iespēju apzināt esošo un potenciālo uzņēmēju uzņēmējprasmes un, izanalizējot to stiprās un vājās puses, plānot uzņēmējdarbības aktivitātei nepieciešamos pasākumus nākotnē. Tādu finanšu institūciju, kā AS SEB banka, kas Eiropā un Latvijā ierindojas starp vadošajām, iniciatīvas ietvaros palīdz aplūkot uzņēmējdarbības situāciju Latvijas un Baltijas mērogā.

MVU Forums, balstoties uz iniciatīvas partneru darbības pieredzi, to apkopotajiem datiem un veiktajiem pētījumiem un, ņemot vērā Eiropas Mazās uzņēmējdarbības aktā noteikto 1.vadlīniju, ir sagatavojis MVU nedēļas 2013. gada un 2014. gada ietvaros organizētajos Mazā biznesa dienas pasākumos apzināto mikro un mazo uzņēmumu, īpaši ģimenes uzņēmumu, situāciju Latvijā. MVU Forums analizē šo uzņēmumu profilu, sniedzot izklāstu par labās prakses piemēriem mikro un mazo, t.sk., ģimenes, uzņēmumu veidošanā, identificējot to darbību kavējošos faktorus (t.sk. veicot mikro un mazo uzņēmumu gēna pēc BOSI metodes analīzi) un sniedz priekšlikumus turpmāk prioritāri risināmajiem jautājumiem mazās uzņēmējdarbības vides pilnveidošanai Latvijā.

Satura rādītājs

levads	2
1. Iniciatīva „Atbalsti mazo biznesu” un Mazā biznesa dienas aktivitātes	4
1.1. Iniciatīvas darbības pamatprincipi	4
1.2. Mazā biznesa dienas aktivitātes 2013.-2014.gadā	5
2. Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu profils	9
2.1. Uzņēmumu kopas atlasē principu	9
2.2. Mikro un mazo uzņēmumu vispārīgais saimnieciskās darbības profils 2013.-2014. gadā-10	
2.3. Iniciatīvas „Atbalsti mazo biznesu” dalībnieku saimnieciskās darbības rādītāji Latvijas reģionos	13
2.3.1. Kurzemes reģions (Liepāja un Ventspils)	14
Ventspils	15
Liepāja	16
2.3.2. Vidzeme (Valmiera, Ogre)	16
Valmiera	17
Ogre	18
2.3.3. Zemgales reģions (Jelgava)	19
Jelgava	19
Jelgavas novads	20
2.3.4. Latgales reģions (Daugavpils)	21
Daugavpils	22
Daugavpils novads	23
2.3.5. Rīga un Rīgas reģions	23
2.3.6. Uzņēmumu reģistrācijas un likvidācijas rādītāji Latvijā kopumā	25
3. Mikro un mazo uzņēmēju novērtējums pēc BOSI metodes	26
4. Ģimeniskās saites Latvijas uzņēmējdarbībā un labā prakse	29
5. Uzņēmējdarbības uzsākšanu ietekmējošie faktori	31
Secinājumi un priekšlikumi mikro un mazo uzņēmumu saimnieciskās darbības uzlabošanai	34
Nepieciešamie pasākumi MVU saimnieciskās darbības uzlabošanai	34
Nobeigums	36

1. Iniciatīva „Atbalsti mazo biznesu” un *Mazā biznesa dienas* aktivitātes

1.1. Iniciatīvas darbības pamatprincipi

Latvijā pieaug sabiedrības līdzdalība sociālajos, ekonomikas un politikas procesos, sabiedrība kļūst atvērtāka un aktīvāka pārmaiņu īstenošanā. Latvijā ir daudzas iniciatīvas, kas iemantojušas plašu sabiedrības uzticību un atbalstu, piemēram, “Lielā Talka”, “Muzeju nakts”, labdarības akcija “Eņģeļi pār Latviju” un citas, kas ir nozīmīgas gan to aktīviem dalībniekiem un atbalstītājiem, gan sabiedrībai kopumā.

Iniciatīva "Atbalsti mazo biznesu" aizsākās 2012.gada rudenī ar mērķi ar masu komunikācijas starpniecību mobilizēt resursus, kas vienlaikus stiprinātu uzņēmējdarbības nozīmīgumu sabiedrībā, nodrošinātu informatīvu un tehnoloģisku atbalstu, veidotu jaunas un stiprinātu esošās partnerības un galvenais – piesaistītu jaunus klientus. Iniciatīvas pamatideja ir aizgūta no ASV pieredzes uzņēmējdarbības gara stiprināšanā mazā biznesa sestdienas (Small Business Saturday – <https://www.americanexpress.com/us/content/small-business/shop-small/about/?linknav=us-open-shopsmall-homepage-about>) ietvaros.

Rezultātā tika izveidota biedrība "Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu forums", kas uzņēmās iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu!" ietvaros:

1. organizēt Mazā biznesa dienu;
2. sniegt bezmaksas reklāmas rīkus;
3. sagatavot seminārus Latvijas lielākajās pilsētās;
4. pārstāvēt Latvijas MVU intereses Eiropas Savienībā;
5. vidējiem un lielajiem uzņēmumiem stiprināt mazos piegādātājus.

Mazā biznesa diena ir viena diena gadā, kad tiek pievērsta īpaša uzmanība Latvijas mikro un mazajiem uzņēmumiem, atbalstot viņus gan ar uzslavu vai padomu, gan pirkumiem vai pasūtījumiem. Mazā biznesa diena tiek organizēta iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu" ietvaros un ir viens no publiskākajiem pasākumiem, kurā piedalīties var ikviens sabiedrības loceklis. Mazā biznesa diena visā Latvijā ir katra novembra trešajā sestdienā.

Mazā biznesa dienā piedalās visi interneta vietnē www.mazabiznesadiena.lv reģistrētie uzņēmumi. Šajā vietnē ir uzkrāta un uz Latvijas kartes vizualizēta informācija par visiem iniciatīvas dalībniekiem, to piedāvātajiem produktiem un pakalpojumiem, strukturējot tos pēc dažādiem parametriem, lai palīdzētu cilvēkiem izvēlēties atbalstāmos komersantus pēc teritorijas, preces vai sniegtā pakalpojuma.

Vietnē var izveidot sava biznesa individuālu reklāmas plakātu un īsu video, ērti publicēt savos sociālo mediju kanālos. Iniciatīvai ir īpaša uzlīme, kuru uzņēmēji ir aicināti izmantot kā atpazīstamības zīmi mazajam biznesam tirdzniecības vai pakalpojuma sniegšanas vietā.

Iniciatīvas ietvaros ikvienu radošs cilvēks ir aicināts piedalīties semināros Latvijas pilsētās, kur tiek sniegta praktiska informācija par to, kā paplašināt klientu loku, kā uzrunāt potenciālos partnerus un kā saredzēt jaunas biznesa iespējas.

1.2. Mazā biznesa dienas aktivitātes 2013.-2014.gadā

Biedrība „Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu forums” 2013. gadā ir īstenojis aktivitāšu kopumu, lai veidotu iniciatīvu “Mazā Biznesa diena” un „Eiropas MVU nedēļa” sinerģiju. Minēto iniciatīvu mērķi ir līdzīgi, proti, informācijas par MVU atbalsta veidiem nodrošināšana, uzņēmējdarbības popularizēšana un atzinības izteikšana par veikto ieguldījumu.

Sākotnējie iniciatīvas uzstādījumi un pamata aktivitātes 2013.gadā:

1. Veikta komersantu iesniegto gada pārskatu par 2012. gadu datu analīze, izveidojot izlases datni par Latvijā reģistrētajiem mazajiem uzņēmumiem, kas atbilst vairākām pazīmēm, p. ir ekonomiski aktīvs un komersantam ir bijis apgrozījums; komersanta darbinieku skaits ir līdz 10 darbiniekiem; komersanta gada apgrozījums ir līdz 426 800 EUR (300 000 latu LVL).
2. Nodrošināta tiešā pasta sūtījumu piegādāšana augstāk minētajiem uzņēmumiem;
3. Organizēti reģionālie diskusiju semināri 7 lielajās Latvijas pilsētās, iepriekš veicot salīdzinošu uzņēmējdarbības aktivitātes novērtējumu reģionos, analizējot uzņēmumu gada pārskatus 2012. gadā (rezultātus par mikro un mazo uzņēmumu statistiku un attīstības dinamiku skatīt ziņojuma 2.sadaļā);
4. Iniciatīvas platforma www.mazabiznesadiena.lv ietvaros ir sagatavoti un pieejami bez maksas atbalsta rīki komersantiem savas uzņēmējdarbības popularizēšanai:
 - a. Tiešsaistes plakāta sagataves ar paplašinātu funkcionalitāti;
 - b. Interaktīvā Latvijas karte, kas sniedz vizuālu kopskatu par iniciatīvas dalībniekiem un to atrašanās vietu un virkni funkcionālu priekšrocību, kā informācijas atjaunošanu un papildināšanu Lursoft/ZO.LV datu bāzēs;
 - c. Integrēts “Uzņēmēja gēna” pašnovērtējuma modulis pēc “BOSI” metodoloģijas (rezultātus par mikro un mazo uzņēmumu statistiku un attīstības dinamiku skatīt ziņojuma 3.sadaļā);
 - d. Integrēti un pilnveidoti sociālo tīklu kanāli Facebook un Twitter, izveidojot īpašu aplikāciju “Pastāsti citiem”;
 - e. Mārketinga materiālu sagataves preču un pakalpojumu reklamēšanai;
5. Reklāma un publicitāte:
 - a. Sociālā reklāma sabiedriskajos medijos LTV 1 un LTV 7;
 - b. Radio raidījumi un diskusijas;
 - c. Preses konferences;
 - d. Drukātie mediji;
 - e. Interneta mediji un sociālie tīkli, iniciatīvas partneru informatīvie kanāli;
 - f. Reklāma visā Latvijā un reklāma partneru reģionālajās filiālēs (Latvijas Pasta filiāles, Bankas Citadele filiāles).

2013.gada kopējie rezultatīvie dati:

-Ir izveidota 32400 komersantu datu bāze un nodrošināti tiešā pasta sūtījumi ar informāciju par Mazā biznesa dienu un reģistrācijas paroles;

-Organizēti 7 semināri lielajās Latvijas pilsētās, kas pulcēja vairāk kā 700 dalībniekus. Paralēli semināriem, tika nodrošināta informācijas standu darbība, kur bija pieejama informācija un klātienē konsultācijas ar Valsts darba Inspekciju, Valsts ieņēmumu dienestu, Latvijas Pasta Ekspresu pastu, Uzņēmumu reģistru, Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras, Vides un reģionālās attīstības ministrijas pārstāvji. Semināros diskutējām un centāmies sniegt atbildes uz uzņēmējus interesējošajiem jautājumiem:

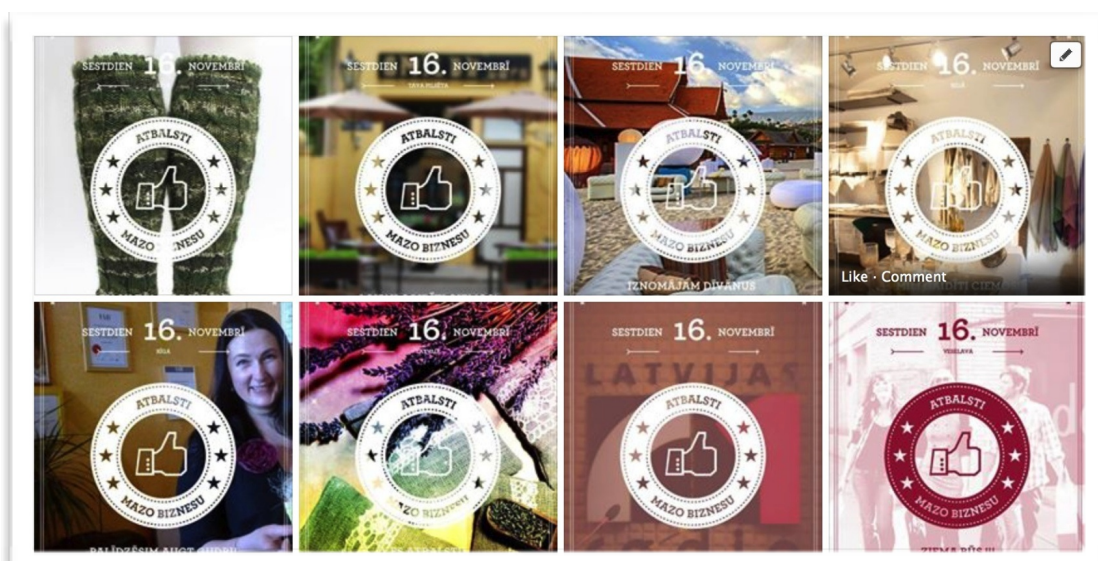
- Uzņēmējdarbības vide pilsētā un reģionā, plānotās valsts un pašvaldību aktivitātes uzņēmējdarbības atbalstam. Priekšlasījumus sniedza pašvaldību, Ekonomikas ministrijas un Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras pārstāvji ;

- Kā palielināt klientu loku un celt apgrozījumu? Kā efektīvāk popularizēt uzņēmuma produkciju un pakalpojumus vietējā tirgū? Savā personīgajā pieredzē dalījās mazie un vidējie uzņēmumu vadītāji, kuri atraduši savu veiksmes un panākumu formulu;
 - Kas jāzina jauniem uzņēmumiem, lai piesaistītu finanses? SIA Lursoft un bankas Citadele pārstāvji sniedza informāciju par finanšu datu iegūvi, analīzes iespējām, uzņēmumu finanšu piesaistes iespējām komercbankās;
 - Kā lielie uzņēmumi var sasniegt mazo biznesu un strādāt partnerībā? VAS Latvijas Pasts un Ziņu aģentūras LETA pārstāvji;
 - MVU Foruma pārstāvji sniedza informāciju par iespējām un uzdevumiem, lai palīdzētu uzņēmējiem sagatavoties „Mazā biznesa dienai”, kuras norise bija 2013.gada 16.novembrī.
- Iniciatīvas platformas www.mazabiznesadiena.lv darbības rādītāji:
- Kopējais iniciatīvā reģistrēto uzņēmumu skaits - 4020 (skat. interaktīvās kartes vizualizāciju 2013.gadā);



Interaktīvās kartes vizualizācija 2013.gadā. (Avots: www.mazabiznesadiena.lv/karte)

- Interneta resursu apmeklējums sasniedza līdz 15 000 unikālu lietotāju mēnesī, sasniedzot 54 000 skatījumu ar vidējo pavadīto laiku - 3,5 minūtes;
- resursā integrēto BOSI pašnovērtējumu bija izpildījuši 1900 apmeklētāji;
- tiešsaistes režīmā izveidoti vairāk kā 780 uzņēmumu plakāti (skat. plakātu vizualizācija 2013.gadā);



Uzņēmumu veidoto plakātu vizualizācija 2013.gadā. (Avots: www.mazabiznesadiena.lv/plakats)

- Mazā biznesa dienā, kas noritēja 2013.gada 16.novembrī, papildus uzņēmēju organizētajām pašreklāmas un citām mārketinga aktivitātēm, atsevišķās pašvaldības atbalstīja un sadarbojās mazo komersantu tirdziņu organizēšanā, piemēram, Jelgavā, Smiltēnē, Alūksnē, Skrundā un Rīgā (Kalnciema kvartālā) u.c.

Iniciatīvas uzstādījumi un pamata aktivitātes 2014.gadā:

- Pamata uzstādījumi 2014.gadā netika mainīti, bet apzinoties, ka Latvijā tieši vidējie un mazie uzņēmumi sabiedrības izpratnē visvairāk iemieso ģimenes uzņēmumu būtību, ģimeņu biznesa tika izvirzīts par šī gada vienu no prioritātēm. Tika veiktas iniciatīvas vizuālās identitātes un vēstījumu papildināšana, vienlaikus, veiktas izmaiņas arī dizainā gan interneta platformā www.mazabiznesadiena.lv un vides reklāmā.
- Ņemot vērā lielo resursu ietilpību tiešā pasta sūtījumiem, šajā gadā tika nodrošināti tiešā pasta sūtījumi 4000 komersantiem, kas nodarbina 10-50 darbiniekus, ar apgrozījumu no 500000 EUR līdz 10milj. EUR, aicinot tos aktīvi iesaistīties iniciatīvā un atbalstīt mazākos komersantus, īpaši Mazā biznesa dienas ietvaros.
- Interaktīvā platforma www.mazabiznesadiena.lv tika papildināta ar tiešsaistes video reklāmas veidošanas moduli un tiešsaistes plakātu veidotājs ir papildināts ar pilsētu kategorijām, kas nodrošina automātisku pilsētas mazā biznesa plakāta izveidošanu.
- Līdzīgi kā iepriekšējā gadā, tika organizēti 6 reģionālie semināri Latvijas pilsētās. Semināru saturs tika veidots ar mērķi veicināt uzņēmumu prasmi pārdot preces un pakalpojumus, paplašināt tehnoloģiju izmantošanu ikdienas darbā, tai skaitā elektroniskā paraksta izmantošanu, nodrošināt pieredzes apmaiņu un sniegt ieskatu par ģimenes uzņēmējdarbības piemēriem un specifiku. Semināros savu priekšlasījumu sniedza SIA Lursoft, analizējot uzņēmējdarbības rezultātus pilsētās un reģionos, SIA DPA, sniedzot ieskatu par informācijas un komunikācijas tehnoloģiju (IKT) izmantošanu ikdienas darbā, Vides un reģionālās attīstības ministrija par elektroniskā paraksta izmantošanu un SIA Scorio vadītājs Vigants Lesausks, kas ir divkārtējs pārdevēju konkursa "Pārdošanas guru" uzvarētājs, dalījās savā profesionālā pārdevēja pieredzē. Savukārt, SEB bankas pārstāvji informēja par pētījumu, kas veikts Baltijas valstīs par uzņēmējdarbības uzsākšanu un sniedza ieskatu par Latvijā pieejamām atbalsta programmām, kas var palīdzēt uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstībai.
- Sabiedrisko attiecību ietvaros, pastiprināta uzmanība tika veltīta arī krieviski runājošajai auditorijai. Šīs komunikācijas nodrošināšanai, tika izveidota partnerība ar SIA "Baltic Media Alliance" un televīzijas kanālu "PBK". Tas bija nepieciešams gan uzņēmju auditorijas, gan arī krieviski runājošas sabiedrības daļas uzrunāšanai. Televīziju papildinājām ar izdevuma "Открытый город" sadarbību, veicot satura integrāciju par mazo un ģimeņu biznesu.

