



## **Latvijas Universitātes Diasporas un migrācijas pētījumu centrs**

### **Pētījums par diasporas ekonomiskās iesaistes un zināšanu potenciāla izmantošanas iespējām**

**Rīga, 2017. gada 27. janvāris**

# SATURS

|                                                                                                                                                                                                                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Ievads .....                                                                                                                                                                                                                                                               | 3  |
| Pētījuma metodes apraksts .....                                                                                                                                                                                                                                            | 4  |
| Pētījuma rezultāti .....                                                                                                                                                                                                                                                   | 6  |
| 1. Uzņēmēju un augsta līmeņa profesionāļu viedoklis par ekonomiskās sadarbības ar diasporu potenciālu .....                                                                                                                                                                | 6  |
| 2. Sadarbības tīklu ar diasporu veidošanas instrumenti: datu bāzes, tīklošanās portāli, dažādu diasporas forumu un tikšanos organizēšana .....                                                                                                                             | 11 |
| 3. Diasporas uzņēmēju mentoringa eksporta, investīciju un inovāciju jautājumos ..                                                                                                                                                                                          | 21 |
| 4. Diasporas pārstāvju iesaistīšana starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumos .....                                                                                                                                                                     | 24 |
| 5. Investīcijas: investēšana Latvijas uzņēmumos, uzņēmumu dibināšana Latvijā, « <i>Investment leads</i> », diasporas obligācijas, diasporas investīciju fondi .....                                                                                                        | 29 |
| 6. Inovācijas: inovāciju motivācijas programmas, programmas jauno uzņēmēju atbalstam (tai skaitā, Start-up programmas, biznesa inkubatori, biznesa plānu konkursi), tehnoloģiju pārneses programmas, augsti kvalificētu speciālistu īslaicīgas atgriešanās sekmēšana ..... | 38 |
| 7. Citi jautājumi: atbalvojumi diasporas uzņēmējiem, informācijas avoti, ko izmanto diasporas uzņēmēji par Latviju .....                                                                                                                                                   | 45 |
| Secinājumi un ieteikumi .....                                                                                                                                                                                                                                              | 47 |
| Interviju dalībnieku saraksts .....                                                                                                                                                                                                                                        | 52 |
| Izmantotie avoti .....                                                                                                                                                                                                                                                     | 54 |

## Ievads

Cilvēki ar uzņēmējdarbības vai profesionālo pieredzi ārzemēs (gan tie, kuri ir atgriezušies Latvijā, gan tie, kas vēl dzīvo ārpus tās) bieži vien spēj saskatīt jaunas uzņēmējdarbības iespējas, radīt inovatīvas idejas un pārrobežu sadarbības tīklus, veicinot zināšanu un tehnoloģiju pārnesei un atbalstot ar savu pieredzi un zināšanām jaunus, perspektīvus uzņēmumus savā izcelsmes valstī.

Lai noskaidrotu Latvijas diasporas uzņēmēju viedokli par to, kādi risinājumi zināšanu pārneses, investīciju piesaistes, eksporta un profesionāļu tīklošanās veicināšanai būtu visefektīvākie un nepieciešamākie Latvijā, Latvijas Universitātes Diasporas un migrācijas pētījumu centrs sadarbībā ar Latvijas Investīciju un Attīstības Aģentūru veica „Pētījumu par diasporas ekonomiskās iesaistes un zināšanu potenciāla izmantošanas iespējām”.

Pētījumā definētie uzdevumi bija šādi:

- 1) Balstoties uz līdzšinējiem pētījumiem un literatūru par Eiropas valstu pieredzi, identificēt dažādos diasporas ekonomiskās iesaistes un zināšanu potenciāla izmantošanas modeļus un instrumentus trīs galvenajos darbības virzienos: eksports, investīcijas, inovācijas;
- 2) Veikt intervijas ar mērķa grupas pārstāvjiem – uzņēmējiem, potenciālajiem uzņēmējiem un investoriem – 1) kuri atgriezušies Latvijā un 2) kuri mīt ārzemēs (piemēram, lielākajā Latvijas diasporas mītnes zemē Lielbritānijā), par iepriekš minēto modeļu pielietojuma iespēju Latvijā izvērtējumu, identificējot to īstenošanas riskus un iespējas (kopumā 20 intervijas);
- 3) Balstoties uz intervijām, izanalizēt kuri no citās valstīs praktizētajiem sadarbības un diasporas ieguldījuma veicināšanas modeļiem varētu strādāt un būtu atbalstāmi Latvijā, kādi ir riski un iespējamie risinājumi, īpašu uzsvaru liekot uz konkrētām iepriekš definētām prioritātēm vai potenciāli veiksmīgākajiem lielas ietekmes virzieniem, labajiem praktisko risinājumu piemēriem, kā arī konkrētiem problēmjautājumiem;
- 4) Izveidot sarakstu ar pakalpojuma nodrošināšanas procesā iegūtajiem uzņēmējiem un potenciālajiem uzņēmējiem vai profesionāļiem.

Pētījuma veikšanas laiks: 2016. gada 14. novembris – 2017. gada 30. janvāris.  
Pētījuma veikšanā piedalījās: Inese Šūpule, Inta Mieriņa un Laura Bužinska. Pētījuma izmaksas: 3225,00 EUR, bez PVN.

## **Pētījuma metodes apraksts**

Pētījumā izmantotā informācijas iegūšanas metode ir padziļinātās intervijas ar latviešu izcelsmes uzņēmējiem vai profesionāļiem, kas dzīvo ārzemēs vai arī ir ilgāku laiku dzīvojuši emigrācijā un tagad atgriezušies Latvijā. Padziļinātās intervijas ir viena no socioloģisko pētījumu metodēm, ko izmanto kvalitatīvos pētījumos. Kvalitatīvos pētījumos ar padziļinātās intervijas metodi tiek iegūta informācija par informanta pieredzi, viedokļiem un motivāciju. Iegūtā informācija nav kvantificējama.

Padziļinātās intervijas notiek kā brīva saruna neformālā un, vēlams, pozitīvā atmosfērā, kur par tēmām, par kurām informantam ir viedoklis, pieredze jautājumi tiek padziļināti, bet tās tēmas, kur konkrētajam informantam nav pieredzes/ viedokļa, netiek izvērstas.

Atbilstoši padziļināto interviju metodei, interviju vadlīnijas kopumā ir tēmas, par kurām tiek plānots runāt. Katra konkrētā saruna izvērsas atšķirīga, atkarībā no informanta individuālās pieredzes. Jautājumi netiek uzdoti noteiktā secībā, tie tiek uzdoti, ņemot vērā sarunas gaitu, saturu, informanta sniegtās atbildes. Jautājumu formulējums padziļinātajās intervijās ir situatīvs, netiek izmantots precīzs jautājuma formulējums no vadlīnijām, bet gan tāds, kas atbilst sarunas loģikai.

Lai uzzinātu diasporas uzņēmēju un profesionāļu viedokli par ekonomiskās sadarbības veicināšanu eksporta, investīciju un inovāciju darbības virzienos, pētījumā kopumā tika veiktas 23 padziļinātās intervijas ar latviešu izcelsmes uzņēmējiem un profesionāļiem, kas dzīvo ārzemēs, vai arī ir ilgāku laiku dzīvojuši emigrācijā un tagad atgriezušies Latvijā. Interviju norises laiks: 2016. gada 13. decembris – 2017. gada 25. janvāris.

Padziļināto interviju jautājumu vadlīnijas, kā arī interviju dalībnieku saraksts tika saskaņots ar Latvijas Investīciju un Attīstības Aģentūru.

Interviju dalībnieku atlasē tika ievērots tas, lai intervētie uzņēmēji/ profesionāļi pārstāvētu dažādas nozares, valstis un uzņēmumu lielumu. Intervēto uzņēmēju un profesionāļu vidū desmit intervijas ir veiktas ar uzņēmumu vadītājiem vai profesionāļiem, kur darbinieku skaits ir virs 250, trīs intervijas, kur darbinieku skaits

ir 50-250 darbinieku, trīs intervijas, kur darbinieku skaits ir 10-49 darbinieku, un piecas intervijas ar uzņēmumu vadītājiem, kur darbinieku skaits ir mazāks par 10 darbiniekiem, bet viena intervija – ar jaunuzņēmuma veidotāju, un viena intervija – ar *UK's Latvian Business Network* iniciatoru.

Intervijas dalībnieku profesionālā pieredze daudzos gadījumos ir saistīta ar vairākām valstīm, bet kopumā intervijas dalībnieki ir savas profesionālās aktivitātes veikuši šādās valstīs: Latvija, Lietuva, Lielbritānija, Īrija, Vācija, Zviedrija, Norvēģija, Nīderlande, Beļģija, Krievija, Ķīna, Singapūra, Taizeme, Japāna, Austrālija, ASV un Kanāda. Interviju dalībnieki pārstāv šādas nozares: IT, veselības aprūpe, medicīnas tehnoloģijas, loģistika, būvniecība, mašīnbūve, kokapstrāde, pārtikas ražošana un konsultāciju pakalpojumi eksporta un investīciju jautājumos. Jāuzsver, ka intervijas dalībnieku atlasē tika ievērots princips, ka intervijas dalībniekam ir jābūt pieredzei vismaz vienā no būtiskajiem darbības virzieniem – eksports, investīcijas, inovācijas, zināšanu un tehnoloģiju pārnese. Neskatoties uz to, par pētījuma tēmu – ekonomiskās sadarbības ar diasporu instrumentiem – interviju dalībnieki lielākoties varēja izteikties tikai ļoti vispārīgi. (Konkrētāk par katru intervijas dalībnieku skatīt Interviju dalībnieku sarakstu, kā arī interviju protokolus).

Ziņojumam atsevišķos pielikumos ir pievienoti interviju protokoli, transkripti, ieraksti, kā arī saraksts ar pakalpojuma nodrošināšanas procesā iegūtajiem uzņēmējiem un potenciālajiem uzņēmējiem vai profesionāļiem.

## Pētījuma rezultāti

### 1. Uzņēmēju un augsta līmeņa profesionāļu viedoklis par ekonomiskās sadarbības ar diasporu potenciālu

Pētījuma uzsākšanas laikā Latvijas Universitātes Diasporas un migrācijas pētījumu centra pētnieku darba grupai nebija nekādu šaubu par ekonomiskās sadarbības ar diasporu stiprināšanas nepieciešamību un potenciālu. Pētījumā veiktās padziļinātās intervijas ar uzņēmējiem un profesionāļiem, kas uzskatāmi par diasporas pārstāvjiem vai arī ilgāku laiku dzīvojuši emigrācijā un tagad atgriezušies Latvijā, atklāj, ka, iespējams, daļai Latvijas ekspertu ir mazliet idealizēts priekšstats par iespējām būtiski stiprināt ekonomisko sadarbību ar Latvijas diasporu un gūt būtisku ekonomisko pienesumu no tā tautsaimniecībai. Galvenie intervijās identificētie ierobežojošie aspekti ekonomiskās sadarbības veicināšanā un potenciālajā ietekmē uz Latvijas ekonomiku ir šādi:

- 1) Diasporas fragmentētība;
- 2) Ierobežots augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju skaits, kam ir potenciāls veicināt sadarbību eksporta, investīciju un inovāciju prioritārajās uzņēmējdarbības nozarēs;
- 3) Augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju specializācijas ierobežotība;
- 4) Augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju aizņemtība.

Turpinājumā izvērstāks skaidrojums par katru no intervijās minētajiem ierobežojumiem.

***Diasporas fragmentētība.*** Jau pētījuma sākumā diasporas mērķa grupa tika definēta kā daudzveidīga, un tādēļ tika plānotas 10 padziļinātās intervijas ar uzņēmējiem/profesionāļiem Latvijā, kas iepriekš ir dzīvojuši ārzemēs, un 10 intervijas ar ārzemēs dzīvojošiem uzņēmējiem/profesionāļiem, iekļaujot dažādas uzņēmējdarbības nozares, valstis, kurās strādā vai ir strādājuši, uzņēmumu lielumu. Veiktās intervijas atklāj, ka daudzveidība un fragmentētība diasporas pārstāvju vidū ir ievērojami lielāka, un tai uzņēmēju vērtējumā ir arī būtiska ietekme uz ekonomiskās sadarbības ar diasporu veicināšanas iespējām. Pirmkārt, joprojām ir pamats runāt par atšķirīgu pieredzi un tradīcijām, kas raksturīgas „vecajai diasporai”, kura veidojās, emigrējot 2. Pasaules kara laikā, un „jaunajai diasporai”- tiem, kas aizbraukuši no Latvijas pēc 1991. gada. Attiecībā uz „vecu diasporu” būtiski atzīmēt, ka tie diasporas pārstāvji, kas sajuta aicinājumu profesionāli sadarboties ar Latvijas uzņēmējiem un profesionāļiem, ir jau

to pēdējo 25 gadu laikā darījuši. Savukārt diasporas pārstāvji, kas pārstāv imigrantu otro un trešo paaudzi, ir atvērti sadarbībai, kā arī ir gatavi atbalstīt Latvijas uzņēmējus, tomēr tajos gadījumos, kad viņi ir asimilējušies vietējā sabiedrībā, viņu interese ekonomiskās sadarbības rezultātos ir ievērojami mazāka. Tas neizslēdz to, ka ir atsevišķi profesionāļi un uzņēmēji, kas pārstāv otro un trešo imigrantu paaudzi, vēlas sadarboties un uzturēt kontaktus, tomēr tie ir jāuzlūko kā atsevišķi indivīdi, nevis kopiena, tādēļ sadarbība ar šo grupu veidojama ļoti individuāli.

*“Problēma atkal ir tā, ka patiesā diaspora vairs nestrādā, viņi ir veci. Bet diasporas pārstāvju bērniem, mazbērniem ir pārtrūkušas saites ar latviešu kopienu, Latviju. Mani vecāki runāja latviski, svinēja latviešu svētkus, dziedāja latviešu dziesmas, cepa latviešu maizi un gatavoja citus latviešu ēdienus. Es biju pa vidu. Mani bērni, kuriem tagad ir 30 gadi, viņi ir precējušies ar amerikāņiem, viņu bērni nerunā latviski, un ir attālinājušies no visa latviskā. Es nedomāju, ka otrā vai trešā imigrantu paaudze ir tik entuziastiski par latvisko piederību. Manu vecāku paaudze piecdesmitajos, sešdesmitajos, septiņdesmitajos gados bija gatava sadarboties ar Latviju. Ja viņiem prasītu, lai kaut ko palīdz, viņi pēdējo kreklu novilktu, lai palīdzētu Latvijai. Viņi par to visu laiku domāja un runāja. Bet manu bērnu paaudzei Latvija ir interesanta vieta, ko apmeklēt vienreiz vai divreiz dzīvē. Tās ir pilnīgi citas saites”. (3. intervija).*

„Jaunās diasporas” pārstāvju attieksme pret iespējamo ekonomisko sadarbību ar Latviju ir cieši saistīta ar to, kādu iemeslu dēļ diasporas pārstāvji ir no Latvijas aizbraukuši, un kādas ir viņu emocionālās attieksmes pret Latviju un sadarbību ar valsts iestādēm. Saskaņā ar kvantitatīvo aptauju datiem (Mieriņa 2016), 81% aptaujāto diasporas uzņēmēju (no kuriem tikai 19% aptaujā pārstāv „vecu trimdu”) ir neapmierināti ar Latvijas valdības darbu, liela daļa Latvijas nodokļu sistēmu vērtē ievērojami zemāk nekā savas mītnes valsts nodokļu sistēmu (48% aptaujāto uzņēmēju pozitīvi vērtē mītnes valsts nodokļu sistēmu, 7% pozitīvi vērtē Latvijas nodokļu sistēmu. Kopumā 31% diasporas uzņēmēju uzskata Latvijas nodokļu sistēmu par ļoti sliktu, 24% – par sliktu un 20% – diezgan sliktu). Interesanti, ka padziļinātajās intervijās tieši „jaunās diasporas” pārstāvju uzņēmēju un veiksmīgu profesionāļu vidū izskanēja viedoklis, ka daļa latviešu, kas pēdējo 10 gadu laikā aizbraukuši un ir profesionāli veiksmīgi ārvalstīs, nevēlas publicitāti Latvijā: negatīvus komentārus interneta portālos, skaudīgumu par to, ka viņi ir bijuši veiksmīgi.

Padziļinātajās intervijās atklājās, ka atvērtāka un ieinteresētāka attieksme ekonomiskās sadarbības stiprināšana ir tiem profesionāļiem un uzņēmējiem, kas ir

dzimuši un uzauguši Latvijā, bet augstāko izglītību un darba pieredzi ir ieguvuši ārvalstīs, un šobrīd ir atkal atgriezušies Latvijā vai uztur ciešas saites ar Latviju.

*„Prieks ir redzēt, ka mēs esam daudzi, kas ir jau, vai nu ar pasaules redzējumu šeit, vai kas ir tiešām braukuši, pastrādājuši, brauc atpakaļ un veido šeit jaunās firmas. Manuprāt, tas ir lieliski”. (1. intervija).*

Vispārzināms fakts ir tas, ka Latvijas diaspora ir izkaisīta pa visu pasauli, un tikai dažās vietās veidojas pietiekama latviešu izcelsmes emigrantu koncentrācija, lai veidotos latviešu centri. Kvantitatīvās aptaujas dati parāda (Mieriņa 2016), ka visbiežāk savu uzņēmējdarbību uzsākt izvēlējušies Austrumeiropas (Polija, Čehija, Horvātija u.c.), NVS valstīs un Gruzijā dzīvojošie Latvijas diasporas pārstāvji, no Rietumvalstīm uzņēmējdarbību visbiežāk uzsākuši ASV dzīvojošie. To daļēji izskaidro tas, ka ASV dzīvojošie latvieši parasti šai valstī dzīvo ilgāku laiku vai pat ir dzimuši ASV. Samērā augsts uzņēmējdarbības potenciāls ir arī Ziemeļvalstīs dzīvojošajiem – 3,9% ir uzņēmēji, darba devēji. Vācijā daudzi Latvijas izcelsmes cilvēki ir pašnodarbināti (8,1%), taču viņi reti kļūst par uzņēmējiem, darba devējiem. Salīdzinoši zems uzņēmēju īpatsvars ir Īrijā, lai gan šajā valstī dzīvo liels skaits Latvijas valstspiederīgo skaits. Ļoti fragmentēta Latvijas diaspora ir arī attiecībā uz nozaru pārstāvniecību. Vairāki intervēto lielu korporāciju vadošie darbinieki intervijās ir norādījuši, ka viņu jomā viņi nezina nevienu citu latvieti, kas aktīvi darbojas un viņu profesionālos tīklus neveido latvieši.

