

Latvijas uzņēmēju aptaujas

„Par administratīvo procedūru ietekmi uz uzņēmējdarbības vidi”

**metodoloģijas rokasgrāmata**

2013.gada oktobris

# SATURA RĀDĪTĀJS

1. Pētījuma mērķi un nozīmīgums 3

2. Uzņēmēju aptaujas metode un izvēles pamatojums 4

3. Izlases izveide 5

3.1. Ģenerālais kopums 5

3.2. Izlases apjoms 5

3.3. Izlases veids 6

3.4. Izlases rāmis 6

3.5. Izlases izveide 7

4. Anketas sagatavošana 10

4.1. Anketas izstrādes darba grupas izveide 10

4.2. Iepriekšējās anketas analīze 10

4.2. Aptaujas anketas modificēšana, labošana, jaunu sadaļu izveide 10

4.3. Datu salīdzināmības (kontinuitātes) nodrošināšana 10

4.4. Aptaujas anketas valoda 11

4.5. Anketas pilotāža 11

5. Intervētāju apmācība 12

5.1. Intervētāju atlase 12

5.2. Intervētāja uzvedība un izskats 12

5.3. Intervētāju apmācība 12

6. Lauka darbs 14

6.1. Aptaujas metode 14

6.2. Lauka darba organizācija un veikšana 14

6.3. Komunikācija ar respondentu 15

6.4. Lauka darba koordinācija 16

6.5. Interviju kvalitātes kontrole 16

6.6. Sasniegtās izlases kvalitātes kontrole 17

6.7. Anketas un pētījuma palīgmateriāli 17

7. Datu ievade 18

7.1. Metodes un programmnodrošinājums 18

7.2. Datu ievades operatoru atlase un iepazīšanās ar anketas ievades maketu 18

7.3. Datu ievade 18

7.4. Datu ievades kvalitātes kontrole 18

7.5. Atvērto jautājumu kodēšana, savilkto skalu izveide 19

7.6. Datu svēršana 19

8. Datu analīze un rezultātu atskaišu sagatavošana 20

8.1. Aptaujas tehniskā ziņojuma sagatavošana 20

8.2. Rezultātu atskaites sagatavošana (ietverot secinājumus, tabulas un grafikus) 21

9. Rezultātu atskaites un respondentu datu bāžu nodošana pasūtītājam 24

10. Rezultātu atskaišu un respondentu datu bāžu glabāšana 25

**1. Pētījuma mērķi un nozīmīgums**

Ekonomikas ministrija, sākotnēji - sadarbībā ar Pasaules Bankas Ārvalstu investīciju konsultatīvo dienestu (WB/FIAS), pēdējos gados – pēc savas iniciatīvas - ir veikusi sešus secīgus pētījumus par administratīvo procedūru ietekmi uz uzņēmējdarbības vidi Latvijā (2001., 2003., 2005., 2007., 2009. un 2011.gadā). Šie pētījumi sastāv no četrām galvenajām daļām:

* uzņēmēju aptaujas;
* uzņēmēju aptaujas rezultātu salīdzinājuma ar starptautiskiem administratīvo procedūru mērījumiem (piemēram, Pasaules Bankas Doing Business indeksu un Globālās konkurētspējas indeksu) un citu valstu aptauju rezultātiem;
* dažādu nozaru ekspertu tematiskajām diskusijām, lai identificētu konstruktīvus reformu priekšlikumus;
* uzņēmēju aptaujas un ekspertu diskusiju juridiskās analīzes.

Pētījuma galvenais mērķis ir sekmēt uzņēmējdarbības vides uzlabošanu un novērst administratīvos šķēršļus, metodiski apzinot un aprakstot procedūras, ar kurām saskaras Latvijas uzņēmēji, un sniedzot rekomendācijas to atvieglošanai. Pētījums tiek strukturēts ar mērķi, lai tajā iekļautie novērojumi un ieteikumi kļūtu par pamatu turpmākajam dialogam starp valsts institūcijām un uzņēmējus pārstāvošajām organizācijām.

Uzņēmēju aptaujas mērķis ir novērtēt valsts un pašvaldību regulējošās politikas – prasību, procedūru un institucionālo risinājumu – ietekmi uz uzņēmumiem un uzņēmējiem Latvijā, kā arī izmērīt dažādu uzņēmējdarbības vides uzlabošanas pasākumu efektivitāti un salīdzināt uzņēmējdarbības vides attīstības tendences laikā no 2001. gada, norādot pēdējo gadu centienu efektivitāti un problēmjautājumus, kuriem turpmāk jāpievērš uzmanība, lai samazinātu administratīvos šķēršļus.

Secīgo pētījumu rezultāts ir reformu rekomendāciju ziņojums Latvijas valdībai ar nepieciešamajiem uzlabojumiem uzņēmējdarbības vidē.

**2. Uzņēmēju aptaujas metode un izvēles pamatojums**

Pētījums/ Latvijas uzņēmēju aptauja „Par administratīvo procedūru ietekmi uz uzņēmējdarbības vidi”, tiek veikts izmantojot tiešās (face – to – face) intervijas ar uzņēmumu vadītājiem (īpašniekiem).

Šāda metode tiek izmantota divu iemeslu dēļ:

1. Viens no pētījuma uzdevumiem ir iegūt salīdzināmus datus ar iepriekš veiktajām aptaujām. Visas iepriekš veiktās aptaujas (2001., 2003., 2005., 2007, 2009. un 2011.gadā) ir tikušas veiktas izmantojot tiešās intervijas.

2. Anketas apjoms (vidējais vienas sekmīgas intervijas ilgums ir ~1 stunda) ir pārāk liels, lai sekmīgi varētu pielietot kādu citu metodi (piemēram, telefona vai WEB intervijas)

**3. Izlases izveide**

**3.1. Ģenerālais kopums**

Par dotā pētījuma ģenerālajam kopumam atbilstošiem uzņēmumiem tiek pieņemti visi aktīvi strādājošie Latvijā reģistrētie privātie uzņēmumi, kas CSP uzņēmumu datu bāzē nav marķēti kā neaktīvi (CSP lieto līdzīgu pieeju kalkulējot ekonomiski aktīvo uzņēmumu skaitu, kurš tiek atspoguļots CSP publikācijās)

Pētījuma veicējam ir jāpārliecinās vai laika posmā kopš iepriekšējā pētījuma veikšanas (izlases izveides) CSP nav mainījis ekonomiski aktīvo uzņēmumu definīciju.