2014.gada kopējie rezultatīvie dati:

-Ir izveidota 4000 komersantu, kas nodarbina 10-50 darbiniekus, ar apgrozījumu no 500000 EUR līdz 10milj. EUR, datu bāze un nodrošināti tiešā pasta sūtījumi ar informāciju par Mazā biznesa dienu un aicinājumu iesaistīties;

-Organizēti 6 semināri Latvijas pilsētās, kas pulcēja vairāk kā 270 komersantus un 120 jauniešus (skolēnus un studentus), semināra programmā iztirzājot uzņēmējiem un iesācējiem nozīmīgas tēmas, piemēram, preču un pakalpojumu pārdošana, IKT izmantošana uzņēmuma ikdienas darbā, finanšu un atbalsta pieejamība uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstībai un elektroniskā paraksta sniegtās iespējas un ieguvumi. Labās prakses piemēri no mazajiem un ģimenes biznesiem reģionā un Latvijā. Rīgas seminārā, sadarbojoties ar ASV Vēstniecību Latvijā, priekšlasījumu dalībniekiem sniedza Robbie Vitrano, sniedzot priekšlasījumu par uzņēmējdarbības attīstību un iespējamām sinerģijām ar pilsētvidi. Robbie Vitrano ir Ņūorleānas biznesa inkubatora "Idea Village" uzņēmējdarbības konsultants un līdzdibinātājs, inovatīvas picērijas tīkla „Naked Pizza”, mediju aģentūras līdzdibinātājs un vadītājs.

-Iniciatīvas platformas www.mazabiznesadiena.lv darbības rādītāji:

- Kopējais iniciatīvā reģistrēto uzņēmumu skaits - 4400, papildus 2014.gadā pievienojušies 200 uzņēmumi (skat. interaktīvās kartes vizualizāciju 2014.gadā);



Interaktīvās kartes vizualizācija 2014.gadā. (Avots: www.mazabiznesadiena.lv/karte)

- Interneta resursu apmeklēja 11500 lietotāju, sasniedzot 32000 skatījumu ar vidēji pavadīto laiku - 4 minūtes;
- resursā integrēto BOSI pašnovērtējumu izpildījuši 4800 apmeklētāji;
- tiešsaistes režīmā izveidoti vairāk kā 350 uzņēmumu plakāti (skat. plakātu vizualizācija 2014.gadā);



Uzņēmumu veidoto plakātu vizualizācija 2014.gadā (Rīga). (Avots: www.mazabiznesadiena.lv/plakats)

- Tiešsaistē ir izveidoti 55 mazo komersantu video rullīši;

- Iniciatīvai bija plašs atspoguļojums arī reģionāla griezumā - 23 pilsētas/novadi (50 publikācijas internetā un laikrakstos) - Ventspils, Tukums, Rīga, Jēkabpils, Krimulda, Aizkraukle, Ape, Ādaži, Saulkrasti, Līvāni, Liepāja, Daugavpils, Valmiera, Kocēni, Carnikava, Strenči, Ogre, Līgatne, Krāslava, Rugāji, Valka, Ludza, Jelgava;
- Mazā biznesa dienā, kas noritēja 2014.gada 15.novembrī, papildus uzņēmēju organizētajām pašreklāmas un citām mārketinga aktivitātēm Spiķeros, Rīgā notika amatnieku un mazo komersantu tirdziņš "Go Latvian", to tieši sasaistot ar Mazā biznesa dienu.

2. Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu profils

2.1. Uzņēmumu kopas atlases principi

Šajā ziņojumā ir aplūkoti Latvijas mikro un mazie uzņēmumi, kas, vienlaikus, ir no Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu foruma uzrunāti un aktīvi iesaistīti iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu!" aktivitātēs 2013. gadā un 2014. gadā.

Uzņēmumu kopas atlase ir veikta saskaņā ar 2013. gada 18.aprīļa Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas Tautsaimniecības padomes mikro un mazo uzņēmumu komitejas sēdes ietvaros pieņemtajiem kritērijiem, proti:

- mikro uzņēmumi: 142 300 EUR (100 000 LVL) apgrozījums taksācijas periodā, 5 darbinieki;
- mazie uzņēmumi: 426 800 EUR (300 000 LVL) apgrozījums taksācijas periodā, 10 darbinieki.

Papildus piemērotie atlases kopas kritēriji:

- 1) uzņēmums ir ekonomiski aktīvs;
- 2) ir iesniegts iepriekšējā finanšu gada darbības pārskats;
- 3) ģimenes uzņēmumu identificēšanai piemērota fizisko personu uzvārdu, uzņēmumu valdes locekļu uzvārdu un uzņēmumu juridisko adresu saistību analīze.

Šajā ziņojumā, uzņēmumi, kuru apgrozījums un darbinieku skaits ir lielāks kā atlases kopai piemērotie, tiek interpretēti kā vidējie un lielle uzņēmumi, vai klasificēti kā "pārējie".

Pētījuma veikšanai, uzņēmumu kopas atlase veikta no SIA „Lursoft” datu bāzes. Ņemot vērā, ka ziņojums sagatavots, ņemot vērā 2014.gada 27.novembra noslēgtā līguma Nr.2014/100 ar Ekonomikas ministriju nosacījumus, uzņēmumu kopas atlasē ir ievērota arī prasība par ne mazāk kā 10 000 vienību atlasītiem reprezentatīviem datu kopas nodrošināšanai.

Mikro un mazo uzņēmumu analīzes ierobežojošie faktori:

- 1) analīzei izmantota SIA "Lursoft" apkopotā informācija par 2012. un 2013.gada taksācijas perioda gada pārskatiem, bet tā vēl nav pieejama par 2014.gadu.
- 2) lai gan informācija tiek apskatīta par kopējiem statistikas datiem mikro un mazo uzņēmumu rādītājos, analīze koncentrēta uz Latvijas MVU foruma aktivitātes dalībniekiem, kas tādējādi daļēji var ierobežot analīzes kopējos secinājumus par mikro un mazo, t.sk., ģimenes uzņēmumu veidošanos Latvijā.

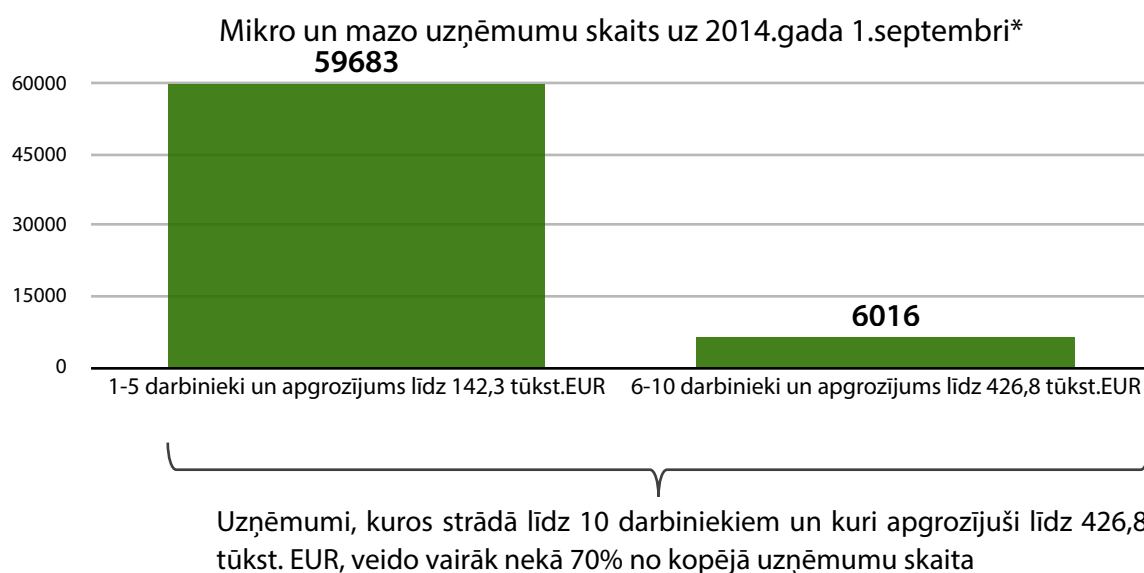
2.2. Mikro un mazo uzņēmumu vispārīgais saimnieciskās darbības profils 2013.-2014. gadā

Pēc SIA "Lursoft" datu apkopojuma par ekonomiski aktīvajiem uzņēmējiem, 2014. gada septembrī, Latvijā bija 59683 uzņēmumi, kas atbilst mikro uzņēmuma kritērijam un 6016 mazie uzņēmumi (skat. 1. attēlu). Salīdzinošie dati par 2013.gadā attiecīgo periodu nav apkopoti.

Savukārt, piemērojot papildus ekonomiskās aktivitātes, iesniegta gada pārskata kritēriju, šis skaits ir būtiski mazāks:

- 2013. gadā, uzņēmumu skaits Latvijā bija 32400, šai izlasei pievienojot arī zemnieku saimniecības, kuru juridiskā forma ir veidojusies vēsturiski, bet saimnieciskās darbība nav saistīta ar lauksaimniecību (apmēram 2400).
- 2014. gadā šādiem izlases kritērijiem atbilst 43300 uzņēmumi. 2013. gadā šie uzņēmumi:
 - ar darba vietām nodrošinājuši 141 tūkst. strādājošos;
 - kopā apgrozījuši 12,3 miljardi EUR;
 - kopā nopelnījuši 253,8 milj. EUR.

1. attēls

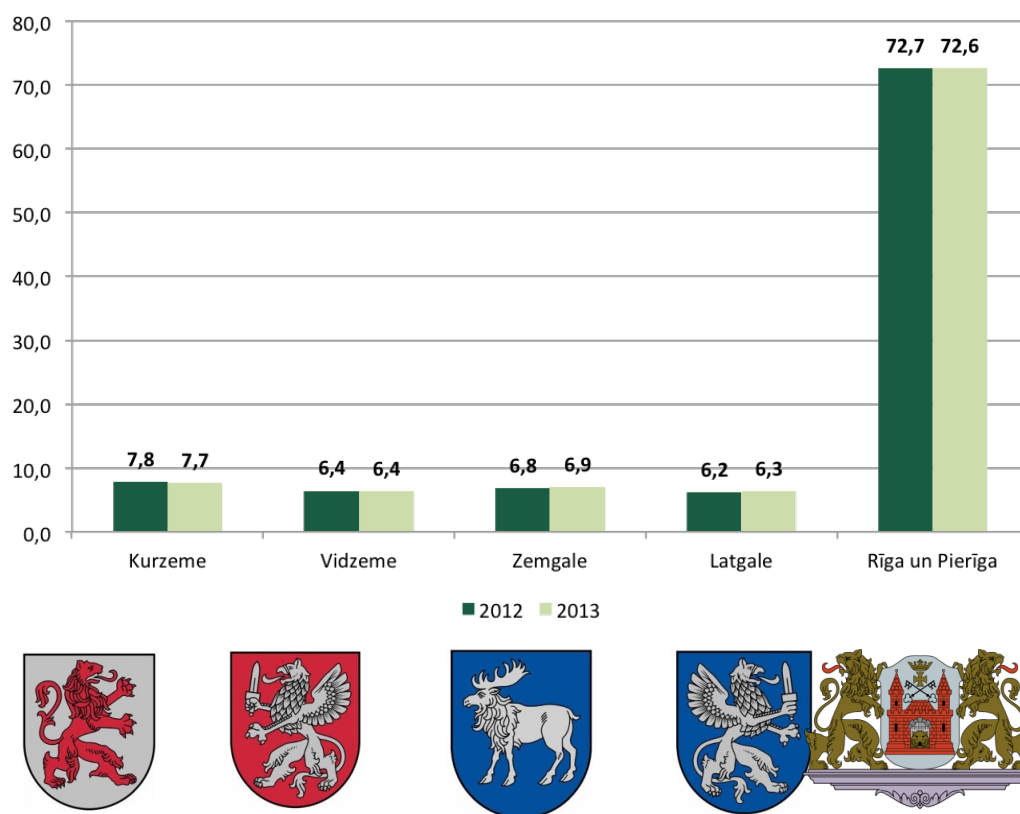


*Avots: Lursoft dati

Aktīvo uzņēmumu reģionālais sadalījums 2013. gadā būtiski neatšķiras no 2012. gada rādītājiem (skat. 2. attēlu) un sastāda sekojošu proporciju:

- Rīga un Pierīga - 72,6%;
- Latgale - 6,3%;
- Zemgale - 6,9%;
- Vidzeme - 6,4%;
- Kurzeme - 7,7%.

Aktīvo uzņēmumu reģionālais sadalījums 2012-2013. gadā, %*



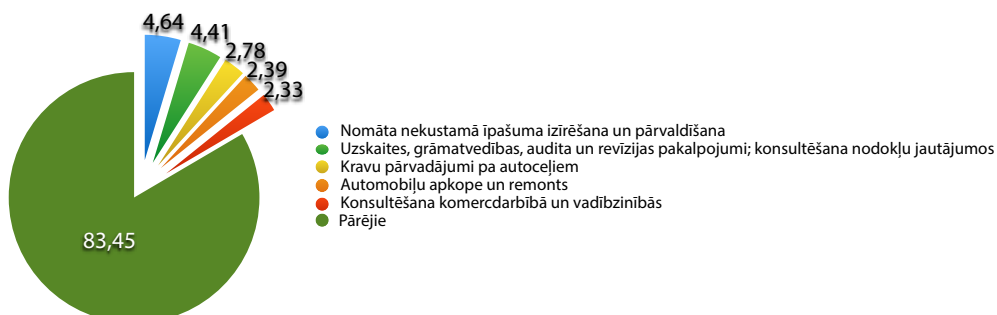
*Avots: Lursoft dati

Populārākās mikro un mazo uzņēmumu darbības nozares 2013.gadā (skat. 3. attēlu):

- Sava vai nomāta nekustamā īpašuma izīrēšana un pārvaldīšana (4,64%)
- Uzskaites, grāmatvedības, audita un revīzijas pakalpojumi; konsultēšana nodokļu jautājumos (4,41%)
- Kravu pārvadājumi pa autoceļiem (2,78%)
- Automobiļu apkope un remonts (2,39%)
- Konsultēšana komercdarbībā un vadībinībās (2,33%).

3. attēls

Populārākās mikro un mazo uzņēmumu darbības nozares 2013.gadā, % *



*Avots: Lursoft dati

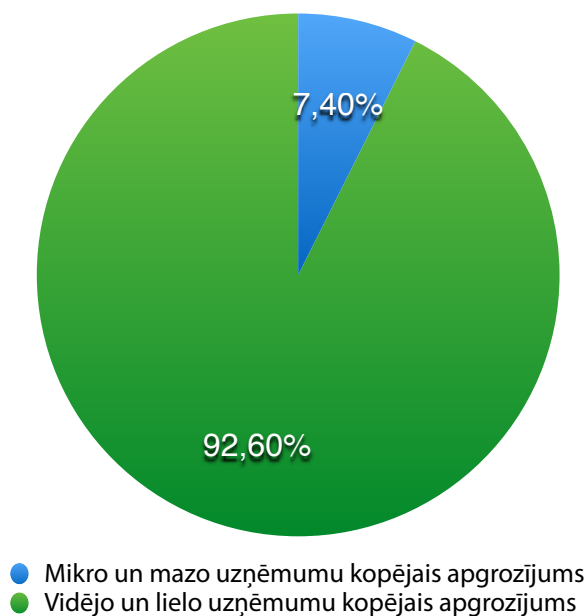
Populārāko nozaru sadalījuma datu apkopojums ir uzsākts ar 2013. gadu, tādēļ nevaram secināt izmaiņas attiecībā pret 2012.gadu.

Apkopojot SIA "Lursoft" datu bāzē esošo ekonomiski aktīvo uzņēmumu gada pārskatus, tika iegūti šādi secinājumi par vispārīgo situāciju mikro un mazo uzņēmēju finanšu rādītājiem un nodarbinātības rādītājiem Latvijā.

2013. gadā mikro un mazie uzņēmumi Latvijā kopā apgrozījuši 3,69 miljardus EUR, kas ir 7,4% no Latvijas uzņēmumu kopējā apgrozījuma (skat. 4. attēlu).

4. attēls

**Mikro un mazo uzņēmumu apgrozījums
no kopējā Latvijas uzņēmumu
apgrozījuma 2013.gadā ***

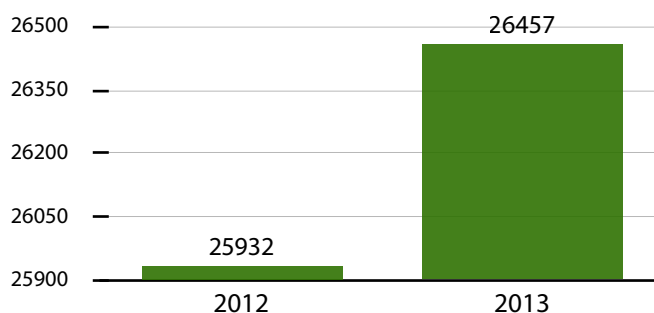


*Avots: Lursoft dati. Salīdzinošo datu apkopojums uzsākts no 2013.gada.

Mikro un mazo uzņēmumu vidējais apgrozījums uz vienu uzņēmumu ir pieaudzis no 25 932 EUR 2012. gadā līdz 26 457 EUR 2013. gadā (skat. 5. attēlu).

