

# **“SIEVIETE UZŅĒMĒJDARBĪBĀ”**

*KVANTITATĪVAIS PĒTĪJUMS*

**© biedrība “Līdere” & “Latvijas Fakti” & izdevniecība  
”Lietišķās informācijas dienests”**

*2006.gada februāris un marts*

# Saturs

<u>I. Tehniskā informācija</u> .....	3
<u>II. Galvenie secinājumi</u> .....	4
<u>III. Aptaujas rezultātu analīze</u> .....	6
<u>1. Biznesa vide Latvijā</u> .....	6
<u>1.1. Biznesa vides vērtējums</u> .....	6
<u>1.2. Problēmas, ar kurām nākas saskarties sievietei uzņēmējdarbībā</u> .....	9
<u>2. Sieviete biznesā</u> .....	12
<u>2.1. Saistošie aspekti uzņēmējdarbībā</u> .....	12
<u>2.2. Rakstura īpašības/ vērtības, kas sievietei palīdzējušas gūt panākumus</u> .....	13
<u>2.3. Rakstura īpašības/ vērtības, kas sievietei traucējušas gūt panākumus</u> .....	15
<u>2.4. Apgalvojumi par sievietēm biznesā</u> .....	17
<u>3. Klientu lojalitātes programmas</u> .....	21
<u>4. Darbinieku stimulēšana un lojalitātes nostiprināšana</u> .....	26
<u>5. Darbaspēka migrācija</u> .....	29
<u>Pielikums “Demogrāfijas dati salīdzinājumā”</u> .....	30

# I. Tehniskā informācija

## **IZLASE:**

Tika aptaujātas **200** Latvijas sievietes – uzņēmējas (uzņēmuma īpašnieces un vadītājas)

Izlases veidošanā tika izmantota “Lursoft” datu bāze

Stratifikācijas pazīmes\*:

- a) uzņēmējdarbības nozare
- b) uzņēmumu darbības vieta (pilsēta, rajons)
- c) uzņēmumu lielums (strādājošo skaits, apgrozījums)

## **METODE:**

Aptauja tika veikta, izmantojot kombinēto informācijas metodi - personiskās intervijas un telefonintervijas. Konkrētas metodes izvēli noteica intervētāji, un tā bija atkarīga no respondentu prioritātēm. Intervēšanu veica kopumā 9 “Latvijas Faktu” intervētāji. Intervēšana notika latviešu un krievu valodās.

## **INTERVĒŠANAS LAIKS:**

23.02.2006 – 02.03.2006

## **Respondentu sociāli demogrāfiskie raksturojumi:**

### **Vecums**

24 – 35 gadi	20.0%
36 – 40 gadi	13.5%
41 – 45 gadi	18.0%
46 – 50 gadi	23.0%
51 – 60 gadi	16.0%
61 gads un vairāk	9.5%

### **Tautība**

Latvietes: 76.5%

Cita tautība: 23.5% (to vidū: krievietes 17,5%; polietes 1,5%; ukrainietes 1,0%; baltkrievietes 1,0%; lietuvietes 1,0%; 1 armēniete (0,5%); 1 ebrejiete (0,5%))

### **Izglītība:**

Vidējā izglītība: 42.5%

Augstākā izglītība: 57.5%

### **Reģions:**

Rīga/ Rīgas rajons, Jūrmala:	41.5%
Vidzeme:	22.0%
Kurzeme:	14.5%
Zemgale:	13.5%
Latgale:	8.5%

\* Prioritāri tika aptaujātas sievietes – uzņēmumu īpašnieces

## II. Galvenie secinājumi

1. Vairāk kā divas piektdaļas (43.5%) aptaujāto sieviešu uzņēmēju skatījumā pašreizējā biznesa vide Latvijā ir nelabvēlīga, biznesa attīstību traucējoša. Galvenie argumenti šādam uzskatam – *esošā nodokļu politika, nesakārtota likumdošana, valsts atbalsta trūkums mazajam uzņēmējam un iedzīvotāju zemā pirktspēja*. Gandrīz trešā daļa (37%) aptaujas dalībnieču biznesa vidi Latvijā vērtējušas kā neitrālu, bet mazāk kā piektdaļa (17%) aptaujāto sieviešu uzņēmēju atzinušas, ka tā ir labvēlīga, galvenokārt savu uzskatu pamatojot ar argumentu, ka *iespējām, salīdzinoši nelielo konkurenci un dinamisko valsts attīstību*. Pēdējo divu gadu to sieviešu uzņēmēju skaits, kuras biznesa vidi Latvijā uzskata par nelabvēlīgu, ir samazinājies par 9.8%.
2. Arī šogad veiktā pētījuma rezultāti, tāpat kā iepriekšējo gadu (2003.-2005.) rezultāti, apliecina, ka galvenā problēma, ar kuru nākas saskarties sievietēm biznesā, palikusi nemainīga – joprojām aktuālākā problēma ir augstie nodokļi. Taču salīdzinot ar citiem gadiem, šogad daudzas biznesa sievietes par aktuālu problēmu ir atzinušas kvalificēta darba spēka trūkumu.
3. Iespēja būt neatkarīgai, uzturēt ģimeni un darīt darbu, kas pašai patīk šogad tiek izvirzīti kā svarīgākie motīvi, kas sievieti piesaista uzņēmējdarbībai.
4. Mērķtiecīgums, neatlaidība, uzņēmība - sievietes uzņēmējas nosauc kā svarīgākās pozitīvās savas rakstura īpašības, kuras viņām ir palīdzējušas gūt panākumus biznesā. Vērojama rakstura īpašību, kas saistās ar jēdzienu „emocionālā inteliģence” (*komunikabilitāte, saskarsmes spējas, spēja rast kompromisu, prasme uz klausīt, tolerance, diplomātija, optimisms u.c..*) arvien pieaugošā nozīme, kas atstāj trešā vietā darba spējas un darba mīlestību. Savukārt, pārmērīga uzticēšanās, paļaušanās uz citiem, rakstura maigums aptaujāto sieviešu uzņēmēju vērtējumā ir viņu darbā traucējošākās personīgās rakstura īpašības.
5. Gandrīz visas (97.5%) aptaujātās sievietes uzņēmējas lielākā vai mazākā mērā piekrīt apgalvojumam *man svarīgāka ir darbinieka profesionalitāte un darba pieredze, nevis dzimums*.
6. Trīs ceturtdaļas aptaujāto sieviešu uzņēmēju gribētu būt vairāk informētas par sievietēm uzņēmējdarbībā, bet vairāk kā puse vēlētos kļūt lietišķo sieviešu kluba biedres.

7. Mazāk kā pusē no aptaujāto biznesa sieviešu uzņēmumiem ir klientu lojalitātes veicināšanas programmas. No tām uzņēmējām, kuru uzņēmumos vēl nav klientu lojalitātes veicināšanas programmas, gandrīz puse gatavojas tādas izveidot. Vairums aptaujāto biznesa sieviešu uzskata, ka klientu lojalitātes programmu ieviešana palielina uzņēmuma apgrozījumu. Galvenie kavēkļi klientu lojalitātes veicināšanas programmu ieviešanai ir informācijas un naudas trūkums.
8. Vairums sieviešu uzņēmēju ir pārliecinātas, ka darba ņēmēju lojalitāti uzņēmumam, kurā viņi strādā, varētu stiprināt konkurētspējīga darba alga, labi darba apstākļi un piemaksas par virsstundām. Materiālie stimuli vienmēr vai gandrīz vienmēr ir efektīvāki par morālajiem stimuliem! – šādam viedoklim pilnībā vai daļēji piekrīt 78.5% aptaujāto sieviešu uzņēmēju.
9. Vairums sieviešu uzņēmēju uzskata, ka Latvijā vai nu darba ņēmēju ir nepietiekami, vai arī valda darba spēka trūkums. Tajā pat laikā tikai 45.5% aptaujāto uzņēmēju būtu gatavas savos uzņēmumos nodarbināt darba spēku no kādas citas valsts.

### III. Aptaujas rezultātu analīze

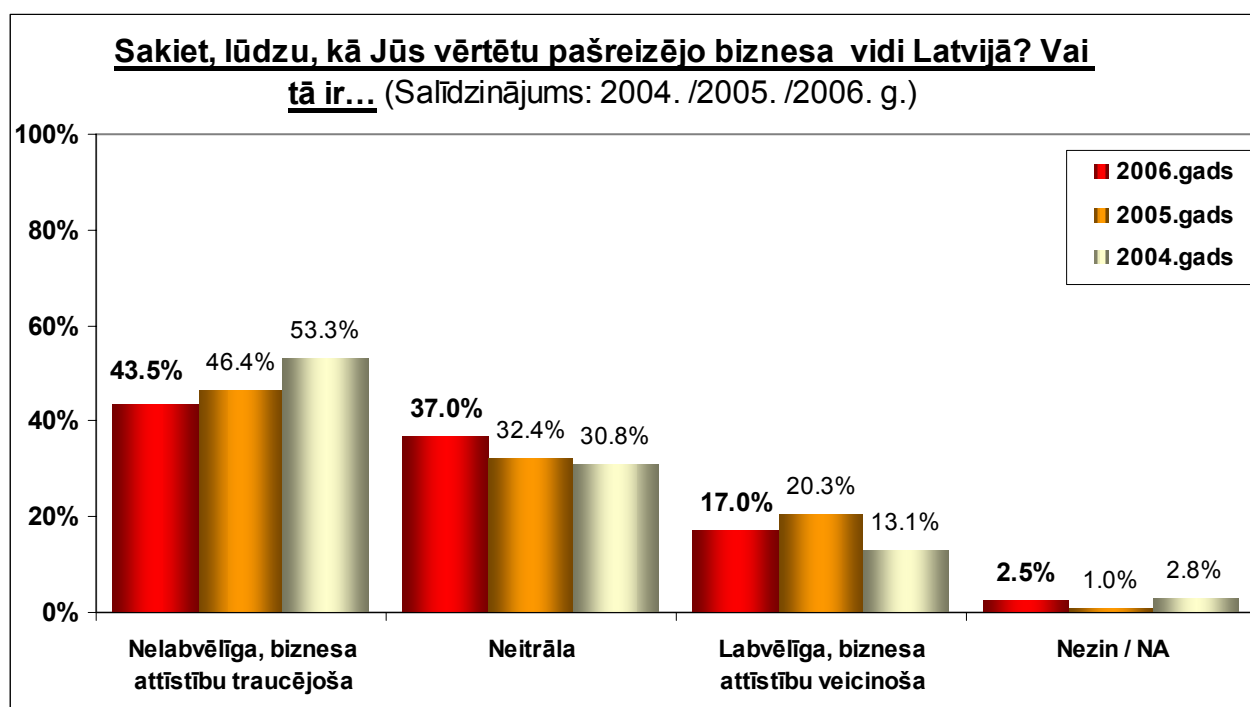
#### 1. Biznesa vide Latvijā

##### 1.1. Biznesa vides vērtējums

Aptaujas jautājums:

**„Sakiet, lūdzu, kā Jūs vērtētu pašreizējo biznesa vidi Latvijā? Vai tā ir labvēlīga, biznesa attīstību veicinoša; nelabvēlīga, biznesa attīstību traucējoša, vai neitrāla?”**

Nedaudz vairāk kā divas piektdaļas (43.5%) aptaujāto sieviešu uzņēmēju pašreizējo biznesa vidi Latvijā vērtē kā *nelabvēlīgu, biznesa attīstībai traucējošu*; 37% vērtējuši to kā *neitrālu*, un 17% aptaujas dalībnieču skatījumā tā ir *labvēlīga, biznesa attīstību veicinoša*. Salīdzinot pēdējo trīs gadu laikā iegūtos rezultātus, redzams, ka saglabājas tendence palielināties to sieviešu uzņēmēju skaitam, kas biznesa vidi Latvijā uzskata par neitrālu – šis pieaugums (salīdzinot ar 2004.gadu +6.2%) notiek uz to sieviešu uzņēmēju rēķina, kas biznesa vidi Latvijā uzskata par *nelabvēlīgu*.



Aptaujas dalībnieces tika lūgtas paskaidrot savu viedokli. Respondenšu brīvi formulētās atbildes anketu apstrādes laikā tika kodētas un apvienotas grupās; rezultāti apkopoti nākamajās tabulās.

Galvenie argumenti, kādēļ biznesa vide Latvijā respondentēm šķiet **labvēlīga**: *ir nozares/ sfēras, kur uzņēmējam ir iespējams izvērsties – pagaidām vēl salīdzinoši neliela konkurence; uzņēmumu kopīgās attīstības tendences un vispārējā ekonomiskā situācija valstī par to liecina; ir iespējas biznesam, ja paši meklē.*

Galvenie argumenti, kādēļ biznesa vide Latvijā respondentēm šķiet **nelabvēlīga**: esošā nodokļu politika ir mazajam biznesam nelabvēlīga, neatbilstīga; nesakārtota likumdošana; birokrātijas pieaugums; valsts atbalsta trūkums mazajam uzņēmējam; vispārējā ekonomiskā situācija neveicina biznesa attīstību; iedzīvotājiem zema pirktspēja.

Respondentes (34 no 200 aptaujas dalībniecēm), kuras biznesa vidi Latvijā vērtēja kā **labvēlīgu**, savu uzskatu pamatoja sekojoši:

Pamatojumu grupas apvienotais nosaukums	Spontānās atbildes	Respondenšu skaits, kuras nosauc šo pamatojumu
<b>Uzņēmumu kopīgās attīstības tendences par to liecina</b>	<i>Ekonomika progresē; cilvēki paliek bagātāki; klienti uzticas; ir kļuvis labāks, mazais un vidējais bizness tiek stimulēts/veicināts; bizness kļūst civilizētāks; pieaug klientu skaits</i>	10
<b>Jaunu darbības sfēru atklāšana</b>	<i>Ir nozares/ sfēras, kur uzņēmējam ir iespējams izvērsties – pagaidām vēl salīdzinoši neliela konkurence;</i>	8
<b>Ir iespējas biznesam, ja paši meklē</b>	<i>Neviens netraucē strādāt; katrs var darīt, ko grib; ja vēlas, katrs var attīstīt savu darbību; viss atkarīgs no pašas spēkiem; ja pats darīs, tad viss notiks</i>	5
<b>Sakarā ar iestāšanos ES</b>	<i>Ir vairāk tūristu/ klientu, lielāks apgrozījums, peļņa; ir iespēja saņemt kredītus; ir lielākas iespējas biznesā pateicoties ES tirgum</i>	5
<b>Finanses un nodokļi</b>	<i>Atviegloti muitas noteikumi; vairāk iespēju saņemt kredītu; labāka nodokļu politika</i>	5
<b>Patīk savs darbs</b>	<i>Var izmantot dažādus projektus; jūt, ka biznesam ir nākotne</i>	3
<b>Informācijas pieejamība</b>	<i>Ir iespējams bez maksas saņemt informāciju, konsultācijas</i>	1

Respondentes (87 no 200 aptaujas dalībniecēm), kuras biznesa vidi Latvijā vērtēja kā **nelabvēlīgu**, savu uzskatu pamatoja sekojoši:

Pamatojumu grupas apvienotais nosaukums	Spontānās atbildes	Respondenšu skaits, kuras nosauc šo pamatojumu
<b>Mazajam biznesam nelabvēlīga nodokļu politika</b>	<i>Lieli nodokļi; nepareiza, neatbilstoša nodokļu politika attiecībā uz mazo biznesu; netiek domāts par biznesa specifiku, nosakot nodokļus un prioritātes; nodokļi lielāki nekā ienākumi; lieli nodokļi – ienākumi tikai izdzīvošanai; mazajiem uzņēmumiem jāmaksā tikpat lieli nodokļi kā lielajiem – nav sabalansētības</i>	41
<b>Likumdošana</b>	<i>Nesakārtota likumdošana; nesakārtota vide; haotiskas atbalsta programmas; nestabila likumdošana, mainīgi likumdošanas akti</i>	15
<b>Birokrātija, administratīvi šķēršļi</b>	<i>Daudzas inspekcijas, pārbaudes; sarežģītāka grāmatvedība; sarežģītas veidlapas – jāpatērē ļoti daudz laika tās aizpildot</i>	13
<b>Valsts/valdības attieksme, atbalsta trūkums mazajam biznesam</b>	<i>Institūciju radītie šķēršļi, rīkojumi, lēmumi; administratīvi šķēršļi, valsts neradīta labvēlīgus nosacījumus mazajam biznesam; valsts neko nedara, lai atbalstītu; valdība neaizsargā vietējos uzņēmumus; valdības mainās, bet stabila programmu nav; valdības nekompetence</i>	12