**3.2. Izlases apjoms**

Izlase tiek veidota ar apjomu 2100 uzņēmumi (komercsabiedrības un individuālie komersanti), kuri pārstāv ekonomiskās darbības veidus no A līdz S (pēc NACE Rev.2 klasifikācijas)

Šāds izlases apjoms ir izvēlēts ar aprēķinu, ka tas ir pietiekams, lai ievērojot tālāk aprakstītos izlases izveides principus, tiktu nodrošināts analīzes veikšanai pietiekams respondentu skaits sekojošās respondentu apakšgrupās:

* Uzņēmumi, kuri strādā tādās sfērās kā:
  + Ražošana un rūpniecība
  + Tirdzniecība
  + Pakalpojumi
  + Būvniecība
* Dažādas juridiskās formas uzņēmumi
  + Sabiedrības ar ierobežotu atbildību
  + Akciju sabiedrības
  + Individuālie komersanti
* Mikro, mazie, vidējie un lielie uzņēmumi

Šī pētījuma vajadzībām izmantotās definīcijas

* Mikro uzņēmumi: no 0 līdz 9 darbiniekiem
* Mazie uzņēmumi: no 10 līdz 49 darbiniekiem
* Vidējie uzņēmumi: no 50 līdz 249 darbiniekiem
* Lielie uzņēmumi: 250 vai vairāk darbinieki
* Atsevišķos plānošanas reģionos (saskaņā ar NUTS III) strādājošie uzņēmumi:
  + Rīga
  + Pierīga
  + Vidzeme
  + Kurzeme
  + Zemgale
  + Latgale
* Atsevišķos apdzīvoto vietu tipos strādājošie uzņēmumi:
  + Rīga
  + Daugavpils, Liepāja, Jelgava, Ventspils, Jūrmala, Rēzekne, Jēkabpils un Valmiera
  + citas pilsētas
  + ciemi un lauku teritorijas
* Uzņēmumi, kuri pēdējo 12 mēnešu laikā ir veikuši preču vai pakalpojumu eksporta operācijas (ārpus ES) vai piegādes (ES ietvaros)

Šī pētījuma vajadzībām izmantotās definīcijas

* Uzņēmumi, kuri pēdējo 12 mēnešu laikā ir nodarbojies ar eksportu tai skaitā piegādēm un iegādēm (ES ietvaros) tiek klasificēti kā eksportētāji
* Uzņēmumi, kuri pēdējo 12 mēnešu laikā nav nodarbojies ar eksportu tai skaitā piegādēm un iegādēm (ES ietvaros) tiek klasificēti kā uzņēmumi, kas nenodarbojas ar eksportu
* Uzņēmumi, kuri ir dibināti pēdējo divu gadu laikā
* Uzņēmumi, kuros ir pārstāvēts ārvalstu kapitāls

Šī pētījuma vajadzībām izmantotās definīcijas

* Ja uzņēmumā pārstāvēts tikai vietējais kapitāls vai arī ārvalstu kapitāls līdz 49% no uzņēmuma pamatkapitāla, tas tiek klasificēts piederīgs vietējam kapitālam
* Ja uzņēmumā pārstāvētais ārvalstu kapitāls veido 50% un vairāk no uzņēmuma pamatkapitāla (ieskaitot pilnībā ārvalstu investoru īpašumā esošos uzņēmumus), tas tiek klasificēts piederīgs ārvalstu kapitālam

Aptaujas veicējam ir jāpārliecinās, ka zemāk minētā izlases izveides metode nodrošinās pietiekamu respondentu skaitu visās augšminētajās respondentu grupās, lai būtu iespējams veikt nepieciešamo analīzi (t.i. respondentu skaits katrā no grupām nedrīkst būtu mazāks ar 30, taču vēlami būtu vismaz 40). Gadījumā, ja tā nenodrošina pietiekamu uzņēmumu skaitu katrā no norādītajām grupām, ir jāizvēlas cita nejaušās izlases izveides metode.

**3.3. Izlases veids**

Nejauša (gadījuma) kvotu izlase

**3.4. Izlases rāmis**

Izlases rāmī iekļaujamie uzņēmumi tiek atlasīti no LR Centrālās Statistikas pārvaldes (CSP) ekonomiski aktīvo uzņēmumu datu bāzes (komercsabiedrības un individuālie komersanti), kuri pārstāv ekonomiskās darbības veidus no A līdz S (pēc NACE Rev.2 klasifikācijas).

Saskaņā ar CSP tipoloģisko klasifikāciju izlases rāmī tiek iekļauti sekojoši uzņēmumi:

1. Sabiedrības ar ierobežotu atbildību;
2. Akciju sabiedrības;
3. Individuālie komersanti, individuālie uzņēmumi.

No izlases rāmja tiek izslēgti visi uzņēmumi, kuriem saskaņā ar CSP klasifikāciju ir likvidācijas pazīme “Uzņēmums juridiski likvidēts”.

Pētījuma veicējam tiek rekomendēts izlasē iekļaujamo uzņēmumu atlasi uzticēt CSP speciālistiem.

**3.5. Izlases izveide**

3.5.1. Balstoties uz pētījuma veicēja norādītajiem vēlamajiem izlases sadalījumiem augstāk minētajās grupās, tiek aprēķināts uzņēmumu skaits (izlases apjoms) katrā nepieciešamajā apakšgrupā, t. i.,

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | CSP aprēķinātais sadalījums | | Vēlamais sadalījums | |
|  |  | Izlases apjoms | Daļa (%) | Izlases apjoms | Daļa (%) |
| **Juridiskā forma** | Individuālais uzņēmums/ IK | 273 | 13 | 273 | 13 |
| SIA | 1 827 | 87 | 1 827 | 87 |
| **Sektors** | Ražošanas un rūpniecības | 546 | 26 | 546 | 26 |
| Tirdzniecības | 441 - 483 | 21 - 23 | 441 - 483 | 21 - 23 |
| Pakalpojumu | 861 | 41 | 861 | 41 |
| Būvniecības | 210 | 10 | 210 | 10 |
| **Uzņēmuma lielums** | Lielie (>=250 darbinieki) | 84 | 4 | 84 | 4 |
| Vidējie (50-249 darbinieki) | 84 | 4 | 84 | 4 |
| Mazie (10-49 darbinieki) | 252 | 12 | 252 | 12 |
| Mikro (1-9 darbinieki) | 1 680 | 80 | 1 680 | 80 |
| **Statistiskais reģions** | Rīgas statistiskais reģions | 1 218 | 58 | 1 218 | 58 |
| Pierīgas statistiskais reģions | 294 | 14 | 294 | 14 |
| Vidzemes statistiskais reģions | 126 | 6 | 126 | 6 |
| Kurzemes statistiskais reģions | 168 | 8 | 168 | 8 |
| Zemgales statistiskais reģions | 126 | 6 | 126 | 6 |
| Latgales statistiskais reģions | 147 | 7 | 147 | 7 |
| **Teritoriālais sadalījums** | Rīga | 1 218 | 58 | 1 218 | 58 |
| Lielpilsētas | 304 | 14 | 304 | 14 |
| Mazpilsētas | 237 | 13 | 237 | 11 |
| Lauki | 320 | 15 | 320 | 15 |
| **Eksports** | Eksportētājs | 315 | 15 | 315 | 15 |
| Nav eksportētājs | 1 785 | 85 | 1 785 | 85 |
| **Dibināšana** | Jaundibinātie (pēc 2012.gada 1.janvāra) | 105 | 5 | 105 | 5 |
| Vecie uzņēmumi (līdz 2011.gada 31.decembrim) | 1 995 | 95 | 1 995 | 95 |
| **KOPĀ** | | **2100** | **100** | **2100** | **100** |