5. attēls

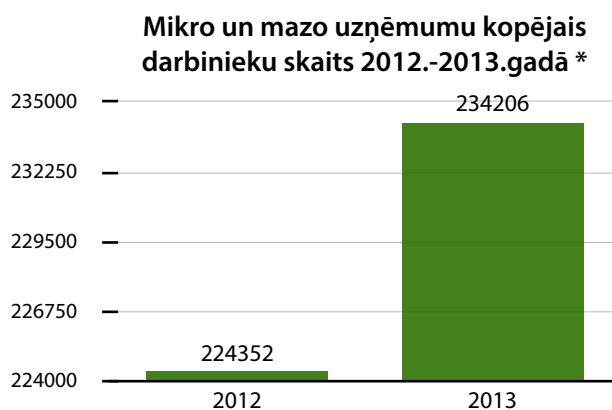
**Mikro un mazo uzņēmumu vidējais
apgrozījums uz vienu uzņēmumu, EUR***



*Avots: Lursoft dati.

Mikro un mazo uzņēmumos kopējais nodarbināto skaits ir pieaudzis no 22 4352 cilvēkiem 2012. gadā līdz 234 206 cilvēkiem 2013.gadā (skat. 6. attēlu).

6. attēls



*Avots: Lursoft dati.

Mikro un mazo uzņēmumu kopējie zaudējumi 2013. gadā bijuši 45,6 milj. EUR. Mikro un mazo uzņēmumu vidējā peļņa gada laikā pieaugusi 6 reizes.

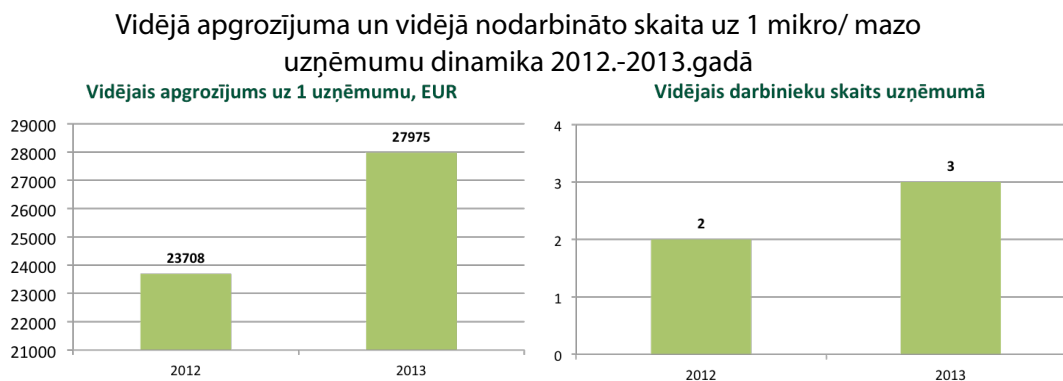
2.3. Iniciatīvas „Atbalsti mazo biznesu” dalībnieku saimnieciskās darbības rādītāji Latvijas reģionos

Iniciatīvas “Atbalsti mazo biznesu!” ietvaros, uzņēmumi ir aicināti reģistrēties iniciatīvas interneta vietnes www.mazabiznesadiena.lv interaktīvajā kartē. Uzņēmumu reģistrācija tiek nodrošināta ar Lursoft biznesa reģistra ZO.LV datu bāzes starpniecību. Reģistrējušies uzņēmumi tiek attēloti šajā kartē, tādējādi ir redzams, kur tie darbojas.

2013.gadā šis aicinājums tika nosūtīts 32 400 izlases kopas uzņēmumiem visā Latvijā ar Latvijas Pasta starpniecību, savukārt 2014.gadā - 4000 uzņēmumiem. Rezultātā 2 gadu laikā interaktīvajā kartē atrodami vairāk kā 4200 mazo uzņēmumu.

Izmantojot vienotu datu ievades un reģistrācijas platformu, Lursoft ir iespējas arī novērtēt biznesa vides attīstību, aplūkojot iniciatīvā “Atbalsti mazo biznesu” iesaistītos un reģistrējušos komersantus. Pēc apkopotajiem rezultātiem var secināt, ka pēdējo gadu laikā ir ievērojami audzis 2013. gada iniciatīvā reģistrēto dalībnieku vidējais apgrozījums uz 1 uzņēmumu, kā arī pieaudzis darbinieku skaits vidēji par vienu darbinieku, vidēji no diviem uz trijiem darbiniekiem (skat. 7. attēlu).

7. attēls



*Avots: Lursoft dati.

Apsekojuma rezultāti uzskatāmi parāda, ka šāda veida iniciatīvas un citas mazo uzņēmēju atbalsta aktivitātes dod konkrētus un izmērāmus rezultātus, bet galvenais izaicinājums joprojām ir uzņēmēju motivācija un gatavība aktīvai līdzdarbībai un laika investīcijai.

Pēc Latvijas MVU foruma apkopotajiem datiem par iniciatīvas ietvaros reģistrētajiem uzņēmumiem, secināms, ka to saimnieciskās darbības dati būtiski neatšķiras no SIA „Lursoft” datiem apskatāmajā periodā.

2013. gada iniciatīvas “Atbalsti mazo biznesu!” reģistrētā dalībnieka (uzņēmuma) profils:

- Uzņēmums dibināts 2010. gadā;
- Uzņēmuma juridiskā adrese ir Rīgā;
- Uzņēmuma pamatkapitāls ir **2846 EUR**;
- Ar darba vietu nodrošina 3 darbiniekus;
- Nodarbojas ar uzskaites un, grāmatvedības, audita pakalpojumiem.

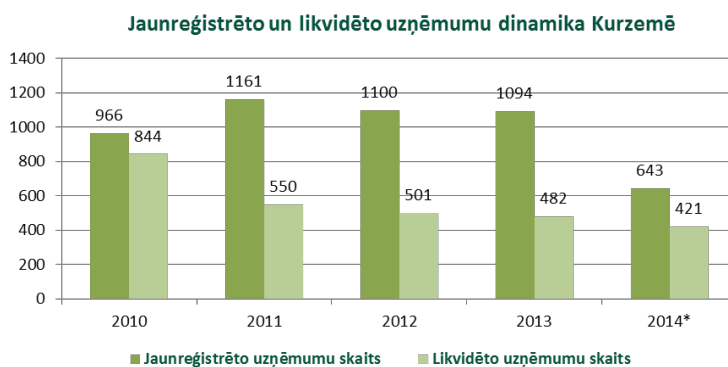
Iniciatīvas ietvaros, lai uzrunātu pēc iespējas lielāku topošo un esošo uzņēmēju loku un tādējādi izveidotu pēc iespējas maksimālu reģionālo pārklājumu aktivitāšu īstenošanā, tika organizētas aktivitātes visos Latvijas reģionos – pēc MVU sadarbības partneru ierosinājumiem 2013.gadā tās notika 7 lielākās pilsētās (Daugavpilī, Rēzeknē, Liepājā, Ventspilī, Valmierā, Jelgavā un Rīgā), savukārt 2014.gadā tās notika 6 pilsētās (Daugavpilī, Ogrē, Liepājā, Ventspilī, Valmierā, Jelgavā un Rīgā). Attiecīgi iniciatīvas sadarbības partneris, SIA Lursoft ir veicis uzņēmējdarbības statistikas apkopojumu Latvijas lielākajās pilsētās un to apkaimēs. Zemāk apkopotī dati par uzņēmumu skaitu, to reģistrēšanas un likvidācijas dinamiku un populārākajām darbības nozarēm dinamiskā.

2.3.1. Kurzemes reģions (Liepāja un Ventspils)

Pēc ekonomikas krīzes 2009.gadā jaunreģistrēto uzņēmumu skaits Kurzemē atkal ir pieaudzis un, lai arī kopš 2011.gada tas uzrādījis nelielas svārstības, kopējā tendence liecina, ka ik gadu Kurzemes reģionā tiek reģistrēti aptuveni 100 jauni uzņēmumi, turklāt vairāk nekā puse jeb 58,84% no visiem uzņēmumiem, kas reģistrēti kopš 2010.gada, ir mazkapitāla sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA).

Jāņem vērā arī faktors, ka ik gadu Kurzemē tiek likvidēti vairāki simti uzņēmumu, līdz ar to kopējais uzņēmumu skaita pieaugums ir aptuveni 600 jauni komersantiem. Jāpiebilst gan, ka 2014.gadā, visticamāk, līdzšinējā dinamikā būs vērojamas izmaiņas, jo gada pirmajos astoņos mēnešos likvidēts 421 uzņēmums un to skaits atlikušajos mēnešos vēl turpinās pieaugt, noteikti pārsniedzot 2013.gada rādītāju (skat 8. attēlu).

8. attēls



*Avots: Lursoft dati

Populārākās uzņēmējdarbības nozares Kurzemē:

1. Mazumtirdzniecība (20,83%)
2. Vairumtirdzniecība (6,31%)
3. Augkopība un lopkopība, medniecība (6,24%)
4. Operācijas ar nekustamo īpašumu (4,99%)
5. Sauszemes un cauruļvadu transports (4,82%).

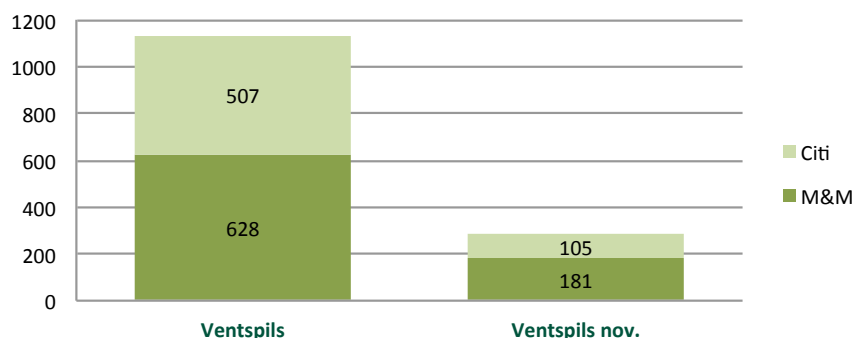
Ventspils

Apskatot uzņēmējdarbības stāvokli Ventspils reģionā, secināms, ka Ventspilī vairāk kā 80 % (valstī 70%) ir tieši mazie uzņēmumi, turklāt vērojams, ka pēc 2013. gada rādītājiem % sadalījums palielinās jau uz vairāk kā 82 %. Savukārt Ventspils novadā attiecība vērojama jau vairāk kā 85 - 86 %.

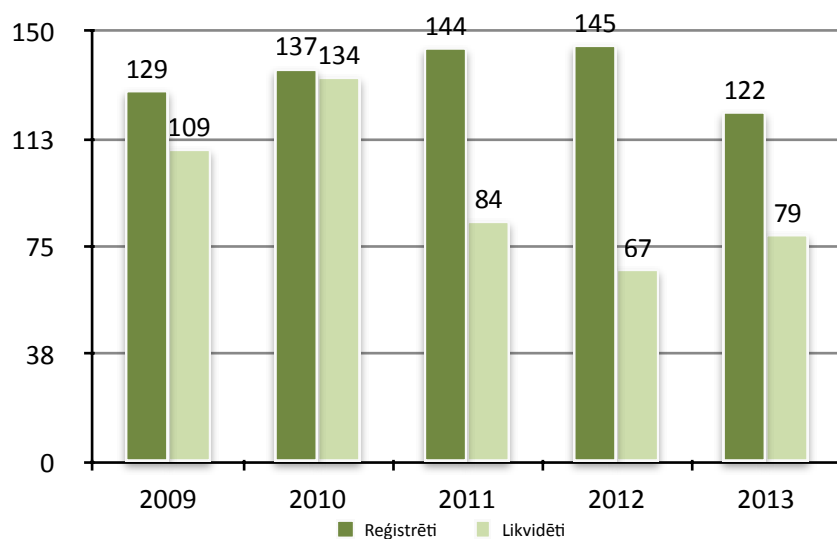
Pretstatā tam, ka likvidēto uzņēmumu skaits 2014.gadā audzis visās Latvijas lielākajās pilsētās, Ventspilī pērn likvidēts tikpat uzņēmumu, cik gadu iepriekš. Jāpiebilst, ka gan 2013., gan 2014.gadā likvidēto uzņēmumu skaits Ventspilī bijis zemākais rādītājs kopš 2006.gada, kad piejūras pilsētā darbību izbeidza 77 uzņēmumi (skat. 9. attēlu)

9. attēls

Uzņēmumu skaits pēc iesniegtajiem 2013 gada pārskatiem



Uzņēmumu Reģistrācijas un Likvidācijas dinamika Ventspilī 2009. – 2013. gadā



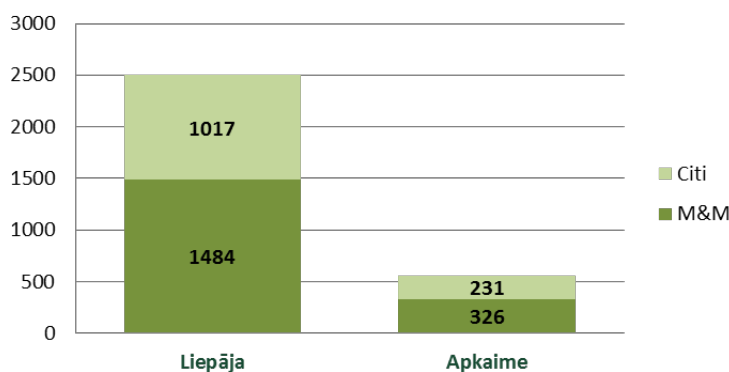
*Avots: Lursoft dati

Liepāja

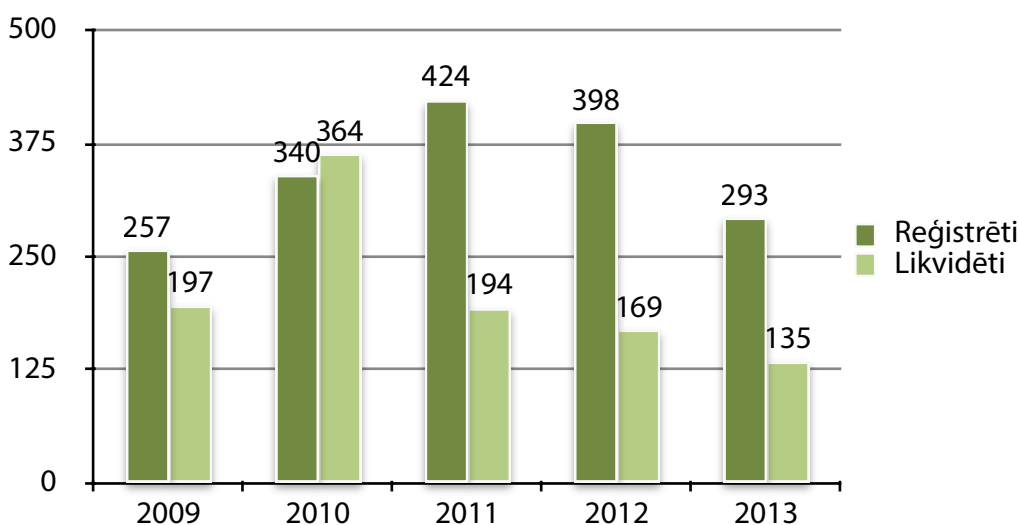
Apskatot uzņēmējdarbības stāvokli Liepājas pilsētā un novadā, varam secināt ka aizvadītais gads Liepājā iezīmējies drūmākās krāsās nekā ierasts, jo prieku par ekonomikas izaugsmi aizēnojusi Latvijas rūpniecības milža Liepājas metalurga maksātnespēja. Liepājas pilsētā 59% ir mikro un mazie uzņēmumi. Apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, pēc Lursoft datiem, secināms, ka Liepājā ir viens no straujākajiem jauno uzņēmumu reģistrācijas kritumiem 2014.gadā (skat. 10.attēlu).

10. attēls

Uzņēmumu skaits pēc iesniegtajiem 2013 gada pārskatiem



Uzņēmumu Reģistrācijas un Likvidācijas dinamika Liepājā 2009. – 2013.gads

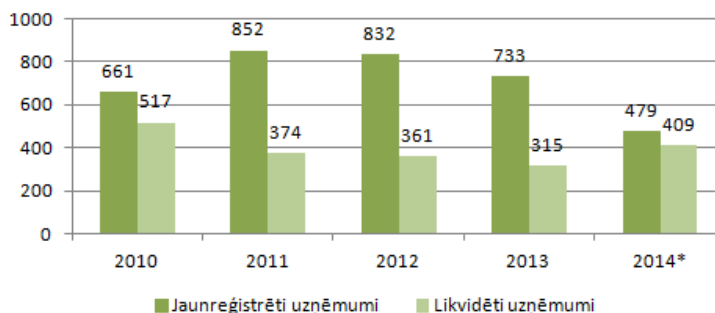


*Avots: Lursoft dati

2.3.2. Vidzeme (Valmiera, Ogre)

Vidzemē ir samazinājusies jaunu uzņēmumu reģistrācijas dinamika. Pēc 2010.gada, kad Vidzemes uzņēmēju pulks palielinājās vien par 144 komersantiem (2010.gadā Vidzemē reģistrēts 661 jauns uzņēmums, bet likvidēti 517), 2011. gads un 2012.gads nesa augošu tendenci, ik gadu paplašinot reģiona uzņēmumu pulku par aptuveni 470 uzņēmējiem, tiesa gan, jau pērn bijis vērojams kritums, kas, visticamāk, turpināsies arī šogad, jo, neskatoties uz to, ka līdz septembra beigām reģionā reģistrēti 479 jauni komersanti, palielinājies arī likvidēto skaits (skat 11. attēlu).

Jaunu uzņēmumu reģistrācijas un likvidācijas dinamika Vidzemē



*Avots: Lursoft dati

Līdzīgi kā citviet Latvijā, arī Vidzemē starp populārākajām uzņēmējdarbības nozarēm izvirzījies tirdzniecība. Lursoft aprēķini norāda, ka no visiem reģiona uzņēmumiem nedaudz vairāk nekā 18% izvēlējušies nodarboties ar mazumtirdzniecību, savukārt nepilni 6% strādā vairumtirdzniecības sfērā.