Diasporas fragmentētības mazināšanā lielas sekmes nav arī diasporas organizācijām. Vairāki intervētie uzņēmēji pauž šaubas par to, cik lielā mērā šobrīd aktīvās diasporas organizācijas spēj iesaistīt savā darbā diasporas pārstāvjus:

*„Nav tādas koordinētas, organizētas diasporas. Realitātē tādas nav, protams, organizācijas apgalvo kaut ko citu, bet realitātē tā nav. Lielākā daļa diasporas nepiedalās šo organizāciju darbā. Es saprotu, ka Latvijas valdība mēģina kontaktēties ar, tā saucamo, latviešu diasporu, bet latviešu diaspora ir ārkārtīgi fragmentēta”. (Intervija Nr. 5)*

Intervijās netika pieminēts, bet zināms ir arī tas, ka emigranti no Latvijas bieži vien sadalās pēc etniskās pazīmes, un latviešu organizācijas ārzemēs lielākoties neapvieno tos emigrantus no Latvijas, kas neuzskata sevi par latviešiem, bet, piemēram, Latvijas krieviem.

***Ierobežots augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju skaits, kam ir potenciāls veicināt sadarbību eksporta, investīciju un inovāciju prioritārajās uzņēmējdarbības nozarēs.*** Uzņēmēju un profesionāļu vidē ir atšķirīgi viedokļi par to, cik daudz ārpus



Latvijas ir potenciālo sadarbības partneru – Latvijas izcelsmes uzņēmēju un profesionāļu. Lai gan no vienas puses, Latvijas diasporas apjoms pēdējo 10 gadu laikā ir būtiski palielinājies, ekonomiskās sadarbības potenciāls eksporta, investīciju un inovāciju veicināšanā, iespējams, nav tik liels, kā varētu domāt, aplūkojot aptauju datus, kas parāda, ka 3% Latvijas diasporas pārstāvji ir uzņēmēji, darba devēji (Mieriņa 2016).

Vairāki eksperti LIAA aktuālajos darbības virzienos un jomās atzīst, ka lielākā daļa tautiešu, kas emigrējuši pēdējo 10 gadu laikā, ir darba ņēmēji, vai arī izveidojuši pavisam nelielus uzņēmumus, piemēram, viesnīcas, frizētavas, kafējnīcas un tml.

*„Tā izaicinošākā daļa, manuprāt, ir tajā, kā izveidot to tīklu. [...] Lai arī mēs Vācijā apmeklējām dažāda veida seminārus un tīklošanās pasākumus, nevienu Latvijas uzņēmumu mēs nesatikām. To pašu es varu teikt par Angliju. It kā saka, ka latviešu Anglijā ir ļoti daudz, bet man liekas, ka tie īsti nebūs uzņēmēji, kas tur ir tik daudz, bet vienkārši strādnieki. Tā izaicinošākā daļa būtu, kā atrast tos latviešu uzņēmējus”. (Intervija Nr. 6).*

Saprotams, ka nebūt ne visi, bet tikai kāda daļa augsta līmeņa uzņēmēju un profesionāļu vēlas sadarboties ar citiem latviešiem, un tas var ļoti atšķirties dažādās nozarēs un valstīs, kur pārstāvēta Latvijas diaspora:

*„Vairāk vai mazāk jau viss grozās nevis ap to, kā to labāk organizēt, bet ap mentalitāti drīzāk – vai ir vēlēšanās pašiem satīkties un apmainīties ar padomiem. Arī šeit Norvēģijā ir bijuši mēģinājumi organizēt. LTRK bija un pāris gadus darbojās. Vēl daži mēģinājumi bija organizēt būvniekus uz kaut kādiem neformāliem pieredzes apmaiņas pasākumiem. Jāsaka, ka tā atsaucība ir diezgan vāja. Man, kas ir dzīvojis Norvēģijā, redzot, cik norvēģi čakli savstarpēji komunicē, nav pat tādas vienas atbildes”. (Intervija Nr. 8).*

**Augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju specializācijas ierobežotība.** Vairāki interviju dalībnieki uzsvēra, ka viņi labprāt sniegtu padomus vai arī sadarbotos ar Latvijas uzņēmējiem, ja vien profesionālajā jomā pārklājas intereses un viņu kā speciālistu kompetences var palīdzēt. Tātad sadarbība var veidoties tikai tad, ja profesionāļu ārzemēs ekspertīze ir tieši tajā konkrētajā nozarē, apakšnozarē, specializācijā, vai veiksmīgas sagādīšanās rezultātā kontaktu lokā ir speciālisti konkrētajā jautājumā. Diemžēl vairāki interviju dalībnieki norādīja, ka viņu pieredzē sadarbība ar latviešiem nav attīstīta, jo konkrētajā nozarē nav citu šāda līmeņa latviešu speciālistu, tāpēc viņi nereti drīzāk konsultē tos, kuri ir motivēti attīstīties konkrētajā nozarē, neatkarīgi no interesenta tautības:

*„Jebkurā biznesā cilvēkiem ir sava specializācija. Viņi nevarēs jūs konsultēt par koka tiltu celtniecību, vai par IT vai zivju produktu pārdošanu. Tas ir sarežģīti. Tas aizņem laiku un naudu atrast kontaktus, resursus, lai šīs lietas savienotu. Vēlreiz – tas prasa laiku un naudu”. (Intervija Nr. 5).*

*„Skatoties uz to kontingentu, ko es zinu no trimdas latviešiem, mēs visi kaut kā esam galīgi dažādās nozarēs. Kaut kā ir grūti atrast kaut ko, kas mūs varētu saistīt, bet varbūt mēs paši arī vainīgi esam, ka nav nekāds forums. Visi mēs skrienam kā vāveres ritenī. (Intervija Nr. 18).*

*„Tajās nozarēs, kur es esmu darbojies, kas ir galvenokārt medicīnas tehnoloģijas vai pašreiz arī tehnoloģiskie hibrīdi ar medicīnas tehnoloģijām, principā nav Latvijai tādu uzņēmumu, kuri būtu pamanāmi tajā nozarē”. (Intervija Nr. 18).*

**Augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju aizņemība.** Kopumā intervētie profesionāļi un uzņēmēji ir atsaucīgi un gatavi sadarboties, lai veicinātu Latvijas eksportu, inovāciju piesaistīšanu un inovācijas Latvijas uzņēmumos, bet viņi arī atzīst, ka brīvprātīgajām aktivitātēm daudziem no viņiem laiks ir ļoti ierobežots, un īpaši uzsver to, ka viņu paziņu vidū vadošie speciālisti ir ļoti aizņemti.

*„Visi tie, kurus es zināju, kad dzīvoju Anglijā, kuri bija vadošos amatos, mēs visi strādājām 12-14 stundas katru dienu, arī sestdienās un svētdienās. Nu tad vēl atrast laiku kaut kam citam... Ja viņš ir vadošs darbinieks, viņam 50 000 daudz neko nemaina”. (Intervija Nr. 4).*

*„Uzņēmēji ir ļoti aizņemti cilvēki. Viņi ir gadiem strādājuši, lai attīstītu savu uzņēmumu. Cilvēki ir veiksmīgi uzņēmēji tieši tādēļ, ka viņi ir investējuši savu laiku un naudu. Prasīt šādiem cilvēkiem, lai viņi konsultē... Ideja un koncepts ir labs, bet Jums ir jāsaprot, ka cilvēki ir ļoti aizņemti. Viņiem ir savi darbi”. (Intervija Nr. 5)*

Interviju dalībnieki ir arī ļoti skeptiski par to, vai šajā mērķa grupā - profesionāļi un uzņēmēji, kam ir pieredze eksporta veicināšanā, investīciju piesaistē un inovācijās, varētu būt ieinteresēti konsultēt par atlīdzību. Šāda līmeņa speciālisti sagaida, ka viņu laiku ļoti ciena un novērtē, un tādēļ viņu iesaistei jebkādās aktivitātēs ir jābūt ļoti mērķtiecīgai, fokusētai un labi sagatavotai. Konkrētāk par šo aspektu arī nākošās nodaļās.

## **2. Sadarbības tīklu ar diasporu veidošanas instrumenti: datu bāzes, tīklošanās portāli, dažādu diasporas forumu un tīkšanos organizēšana**

Jebkuras sadarbības ar diasporu vai remigrācijas programmas pamatā ir sadarbības tīklu ar diasporu veidošana. Instrumenti, kas šiem mērķiem tiek izmantoti, ir a) institūciju, institucionālo struktūru, kas nodrošina komunikāciju ar diasporu uzturēšana un stiprināšana; b) dažādu diasporas mediju vai tīklošanās portālu veidošana un uzturēšana; c) dažādu diasporas forumu vai konferenču organizēšana. Visu šo aktivitāšu mērķis ir veicināt emigrantu un viņu pēcteču piederības sajūtu diasporai.

Arī uzņēmēju, augsti kvalificētu speciālistu un zinātnieku mobilizēšanai tiek veidotas speciālas interneta platformas un dažādos veidos veicināta šo grupu tīklošanās. Daudzos gadījumos iniciatīvas ekonomiskās sadarbības veicināšanai nāk no pašas diasporas, šāda situācija vērojama arī Latvijas gadījumā.

Šī brīža situāciju ekonomikas sadarbībā ar diasporu raksturo šādas aktivitātes:

- 1) LIAA pārstāvniecību ārvalstīs sadarbība ar diasporu (LIAA pārstāvniecības ārvalstīs jau šobrīd sniedz informatīvu atbalstu par biznesa attīstīšanu konkrētajā ārvalstu tirgū, tirgus specifiku un nodrošina atbalstu eksporta veicināšanā. Pašlaik Latvijas ārējās ekonomiskās pārstāvniecības darbojas Apvienotajos Arābu Emirātos, Azerbaidžānā, Baltkrievijā, Dānijā, Francijā, Itālijā, Japānā, Kazahstānā, Krievijā, Ķīnā (Pekīnā un Šanhajā), Lielbritānijā, Lietuvā, Nīderlandē, Norvēģijā, Polijā, Singapūrā, Somijā, Ukrainā, Vācijā un Zviedrijā. LIAA cieši sadarbojas ar Latvijas Republikas Ārlietu ministriju, diplomātiem, kas atbildīgi par ekonomiskajiem jautājumiem vairāk nekā 50 valstīs).
- 2) Ārlietu ministrijas diplomātisko un konsulāro pārstāvniecību sadarbība ar diasporu, kas ietver arī ekonomiskās sadarbības aspektus, piemēram, Goda konsulu darbā;
- 3) Diasporas organizāciju globālās aktivitātes ekonomiskās sadarbības veicināšanai: piemēram, Pasaules brīvo latviešu apvienības (PBLA) organizētie Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forumi, pilotprojekts „Pasaules latviešu mentoringa programma”; Diasporas mediju, piemēram, [www.latviesi.com](http://www.latviesi.com) aicinājums reģistrēties vienotajā kontaktbiržā -

[www.latviesi.com/kontaktbirza](http://www.latviesi.com/kontaktbirza), atbilstoši profesionāļu interesēm un darbības virzieniem.

- 4) Diasporas interešu grupu lokālās aktivitātes ekonomiskās sadarbības veicināšanai, kuru aktivitātes var būt viļņveidīgas (intensīvākas un mazāk intensīvas, jo balstās uz aktīvistu iespējām un motivāciju organizēt pasākumus un tīklošanos): piemēram, „UK’s Latvian Business Network”, LinkedIn grupa „Latvian Professionals in London”, draugiem.lv grupa „Tavs bizness Norvēģijā”, Norvēģijas-Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, domubiedru grupa „Ar pasaules pieredzi Latvijā” un citas.

Turpinājumā tiks aplūkota citu valstu pieredze un interviju dalībnieku viedoklis par trīs sadarbības tīklu ar diasporu veidošanas instrumentiem, par kuriem interviju dalībnieki vēlējās izteikties un kas attiecas uz visiem darbības virzieniem (eksports, investīcijas, inovācijas), un tie ir: datu bāzes, tīklošanās portāli, dažādu diasporas forumu un tikšanos organizēšana.

### **Diasporas uzņēmēju kontaktu datu bāzes**

#### ***Diasporas uzņēmēju kontaktu datu bāzes***

*Apraksts: Diasporas uzņēmēju kontaktu datu bāžu veidošana ir nepieciešams instruments, lai veidotu jebkāda veida sadarbību ar diasporas uzņēmējiem: gan lai aicinātu uz dažādiem pasākumiem (konferencēm, semināriem), gan lai atrastu konsultantus, gan lai veicinātu viņu uzņēmējdarbību izcelsmes valstī vai piesaistītu kā investorus (Hooper & Sumption 2016; Petkevičienė 2016).*

Par brīvas pieejamības kontaktu datu bāzes veidošanu diasporas uzņēmēju un profesionāļu vidū ir atšķirīgi viedokļi. Viens no viedokļiem ir tāds, ka šāda globāla, apvienojoša uzņēmēju kontaktu datu bāze ir ļoti nepieciešama, jo šobrīd informācija par diasporas uzņēmējiem/ profesionāļiem ir izkaisīta un fragmentāra, tādēļ atrast latviešu uzņēmējus nav pārāk vienkārši:

*„Patlaban nav nekāds viegls veids, kā visi Latvijā bāzētie un arī latviešu izcelsmes uzņēmēji, biznesmeņi un pat Latvijas labvēļi var savā starpā atrast viens otru, vai iesākt vieglu komunikāciju, vai uzzināt, kas viņiem var palīdzēt dotajā situācijā vai specifiskā valstī/ teritorijā”. (Intervija Nr. 13).*

Saskaņā ar šo viedokli daudzām organizācijām ir savi kontaktu tīkli, bet būtu nepieciešams šo informāciju apvienot un izveidot vienotu kontaktu datu bāzi. Par pamatu šādai datu bāzei varētu kalpot kontakti, ko ir apzinājušas PMLA, ĀM, EM, LIAA, kā arī dažādās lokālās uzņēmēju grupas. Viens no intervijas dalībniekiem norāda, ka šādas brīvas pieejamības kontaktu datu bāzes izveide būtu jādefinē kā kādas konkrētas valsts iestādes projekts (atbildība). Vairākiem informantiem šķita, ka ir pēdējais brīdis veidot šādu datu bāzi/platformu, un kādai ietekmīgai valsts institūcijai ir jāuzņemas vadošā loma šajā procesā:

*Es domāju, ka nav pārāk grūti to izdarīt. Var sastādīt datu bāzi. Ir daudzas iestādes, kurām jau ir informācija, teiksim, e-pasta adreses. Piemēram, LIAA, PBLA, EM ir sava datu bāze. Kādam ir jāuzņemas kāds projekts un vadīt to projektu. Tagad mēs sakoposim visu to informāciju vienā datu bāzē un tad pieaicināsim klāt vēl tos, kas ir tajā datu bāzē, lai viņi arī rekomendē jeb iesaka savus paziņas jeb draugus, kolēģus, kas nav vēl tajā datu bāzē, lai viņi arī tiktu iekļauti tajā datu bāzē. Datu bāze būtu pirmā lieta, bet es esmu manījis līdz šim, ka vairākas iestādes, kas varētu uzņemties to atbildību, skatās uz nākamo un saka, kas tas jau nav īsti mūsu darbs – to būtu jādara EM vai PBLA, vai LIAA. Ne viens līdz šim, cik es zinu (varbūt es maldos), nav tieši uzņemies to atbildību, lai veiktu šo projektu, kas, man liekas, būtu ļoti, ļoti vērtīgs projekts. Praktisks projekts, kas neko lielu nemaksātu ne naudas ziņā, ne resursu ziņā. (Intervija Nr. 13).*

Cits viedoklis, ko pauž intervētie uzņēmēji, ir saistīts ar skepsi par šādas „globālas” datu bāzes izveides lietderību, norādot, ka šobrīd vispār nav problēmu atrast kādus kontaktus, ja ir tāda velēšanās:

*“Vēl vienu LinkedIn nav jēgas taisīt, lai nav vēl viens profils kaut kur jātaisa”. (Intervija Nr. 1).*

*„Manuprāt, kopš ir Facebook un sociālie tīkli, kur ir viegli atrast vienam cilvēkam otru, man nav bijusi problēma atrast kādu cilvēku, kuru es gribētu satikt vai kaut ko kopīgu veidot”. (Intervija Nr. 7).*

Izskan arī skepse par šādas globālas datu bāzes izveides nozīmi, jo kontaktu informācija mainās, un tam ir jātērē daudz resursu, lai visu laiku atjaunotu kontaktu informāciju. Vairākās intervijās tika uzsvērts, ka uzņēmēji nevēlas iesaistīties kādās formalizētās, birokrātiskās procedūrās, viņus interesē ļoti personisks kontakts, kas arī ir labi pārdomāts, sagatavots un mērķtiecīgs. Viedokļus par kontaktu datu bāzēm un profesionālajiem tīklošanas portāliem ir grūti nodalīt, jo profesionālie tīklošanas portāli parasti ietver arī kontaktu datu bāzi (brīvas, daļējas vai slēgtas pieejamības). Vairāk par citu valstu pieredzi un uzņēmēju un profesionāļu viedokļiem par profesionālajiem tīklošanas portāliem skatīt nākamajā nodaļā.

## Profesionālie tīklošanās portāli

### ***Profesionālie tīklošanās portāli, diasporas mājas lapas***

*Apraksts: Diasporas profesionālās tīklošanās portāli dod iespēju diasporas pārstāvjiem sekmīgāk atrast sadarbības partnerus un uzturēt ar tiem kontaktus, balstoties uz kopējām interesēm vai atrašanās vietu. Šādi portāli parasti tiek veidoti, vai nu balstoties uz izcelsmes valsts valdības, vai diasporas organizāciju iniciatīvas. Piemēri: Advance Australia un GlobalScot projekti, kā arī Global Lithuanian Leaders projekts, kuras ietvaros iniciatīva "Business advisors" izmanto tīklošanās iespējas, lai atrastu ekspertus, kas konsultē Lietuvas uzņēmējus par eksporta iespējām diasporas pārstāvja mītnes valstī (Aikins & White 2011; Gudelis & Klimavičiūtė 2015).*

Apzinot ārvalstu pieredzi sadarbības platformu diasporas uzņēmējiem veidošanā, jāsecina, ka Eiropā nav daudz valstu, kur šādas diasporas sadarbības platformas ir izveidotas. Zināmākie šādu sadarbības platformu piemēri ir Īrijā, Skotijā un Lietuvā. Lai bagātinātu informāciju, ir īsumā raksturotas arī uzņēmēju sadarbības platformas Austrālijā un Čīlē.