Izlases veidošanas procesā nav iespējams izmantot kritēriju par īpašumtiesībām, kas nosaka, vai uzņēmums ir ārvalstu investoru īpašumā esošs uzņēmums, vai vietējais uzņēmums. Minēto kritēriju nav iespējams izmantot, jo Valsts statistiskās informācijas programmas izpildes nodrošināšanai CSP informāciju par uzņēmuma pamatkapitālu un piederību ārvalsts vai vietējiem uzņēmumiem aktualizē tikai par ārvalsts saistītiem uzņēmumiem un Eiropas grupu reģistrā iekļautiem uzņēmumiem. Pārējiem uzņēmumiem informācijai par uzņēmuma pamatkapitālu un piederību ārvalsts vai vietējiem uzņēmumiem ir tikai informatīvs raksturs un tā netiek regulāri aktualizēta.

3.5.2. Uzņēmumiem, kuriem ir kāda no likvidācijas pazīmēm, kuros nav nodarbināto un kuriem nav zināms tālruņa numurs, tiek piekārtota mazāka izlasē iekļūšanas varbūtība, t. i., izlasē vispirms tiek atlasīti uzņēmumi:

1. kuriem saskaņā ar CSP klasifikāciju nav neviena no sekojošām likvidācijas pazīmēm:
   1. darbība uz laiku pārtraukta, vai nav uzsākta;
   2. saņemta VID izziņa likvidācijai;
   3. uzņēmums ir sniedzis informāciju par to, ka saimniecisko darbību veic ārvalstīs;
   4. maksātnespēja;
   5. Latvijas Vēstnesis;
   6. darbība izbeigta bez juridiskas likvidācijas (ziņas no uzņēmuma);
   7. darbība izbeigta bez juridiskas likvidācijas (ziņas no Datu savākšanas un apstrādes centra);
   8. UR uzsākts likvidācijas process;
2. kuros ir vismaz 1 nodarbinātais;
3. kuriem ir zināms tālruņa numurs.

3.5.3. Par katru no sākotnējā izlasē iekļautajiem no CSP ir jāiegūst sekojoša informācija:

* Uzņēmuma nosaukums;
* Uzņēmuma darbības sfēra;
* Uzņēmuma biroja adrese;
* Telefons (ja ir pieejams);
* Marķieri, kas norāda piederību punktā 3.2. uzskaitītajām grupām.

3.5.3.1. Tiek veiktas aplēses sekojošu faktoru ietekmei uz sasniegto izlasi:

* Neatbildētībai (nonresponse) – t.i. uzņēmējs atsakās piedalīties aptaujā
* Neatbilstībai klasterim – t.i. aptaujas gaitā atklājas, ka uzņēmums, kurš saskaņā ar CSP datu bāzi ietilpst mikro, mazo un vidējo uzņēmumu grupā, starplaikā ir kļuvis par lielo uzņēmumu (t.i. nodarbina 250 vai vairāk darbiniekus) un otrādi – uzņēmums, kas saskaņā ar CSP datiem ietilpst lielo uzņēmumu grupā nodarbina mazāk par 250 darbiniekiem.
* Nesasniedzamībai (unreached) – t.i. uzņēmums balstoties uz no CSP iegūtajiem datiem (adrese un telefona numuri) un citiem datu avotiem (piemēram, interneta izziņu dienesti – 1188 u.tml.), nav atrodams

3.5.3.2. Balstoties uz 2011.gada aptaujas izlases sasniedzamības pieredzi, tiek izrēķināts sākotnējā izlasē iekļaujamo un no CSP iegūstamo uzņēmumu skaits.

Piemēram

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Faktori** | **Sākotnējās aplēses**  **(prognozes)** | **Papildus uzņēmumi, kuri iekļaujami izlasē** | **Kopējais uzņēmumu skaits** |
| Neatbildētība (nonresponse) | 54% | 822 | 1522 |
| Neatbilstība klasterim | 18% | 274 | 1796 |
| Nesasniedzamība (unreached) | 15% | 270 | 2066 |

Līdz ar to, lai iegūtu 700 veiksmīgas intervijas kopumā aptaujas vajadzībām ir nepieciešams no CSP datu bāzes atlasīt 2066 uzņēmumus.

3.5.3.3. Tiek izrēķināts sākotnējā izlasē iekļaujamo un no CSP iegūstamo uzņēmumu skaits katrā no stratām.

Piemēram

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Stratas** | **Stratas īpatsvars** | **Uzņēmumu skaits sasniedzamajā izlasē** | **Uzņēmumu skaits, kas tiek iegūts no CSP** |
| Mikro, mazie un vidējie uzņēmumi | 96% | 672 | 2016 |
| Lielie uzņēmumi | 4% | 28 | 84 |
| **Kopā** | **100%** | **700** | **2100** |

3.5.4. Gadījumā, ja aptaujas veikšanas laikā izrādās, ka neatbildētība, neatbilstība klasterim vai nesasniedzamība ir lielāka nekā sākotnēji plānots, kā rezultātā arī sākotnējā izlase ir pārāk maza lai iegūtu vajadzīgo sekmīgo interviju skaitu katrā no stratām (t.i. 672 intervijas ar mikro, mazajiem un vidējie uzņēmumu vadītājiem un 28 intervijas ar lielo uzņēmumu vadītājiem), ir pieļaujama izlasē iekļauto uzņēmumu mērķtiecīga aizvietošana ar citiem līdzvērtīgiem uzņēmumiem.

Tomēr aptaujas veicējam tiek rekomendēts censties nodrošināt pēc iespējas zemāku neatbildētības (nonresponse) līmeni. Neatbildētības līmenis, kas augstāks par 50%, ir uzskatām par augstu un ir ļoti nevēlams.

**4. Anketas sagatavošana**

**4.1. Anketas izstrādes darba grupas izveide**

Lai sagatavotu uzņēmēju aptaujā izmantojamo aptaujas anketu, pirmais posms ir anketas izstrādes darba grupas izveide.

Anketas izstrādes darba grupā ir iekļaujami:

1. īpaši nozīmēti atbildīgi Ekonomikas ministrijas darbinieki
2. īpaši nozīmēti aptaujas veicēja darbinieki
3. nepieciešamības gadījumā var tikt piesaistītas arī trešās puses (piemēram, konsultanti)

Līdztekus šiem darbiniekiem anketas izveidē var tikt iesaistīti arī citu ministriju, iestāžu un organizāciju nozīmēji atbildīgie darbinieki (skatīt rokasgrāmatas 1. sadaļu)

**4.2. Iepriekšējās anketas analīze**

Pirmais posms kārtējā pētījuma anketas sagatavošanā ir iepriekšējās anketas analīze. Šim posmam ir sekojoši mērķi:

4.1.1. Pārliecināties vai anketas saturs (gan atsevišķi jautājumi, tēmas un atbilžu varianti, gan veselas anketas sadaļas) starplaikā kopš iepriekšējās aptaujas veikšanas nav zaudējis aktualitāti.