Pamatojumu grupas apvienotais nosaukums	Spontānās atbildes	Respondenšu skaits, kuras nosauc šo pamatojumu
<b>Vispārējā ekonomiskā situācija Latvijā, zema iedzīvotāju pirktspēja</b>	<i>Kritusies pirktspēja iedzīvotājiem; lielas pakalpojumu cenas; zems labklājības līmenis valstī; nestabila ekonomiskā situācija; grūti realizēt produkciju; augsta inflācija; vidējam slānim maz naudas</i>	11
<b>Konkurence</b>	<i>Mazie uzņēmumi iznīkst, „lielie apēd” mazos; monopols; ārzemju uzņēmumi izspiež „vietējos”</i>	9
<b>Mazā uzņēmuma vadītāja pieredze rāda</b>	<i>Nekādu atbalstu nejūtu; neviens nepalīdz; neredz stimulus attīstībai; mazajiem uzņēmumiem ir mazi apjomi; mazas firmas, daudz roku darba; zemas pakalpojumu cenas, jāstrādā bez peļņas;</i>	9
<b>Grūti dabūt kredītus; nav līdzekļu attīstībai</b>	<i>Uzsākt grūti; finansējumu grūti piesaistīt; bankā grūti dabūt aizdevumus; nevar paņemt bankā aizdevumu; nelabvēlīgi kredīta noteikumi</i>	4
<b>Sakarā ar iestāšanos ES</b>	<i>Neatbilstam ES standartiem; jāpilda reizēm neizpildāmās ES normas; Latvijas likumdošana mainās ES direktīvu dēļ – nav stabila vide</i>	3
<b>Darba roku trūkums</b>	<i>Trūkst profesionālu, kvalificētu darbinieku</i>	3

Respondentes (74 no 200 aptaujas dalībniecēm), kuras biznesa vidi Latvijā vērtēja kā neitrālu, savu uzskatu galvenokārt pamatoja ar sekojošiem argumentiem: nav ne pozitīvi, ne negatīvi faktori; *nav pārāk grūti un nav arī viegli; nav ne lielu, ne mazu iespēju; nav ne priekšrocību, ne trūkumu; labvēlīgi no vienām, nelabvēlīgi no otrām pozīcijām.*

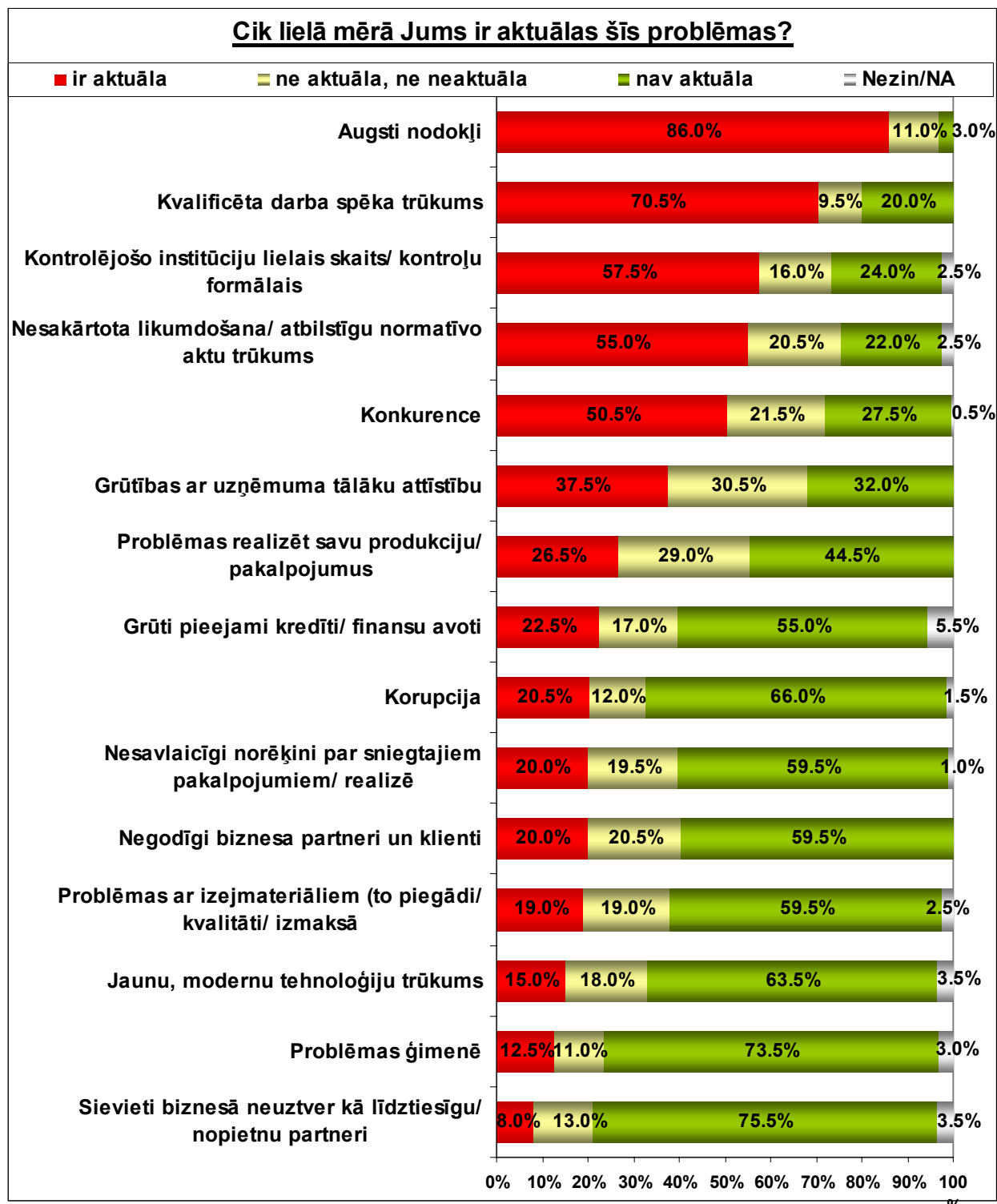


## 1.2. Problēmas, ar kurām nākas saskarties sievietei uzņēmējdarbībā

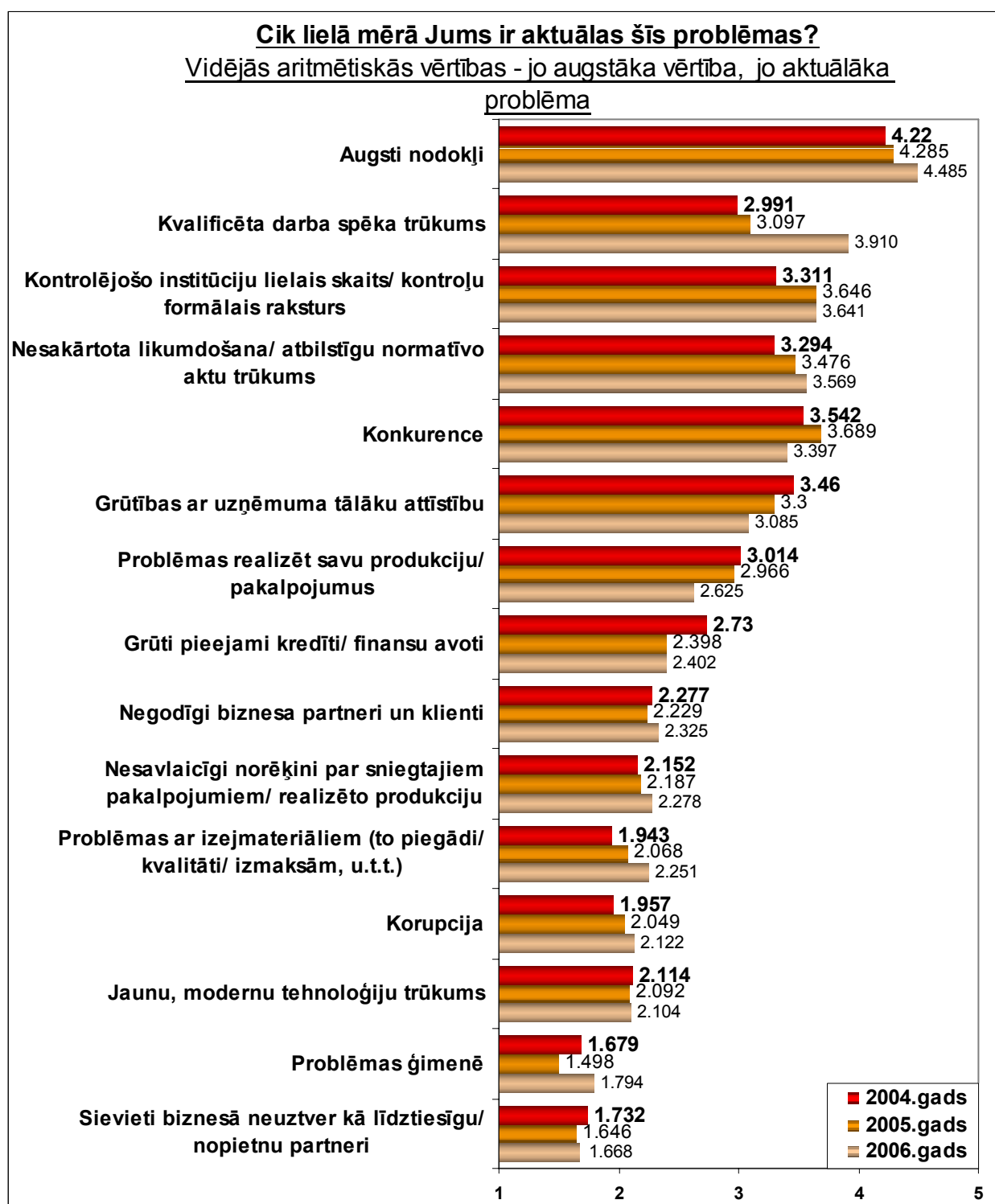
Aptaujas jautājums:

*“Tagad es Jums nolasīšu dažādus apgalvojumus – iespējamās problēmas, ar kurām nākas saskarties biznesā. Sakiet lūdzu, cik lielā mērā Jums šīs problēmas ir aktuālas? Lūdzu, novērtējiet šo problēmu aktualitāti 5 punktu skalas ietvaros. “1” šajā skalā nozīmētu “nav aktuāla”, bet “5” nozīmētu “ļoti aktuāli” ?”*

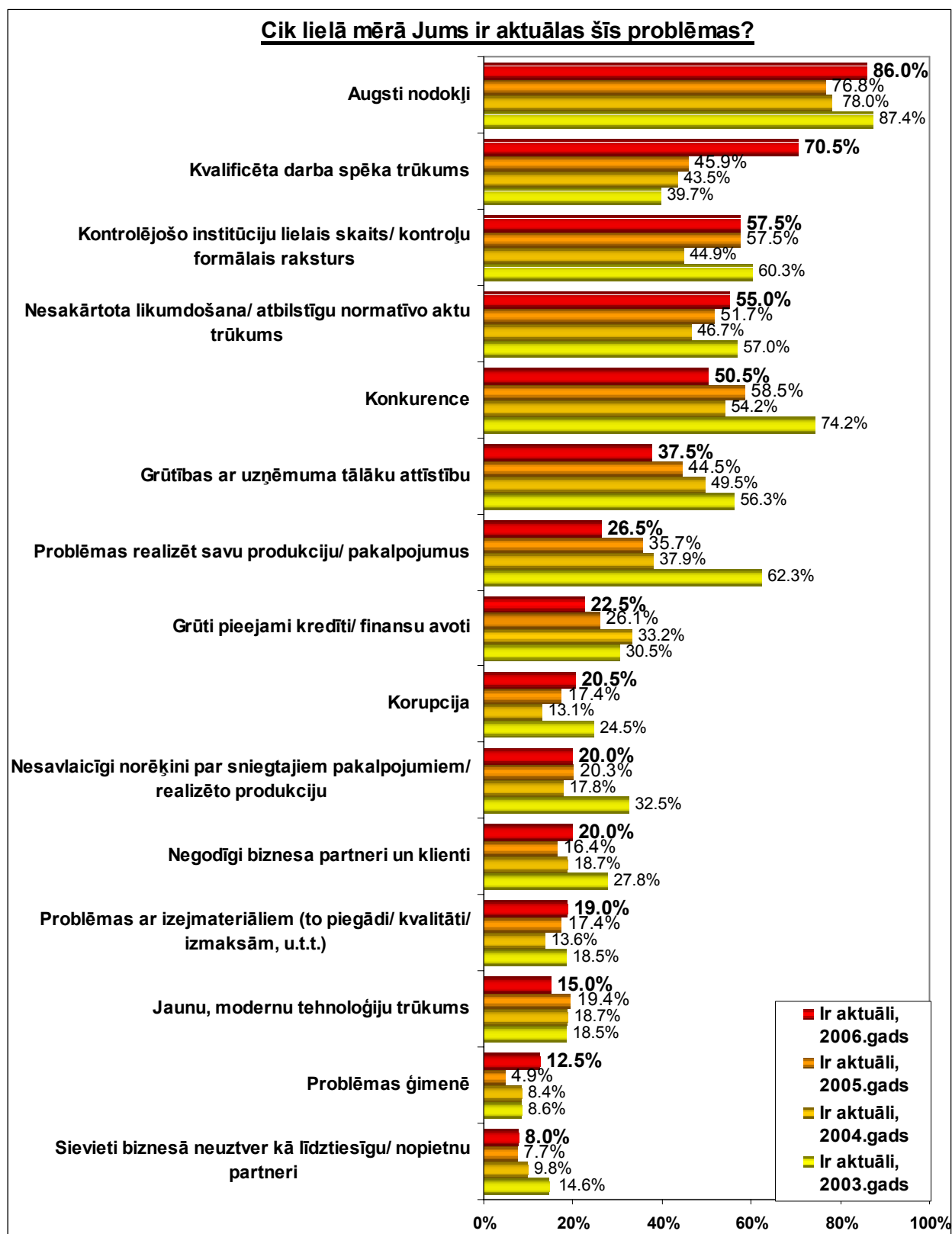
Rezultātu apkopojums šajā jautājumā atspoguļots nākamajā grafikā. Trīs aktuālās problēmas sievietēm uzņēmējdarbībā ir *augsti nodokļi* (86%) un *kvalificēta darba spēka trūkums* (70.5%), *kontrolējošo institūciju lielais skaits/kontroļu formālais raksturs* (57.5%).



Nākamajā grafikā uzņēmējdarbības problēmas sakārtotas pēc to vidējām aritmētiskajām vērtībām. Arī pēc šī rādītāja analizējot iegūtos datus, *augsti nodokļi, kvalificēta darba spēka trūkums un kontrolējošo institūciju lielais skaits/kontroļu formālais raksturs* atklājas kā nozīmīgākās problēmas sievietēm uzņēmējdarbībā, savukārt visnozīmīgākās sieviešu uzņēmēju vērtējumā šķiet *jaunu, modernu tehnoloģiju trūkums, problēmas ģimenē un sievietes biznesā neuztver kā līdztiesīgu/ nopietnu partneri*.



Salīdzinot pērn un šogad veikto aptauju laikā iegūtos rezultātus, redzams, ka aktuālāko problēmu hierarhijā pirmā "vieta" - *augsti nodokļi* - palikusi nemainīga. Šogad "biznesa sieviešu" skatījumā ievērojami pieaugusi (+24.6%) tādas problēmas kā *kvalificēta darba spēka trūkums* aktualitāte. Iespējams satraukumu par *kvalificēta darba spēka trūkumu* var izskaidrot pēdējā gada laikā sabiedrībā aktualizēto "Trījas jautājumu".