Atšķirībā, piemēram, no Kurzemes, kur bez tirdzniecības ievērojama daļa uzņēmēju darbojas arī nekustamo īpašumu jomā, Vidzemes uzņēmēju viena no vizītkartēm ir mežsaimniecība un mežizstrāde, kuru par savu izvēlējušies vairāk nekā 5% reģiona uzņēmumu. Vienlīdz populāri reģiona uzņēmēju vidū ir nodarboties ar sauszemes cauruļvadu transporta pakalpojumu sniegšanu, kā arī specializētajiem būvdarbiem.

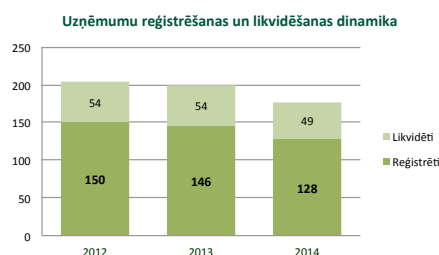
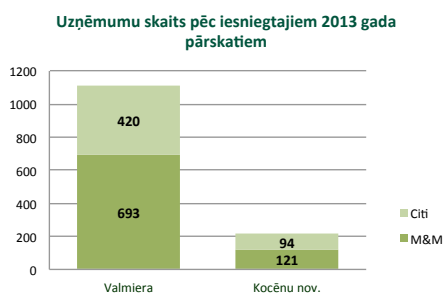
Populārākās uzņēmējdarbības nozares Vidzemē:

1. Mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (18,11%);
2. Augkopība un lopkopība, medniecība un saistītas palīgdarbības (9,98%);
3. Vairumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (5,77%);
4. Mežsaimniecība un mežizstrāde (5,31%);
5. Sauszemes un cauruļvadu transports / speciālie būvdarbi (5,13%).

Valmiera

Analizējot uzņēmējdarbības stāvokli Valmieras pilsētā un Valmieras novadā, pilsētā 62% ir mikro un mazo uzņēmumi, savukārt, piemēram, Kocēnu novadā tas ir 56%. Savukārt apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, kā tas novērots arī citur tad 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu būt mazāk kā 2013. gadā (skat 12. attēlu).

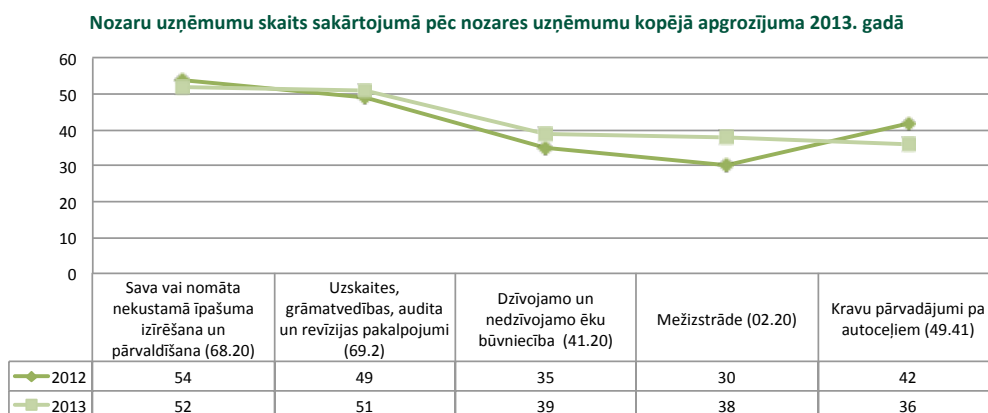
12. attēls



*Avots: Lursoft dati

Uzņēmumi, kas aktīvi darbojas 2013. gadā ir pierādījuši sevi kā stabilus uzņēmumus, sasniedzot apgrozījuma pieaugumu pat vairākas reizes. Valmierā populārākās nozares ar lielāko uzrādīto apgrozījumu ir: īpašumu izīrēšana, grāmatvedība un palielinājusies ar mežizstrādi saistītās darbības (skat. 13. attēlu).

13. attēls

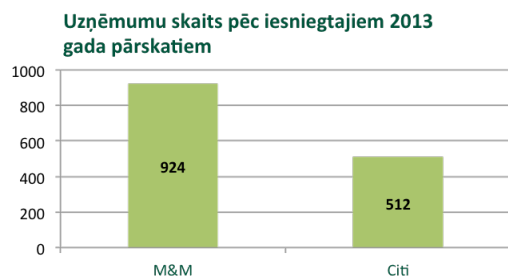


*Avots: Lursoft dati

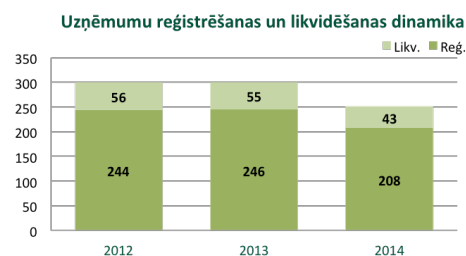
Ogre

Ogres novadā 64% ir Mikro un mazie uzņēmumi. Apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, kā tas novērots arī citur, tad 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu nesasniegt iepriekšējo gadu reģistrācijas rādītājus, un likvidēto skaits tuvojās pēdējo gadu rādītājiem (skat 14. attēlu).

14. attēls

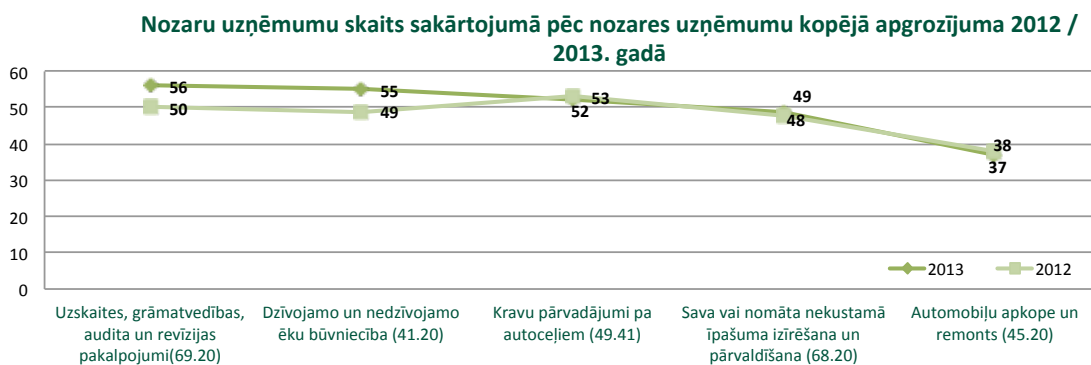


*Avots: Lursoft dati



Uzņēmumi, kas aktīvi darbojas Ogres novadā 2013. gadā ir pierādījuši sevi kā stabilus uzņēmumus, sasniedzot apgrozījuma pieaugumu. Populārākās nozares ar lielāko uzrādīto apgrozījumu ir grāmatvedība, būvniecība, kravu pārvadājumi, īpašumu izīrēšana un automobiļu apkope un remonts (skat. 15. attēlu).

15. attēls



*Avots: Lursoft dati

2.3.3. Zemgales reģions (Jelgava)

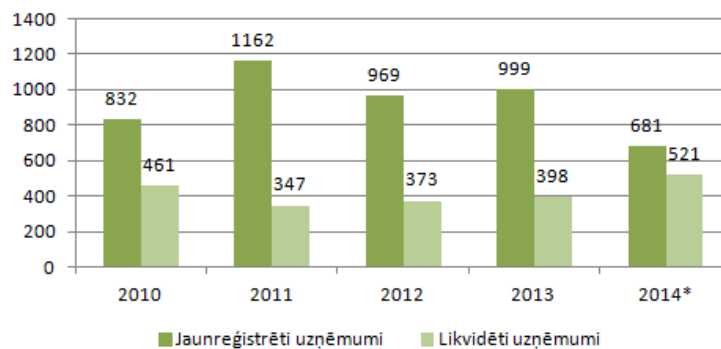
Pēdējo gadu laikā Zemgale straujāko jaunreģistrēto uzņēmumu skaita pieaugumu piedzīvojusi 2011. gadā, kad reģionā reģistrēti 1 162 jauni uzņēmumi. Piedevām šajā gadā arī zemāko punktu piedzīvojis likvidēto uzņēmumu skaits.

Analizējot uzņēmējdarbības rādītājus Zemgalē, Lursoft secinājis, ka 2011.gadā, ņemot vērā jaunreģistrēto un likvidēto uzņēmumu skaitu, reģiona uzņēmēju pulks paplašinājies par 815 komersantiem, kas ir vērā ņemams pieaugums pēc 2010. gada, kad Zemgales uzņēmumu skaits audzis vien par 371 uzņēmumu. Gan 2012.gadā, gan 2013. gadā reģionā bijusi vērojama stabilitāte, uzņēmēju skaitam attiecīgi katru gadu palielinoties par 600 uzņēmumiem, savukārt 2014.gadā, visticamāk, līdzšinējās tendences strauji mainīsies, jo līdz 2014.gada. 1. oktobrim reģionā likvidēts jau 521 uzņēmums, kas ir augstākais rādītājs visā apskatītajā periodā.

Līdzīgi kā citviet Latvijā, arī Zemgalē savu uzvaras gājienu aizvien turpina mazkapitāla SIA, jo kopš 2010. gada maija, kad tiek piedāvāta šāda iespēja, reģionā reģistrēta jau 2841 SIA ar samazinātu pamatkapitālu (skat. 16. attēlu).

16. attēls

Jaunu uzņēmumu reģistrācijas un likvidācijas dinamika Zemgalē



*Avots: Lursoft dati

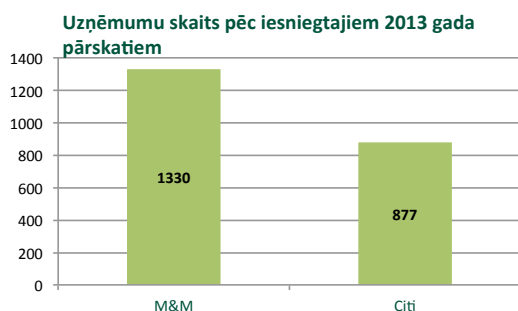
Zemgalē starp populārākajām reģiona uzņēmējdarbības sfērām ierindojusies arī augkopība un lopkopība. Tāpat arī izplatīta darbības joma zemgaliešu vidū ir sauszemes un cauruļvadu transports.

Populārākās darbības nozares Zemgalē:

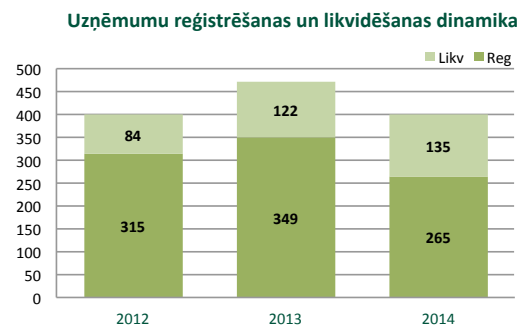
1. Mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (19,36%);
2. Augkopība un lopkopība (7,87%);
3. Sauszemes un cauruļvadu transports (6,97%);
4. Vairumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (6,06%);
5. Specializētie būvdarbi (4,96%).

Jelgava

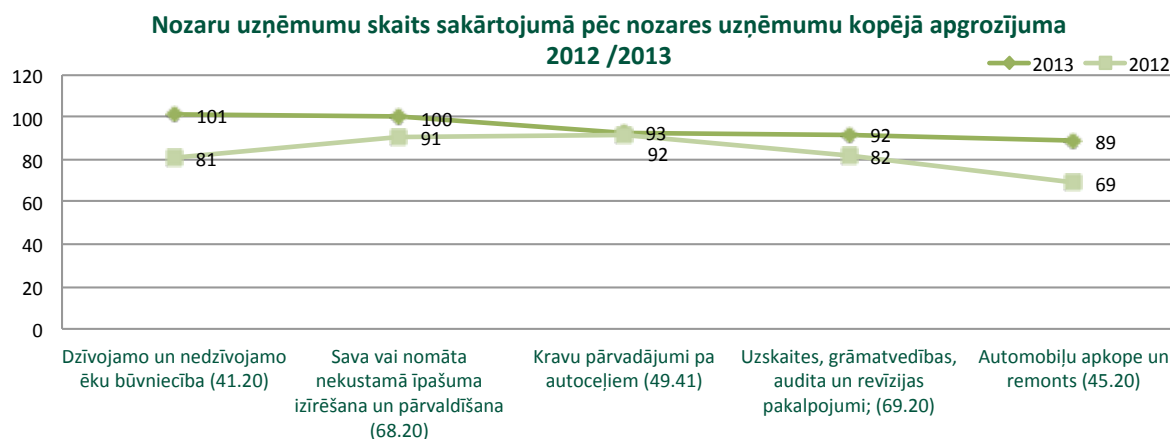
Jelgavas pilsētā 60% ir mikro un mazie uzņēmumi. Apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, kā tas novērots arī citur Latvijas pilsētās, 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu būt mazāk kā 2013., savukārt, likvidēto skaits jau šobrīd pārsniedz pēdējo gadu rādītājus. Uzņēmumi, kas aktīvi darbojas 2013. gadā ir pierādījuši sevi kā stabilus uzņēmumus sasniedzot apgrozījuma pieaugumu pat vairākas reizes (skat. 17. attēlu).



*Avots: Lursoft dati



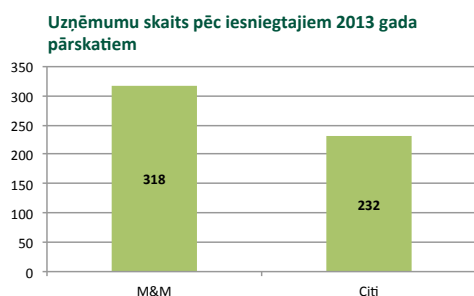
Populārākās nozares, kas uzrāda pozitīvu izaugsmi un ar ko izceļas Jelgava ir automobiļu apkope un remonts (skat. 18. attēlu).



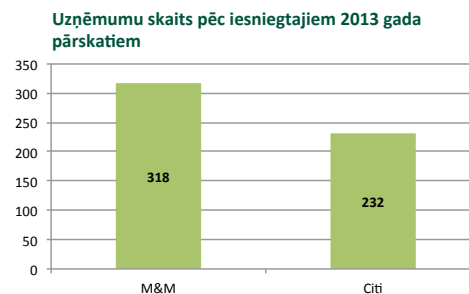
*Avots: Lursoft dati

Jelgavas novads

Analizējot uzņēmējdarbības stāvokli Jelgavas novadā, secinām, ka 57% ir mikro un mazie uzņēmumi. Apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, kā tas novērots arī citur Latvijas pilsētās, tad 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu nesasniegt iepriekšējo gadu reģistrācijas rādītājus, un līdzīgi kā Jelgavas pilsētā likvidēto skaits jau šobrīd pārsniedz pēdējo gadu rādītājus (skat. 19. attēlu).

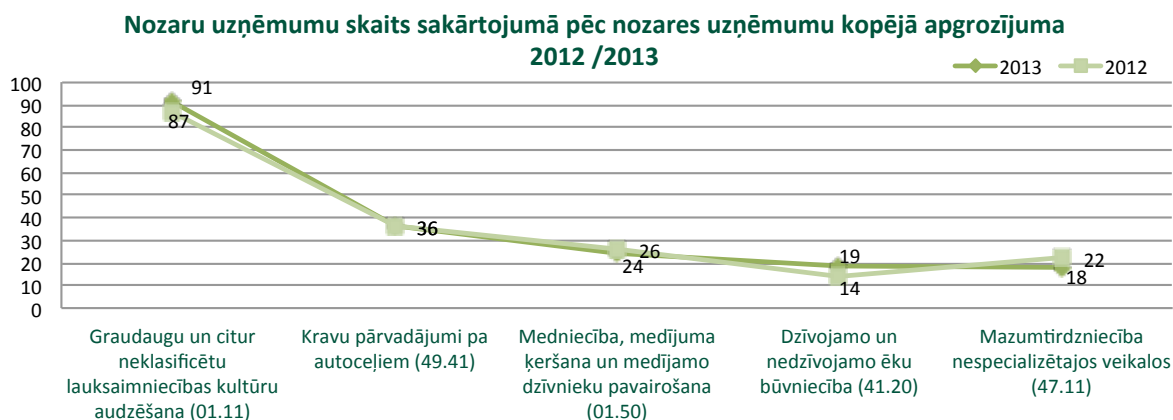


*Avots: Lursoft dati



Salīdzinot uzņēmumu sadalījumu pa nozarēm pēc to kopējā apgrozījuma 2012. un 2013. gados, secināms, ka Jelgavas novadā nav notikušas būtiskas izmaiņas (skat. 20. attēlu).

20. attēls



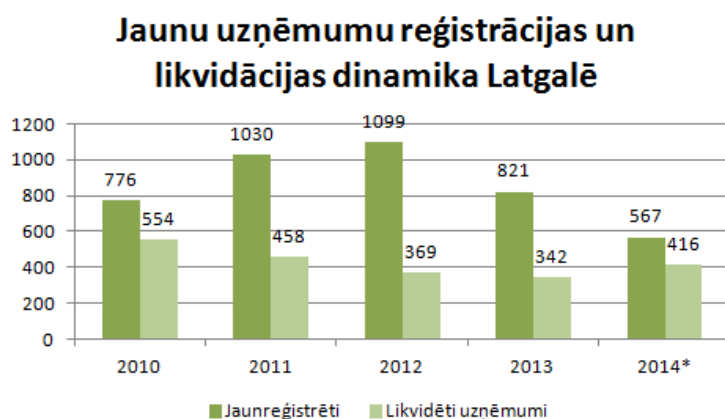
*Avots: Lursoft dati

2.3.4 Latgales reģions (Daugavpils)

Līdz ar atlabšanu no ekonomiskās krīzes Latgales reģionā arī palielinājās jaunreģistrēto uzņēmumu skaits, savu augstāko punktu sasniedzot 2012.gadā, kad reģiona biznesa vidi papildināja 1099 jauni uzņēmumi. Jāpiebilst, ka līdz ar jaunreģistrēto uzņēmumu skaita kāpumu lejupeļslīdi piedzīvojis likvidēto uzņēmumu skaits, zemāko punktu sasniedzot pērn, 2013.gadā. Aizvadītajā gadā Latgalē likvidēti 342 uzņēmumi, savukārt reģistrēti 821. Teju puse no visiem uzņēmumiem, kas reģistrēti Latgalē kopš 2010.gada, ir mazkapitāla SIA. Lursoft izpētījis, ka laika periodā no 2010.gada maija līdz 2014.gada oktobra vidum reģionā reģistrētas kopumā 2044 SIA ar samazinātu pamatkapitālu.