Piemēram, tā kā valsts un pašvaldību regulējošā politika – prasības, procedūras un institucionālie risinājumi – nemitīgi mainās iespējams, ka laikā kopš iepriekšējās anketas izveides kādas iepriekš aktuālās prasības, procedūras un institucionālie risinājumi ir tikuši atcelti, modificēti, vai arī ir nākuši klāt jauni.

4.1.2. Pārliecināties, vai nav nepieciešams izveidot un iekļaut aptaujas anketā jaunas sadaļas, kur tiktu apskatīti pētījumā iepriekš neiekļauti, bet dotajā brīdī lēmumu pieņēmējiem aktuāli un ar pētījuma tēmu saistīti jautājumi

Iepriekšējās anketas satura analīzi organizē Ekonomikas ministrijas darbinieki un tajā var tikt iesaistīti citu ministriju, iestāžu un organizāciju nozīmēti atbildīgie darbinieki.

**4.2. Aptaujas anketas modificēšana, labošana, jaunu sadaļu izveide**

Jauno aptaujas anketu veido aptaujas veicēja atbildīgiem darbinieki sadarbojoties ar Ekonomikas ministrijas īpaši nozīmētajiem atbildīgajiem darbiniekiem. Aptaujas anketas galējo versiju apstiprina Ekonomikas ministrijas atbildīgie darbinieki.

**4.3. Datu salīdzināmības (kontinuitātes) nodrošināšana**

Tā kā viens no pētījuma uzdevumiem ir izsekot uzņēmējdarbības vides attīstības tendencēm laikā no 2001. gada, ir svarīgi, lai jauniegūtie rezultāti būtu salīdzināmi ar iepriekš veikto aptauju datiem.

Līdz ar to lai tiktu nodrošināta jauniegūto datu salīdzināmība ar iepriekšējo pētījumu rezultātiem, jautājumu un atbilžu variantu formulējumus ir ieteicams mainīt tikai galējas nepieciešamības gadījumā (pētījumu rezultātu atskaitē vecot attiecīgas norādes, kur tas ir nepieciešams).

**4.4. Aptaujas anketas valoda**

Aptaujas anketas identiski varianti tiek veidoti 3 valodās:

* Latviešu;
* Krievu;
* Angļu.

**4.5. Anketas pilotāža**

Lai pārliecinātos par jaunizveidotās aptaujas anketas saturisko kvalitāti, ir nepieciešams veikt pilotāžas intervijas pēc dažādiem parametriem atšķirīgos uzņēmumos (pēc lieluma, atrašanās vietas, nozares utml.).

Pilotāžas interviju skaits nedrīkst būt mazāks par 10 intervijām. Vienlaikus ir jāseko, lai pilotāžas gaitā tiktu vairākkārtīgi izskatītas visas anketas sadaļas un nozīmīgie jautājumu bloki (anketas struktūra paredz, ka uz daudziem jautājumiem, to blokiem vai par sadaļām atbild tikai daļa respondentu, kuri pirms tam tiek noteikti ar filtra jautājumu palīdzību).

Veicot pilotāžas intervijas sevišķa uzmanība ir jāpievērš no jauna anketā iekļautajām sadalām un būtiski mainītajiem jautājumiem un/vai to blokiem. Ir jāseko, lai pilotāžas gaitā uz šiem anketas jautājumiem atbildētu vismaz 2 -3 respondenti.

**5. Intervētāju apmācība**

**5.1. Intervētāju atlase**

Konkrētā pētījuma pieredze liecina, ka šim pētījuma jāizvēlas jau pieredzējuši (vismaz 6 mēneši) intervētāji tiešo interviju veikšanā. Tā kā aptaujas saturs ir diezgan sarežģīts, ieteicams izvēlēties intervētājus ar ļoti labām komunikācijas un pārliecināšanas spējām, kas var pozitīvi ietekmēt atbildētības pakāpi (response rate). Intervētāja pēc iespējas augstāks izglītības līmenis uzskatāms par būtisku priekšrocību. Intervētājiem nepieciešamas labas latviešu un krievu valodas zināšanas. Iepriekšējās aptaujas pieredze liecina, ka ir respondenti, lai gan to ir skaitliski nedaudz, kas var sazināties tikai angļu valodā, tāpēc dažiem no pētījumā iesaistītajiem intervētājiem jābūt ar labām angļu valodas zināšanām un prasmēm. Tā kā respondenti pirms intervijas tiek kontaktēti telefoniski, lai vienotos par aptaujas laiku un vietu, ieteicams noskaidrot intervijas valodu, lai veikt interviju angļu valodā ierastos intervētājs ar šīs valodas prasmi.

**5.2. Intervētāja uzvedība un izskats**

Interviju atteikumu skaitu samazina veids, kādā intervētājs stādās priekšā un informē par pētījuma uzdevumiem un par to, cik svarīgs ir konkrētā respondenta viedoklis.

Intervētājam jābūt laipnam, pieklājīgam, pacietīgam, zinošam, iedrošinošam, komunikablam. Intervētājs vēršas pie respondenta ar ievadu, ka respondents ir pētījuma dalībnieks un viņa dalība ir ļoti svarīga, ka, lai veiktu pētījumu, nepieciešama viņa palīdzība.

Ideāls intervētājs ir absolūti godīgs, uzticams – tādā nozīmē, ka pētnieki var uzticēties viņa savāktajai informācijai. Ideāls intervētājs ir absolūti precīzs jautājumu formulējumos, datu pierakstos, termiņu, respondentu izlases ievērošanā.

Intervētāja apģērbam jābūt tīram, kārtīgam. Apģērba stils ieteicams pēc iespējas tuvs intervējamo personu ģērbšanās stilam. Tā kā potenciālie respondenti ir uzņēmēji, ieteicams ģērbties klasiskā stila apģērbā, neuzkrītošās krāsās. Kategoriski nav pieļaujams apģērbs ar kāda zīmola, uzņēmuma, politiskās partijas reklāmu vai logo. Ļoti būtiski ir, lai intervētājs ierastos uz interviju ar respondentu bez kavēšanās, norunātajā laikā, vēl jo vairāk tāpēc, ka uzņēmēji ir ļoti aizņemti cilvēki, kam laiks bieži vien saplānots vairākas nedēļas uz priekšu.

**5.3. Intervētāju apmācība**

Intervētāji konkrētajam pētījumam tiek apmācīti intervētāju grupas seminārā, kas ir ieteicams kā efektīvāks sagatavošanas veids nekā individuālais, jo dod iespēju pamatīgāk apgūt aptaujas specifiku, kā arī trenēt praktiskās iemaņas.