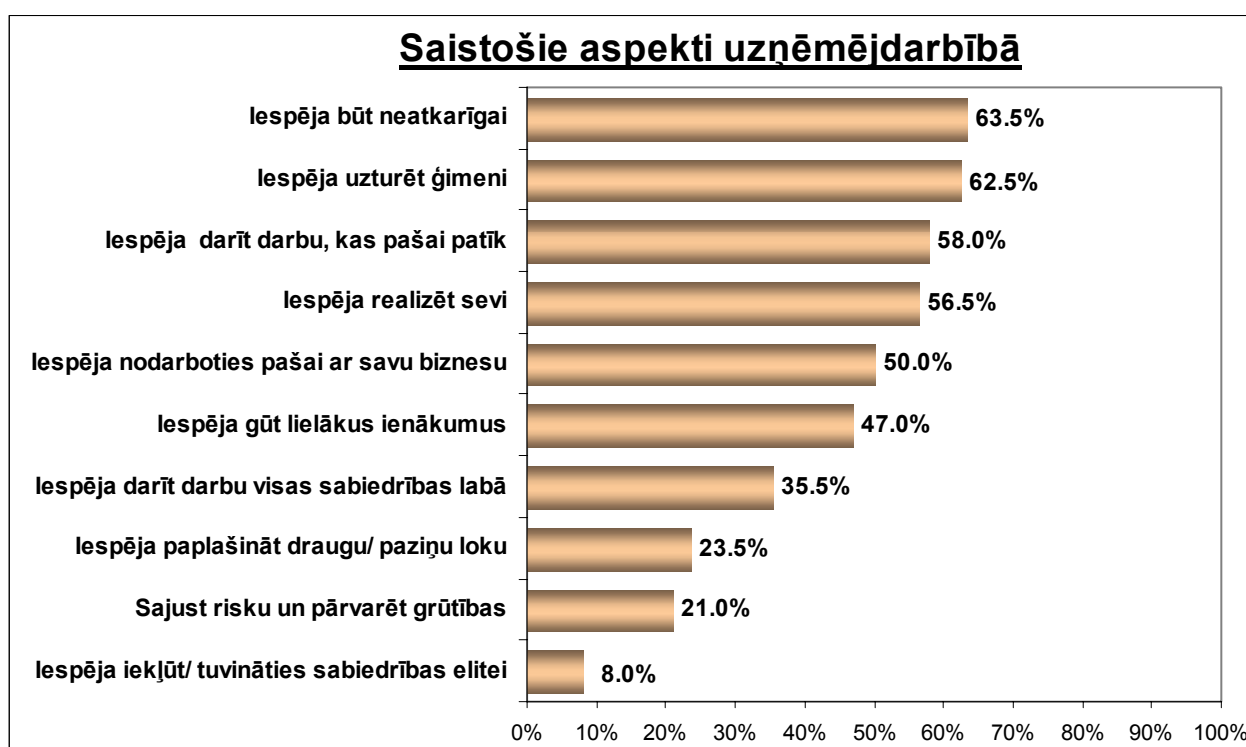
## 2. Sieviete biznesā

### 2.1. Saistošie aspekti uzņēmējdarbībā

Aptaujas jautājums:

**“Sakiet lūdzu, kādi no sekojošiem aspektiem Jums kā biznesa sievietei, sievietei uzņēmējai, šķiet saistoši uzņēmējdarbībā?”**

Pats saistošākais sievietēm uzņēmējdarbībā ir *iespēja būt neatkarīgai*. Kā nākamie saistošie uzņēmējdarbības aspekti tiek minēta *iespēja uzturēt ģimeni* un *iespēja darīt darbu, kas pašai patīk*, kā arī *iespēja realizēt sevi*. Savukārt visnebūtiskākā sievietēm uzņēmējām Latvijā šķiet *iespēja iekļūt/ tuvināties sabiedrības elitei*.

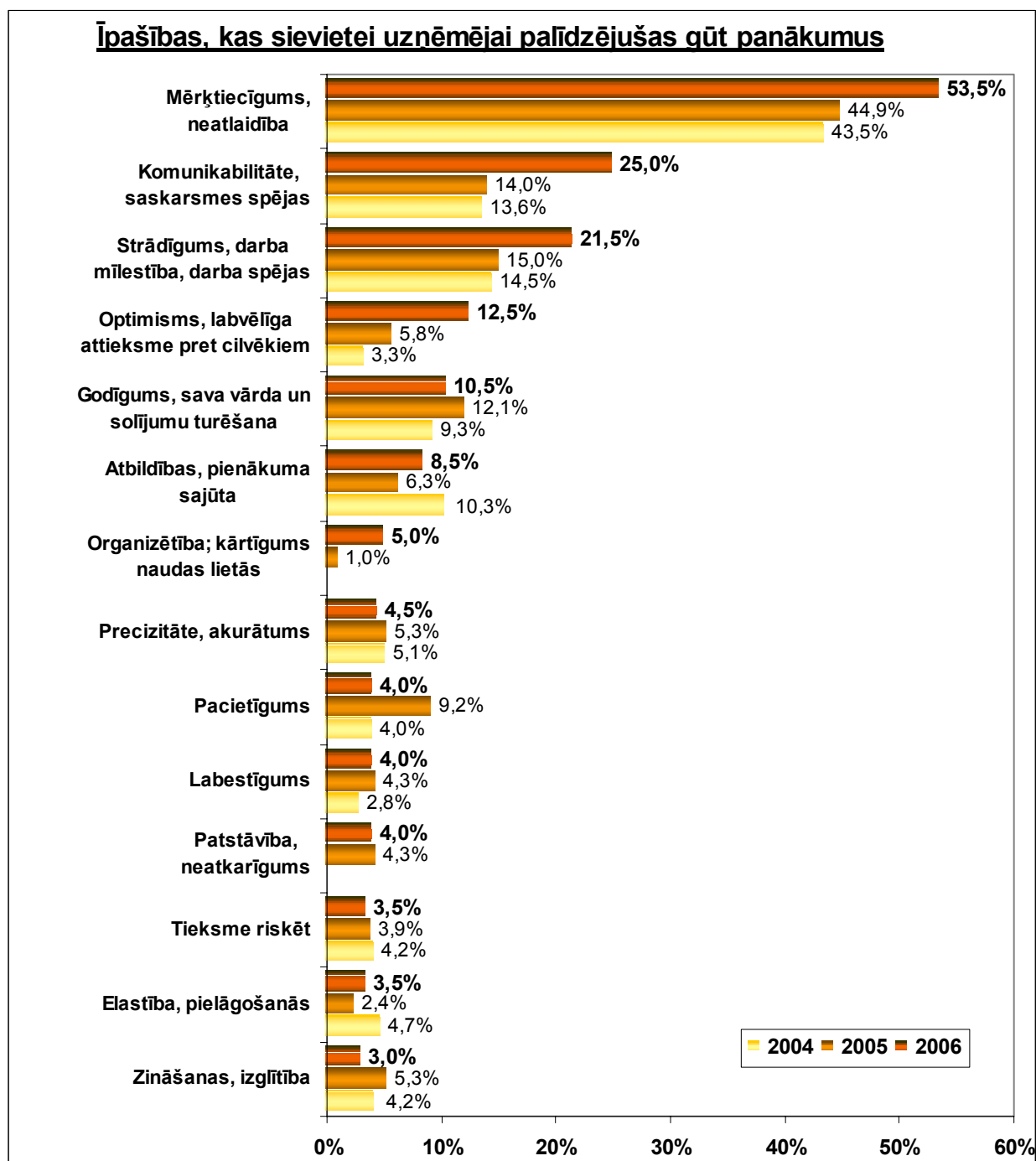


## 2.2. Rakstura īpašības/ vērtības, kas sievietei palīdzējušas gūt panākumus

Aptaujas jautājums:

**“Nosauciet, lūdzu, kuras divas no savām rakstura īpašībām vai vērtībām Jūs pati vērtējat vispozitīvāk - kas Jums kā sievietei palīdzējušas pielāgoties un gūt panākumus uzņēmējdarbībā?”**

Respondentes brīvi nosauca ~ 90-100 rakstura īpašības un personības iezīmes, kuras viņām palīdzējušas gūt panākumus uzņēmējdarbībā. Datu apstrādes laikā tās tika kodētas un apkopotas grupās. Līdzīgi kā iepriekšējos gados, arī 2006.gada pētījumā iegūtās atbildes šajā jautājumā liecina, ka vispozitīvāk sievietes – uzņēmējas sevī vērtē mērķtiecīgumu, un neatlaidību, uzņēmību, kā arī darba mīlestību un saskarsmes spējas, komunikabilitāti. Grafikā atspoguļotas atbildes, kuras minējušas vairāk kā 3 % sieviešu (6 aptaujas daļībnieces):



Nākamajā tabulā redzams detalizētāks atbilžu sadalījums un apkopotās atbilžu grupas izvērsums:

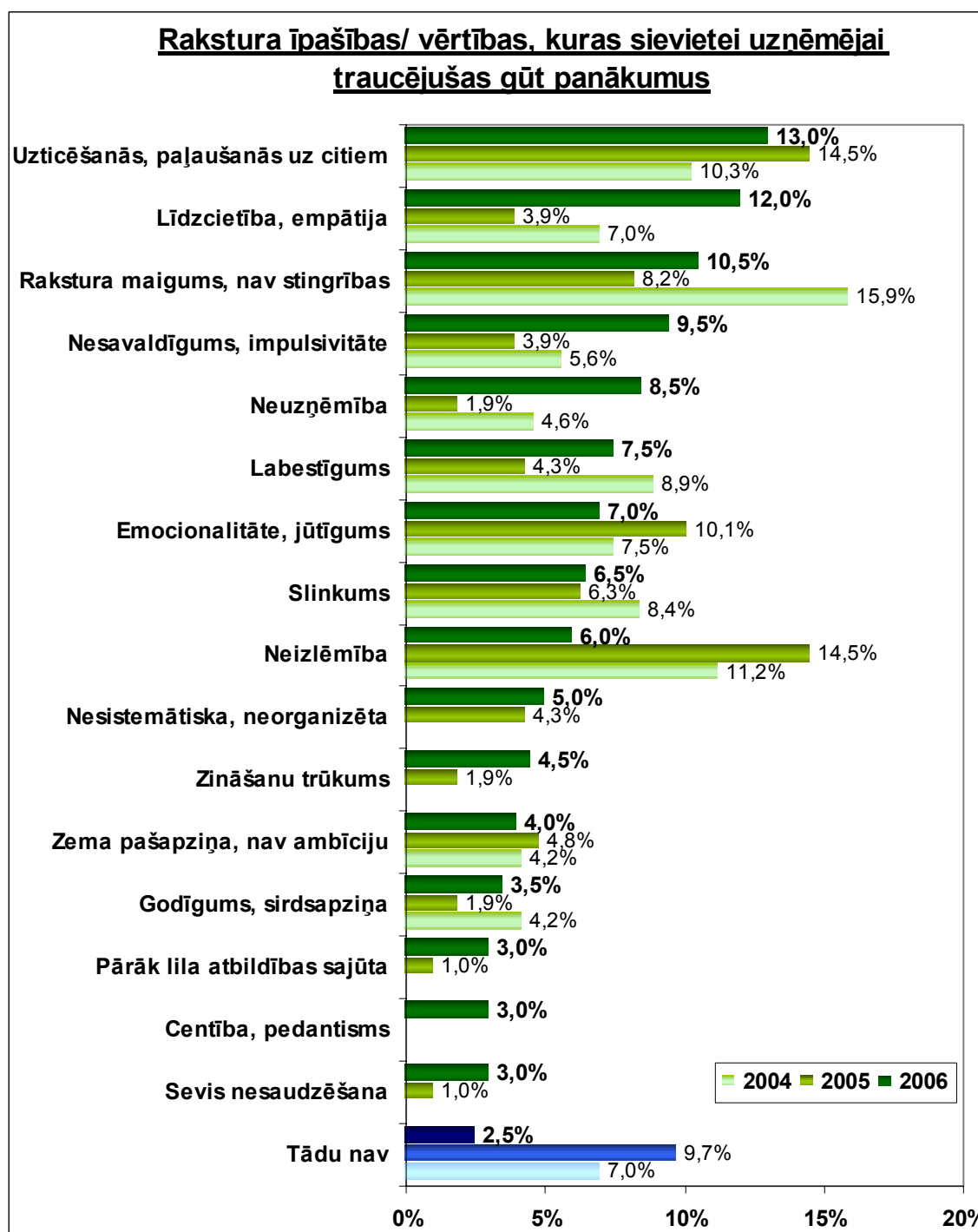
<b>Minēšanas biežums</b>	<b>Apvienotais īpašību grupas nosaukums</b>	<b>Iekļautās respondentu nosauktās īpašības</b>
53.5%	<b>Neatlaidība, mērķtiecīgums, gribasspēks</b>	<i>neatlaidība, uzstājība, mērķtiecīgums, gribasspēks; spītība, iet uz mērķi, neraugoties ne uz ko; spēks visu izdarīt līdz galam; nav kompleksu panākt savu; caursišanas spējas; lielas koncentrēšanās spējas uz galveno; nenolaist rokas līdz pēdējam</i>
25.0%	<b>Komunikabilitāte, saskarsmes spējas</b>	<i>Komunikabilitāte, saskarsmes spējas, sapratne ar cilvēkiem; var atrast kopsaucēju sarunās; spēja rast kompromisu; prasme uzklaut, pārdomāt; diplomātija, iecietība; spēja sastrādāties</i>
21.5%	<b>Darba mīlestība, darba spējas</b>	<i>Neierobežotas darba spējas, var ilgi, kvalitatīvi strādāt; strādīgums, prieks strādāt; patīk savs darbs</i>
12.5%	<b>Optimisms</b>	<i>Optimisms; labvēlīga attieksme pret cilvēkiem; smaids.</i>
10.5%	<b>Godīgums</b>	<i>Godīgums; turēt savu vārdu un solījumus</i>
8.5%	<b>Atbildības un pienākuma sajūta</b>	<i>Atbildības un pienākuma sajūta;</i>
5.0%	<b>Organizētība, kārtīgums</b>	<i>Organizētība; kārtīgums; kārtīgums naudas lietās</i>
4.5%	<b>Precizitāte</b>	<i>Precizitāte; punktualitāte; uzmanīgums; pedantisms</i>
4.0%	<b>Pacietība</b>	<i>Pacietība; izturība; uzmanīgums</i>
4.0%	<b>Labestība</b>	<i>Labestība; labsirdība</i>
4.0%	<b>Patstāvība, neatkarība</b>	<i>Patstāvība, neatkarība</i>
3.5%	<b>Elastība, pielāgošanās</b>	<i>Elastība; pielāgošanās; izdzīvošana; spēja izdzīvot jebkuros apstākļos; pieticība; spēja pielāgoties klientam, spēja izvērtēt situāciju un attiecīgi rīkoties;</i>
3.5%	<b>Tieksme riskēt</b>	<i>Nestandarta domāšana; tieksme riskēt, azartisms</i>
3.0%	<b>Izglītība, zināšanas</b>	<i>Izglītība; gudrība; zināšanas; loģiskā domāšana</i>
2.5%	<b>Sievietes intuīcija</b>	<i>Sievietes intuīcija; intuitīva situācijas izpratne</i>
2.5%	<b>Drosme</b>	<i>Drosme; bezkaunība; uzdrīkstēšanās</i>
2.0%	<b>Uzņēmība</b>	<i>Uzņēmība; apņēmība</i>
2.0%	<b>Vēlme apgūt jauno, attīstīt sevi</b>	<i>Vēlme apgūt jauno; attīstīt sevi</i>
2.0%	<b>Uzcītība;</b>	<i>Uzcītība; centība</i>
2.0%	<b>Ticība saviem spēkiem, pašpārliecinātība</b>	<i>Ticība saviem spēkiem; pašpārliecinātība; pārliecinātība; prasme aizstāvēt savu viedokli</i>
1.5%	<b>Nosvērtība</b>	<i>Nosvērtība, apdomība; iekšējs miers visās situācijās</i>
1.0%	<b>Profesionalitāte</b>	<i>Profesionalitāte; spēja realizēt cilvēku vajadzības</i>
0.5%	<b>Darba pieredze</b>	<i>Darba pieredze</i>
0.5%	<b>Prasme aizstāvēt savu viedokli</b>	<i>Stingrība, prasīgums</i>
0.5%	<b>Sieviete; sievišķība</b>	<i>Tas, ka esmu sieviete; sievišķība</i>
0.5%	<b>Talants</b>	