Viens no slavenākajiem diasporas uzņēmēju sadarbības tīkliem ir Skotijā izveidotais „GlobalScot”. To izveidoja 2001. gadā valsts aģentūra „Scottish Enterprise”, un tas ir daļēji noslēgts tīkls, jo mentoringa pakalpojumu sniegšanai tiek uzaicināti pieredzējuši uzņēmēji un uzaicinājumu uzņēmējiem nosūta augsti stāvoša amatpersona (Skotijas Pirmais ministrs). GlobalScot piedāvā jaunajiem uzņēmējiem mentoringa pakalpojumus, palīdz jaunajiem uzņēmējiem identificēt biznesa iespējas Skotijā, kā arī piedāvā atbalstu biznesa īstenošanā, piemēram, izstrādāt biznesa plānu un piesaistīt investīcijas. 2011. gadā GlobalScot tīklā bija iesaistīti 650 pieredzējuši skotu izcelsmes uzņēmēji, un piederība šim tīklam ir saistīta ar augstu prestižu. Katru gadu GlobalScot organizē apmēram 60 dažādus pasākumus (Hooper & Sumption 2016; Rannveig & Newland 2012).

Lietuvā katru gadu notiek Lietuviešu Ekonomikas forums, kas pulcē kopā vadošos starptautiska un vietējā līmeņa uzņēmējus no dažādām nozarēm, ir izveidots apbalvojums “Globālā Lietuva”, kā arī ir izveidots profesionālu tīkls „Global Lithuanian Leaders”. Šī iniciatīva attīstījās pēc pirmā Vispasaules Lietuviešu ekonomikas foruma 2009. gadā, un šobrīd iekļauj ap 700 dalībnieku no gandrīz 40

valstīm visā pasaulē. Iniciatīvas ietvaros tiek īstenoti projekti, kas vērsti uz talantīgu jauniešu atgriešanu mājās un atbalstu uzņēmējiem. Šīs iniciatīva ietver arī profesionāļu datu bāzes uzturēšanu un mentoringa programmu. Iniciatīvas darbību nosaka Vienošanās memorands starp valsts pārvaldes institūcijām un trīspusējais līgums starp Ārlietu ministriju, „Global Lithuanian Leaders” un Ekonomikas ministrijas pakļautības iestādi – bezpeļņas aģentūru “Enterprise Lithuania”. Programmas īstenošana tiek nodrošināta ar valsts finansējumu, NVO un iesaistīto personu līdzfinansējumu (Damušis, 2014).

Īrijā ir izveidota Īrijas tehnoloģiju līderu grupa, ko dibinājis Džons Hartnets (John Hartnett). Tās mērķis ir ASV tehnoloģisko uzņēmumu investīcijas Īrijai, lai atbalstītu globālo izaugsmi un attīstību Īrijas tehnoloģiju kompānijām. Tā ir bezpeļņas organizācija, kas bāzējas Silīcija ielejā (Silicon Valley) un dibināta 2007. gadā, domāta tehnoloģiju līderiem ar īru vai īru-amerikāņu izcelsmi. Īrijas tehnoloģiju līderu grupa ir tīkla organizācija Īrijas start-up un mazajiem uzņēmumiem, kuri vēlētos piesaistīt partnerus un finansējumu no ASV. Īrijas tehnoloģiju līderu grupā ir 1500 biedru un tā organizē vizītes, seminārus un inovāciju balvu ceremonijas. 2009. gada jūlijā Īrijas tehnoloģiju līderu grupa parakstīja transatlantisku līgumu ar Trinitijas koledžu (Trinity College Dublin) un Universitātes koledžu (University College Dublin), lai radītu jaunas uzņēmējdarbības un inovāciju iespējas Īrijas uzņēmumiem. Viens no mērķiem ir veidot riska fondu tiem uzņēmumiem, kuri darbojas šo koledžu pētniecības centra ietvaros. Riska fonds paredzēts arī tam, lai potenciālie investori ar atbalstu no Īrijas valdības varētu ieguldīt savu naudu jaunajos uzņēmumos, kam nepieciešamas investīcijas (The Irish Technology Leadership Group, 2016)

Chile Global (the Talent Network for Innovation) ir sadarbības tīkls, lai veicinātu inovācijas, jauno tehnoloģiju izmantošanu, un tas ir vērsts uz noteiktu jomu attīstību, ar ko tiek saistīta Čīles iespējamā attīstība. Šajā sadarbības tīklā ir reģistrēti apmēram 400 ietekmīgi čīlieši, kas dzīvo ASV, Kanādā, Meksikā, Brazīlijā, Argentīnā, Austrālijā, Ķīnā, Spānijā, Zviedrijā un Lielbritānijā. Sadarbības tīkls palīdz izstrādāt biznesa plānus un piesaistīt investīcijas inovāciju projektiem. Chile Global ir slēgts tīkls, kas izveidots 2005. gadā. To dibinājusi organizācija „Fundación Chile”, un tas piesaista dažādus resursus, tai skaitā finansējumu no Čīles Ārlietu ministrijas Eksporta veicināšanas aģentūras (ProChile - the Export Promotion Agency of the

Ministry of Foreign Relations)) un Čīles Ekonomiskās attīstības aģentūras (CORFO - the Chilean Economic Development Agency).

Advance Australia ir sadarbības tīkls, ko 2002. gadā izveidojusi Austrālijas centrālā valdība, kopā ar Austrālijas štatu vadību un privātajiem partneriem. Sadarbības tīkla mērķis ir veicināt biznesa saites un atgriešanos Austrālijā. Sadarbības tīkls piedāvā informāciju par repatriāciju un forumu, kurā tiek izvietota informācija par darba iespējām. Sadarbības tīklam ir arī vairāki konkrētu nozaru tīkli, piemēram, finanšu pakalpojumu sadarbības tīkls, dzīvības zinātņu un zaļo tehnoloģiju sadarbības tīkls. 2015. gadā sadarbības tīklā bija 25000 dalībnieku no 90 valstīm (Hooper & Sumption 2016).

Minētie piemēri parāda divas pieejas sadarbības tīklu izveidē – atvērtā pieeja ar plašu dalībnieku loku (Advance Australia), kur ir piedāvājums gan uzņēmējiem, gan arī darba ņēmējiem un potenciālajiem repatriantiem; un vairāk uz uzņēmējdarbību vērstā pieeja, kur mērķtiecīgi tiek piesaistīti augsta līmeņa profesionāļi sniegt mentoringa pakalpojumus jauniešiem uzņēmējiem (GlobalScot, Irish Technology Leadership Group).

Citu valstu pieredzes izpēte parāda, ka sekmīgāki ir tie sadarbības tīklu modeļi, kur dalībnieku piesaistes pamatā ir selektīvi stratēģiska pieeja, kas vērsta uz sasniegumu kvalitāti, nevis kvantitāti (Rannveig & Newland, 2012: 139). Galvenie izaicinājumi šādu platformu izveidē ir, pirmkārt, to uzturēšana ilgtermiņā, otrkārt, politiskā atbalsta nodrošināšana; treškārt, elastīgas pieejas nodrošināšana, mainoties diasporas vajadzībām.

Kā jau minēts, Latvijas izcelsmes uzņēmēju un profesionāļu vidū ir atšķirīgi viedokļi par šādas platformas izveides nepieciešamību. Tie interviju dalībnieki, kas ir skeptiski noskaņoti, norāda, ka ir jau bijuši mēģinājumi šādas platformas Latvijas diasporai izveidot. Piemēram, mājas lapas [www.laimeszeme.lv](http://www.laimeszeme.lv) sākotnējā ideja bija veidot mājas lapu, kur apvienot latviešus, kas dzīvo ārzemēs. Projekta ideja 2012. gadā bija uztaisīt portālu, kas ļautu tīkloties latviešiem visā pasaulē. Tika plānots, ka reģistrējoties, lietotājs pievienosies „kompetenču datubāzei”, lai saņemtu piedāvājumus, kas atbilst viņa kompetencēm, un informāciju par nodarbinātības jaunumiem Latvijā. Tika plānots aicināt uzņēmējus un organizācijas publiskot savas vakances ārzemēs studējušajiem, kā arī piedāvājumus, kas veicami no attāluma un



neprasa fizisku klātbūtni Latvijā<sup>1</sup>. Diemžēl šobrīd var secināt, ka šis projekts nebija veiksmīgs.

*“Jebkādu sociālo tīklošanās vietni ir ārkārtīgi grūti uzturēt. Tas noteikti, manuprāt, nav tas, ko vajadzētu darīt LIAA, jo valdības IT projekti vispār īsti nestrādā”. (Intervija Nr. 9).*

Riski, kas iezīmējas intervijās, vērtējot šādu portālu diasporas ekonomiskajai sadarbībai izveides lietderību, tiek saistīti ar to, ka, pirmkārt, šāds portāls savā veidā dublētu jau esošos tīklošanās portālus. Otrkārt, tiek atzīmēts, ka Latvijas valsts iestāžu pieredze ar interneta portālu izveidi un uzturēšanu nav bijusi pārāk veiksmīga – izstrādātie produkti ir vecmodīgi un ne pārāk funkcionāli:

*“Es teikšu tā, ka no valsts puses, manuprāt, nevajadzētu līst IT jomā pārāk, ja mēs to darām tā, kā mēs to darām šobrīd. E-veselība ir viens piemērs”. (Intervija Nr. 1).*

Jāpiemin, ka šobrīd ir arī vairākas nevalstiskas iniciatīvas, kas jau mēģina veidot šādas sadarbības platformas. Pirmkārt, jāmin, ka diasporas medijs Latviesi.com jau šobrīd cenšas nodrošināt kopienas komunikācijas platformu, lai veicinātu globāla Latvijas valsts piederīgo tīkla izveidi, un šajā platformā ir paredzētas apakšsadaļas uzņēmējiem. Otrkārt, viena no veiktajām intervijām atklāj, ka, balstoties uz interešu grupas „UK’s Latvian Business Network” iestrādēm, tiek plānots veidot portālu, kas apvienotu latviešu izcelsmes uzņēmējus visā pasaulē.

Kopumā veiktās intervijas ļauj secināt, ka līdzšinējā pieeja, kur sadarbība ar diasporas pārstāvjiem veidota, individuāli kontaktējoties ar atsevišķiem profesionāļiem vai uzņēmējiem, ir bijusi pareiza un ir turpināma, jo „no augšas” veidotai sistēmiskai pieejai, veidojot un uzturot profesionālās tīklošanās portālus, diasporas mājaslapas ekonomiskai sadarbībai un diasporas uzņēmēju datu bāzes visticamāk nebūtu gaidītā efekta. Galvenais pamatojums šim pieņēmumam ir saistīts ar diasporas profesionāļu un uzņēmēju skaitliski mazo pārstāvniecību, salīdzinot ar tādām lielām diasporām kā ebreju diaspora, indiešu diaspora vai īru diaspora:

*„Jā, citu valstu praksēs ir šīs platformas, kas strādā, bet kā tas būtu latviešiem, man ir ļoti grūti pateikt, jo mums tomēr arī ir kultūras atšķirības un mūsu nav tik daudz. Man ir ļoti grūti pat vispār prognozēt, cik daudz ir tādu uzņēmēju, kuri ir ārzemēs”. (Intervija Nr. 6).*

---

<sup>1</sup> <http://www.delfi.lv/news/national/politics/aizbraukusos-latviesus-majas-aicinas-ar-jaunu-interneta-vietni.d?id=42686398>

Vienlaikus jāuzsver, ka pozitīvi vērtējamās un atbalstāmas ir iniciatīvas, ko uzsāk paši diasporas pārstāvji. Ar šādām iniciatīvām ir nepieciešams uzturēt kontaktus, un sekot līdzi to attīstībai, izvērtējot arī iespējas tās stiprināt, lai uz to pamata veidotos noturīgākas kopienas, kas dibina, piemēram, savas nevalstiskās organizācijas, un tādējādi var kļūt par sadarbības partneri ekonomiskās sadarbības veicināšanai. Vairāki intervijas dalībnieki dalījās savā pieredzē par šādām iniciatīvām. Šeit ir apkopota informācija par tām iniciatīvām, kas ir šobrīd aktīvas, un viena tāda ir domubiedru grupa „Ar pasaules pieredzi Latvijā”. Šajā grupā ir mēģinājums apvienot trīs dažādas latviešu profesionāļu vai jauno uzņēmēju grupas: (1) tos, kas ir aizbraukuši no Latvijas uz ārzemēm mācīties, strādājuši tur, un tagad ir atgriezušies vai vēlas atgriezties Latvijā; (2) otrās un trešās paaudzes diasporas latviešus – jauniešus, kas ir pārcēlušies un Latvijā; (3) latviešu jauniešus, kam ir atvērts un globāls skatījums uz biznesa iespējām pasaulē, un kas vēlas veidot Rietuma tipa biznesa uzņēmumus:

*“Šeit ir tāda ļoti augoša grupa ar darbīgiem latviešiem, kas neskatās tikai, kā strādāt Latvijā, šajā mazajā tirgū, bet kā plesties tālāk, un nevis uz austrumiem, bet uz rietumiem”. (Intervija Nr. 1).*

Domubiedru grupas „Ar pasaules pieredzi Latvijā” darbības veids ir aizgūts no Baltijas-Amerikas Brīvības Fonda absolventu tīklošanās pasākumiem, kur cilvēki neformālā atmosfērā satiekas un stāsta par savu profesionālo pieredzi. Tā ir iespēja iepazīties ar līdzīgi domājošiem cilvēkiem, kas ir jau kaut ko savā dzīvē sasnieguši vai kuriem ir dažādas interesantas idejas, kuras attīstīt vai kuru īstenošanai meklēt sadarbības partnerus. Pirmajā domubiedru grupas „Ar pasaules pieredzi Latvijā” pasākumā Rīgā tikās 45 šādi jaunie profesionāļi vai uzņēmēji. Pētījuma veikšanas brīdī ir grūti prognozēt, cik ilgtspējīga ir šāda iniciatīva, bet jebkuras šāda veida aktivitātes ir vērtējamās pozitīvi. Iniciatīvas autora motivācija veidot domubiedru grupu ir saistīta ar vēlmi veidot profesionālus kontaktus Latvijā:

*„Vienkārši mana savtīgā interese pēc šiem 9 gadiem ārzemēs ir, ka man nav labi attīstīta profesionāļu kontakta tīkla Latvijā. Man tas pašam ir labs veids, kā iepazīties ar cilvēkiem Latvijā, bet es domāju, ka tas ir arī tāds pienesums”. (Intervija Nr. 1).*

Cits piemērs ir iniciatīva „UK’s Latvian Business Network”. Balstoties uz Facebook grupu, iniciatīva „UK’s Latvian Business Network” darbojas jau divus gadus, tās biedru skaits pārsniedz 750 dalībniekus. Reizi divos mēnešos vai biežāk interesenti tiekas lielākoties Londonā (dažreiz Latvijas vēstniecības telpās, pēdējā laikā – Daugavas Vanagu Namā), bet ir bijuši arī pasākumi ārpus Londonas, piemēram,

Liverpūlē. Sanākušie uzņēmēji un profesionāļi prezentē citiem savas aktivitātes, iepazīstas un pavada laiku ar citiem aktīviem cilvēkiem Lielbritānijā (detalizētu aprakstu par šīs iniciatīvas aktivitātēm un turpmākajiem plāniem lasīt 22. intervijas transkriptā):

*„Pirmajā gadā mēs noorganizējām, manuprāt, vairāk par 10 pasākumiem. Mums tas biedru skaits ļoti aktīvi auga, progresēja un sāka nākt un parādīties mūsu pasākumos arvien nopietnāki un nopietnāki uzņēmēji. Mūsu viesrunātāji ir patiešām ļoti, ļoti kolorīti cilvēki ar ļoti interesantām biznesa idejām, cilvēki, kuri nebaidās no izaicinājumiem, nebaidās no riskiem, dara biznesu. [...] Mums šobrīd ir izauguši apmēram vairāk nekā 750 biedru. Tūlīt mēs palaidīsim oficiālo mājas lapu”. (Intervija Nr. 22).*

„UK’s Latvian Business Network” organizētāji šobrīd veido savas iniciatīvas mājas lapu, ko plāno arī paplašināt un padarīt par globālu iniciatīvu ar nosaukumu „**Global Latvian Business Group**”:

*„Jaunā mājas lapa, ko mēs tūlīt izlaidīsim tuvāko nedēļu laikā, būs globāla platforma. Tur mēs Angliju un Anglijas biznesa networking pasākumus atstāsim kā vienu daļu no tā, ko mēs darām. [...] Mūsu grupa arī sauksies Global Latvian Business Group. Mēs šobrīd ļoti aktīvi strādājam pie tā, lai apzinātu organizācijas, kas varbūt darbojas jau kaut kur un ņemas. Mums ir ļoti liela apņēmība izveidot šādu globālu network”. (Intervija Nr. 22).*

Saskaņā ar interviju dalībnieku viedokli šādu iniciatīvu veiksmes pamatā ir tas, ka ir kāds aktīvs organizētājs, kam ir laiks un vēlēšanās šādus pasākumus organizēt. Formālu struktūru veidošana šajos gadījumos nevar aizstāt šādām aktivitātēm nepieciešamo entuziasmu:

*„Tās platformas jau ir pieejamas. Tur ne tik daudz ir stāsts par tehnisku platformu, cik daudz par to, kurš ņemas, organizē un dara, kurš griež to. [...] Tur jau ir vajadzīgs kāds aktīvs cilvēks, kas to dara, un viss. Vairāk neko tur regulēt nevar. Vienkārši radīt iespēju cilvēkiem satīties”. (Intervija Nr. 11).*

Vairāki interviju dalībnieki norāda, ka Ekonomikas ministrijai, un LIAA kā tās pakļautības iestādei, vai arī Ārlietu ministrijai un Latvijas pārstāvniecībām ārvalstīs būtu aktīvāk jāveicina ekonomiskā sadarbība ar diasporu, un būtu nepieciešams vienoties, kura no iestādēm uzņemas koordinējošo lomu:

*„Es tikai gribētu atkal uzsvērt to, ka tagad mums ir iespēja kaut ko daudz nopietnāku un konkrētāku darīt, lai iesaistītu latviešu diasporu tiešām kaut kādā proaktīvākā veidā palīdzēt attīstīt Latvijas ekonomiku un izaugsmi, bet kādam ir tiešām nopietni jāuzņemas to koordināciju. Nevar turpināties tāda situācija, ka tas kaut kādi nokrīt starp krēsliem. To īsti nedara EM, nedara ĀM, nedara LIAA, īsti nedara neviens to. Es domāju, ka ir pēdējais laiks*

*kādam uzņemties to atbildību un arī saņemt attiecīgo finansējumu un atbalstu no attiecīgām ministrijām, lai tas viss varētu daudz, daudz sekmīgāk notikt, jo savādāk mēs vēl par tām pašām lietām vēl pēc 5 gadiem runāsim. Vajadzētu jau šito, vajadzētu to, vai nebūtu labi, ja mēs varētu iesaistīt diasporu vairāk, vai nebūtu labi, ja mums būtu kāda datu bāze, vai nebūtu labi, ja mums būtu kāds forums". (Intervija Nr. 13).*

Interviju dalībnieki dalās pozitīvā pieredzē gan par gadījumiem, kur LIAA pārstāvniecības ārzemēs aktīvi darbojas eksporta veicināšanas jomā un investīciju piesaistē, gan arī par pozitīvajiem gadījumiem, kur Ārlietu ministrijas diplomāti veicina ekonomisko sadarbību. Vairākās intervijās izskan viedoklis, ka tieši LIAA pārstāvniecībām ir jāveicina latviešu uzņēmēju/ profesionāļu ārvalstīs tīklošanos un ekonomisko sadarbību:

*„LIAA pārstāvniecības jau kā reiz to tīklu varētu uzturēt. Es domāju, ka tai pārstāvniecībai [ASV] tad bez maz vai galvenā funkcija būtu izveidot un uzturēt to tīklu, un tad, ja kādam kaut ko vajag, tad viņu aizsūtītu pa to tīklu. Nu un, protams, organizēt šīs te atsevišķās tikšanās. Būt kā tādām izziņu birojam vai kā atbalsta funkcijai. Tā kā saprast, kāds ir tas minimālais komplekts, checklist, kas tam cilvēkam ir vajadzīgs, un spēt uz tiem jautājumiem atbildēt. Tāds kā advisor, kā konsultanta loma". (Intervija Nr. 11).*

Kopumā jāsecina, ka, lai mazinātu dažādu paralēlu aktivitāšu pārklāšanos, nepieciešams izvērtēt jau izveidotās sadarbības platformas un organizācijas, un ciešāk sadarboties savu mērķu īstenošanā ar tām, ja nepieciešams un iespējams, arī deleģējot noteiktas funkcijas. Ņemot vērā vairāku LIAA pārstāvniecību ārzemēs pozitīvo sniegumu, nepieciešams izvērtēt iespējas stiprināt pārstāvniecību kapacitāti, piesaistot papildu darbiniekus, kas būtu aktīvi un ieinteresēti veicināt ekonomisko sadarbību diasporas, Latvijas un ārzemju uzņēmēju starpā.

### 3. Diasporas uzņēmēju mentorings eksporta, investīciju un inovāciju jautājumos

#### *Diasporas uzņēmēju mentorings eksporta, investīciju un inovāciju jautājumos*

*Apraksts: Diasporas uzņēmēju konsultācijas tiek izmantotas, gan eksporta, gan investīciju, gan inovāciju veicināšanas jautājumos. Attiecībā uz eksportu diasporas pārstāvji var palīdzēt ar ieteikumiem par eksporta stratēģijām dažādos tirgos, var ieteikt dažādas pieejas, kā strādāt ar eksporta veicināšanu (filiāles atvēršana, tirdzniecības aģenti, sadarbība ar vietējiem uzņēmējiem utt.), kā veidot eksporta komunikācijas stratēģijas. Tāpat diasporas uzņēmēji var konsultēt par investīcijas piesaistes iespējām konkrētās nozarēs vai valstīs, un palīdzēt Latvijas uzņēmumiem meklēt sadarbības partnerus ārzemēs. Piemēram, lietuviešu profesionāli ārvalstīs konsultē Lietuvas uzņēmumus un inovatorus (sadarbībā ar Enterprise Lithuania).*

Iepriekšējā nodaļā sniegtais ieskats par sadarbības platformām diasporas iesaistīšanai izcelsmes valstu ekonomiku veicināšanā lielā mērā attiecas arī uz dažādām mentoringa programmām. Īpaši šeit jāizceļ tādas platformas kā „GlobalScot”, „Irish Technology Leadership Group”, „Global Lithuanian Leaders”, kur tiešsaistes programmas ir veidotas, lai diasporas uzņēmēji dalās savā pieredzē par uzņēmumu veidošanu un uzturēšanu, un palīdz atpazīt biznesa talantus diasporas vidū, kā arī atbalsta uzņēmējus izcelsmes valstī.

Latvijā šādas darbības šobrīd visaktīvāk veic LIAA un PBLA. LIAA jau šobrīd nodrošina informāciju un sniedz konsultācijas ārvalstīs dzīvojošajiem potenciālajiem uzņēmējiem un investoriem par iespējām uzsākt uzņēmējdarbību, pieejamām atbalsta programmām un mehānismiem. Tāpat LIAA organizē ekonomikas forumus, konferences, diskusijas Latvijā un ārvalstīs, ar ārvalstīs dzīvojošajiem latviešu uzņēmējiem, tai skaitā amatpersonu un uzņēmēju delegāciju vizīšu laikā.

Savukārt PBLA pēdējos gados ir lielu darbu ieguldījusi Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forumu organizēšanā. Pirmais „Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forums” (PLEIF) notika 2013.gada jūlijā Rīgā. Tā organizēšanā piedalījās PBLA, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera un ĀM, un tajā piedalījās 350

dalībnieki. 2015.gada vasarā notika jau otrais PLEIF, ko organizēja PBLA ar ĀM, sadarbojoties ar partneriem (LIAA, EM, Amerikas Tirdzniecības palāta Latvijā, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, Rīgas Ekonomikas augstskola un Latvijas Institūts). Forumā piedalījās vairāk nekā 200 dalībnieku no 17 valstīm. 2016. gada nogalē notika PLEIF Melnburnā, Austrālijā. Plašāka informācija par PLEIF pasākumiem atrodama <http://www.ieguldilatvija.lv>. Būtiski uzsvērt, ka 2015.gadā PLEIF ietvaros tika izveidota „Pasaules latviešu mentoringa programma” (skt. <http://2015.ieguldilatvija.lv/lv/pasaules-latviesu-mentoringa-programma/>), kuras mērķis ir veicināt zināšanu pārnēsi starp dažādu nozaru speciālistiem pasaulē un jaunajiem profesionāļiem Latvijā, un veicināt Latvijas jauno uzņēmēju un profesionāļu izaugsmi, kā pilotprojekts (Ekonomikas ministrija, 2016).

Pētījumā veiktās padziļinātās intervijas ar uzņēmējiem un profesionāļiem atklāj, ka visi intervētie eksperti kopumā pozitīvi vērtē iniciatīvu iesaistīt diasporas uzņēmējus mentorēt Latvijas uzņēmējus eksporta, investīciju un inovāciju jautājumos. Gandrīz puse no informantiem jau paši tā vai citādi ir iesaistīti šajā procesā. Viens no informantiem ir piekritis būt par mentoru Pasaules latviešu mentoru programmā, kas tiek veidota sasaistē ar PLEIF un kurā aicināti piedalīties augsti kvalificēti un panākumiem bagāti uzņēmēji un dažādu nozaru speciālisti, kuri guvuši plašu profesionālu pieredzi ārpus Latvijas. Savukārt cits informants jau tagad palīdz Latvijas uzņēmējiem, veicot goda konsula pienākumus:

*“Es kā konsuls palīdzu daudzām kompānijām no Latvijas ar informāciju par ASV, kā iekļūt ASV tirgū. Piemēram, vakar saņēmu e-pastu no kompānijas Latvijā. Viņi grib eksportēt medus ekstraktu uz šejieni, viņiem ir kaut kādas enerģijas kapsulas. Es saņēmu šādus lūgumus daudz, un tad tos nododu kādam tālāk biznesa pasaulē”. (Intervija Nr. 3).*

Vēl citi sniedz padomus individuālā kārtā, ja viņus uzrunā kāds Latvijas uzņēmējs ar konkrētu jautājumu. Atbildot uz jautājumu, vai mentoringa aktivitātes būtu vairāk jāattīsta, un kā tiek vērtēta Pasaules latviešu mentoru programma, daļa intervijas dalībnieku atzīmē, ka ļoti labi, ka Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forumu un Pasaules latviešu mentoru programmu organizē PBLA, jo pastāv viedoklis, ka tieši šai organizācijai ir vislielākais diasporas latviešu kontaktu tīkls:

*„Vēl jau ir, ko PBLA organizē – Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forums kā stāstu kopa, kas gan iedvesmo cilvēkus atgriezties, gan savienot tos, kas ir atgriezušies, ar tiem, kas vēl par to domā. Arī tā organizācijā būtu iespējama vajadzība iesaistīties diezgan intensīvi gan mārketējot, nodrošinot translāciju starptautiski, lai cilvēki varētu sekot tam, gan lai cilvēki varētu*

*atbraukt. Tas ir viens pasākums, kas, manuprāt, arī ir ļoti labi strādājis. Es atbraucu uz Latviju 2013.gada vasarā un nākamajā nedēļā bija pirmais šāds pasākums, kur es iepazinos ar Andri Bērziņu, vienu no TechHub dibinātājiem, kas man ir spējis ārkārtīgi vērtīgus padomus dot gan personīgi kā mentors, gan Edurio. Un arī virkni citu interesantu cilvēku sanāca tad iepazīt". (Intervija Nr. 9).*

*"Man liekas, ka PBLA ir kontaktu tīkls, un, ja mēs tiešām tēmējam uz trimdas latviešiem, tad viņi viņus zina". (Intervija Nr. 1).*

No otras puses, tiek atzīmēts, ka PBLA nav organizācija, kas apvieno no Latvijas nesen aizbraukušos un remigrantus. No šī viedokļa, PBLA būtu jāmaina savs tēls un aktīvāk jāsadarbības arī ar šīm divām grupām:

*"Manuprāt, tas forums ir pozitīvs tādā veidā, ka PBLA mēģina šo te lomu spēlēt – vākt Latvijā un ārzemēs darbīgos un uzņēmīgos, bet, ja es būtu pilnībā uzaudzis tikai Latvijā un ne ar ko nebūtu saskāries, tad tas pirmais tēls ir, ka tur ir tikai vairāk padzīvojuši seniori ar interesantiem akcentiem." (Intervija Nr. 1).*

Viens no riskiem šādā mentoru programmā ir nodrošināt sekmīgu koordināciju starp mentoriem un tiem, kas lūdz padomu. Būtiski, ka augsta līmeņa profesionālis diasporā sadarboties ar Latvijas uzņēmēju ir ar mieru tikai tajā gadījumā, kad viņu profesionalitātes līmenis un izpratne par biznesa īstenošanu ir līdzīga:

*"Tam cilvēkam, kas ir sava veida profesionālis un riktīgi smagi strādājis, un ir šobrīd pasaules klases korporatīvais vadītājs, viņam pretī ir jānāk tādai pašai firmai no Latvijas, lai tad, kad viņi šos cilvēkus iepazīstina ar saviem partneriem, nekad mūžā nebūtu par to kauns, lai nav tur variants, ka ir ne visai tīras biznesa prakses. Bet šobrīd tas arī ir mainījies. Ir izaugusi jaunu uzņēmēju paaudze, un ir atsijājies daudz kas. Tas varbūt ir tas brīdis, kad mēs varam šo te sākt veidot. Tie cilvēki, kas nāks, viņiem ir tāda pati domāšana. Tas nav 90. gadu kaut kāds pusnetīrs bizness." (Intervija Nr. 1).*

Sadarbības sekmēšana mentoru programmā, kā arī sadarbības uzturēšana starp Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forumiem ir tie darbības virzieni, kuros aktīvāk, saskaņā ar intervijas dalībnieku viedokli, varētu iesaistīties LIAA darbinieki. Tiek uzsvērts, ka bieži vien dažādas labas idejas, kas paustas forumos un dažādās tikšanās reizēs, netiek aktīvi īstenotas, aktivitātes paliek tikai ideju un izteikumu līmenī.

*"Latvieši ir labi runātāji publiskos pasākumos. Ikviens izvirza grandiozas idejas un paziņojumus, bet pēc tam ir klusums. Nav organizēta turpmāka ideju realizācija. Bet šie forumi ir nozīmīgi tikai tik daudz, cik pēc tiem seko arī kādas darbības. Ja gudri cilvēki sanāk kopā un saka, ka šī ir laba ideja, darīsim to, viņi šādā veidā ziedo savu laiku idejas attīstīšanai, bet viņi paši nevar šīs idejas realizēt, vai arī viņi nevar šīs idejas īstenot bez institucionāla*

*atbalsta, bet man ir iespaids, ka šāds institucionālais atbalsts nav labi izveidots. [...] Valdībai ir jānodrošina cilvēki, kas nodrošina turpinājumu. Diskusijas par stratēģiju, kā idejas īstenot. Idejas nematerializējas, ja kāds neizstrādā detaļas un neīsteno konkrētu plānu.”. (Intervija Nr. 2).*

Kopumā jāsecina, ka līdzšinējās aktivitātes uzņēmēju konsultēšanā tiek vērtētas pozitīvi, bet izskan ieteikums tās attīstīt, kā arī sekot līdzi tam, lai dažādos pasākumos izvirzītās idejas tiktu apspriestas, diskutētas un virzītās tālāk arī pēc pasākumiem.

#### **4. Diasporas pārstāvju iesaistīšana starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumos**

##### ***Diasporas pārstāvju iesaistīšana starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumos***

*Apraksts: Starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumi, ko īsteno LIAA, ir šādi: LIAA pārstāvniecību konsultācijas, eksporta semināri, nacionālie stendi, ārvalstu vizītes, tirdzniecības misijas, starpvalstu biznesa forumi, kontaktbiržas. Visos šajos pasākumos diasporas uzņēmēju pārstāvju iesaistīšana var veicināt eksporta iespēju sekmīgāku izmantošanu.*

Intervijas dalībnieki kopumā uzskata, ka diasporas pārstāvju iesaistīšana Latvijas eksporta veicināšanas pasākumos var būt vērtīga un noderīga, jo diasporas uzņēmējiem un profesionāļiem ir izpratne par mītnes valsts tirgu, iespējamo pieprasījumu un jau esošo piedāvājumu. Viņu konsultācijas sākotnējā posmā var būt noderīgas arī tādēļ, ka viņiem ir arī zināšanas par uzņēmējiem Latvijā. Vienlaikus lielākā daļa intervijas dalībnieku norāda, ka diasporas pārstāvju padomi nekādā veidā nespēs aizstāt to darbu, ko katram uzņēmumam pašam ir nepieciešams ieguldīt, lai izstrādātu eksportspējīgas preces vai pakalpojumus, iemācīties tās atraktīvi piedāvāt, un ieguldīt laiku un pūles sadarbības partneru meklēšanā:

*Tad vienīgais, ko varētu palīdzēt, ar kaut kādiem kontaktiem vai tamlīdzīgi. Es tagad bieži ceļoju uz Kanādu un Skandināviju. Nevienam jau man neko klāt nepienes. Es atrodu firmu, zvanu, sarunāju tikšanos un lidoju. Tas vēl joprojām ir visefektīvākais veids. Protams, ja tevi kāds iepazīstina, tas ir vēl labāk. (Intervija Nr. 4).*

*„Pirmkārt, jau tiem cilvēkiem, kas to mēģina darīt, ir jāsaprot, ka vienas receptes nav. Tur jau viņiem pašiem ir jāstrādā, jāpūlas. Katram jau tur sanāk*



*drusciņ citādāk. Protams, var pateikt, lai brauc uz tādām un tādām izstādēm, lai mēģina atrast tādus un tādus, izdarīt kaut kādus mājas darbu, izdarīt kaut kādu izpēti, lai saprastu vispār, kā tā nozare darbojas un kas tur ir. Vispirms jau izdomā, ko tu gribi”. (Intervija Nr. 11).*

Par starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumiem, ko īsteno LIAA (LIAA pārstāvniecību konsultācijas, eksporta semināri, nacionālie stendi, ārvalstu vizītes, tirdzniecības misijas, starpvalstu biznesa forumi, kontaktbiržas), izteikties varēja tikai daļa informantu – tie, kas kaut kādā veidā bijuši iesaistīti šajās aktivitātēs vai izmantojuši LIAA piedāvātos instrumentus. Kopumā intervijās tika atzīts, ka visos šajos pasākumos diasporas uzņēmēju pārstāvju iesaistīšana var veicināt eksporta iespēju sekmīgāku izmantošanu. Attiecībā uz konkrētu atbalsta veidu izmantošanu, vairāki informanti ļoti pozitīvi izteicās par LIAA atbalstu dalībai starptautiskās izstādēs, un arī norādīja, ka šajā ziņā Latvija ir daudzām valstīm priekšā, un citu valstu uzņēmēji ar skaudību novērtē šīs iespējas, ko piedāvā LIAA:

*„Izstādes palīdz. Tikai tev ir skaidri jāapzinās, kas ir tavs tirgus, jo teorētiski mēs varētu izstādīties Eiropā kaut kur 20 mēbeļu izstādēs, bet mēs braucam februārī tikai uz vienu Stokholmā katru gadu, tāpēc ka mēs skaidri zinām, ka tas ir mūsu mērķa tirgus, tur ir mūsu klienti”. (Intervija Nr. 4).*

*„Tas atbalsts, kas ir vērsts uz dalību starptautiskos pasākumos, eksportu un tamlīdzīgi, ir diezgan labs. Anglijā tāds nav pieejams. Tiešām tiek finansēta lielākā daļa konferenču dalības, tai skaitā ceļojuma izmaksas”. (Intervija Nr. 9).*

*„Tas ir ļoti labi, ka LIAA nodrošina iespēju piedalīties starptautiskajās profesionālajās izstādēs. Tas ir ļoti nozīmīgi. Tas tiešām ir veids, kā dibināt kontaktus ar iespējamajiem sadarbības partneriem”. (Intervija Nr. 10).*

*„[Uzņēmuma nosaukums] piedalās Amerikā kādās 15 izstādēs gadā. Katru mēnesi mēs kaut kur braucam un izstādāmies. Tas ir reāls atbalsts, tas strādā un to mēs novērtējam, un to arī citi novērtē”. (Intervija Nr. 11).*

Ja par individuālo atbalstu dalībai dažādās izstādēs un pasākumos intervētie uzņēmēji un profesionāļi izteicās ļoti atzinīgi, tad zināmu devu kritikas izpelnījās LIAA organizētie semināri un nodrošinātā iespēja uzņēmējiem piedalīties valdības ārvalstu vizītēs. Attiecībā uz LIAA semināriem tika pausts viedoklis, ka semināros sniegtā informācija ir pārāk virspusēja, jo uzņēmējiem ir nepieciešama ļoti konkrēta informācija konkrētajā nozarē: kādas ir konkrētās valsts prasības konkrētajā jomā, ko nosaka normatīvais regulējums; kādi ir konkrētās valsts nodokļi; kāda ir konkurence tirgū un nerakstītās normas vai tradīcijas attiecībā uz pakalpojuma sniegšanu vai konkrēto produktu.