Analizējot 2014.gada rādītājus, jānorāda, ka, līdzīgi kā, piemēram, Zemgalē, vērojama tendence samazināties jaunreģistrēto uzņēmumu skaitam, tajā pašā laikā pieaugot likvidēto uzņēmumu rādītājam (skat. 21. attēlu).

21. attēls



*Avots: Lursoft dati

Līdzīgi kā Kurzemē, Latgales uzņēmēju vidū bez tirdzniecības dominē arī tādas darbības jomas, kā augkopība un lopkopība, operācijas ar nekustamo īpašumu un sauszemes un cauruļvadu transports.

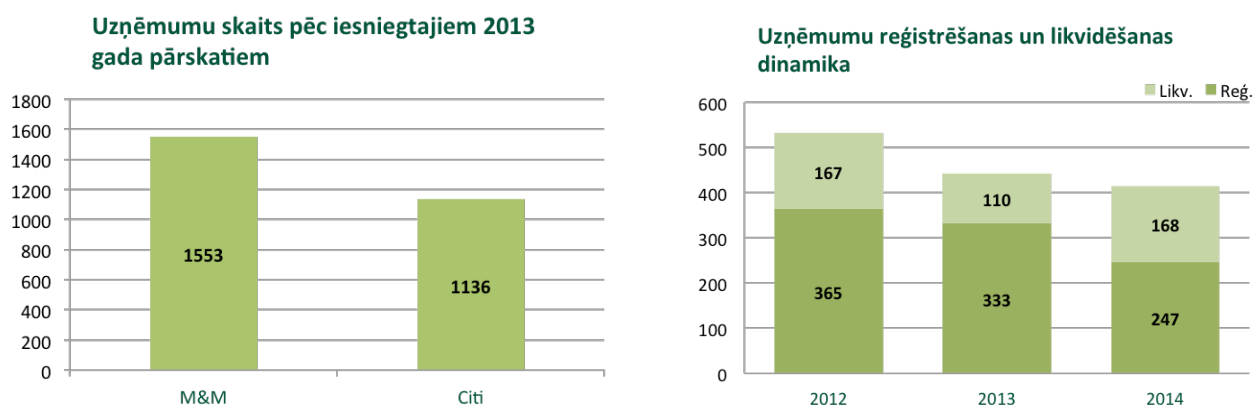
Populārākās darbības nozares Latgalē:

1. Mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (25,59%);
2. Vairumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (8,71%);
3. Augkopība un lopkopība, medniecība un saistītas palīgdarbības (6,26%);
4. Sauszemes un cauruļvadu transports (5,25%);
5. Operācijas ar nekustamo īpašumu (4,10%).

Daugavpils

Pēc iesniegto gada pārskatu par 2013. gadu apkopojuma, secinām, ka Daugavpilī no ekonomiski aktīvajiem uzņēmumiem, vairāk kā 50% ir Mikro un mazie uzņēmumi. Savukārt, apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, kā tas novērots arī citur Latvijas pilsētās, tad 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu nesasnīgt iepriekšējo gadu reģistrācijas rādītājus, un pilsētā likvidēto skaits jau šobrīd pārsniedz pēdējo gadu rādītājus (skat. 22. attēlu).

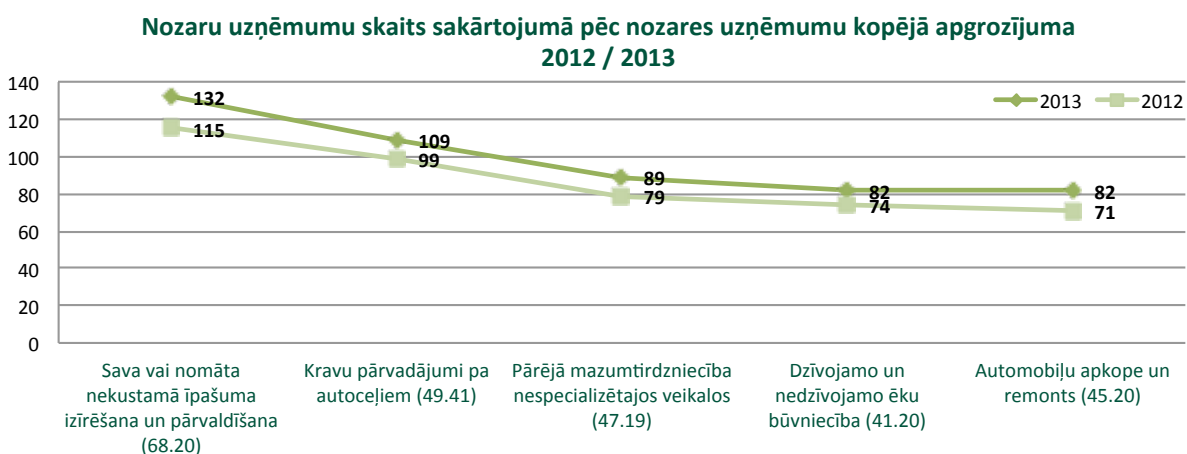
22. attēls



*Avots: Lursoft dati

Daugavpils pilsētā populārāko nozaru sadalījums 2013. un 2012. gados ir līdzīgs un uzrāda nelielu uzņēmumu skaita pieaugumu katrā nozarē. Straujākais apgrozījuma pieaugums ir bijis Īpašumu izīrēšanas nozarē. Daugavpilī reģistrētie tirdzniecības uzņēmumi veido teju pusi no visiem Latgales tirdzniecības uzņēmumiem (skat. 23. attēlu).

23. attēls

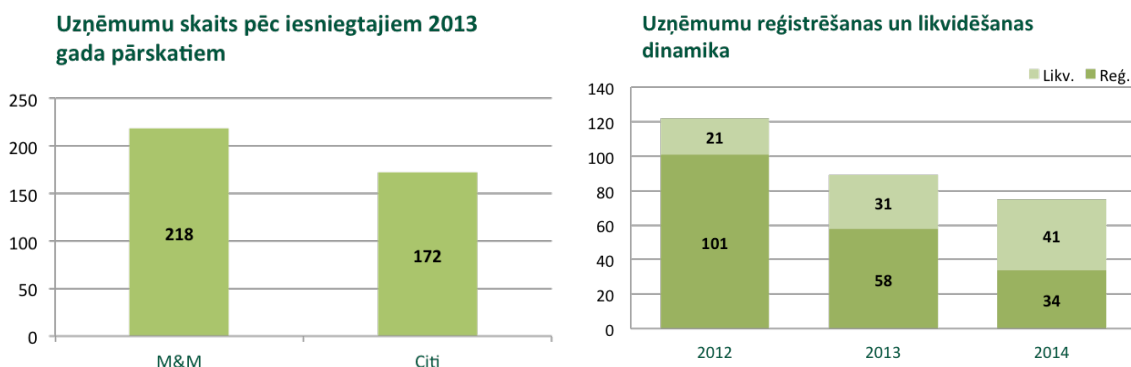


*Avots: Lursoft dati

Daugavpils novads

Daugavpils novadā aktīvu Mikro un mazo uzņēmumu īpatsvars ir gandrīz 56%. Apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku Daugavpils novadā, kā tas novērots arī citur, tad 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu nesasniegt iepriekšējo gadu reģistrācijas rādītājus, un likvidēto skaits jau šobrīd pārsniedz pēdējo gadu rādītājus (skat. 24. attēlu).

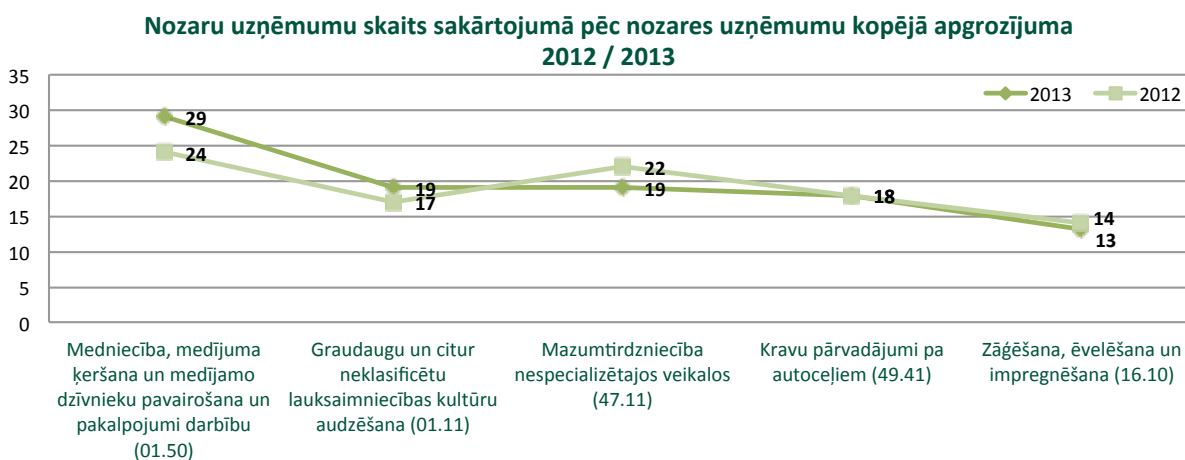
24. attēls



*Avots: Lursoft dati

Uzņēmumi, kas aktīvi darbojas Daugavpils novadā, 2013. gadā ir pierādījuši sevi kā stabilus uzņēmumus, sasniedzot apgrozījuma pieaugumu. Novadā populārākās nozares ar lielāko uzrādīto apgrozījumu ir medniecība un saistītās palīgdarbības, augkopība un graudaugu audzēšana, mazumtirdzniecība, kravu pārvadājumi un ar zāģēšanu, ēvelēšanu un impregnēšanu saistītās darbības (skat. 25. attēlu).

25. attēls



*Avots: Lursoft dati

2.3.5. Rīga un Rīgas reģions

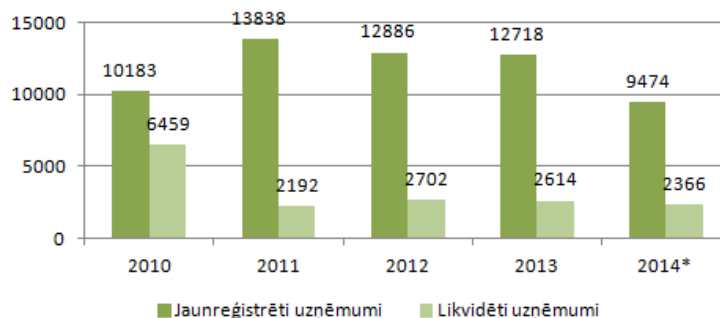
Pēc 2011.gada, kad Rīgā un Pierīgā jaunreģistrēto uzņēmumu skaits sasniedza vienu no augstākajiem rādītājiem pēdējo gadu laikā, divi nākamie gadi iezīmējušies ar zināmu stabilitāti.

Lursoft aprēķini liecina, ka gan 2012., gan 2013.gadā reģistrēti aptuveni 12 800 jauni uzņēmumi, tieša gan, redzams, ka šogad, līdzīgi kā citviet Latvijā, arī Rīgā un tās apkārtnē jauno uzņēmumu skaitam ir tendence sarukt.

Kopumā kopš 2010.gada galvaspilsētā un tās apkārtnē reģistrēti 58 559 jauni uzņēmumi, no kuriem 43,60% ir mazkapitāla SIA. Līdz ar ekonomiskās krīzes beigām Rīgā un Pierīgā arī ievērojami sarucis likvidēto uzņēmumu skaits. Tā, piemēram, 2010.gadā reģionā likvidēti 6 459 uzņēmumi, kas veido vairāk nekā 60% no šajā gadā jaunreģistrēto uzņēmumu skaita, savukārt jau nākamajā gadā, kas zīmīgs ar ievērojamo jauno uzņēmumu skaitu, likvidēto skaits samazinājies līdz 2192 uzņēmumiem. Lai arī pēdējos gados likvidēto uzņēmumu skaits ir nedaudz audzis, tas vairs nav atkārtojis 2010.gada rekordu, ik gadu konstanti turoties zem 3000 likvidēto uzņēmumu atzīmes (skat. 26. attēlu).

26. attēls

Jaunu uzņēmumu reģistrācijas un likvidācijas dinamika Rīgā un Pierīgā



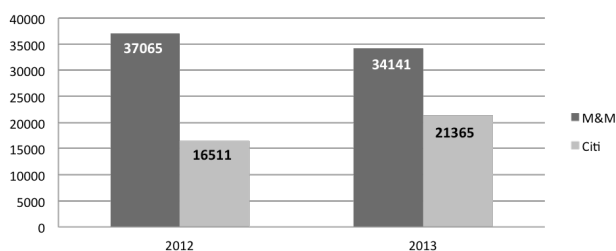
*Avots: Lursoft dati

Rīgā un tās apkaimēs ir lielākā uzņēmējdarbības koncentrācija. Rīgā un apkaimēs strādā 72,6% no aktīvajiem Latvijas uzņēmumiem, bet vairāk kā 53% no visiem Latvijas MVU ir reģistrēti tieši Rīgā.

Apskatot reģistrācijas un likvidācijas dinamiku, kā tas novērots arī citur Latvijas pilsētās, tad 2014. gadā jaunreģistrēti uzņēmumi varētu nesasniegt iepriekšējo gadu reģistrācijas rādītājus, un pilsētā likvidēto skaits jau uz 2014.gada oktobri pārsniedz pēdējo gadu rādītājus (skat. 27. attēlu).

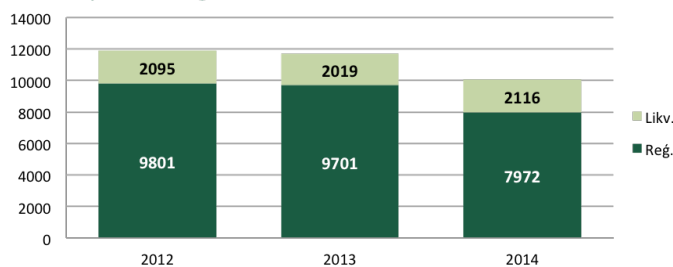
27. attēls

Uzņēmumu skaits pēc iesniegtajiem 2012/2013. gada pārskatiem



*Avots: Lursoft dati

Uzņēmumu reģistrēšanas un likvidēšanas dinamika



Populārākās darbības nozares Rīgā un Pierīgā:

1. Mazumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (13,07%);
2. Vairumtirdzniecība, izņemot automobiļus un motociklus (12,38%);
3. Operācijas ar nekustamo īpašumu (7,61%);
4. Specializētie būvdarbi (5,00%);
5. Juridiskie un grāmatvedības pakalpojumi (4,33%).

2.3.6. Uzņēmumu reģistrācijas un likvidācijas rādītāji Latvijā kopumā

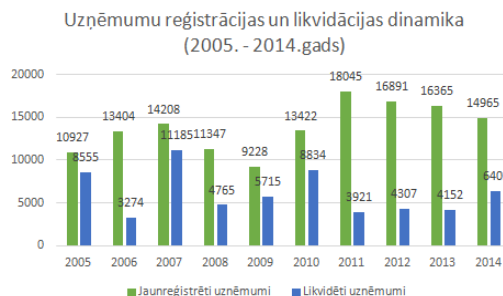
Pēc Lursoft datiem, secinām, ka lielākais skaits jauno uzņēmumu ir reģistrēti 2011.gadā, bet 2014.gadā ir saglabājusies tendence jaunreģistrēto uzņēmumu skaitam sarukt. Pēc pētījuma datiem, 2014.gadā kopumā reģistrēti 14 965 jauni uzņēmumi, no kuriem 13 991 komersants bijis sabiedrība ar ierobežotu atbildību.

Līdz ar jaunreģistrēto komersantu skaita kritumu, 2014.gadā pieaudzis likvidēto uzņēmumu skaits, kā rezultātā Latvijas biznesa vide faktiski augusi par 8 563 uzņēmumiem (uzņēmumu skaits iegūts, no pērn reģistrēto jauno uzņēmumu skaita atņemot likvidēto skaitu). Salīdzinot ar 2013.gadu, pērn likvidēto uzņēmumu skaits palielinājies par 54,19%, sasniedzot jau 6 402 uzņēmumus.

Likvidēto uzņēmumu skaita pieaugums lielā mērā skaidrojams ne tik daudz ar tautsaimniecības situācijas pasliktināšanos, kā ar uzņēmējdarbības vides sakārtošanu, piemēram, Valsts ieņēmumu dienesta mērķtiecīgu darbību, izslēdzot no reģistriem uzņēmumus, kuri, piemēram, jau ilgstoši neveic saimniecisko darbību. Šādu uzņēmumu, kuri aizvien reģistrēti kā aktīvi, taču neveic saimniecisko darbību, skaits mērāms vairākos tūkstošos, par ko liecina kaut vai fakts, ka ik gadu aptuveni 15 – 20% no gada pārskatus iesniegušajiem uzņēmumiem norāda, ka to apgrozījums ir 0 EUR.

Analizējot likvidēto uzņēmumu vidējo vecumu, redzams, ka lielu daļu likvidēto uzņēmumu veido komersanti, kuri reģistrēti pirms aptuveni 9,4 gadiem, t.i., 2004. un 2005.gadā, kad bija vērojams straujš jaunu uzņēmumu skaita pieaugums. Starp 2014.gadā likvidētajiem uzņēmumiem vairākums iepriekš nodarbojušies ar tirdzniecību, operācijām ar nekustamo īpašumu, kā arī būvniecību (skat 28. attēlu).