### 2.3. Rakstura īpašības/ vērtības, kas sievietei traucējušas gūt panākumus

Aptaujas jautājums:

**“Un kuras divas Jūsu rakstura īpašības vai vērtības Jums ir visvairāk traucējušas?”**

Salīdzinot 2005. gadā un 2006.gadā iegūtos datus, redzams, ka par pozitīvu dēvējama īpašība - *Uzticība* - joprojām ir saglabājusi savas līdera pozīcijas kā traucējošākā īpašība. Savukārt otrā un trešā vietā ierindojas *Līdzcietība, empātija* un *Rakstura maigums*. Tikai 2,5% aptaujas dalībnieču jeb 5 respondentes sevī nesaskata tādas rakstura īpašības/ vērtības, kuras traucētu viņām gūt panākumus. Grafikā redzams sīkāks galveno traucējošo rakstura īpašību uzskaitījums:



Nākamajā tabulā redzams detalizētāks atbilžu sadalījums un apkopotās atbilžu grupas izvērsums:

<b>Minēšanas biežums</b>	<b>Apvienotais īpašību grupas nosaukums</b>	<b>Iekļautās respondentu nosauktās īpašības</b>
13.0%	<b>Uzticēšanās, paļaušanās uz citiem</b>	<i>uzticēšanās, paļaušanās uz citiem; uzticība cilvēkiem; vēlme paļauties uz citiem; lētīcība; pārmērīgu ticu labajam cilvēkos</i>
12.0%	<b>Žēlsirdība, līdzcietība, līdzjūtība</b>	<i>Žēlsirdība; līdzcietība; žēlums pret cilvēkiem; līdzjūtība, pielaidība; pārāk lojāla; vainas sajūta; empātija, nevar atteikt cilvēkam; iejūtas citu ādā</i>
10.5%	<b>Nav stingrības, rakstura maigums</b>	<i>Nav stingrība, rakstura maigums, nevar ieņemt stingru pozīciju, pavēlēt, prasīt; nav uzstājīga, nespēj organizēt citu darbu, dara daudz pati</i>
9.5%	<b>Nesavaldība, neiecietība, impulsivitāte</b>	<i>Nesavaldība; neiecietība; spītība; neapdomāta rīcība; impulsivitāte; nepacietība; spontanitāte; ātra rīcība; ātra daba</i>
8.5%	<b>Neuzņēmība, nepietiekams avantūrisms</b>	<i>Neuzņēmība; neizturība, neelastība, nepietiekams avantūrisms, nevēlēšanās riskēt; nav bezkaunības; bailes riskēt</i>
7.5%	<b>Labestība</b>	<i>Labestība, labsirdība</i>
7.0%	<b>Emocionalitāte, jūtīgums</b>	<i>Emocionalitāte; jūtīgums; sentimentalitāte; vājuma brīži</i>
6.5%	<b>Slinkums</b>	<i>Slinkums; reizēm neizdarība</i>
6.0%	<b>Neizlēmība, nespēja ātri pieņemt lēmumus; nedrošība</b>	<i>Neizlēmība; nespēja ātri pieņemt lēmumus; nedrošība, bailes; nevēlēšanās uzņemties atbildību; lēna domāšana; iekšēja nedrošība; bailes; neaktivitāte; nenoteiktība;</i>
5.0%	<b>Nesistemātiskums</b>	<i>Nav sistemātiska, organizēta; trūkst laiks; haotiska; izklaidīga</i>
4.5%	<b>Zināšanu trūkums</b>	<i>Zināšanu trūkums; nav pietiekamu zināšanu par mūsdienu modernajām tehnoloģijām</i>
4.0%	<b>Pārāk zema pašapziņa</b>	<i>Pārāk zema pašapziņa, ambīciju trūkums, mazvērtības kompleksi; nav pārliecināta par sevi; netic saviem spēkiem</i>
3.5%	<b>Godīgums, sirdsapziņa</b>	<i>Godīgums; sirdsapziņa; apzinīgums</i>
3.0%	<b>Sevis nesaudzēšana</b>	<i>Sevis nesaudzēšana; rūpes patur sevī; darbaholisms</i>
3.0%	<b>Centība, pedantisms,</b>	<i>Centība, pedantisms, perfekcionisms</i>
3.0%	<b>Pārāk liela atbildības sajūta</b>	
2.5%	<b>Atklātība</b>	<i>Atklātība</i>
2.0%	<b>Vecums, veselības problēmas</b>	
2.0%	<b>Prasīgums,</b>	<i>Prasīgums, konsekvence</i>
2.0%	<b>Sievišķīgums</b>	<i>Sievišķīgums; nav tālredzība, kā vīriešiem; sievišķīga domāšana</i>
1.5%	<b>Kautrība</b>	<i>Kautrība; klusa; noslēgta sevī</i>
1.5%	<b>Cilvēcīgums</b>	<i>Cilvēcīgums; cilvēciska attieksme pret citiem; piekāpība citiem</i>
1.5%	<b>Neuzticēšanās</b>	<i>Neuzticēšanās/ piesardzība</i>
1.5%	<b>Neiecietība, asa saskarsmē</b>	<i>Neiecietība, asa saskarsmē; tiešums, ko domā, to runā</i>
1.0%	<b>Trūkst pārliecināšanas spējas</b>	<i>Neprot pārliecināt; nespēj sevi prezentēt</i>
1.0%	<b>Dāsnums</b>	<i>Vieglprātīga attieksme pret naudu; dāsnums</i>
0.5%	<b>Neaktivitāte, meklējot un uzturot kontaktus</b>	<i>Plašāku kontaktu trūkums, nemāk uzturēt sakarus</i>
0.5%	<b>Ģimenes problēmas</b>	<i>Ģimenes problēmas, rūpes par ģimeni</i>
0.5%	<b>Rutīna, apātija</b>	
0.5%	<b>Aizspriedumi</b>	<i>Atrodos aizspriedumu varā</i>



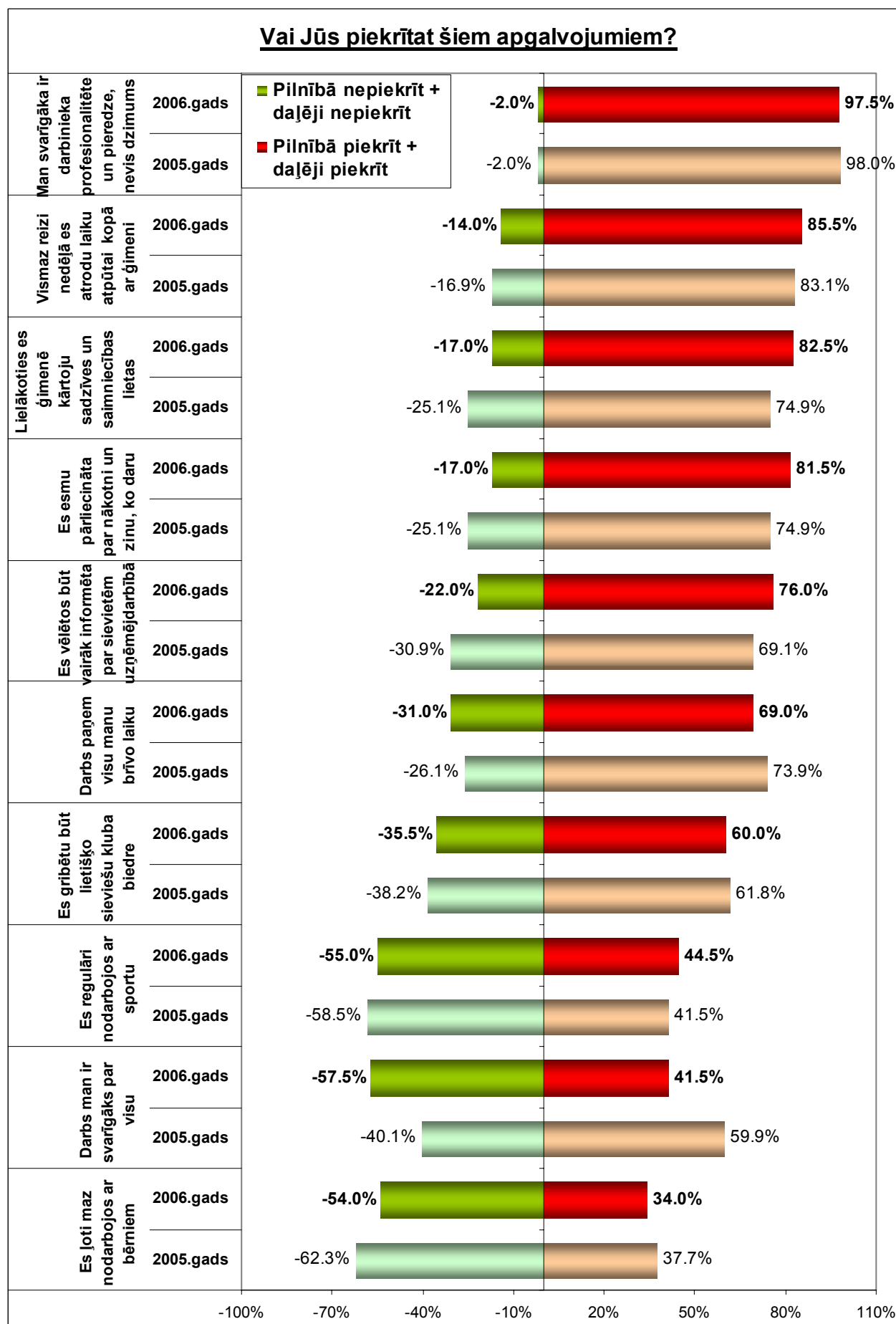
## **2.4. Apgalvojumi par sievietēm biznesā**

Aptaujas jautājums:

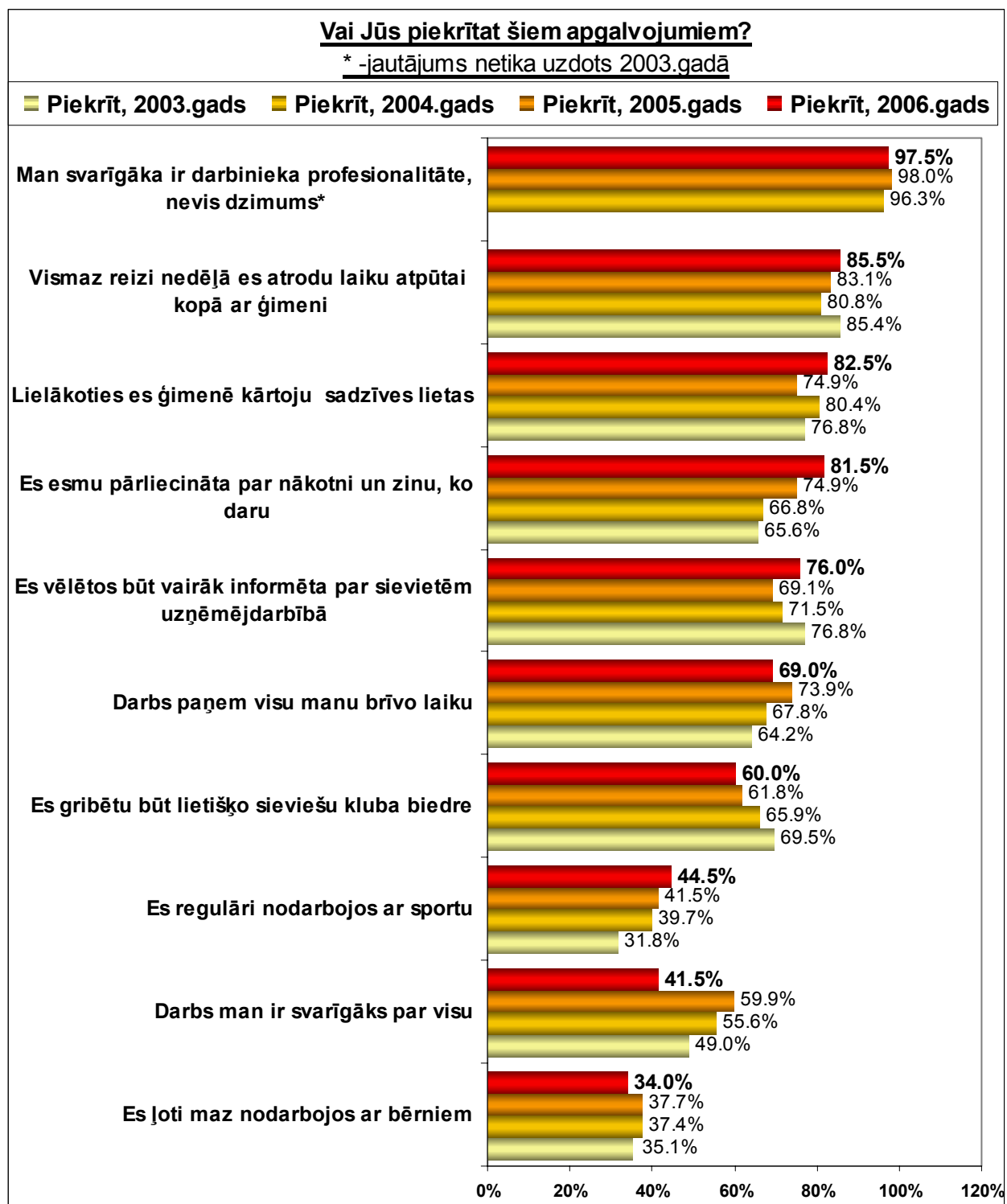
***“Tagad es Jums atkal nolasišu vairākus apgalvojumus. Sakiet lūdzu, cik lielā mērā Jūs piekrītat šiem apgalvojumiem? Vai Jūs tiem pilnībā piekrītat, daļēji piekrītat, daļēji nepiekrītat vai pilnībā nepiekrītat?”***

- Gandrīz visas (97.5%; salīdzinot ar 2005.gada aptauju –0.5%) aptaujātās sievietes uzņēmējas lielākā vai mazākā mērā piekrīt apgalvojumam *man svarīgāka ir darbinieka profesionalitāte un darba pieredze, nevis dzimums;*
- Vairums aptaujas dalībnieču gan cenšas *vismaz reizi nedēļā atrast laiku atpūtai kopā ar ģimeni* (85.5%; +4.7%), gan atzīst, ka tieši viņas *lielākoties ģimenē kāro sadzīves un saimniecības lietas* (82.5%; +7.6%). Aptuveni tikpat liels respondenšu skaits (81.5%; +6.6%) ir *pārliecinātas par nākotni un zina, ko dara;*
- Vairāk kā puse (60%; -1.8%) aptaujāto sieviešu uzņēmēju *vēlētos būt lietišķo sieviešu kluba biedres un gribētu būt vairāk informētas par sievietēm uzņēmējdarbībā,* vienlaikus 76% (+6.9%) biznesa sieviešu gribētu *būt vairāk informētas par sievietēm uzņēmējdarbībā;*
- Vairāk kā divas trešdaļas (69%; -4.9%) respondenšu atzīst, ka *darbs paņem visu brīvo laiku.* Vienlaikus 41.5% (-18.4%) atzīst, ka *darbs viņām ir svarīgāks par visu,* bet 34% (-3.7%), ka viņas *ļoti maz nodarbojas ar bērniem.*
- *Regulāri nodarbojas ar sportu* mazāk kā puse (44,5%; +3%) sieviešu uzņēmēju.