*“Tie LIAA semināri, uz kuriem es esmu bijis un saskāries, ir vairāk tādi virspusēji un varbūt noderīgi tādām, kas tikai grib kaut ko darīt Norvēģijā vai ir tikko atbraucis un kaut ko sācis darīt, bet tādām, kas te jau ir bijis laiku iekšā, tā atdeve ir stipri mazāka no šiem te LIAA semināriem, jo vienkārši viņi ir virspusēji. Nav tādas strukturētas prezentācijas tikai būvniekiem nozarē”. (Intervija Nr. 8).*

*„Manuprāt, tās LIAA tirdzniecības misijas lielākai daļai mūsdienu uzņēmumu nav aktuālas. Mana hipotēze ir, ka lielākā daļa uzņēmumu brauc, lai pasocializētos ar premjeru vai kas nu tur no Latvijas brauc, nevis meklētu kādus kontaktus ārzemes”. (Intervija Nr. 9).*

Vairāki interviju dalībnieki atzīmēja, ka, viņuprāt, Latvijas uzņēmumi ne vienmēr efektīvi izmanto LIAA piedāvātās iespējas, kas saistīts ar izpratnes vai motivācijas trūkumu par to, kā veicināt savu preču vai pakalpojumu eksportu:

*„LIAA organizē parasti tos Latvijas standus. To, ko es pats redzēju pagājušajā izstādē no tiem, kas ir stendā (kādi astoņi uzņēmumi tajā kopējā stendā), ka faktiski tikai viena meitene bija ļoti nopietna, sēdēja malīnā un fokusējās pilnīgi uz klientu. Viņa bija izdarījusi mājasdarbu. Pārējie bija tādi aptuveni – mans šefs lika man atbraukt, un mēs te labāk pasēdēsim un parunāsim savstarpēji, lai klients tur pastāv. [...] Man ir grūti saprast to savā galvā (var jau būt, ka man nav taisnība), kā mēs ar tādu attieksmi varam veicināt kaut kādu eksportu!? Es nezinu”. (Intervija Nr. 8).*

*„Tiem, kas grib eksportēt, es domāju, ka tas ir ļoti labs palīgglīdzeklis, bet es tiešām gribētu redzēt vairāk no uzņēmumiem tādu nopietnu pieeju, ka mēs tiešām gribam eksportēt, ka mēs gribam to izdarīt, mēs gribam! [...] Igaunī ir stipri mums priekšā, arī lietuvieši mums ir priekšā gan apgrozījuma ziņā, gan arī servisa spektra ziņā, ko viņi piegādā. Es tagad konkrēti runāju par būvniecību. Igaunī ir nodibinājuši savu vietējo organizāciju, kas organizē stendu, kurā tiek piedāvāts komplekts. Teiksim, ja es esmu būvnieks, tad man blakus stāv inženieris, kurš jau zina būvnormatīvus. Ja klients nāk pie manis, tad uzreiz arī inženieris var pieslēgties un palīdzēt, kurš uzreiz var parādīt labāko būvnieku, kurš var uzbūvēt. Respektīvi, tur jau ir tāda sadarbība”. (Intervija Nr. 8).*

*„Ja mēs runājam Ķīnas kontekstā, tad tie [atbalsta] instrumenti ir, bet tieši tā uzņēmēju nesagatavotība ir tas, kas pārsteidz mani, ka viņi paši nav izdarījuši mājasdarbu, bet cer, ka kāds cits viņu vietā atnāks un izdarīs to melno darbu un tad viņi tikai vienreiz mēnesī atvērs bankas kontu un apskatīsies bilanci”. (Intervija Nr. 20).*

Saskaņā ar intervijas dalībnieku viedokli potenciālie riski un ierobežojumi diasporas pārstāvju iesaistei šajos pasākumos ir saistīti ar Latvijas uzņēmēju izpratnes trūkumu par nepieciešamību potenciālos eksporta tirgus vispirms izpētīt, saprast, vai tur ir potenciāls preču vai pakalpojumu noietam, vai ir pieprasījums pēc konkrētā produkta vai pakalpojuma, lai mazinātu risku, ka tiek tērēti resursi eksporta tirgum, kur

konkrētais piedāvājums nav pieprasīts. Daudziem Latvijas uzņēmējiem ir maldīgs priekšstats par noteiktu ražošanas izstrādājumu noieta iespējām un iespējamo pieprasījumu ārvalstīs.

*“Bet es pastāstīšu, kas ir grūti. Man ir daudz pieprasījumu no Latvijas, lai palīdz attīstīt biznesu tādām lietām, kam nav ekonomiskas jēgas. [...] Mums tiešām ir daudz pieprasījumu par idejām, kas šeit nevienam neliemas jēgpilnas. Man gan ir arī pieprasījumi no Latvijas firmām, kas piedāvā augsti kvalificētus pakalpojumus, piemēram, veidot mājaslapu dizainu, to Latvijā var izdarīt lētāk nekā šeit. Es zinu vairākus uzņēmumus, kas ir bijuši veiksmīgi atrast darbu šeit. Tas darbojas. Bet ar rūpniecības precēm ir grūti, jo preces ir jāved, un tās ir salīdzinoši dārgas”. (Intervija Nr. 3).*

*„Pietrūkst tās kompetences tiem interesentiem. Parasti tas, kas tur parādās, tās ir tādas vienkārša līmeņa konsultācijas. Tie ir kaut kādi mazi Latvijas uzņēmumi, kas īsti neko nezina, un viņiem gandrīz ir jāstāsta no nulles līdz 3. klases līmenim, bet tas, kas tiešām radītu pievienoto vērtību, tas jau būtu augstskolas līmeņa informācijas apmaiņa - stipri cita līmeņa informācijas apmaiņa”. (Intervija Nr. 8).*

Otrkārt, Latvijas uzņēmumu vadība ne vienmēr izprot, ka, lai attīstītu eksportu, nepieciešamas sākotnējās investīcijas, ir jāinvestē laiks un nauda, lai brauktu uz konkrētajām valstīm, tiktos ar potenciālajiem partneriem, pārliecinātu viņus par savu preci vai pakalpojumu, piedāvātu savu produkciju atraktīvā, konkrētajā valstī/ biznesa kultūrā pieņemamā veidā.

*„Es esmu pavadījis 7-8 gadus Saūda Arābijā un Bahreinā, un tas aizņem ļoti daudz laika, ļoti daudz pacietības, ļoti daudz investīciju, lai gūtu kādus panākumus”. (Intervija Nr. 5)*

Attiecībā uz eksporta veicināšanu uz Āzijas valstīm tika īpaši uzsvērts, ka Āzijas valstu gadījumā ir nepieciešams meklēt sadarbības partnerus, un šajā jomā var palīdzēt diasporas pārstāvji:

*„Viena lieta, ko mēs visiem iesakām, ja viņi grib iesākt kaut ko Āzijā darīt, ir nemēģināt iet pa tiešo paši, bet atrast pareizos partnerus. Ja var atrast tos pareizos partnerus, kas arī nav vienkārši, viņi var palīdzēt daudz veiksmīgāk visu to biznesu attīstīt, nekā kādai Latvijas firmai pašai mēģināt kaut ko darīt Taizemē, Japānā vai Singapūrā. Lai piesaistītu tos pareizos partnerus, ir arī jāpierāda, ka ir jau zināma biznesa prakse, veiksmē, ka ir jau klienti, ir jau apgrozījums un panākumi kādā citā tirgū”. (Intervija Nr. 13).*

Viens no intervijas dalībniekiem, kas pats vadījis seminārus Latvijas uzņēmējiem par eksporta pieejām Āzijas valstīs, raksturojot semināra dalībniekus, norāda:

*„Gandrīz visi no viņiem nebija gatavi (kaut arī viņiem bija tā gribēšana iesākt kādu biznesu Āzijā). Viņiem nebija resursu, kaut kas nebija vēl gatavs, nebija*

*sagatavoti. Ir viena lieta gribēt kaut ko darīt. OK, iesāksim biznesu Āzijā, Singapūrā, bet tai kompānijai ir jābūt jau eksistējošiem klientiem un produktiem, servisiem, resursiem, kas var atbalstīt visu to eksporta tirgu utt. Daudziem Latvijas uzņēmumiem diemžēl tas vēl nav, un viņi nav īsti vēl sagatavojušies, viņi īsti vēl nav gatavi kaut ko tādu darīt. Viņiem ir tā ideja un gribēšana, bet tas pārējais vēl nav”. (Intervija Nr. 13).*

Lai uzlabotu uzņēmēju sagatavotību eksporta ideju attīstīšanai, daži no interviju dalībniekiem uzsver, ka nepieciešams turpināt uzņēmējus sagatavot eksportam. Sagatavošanu var veikt kādosursos vai semināros, kuros tiek izstāstīts, kas ir tās lietas, kurām jābūt, domājot par savu preču vai pakalpojumu piedāvāšanu ārzemēs. Vairāki no informantiem jau dažādus priekšlasījumus šajā jomā ir lasījuši un ir gatavi to turpināt:

*„Vajadzētu kaut kādu apmācīšanu. Tie varētu būt kādi ļoti vienkārši kursi, kādi referāti, prezentācijas, kas palīdz uzņēmējiem saprast, ko tas nozīmē, lai būtu eksportspējīgiem, lai viņi būtu gatavi un varētu kompetentā veidā iet un mēģināt iesākt biznesu vai atrast partnerus citās valstīs – ko tas īsti nozīmē, kas viņiem būtu jādara, kādi ir tie pamatprincipi, ar ko viņiem ir jārēķinās. [...] Tas nav tik vienkārši. Ar to, ka ir gribēšana un ideja, ar to vien nepietiek. [...] Bet arī nav tik komplicēti. Tur var uztaisīt tādu kā checklist, ka ir jābūt A, B, C, D, E, F. Tur var būt 10 lietas, kas ir vajadzīgas, par kurām lietām tam uzņēmējam būtu jāpadomā, jāsaprot un jāsaprot, ka, jā, OK, mēs varam to, to un to, bet šo mēs vēl nevaram. OK, tad mums ir jākoncentrējas uz to, kamēr mēs esam gatavi”. (Intervija Nr. 13).*

Treškārt, arī ārvalstīs Latvijas uzņēmēji uz citiem latviešu uzņēmējiem bieži vien skatās kā uz konkurentiem, bet tā ir nepareiza pieeja, jo ārpus Latvijas tirgus ir ievērojami lielāks, un latviešu uzņēmēji, arī Baltijas uzņēmēji nav jāuzskata par konkurentiem, bet drīzāk par sadarbības partneriem:

*Ja mēs tiešām gribam kā uzņēmēji nopelnīt maksimāli daudz Norvēģijā, tad mums ir jāaug kopējās kompetences ziņā – kā tad to izdarīt? [...] Audzēt to kompetenci tā, lai nopelnītu. [...] Bet lielais vairums, kas ir Norvēģijā no Latvijas, viņi savā starpā nekomunicē, jo visiem liekas, ka mēs jau visu zinām, bet parasti jau tā nekad nav. Nevienam nekad nezina visu. Un ir kaut kādas tādas mazliet bailes – kā es konkurentam kaut ko teikšu, jo tagad viņš zinās arī, vai ne? Pietrūkst arī tās sapratnes, ka uzņēmumi Latvijā varbūt ir konkurenti, bet Norvēģijā Latvijas būvniecības daļa ir ļoti maza. Mums te Norvēģijā stāstīt par savstarpējo konkurenci, tas ir vairāk nekā smieklīgi. (Intervija Nr. 8).*

Intervētie uzņēmēji un profesionāļi arī norāda, ka eksporta ziņā Latviju nevar salīdzināt ar Izraēlu vai Īriju, kurām ir attīstītas ekonomiskās sadarbības ar diasporu

politikas, jo Latvijai nav iespējams ieguldīt eksporta veicināšanas pasākumos tik lielus līdzekļus:

*„Es pieņemu, ka ideja ir popularizēt Latvijas eksportu, Latvijas preces un produktus. Tās valstis, kuras Jūs minējāt, tās ir ieguldījušas miljoniem dolāru, lai attīstītu eksportu, lai varētu to izdarīt”. (Intervija Nr. 5).*

## **5. Investīcijas: investēšana Latvijas uzņēmumos, uzņēmumu dibināšana Latvijā, «Investment leads», diasporas obligācijas, diasporas investīciju fondi**

### ***Investēšana Latvijas uzņēmumos***

*Apraksts: Viens no ekonomiskās sadarbības ar diasporu veidiem ir investēšana izcelsmes valsts uzņēmumos. Citu valstu pieredze liecina, ka diasporas investori, kam ir finanšu resursi un interese tos investēt jaunās, perspektīvās biznesa idejās, ir gatavi uzņemties lielāku risku, ieguldot naudu jaunos projektos. Bieži vien investori jaunās biznesa idejās iegulda ne tikai savus finanšu līdzekļus, bet arī pieredzi biznesā, kontaktus un sakarus (Aikins & White 2011).*

### ***Uzņēmumu dibināšana Latvijā***

*Apraksts: Pētījumos par remigrāciju citās valstīs tiek identificēti dažādi atgriešanās veidi. Konservatīva atgriešanās ir tāda migranta atgriešanās, kad tā būtiski nemaina viņa situāciju sociālajā struktūrā/ nerada inovācijas sabiedrībā. Uzkrātie resursi tiek izmantoti individuālajām vai ģimenes vajadzībām bez uzsvāra uz attīstību. Savukārt, **inovatīvā atgriešanās** raksturo situāciju, kad migranti, kas atgriežas, ir gatavi izmantot iekrātos līdzekļus un zināšanas, lai uzsāktu jaunu biznesu (Cassarino 2004).*

### ***„Investment leads”***

*Apraksts: Diasporas pārstāvji var darboties kā aģenti ārvalstu tiešo investīciju piesaistei. Investoru piesaistei tiek identificēti potenciālie interesenti, kam varētu būt interese par investīciju veikšanu. Tas ir pirmais posms investīciju piesaistei, kad tiek veidoti potenciālo investoru saraksti. Šādas datu bāzes ar potenciālajiem investoriem tiek piedāvātas par maksu. Dažkārt atlīdzība tiek paredzēta tajos gadījumos, kad investora piesaiste bijusi rezultatīva.*

### **Diasporas obligācijas**

*Apraksts: Diasporas obligācijas ir diasporas pārstāvju aizdevums vērtspapīru formā, lai finansētu ilgtermiņa investīcijas izcelsmes valstī, izmantojot diasporas resursus. Pastāv viedoklis, ka diasporas pārstāvji noteiktos gadījumos ir gatavi sniegt šādu aizņēmumu par zemākiem procentiem patriotisma, piederības sajūtas izcelsmes valstij dēļ. Piemēri, kur šādas diasporas obligācijas ir izdotas, ir Indijā, Grieķijā, Filipīnās un Izraēlā. Nosacījumi diasporas obligāciju izdošanai ir liela pirmās paaudzes diasporas esamība, stabila un uzticama finanšu un tiesību sistēma izcelsmes valstī un valsts banku atbalsts diasporas obligāciju izdošanā (Aikins & White 2011; Gudelis & Klimavičiūtē 2015).*

### **Diasporas investīciju fondi**

*Apraksts: Diasporas investīciju fonds ir naudas tirgus instruments, kur fonda ieguldītāji ir diasporas pārstāvji, bet fonda izveides mērķis ir gūt peļņu no ieguldījumu vērtības pieauguma, investējot uzņēmējdarbībā. Praksē šādi diasporas investīciju fondi ir darbojušies reģionālā līmenī, nevis nacionāli. Piemērs ir Kanādas province Jaunskotija, jo tā ir iespēja investēt konkrētā teritorijā, nevis nacionālā līmenī, un to ir veicinājusi diasporas teritoriālā piederības sajūta kādai vietai (Aikins & White 2011; Gudelis & Klimavičiūtē 2015).*

Vairāki interviju dalībnieki atzīst, ka Latvijā kopumā trūkst investīciju, finansējuma dažādiem projektiem, tādēļ neieciešams piesaistīt ārējus investīciju avotus, tai skaitā ciešā sadarbībā ar latviešu izcelsmes profesionāļiem. Tomēr interviju dalībnieki ir skeptiski par to, vai latviešu diasporas pārstāvjiem ir tādi līdzekļi, lai investētu, salīdzinot ar citu valstu, piemēram, Īrijas vai Izraēlas diasporām:

*“Izraēla ir ļoti atšķirīgs gadījums. Pirmkārt, Izraēla rada produktus ar augstu pievienoto vērtību, un tiem ir ļoti labs eksporta tirgus ASV, Vācijā, Japānā un daudz kur citur. Izraēlas produkti ir ļoti kvalitatīvi. Otrkārt, izraēliešiem ir daudz naudas. Līdzekļu piesaistīšanā Losandželosā izraēlieši ziedo daudz naudas. Mēs, kad cenšamies piesaistīt līdzekļus, redzam, ka ir daudz vecāku cilvēku, kas ziedo nelielas naudas summas. Neviens neziedo miljons dolāru, kā to dara izraēlieši. Mums šeit ir divi filmu festivāli, ES un Skandināvu. Pēdējo pāris gados es maksāju par latviešu dalību festivālos. Prasot dažādām organizācijām ziedot, diasporas pārstāvjiem, neviens nevēlas ziedot naudu. Bet tie ir tikai daži tūkstoši. Bet kad izraēlieši piesaista naudas summas, tie ir pilnīgi citi apjomi. Viņi vienmēr piesaista teiksim pusmiljonu dolāru. Latviešiem vienkārši nav tādas naudas”. (Intervija Nr. 5).*

*„Atkarīgs, cik liela summa ir vajadzīga, jo par ļoti lielām summām es teiktu, ka tas tirgus ir diezgan ierobežots. Nav daudz cilvēku, kuriem tāda veida kontakti ir. Tur ir diezgan liels risks. Faktiski tas kontakts, kas man bija, viņi jau bija saņēmuši no viena amerikāņu investora diezgan lielu summu, un viņi meklēja līdzīgus no citiem latviešiem. Es pats teicu, ka es nebiju pozīcijā viņiem tieši palīdzēt. Es iedevu viņiem pāris cilvēku vārdus, kuri varētu būt, bet tad es to pārrunāju arī ar sievu. Viņa teica, ka priekš tāda veida naudas droši vien ir ļoti ierobežoti, kur tu vari griezties tieši pie latviešiem. Tas nav tā, ka te ir tūkstošiem cilvēku, kas ir tik lieli bagātnieki, ka varētu ļoti lielas summas gāzt iekšā jauniem uzņēmumiem”. (Intervija Nr. 12).*

Diasporas pārstāvju loma tādēļ drīzāk ir palīdzēt veidot kontaktus, sadarboties ar riska kapitāla fondiem un citiem finanšu avotiem. Līdz ar to drīzāk ir jāattīsta sadarbība ar diasporas pārstāvjiem investīciju piesaistīšanā („Investment leads”), nevis jādibina diasporas investīciju fondus vai jāattīsta tādu instrumentu kā diasporas obligācijas.