28. attēls



*Avots: Lursoft dati

Nemot vērā jaunreģistrēto uzņēmumu skaita kritumu, 2014.gadā samazinājies ne tikai reģistrēto mazkapitāla SIA skaits, bet arī to kopējais īpatsvars starp jaunajiem uzņēmumiem. Aizvadītajā gadā Latvijā reģistrēta 9 201 SIA ar samazinātu pamatkapitālu, kas veido 61,48% no 2014.gadā reģistrēto uzņēmumu skaita. Salīdzinot ar 2013.gadu, mazkapitāla SIA skaits samazinājies par 11,85%, bet to īpatsvars starp jaunreģistrētajiem uzņēmumiem sarucis par nepilniem 2%.

Daļa mazkapitāla SIA reģistrētas, iepriekš kārtīgi nepārdomājot visas uzņēmuma darbības nianšes, bet atsevišķi uzņēmumi izveidoti, iespējams, tikai atsevišķu iepriekš izplānotu darījumu noslēgšanai, par ko arī liecina fakts, ka no visām 2014.gadā nodibinātajām SIA ar samazinātu pamatkapitālu 7,52% patlaban ir jau likvidētas.

2014.gadā, gluži tāpat kā 2013.gadā, no visām mazkapitāla SIA trešo daļu veido uzņēmumi, kuru pamatkapitāls ir tikai 1 EUR.

Valsts kopējā tendence samazināties jaunreģistrēto uzņēmumu skaitam redzama arī lielākajā daļā Latvijas lielo pilsētu, tomēr vērojami arī atsevišķi izņēmumi. Tā, piemēram, jauno uzņēmumu skaits 2014.gadā audzis Jēkabpilī, Rēzeknē un Ventspilī, savukārt Valmierā, salīdzinot ar 2013.gadu, rādītājs saglabājies praktiski nemainīgs. Jānorāda, ka no visiem uzņēmumiem, kas aizvadītajā gadā reģistrēti Latvijā, 72,76% reģistrēti Latvijas lielākajās pilsētās, no kurām lielāko nozīmi, nenoliedzami, spēlē Rīga. Galvaspilsētā dibināti 60,80% no visiem 2014.gada reģistrētajiem uzņēmumiem un katru gadu Rīgas īpatsvars aizvien palielinās. Tā, piemēram, 2012.gadā Rīgā tika reģistrēti 58,14% no visiem jaunajiem Latvijas uzņēmumiem, bet 2013.gadā – 59,38%.

Analizējot pārējo lielo pilsētu datus, redzams, ka visstraujākais jaunreģistrēto uzņēmumu skaita kritums, salīdzinot ar 2013.gadu, ir vērojams Jūrmalā, kur jauno uzņēmumu skaits sarucis par 16,82%, samazinoties no 428 uzņēmumiem 2013.gadā līdz 356 komersantiem 2014.gadā. Teju tikpat straujš jauno uzņēmumu skaita kritums kā Jūrmalā pagājušajā gadā bijis vērojams arī Daugavpilī (-15,66%) un Liepājā (-15,18%).

Likvidēto uzņēmumu skaits 2014.gadā audzis visās Latvijas lielākajās pilsētās, izņemot Ventspilī, kurā pērn likvidēts 101 uzņēmums, kas ir tieši tikpat, cik gadu iepriekš. Jāpiebilst, ka gan 2013., gan 2014.gadā likvidēto uzņēmumu skaits Ventspilī bijis zemākais rādītājs kopš 2006.gada, kad piejūras pilsētā darbību izbeidza 77 uzņēmumi. Visstraujāk likvidēto uzņēmumu skaitam pagājušajā gadā bijusi tendence pieaugt Daugavpilī, kur minētais rādītājs audzis vairāk nekā divas reizes, savukārt Jēkabpilī likvidēti par 161,54% uzņēmumu vairāk nekā gadu iepriekš.

3. Mikro un mazo uzņēmēju novērtējums pēc BOSI metodes

BOSI, jeb BOSI DNA ir "Uzņēmēja gēna" pašnovērtējuma metode, kas kā prizma, ļauj saskatīt līdz šim apslēptās iespējas (skat.: <https://www.bosidna.com/about>)

Detalizēti pētot un analizējot uzņēmējus darbībā, ir izstrādāta unikāla metode BOSI, kas ļauj būtiski paaugstināt uzņēmumu dzīvotspēju un paātrināt to attīstību. Jau pirmā gada laikā vidējais apgrozījuma pieaugums uzņēmumiem, kuri izgājuši BOSI akselerācijas programmu, ir 43%. Metodi izstrādājis Džejs Abrahams, amerikāņu biznesa un mārketinga guru, grāmatas "Entrepreneurial DNA" autors. To atzinīgi novērtējuši daudzi pasaulslaveni mediji, kā piemēram, the Wall Street Journal, CNN, CBS, FoxNews, NBC, ABC un citi.

Neveiksmju cēloņi un risinājumi

Daudzi uzņēmēji cenšas darīt visu paši – pats ražo, pats pārdod, pats veido reklāmu un mārketingu. Uzņēmēji ir dažādi – vienam labāk padodas inovatīvi risinājumi ražošanā, cits ir izcils pārdevējs, kādam vislielākās priekšrocības ir uzņēmuma struktūras vai cilvēku vadības jomā. BOSI metode sasaista uzņēmēja gēna profilu ar lēmumu pieņemšanas modeli. Tas izveido bāzi atšķirīgiem biznesa modeļiem un izaugsmes stratēģijām – atbilstoši konkrētā uzņēmēja gēna profilam. Nav viena formula, kas strādā visiem. Formula tiek izstrādāta atbilstoši konkrētajam indivīdam.

Divi vissvarīgākie, veiksmīgu biznesu ietekmējošie faktori ir cilvēki, kurus piesaista savam biznesam, un plāni, uz kuriem balsti tā attīstību. Pētījumi rāda, ka uzņēmēji, kas abas šīs jomas optimizējuši atbilstoši savam BOSI profilam, gūst izcilus rezultātus.

Tiek izdalīti četri Uzņēmēja gēna (BOSI) pamattipi – Būvētājs, Oportūnists, Speciālists un Inovators. Būvētāja gēna uzņēmēji ir kā radīti, lai "ar vieglu roku", kā nemanot, radītu daudzmiljonu vai pat

daudzmiljardu uzņēmumus. Viņi var ienākt praktiski jebkurā biznesa situācijā (pilnīgi no nulles, nīkuļojošā, grimstošā vai strauji augošā) un pārvērst to par ilgtspējīgi augošu lielizmēra uzņēmumu. Oportūnista gēna uzņēmējiem vienmēr ir kaut kas, ko viņi veicina vai pārdod. Viņi ir kā radīti, lai "uzostu" lieliskas naudas pelnīšanas iespējas un laiku pa laikam tās pārvērstu bagātīgā ienākumu lavīnā. Gan profesionāli pārdevēji, riska kapitāla investori, vērtspapīru tirgotāji, gan daudzlīmeņu mārketinga pārdevēji veidoti no šī "māla".

Speciālista gēna uzņēmēji parasti ir pašnodarbinātie vai vada stabili nelielu biznesu. Viņi aktīvi kontaktējas, lai izveidotu sakarus un iegūtu klientus. Juristi, ārsti, grafiskā dizaina mākslinieki, finansisti, santehniķi rada samērā labu priekšstatu par Speciālista gēnu. Uzņēmēju ekosistēmā viņi ir visbiežāk sastopamie.

Inovatora gēns parasti piemīt savrupniekiem. Viņi vienmēr nodarbojas ar jaunu lietu izgudrošanu. Viņi ir kā radīti jaunu, unikālu produktu un pakalpojumu radīšanai. Izcili, inovatīvi šefpavāri, mākslinieki, dizaineri, stratēģi, rakstnieki, zinātnieki un izgudrotāji - viņi visi ir no šīs cilts. Šī cilvēku grupa kontrolē pasaules intelektuālā īpašuma lielāko daļu.

Pēc BOSI integrācijas iniciatīvas interneta platformā www.mazabiznesadiena.lv, laika periodā no 2013. gada oktobra līdz 2014. gada decembrim, šo pašnovērtējumu ir izpildījuši 5800 cilvēki. Pētījums apstiprina – mēs esam slikti pārdevēji, jo Latvijas iedzīvotājiem lielākais deficīts ir tieši Oportūnista gēns – tikai 11%. Oportūnista gēns visvairāk ir sastopams tieši uzņēmēju grupā - 10%, bet vismazāk 8% algotu darbinieku un 8% studentu kategorijās. Oportūnista gēna uzņēmēji sastopami starp profesionāliem pārdevējiem, vērtspapīru tirgotājiem un riska kapitāla investoriem.

Toties esam lieliski speciālisti, sava aroda meistari (juristi, ārsti, frizieri, pavāri, zemnieku saimniecības u.c.). Pretstatā nelielajam Oportūnista gēna īpašnieku skaitam - visbiežāk sastopami ir Speciālista gēna uzņēmēji – 59%, tieši starp algotajiem darbiniekiem šis skaitlis sastāda – 63%, taču arī starp uzņēmējiem skaitlis ir augsts – 62%. Speciālista gēna īpašniekus raksto vēlme uzkrāt profesionālo pieredzi vienā konkrētā jomā un ilgā laika periodā.

Latvijas ģeopolitiskais stāvoklis – maza valsts starp lielām valstīm, pie nozīmīgiem transporta ceļiem, kā arī ietekme, kuru atstāja padomju laika deficīta sistēma - ir nozīmīgi faktori, kas ietekmējuši mūsu spēju būt radošiem. 19% Latvijas iedzīvotāju piemīt Inovatora gēns. Īpaši augsts šis procents ir pašnodarbināto vidū – 35% un uzņēmējdarbību uzsākušajiem – 25%. Inovatori meklē jaunas iespējas, radošus risinājumus resursu izmantošanā savai uzņēmējdarbībai. Inovatori mīl darbu darīt paši un reti uztic darba veikšanu citiem.

Pretstatā Inovatoriem, Būvētāji izvēlas uzdot darbus veikt citiem. Būvētāja gēns – piemīt 11% Latvijas iedzīvotāju un visbiežāk tas sastopams studentu kategorijā – 25%, kam seko topošie uzņēmēji – 15%, bet viszemākais Būvētāja gēns sastopams starp pašnodarbinātajiem – tikai 1%. Būvētāja gēna īpašniekiem Latvija ir izaicinājums dēļ tās mazā tirgus apjomiem, taču Latvijas ģeogrāfiskais stāvoklis ir priekšrocība biznesu būvēšanai un attīstīšanai.

Viensētas zemapziņas važas latviešu uzņēmēja gēnam

Šajā sadaļā Latvijas MVU forums citē materiālu, kas sagatavots sadarbībā ar Nacionālās informācijas aģentūras LETA biznesa portāla Nozare.lv vadītāju Miku Lūsi un socionikas maģistri, pētnieci Veltu Līviju Miķelsoni, to integrējot iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu!" 2013.-2014.gada reģionālo semināru diskusijās.

"Latvietis vienmēr zina, ko un kā vajadzētu darīt, ja vien pašam tas nav jādara. Ar vārdiem, sevišķi, ja vēl tos var izkliegt anonīmi un barā, mēs esam Rīgā, bet darbi liecina, ka sēžam turpat dziļā aizkrāsne. Esam iestrēguši vēsturē, kas ir jāzina, bet kurā nav jākavējas, ir jāiet tālāk, jāiet un jādara. Taču

viensētas princips ir iesakņojies mūsu prātos, apziņā un bremzē uzņēmēju garu. Laiks rit uz priekšu, bet mēs kūņājamies uz vietas, vagaru vietā turpinot lamāt darba devējus, bet pašiem sirgstot ar mazdūšību, lai par tādiem kļūtu. Tāpat lamājam politiķus, varam organizēt piketu, pūli noriet kādu ministru, pateikt, kā vajadzētu, un paši mierīgi atgriezties savā dzīvē, turpināt purpināt, bet nedarīt neko reālu, lai kaut ko mainītu. Jo vieglāk taču ir pateikt, ka tas, kas dara, dara to nepareizi. Mūsu mentalitāte ne tuvu nav labākā, lai kļūtu par uzņēmējiem” intervijā “Nozare.lv” socionikas pētniece Līvija Miķelsone “vidējo latvieti” raksturoja kā piesardzīgu tradicionālistu, nevis ambicioza uzņēmēja tipu. „Mēs esam bailīgi un kautrīgi, cīkstamies un konkurējam savā starpā, klusējam par savām biznesa veiksmēm, lai kāds nenoskauž. Peroties pa nātrēm labāk paši uzkāpsim uz grābekļa, nevis pakonsultējoties, pamācoties iztiksim bez puna uz pieres. Kāpēc nelūdzam palīdzību? Šķiet, ka latvietis labāk paņems ātro kredītu, nevis paprasīs tos simts latus draugam, paziņam, tā saglabājot savu tēlu, bet kājām, iespējams, sākot stigt dumbrājā”.

„Kamēr mēs sitam un sunījam savējos, nozarēs vienā pēc otras saimnieko citi, arī uzņēmumiem ar skanīgiem, mums mīļiem un labi zināmiem zīmoliem, ko daudzi joprojām uzskata par Latvijas, īpašnieki sen vairs neesam mēs. Piemēram, degvielas nozarē tirgus līderu trio seko vairāki mūsu valsts mērogiem gana lieli vietējā kapitāla uzņēmumi, bet katrs par sevi tie tā arī turpinās sekot kā gaišas ādas krāsas skrējējam garajā distancē bezcerīgi mēģinot noķert kādu etiopieti vai kenijieti”.

„Vēl kļiedzošāks piemērs ir mazumtirdzniecība, kur toni nosaka Maxima un Rimi, bet latvietis ar savu vienu bodīti lepni paziņos, ka viņš nepievienosies vietējo tirgotāju ķēdēm, nesaprotot, ka tikai apvienojoties, tikai sadarbojoties mēs varam paveikt ko lielāku, sasniegt augstākas virsotnes. Un labie piemēri nav tālu jāmeklē – kamēr latviešu ražotājiem Latvijā jāklauvē pie lietuviešu durvīm, mēģinot savu preci dabūt Maximas plauktos, Igaunijā mazumtirdzniecībā spēlētājs numur viens nav ne leiši, ne norvēģi, arī ne zviedri vai somi, bet pašu igauņu kooperatīvu sabiedrība. Un atkal mēs varam dziedāt dziesmu, ko tik labi protam, ka igauņiem jau kaimiņos somi, no kuriem gudrības mācīties, ka viņiem tā un šitā, bet patiesībā jau bremzes ir mūsu galvās, un neviens neliedz arī Latvijas veikalniekiem apvienoties un aiztraukties garām Rimi un Maximai. Un tad mēs varētu kā igauņi lepni paceltu galvu iet iepirkties uz veikalu, zinot, ka no mūsu iztērētās naudas katrs eirocents nonāks atpakaļ Latvijas ekonomikā”.

„Par laimi ir jau mums arī pašiem savi lielāki un mazāki labie piemēri. Cieņu izraisa “Valmiermuižas alus” līdzīpašnieks Aigaru Ruņģi, kas neiet pa straumi, bet mērķtiecīgi attīsta savu biznesu, izmantojot iespējas, ko cits nepamanītu. Viņš nekrusto šķēpus, lai paziņotu, ka Valmiermuižas alus ir labāks par Brenguļu kā darītu deviņi no desmit latviešiem, bet pats tirgo arī Brenguļu alu. Valmiermuižas alus mājaslapā redzēsiet aicinājumu alus cienītājiem doties uz kaimiņu Brenguļu alus darītavu. Cik bagāta valsts būtu Latvija, ja visi saskatītu iespējas nopelnīt, iekonomēt, savstarpēji sadarbojoties. Jā, vēl mums ir arī 600 zemnieki, kas apvienojušies zem “Latvijas piena” karoga. Bet tie jau nebūtu latvieši, ja viņi, paveikuši tik daudz, arī nesāktu ķīvēties savā starpā. Tomēr domstarpības un grūtības ir jāpārvar, jo tikai apvienojoties, sadarbojoties mēs kļūsim par spēku, kas var lauzties ārvalstu tirgos ar precēm masveida patēriņam”.

„Cita lieta ir ar nišas produktiem, ko eksportēt var arī mazi uzņēmumi. “KUKUU” bērnu dizaina mēbeļu bizness radās no dzīves situācijas, kad vecākiem māksliniekiem bija jāiekārto bērnistaba. Tirgū pieejamais neapmierināja, viņi paši radīja mēbeles, turklāt tik labas, ka draugi neļāva to atstāt tāpat vien. Divi latvieši ķērās klāt un darīja ar mirdzošām acīm, izmantoja iespējas, kādu Latvijā, uzsākot biznesu, netrūkst. Inkubējās “JIC biznesa inkubatorā” Jelgavā, izglītojās Nordea bankas biznesa skolā, braukāja uz izstādēm, izmantojot Latvijas Investīciju attīstības aģentūras atbalstu. Rezultātā 2010.gadā dibināta uzņēmuma produkciju tagad var nopirkt un, kas galvenais, arī pērk, ne tikai tepat Eiropas tirgos, bet arī Honkongā un Austrālijā”.

„Ir jau kaut kāda banalitāte tajā frāzē, ka “Latvija var”, bet mēs patiešām varam. Varam lieli un varam mazi. Tikai par šiem mazajiem veiksmes stāstiem ir grūtāk uzzināt, ja šo stāstu veidotāji klusēs, nebļaus un neleposies ar saviem panākumiem vai nestāstīs par valsts birokrātijas šķēršļiem, kas liedz tos sasniegt. Tie nav stāsti, kurus var atklāt, papētot uzņēmuma finanšu rādītājus, jo cipari šodien vēl nav tādi, lai tos pamanītu, varbūt peļņas ailītē ir mīnusa zīme, bet tas nemazina spēku un iedvesmu, kādu šis stāsts, kas tiek izdzīvots un izcīnīts ar katru sava ķermeņa šūniņu, var dot citiem”.