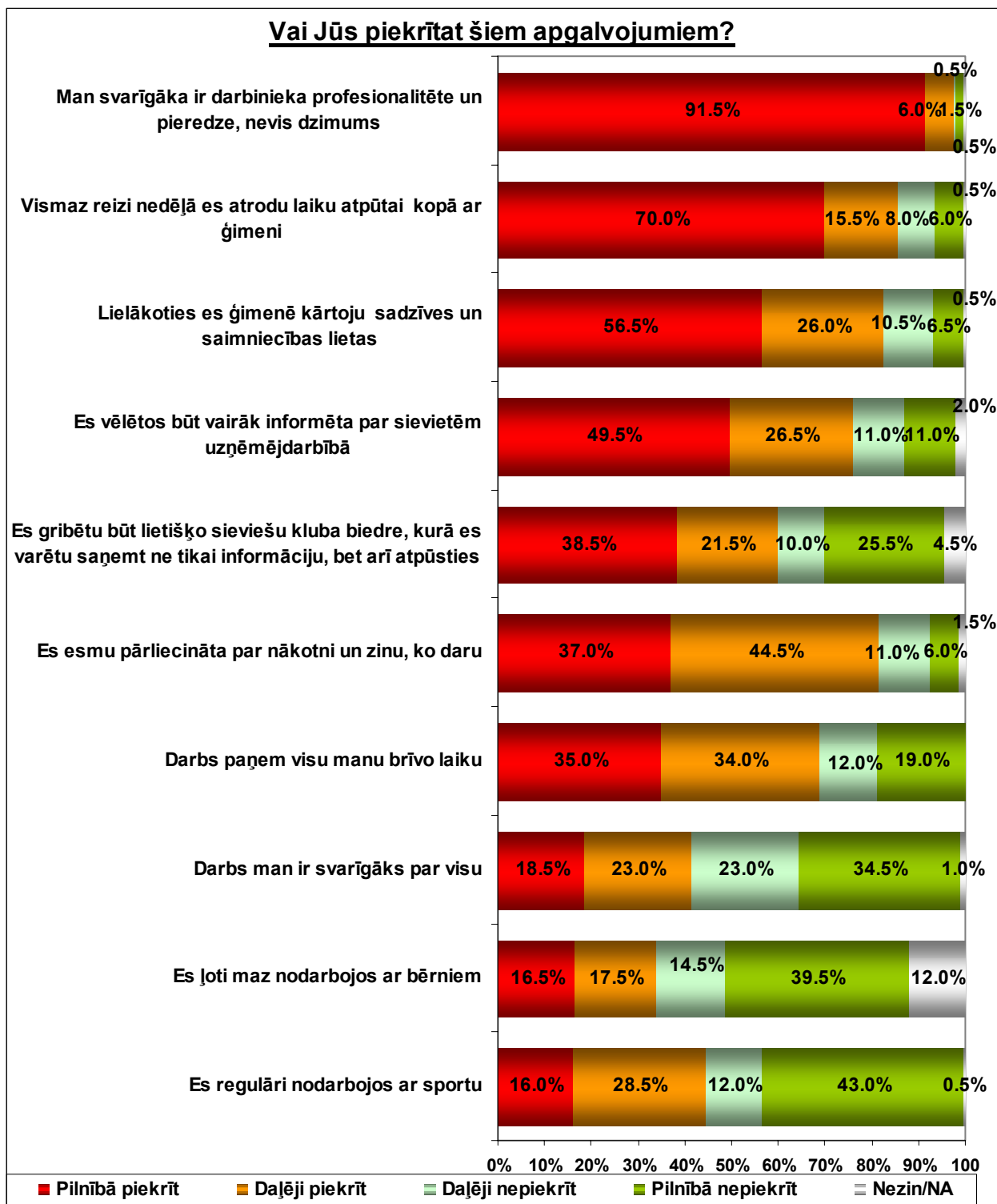
legūtos rezultātus ataino sekojošs grafiks:



Aplūkojot četru gadu laikā iegūto pētījumu rezultātu salīdzinājumu, secināms, ka jau vairākus gadus saglabājas tendence, no vienas puses, pieaugt to biznesa sieviešu skaitam, kuras veiksmīgi kāro gan ģimenes sadzīves un saimnieciskās problēmas, gan pietiekoši aktīvi piedalās bērnu audzināšanā, bet, no otras puses, samazināties to sieviešu uzņēmēju skaits, kuras gribētu būt lietišķo sieviešu kluba biedres. Šogad strauji ir samazinājies to biznesa sieviešu skaits, kurām darbs ir pirmajā vietā un aizņem dzīves lielāko daļu.



Atbilžu sadalījumus katram konkrētajam apgalvojumam atspoguļo nākamās diagrammas:



### 3. Klientu lojalitātes programmas

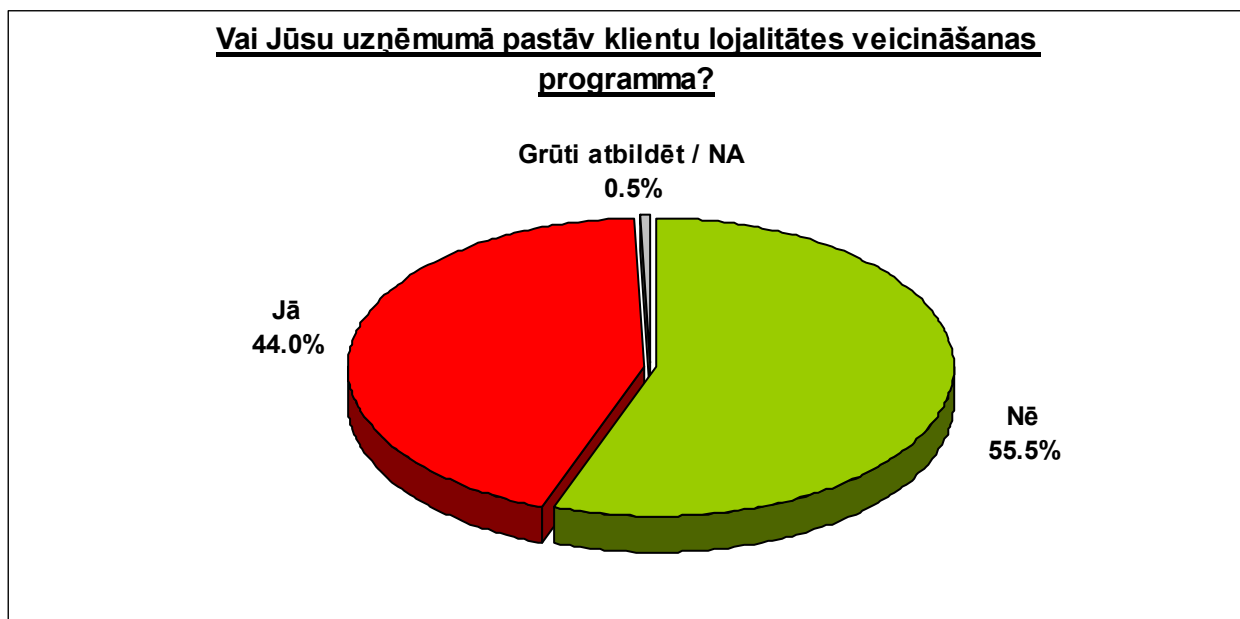
Aptaujas jautājumi:

**“Vai Jūsu uzņēmumā pastāv klientu lojalitātes veicināšanas programma?”**

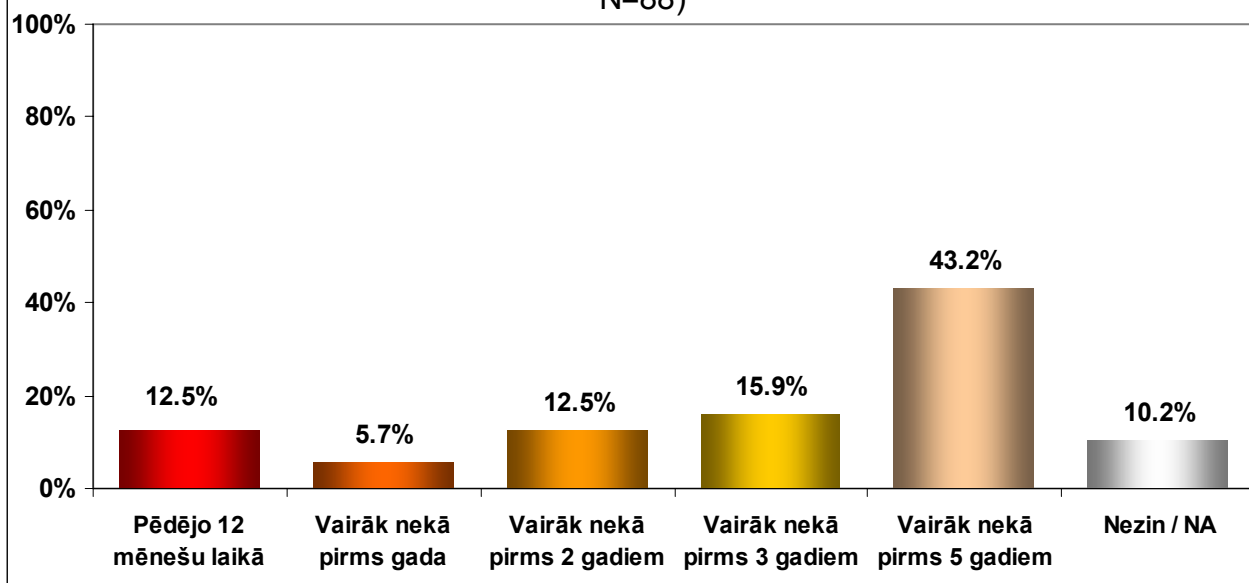
**“Cik sen Jūsu uzņēmumā ir ieviesta klientu lojalitātes programma?”**

**“Vai Jūs plānojat ieviest klientu lojalitātes veicināšanas programmu nākotnē?”**

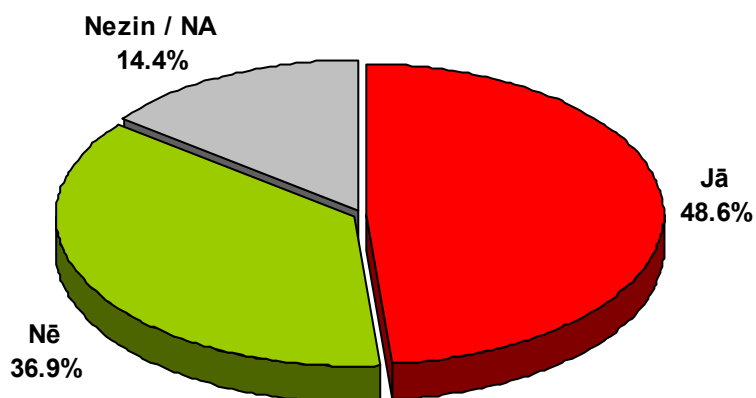
Klientu lojalitātes veicināšanas programmas ir 44% aptaujāto biznesa sieviešu uzņēmumiem. No tiem uzņēmumiem, kuros pastāv klientu lojalitātes programmas, 43.2% gadījumu tādas jau darbojas ilgāk par 5 gadiem, bet 12.5% gadījumu tādas ir izveidotas pēdējā gada laikā. No tām uzņēmējām, kuru uzņēmumos nav klientu lojalitātes veicināšanas programmas, 48.6% ir apņēmības pilnas tādas nākotnē ieviest, bet 14.1% vēl šaubās par to lietderību. Aptaujas rezultātus ilustrē diagrammas šajā un nākamajā lapaspusē:



**Cik sen uzņēmumā ir ieviesta klientu lojalitātes programma**  
 (respondentes, kuru uzņēmumos pastāv klientu lojalitātes programmas:  
 N=88)



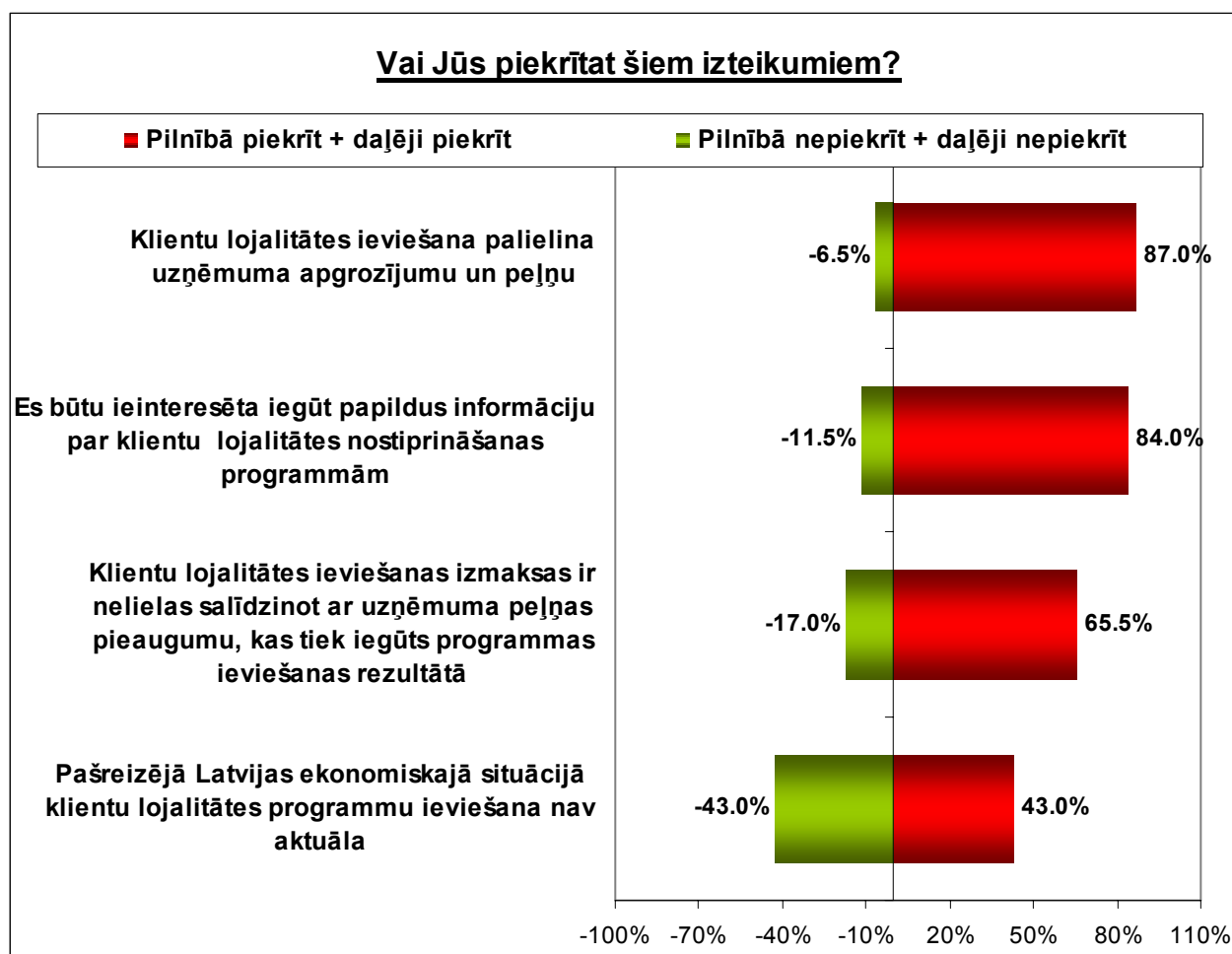
**Vai Jūs plānojat ieviest klientu lojalitātes veicināšanas programmu nākotnē?**  
 (respondentes, kuru uzņēmumos nav klientu lojalitātes programmas: N=111)