5.3.1. Iepazīstināšana ar konkrētā pētījuma specifiku

Intervētāju apmācības tiek sākta, iepazīstinot ar pētījuma mērķi, uzdevumiem un specifiku. Lai gan intervētāji ir iesaistīti pētījuma projektā tikai datu vākšanas etapā, ir lietderīgi viņus informēt par to, kas ar viņu veiktajām intervijām notiek pēc tam, kā arī un kāds ir šī darba mērķis. Tas veicina intervētāju darba augstāku motivāciju, kā arī nepieciešamības gadījumos ļaut jo izklāstīt respondentiem.

5.3.2. Iepazīšanās ar anketu

Apmācības semināra turpinājumā intervētāji jāiepazīstina ar vispārējiem norādījumiem par aptaujas gaitu un procedūrām. Pēc tam tiek sākta aptaujas anketas iztirzāšana. Intervētāju grupā aptaujas vadītājs(-a) analizē pēc kārtas visus anketas jautājumus, nolasot skaļi katru jautājumu, izskaidrojot jautājuma mērķi un visu, kas intervētājiem nav bijis saprotams. Tādā veidā tiek strādāts ar katru aptaujas jautājumu.

Katram intervētājam tiek izsniegta aptaujas specifikācija jeb instrukcija, kurā sniegti paskaidrojumi par aptaujas iespējamo problēmu risināšanu, pievērsta intervētāju uzmanība jautājumu, pāreju ievērošanai utml. Lai nodrošinātu intervēšanas procesa kvalitāti, šo dokumentu izstrādā aptaujas vadītājs (intervētāju koordinators) kopā ar projekta vadītāju.

Lai izstrādātu šādus norādījumus, aptaujas anketas izstrādes procesā jau tiek fiksēti jautājumi, uz kuriem aptaujas gaitā var būt grūtības atbildēt. Šī iemesla dēļ aptaujas instrukciju kopīgi izstrādā un intervētāju apmācību veic aptaujas vadītājs (intervētāju koordinators) un projekta vadītājs jeb persona, kas izstrādā anketu. Aptaujas instrukcijai jānodrošina detalizēti norādījumi, kā jārisina aptaujas gaitā radušās problēmas. Veicot intervētāju apmācību, aptaujas jautājumu analīzei paralēli tiek analizēta arī aptaujas instrukcija, lai intervētājs zinātu, kur meklējamas atbildes problēmsituācijās.

Kad apmācības gaitā ir izskatīta anketa un aptaujas instrukcija, ieteicams veikt 1 – 2 interviju paraugdemonstrējumus, ko dara aptaujas vadītājs ar kādu no pētījuma projekta personāla.

Paraugintervijām jābūt maksimāli tuvu ideālai versijai, bez liekām pauzēm un paskaidrojumiem. Nepieciešamie paskaidrojumi par intervijas procesu sniedzami pēc tās beigām.

Pēc paraugintervijām ieteicams visiem intervētājiem izmēģināt intervijas veikšanas gaitu, intervējot vienam otru, visiem izmēģinot sevi gan intervētāja, gan respondenta lomās.

5.3.3. Intervētāju informēšana par uzvedību un izskatu

Intervētāju apmācības semināra noslēgumā ieteicams intervētājus iepazīstināt ar prasībām attiecībā uz uzvedību un izskatu (skatīt sadaļu 5.2.)

**6. Lauka darbs**

**6.1. Aptaujas metode**

Aptauja tiek veikta tiešo (face-to-face) interviju veidā. Nav atļauta anketu atstāšana respondentiem, lai tie patstāvīgi aizpildītu aptaujas anketas.

**6.2. Lauka darba organizācija un veikšana**

Saskaņā ar noteikto izlases struktūru un, balstoties uz CSP atlasītajiem uzņēmumiem, tiek veiktas 700 intervijas (katrā klasterī tiek aptaujāts nepieciešamais uzņēmumu/ respondentu skaits).

Intervijas ar atbilstošajiem respondentiem tiek veiktas divos etapos:

1. Potenciālo respondentu kontaktēšana

2. Tiešo (face-to-face) interviju veikšana

6.2.1. Potenciālo respondentu kontaktēšana

Lai atrastu atbilstošo respondentu (uzņēmuma vadītāju vai īpašnieku), saņemtu viņa piekrišanu piedalīties aptaujā un vienotos par intervijas vietu un laiku, kā arī noskaidrotu vēlamo intervijas valodu (iepriekšējās aptaujas pieredze liecina, ka ir respondenti, kas var sazināties tikai angļu valodā) sākotnēji uz izvēlētajiem uzņēmumiem tiek veikti telefona zvani.

Šīs funkcijas veikšanai tiek rekomendēts izveidot īpašu zvanu centru, kur intervētāji, kas sagatavoti telefona interviju veikšanai, zvana uz CSP datu bāzē norādīto visu uzņēmumu telefonu numuriem ar mērķi kontaktēt uzņēmuma augstākā līmeņa vadītāju, lai iegūtu viņa(-as) piekrišanu dalībai intervijā. Potenciālajiem respondentiem tiek izskaidroti pētījuma mērķi, uzdevumi, nozīme, kā arī konkrētā respondenta izvēles motivācija;

6.2.1.1. Pozitīvas atbildes gadījumos:

* notiek vienošanās par intervijas laiku un vietu;
* respondents tiek informēts par intervijas garumu (aptuveni 1 stunda).

6.2.1.2. Negatīvas atbildes gadījumā darbs ar doto respondentu tiek pārtraukts un tas tiek reģistrēts kā atteikums piedalīties aptaujā (neatbildētība/ nonresponse)

6.2.1.3. Respondentam (uzņēmējam/ vadītājam), pēc pieprasījuma, pa faksu vai e-pastu tiek nosūtīta Ekonomikas ministrijas sagatavota aptaujas pavadvēstule, kurā uzsvērta konkrētā respondenta dalības nozīmība.

6.2.1.4. Respondentam (uzņēmējam/ vadītājam), pēc pieprasījuma, var tikt nosūtīta informācija par aptaujas tēmām, lai viņam jau iepriekš būtu iespējams sagatavoties izsmeļošām atbildēm.

6.2.1.5. Ja telefoniskās saziņas laikā ar respondentu nav iespējams vienoties par intervijas konkrēto laiku, jāvienojas par atkārtotu sazvanīšanos.

6.2.1.6. Pēc respondentu pieprasījuma (gandrīz visos gadījumos), dažās stundas pirms intervijas viņiem ir jāatgādina par norunāto tikšanos vai jāprecizē tikšanās vieta/ laiks.

6.2.1.7. Zvanu centra intervētāju pienākums ir visu datubāzē (izlasē) iekļauto uzņēmumu kontaktēšana, atkārtoto zvanu veikšana, kamēr saņemta piekrišana intervijai vai atteikums.

6.2.1.8. Katrs zvanu centra intervētājs pēc sava darba apjoma beigšanas katru dienu pētījuma vadītājam sniedz pilnīgu informāciju par uzņēmējiem, kas piekrituši/ attiekušies piedalīties aptaujā, kā arī par atteikuma vai par intervijas laika pārcelšanas iemesliem.