Pēc diskusijām ar uzņēmējiem un atbildīgajiem par uzņēmējdarbības jautājumiem pašvaldībās 2013.gada iniciatīvas reģionālajos semināros un arī 2014.gadā, secinām, ka:

- joprojām, uzņēmēju vēlme un gatavība savstarpējai sadarbībai un finanšu kooperācijai ir vāja, apvienošanās un kopdarbs pie likumdošanas iniciatīvām ir process ar lielu inerci un kādu rezultātu sasniegšanai ir jāturpina ieguldīt laika, zināšanu un finanšu resursi;
- vairumā gadījumu, uzņēmēju ambīcijas raksturojamas ar “pietiekamiem” un paredzamiem ienākumiem, un tikai retais cenšas savu biznesu attīstīt, lai sasniegtu arvien lielākus mērogus un strādātu plašākās teritorijas.

4. Ģimeniskās saites Latvijas uzņēmējdarbībā un labā prakse

Pēc uzņēmumu analīzes 2014.gadā, var secināt, ka 14% uzņēmumu valdes un dalībnieku sarakstos ir vērojamas radniecīgas saites. Tas noteikts analizējot fizisko personu uzvārdus, uzņēmumu juridiskās adreses un to savstarpējo saistību. Latvijā tieši mazie un vidējie uzņēmumi sabiedrības izpratnē visvairāk iemieso ģimenes uzņēmumu būtību.

Vērtējot pēc uzņēmējdarbības veida, Latvijā daudz ģimenes uzņēmumu var sastapt lauksaimniecībā un pakalpojumu sfērā, piemēram, kravu pārvadājumos, konsultāciju biznesā, sava un nomāta nekustamā īpašuma apsaimniekošanā, tirdzniecībā. Uzņēmumi ir atšķirīgi gan pēc lieluma, gan apgrozījuma un nodarbināto skaita.

Ģimenes uzņēmumu veidošanas labās prakses apkopojums

Mazā biznesa dienas semināru ietvaros apzināti labās prakses piemēri mazajā uzņēmējdarbībā 2013-2014.gadā.

Latvijai pāri brāzušies kari, un daudzās varas maiņas nav veicinājušas uzņēmējdarbības gēna attīstību, jo iznīcinājušas daudzas uzņēmēju paaudzes, bet par spīti tam, šodienas Latvijā jau ir izveidojušies lieli, spēcīgi un visai valsts tautsaimniecībai nozīmīgi ģimenes uzņēmumi. Piemēram: Dobeles uzņēmēju Paškausku ģimene ir izveidojusi vienu no lielākajiem lauksaimniecības holdingiem Latvijā – “Agrolats Holding”.

“Pata AB” ir viens no lielākajiem mežsaimniecības uzņēmumiem valstī, kurā vadības groži ir Mierkalnu ģimenes, precīzāk, Ulda Mierkalna rokās.

Apdrošināšanas kompānija “BTA Insurance Company”, kas vienīgā no Baltijas atrodama Centrāleiropas lielāko apdrošināšanas sabiedrību TOP 50, pieder brāļiem Dandzbergiem.

Savu biznesa impēriju ražošanas un celtniecības, inženierijas, nekustamo īpašumu attīstības jomā uzbūvējis arī “LNK Group” īpašnieks, inženierzinātņu doktors Aleksandrs Milovs. Viņa abi dēli cieši iesaistīti kompānijas vadībā, tēvs ir “LNK Group” padomes priekšsēdētājs, dēls Vadims Milovs ir padomes priekšsēdētāja vietnieks, bet Artjoms Milovs valdes priekšsēdētājs. Jautāts, kāda tad ir ģimenes biznesa lielākā priekšrocība, ģimenes galva atbild: “Īpaši atbildīga attieksme lēmumu pieņemšanā un maksimāli iespējama plānošanas perspektīva.”

Mūsdienās ģimenes biznesa stiprās puses ir tikpat svarīgas kā kapitālisma rītausmā, proti, algotajiem menedžeriem nekad nepiemētīs tā "nemierīgā modrība", kas īpašniekiem. Vadītāji – radinieki bieži ir taupīgi un labi ar to, ka domā paaudzū mērogos, nevis vadās tikai pēc ceturkšņu rezultātiem, atzīst "The Economist".

Kā iepriekš minēts, Latvijā daudz ģimenes uzņēmumu var sastapt lauksaimniecībā un pakalpojumu sfērā, piemēram, kravu pārvadājumos, konsultāciju biznesā, sava un nomāta nekustamā īpašuma apsaimniekošanā, tirdzniecībā. Mazāk ģimenes uzņēmumi pārstāv ražošanu, bet tieši šajā sfērā jau desmit gadus darbojas SIA "Duo AG", kura īpašnieki ir vīrs un sieva Gatis un Aina Poiši. Uzņēmums ražo 35 veidu no dabiskiem produktiem auksti spiestas eļļas. Pērn apgrozīti 118 tūkstoši eiro, kas ir par 19% vairāk nekā iepriekšējā gadā, uzņēmums strādā ar peļņu, liecina "Lursoft" dati. Par "kases grāvējiem" biznesa idejas autors un realizētājs G. Poišs nosauc eļļu no kokosa un melnās ķimenes. "Tie ir populāri pasaulē. Melnā ķimene tā tiek slavēta, ka šķiet tikai no nāves neārstē," smeļ uzņēmējs, kurš sarunā atzīst sievas – sabiedrībā pazīstamās ģimenes psihoterapeites Ainas Poišas – ieguldījumus uzņēmuma darbībā. "Man ir cita saikne ar pasauli, kas nav izteikta biznesa vidē. Es varu sajūst, kas notiek ar cilvēkiem, ko viņi domā, kas viņus uztrauc. Es neražoju, bet es varu dot pienesumu ar attieksmi, cita veida informāciju. Mēs viens otru papildinām," saka A. Poiša. "Mums ir pilnīgi atšķirīgas sfēras. Ja tā nebūtu un vēl ņemot vērā mūsu personības, jo abi esam dominējoši, līderi, nedomāju, ka mēs varētu kopīgu biznesu vadīt." Ražošana ir Gata pārziņa, bet Aina vada seminārus, izpaužas profesionāli. Gada beigās, dalot dividendes, katra pienesums naudā esot kā uz delnas. Aina smeļ, ka "eļļu vīru" viņai neizdodoties pārspēt. Viņa atzīst, ka uzturēt darbu un privāto dzīvi līdzsvarā ir pietiekami sarežģīti. Pilnīgi nenest darbu uz mājām ir neiespējami, jo "ar to mēs dzīvojam". Briesmas ir klāt, ja darbs pārņem visu dzīvi un nav nekā personīga, parādās trešais ģimenes loceklis – darbs, ideja, rūpes par darbiniekiem. "Man ir bijis jāstrādā ar pāriem, kuri ir teikuši, ka viens otram ir par daudz, jo viņiem ir kopīgs ģimenes uzņēmums. Tas, ka 24 stundas viņi redz viens otru, tas ir par daudz, tas izsmēļ," stāsta psihoterapeite, ja situācija nav pārāk smaga, reizēm pat palīdzot, ka ģimenes locekļi neatrodas vienā telpā.

Nodalītas atbildības sfēras ir arī lauksaimnieku Osovsku ģimenē, kura Saldus novada Jaunlutriņu pagastā saimnieko jau vairākās paaudzēs. Z/s "Ratenieki" nodarbojas gan ar augkopību, gan lopkopību, un saimniecības apgrozījums salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu pērn pieaudzis par teju 14%, pārsniedzot 400 tūkst. eiro, bet peļņa kāpināta pat par 35% un nopelnīti 116 tūkst. eiro, liecina "Lursoft" dati. "Tēvs, būdams labs mehanizators, kad bruka kolhozs, sāka vākt kopā saimniecību, bet pamats mums bija no vectēva mantotā zeme. Šobrīd aptuveni 400 hektāru ir mūsu zeme, bet tikpat daudz – nomāta," stāsta saimniecības īpašnieks Mareks Osovskis, kurš ieguvis arī fizioterapeita kvalifikāciju. "Esmu vairāk tāds kā menedžeris un, lai gan vairāk sanāk fiziski atrasties Rīgā, sirdī esmu laucinieks. Tēva pārziņā ir zemes un tehnikas lietas, bet māte ir mūsu naudas maiss," atzīst M. Osovskis, kurš sevi uzskata par laimīgu cilvēku, bet visu ģimeni raksturo kā darbaholiķus.

Īpašo attieksmi, kas nāk no ģimenes uzņēmumiem, izjūt arī pasūtītāji. "Caur šādiem uzņēmumiem ir jūtams ģimeniskums visās tā stadijās, tā ir piederības sajūta uzņēmumam, tās ir personiskās attiecības, atbildība un uzticēšanās, kas mazos uzņēmumos spēlē ļoti lielu lomu," atzīmē "Lursoft IT" valdes priekšsēdētāja Iluta Riekstiņa.

Lai veidotu veiksmīgu profesionālo sadarbību ar ģimenes locekļiem, līdzīgi kā A. Poiša, arī "CVO Recruitment Latvia" vadošā konsultante Jūlija Lobanovska iesaka jau sākotnēji vienoties par kopīgu biznesa vīziju un to, kā šis business palīdzēs sasniegt katra individuālos mērķus.

Savukārt pēc "LNK Group" padomes priekšsēdētāja A. Milova domām, ja ģimenē valda labas, uz uzticību balstītas un harmoniskas attiecības, tas profesionālus jautājumus ļauj veiksmīgi atrisināt, nekaitējot ģimenei. "Lēmumi ("LNK Group") tiek pieņemti diskusiju ceļā, uzklauti tiek dažādi

viedokļi. Gala rezultātā mēs vadāmies pēc gluži tāda paša principa, kāds ir mūsu kompānijas moto – “In Optima Forma”, kas nozīmē vislabākā veidā, iespējamības robežās,” tā holdinga īpašnieks. Veidojot ģimenes biznesu, ir jāizmanto tie paši principi kā jebkurā biznesā, kā arī jāņem vērā ģimenes specifika. “Kā stipras ekonomikas pamatu ģimenes biznesu var vērtēt tieši jauno speciālistu attīstības kontekstā, jo daudziem jauniem cilvēkiem šī ģimenes skola nozīmē veiksmīgu profesionālu izaugsmi. Ģimenes biznesa lielā priekšrocība varētu būt daudz brīvāka ideju un viedokļu apmaiņa uzņēmumā,” saka J. Lobanovska. Gan A. Poiša, gan M. Osovskis uzsver pēctecības izaicinājumu ģimenes biznesā, jo īpaši, ja bērni izvēlas doties savu profesionālo ceļu. “Negribas visu pārdot ārzemniekiem, tas būtu pat noziegums. Pārdot, lai tikai gūtu ātru un vieglu peļņu! Zeme mums ir liela vērtība, uz tās izliets tik daudz sviedru,” saka z/s “Ratenieki” saimnieks M. Osovskis.

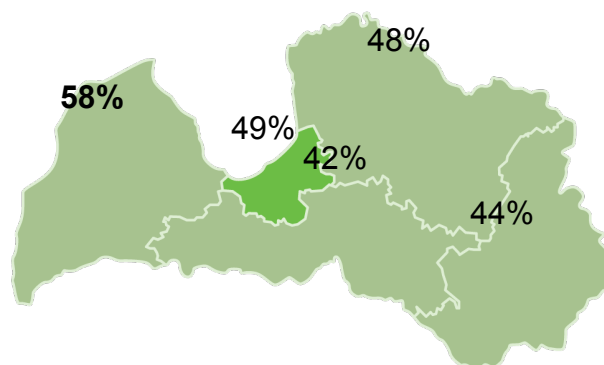
Ģimenes uzņēmumos ir būtiski vienoties par kopīgajiem un individuālajiem mērķiem un atbildības sfērām, kā arī skaidri izmērāmiem darba izpildes rādītājiem, noteikt atbildību, neļaujot katram ņemt no biznesa kases pēc nepieciešamības, iesaistīt visus ģimenes locekļus plānošanas un lēmumu pieņemšanas procesā, godīgi vienoties par peļņas ieguldīšanu un/vai godīgu sadali, nejaukt profesionālos un ģimenes jautājumus (nenest privātas lietas uz darbu, ja vien nav steidzami apstākļi), respektēt ģimenes locekļu brīvo laiku ārpus darba, darbā uzrunāt vienu otru vārdā, neizmantojot uzrunu mamma/tētis vai mīļvārdiņus, ja uzņēmumā strādā arī cilvēki, kas nepieder ģimenei, jāpiedomā pie tā, lai viņi justos tikpat iesaistīti, nevis ārpus savējo loka.

5. Uzņēmējdarbības uzsākšanu ietekmējošie faktori

A/S SEB banka, esot iniciatīvas “Atbalsti mazo biznesu!” atbalstītājs 2014.gadā, dalījās ar pētījuma “Jaundibinātie uzņēmumi Baltijā” rezultātiem, kas iegūti sadarbībā ar mediju aģentūru „Mindshare” 2013.gadā, veicot „MindScan” interneta aptauju. Aptaujā ir piedalījušies 4288 respondenti Baltijas valstīs, no tiem 968 Latvijā, 1275 Igaunijā un 2045 Lietuvā.

Pēc aptaujas rezultātiem secināms, ka interese uzsāktu uzņēmējdarbību bija diezgan liela visās trijās Baltijas valstīs - 31% Igaunijā, 49% Latvijā un 54% Lietuvā.

Lielākā respondentu interese uzsākt savu uzņēmējdarbību Latvijas reģionos ir Kurzemē 58%, tad seko Rīga un Rīgas reģions ar 49%, Vidzemē 48%, Latgalē 44%, Zemgalē 42%.



Savas uzņēmējdarbības uzsākšanā ir ieinteresēti 61% studentu, 58% no māsaimniecēm un 56% vadītāju.

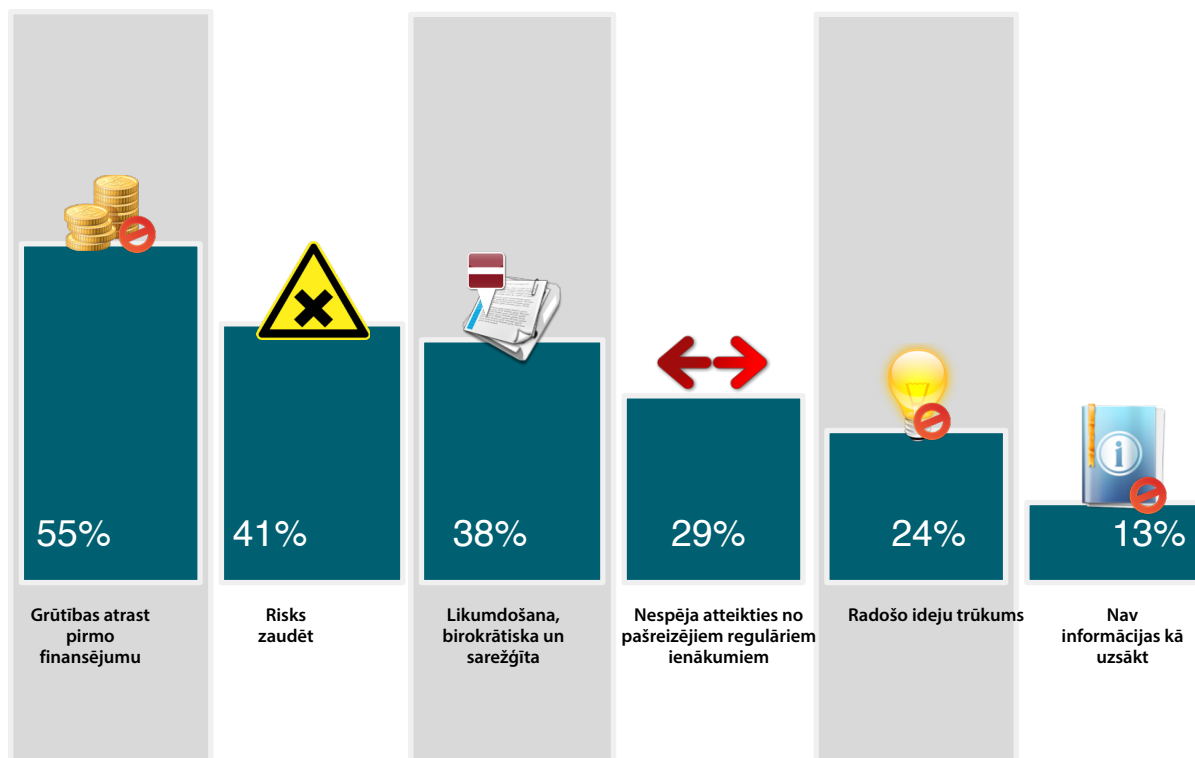
Tikai 29% respondentu uzskata, ka uzsākt uzņēmējdarbību Latvijā ir viegli.

Latvijas respondenti, kas ir ieinteresēti uzsākt savu biznesu bet to nav izdarījuši min sekojošus rīcību kavējošus apstākļus:

- Lielākā daļa jeb 55% min grūtības atrast pirmo finansējumu;
- Risku piedzīvot neveiksmi ir atzīmējuši 41%;
- 38% ir norādījuši uz sarežģītu likumdošanu un birokrātiju;
- 29% ir nespēja atteikties no pašreizējiem regulāriem ienākumiem;
- 24% ir minējuši radošu ideju trūkumu;

- 13% ir atzīmējuši informācijas nepietiekamību par uzņēmējdarbības uzsākšanu (skat. 29. attēlu).