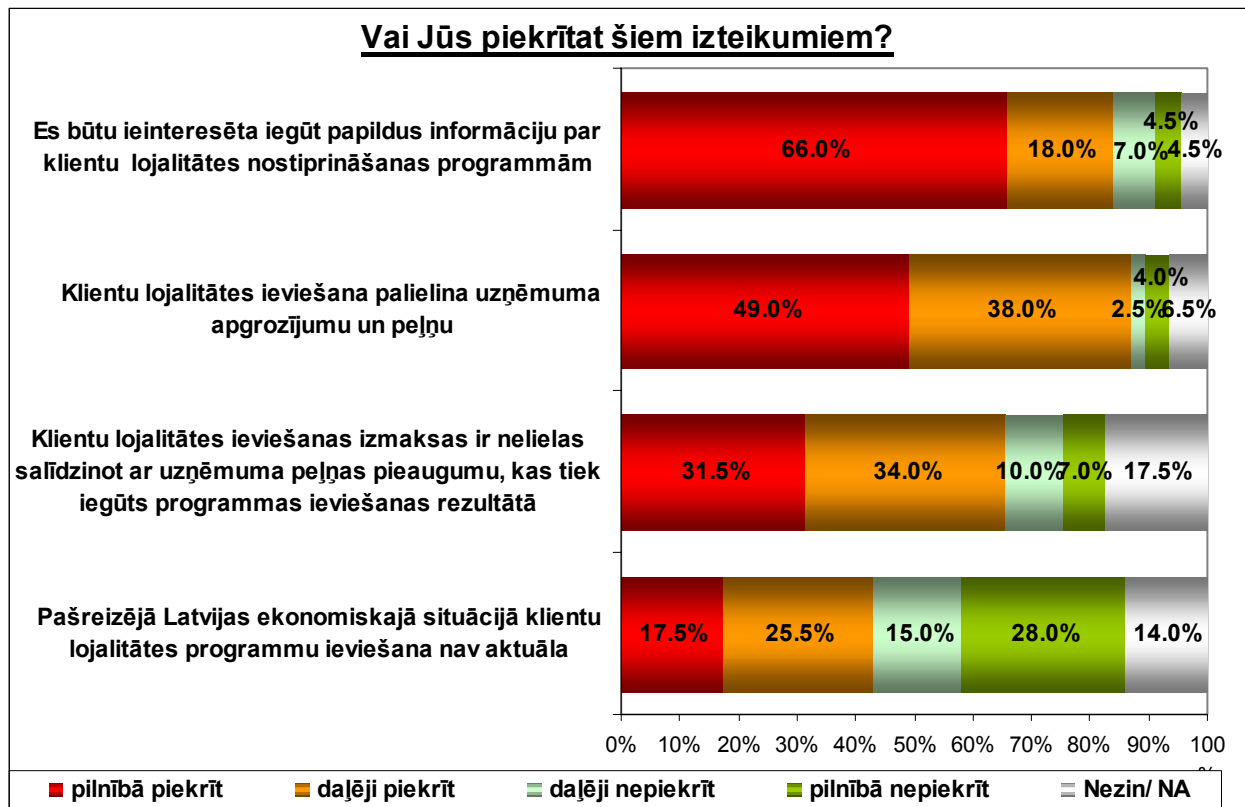
Aptaujas jautājums:

**“Tagad es Jums nolasišu vairākus izteikumus par klientu lojalitātes programmām un Jūs man par katru no tiem pasakiet, vai Jūs tam pilnīgi piekrītat, daļēji piekrītat, daļēji nepiekrītat vai pilnīgi nepiekrītat?”**

Vairums aptaujāto biznesa sieviešu piekrīt viedoklim, ka klientu lojalitātes programmu ieviešana palielina uzņēmuma apgrozījumu (87%) un labprāt iegūtu papildus informāciju par klientu lojalitātes nostiprināšanas programmām (84%). Vienāds skaits respondenšu (43%) gan piekrīt, gan nepiekrīt viedoklim, ka pašreizējā ekonomiskajā situācijā klientu lojalitātes programmu ieviešana nav aktuāla.



Atbilžu sadalījumus katram konkrētajam apgalvojumam atspoguļo nākamās diagrammas:

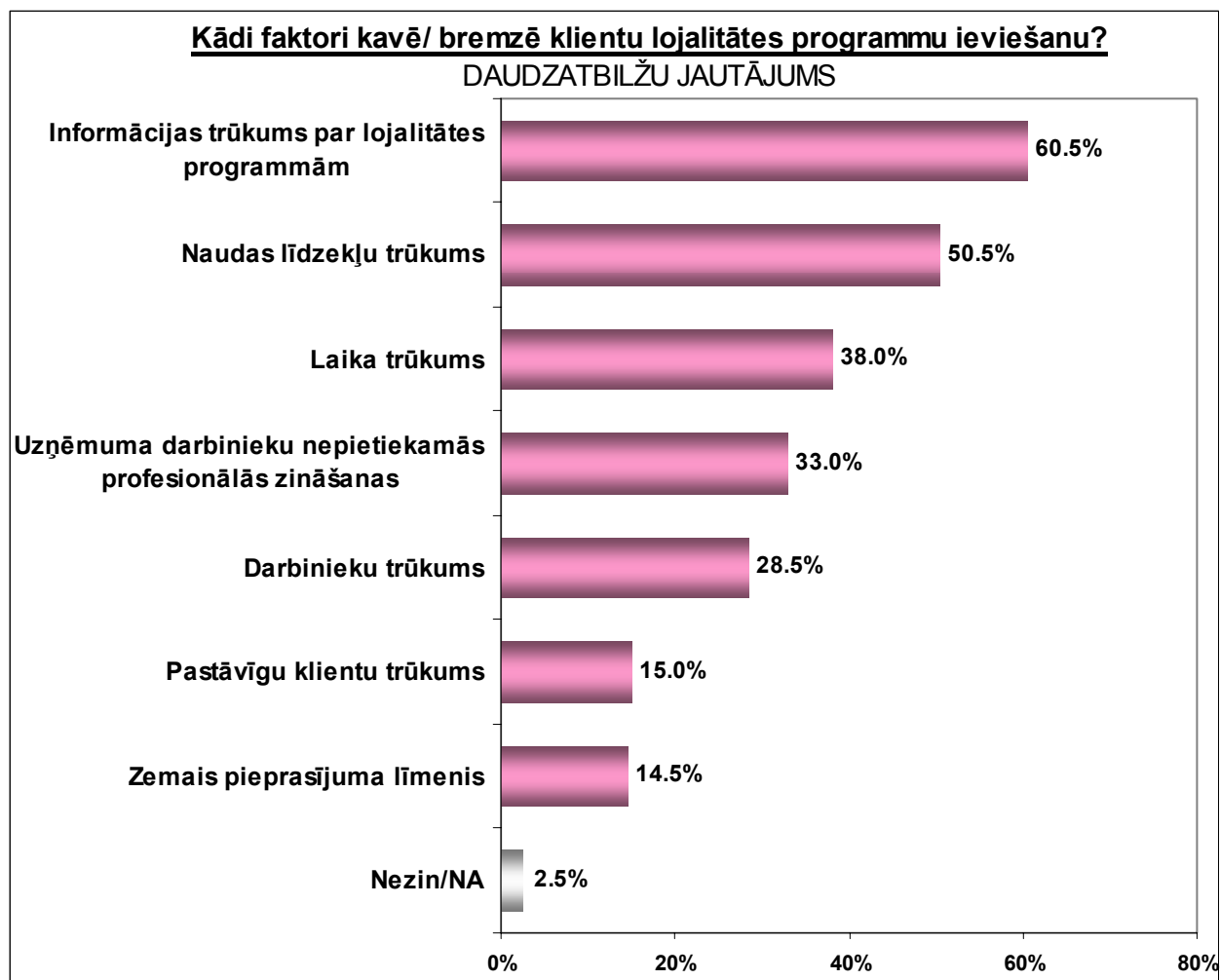




Aptaujas jautājums:

**“Runājot par klientu lojalitātes nostiprināšanas programmām, kādi faktori, pēc Jūsu domām, kavē/bremzē klientu lojalitātes programmu ieviešanu?”**

Kā galvenos kavēkļus klientu lojalitātes veicināšanas programmu ieviešanai biznesa sievietes parasti min informācijas (60.5%) un naudas trūkumu (50.5%). Visretāk biznesa sievietes ir norādījušas, ka klientu lojalitātes programmu ieviešanu kavē pastāvīgu klientu trūkums un zems pieprasījuma līmenis piekrīt – attiecīgi 15% un 14.5%.

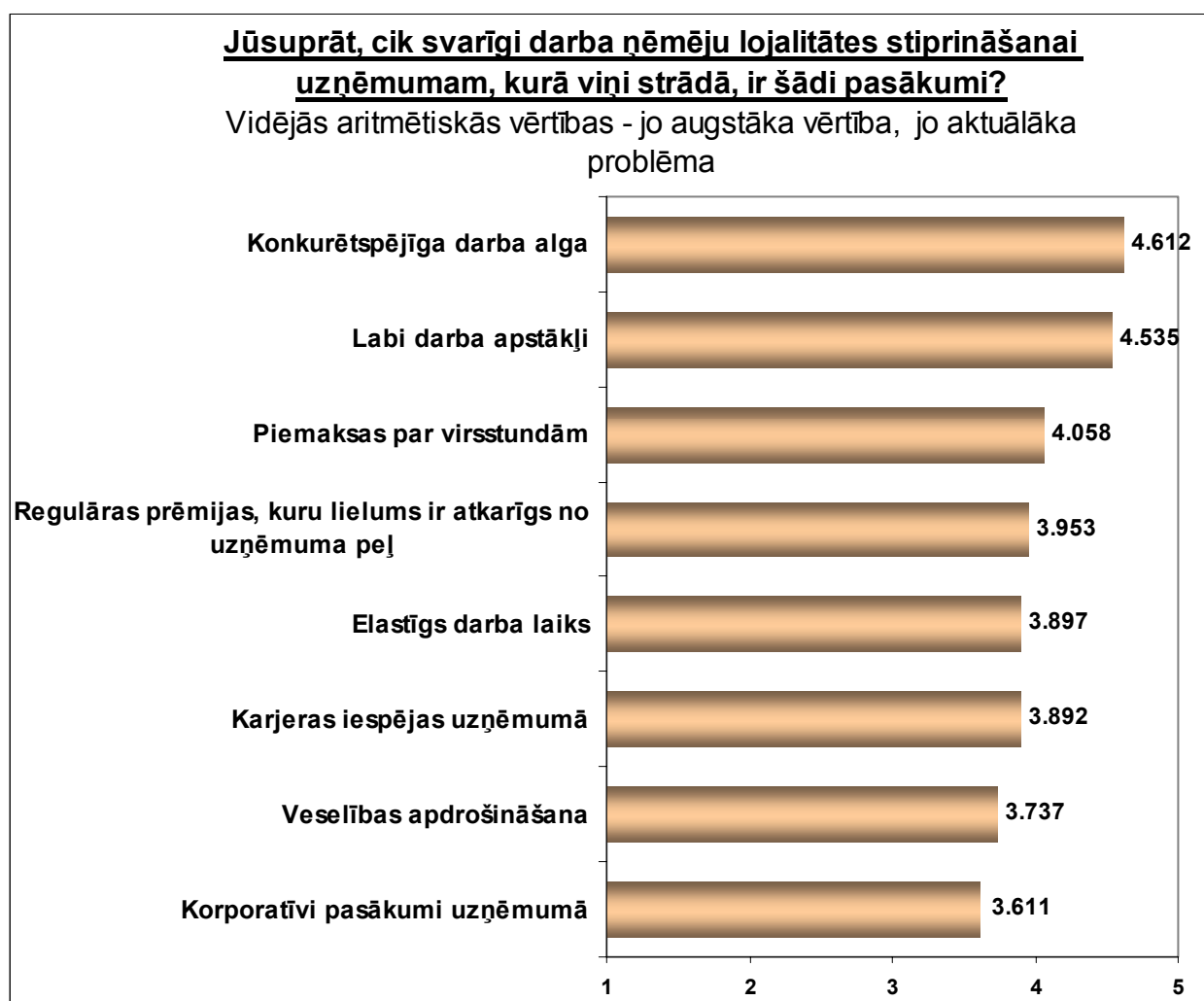


## 4. Darbinieku stimulēšana un lojalitātes nostiprināšana

Aptaujas jautājums:

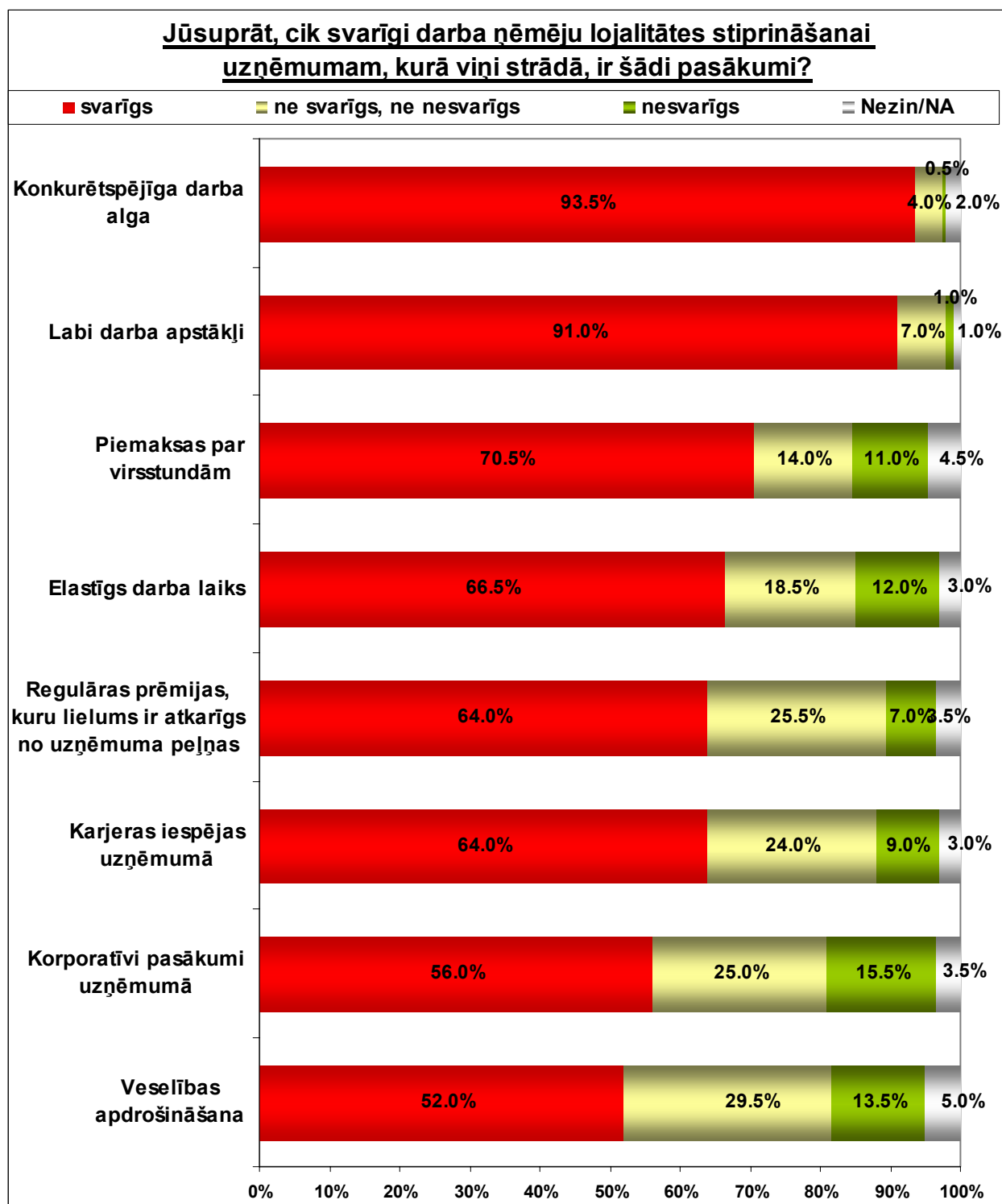
*“Es Jums nosaukšu vairākus pasākumus, kas varētu stiprināt darba ņēmēju lojalitāti uzņēmumam, kurā viņš strādā? Lūdzu novērtējiet šo pasākumu svarīgumu darba ņēmēju lojalitātes nostiprināšanai uzņēmumam, kurā viņi strādā. Vērtēšanai izmantojiet 5 punktu skalu, kur “1” nozīmē, ka šis pasākums “ir nesvarīgs” un “5” nozīmē, ka šis pasākums ir “ļoti svarīgs””*

5 punktu skalā vērtējot dažādus pasākumus, kas varētu ietekmēt darbinieku lojalitāti uzņēmumam, visaugstāko vidējo aritmētisko novērtējumu ir saņēmusi konkurētspējīga darba alga (4.612 punkti no 5 iespējamajiem) un labi darba apstākļi (4.535).



Vairums sieviešu uzņēmēju uzskata, ka vissvarīgākie darbinieku lojalitāti nostiprinošie faktori ir materiālas dabas – tā ir konkurētspējīga darba alga (93.5%), labi darba apstākļi (91%) un piemaksas par virsstundām (70.5%).