Diasporas pārstāvji investīciju piesaistē var palīdzēt tajos gadījumos, kad viņi paši cieši sadarbojas ar finanšu kopienu ārpus Latvijas. Tomēr intervijās tiek uzsvērts, ka sadarbību ar diasporu investīciju piesaistē ir jāuzskata par vienu no taktiskajiem paņēmieniem, un tā nevar būt galvenā investīciju piesaistīšanas stratēģija, jo nav tik daudz šādu diasporas profesionāļu, kas var palīdzēt ar investīciju piesaisti. Investīciju piesaistē kopumā ir nepieciešams domāt plašāk, un ir vairāki jautājumi, kas ir ļoti būtiski un Latvijas uzņēmējiem jāmacās: (1) kā reklamēt savu piedāvājumu, lai piesaistītu investīcijas; (2) kā pierādīt, ka biznesa idejai ir biznesa potenciāls un tā ir reālistiska. Treškārt, ir ļoti svarīgi, lai uzņēmējdarbības vide (nodokļu sistēma, tiesiskais regulējums utt.) ir tāda, ka investoram nav jautājums: “Jums ir brīnišķīga biznesa ideja, bet kāpēc Latvijā? Dibiniet savu uzņēmumu citā valstī”:

*„Arī tām firmām, kas meklē to investīciju, viņām ir jābūt kā angļiski saka – investor-ready. Viņiem ir jābūt gataviem ar savu informāciju par savu biznesu, ar savām prezentācijām, kā tas business darbojas. Viņiem ir jābūt gataviem, ieskaitot finansiālo informāciju utt., lai to varētu vislabākā veidā prezentēt potenciālajiem investoriem. Viņiem arī ir jāzina, ko investors sagaidīs no viņiem, un kā viņi var vislabāk to informāciju prezentēt jeb pasniegt potenciālajiem investoriem”. (Intervija Nr. 13).*

Interviju dalībnieki norādīja uz vairākiem ierobežojumiem, kas attiecas uz investīciju piesaisti Latvijai:

- 1) Latvija neatrodas uz investīciju kartes, tā ir pārāk maza valsts;
- 2) Latvijai nav izveidots valsts tēls, kas asociētos ar kādu konkrētu veiksmīgu zīmolu vai Latvijai raksturīgo kvalitāti;

- 3) Krāpnieciski un neveiksmīgas sadarbības piemēri attur ārvalstu uzņēmējus, tai skaitā, diasporas pārstāvjus, attīstīt savu darbību Latvijā;
- 4) Latvijas uzņēmējdarbības vide šobrīd vairākos aspektos ir mazāk konkurētspējīga, salīdzinot ar Lietuvu un Igauniju.

Turpinājumā izvērstāks skaidrojums un iespējamie risinājumi par katru no minētajiem ierobežojumiem.

**Latvija neatrodas uz investīciju kartes, tā ir pārāk maza valsts.** Liela daļa interviju dalībnieku uzsver, ka Latvija, diemžēl, nav investīcijām pievilcīgs gala mērķis, pirmkārt, tādēļ, ka Latvijas tirgus ir ļoti mazs, līdz ar to lielām, globālām kompānijām nav intereses investēt Latvijā, attīstīt tur savus uzņēmumus. Savukārt, Latvijā esošie uzņēmumi ne vienmēr prot parādīt, ka viņu ražotie produkti ir atraktīvi un nākotnē varēs nest peļņu:

*„Latvijas nelaime, kuru, diemžēl visticamāk nav iespējams mainīt, ir tas, ka tā ir ļoti maza. Es dzīvoju Rijādā, kas ir tuksneša vidū, un šeit ir 7-8 miljoni iedzīvotāju. Latvijā ir 1,5 miljons iedzīvotāju. Jebkuras ziņas par Latviju ir: tur ir problēmas, problēmas, problēmas. Pasaules mērogā Latvija ir neliela pilsēta, kas vēl arī netiek galā ar savām problēmām savā mazajā valstiņā. [..] Jābūt ir atraktīviem produktiem, kurus pārdodot, var nopelnīt naudu. Tieši tas arī tas ir – atraktīvi produkti, ar kuriem var nopelnīt naudu. Investori labprāt investē IBM vai Google, jo tad viņu investīcijas nesīs peļņu”. (Intervija Nr. 5) (Intervija Nr. 5).*

*„Ja es skatos no sava amata augstumiem šodien, tad Latvija ir ļoti maziņš tirgus. Viņa principā ir neinteresanta globālā mērogā, lai kādu tur apgrozījumu radītu, jo tirgus ir maziņš. Latvija šodien nav uz investīciju kartes vispār”. (Intervija Nr. 18).*

Saskaņā ar interviju dalībnieku viedokli, galvenie iespējamie risinājumi, lai mazinātu šo negatīvo aspektu, ir veicināt Baltijas reģiona pieeju investīciju piesaistē, kur Latvijai viena no potenciālajām priekšrocībām ir ģeogrāfiskais novietojums – atrašanās pa vidu. Tātad, domājot par Latvijas eksportu un investīciju piesaistīšanu, būtu vairāk jāstrādā sadarbībā ar Igauniju un Lietuvu, jo sadarbības potenciāls Baltijas reģionam ir lielāks nekā atsevišķi Latvijai, Lietuvai vai Igaunijai.

*“Viens no maniem ieteikumiem pavisam noteikti ir apvienoties vai vismaz cieši sadarboties ar Lietuvu un Igauniju, jo mums varbūt, esot Latvijā, liekas, ka mēs esam neatkarīga valsts, bet mēs tomēr esam ļoti mazi”. (Intervija Nr.5).*

*„Mēs arī tieši pagājušogad beigās izveidojām Baltijas riska kapitāla asociāciju tieši ar tādu domu, ka kopā mums ir vieglāk piesaistīt uzmanību, jo nav noslēpums, ka atsevišķi Eiropas investoriem mēs esam mikrovalsts*



*ekonomikas ziņā, un bieži vien mēs nenokļūstam vispār nevienā sarakstā, nerunājot nemaz par kādu vietu. Tāpēc Baltijas kā vienota reģiona marketēšana būtu saprātīga, it īpaši tāpēc, ka tagad pēc ANO publicētā saraksta mēs esam ziemeļvalstīs visas trīs. [...] Būtu jāpadomā, lai šajā kopīgajā marketingā nebūtu tā, ka ir kāds konkrēts līderis, kur daudz labāk investē nekā pārējās, jo reklamējas un marketējas kopā visi trīs, bet investīcijas beigās nonāk tikai vienā. Šajā ziņā, protams, mums ir savs mājasdarbs izdarāms, jo skaidrs, ka Igaunija izskatās labāk daudzos rādītājos. Ja mēs kaut kā izlīdzinātu, es domāju, to nodokļu un likumdošanas vidi galvenokārt ar Igauniju, jo viņi ir pievilcīgāki, un visas trīs valstis novienkāršotu kaut kādas galvenās pozīcijas, tad man ir klusa cerība, ka mēs kā tie, kas atrodas pa vidu un ar lielāku galvaspilsētu, lēnām varētu kādu virsroku gūt tajā piesaistīšanas procesā. Es personīgi esmu ļoti tāds Baltijas cilvēks". (Intervija Nr. 17).*

*„Es domāju, ka reģions makes more sense, jo tomēr mēs varam skatīties uz to kā uz tirgu, kurā dzīvo kādi 5-6 miljoni cilvēku. Tas ir daudz interesantāk. Protams, tā ģeogrāfiskā vieta ir. Baltija šodien arī mūsu Eiropas komandai ir uz kartes. Mēs esam skatījušies arī to pašu ražotni, kur viņu novietot, un nodokļu subsīdiju ziņā Latvija kā liela, spīdoša zvaigzne nav tajā triju zvaigžņu vainagā. Protams, ka kompānijas vairāk skatās uz to pašu Igauniju vai Lietuvu. Tas principā ir redzams arī ar manām ierobežotajām zināšanām par Latvijas investīciju sfēru. [...] Daudzi ir gājuši, skatījušies un mēģinājuši, un pēc tam atmetuši ar roku un aizbraukuši projām no Latvijas". (Intervija Nr. 18).*

**Latvijai nav izveidots valsts tēls, kas asociētos ar kādu konkrētu veiksmīgu zīmolu vai Latvijai raksturīgo kvalitāti.** Vairāki interviju dalībnieki runā par to, ka, salīdzinājumā ar investīcijām pievilcīgām valstīm, un arī salīdzinājumā ar Igauniju, Latvijai nav izveidojies valsts tēls, kas asociētos ar kādu konkrētu veiksmīgu zīmolu vai arī kādu īpašu kvalitāti. Vairāki informanti norāda, ka Igaunija šajā ziņā ir mazliet veiksmīgāka, jo ir izveidojusi tēlu, kas saistās ar attīstītu e-vidi un e-pakalpojumiem (piemēram, e-residency).

Interviju dalībnieki uzskata, ka Latvija kopumā nav identificējusi, ar ko tā ir īpaša un ar ko tā var sevi pozicionēt. Informanti uzskata, ka vispirms nepieciešams pašiem saprast, kas tad ir tas īpašais Latvijā, un tad to arī virzīt un reklamēt.

*„Es teiktu, valsts marketinga būtu viena no pirmajām lietām, ko vajadzētu sākt, lai mainītu šo te kopējo bildi vispār par valsti. Protams, ka joprojām pastāv uzskats, ka Baltijas valstis ir nedaudz izbijušās PSRS, kas mēs arī esam, bet mēs tomēr esam gana attīstījušies un mēs varam piedāvāt kvalitatīvus produktus, pakalpojumus. Tas uzskats mainās. Tas, ko es novēroju tieši no Skandināvijas uzņēmumiem, ir, ka, ja vēl pirms trīs gadiem uzskats bija diezgan kritisks par Latvijas uzņēmumiem, kas, piem., ražo konkrētas detaļas, un kuriem bija diezgan grūti ieiet Skandināvijas tirgū, jo tas pirmais*

*uzskats par Baltijas valstīm bija, ka ir, iespējams, apšaubāma kvalitāte un ne tas labākais, kas ir pieejams tirgū, taču pēdējo gadu laikā šis te uzskats krietni uzlabojas. Skandināvijas uzņēmumi saprot, ka Baltijas uzņēmumi spēj piedāvāt kvalitatīvas preces par diezgan konkurētspējīgu cenu. (Intervija Nr. 6).*

Balstoties uz Igaunijas piemēru, izskan arī ieteikums izmantot Igaunijas iestrādes, un sekmēt to, ka visas trīs Baltijas valstis tiek saistītas ar attīstītiem e-pakalpojumiem un vidi, kas piemērota biznesiem, kur tie būtiski, bet tas nedrīkst būt tikai teorētisks sauklis, bet arī ir jānodrošina, līdzīgi kā to dara Igaunija ar e-residency.

*„Ja Igaunija šajā ziņā Baltijas kontekstā bija tāds kā celmlauzis, kas sevi ļoti pozicionēja kā IT valsti un elektronisku valsti, kas viņiem arī tiešām ļoti veiksmīgi izdodas, tad Lietuva sekoja strauji tam, un nu jau arī Lietuvu īstenībā ļoti daudzi asociē ar IT un digitālu valsti. Mums Latvijā nav ko daudz domāt. Ir jārīkojas!”. (Intervija Nr. 6).*

Vairāki no informantiem uzskata, ka Latvijai vajadzētu popularizēt savu tēlu kā valstij, kur ir tīra vide un ekoloģiska produkcija, īpaši labi šāds mārketinga varētu strādāt Āzijas valstīs. Tomēr šī ideja būtu ļoti konsekventi tad jāprezentē visos līmeņos, pārliecinot arī Latvijas iedzīvotājus, tai skaitā, politiķus, ka tas patiešām ir mūsu dzīves veids un tas, ar ko mēs lepojamies:

*„No valstiskā viedokļa ir ļoti svarīgi konkrēti un aktīvi marketēt Latviju kā eko tūrisma vietu, kas ir super zaļa, tīra, kas, jo ilgāk iet laiks, jo kļūst arvien būtiskāk un būtiskāk, un cilvēki to vairāk novērtē. Droši vien, ka Latvijas atpazīstamību vislabāk un visvienkāršāk šobrīd ir veicināt, veicinot Latvijas valsts tēlu kā eko tūrisma gala mērķi, kā vietu, kur braukt un atpūsties vasarā, kur var redzēt zaļu zāli, zilās debesis un elpot super tīru gaisu. Šī patiesībā ir mūsu valsts lielākā vērtība. Mums tikai tas ir vairāk jāreklamē, vairāk jārāda cilvēkiem, vairāk jāizglīto. Jautājums, protams, ar kādām aktivitātēm un pasākumiem mēs to panākam, bet tas ir visvienkāršākais veids, manuprāt, kā veicināt Latvijas atpazīstamību, jo caur preču zīmēm to nevar”. (Intervija Nr. 19).*

*„Man šķiet, ka mums trūkst tāda Latvijas tēla, Latvijas pozicionējuma. Latvija Vācijā ne ar ko neasociējas. No vienas puses ir labi, var šo tēlu veidot. Jo poļiem problēma ir, ka par viņiem ir izveidojies un nostiprinājies negatīvs tēls. Un, lai gan tā sen nav taisnība, pastāv priekšstats, ka poļu produkti un pakalpojumi ir nekvalitatīvi. Par mums vispār nav nekāda priekšstata. Man šķiet, bet tas ir mans subjektīvais viedoklis, ka mums perspektīvs tēls ir viss, kas saistīts ar eko, bio. Latvijas neskartā, nepiesārņotā daba. Tā ir lieta, par ko mums jālepojas un kas ir jāuzsver. Un ar to tad sistemātiski ir jāstrādā. Nevar būt tā, ka vienu gadu dzied, bet citu gadu atkal kaut ko citu. Un te arī runa nav par tādu logo, bet kopumā Latvijas tēlu. Igauniešiem ir skype. Visi viņus asociē ar skype, IT tehnoloģijām. Ja Igaunija, tad vis būs ar e. Kas mums ir? Mums arī jāizdomā. Mums gan diemžēl tāda veiksmes stāsta īsti vēl nav. [...] Par to pašu eko – tur var nākt klajā ar saukli, ka visas preces un pakalpojumi ir ekoloģiski Latvijā, ņemot vērā videi draudzīgu pieeju. Latvijā*

*jau nav tā kā Vācijā, kur dzīvā daba vairs nav saglabājusies. Mums tieši tas ir. Mums ir jāpamato sava unikalitāte, ar ko mēs atšķiram no citiem. (Intervija Nr. 10).*

**Krāpnieciski un neveiksmīgas sadarbības piemēri attur ārvalstu uzņēmējus, tai skaitā, diasporas pārstāvjus, attūstīt savu darbību Latvijā.** Atsevišķi interviju dalībnieki runāja par to, ka Latvijas uzņēmēju tēls tiek saistīts ar krāpnieciskiem gadījumiem, kad ārvalstu sadarbības partneri tiek piemānīti un apkrāpti. Diemžēl arī viens krāpšanas gadījums izsauc plašu rezonansi ārvalstu uzņēmēju vidū, un ārvalstu vēstniecības brīdina uzņēmējus no savām valstīm uzmanīties, slēdzot darījumus ar Latvijas uzņēmējiem.

*“Ja mēs gribam, lai viņi šeit investētu un interesētos, mums vajag kaut kādu cilvēku vai departamentu, kas vismaz sniedz kaut kādu priekšstatu, ko viņi var darīt, kādas ir viņu tiesības, kā viņi ir aizsargāti un tamlīdzīgi”. (Intervija Nr. 4).*

**“Vai Latvijas diasporas pārstāvjiem ir interese investēt Latvijas uzņēmumos?”**

*Jā, bet ja tās investīcijas ir pasargātas. Ja man tagad būtu jādod pusmiljons kaut kādam džekam Latvijas uzņēmumā vai arī esošam uzņēmumam, kurš vienkārši grib attīstībai naudu, un ja es nepārņemu tā uzņēmuma kontrolpaketi, kur ir mana drošība, ka maksātnespējas administrators nebūs kārtējais reiderisms un tamlīdzīgas lietas? Ja nav nekādas drošība sajūtas, kāpēc man investēt kaut kur? Es labāk investēju Igaunijā?”. (Intervija Nr. 4).*

Domājot par uzņēmējdarbības vides uzlabošanu un veicināšanu, pastiprinātu uzmanību nepieciešams pievērst uzņēmēju, tai skaitā, ārvalstu uzņēmēju, tiesiskās aizsardzības nodrošināšanai. Lai gan tā nav LIAA kompetence, LIAA tomēr ir iespēja sekot līdzi šo jautājumu sakārtošanai atbildīgajās institūcijās un atkārtoti norādīt uz šīm problēmām.