6.2.2. Tiešo (face-to-face) interviju veikšana

Saskaņā ar iepriekš panāktajām vienošanām tiek veiktas tiešās (face-to-face) intervijas.

6.2.2.1. Pirms pētījuma lauka darba uzsākšanas visiem intervētājiem, kurus plānots iesaistīt interviju veikšanā, ir jāapgūst anketas saturs un konkrētā pētījuma izpildes specifika īpašā apmācību seminārā.

6.2.2.2. Aptaujas veicējam ir jāizvēlas tāds intervētāju darba organizācijas modelis, kas nodrošina visaugstākos iespējamos atbildētības rādītājus.

6.2.2.3. Pirms intervijas intervētājiem ir jāizsniedz respondentiem Ekonomikas ministrijas sagatavotās aptaujas pavadvēstules kopijas, ja tās jau iepriekš nav nosūtītas pa faksu vai elektroniski.

6.2.2.4. Pēc katras intervijas intervētājam ir jāpārbauda anketas ierakstu precizitāti. Pēc tam tā ir jānodod/ jānosūta pētījuma vadītājiem.

6.2.2.5. Gadījumā, ja intervija nav notikusi respondenta atteikuma dēļ, par to nekavējoties ir jāizformē pētījuma vadītāji.

6.2.2.6. Pētījuma vadītāji saņemtās anketas reģistrē, piešķirot katrai anketai savu kārtas numuru, atzīmējot tās atbilstību noteiktam NACE kodam (pēc CSP) datiem un punktā 3.2. uzskatītajiem uzņēmumus raksturojošajiem parametriem. Vēlreiz ir jāpārbauda katras anketas datu pierakstu kvalitāte. Neskaidrību gadījumā pētījuma vadītājiem nekavējoties vēlreiz ir jākontaktē intervētājs vai respondents, lai informāciju precizētu.

6.2.2.7. Pētījuma vadītājs katru dienu reģistrē svaigāko informāciju par notikušajām intervijām, atteikumiem (nonresponse), uzņēmumu neatbilstību klasterim un nesasniedzamību, tādejādi sekojot līdzi aptaujas gaitai un tam kā katrā no stratām tiek sasniegta plānotā izlase.

**6.3. Komunikācija ar respondentu**

Intervētājs, ierodoties pie respondenta, tūlīt iepazīstina ar sevi un informē respondentu par to, kādu pētniecisko institūciju pārstāv, kā arī par pētījuma mērķiem un uzdevumiem. Intervētājiem, ierodoties uz interviju, jābūt līdzi aptaujas veicējas institūcijas izsniegtai intervētāja apliecībai ar aptaujai atbilstošu derīguma termiņu.

Intervētājam labi jāpārzina anketas jautājumi, tie ir skaidri un skaļi jānolasa respondenta izvēlētajā intervijas valodā.

Anketas ieteicams aizpildīt ar zilu nevis ar citas krāsas pildspalvu, jo pieredze liecina, ka tas samazina datu ievades kļūdu procentu. Kategoriski aizliegts anketas aizpildīt ar zīmuli.

Iegūtās atbildes uz atvērtajiem jautājumiem anketā jāpieraksta respondenta formulējumā skaidri salasāmā rokrakstā.

Gadījumā, ja respondents pats vēlas sekot līdzi anketas jautājumiem un atbilžu variantiem, viņam šim mērķim var iedot vienu tīru un neaizpildītu anketas kopiju.

Gadījumā, ja tiek veiktas datorizētas intervijas, respondentam ir jāizsniedz īpaši šim mērķim sagatavots drukāts aptaujas anketas variants vai kartītes ar atbilžu skalām un citu nepieciešamo respondentiem vizuāli rādāmo informāciju.

**6.4. Lauka darba koordinācija**

Lauka darba koordināciju veic aptaujas vadītājs, kas no projekta vadītāja saņem aptaujas uzdevumu, kurā norādīts:

* pētījuma izlases lielums un raksturojums;
* aptaujas vieta;
* aptaujas laiks;
* rezultātu iesniegšanas forma un termiņš;
* pētījumā lietojamie materiāli;
* papildinformācija (ja nepieciešams) par pētījuma lauka darba norisi.

**6.5. Interviju kvalitātes kontrole**

Interviju kvalitātes pārbaudes procesā tiek pārbaudītas 10% interviju, izvēloties tās pēc nejaušības principa, vienlaicīgi pārbaudot arī sasniegtās izlases atbilstību plānotajai.

Aptaujas gaitā katrs intervētājs aizpilda apgaitas lapu, kurā tiek norādītas respondentu adreses, pārstāvētais uzņēmums, telefona numurs, respondenta vārds un/ vai uzvārds. Tiek atzīmēti arī izvēlēto respondentu atteikumi. Tādejādi tiek pārbaudīts, vai intervētājs ievērojis noteiktus respondentu atlases kritērijus.

Intervētāju darba kvalitātes pārbaude notiek, apzvanot apgaitas lapā norādītos respondentus un noskaidrojot:

1. vai intervija reāli notikusi,
2. vai respondents atbilst pētījuma mērķa grupai,
3. vai intervija notikusi atbilstoši intervijas instrukcijai,
4. vai intervētāja uzvedība ir bijusi korekta.

Intervētājs iesniedz apmeklējuma rezultātu un atteikumu raksturojumu, atzīmējot tos apgaitas lapās, kur tiek atzīmēti atteikumu sniegušā potenciālā respondenta raksturojumi un nerespondences iemesls.

Intervētāju darba kvalitāte tiek pārbaudīta pēc anketu saņemšanas pētījumu centrā. Pārbaudi veic konkrētā pētījuma vadītājs vai kāds cits kvalitātes pārbaudei sagatavots darbinieks. Turpmākai datu apstrādei tiek virzītas tikai kvalitātes prasībām atbilstošas anketas.

Intervētāja darba kvalitātes pārbaude tiek veikta, arī analizējot aptaujas datus pēc datorapstrādes un izdarot korelāciju analīzi pa dažādām pozīcijām, kā arī intervētāju darba satura analīzi pa mēnešiem.

**6.6. Sasniegtās izlases kvalitātes kontrole**

Sasniegtās izlases kvalitātes kontroli veic aptaujas vadītāji, regulāri (katru dienu) apkopojot no zvanu centra pienākošo informāciju par kontaktētajiem respondentiem, sarunātajām intervijām un atteikumiem, un no intervētājiem pienākošo informāciju par notikušajām sekmīgajām intervijām un atteikumiem. Tāpat tiek apkopota informācija par nesasniedzamajiem respondentiem un gadījumiem, ja intervija ir notikusi, bet tā neatbilst klasterim. Visa iepriekšminētā informācija tiek nemitīgi reģistrēta, kas dod iespēju aptaujas vadītājiem būt lietas kursā par aptaujas norises gaitu, jau sasniegto izlasi un vēl neizmantoto uzņēmumu adrešu resursiem.