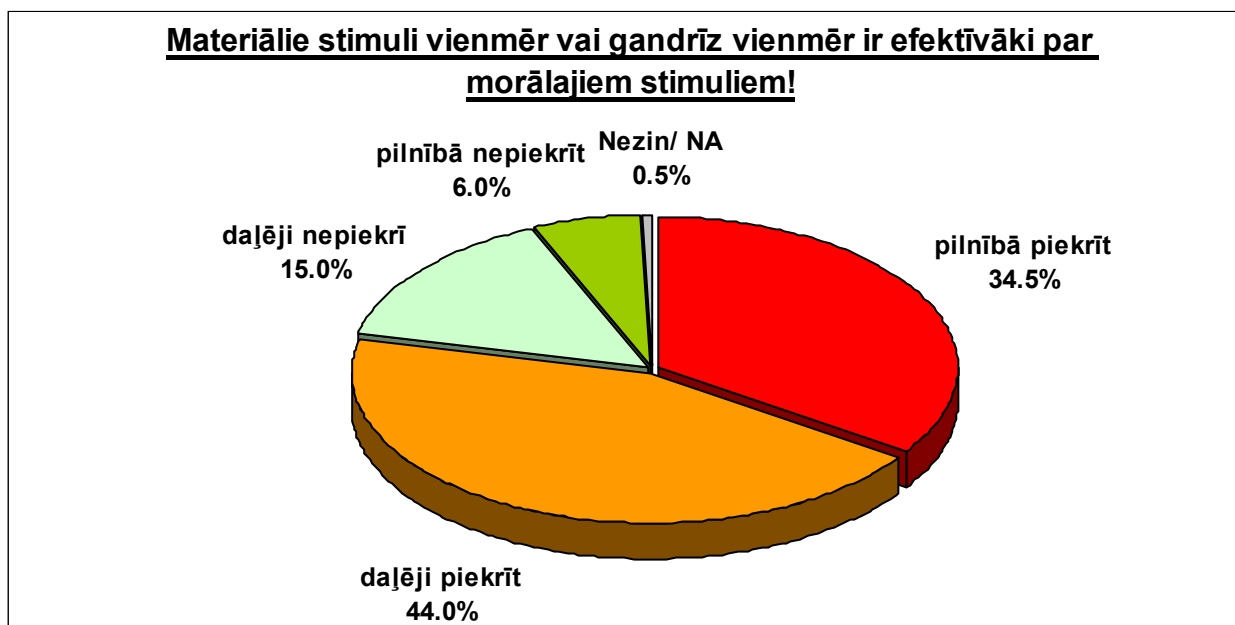
Salīdzinoši visretāk kā darbinieku lojalitāti veicinoši faktori tika nosaukti korporatīvi pasākumi uzņēmumā (56%) un veselības apdrošināšana (52%).



Aptaujas jautājums:

**“Runājot par dažādu darba stimula veidu nozīmi, cik lielā mērā Jūs piekrītat izteikumam – Materiālie stimuli vienmēr vai gandrīz vienmēr ir efektīvāki par morālajiem stimuliem. Vai Jūs tam pilnīgi piekrītat, daļēji piekrītat, daļēji nepiekrītat vai pilnīgi nepiekrītat?”**

Apgalvojumam *Materiālie stimuli vienmēr vai gandrīz vienmēr ir efektīvāki par morālajiem stimuliem* pilnībā vai daļēji piekrita lielākā daļa (78.5%) aptaujāto sieviešu uzņēmēju.



Uzskatam, ka Materiālie stimuli ir efektīvāki par morālajiem stimuliem biežāk piekrīt:

- gados jaunākās sievietes uzņēmējas;
- to uzņēmumu īpašnieces, kuros ir nodarbināti 50 un vairāk darbinieku;
- sievietes, kuras savu biznesu ir uzsākušas vēl līdz 1990.gadam.

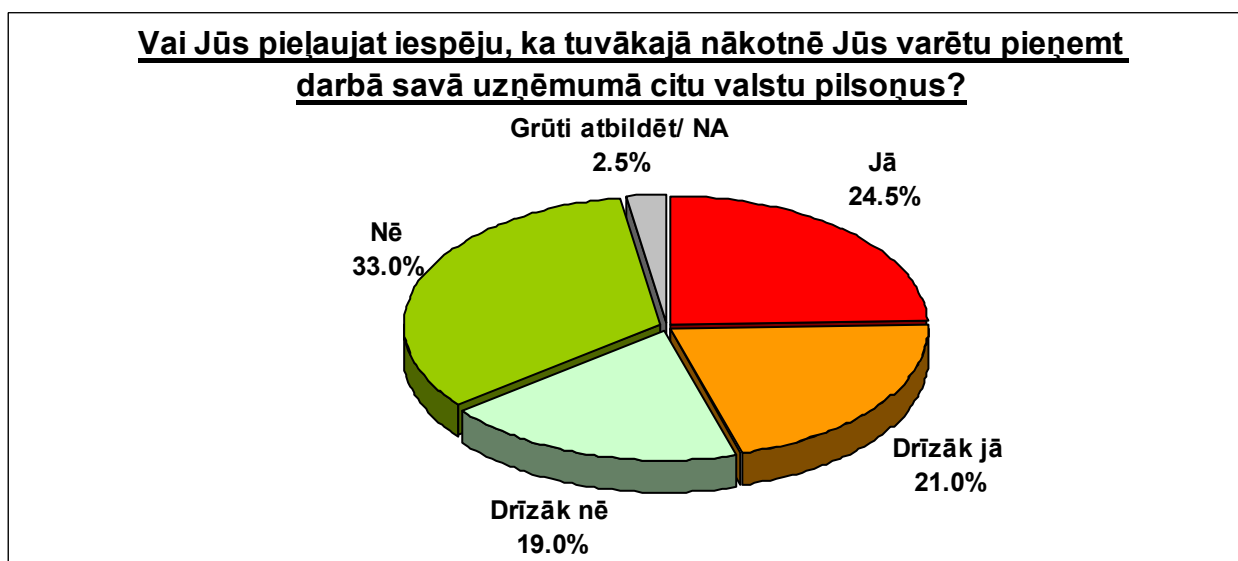
## 5. Darbaspēka migrācija

Aptaujas jautājumi:

**“Domājot par Jūsu uzņēmuma attīstību, vai šobrīd Latvijā ir pietiekami daudz atbilstošas kvalitātes darba spēka, kuru Jūs varētu iesaistīt sava uzņēmuma darbā?”**

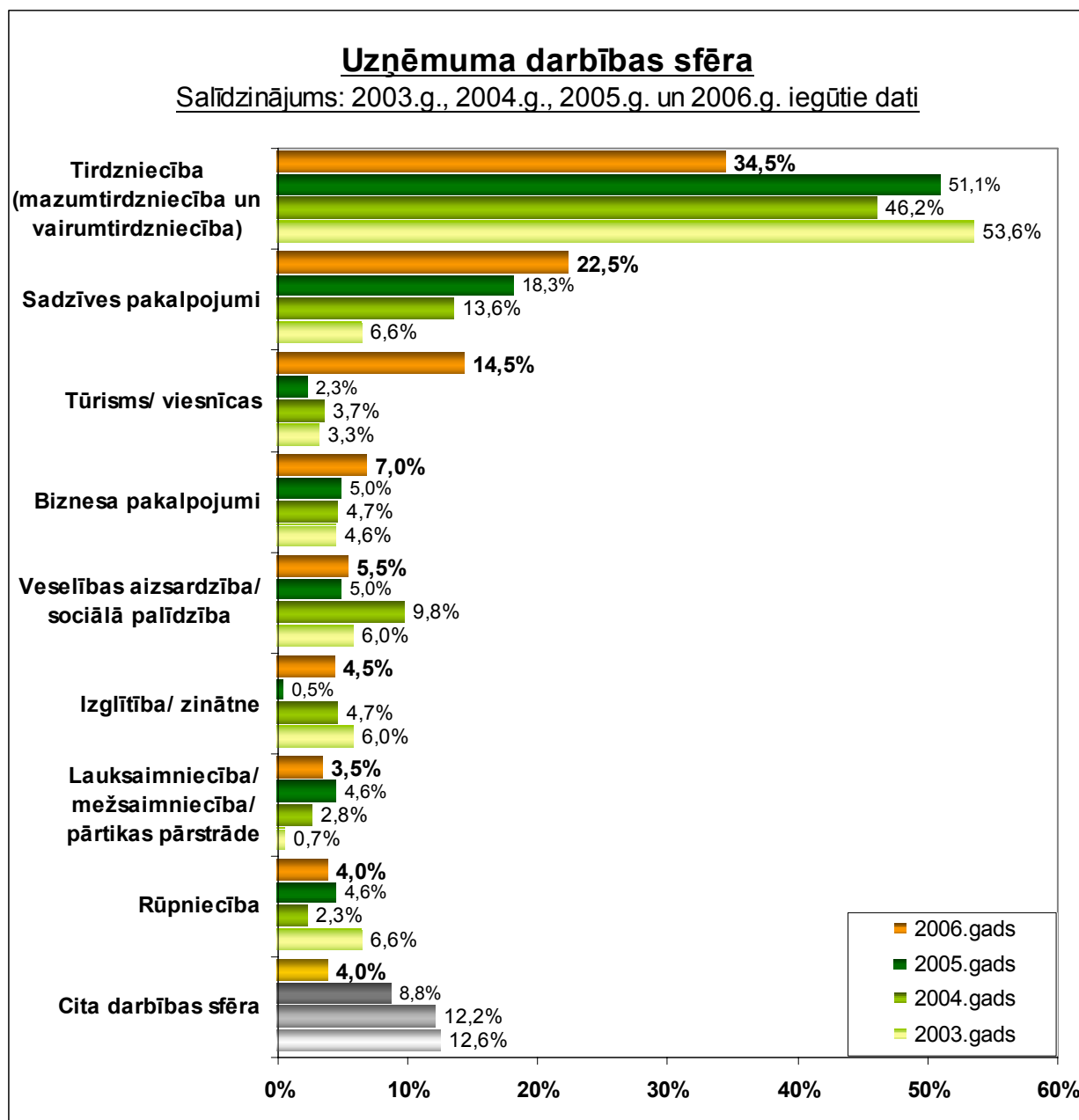
**“Vai Jūs pieļaujat iespēju, ka tuvākajā nākotnē Jūs varētu pieņemt darbā savā uzņēmumā citu valstu pilsoņus?”**

Tikai nedaudz vairāk par desmito daļu aptaujāto biznesa sieviešu uzskata, ka Latvijā ir pietiekami daudz darba ņēmēju (13.5%). Vairums sieviešu uzņēmēju uzskata, ka Latvijā vai nu darba ņēmēju ir nepietiekami (42%), vai arī valda darba spēka trūkums (42%). Tajā pat laikā tikai 45.5% aptaujāto uzņēmēju būtu gatavas savos uzņēmumos nodarbināt darba spēku no kādas citas valsts.



# Pielikums “Demogrāfijas dati salīdzinājumā”

## 1. Aptaujāto sieviešu vadīto uzņēmumu darbības sfēra

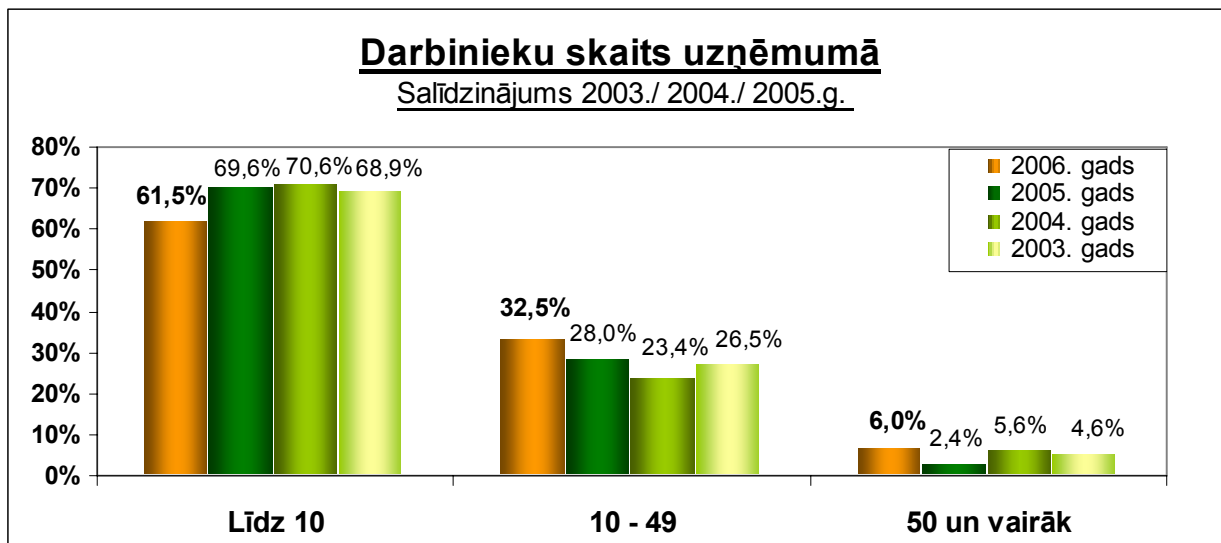


## 1.1. Uzņēmumu struktūra: paskaidrojošs apraksts

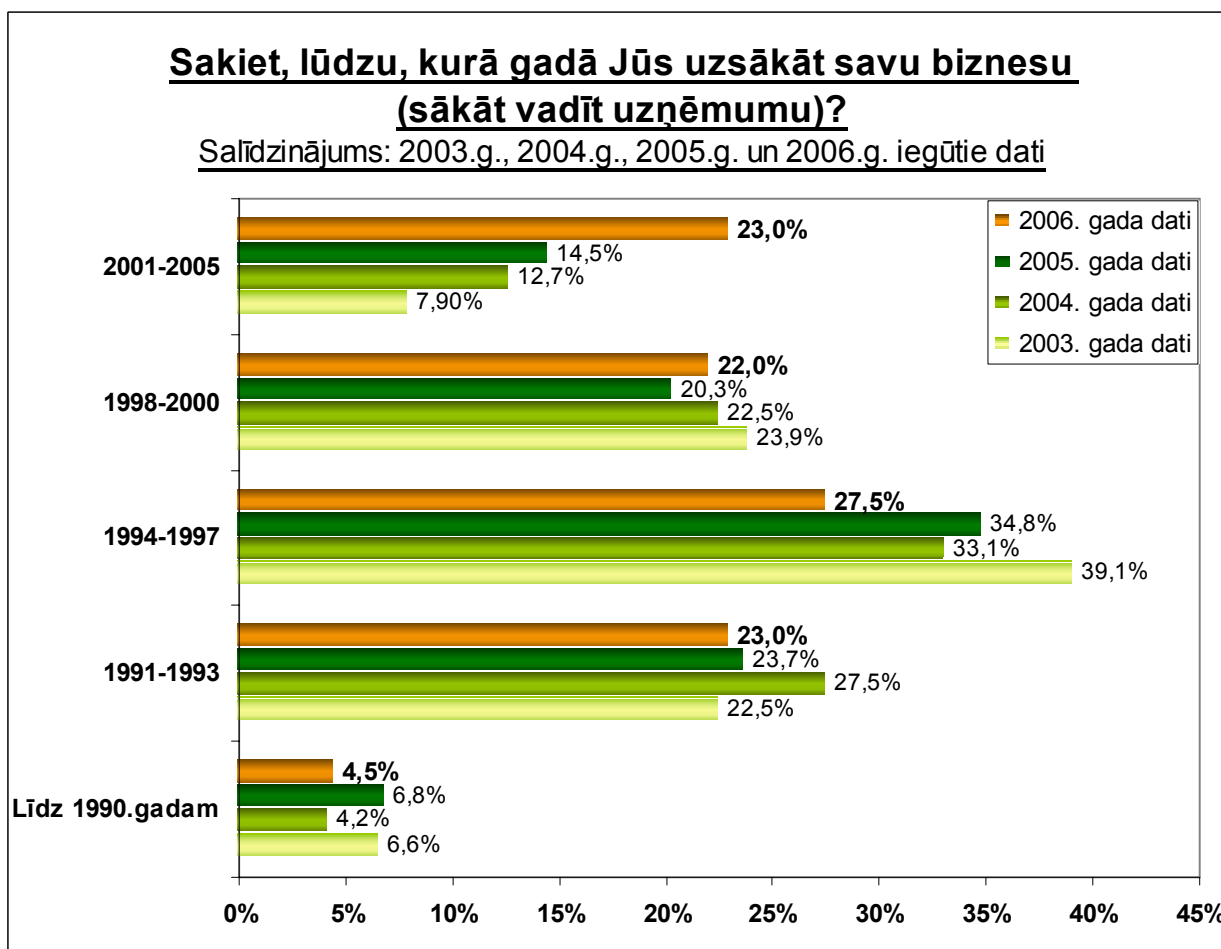
Sfēra	Iekļautās komponentes
<b>Tirdzniecība</b>	Pārtikas preces;
	Rūpniecības, saimniecības preces; apģērbi; apavi; lietotās preces; galantērija; metālapstrādes preces
	Preces bērniem
	Kosmētika, parfimērija; citas preces skaistumkopšanai
	Interneta tirdzniecība; e-veikali
	Ziedi; floristika
	Mēbeles; galdniecības izstrādājumi; ofisa mēbeles
	Specifisku pārtikas produktu ievēšana, ražošana
<b>Lauksaimniecība/ mežsaimniecība/ pārtikas pārstrāde</b>	Graudu kaltes; mākslīgā apsēklošana; mežistrāde; lauku/ zemnieku saimniecība; Konditorejas, kulinārijas cehs; zirgaudzētava
<b>Celtniecība, būvniecība</b>	Celtniecības materiālu ražošana, piegāde; Elektrotehnikas/ komunikācijas projektu izstrāde; projekti, arhitektoniskā izpēte
<b>Rūpniecība</b>	Vieglā rūpniecība, šūšana; ateljē; Metālapstrāde
<b>Biznesa pakalpojumi/ noma</b>	Juridiskie pakalpojumi; apmācības kursi biznesā; Grāmatvedības pakalpojumi; Konsultācijas projektu izstrādē; Programmu izstrāde grāmatvedībā, to apkalpošana; Tulkošana; Telpu noma; Video, DVD noma; Konsultācijas projektu izstrādē, grāmatvedībā;
<b>Informācijas tehnoloģijas</b>	IT iekārtu piegāde, instalēšana
<b>Kultūra/ māksla/ sports</b>	Deju kursi; tautas daiļamatniecības izstrādājumu, reklāmas suvenīru, vizuālās reklāmas ražošana, tirdzniecība; mūzika;
<b>Veselības aizsardzība/ sociālā palīdzība</b>	Aptiekas; Zobārstniecība; Ģimenes ārsta prakse; Optika; Sociālās aprūpes centrs
<b>Pakalpojumi: sadzīves un komunālie; sabiedriskā ēdināšana</b>	Frizētava, manikīrs; Apstādījumu ierīkošana; projektēšana;; Skaistumkopšanas saloni; Kafējnīca; Bārs; Solārijs; Apkures sistēmu ierīkošana; Stila ieteikumi; Svētku noformēšanas, organizēšanas pakalpojumi; Tetovēšanas salons; Masu pasākumu organizēšana
<b>Transports un sakari</b>	Pasts; Autoserviss
<b>Tūrisms</b>	Viesnīcas, restorānu ķēde; Tūrisma aģentūra; Tūrisms + darba atļaujas darbam ārzemēs; Viesu mājas; Lauku tūrisms