Daļa intervijas dalībnieku vairāk vēlējās runāt vispārīgi par Latviju kā investīciju mērķi, tomēr tie, kas bija gatavi noformulēt savu viedokli tieši par latviešu diasporas pārstāvju interesi investēt Latvijas uzņēmumos, norādīja, ka tie latviešu diasporas pārstāvji, kas vēlas investēt Latvijas uzņēmumos, to jau dara pēdējos divdesmit gadus.

**Latvijas uzņēmējdarbības vide šobrīd vairākos aspektos ir mazāk konkurētspējīga, salīdzinot ar Lietuvu un Igauniju.** Lai veicinātu konkurētspēju ar Lietuvu un Igauniju, interviju dalībnieki iesaka pārņemt tās labās prakses, kas labi darbojas mūsu kaimiņvalstīs, piemēram, e-residency pieeju. Ne vienmēr pilnīgi viss attiecībā uz uzņēmējdarbības vidi šobrīd labāk darbojas kaimiņvalstīs, bet noteiktos

gadījumos un noteiktos aspektos kaimiņvalstis ir pievilcīgākas. Viens no interviju dalībniekiem raksturoja savu pieredzi, kad pirms diviem gadiem palīdzēja vienam ASV uzņēmumam pārcelt savu filiāli no Pēterburgas uz Baltiju. Pirms pieņemt lēmumu, uz kuru no Baltijas valstīm uzņēmumu pārcelt, tika salīdzinātas visas trīs Baltijas valstis un tika organizētas vizītes uz visu trīs valstu investīciju un attīstības veicināšanas iestādēm (Latvijā – uz LIAA). Salīdzinot ar kaimiņvalstīm, Latvija izrādījās visnepievilcīgākā uzņēmuma filiāles atvēršanas vieta. Šajā gadījumā Latvijā negatīvie faktori bija: 1) Latvijā nav attīstīts atbalsts augsti kvalificēta trešo valstu valstspiederīgo darba spēka piesaistei; 2) Latvija tajā brīdī nepiedāvāja nekādas atbalsta programmas uzņēmuma atvēršanai (Igaunijā bija atbalsta programma, Lietuvā – nodokļu atvieglojumi); 3) Latvijas iestāžu darbinieki bija visneieinteresētākie un pat necentās atrast iespējas, kā sekmēt uzņēmuma atvēršanu Latvija (vairāk par šo gadījumu lasīt 15. intervijas transkriptā). Jāpiebilst, ka no viena gadījuma, protams, nevar vispārināt, un viens cits informants stāstīja, ka līdzīgā salīdzinājumā Zviedrijas uzņēmums ir izvēlējis tieši Latviju savai filiālei (galvenais arguments – ģeogrāfiskais novietojums), tomēr jebkurš negatīvais stāsts ir izvērtējams, un, iespējams, ir jādomā par to, kā motivēt LIAA darbiniekus būt atsaucīgiem un piedāvāt dažādas programmas vai individuālus risinājumus uzņēmumiem, kas vēlas attīstīt savu biznesu Latvijā:

*„Ja mēs padarītu šos uzņēmumus vieglāk reģistrējamus, uzņēmumu vidē komunikācijā iekļautu angļu valodu un būtu pietiekoši vienkārša nodokļu likumdošana, jo mums tagad tā ir piņķerīga, tad es pieļauju, ka arī ārzemēs dzīvojošajiem latviešiem varētu būt interese izmantot Latvijas uzņēmumu, taisot biznesu kaut kur Rietumeiropā”. (Intervija Nr. 17).*

Cita problēma, kas tika identificēta intervijās, ir tas, ka individuāliem investoriem, kas nav profesionāli investori, bet gan profesionāļi ar uzkrājumiem un vēlas investēt savus līdzekļus, piemēram, Latvijas uzņēmumu akcijās, šīs iespējas ir ļoti ierobežotas, salīdzinot ar citām valstīm, jo Latvijā nav attīstīts akciju tirgus:

*Norvēģijā ir attīstīti akciju tirgi, un man ar šiem 10 000 eiro, negribot pirkt jaunu mašīnu, negribot sūtīt radiem Latvijā, negribot iztērēt, pirmais ceļš ir aiziet uz akciju tirgu šeit un nopirkt norvēģu uzņēmumu akcijas. Tas, ka es varētu Latvijā nopirkt kāda Latvijas uzņēmuma akcijas, ir pārāk neiespējami. Pirmkārt, tas nav reklamēts. Otrkārt, tas ir nelikvīdi pagaidām, jo tas nav reklamēts. Ir ļoti daudzi iekšējie treidingi. Respektīvi, kad kāds savējais, zinot informāciju par akcijām, ko citi nezina, ātri nopērk vai pārdod. Līdz ar to Latvijas būtiskākais finansēšanas avots bieži vien nedarbojas. (Intervija Nr. 8).*

Rezumējot šajā nodaļā izklāstīto, jāsecina, ka intervētie diasporas uzņēmēji un profesionāļi ir kritiski par diasporas pārstāvju interesi pašiem investēt kādos investīciju projektos, jo uzskata, ka diasporas vidū ir maz tādu cilvēku, kam ir brīvi līdzekļi investīcijām, savukārt, tie, kam tādi ir un ir arī interese investēt kādos projektos vai uzņēmumos, to arī dara. Līdz ar to diasporas pārstāvju loma drīzāk ir palīdzēt veidot kontaktus, sadarboties ar riska kapitāla fondiem un citiem finanšu avotiem, nevis pašiem investēt. Savukārt, investoru piesaisti Latvijai kavē tas, ka Latvija ir ļoti maza, neatrodas uz investīciju kartes, Latvijai nav izveidots valsts tēls, kas asociētos ar kādu konkrētu veiksmīgu zīmolu vai Latvijai raksturīgo kvalitāti, krāpnieciski un neveiksmīgas sadarbības piemēri attur ārvalstu uzņēmējus, tai skaitā, diasporas pārstāvjus, attīstīt savu darbību Latvijā, un Latvijas uzņēmējdarbības vide šobrīd vairākos aspektos ir mazāk konkurētspējīga, salīdzinot ar Lietuvu un Igauniju.

Lai šo situāciju mainītu galvenās ieteiktās stratēģijas ir:

- 1) Veicināt Baltijas reģiona pieeju investīciju piesaistē, kur Latvijai viena no potenciālajām priekšrocībām ir ģeogrāfiskais novietojums – atrašanās pa vidu. Investīciju piesaistīšanā, kā arī eksporta veicināšanā sadarboties ar Igauniju un Lietuvu, jo sadarbības potenciāls Baltijas reģionam ir lielāks nekā atsevišķi Latvijai, Lietuvai vai Igaunijai;
- 2) Mērķtiecīgi veidot Latvijas tēlu. Viens no ieteikumiem - popularizēt Latviju kā valsti, kur ir tīra vide un ekoloģiska produkcija, īpaši labi šāds mārketinga varētu strādāt Āzijas valstīs.
- 3) Uzlabot uzņēmējdarbības vidi Latvijā, ņemot vērā ārzemju investoru vajadzības (angļu valodas prasme atbildīgajās iestādēs, e-residency utt.).
- 4) Nodrošināt profesionālas konsultācijas par ārvalstu uzņēmēju iespējām Latvijā, pievēršot uzmanību būtiskākajām atšķirībām normatīvajā regulējumā un prasībām, kā arī tiesiskās aizsardzības nodrošināšanai.

## **6. Inovācijas: inovāciju motivācijas programmas, programmas jauno uzņēmēju atbalstam (tai skaitā, Start-up programmas, biznesa inkubatori, biznesa plānu konkursi), tehnoloģiju pārneses programmas, augsti kvalificētu speciālistu īslaicīgas atgriešanās sekmēšana**

### ***Inovāciju motivācijas programma***

*Apraksts: Inovāciju motivācijas programmas mērķis ir motivēt perspektīvu ideju autorus uzsākt uzņēmējdarbību, izstrādājot inovatīvus risinājumus un uzsākot to ražošanu. Programmas ietvaros Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA) informēs un iedrošinās, tai skaitā piešķirot godalgas dažādu konkursu laureātiem, pēc iespējas plašāku sabiedrības daļu uzsākt uzņēmējdarbību un inovāciju ieviešanu. Potenciālie ideju autori ir arī Latvijas diasporas pārstāvji.*

### ***Programmas jauno uzņēmēju atbalstam (tai skaitā, Start-up programmas, biznesa inkubatori, biznesa plānu konkursi)***

*Apraksts: Šobrīd programmās jauno uzņēmēju atbalstam (tais skaitā, Start-up programmas, biznesa inkubatori, biznesa plānu konkursi), LIAA darbinieki meklē mentorus starp vietējiem uzņēmumiem Latvijā, taču šo programmu plānots paplašināt uz ārvalstīs dzīvojošajiem latviešiem, kas varētu mentorēt vietējos uzņēmumus Latvijā. Mentorings domāts uzņēmumiem, kas ir ne vecāki par 3 gadiem, un tie tiek piesaistīti programmā caur LIAA 15 inkubatoriem, kuri tika izveidoti septembra sākumā. Mentorings paredzēts jau izveidotiem uzņēmumiem, nevis fiziskām personām, kam ir vēl tikai biznesa ideja.*

### ***Tehnoloģiju pārneses programma***

*Apraksts: Tehnoloģiju pārneses programmas mērķis ir attīstīt nepieciešamo pētniecības rezultātu komercializācijas kompetenci augstskolās un zinātniskajās institūcijās, veicināt pētniecības rezultātu komercializāciju gan Latvijā, gan ārvalstīs, tādējādi palielinot zinātnisko institūciju ienākumus no valsts finansētu pētījumu rezultātu komercializēšanas. Vienlaikus Tehnoloģiju pārneses programmas ietvaros atbalsts būs pieejams mikro, mazajiem un vidējiem komersantiem inovācijas vaučera veidā, sniedzot tiem iespēju sadarbībā ar pētniecības organizācijām attīstīt jaunus vai būtiski uzlabotus produktus vai tehnoloģijas. Šajā programmā ir iespējams aktīvāk iesaistīt arī Latvijas diasporas pārstāvjus, veidojot sadarbību ar Latvijas izcelsmes zinātniekiem vai augsta līmeņa speciālistiem ārvalstīs.*

### ***Augsti kvalificētu speciālistu īslaicīgas atgriešanās sekmēšana***

*Apraksts: Nozarēs, kur trūkst augsta līmeņa speciālisti un nepieciešama speciālista klātbūtne kādu konkrētu uzdevumu risināšanai, tiek izmantota tāda iespēja kā augsti kvalificētu speciālistu īslaicīgas atgriešanās sekmēšana no diasporas ekspertu vidus, apmaksājot speciālistu ceļa izdevumus un konsultācijas. Šāda pieeja gan lielākoties tiek izmantota, individuālā kārtā veidojot sadarbību, nevis veidojot valsts programmas, jo šādu valsts programmu veidošanai ir grūti izstrādāt universālus nosacījumus, kā arī šādas programmas dažkārt izsauc negatīvu reakciju vietējā sabiedrībā. (Newland & Plaza 2013).*

Neviens no interviju dalībniekiem neapšaubā to, ka dažādos veidos nepieciešams veicināt inovācijas Latvijā – gan inovācijas tradicionālos uzņēmumos, gan inovācijas, kas ienāk ar jaunuzņēmumiem (start-up uzņēmumiem). Visa veida programmas, kas vērstas uz inovāciju veicināšanu, tiek vērtētas kopumā pozitīvi, piekrītot, ka diasporas pārstāvji tajās var tikt iesaistīti kā mentori vai eksperti, atbilstoši konkrētajām vajadzībām un pieejamajai ekspertīzei.

Par jaunuzņēmumiem (start-up uzņēmumiem) lielākajai daļai intervēto uzņēmēju un profesionāļu ir maz informācijas. Komentārus par atbalstu jaunuzņēmumiem un iespējamo sadarbību ar tautiešiem jaunuzņēmumu programmā varēja sniegt tie uzņēmēji, kas paši ir izveidojuši savus jaunuzņēmumus vai kaut kādā veidā aktīvi ir iesaistīti šādu uzņēmumu darbībā.

Lai gan jaunuzņēmumu jomā kompetentākie interviju dalībnieki atzīmē, ka Latvija savas jaunuzņēmumu atbalsta programmas uzsāk vēlāk nekā Lietuva un Igaunija, tiek pausts viedoklis, ka šajā jomā nekas vēl nav nokavēts un Latvijas jaunuzņēmumiem ir iespējas attīstīties, īpaši tādēļ, ka Latvijā šobrīd ir izveidojusies jaunuzņēmumus atbalstoša profesionāļu vai topošo profesionāļu paaudze, kas ir ieinteresēta šo darbības virzienu attīstīt:

*„Skatoties uz Latviju, mums vēl ir izmaksu priekšrocības. Kamēr šeit visa dzīve ir lētāka, bet mums ir ļoti labs savienojums – nekas mani nekavē bāzēties Latvijā un strādāt ar ASV, jo es to tirgu pazīstu. Līdz ar to tā konkurētspēja ir, ka tu vari noālgot tiešām lieliskus programmētājus par daudz mazākām naudām. Šeit arī tas tīkls Latvijā ir tāds ļoti kompakts, kuru tiešām var labāk iepazīt nekā štos”. (Intervija Nr. 1).*

Viens no intervijas dalībniekiem pats ir saistīts ar *start-up* atbalsta programmu un LIAA reģionālo inkubatoru Siguldā, kura koordinatore viņu patīkami pārsteigusi ar to, ka piedāvā elastīgu pieeju dažādu noteikumu interpretācijā, kas uzņēmējdarbībā ir ļoti svarīgi:

*“Man ļoti patika, ka ir ļoti liela pretnāksana. Tas viss ir ļoti elastīgi pagaidām. Piemēram, reglamentā ir 5 projekti, kopā 10 darbavietas. Tātad katram projektam ir 2 darbavietas. Bet mēs tur pa darbdienu nebūsim, jo mums katram ir darbs. Mēs domājam strādāt sestdienās, bet tad mēs esam 4. To pārrunājam – jā, nekādu problēmu”. (Intervija Nr. 1).*

Riski, kas tika identificēti, domājot par diasporas iesaisti inovāciju veicināšanā, tika saistīti ar Latvijas sabiedrības aizdomīgo attieksmi pret speciālistiem ar ārvalstu izglītību un pieredzi. Speciālistus, kas izglītojušies un strādājuši ārzemēs, firmu vadītāji Latvijā uztver kā konkurentus, kas traucē strādāt ierastā veidā, un tādēļ nav gatavi pieņemt tādus darbiniekus. Viens no risinājumiem šādiem jauniem speciālistiem ir mēģināt veidot savus uzņēmumus:

*“Es esmu dzirdējis, ka daudzi, kas brauc atpakaļ, daudzas vietējās firmas baidās šos te pieredzējušos, spējīgos, uzņēmīgos ņemt, jo viņi jauc ierasto kārtību. No sērijas, kāpēc man kā priekšniekam algot kādu, kas man pārlēks un beigās izraidīs mani no darba? Man liekas, ka tā ir tā domāšana. Un tad notiek tāda stulba noslāņošanās, ka tiem, kas peras šeit pa diķīti, viss ir slikti, bet cilvēkiem, kas brauc no ārzemēm, tur nav vietas, jo tās firmas nav gatavas uzņemties un augt līdzī, lai viņas vispār tādus cilvēkus varētu piesaistīt. Tajā pašā laikā ir tie jaunie, domājošie. Tie paši, kas ir atbraukuši”. (Intervija Nr. 1).*

Pētījumā veiktās intervijas ļauj secināt, ka Latvijā ieinteresētāki jaunuzņēmumu projektos ir profesionāļi, kas ir ieguvuši izglītību ārvalstīs un pēc tam atgriezušies Latvijā, kā arī diasporas 2. un 3. paaudzes latvieši, kas ieradušies Latvijā. Izglītība un pieredze ārvalstīs ļauj savādāk skatīties uz jaunuzņēmumu darbības iespējām, un viņi vairāk ir ieinteresēti globālu ideju virzīšanā. Viena no problēmām, kas intervijās tika identificēta, ir globālu ideju trūkums:

*“Ļoti maz start-up ir ar globālu idejas potenciālu. Es uzskatu, ka veiksmes stāsta Latvijā vēl nav īsti neviena, ko mēs varētu saukt par start-up veiksmes stāstu. Ir virkne potenciālu stāstu, kas varētu kaut ko sasniegt. Protams, ka mēs kā valsts esam ļoti agrīni šajā stadijā”. (Intervija Nr. 9).*

Šīs problēmas risināšanai uzņēmējs, kas pats ir izveidojis jaunuzņēmumu, iesaka LIAA atbalstīt **hakatonu pasākumu īstenošanu**, kurā piedalītos arī latvieši, kas



studē augstskolās ārzemēs vai strādā ārzemēs. Šādu iniciatīvu ir aizsākusi Latvijas Start-up uzņēmumu asociācija “Startin.LV”, kas 2016. gada beigās organizēja hakatonu “Startup Slalom”<sup>2</sup>. Latvijā ir notikuši arī vairāki citi hakatoni<sup>3</sup>. Hakatoni ir pasākumi, kur relatīvi īsā laika periodā, visbiežāk nedēļas nogalē vai nedēļas laikā, jauni speciālisti - programmētāji, dizaineri, projektu vadītāji, mārketinga, finanšu un citi speciālisti mēģina par kādu tēmu attīstīt idejas ar starptautisku potenciālu, un tas ir veids, kā ģenerēt un izmēģināt idejas kādām projektam, piedāvājot tehnoloģiskus risinājumus:

*„Viena no lietām, kas nodrošina, ka idejas tiek pārsvērtas kaut kādos praktiskos iznākumos, ir hakatona koncepts, kur savācas cilvēki ar idejām un cilvēki ar spējām tās īstenot gan tehniski, gan dizainiski un citādi, un nedēļas nogales ietvarā cenšas uztaisīt prototipu, lai saprastu, kā viņi strādā kopā kā komanda. Savācas komandās un vienkārši iegulda savu laiku ļoti intensīvā attīstības procesā. [...] Tas, ko varētu un vajadzētu darīt hakatonos, ir veikt tiešām labu ideju atlasī. Gluži kā valsts atbalsta uzņēmumus, kas brauc uz ārzemēm, asociācija caur valsts atbalstu varētu sponsorēt idejas no ārzemēm, kas iztur atlasī. Nofinansēt viņu atbraukšanu uz šādu hakatonu, dalību un atbalstīt izveidi, ja šī ideja paceļas, jo ir daudz cilvēku ārzemēs – gan latvieši, gan nelatvieši – kas ar savu interesanto ideju būtu gatavi atbraukt uz šejieni, jo mums ir ļoti spēcīgi tehniski cilvēki, un tad nedēļas nogalē pamēģināt šādu ideju īstenot”. (Intervija Nr. 9).*

Attiecībā uz jaunuzņēmumiem labvēlīgas vides veidošanu Latvijā, intervijās izskanēja viedoklis, ka Latvijā ir nepieciešams mainīt izpratni un līdz ar to arī normatīvo regulējumu, par to, kas ir uzskatāms par Latvijas uzņēmumu. Līdzšinējā pieeja ir tāda, ka par Latvijas uzņēmumu ir uzskatāms tāds uzņēmums, kas ir reģistrēts Latvijā. Līdz ar to uz valsts atbalstu līdzfinansējumam, piemēram, Eiropas struktūrfondu projektos, uzņēmējdarbības veicināšanai var pretendēt tikai Latvijā reģistrēts uzņēmums. Vērtējot no globālās konkurences viedokļa, tā ir uzskatāma par neefektīvu pieeju, jo uzņēmums, kas vēlas darboties globāli, bieži vien tiek reģistrēts Lielbritānijā vai ASV, lai sekmīgāk piesaistītu investīcijas, vienlaikus šāds uzņēmums var reāli darboties Latvijā – piederēt Latvijas uzņēmējiem, nodarbināt Latvijas darbaspēku, uzturēt biroju Latvijā.