29. attēls

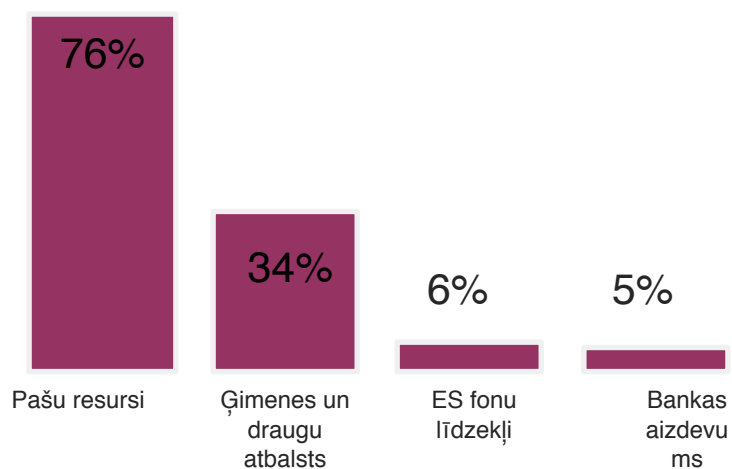


*Avots: SEB banka

Uzņēmējdarbības uzsācēju izmantotie finanšu resursi:

- 76% ir sākuši uzņēmējdarbību izmantojot pašu resursus;
- 34% ir arī saņēmuši palīdzību no ģimenes locekļiem vai draugiem;
- 6% ir izmantojuši ES fondu finansējumu;
- tikai 5% ir izmantojuši bankas aizdevumu (skat. 30.attēlu).

30. attēls

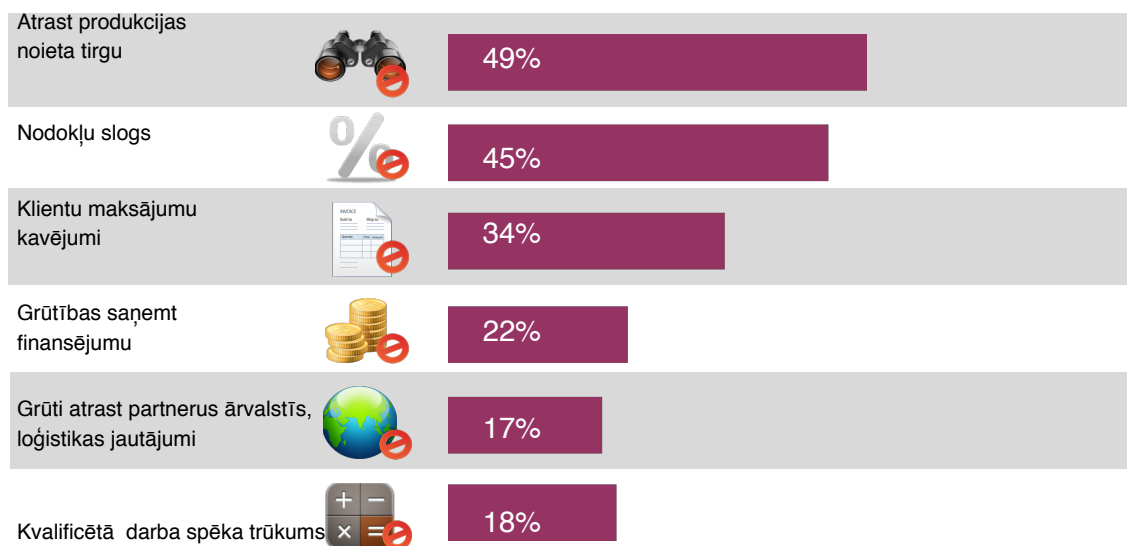


*Avots: SEB banka

Biznesa uzsācēju lielākie izaicinājumi uzņēmuma darbības pirmajos 2 gados Latvijā:

- 49% no tiem, kas jau ir sākuši uzņēmējdarbību, kā galveno problēmu min tirgus atrašanu pakalpojumiem un produktiem;
- 45% kā būtisku apgrūtinājumu ir norādījuši nodokļu slogu;
- 34% respondentu izaicinājums ir kavētie klientu maksājumi;
- 22% min finansējuma saņemšanas grūtības;
- 18% norādījuši uz kvalificēta darbspēka trūkumu;
- 17% ir grūtības ar ārvalstu partneru atrašanu un loģistikas problēmas (skat. 31. attēlu).

31. attēls



*Avots: SEB banka

Augstāk minētie pētījuma rezultāti ļoti precīzi atspoguļo pieņemumus pirms uzņēmuma dibināšanas, un tad faktiskos izaicinājumus, ar kuriem nākas saskarties uzņēmuma darbības pirmajos 2 gados, kad realitātē pats nozīmīgākais uzņēmējdarbībā ir pastāvīgs darbs ar klientiem un produkta vai pakalpojuma pārdošana. Tieši šo apsvērumu dēļ, 2014.gadā, iniciatīvas ietvaros organizētajos semināros pastiprinātu uzmanību veltījām tieši komunikācijas un pārdošanas tematikai, piesaistot atbilstošus lektorus, t.i. komunikāciju un pārdošanas vadības ekspertus.

Pēc pētījuma datiem secinām, ka cilvēki Latvijā ir piesardzīgāki lēmumu pieņemšanā par uzņēmējdarbības sākšanu un, lielākoties, rēķinās ar sev pieejamiem resursiem. Tikai 34% meklē atbalstu ģimenē vai pie draugiem, bet ES fondu un banku aizdevumu izmantošana ir maz izplatīta prakse.

Secinājumi un priekšlikumi mikro un mazo uzņēmumu saimnieciskās darbības uzlabošanai

Ziņojuma sagatavošanai izmantotās metodes un datu apkopojums atspoguļo mikro un mazās uzņēmējdarbības vidi un ir devis iespēju novērtēt, analizēt un diskutēt šos izaicinājumus fokusa grupās, t.i., gan Latvijas Mazo un vidējo uzņēmumu foruma biedru vidū, iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu!" reģionālajos semināros un citos formātos.

Latvijas MVU forums secina, ka MVU atbalsts Latvijā ir nepieciešams un aktuāls, tādēļ vērš uzmanību uz sekojošiem priekšlikumiem, kas izstrādāti sadarbībā ar Eiropas Amatnieku, mazo un vidējo uzņēmumu apvienību (UEAPME). Šie priekšlikumi atbilst ES rīcībpolitikas izvirzītajām prioritātēm un ir nepieciešama to atbilstoša integrācija Latvijas rīcībpolitikā, lai tādējādi stiprinātu tautsaimniecību un nodarbinātību.

Nepieciešamie pasākumi MVU saimnieciskās darbības uzlabošanai

Priekšlikumi ir izdiskutēti ar Latvijas MVU foruma biedriem, vienlaikus, prezentēti un atbalstīti iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu!" reģionālajos semināros „Mazā biznesa diena”.

1. Atbalstošas ekonomiskās un uzņēmējdarbības vides radīšana.

Publisko ieņēmumu un izdevumu (public households) ilgtspējīgums ir priekšnoteikums finanšu stabilitātei un ekonomikas izaugsmei, bet ir jāņem vērā, ka fiskālā konsolidācija samazina publisko izdevumu pienesumu IKP pieaugumā. Tāpēc fiskālās konsolidācijas ir jāveic veidā, kas rada mazāko iespējamo negatīvo ietekmi uz izaugsmi.

- ✓ Jāveic mērķtiecīgas nodokļu reformas, samazinot nodokļus darbaspēkam nevis patēriņam;
- ✓ Jāuzlabo ekonomiskās un fiskālās politikas koordināciju starptautiskai konkurētspējai, dzīves līmeņa celšanos, plašāku preču un pakalpojumu tirgus pavērtās iespējas;
- ✓ Visās politikas izstrādes jomās jāņem vērā MVU ekonomiskā situācija, lai novērstu sarežģījumus, risinot arī mazo uzņēmumu īpašnieku sociālos jautājumus. Ir nepieciešami pastāvīgi padziļināti pētījumi un diskusijas par mazo uzņēmumu īpašnieku nabadzības riskiem/pensiju (sociālajiem) jautājumiem;
- ✓ Jāveido uz pētniecību un inovāciju balstīta un spēcīga standartizācijas sistēma, kas piemērota un pieejama MVU;
- ✓ Ir jāatzīst amatniecības un MVU īpašā loma un ieguldījums tradicionālās ražošanas veidā kā nozīmīgs ieguldījums konkurētspējā un ekonomiskajā stabilitātē (tradicionālu dabas resursu izmantošana, metodes, tehnoloģijas, receptes u.c.);
- ✓ Aktīvi jāattīsta digitalizācija ekonomikas un sabiedrības vajadzībām, nodrošinot plašu platjoslas interneta pieejamību, vienlaikus, nodrošinot kibertelpas drošību, īpaši izglītojot MVU.

2. Uzņēmējdarbības gara stiprināšana

Izaugsmei un attīstībai nepieciešams vairāk uzņēmēju un spēcīgs uzņēmējdarbības gars - "kultūras pārmaiņas" uzņēmējdarbības attīstības virzienā. Vienlaikus atzīmējama ir uzņēmēju pārstāvošo organizāciju loma, kas pilda starpnieka funkcijas un sniedz nozīmīgas konsultācijas MVU.

- ✓ Jāveicina aktivitātes un jāveido atbalsta programmas, kas paredz uzņēmējdarbības attīstīšanu.
- ✓ Jāintegrē uzņēmējdarbības garu un uzņēmējdarbības apmācība visās izglītības programmās un apmācībās jau agrīnā iedzīvotāju vecumā. Šai tēmai jābūt iekļautai skolas mācību programmās. Mācīt uzņēmējdarbību ir svarīgi, ne tikai tāpēc, ka ilgtermiņā nepieciešami

uzņēmēji, lai izveidotu un vadītu uzņēmumus, bet gan MVU ir nepieciešami darbinieki ar iniciatīvu un izpratni par uzņēmējdarbības vadību.

- ✓ Jānodrošina mikro un mazo uzņēmēju pieeja finansējumam - atbalsta programmas biznesa ideju īstenošanai.
- ✓ Ir nepieciešams izveidot mentoringa programmas, apmācības "otrās iespējas" uzsācējiem, ciešā sadarbībā ar uzņēmēju organizācijām. Politikas plānotājiem jākoncentrējas ne tikai uz bezdarbniekiem un uzņēmumu darbiniekiem, bet jāpiedāvā atbalstu (t.i. apmācību) uzņēmējiem, kam jāsakaras bankrota draudiem, lai palīdzētu viņiem atrast darbu vai atsākt uzņēmējdarbību no jauna.
- ✓ Jāveicina personu profesionāļu brīvu pārvietošanos caur kvalifikāciju atzīšanu, ievērojot reglamentēto profesiju specifiku, kas nodrošinātu pakalpojumu kvalitāti un uzņēmējdarbības ilgtspēju;
- ✓ Jāstiprina Latvijas mikro un mazo uzņēmumu sociāli ekonomiskā nozīme, veidojot pozitīvu pozicionējumu sabiedrībā kopumā. Latvijas MVU forums aicina papildināt svētku un atzīmējamās dienas ar "Mazā biznesa dienu" kā atzīmējamo dienu, jo Latvijas MVU ir pelnījuši savu īpašo dienu, svētkus sev un saviem uzticīgajiem klientiem!

3. Normatīvās vides uzlabošana

Mazie uzņēmumi ir pirmie, kas cieš no administratīvā sloga un sarežģītas likumdošanas. Tas ir iemesls, kāpēc ir svarīgi samazināt nevajadzīgu birokrātisko slogu un izmaksas maziem uzņēmumiem visos līmeņos:

- ✓ Normatīvo aktu izstrādātājiem un lēmuma pieņēmējiem pastāvīgi jāpiemēro principu "Domā par mazajiem vispirms", kas nozīmē, ka tiesību akti ir jāpieņem izvērtējot to ietekmi uz MVU.
- ✓ Likumdošanas izmaiņas ir jābalsta uz ietekmes novērtējumiem, obligāti piemērojot MVU testu. Novērtētājiem ir jāņem vērā administratīvās izmaksas, ieinteresēto un ietekmēto pušu viedokļi.
- ✓ Maksātspējas procedūrām ir jābūt efektīvām gan laika, gan izmaksu ziņā un jākalpo par normālu uzņēmējdarbības vides sakārtošanas instrumentu.
- ✓ MVU ir svarīgi samazināt administratīvo procedūru izmaksas.
- ✓ MVU nepieciešams saskaņots tiesiskais regulējums, lai vienkāršotu pārrobežu līgumus, jo īpaši e-komercijas jomā.
- ✓ ES regulu pārņemšanā nepieciešams nepastiprināt regulējuma prasības nacionālajā līmenī.

4. Līdzsvarota tirgus pieejamība vietējiem pakalpojumu sniedzējiem, tostarp, maziem mazumtirgotājiem

Sīkiem mazumtirgotājiem un vietējiem pakalpojumu sniedzējiem, ieskaitot nelielos kvalificēto amatnieku uzņēmumus, ir ne tikai svarīga loma MVU sektorā, bet tie lielā mērā arī nosaka dzīves kvalitāti reģionā. Diemžēl, likumdevēju attieksme pret šiem mazajiem pakalpojumu sniedzējiem ir līdzīga kā pret starptautiskām uzņēmumu ķēdēm, nepienācīgi ņemot vērā mazo uzņēmumu specifiku. Latvijas MVU forums aicina politikas veidotājus neapgrūtināt vietējo mazo vietējo pakalpojumu sniedzējus un nodrošināt tiem iespēju godīgai konkurencei starp MVU un daudz nacionālām ķēdēm, tāpat arī lauksaimniekiem, bezpeļņas organizācijām u.c.

- ✓ Jāievēro, ka patērētāju tiesību aizsardzības likumdošanā nedrīkst būt pieņemumam, ka maziem mazumtirgotājiem un pakalpojumu sniedzējiem ir plašākas tiesības un ir dominējoša pozīcija attiecībā ar patērētājiem.
- ✓ Konkurētspējas saglabāšanai, sīkiem mazumtirgotājiem vajadzēs arvien vairāk sadarboties. Piemēram, franšīzes pieeja var piedāvāt daudzas priekšrocības nelieliem mazumtirgotājiem, tomēr, ir pieaugoša tendence šiem mazumtirdzniecības uzņēmumiem uzstādīt nepieņemamus noteikumus, ko diemžēl, pieļauj konkurences noteikumi, kas piemērojami vertikālajām vienošanām (ierobežojumi preču vai pakalpojumu piegādātāju izvēlē, cenu

politika u.c.).

- ✓ Ikdienas patēriņa preču veikalu pieejamība ir svarīga ne tikai mazāk mobilām personām, veciem cilvēkiem, bet visai ekonomiskai un sociālai struktūrai pilsētu centros un reti apdzīvotās vietās. Vispārējo sabiedrības vajadzību apmierināšanai, piemēram vide, pilsētas centru un ciematu dzīvotspēja, mobilitātes, transporta un laba teritoriālā plānošanas kontekstā ir piemērojami dažādi noteikumi mazumtirgotājiem, lai nodrošinātu līdzsvarotu mazumtirdzniecības piedāvājuma daudzveidību. Vienlaikus, jāveic objektīvi pētījumi, analizējot lielo iepirkšanās centru ietekmi uz tradicionālo mazumtirdzniecību pilsētu centros.

5. Prasmes un kvalifikācijas darba tirgū

Lai novērstu prasmju un kvalifikāciju neatbilstību darba tirgus prasībām, MVU pieprasa reformas.

- ✓ Jāveicina un jāstiprina profesionālo izglītību, tās prestižu un apmācības sistēmas darba vidē, piemēram, mācekļus kā efektīvu veidu, lai atvieglotu pāreju no skolas uz darba tirgu, vienlaikus, gan nodrošinātu augstāku nodarbinātības līmeni jauniešiem, gan arī darba devējiem nepieciešamās prasmes.
- ✓ Jānodrošina sociālo partneru un profesionālās izglītības iestāžu sadarbības balstīta un pārvaldīta mācīšanās darba vidē un mācekļu sistēma.
- ✓ Jāeido mērķtiecīgus finanšu stimulus amatniecībai un mikro uzņēmumiem un MVU, lai attīstītu to apmācību un mācību prakses potenciālu.
- ✓ Profesionālās izglītības pievilcības paaugstināšana, attīstot kvalifikācijas līmeņus līdzvērtīgus akadēmiskai izglītībai un veicināt uzņēmējdarbības garu.
- ✓ Jātvieglo papildu apmācību pieejamību, uzlabojot darba ņēmēju prasmes, nodrošinot kompetenču, kas iegūtas neformālā veidā, atzīšanu.
- ✓ Jāattīstīta nepārtrauktu apmācību, lai nodrošinātu ilgtspējīgu nodarbinātību, veidojot mērķtiecīgus finanšu stimulus MVU ieguldījumiem darbinieku apmācībās.

6. Jāuzlabo MVU piekļuve nepieciešamajiem līdzekļiem, nauda ir jānovada reālajā ekonomikā MVU saskaras arvien vairāk grūtībām piekļūt ārējam finansējumam, jo īpaši "riskantākiem" projektiem, piemēram, uzņēmējdarbības uzsākšana, inovācijas, internacionalizācija un uzņēmumu pārņemšana.

- ✓ Jāveicina MVU kredītpējas celšana, atceļot nodokļu šķēršļus kapitāla finansējumam, uzlabojot finanšu izglītības un labāk informējot par jaunām un alternatīvām finansēšanas formām. Jāizveido banku un MVU apaļā galda diskusiju formātu, lai nodrošinātu tehnisko platformu apmaiņai ar informāciju un datiem, lai koordinētu abu pušu vajadzības un piedāvātu kopīgus risinājumus.

Nobeigums

Latvijas MVU forums ir gandarīts, ka Eiropā un īpaši pēdējos 2 gados arī Latvijā MVU tēmai ir pievērsta nepieciešamā uzmanība un attīstās strukturēti informācijas apmaiņas un diskusiju formāti, kas dod iespēju pieņemt līdzsvarotus lēmumus, kas balstās uz aktuāliem datiem un ir iepriekš izdiskutēti. Iniciatīvas "Atbalsti mazo biznesu!" papildus pievienotā vērtība ir iespējās analizēt un diskutēt problēmas un rast nepieciešamos risinājumus. Ņemot vērā, ka Latvija jau vairāk kā 10 gadus ir ES dalībvalsts, mums aktīvi jāturpina ES ricībpolitikas izvirzīto prioritāšu atbilstošu integrāciju Latvijas ricībpolitikā, lai tādējādi stiprinātu Latvijas tautsaimniecību un nodarbinātību.