## 2. Dati par uzņēmumu

### 2.1. Darbinieku skaits uzņēmumā



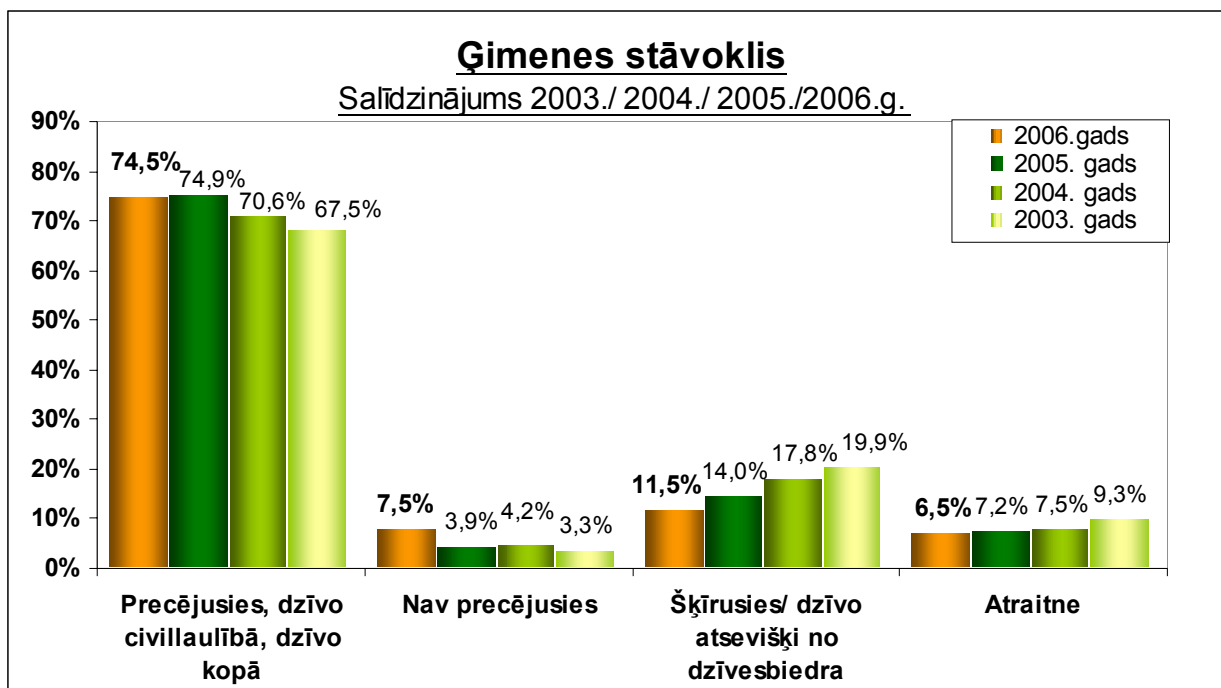
### 2.2. Biznesa / uzņēmuma vadīšanas uzsākšanas gads





### 3. Aptaujāto sieviešu ģimenes situācija

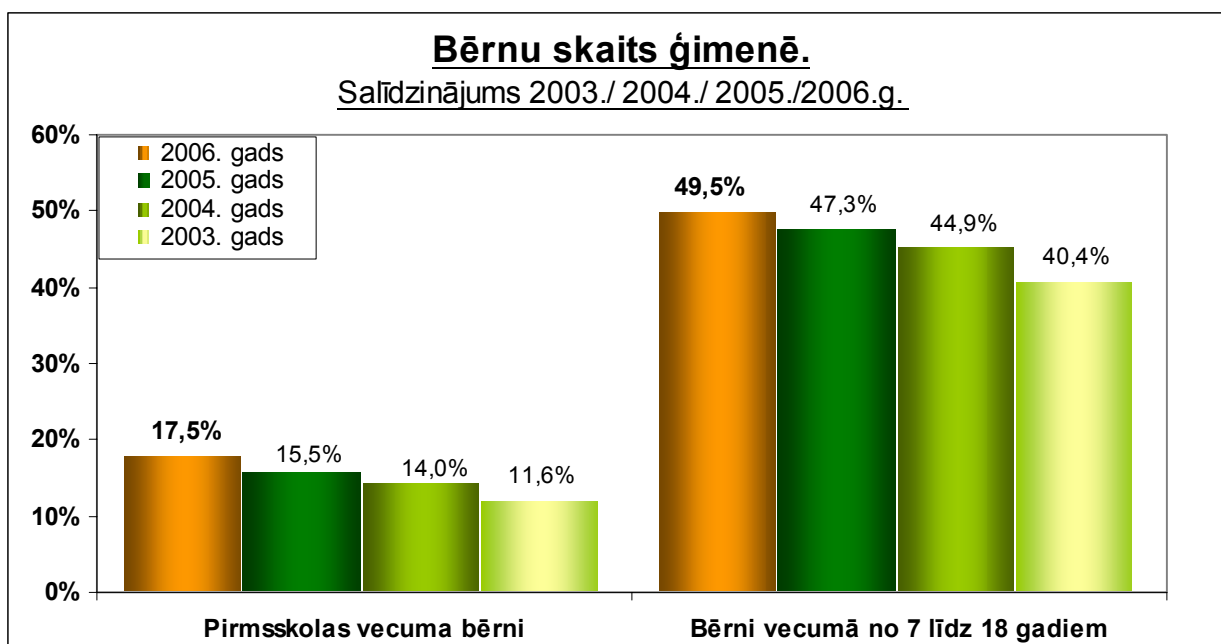
#### 3.1. Aptaujāto sieviešu ģimenes stāvoklis



#### 3.2. Mājsaimniecības lielums (ģimenes locekļu skaits) aptaujāto sieviešu ģimenēs:

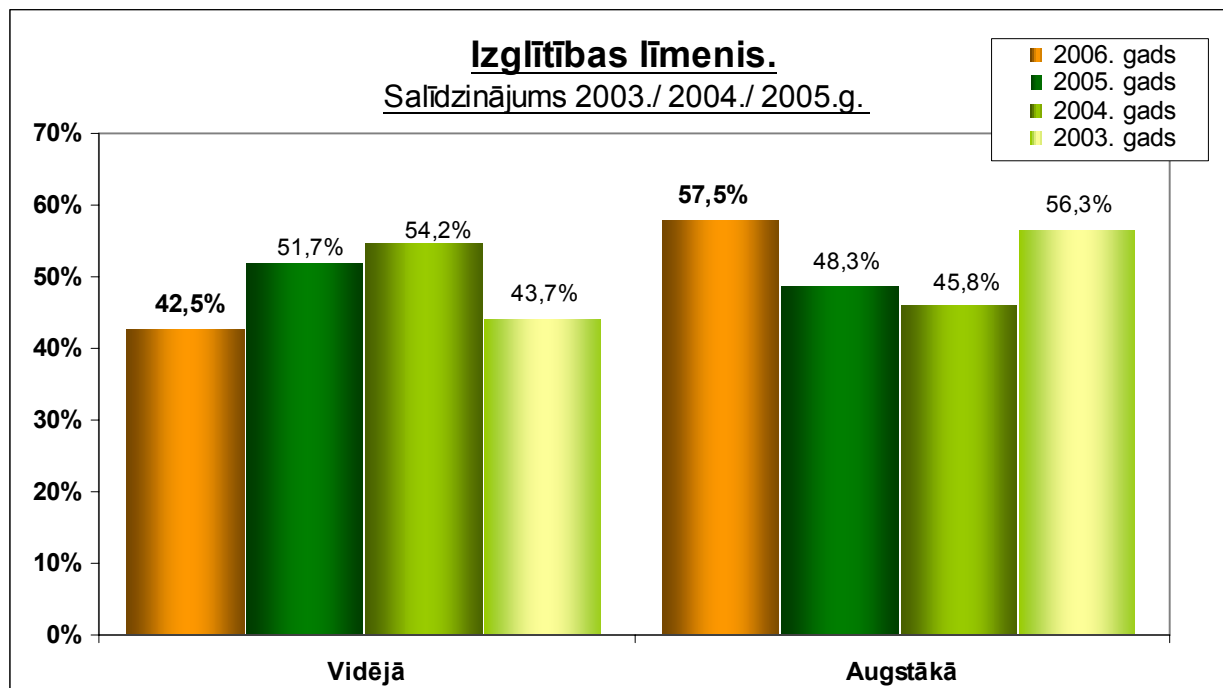
	Dzīvo viena	Vairāki ģimenes locekļi
2003.gadā	4,6%	95,4%
2004.gadā	7,0%	93,0%
2005.gadā	7,2%	92,8%
2006.gadā	6,0%	94,0%

#### 3.3. Bērnu skaits/ vecums aptaujāto sieviešu uzņēmēju ģimenēs:



#### 4. Aptaujāto sieviešu uzņēmēju iegūtā izglītība un specialitāte, svešvalodu zināšanas

##### 4.1. Izglītība



##### 4.2. Svešvalodu zināšanas (var kontaktēties, sarunāties)

Svešvaloda	Sieviešu uzņēmēju īpatsvars			
	2003.gadā	2004.gadā	2005.gadā	2006.gadā
Angļu	42,4%	48,1%	46,4%	56,5%
Vācu	23,2%	23,8%	22,7%	25,0%
Krievu	92,1%	93,0%	80,7%	78,0%
Lietuviešu	2,0%	2,3%	1,4%	-
Poļu	2,0%	2,8%	2,4%	0,6%
Itāļu	2,0%	0,5%	1,4%	0,3%
Ukraiņu	0,7%	2,3%	-	0,3%
Franču	-	2,3%	0,5%	0,6%
Kāda no skandināvu valodām	-	0,9%	0,5%	0,3%
Armēņu	-	0,9%	0,5%	0,3%
Dāņu	-	0,5%	-	-
Baltkrievu	-	1,9%	-	-
Spāņu	-	0,5%	-	0,3%
Igauņu	-	0,5%	-	-
Čigānu	-	0,5%	-	-
Uzbeku	-	-	0,5%	-
Ivrits	-	-	0,5%	-

8.5% no aptaujātajām respondentēm jeb 17 sievietes – uzņēmējas atzina, ka spēj kontaktēties tikai savā dzimtajā valodā.

### 4.3. Iegūtā specialitāte (respondentes brīvi nosauktā)

Specialitāte	Respondenšu skaits procentuāli
Grāmatvede, ekonomiste, finansiste (ar augstāko izglītību)	13.0 %
Pedagogs ( <i>sporta, pirmsskolas/ bērnu dārza, sociālais, ģeogrāfijas pasniedzējs, pirmsskolas/ sākumskolas</i> )	7.0 %
Friziere/ manikīre	7.0%
Inženiere, ar augstāko izglītību ( <i>programmētāja, datorspeciāliste, konstruktore, mehāniķe</i> )	5.0%
Tehnologs, vieglās rūpniecības/ pārtikas (ar vidējo profesionālo izglītību)	4.3%
Ķīmīķe, fiziķe, matemātiķe (ar augstāko izglītību)	4.0%
Tehniķe ar vidējo profesionālo izglītību	3.5%
Juriste (ar augstāko izglītību)	3.5%
Biznesa uzņēmējdarbības/ biznesa konsultācijas (augstākā izglītība)	3.5%
Medmāsa/ masāžiste/ kosmetoloģe (ar vidējo profesionālo izglītību)	3.5%
Pavāre / bārmene/ konditore (ar vidējo profesionālo izglītību)	3.5%
Ārste ( <i>pediatre, ģimenes ārste, zobārste</i> )	3.0%
Grāmatvede, ekonomiste ar vidējo profesionālo izglītību	3.0%
Agronome (ar augstāko izglītību), dārzkope	3.0%
Farmaceite (ar augstāko izglītību)	2.5%
Mūziķe (ar augstāko izglītību), režisore	2.5%
Nav iegūta specialitāte	2.5%
Socioloģe, psiholoģe/ filozofe (ar augstāko izglītību)	2.5%
Prečzine, rūpniecības un pārtikas preču tirdzniecības organizatore (ar vidējo profesionālo izglītību)	2.0%
Tulce	2.0%
Modelētāja/ apģērbu konstruktore (ar augstāko izglītību)	2.0%
Komercdarbība, uzņēmumu vadītāja;	2.0%
Māksliniece ar vidējo profesionālo izglītību/ tautas dailamatu meistare	1.5%
Žurnāliste	1.5%
Filoloģe (ar augstāko izglītību)	1.5 %
Veterinārārste	1.5 %
Mežkope/ vides speciāliste (ar augstāko izglītību)	1.5%
Kultūras darbiniece (ar vidējo izglītību)	1.0%
Arhitekts, māksliniece/ dizainere (ar augstāko izglītību)/ tēlniece	1.0%
Tūrisma menedžments	1.0%
Farmaceite, zobu tehniķe, optiķe, ķīmīķe ar vidējo izglītību	1.0%
Operatore ar vidējo profesionālo izglītību (kasiere)	0.5%
Floriste (ar vidējo profesionālo izglītību)	0.5%
Datorspeciāliste (ar augstāko izglītību)	0.5%
Svešvalodu speciāliste (augstākā izglītība)	0.5%
Ģeogrāfe/ kartogrāfe	0.5%
Muitas inspektors	0.5%
Bibliotekāre	0.5%
Sakarniece	0.5%

4.4. Papildus apmācību kursu apguve ārzemēs pēdējo 3 gadu laikā: 14,0% aptaujas dalībnieču