**6.7. Anketas un pētījuma palīgmateriāli**

Aptaujas veikšanai ir nepieciešami sekojoši materiāli

6.7.1. Aptaujas anketas 3 valodās (latviešu, krievu un angļu) (skaitīt pielikumu Nr.1 – anketas latviešu valodas variants).

6.7.2. Ekonomikas ministrijas augstāko amatpersonu parakstīta aptaujas pavadvēstule, kas respondentiem izskaidro aptaujas mērķus, nozīmību un nepieciešamību piedalīties aptaujā (skatīt pielikumu Nr.2).

6.7.3. Aptaujas specifikācija jeb instrukcija, kurā sniegti paskaidrojumi par aptaujas iespējamo problēmu risināšanu, pievērsta intervētāju uzmanība jautājumu pāreju ievērošanai utml.

6.7.4. Gadījumā, ja tiek veiktas datorizētas intervijas: īpaši sagatavots respondentiem domāts anketas variants vai kartītes, kur ir izdrukātas atbilžu skalas, kuras uzdodot attiecīgos jautājumus tiek iedotas respondentiem.

**7. Datu ievade**

Punkti 7.1., 7.2., 7.3., un 7.4. jāievēro gadījumos, ja aptauja tiek veikta izmantojot drukātas papīra anketas. Tie neattiecas uz datorizētu interviju veikšanas gadījumiem.

**7.1. Metodes un programmnodrošinājums**

Datus tiek rekomendēts ievadīt izmantojot kādu no īpaši šādiem mērķiem paredzētām datora programmām, kurās var ieprogrammēt iespējamās ievadāmās vērtības, kā arī anketas loģiskās sakarības un pārejas, kas palīdz izvairīties no iespējamām datu ievades kļūdām un uzlabo datu ievades kvalitāti.

Pirms datu ievades ir jāizveido datu ievades matrica, kur katram no jautājumiem ir jānorāda iespējamās atbilžu vērtības, un jāieprogrammē visas anketas pārejas.

**7.2. Datu ievades operatoru atlase un iepazīšanās ar anketas ievades maketu**

Datu ievadei tiek izvēlēti īpaši apmācīti datu ievades operatori, kuri tiek individuāli instruēti par Latvijas uzņēmēju aptaujas anketu ievades specifiku.

Pirms datu ievades uzsākšanas katrs no ievadītājiem ir jāiepazīstina ar anketas ievades maketu.

Datu ievades operatoriem ir jāizvirza vienoti kritēriji datu ievadei, piemēram, vienojoties par vienādiem teksta ievades kritērijiem (lielo burtu lietojumu, pieturzīmju lietojumu).

Datu ievades operatoriem, ieteicams pirmo anketu ievadīt datu apstrādes speciālista uzraudzībā, lai pārliecinātos, vai ir pareizi saprasta anketas ievadīšanas specifika.

**7.3. Datu ievade**

Tikai pareizi un precīzi aizpildītas aptaujas anketas pētījuma vadītājs nodod tālāk datu ievadei, un tās tiek ievadītas datorā.

Ja tomēr anketās tiek pamanītas kādas neprecizitātes, datu ievadītājam par to obligāti jāziņo datu apstrādes speciālistam, kurš kopā ar pētījuma vadītāju vienojas par neprecizitātes novēršanu vai anketas atzīšanu par nederīgu.

Atbildes uz atvērtajiem jautājumiem tiek ievadītas pilnā apjomā.

**7.4. Datu ievades kvalitātes kontrole**

Lai kontrolētu datu ievades kvalitāti, 10% no katra datu ievades operatora ievadīto anketu skaita ir jāievada atkārtoti un jāsalīdzina ar sākotnēji iegūto datu failu.

Gadījumā, ja datu ievades operatora failā tiek atrastas kļūdas, viņa ievadītās anketas ir jāpievada atkārtoti pilnā apmērā, vai arī visas papīra anketas jāsalīdzina ar ievadīto materiālu, izlabojot pieļautās ievades kļūdas.

Nepieciešamības gadījumā datu masīvs var tikt pārbaudīts, salīdzinot visu ievadīto materiālu ar papīra anketu saturu.

**7.5. Atvērto jautājumu kodēšana, savilkto skalu izveide**

Atbildes uz atvērtajiem jautājumiem tiek ievadītas pilnā apjomā.

Pēc anketu datu ievades pabeigšanas tiek izveidota atvēro jautājumu atbilžu (arī atbildes uz atbilžu variantu „CITS”) kodu sistēmas. Pēc kodu sistēmu izveides pabeigšanas tiek kodēti atvērtie jautājumi.

Jautājumos, kur tas ir nepieciešams, tiek veidotas savilktās skalas.

**7.6. Datu svēršana**

Tā kā izlasē ir palielināts lielo uzņēmumu īpatsvars (piemēram, lielo uzņēmumu īpatsvars ģenerālajā kopā 2011.gadā bija – 0.4%, īpatsvars izlasē – 4.4%), lai nodrošinātu aptaujas rezultātu atbilstību statistikas datiem, datu kopa ir jāpakļauj svēršanas procedūrai.

Lai izrēķinātu atbilstošos svarus, ir jānosaka atsevišķu uzņēmumu iekļaušanas varbūtība izlasē. Izlases svari (Di) ir apgriezti proporcionāli iekļaušanas varbūtībai (Wi)

Di=1 / Wi

Iekļaušanas varbūtības (Wi) tiek rēķinātas sekojošā veidā:

Wi = xi / yi

Wi – i-tā respondenta iekļaušanas varbūtība

xi – respondentu skaits i-tajā grupā sasniegtajā izlasē

yi – koeficents, kas rāda kāds saskaņā ar statistikas datiem būtu respondentu skaits i-tajā grupā ideālas izlases gadījumā (ģenerālkopā)

yi = (Ci \* S) / G

Ci – respondentu skaits i-tajā grupā ģenerālkopā

S – izlases apjoms

G – vienību skaits ģenerālkopā

**8. Datu analīze un rezultātu atskaišu sagatavošana**

**8.1. Aptaujas tehniskā ziņojuma sagatavošana**

Aptaujas veicēja pienākums ir sagatavot tehnisko ziņojumu par aptaujas norisi. Tehniskajā ziņojumā ir jābūt ietvertai sekojošai informācijai:

1. Mērķa grupas definīcija
2. Svaigākie dati par ģenerālo kopumu (uzņēmumu skaits)
3. Izlases metode
4. Aptaujas veikšanas metode
5. Aptaujas veikšanas laiks
6. Plānotās izlases apjoms
7. Sasniegtās izlases apjoms
8. Kopējais kontaktu mēģinājumu skaits
9. Nerealizēto interviju skaits
10. Vidējais intervijas ilgums
11. Neatbildētības (nonresponse) skaits un sadalījums pa iemesliem
12. Nesasniegto (unreached) respondentu skaits
13. Svērtās izlases salīdzinājums ar statistiku
14. Detalizēts aptaujas veikšanas metodoloģijas un izlases apraksts un detalizēts aptaujas norises gaitas apraksts, ietverot (bet neaprobežojoties ar) tādu soļu aprakstu kā:
    1. Pētījuma metode un izvēles pamatojums
    2. Izlases veidošanas principi un pamatojums
       1. Ģenerālais kopums
       2. Izlases apjoms
       3. Izlases veids
       4. Stratifikācija
       5. Izlases izveide
    3. Aptaujā izmantotā anketas izveide
    4. Lauka darba organizācija un kvalitātes kontrole
    5. Lauka darba norises apraksts
    6. Datu ievade, apstrāde un analīzes apraksts
    7. Datu svēršana

Gadījumā, ja aptaujas sagatavošanas vai tās veikšanas laikā tiek veiktas kādas novirzes no šajā rokasgrāmatā aprakstītajām vadlīnijām, tam ir obligāti jātiek aprakstītām šajā tehniskās informācijas sadaļā.

1. Detalizēts aptaujāto uzņēmumu profils pēc sekojošiem parametriem (uzrādot nesvērtu uzņēmumu skaitu katrā no grupām, nesvērto un svērto procentuālo sadalījumu)
   1. Uzņēmuma darbības nozare
      1. Ražošana un rūpniecība
      2. Tirdzniecība (vairumtirdzniecība/ mazumtirdzniecība)
      3. Pakalpojumi (bankas, restorāni, viesnīcas, apdrošināšanas sabiedrības, skaistumkopšanas saloni u.c.)
      4. Būvniecība
   2. Darbinieku skaits uzņēmumā
   3. Uzņēmuma atrašanās vieta/ Reģions (NUTS III)
   4. Uzņēmuma atrašanās vieta/ Apdzīvotas vietas tips
      1. Rīga
      2. Lielpilsētas (Daugavpils, Liepāja, Jelgava, Ventspils, Jūrmala, Rēzekne, Jēkabpils, Valmiera)
      3. Citas pilsētas
      4. Ciemi un lauku teritorijas
   5. Eksports uzņēmuma darbībā (ir/ nav)
   6. Uzņēmuma dibināšanas gads
   7. Uzņēmuma juridiskā forma
      1. Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA)
      2. Akciju sabiedrība (a/s)
      3. Individuālais uzņēmums/ individuālais komersants
2. Svaigākais pieejamais Latvijas uzņēmumu statistisks raksturojums (visos iepriekš norādītajos parametros)
3. Pētījuma veicēju darba grupas dalībnieku uzskaitījums

**8.3. Rezultātu atskaites sagatavošana (ietverot secinājumus, tabulas un grafikus)**

Pirms rezultātu atskaites sagatavošanas, pētījuma veicējam ir jāsaskaņo atskaites saturs ar pasūtītāju. Tikai pēc minētā saskaņojuma apstiprinājuma drīkst sākt darbu pie atskaites sagatavošanas.

Rezultātu analīze tiek veikta dažādu tematisko nodaļu ietvaros. Rezultātu analīze ietver secinājumus par aptaujas datiem un vizuālo rezultātu informācijas atspoguļojumu grafikos un tabulās.

Visos grafikos ir jānorāda mērķa grupas, nesvērtas respondentu bāzes un precīzi aptaujas jautājumu formulējumi. Gadījumos, ja grafikos tiek atspoguļoti ne tikai kopējie atbilžu sadalījumi, bet arī sadalījumi atsevišķās respondentu grupās, katrai respondentu grupai atsevišķi jānorāda nesvērts respondentu skaits, ja tas ir atšķirīgs no pamata mērķa grupas (skat. piemēru 1).

Gadījumā, ja respondentu skaits nepārsniedz 30, grafikā par to ir jābūt attiecīgai piezīmei (skat. piemēru 1).

Nepieciešamības gadījumā, veiksmīgākai informācijas analīzei ir jāizveido īpaši indeksi, kas arī var tikt ietverti grafikos (skat. piemēru 2).

Ja grafikos vai tabulās, kurās tiek attēlots aktuālo datu salīdzinājums ar iepriekšējo aptauju datiem, aptaujās ir ticis izmantots atšķirīgs jautājuma formulējums, ir jānorāda gan aktuālais, gan iepriekš lietotie jautājumu formulējumi (skat. piemēru 2).

Ja jautājums paredz respondentam izteikt viedokli sadaļā „cita atbilde”, tad rezultātu atskaitē jāuzrāda zem attiecīgajiem grafikiem visas „Citas atbildes” teksta veidā.

Rezultātu atskaitē jāiekļauj tehniskais ziņojums par aptaujas norisi (skatīt punktu 8.1)

Rezultātu atskaite ir jāsagatavo latviešu valodā.

**Piemērs 1.**



**Piemērs 2.**



**9. Rezultātu atskaites un respondentu datu bāžu nodošana pasūtītājam**

Rezultātu atskaiti ir jābūt sagatavotai latviešu, bet īsajam kopsavilkumam arī angļu valodā.

Rezultātu atskaites nodošana pasūtītājam veicama gan drukāta materiāla veidā, gan elektroniskā veidā (ierakstītu CD matricā). Rezultātu atskaites jāgatavo sekojošās programmās:

* Datu masīvs – SPSS
* Rezultātu atskaite – Word un PDF
* Gadījumā, ja grafiki netiek taisīti programmā Word, bet gan kādā atsevišķā speciālā programmā, vēlams lai tas būtu Excel

Elektroniskajā datu pārnēsātājā informācija jāgrupē sekojošās mapēs:

* „Anketas” (tiek iekļautas aptaujas anketas visās izmantotajās valodās)
* „Atskaite latviešu valodā” ar sekojošām mapēm, kur katra no mapēm satur attiecīgi norādītos datu failus:
  + Datu masīvs
  + Grafiki (gadījumā, ja grafiki tiek taisīti kādā atsevišķā speciālā programmā)
  + Atskaite (tiek iekļautas atskaites MS Word un PDF)
* „Atskaite angļu valodā” (tiek iekļautas atskaite angļu valodā MS Word un PDF formās
* „Rokasgrāmata” (tiek iekļauts šis dokuments)

**10. Rezultātu atskaišu un respondentu datu bāžu glabāšana**

Saskaņā ar izsludinātā atklātā konkursa nolikumu, kā arī līgumu, kas tiek noslēgti starp pasūtītāju un uzņēmēju aptaujas veicēju/izpildītāju, pasūtītājs iegūst tiesības uz visu pasūtījumu gan kopumā, gan tā daļā visas autortiesību mantiskās tiesības, aptaujas rezultātiem un metodoloģiju kopumā vai jebkādu to daļu (t.sk. tiesības tulkot, publicēt, pavairot, nodot trešajām personām, kā arī izmantot citu līgumsaistību izpildei).

Visi dati par aptauju (ieskaitot visus 9. punktā norādītos materiālus), pētījuma veicējam jāglabā vismaz piecus gadus, gadījumā, ja nākamajam pētījuma veicējam rodas neskaidrības, vai jautājumi sakarā ar iepriekšējo pētījumu.