*“Neviens Anglijas uzņēmums vai Anglijas investors neinvestēs Latvijā reģistrētā kompānijā. Neatkarīgi no tā, cik labi vai slikti šeit ir likumi. Latvija vienkārši ir ļoti maza. Katrai investīcijai, kas tiek investēta Latvijā, viņam būtu jāizprot Latvijas likumdošana, kas ir nenormāli advokātu izdevumi utml.*

<sup>2</sup> <https://www.em.gov.lv/lv/jaunumi/12381-vel-tikai-10-dienas-lidz-startup-slalom-hakatonam>

<sup>3</sup> <http://www.izm.gov.lv/lv/aktualitates/1719-latvija-pirmo-reizi-notiks-hakatons-act-in-space>

*[..] Līdz ar to visi jaunuzņēmumi, kas piesaista investīcijas, reģistrē mātes uzņēmumus ārzemēs. Edurio, Clusterpoint tā bija Lielbritānija, Airdog, Infogram - Amerika. Visām šīm kompānijām ir vienības Latvijā, bet mātes uzņēmums ir reģistrēts ārzemēs. Pēc vecās domāšanas tas viņus diskvalificē no diezgan lielas atbalsta daļas, jo – vai tad tā ir latviešu kompānija?[..] Un te ir tā maldīgā domāšana, ka tas, ka kāds ir reģistrējies ārzemēs, nozīmē, ka viņš ir mazāk latviešu uzņēmums. Faktiski visi darbinieki ir Latvijā, visi ieņēmumi un nodokļi ir Latvijā, dibinātāji/ īpašnieki ir no Latvijas, kas nozīmē, ka šis uzņēmums veiksmīgi realizējas, un visi ienākumi paliek Latvijā. Viņš ir visos veidos Latvijas uzņēmums, izņemot pēc reģistrētās pastkastītes.” (Intervija Nr. 9).*

Konkrētais uzņēmējs iesaka izvērtēt, ka alternatīvs kritērijs, lai noteiktu, vai uzņēmums ir uzskatāms par Latvijas uzņēmumu un var pretendēt uz valsts atbalstu, ir darbinieku skaits, kas strādā Latvijā un maksā nodokļus Latvijā. Šāda pieeja tiek piemērota, piemēram, Lielbritānijā. Intervijā izskanēja arī ieteikums, ka LIAA varētu atbalstīt jaunuzņēmumus reģistrēties vietās, kas ir investoriem pievilcīgas:

*„Ļoti līdzīgs piemērs ir Amerikā. Arī Amerikā neviens neinvestēs Ziemeļkarolīnā reģistrētā kompānijā. Visas kompānijas ir reģistrētas Delavērā pēc Delavēras likumiem neatkarīgi no tā, kur viņas atrodas. Tieši tāpat, tāpēc ka tā ir likumdošana, kuru investori jau ir iepazīnuši. Tā kā LIAA varētu atbalstīt jaunuzņēmumu mātes uzņēmumu reģistrēšanu Anglijā vai Amerikā. Viņi varētu veikt sadarbību ar „UK Trade & Investment”, izstrādāt formas. Ja jums ir Latvijas uzņēmums, šis ir tas, ko jums ir jādara, lai jūs uztaisītu Anglijas uzņēmumu, nevis teikt, ka mēs jūs neatbalstīsim, ja jūs pierēģistrēsieties citur, kas īstenībā nogalina uzņēmumu, bet mēs jūs atbalstīsim un palīdzēsim to izdarīt, jo tas ir svarīgs solis. Tas ir, manuprāt, pats, pats būtiskākais, ko LIAA vajadzētu būtiski mainīt savā pieejā, lai nodrošinātu vieglāku investīciju piesaisti”. (Intervija Nr. 9).*

Vairākas pētījumā veiktās intervijas atklāj, ka tieši jaunuzņēmumiem ir potenciāls veicināt noteiktu Latvijas izcelsmes profesionāļu atgriešanos Latvijā, jo jaunuzņēmumi izstrādā jaunas idejas, kurām ir globāla nozīme un kas piesaista Latvijas izcelsmes profesionāļu interesi. Vienā no intervijām tika raksturots šāds pozitīvs remigrācijas stāsts:

*„Uzņēmums Clusterpoint. Viņi fokusējas uz datu bāzēm, kas tiek glabātas „mākoņos”. Stāsts par šo uzņēmumu ir tāds, ka tas tika izveidots Rīgā, līdz kaut kādam līmenim attīstīja savu darbību ar lielāku fokusu tieši uz ārpusi, bet tas leņķis, kas man visvairāk saista uzmanību, ir tas, ka tam kā vadītājs, ja nemaldos, ap 2013. gadu tika piesaistīts cilvēks, kurš pirms tam strādāja Google kā inženieris Čīrihē. Tas bija labs piemērs tam, ka kāds, kurš ir no Latvijas, aizbrauc prom, iegūst pieredzi globālā uzņēmumā, un tad Latvijas uzņēmums viņu piesaista atpakaļ, lai palīdzētu šim lokālajam uzņēmuma iet uz ārpusi. Tas, manuprāt, ir ļoti spēcīgs modelis, kur šie Latvijas profesionāļi*

*ārzemēs var sniegt ievērojamu devumu, iespējams kaut kādā brīdī atgriežoties atpakaļ un strādājot uzņēmumos, kas ir bāzēti pie mums. (Intervija Nr. 14).*

Citu valstu pieredzes sadarbībā ar diasporu izpēte atklāj, ka no ES valstīm Rumānijā darbojas Diasporas Start-Up programma, kas uzsākta 2016. gada rudenī. Rumānijas pilsoņi ārvalstīs var pieteikt projektu uz iespēju iegūt finansējumu un tālākajās projekta kārtās piedalīties interneta biznesa apmācību programmās. Šādā veidā tiek nodrošināti sakari starp organizācijām un profesionāļiem Rumānijā, kuri vēlētos sadarboties ar citiem rumāņiem ārvalstīs. Tas iedrošinātu rumāņus ārvalstīs nodarboties ar uzņēmējdarbību (Ministry of Foreign Affairs. Romania, 2016). Balstoties uz rumāņu pieredzi, būtu lietderīgi apsvērt to, ka arī diasporas pārstāvji tiek aktīvi aicināti piedalīties jaunuzņēmumu aktivitātēs Latvijā.

Attiecībā uz tehnoloģiju pārnesei veicināšanu, intervētie uzņēmēji atzīst, ka, viņuprāt, Latvijas augstskolu sadarbība ar uzņēmējiem eksportspējīgu produktu ražošanā varētu būt ievērojami labāka. Viens no novērojumiem šajā ziņā ir tāds, ka Latvijas zinātnieki ir iesaistīti tik daudzos dažādos blakusdarbos, haltūrās, tādēļ viņiem nav laika un intereses pievērsties nopietniem sadarbības projektiem ar uzņēmējiem. Iemesls šai situācijai gan ir meklējams kopumā nepietiekamajā zinātnes finansējumā Latvijas augstskolās, jo liela daļa augstskolu profesoru un pētnieku strādā daudzos blakus darbus tieši tādēļ, ka, strādājot vienā darbā, nav iespējams nopelnīt pienācīgu atalgojumu. Lai veicinātu izpratni par to, kā veicināt zinātnes komercializāciju un sadarbību ar uzņēmējiem, viens no interviju dalībniekiem iesaka atbalstīt augstskolu administrācijas apmācības uzņēmējdarbības un augstskolu savstarpējā sadarbībā ASV un Kanādas universitātēs:

*Cits mehānisms, ko nepieciešams attīstīt, ir uzņēmējdarbības apmācības programma Latvijas Universitātē. [...] Akadēmiskie centri kā Latvijas Universitāte ir jāpieslēdz komercijai. Ir jāaptur šī izolācija. [...] Es domāju, ka Latvijas Universitātei ir liela lomā šīs lietas attīstīšanā, bet administrācijas pārstāvjiem ir jāmācās, kā to darīt, kā notiek tehnoloģiju pārnese, paskatīties piemērus Ziemeļamerikā. [...] Jo kaujas starp universitātēm un tehnoloģijām biznesa jomā notika pirms 40-50 gadiem, un lietas jau ir sakārtojušās (ASV un Kanādā). Bet Latvijas universitātes tikai tagad sastopas ar šiem izaicinājumiem.” (Intervija Nr. 2).*

Kopumā intervētie uzņēmēji un profesionāļi atbalsta un ir gatavi iesaistīties gan Inovāciju motivācijas programmā, gan programmas jauno uzņēmēju atbalstam (tai skaitā, Start-up programmas, biznesa inkubatori, biznesa plānu konkursi), gan Tehnoloģiju pārnesei programmā, bet viņi no savas puses nevar definēt šādu

programmu nosacījumus, bet sagaida, ka sadarbības piedāvājums nāks no LIAA vai citām organizācijām, kas šādas programmas organizē. Jāpiebilst, ka katrs sadarbības piedāvājums šādās programmās ir jānoformulē ļoti konkrēti, ņemot vērā uzrunātā eksperta darbības nozari un specializāciju.

*“Es veidoju savu biznesu jau 35 gadus. Es zinu, kā tas ir jādara. Jaunam uzņēmējam tas ir noderīgi uzzināt, kā business ir jāveido, jo daudziem tiešām nav izpratnes par to vai ir nepareiza izpratne. Diasporas latvieši var palīdzēt”. [..] (Intervija Nr. 2).*

Attiecībā par tādu aktivitāti kā augsti kvalificētu speciālistu īslaicīgas atgriešanās sekmēšana, intervētie uzņēmēji izteicās maz. Interviju laikā šīs tēma arī netika mērķtiecīgi pārāk izvēsta, jo, pirmkārt, šāda veida aktivitātes ir ārpus LIAA kompetences, otrkārt, citu valstu pieredzes izpēte parāda, ka šādas programmas lielākoties ir diezgan dārgas, mazskaitlīgas un nereti tiek uzskatītas par neefektīvām, lai gan labi domātām. Viens no tādiem piemēriem ir Igaunijas programma “Talantus atpakaļ mājās!” (“Talents Back Home!”). Igaunijā 2010. gadā Igaunijas tirdzniecības un rūpniecības kamera uzsāka programmu, kas aicina jaunos speciālistus atgriezties Igaunijā. Šī programma tika finansēta galvenokārt no Eiropas Sociālā fonda līdzekļiem. Programmas mērķis bija veicināt studentu no Igaunijas, kuri studē universitātēs ārvalstīs vai ir ieguvuši zinātnisko grādu ārvalstu universitātēs, bet ir Igaunijas valstspiederīgie ar ārvalstīs iegūtu profesionālo pieredzi, atgriezties Igaunijā. Programmas ietvaros dalībniekiem tika piedāvātas nodarbinātības un pašrealizācijas iespējas privātā vai publiskā sektorā Igaunijā. Lai gan sākotnēji ieinteresētība programmā bija lielāka, nekā cerēts, un jau drīz vien 220 augsti kvalificēti igauņi no 35 valstīm bija pierēģistrējušies speciāli izveidotajā portālā ([www.talendidkoju.ee](http://www.talendidkoju.ee)), projekts tika slēgts 2012. gadā un vairs netika turpināts, jo tika secināts, ka programma nav sevi attaisnojusi, jo no kopumā apmēram 5000 igauņu studentiem 2010. gadā, kuri studēja ārvalstīs, programmai noslēdzoties 2012. gadā, tikai apmēram 20 speciālisti pēc studijām ārvalstīs bija atgriezušies Igaunijā. Arī Latvijā Valsts Kanceleja izstrādāja reemigrācijas programmu „Darbs valsts pārvaldē”, kas tika uzsākta 2015.gadā. Programmas mērķis bija sekmēt jauno speciālistu, kuri augstāko izglītību ieguvuši ārzemēs, atgriešanos Latvijā, kā arī kopumā ieinteresēt jauniešus darbam valsts pārvaldē. Programmas ietvaros 2015.gadā laika periodā no 1.jūnija līdz 31.decembrim stažējās pieci jaunieši šādās valsts pārvaldes iestādēs: Konkurences padome, Fiskālās disciplīnas padome, Valsts

administrācijas skola, Lauku atbalsta dienests un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra. Pēc programmas noslēgšanās 3 jaunieši turpina darbu valsts pārvaldē, savukārt 2 jaunieši ir uzsākuši darba gaitas privātajā sektorā. 2016. gadā stažējās 7 jaunieši, bet 2017. gadā šai programmai nav piešķirts finansējums. (Ekonomikas ministrija, 2016).

## **7. Citi jautājumi: apbalvojumi diasporas uzņēmējiem, informācijas avoti, ko izmanto diasporas uzņēmēji par Latviju**

Īpašu apbalvojumu veidošana diasporas uzņēmējiem nav aktivitāte, kas būtu pārāk veicināma, jo jau šobrīd ir daudz dažādu apbalvojumu, tai skaitā, Eksporta un inovācijas balvas, kas tiek pasniegtas katru gadu (<http://www.liaa.gov.lv/lv/eksportetajiem/eksporta-un-inovācijas-balva>), kā arī Ārlietu ministrijas Atzinības raksti, kas tiek pasniegti katru gadu 26. janvārī sakarā ar Latvijas Republikas de iure atzīšanas gadadienu un tiek pasniegti par sasniegumiem Latvijas vārda popularizēšanā pasaulē. Jaunas atzinības balvas vai nominācijas, piemēram, „Latvijas diasporas uzņēmējdarbības gada cilvēks” izveide var būt attaisnojama tikai tajā gadījumā, ja tā ir mērķtiecīgas komunikācijas ar diasporu sastāvdaļa, bet pati par sevi šāda aktivitāte nav uzskatāma par ekonomisko sadarbību veicinošu. Interviju dalībnieku vidū attiecībā uz šādām balvām izskan viedoklis, ka balvu saņemšana, protams, ir patīkama, bet svarīgāk būtu īstenot reālas aktivitātes sadarbības ar diasporu veicināšanai:

*„Tās balvas, protams, visas ir jaukas, un cilvēki jau ir priecīgi, ja viņiem pasaka paldies, ja kaut kas labs ir izdarīts, bet es domāju, ka tas noteikti nav šobrīd fokuss, jo Latvijas uzņēmumi daudz vairāk gan ārzemēs, gan Latvijā novērtētu reālu valsts atbalstu ar tām pašām ārvalstu vizītēm vai šādas te platformas izveidi – ar reālām darbībām. Balvas ir forši un skaisti, bet varbūt pēc tam. Šobrīd tas noteikti nav fokuss. Tas būtu smukām bildēm, bet tas arī viss laikam. (Intervija Nr. 6).*

Viens no interviju ar diasporas uzņēmējiem un profesionāļiem uzdevumiem bija noskaidrot, kādus informācijas kanālus izmanto uzņēmēji ārzemēs, un kā iegūst informāciju par tādiem jautājumiem kā eksports, investīcijas un inovācijas. Šeit jānorāda, ka pētījumā intervētajiem uzņēmējiem un profesionāļiem lielākoties informācijas avoti ir saistīti ar viņu profesionālajiem tīkliem, kas ir ļoti atšķirīgi un katrā nozarē specifiski. Tomēr vienojošais ir tas, ka liela daļa profesionāļu ir

izveidojuši savu profilu *LinkedIn* un izmanto *Facebook* tīklošanās iespējas. Citi plašākas pieejamības informācijas avoti, kas ir pieminēti, ir *Forbes*, *Dienas Bizness*, *Labs of Latvia* mājas lapa, kā arī latviešu ziņu portāli gan Latvijā, gan ārzemēs. Tomēr pats būtiskākais, kas secināms no intervijām ar diasporas uzņēmējiem un profesionāļiem attiecībā uz komunikāciju ar viņiem, ir tas, ka visos gadījumos veids, kā sasniegt un uzrunāt uzņēmējus ārzemēs, ir individuāla pieeja. Tas var būt gan personīgs e-pasts, gan telefona zvans, bet tam ir jābūt formulētam kā individuālam sadarbības piedāvājumam, jo uzņēmēji un profesionāļi nevēlas būt kaut kādos sarakstos („mailing listēs”), un saņemt kādu vispārīgu informāciju par kādām aktivitātēm:

*„Ir milzīga vēlme visiem latviešiem visā pasaulē kaut kādā veidā gūt saistību ar Latviju. To vēlmi nedrīkst pārāk formalizēt, jo tad tā ir sajūta, ka es iesaistos kaut kādā valdības procesā, kur ir kaut kādi ķeksīši un kaut kāda birokrātiska programma. [...] Man liekas, ka tādi cilvēki, kas dzīvo ārzemēs (es tai skaitā tai laikā, kad dzīvoju ārzemēs), daudz labprātāk palīdz un ir vēlme palīdzēt latviešiem, kas dara interesantas lietas, bet nav vēlme pierakstīties kaut kādā programmā, kur būtu kaut kāds 5 stundu mentorings kaut kādiem cilvēkiem. Gribas, lai tās būtu tā kā personīgās attiecībās balstītas saites, nevis kaut kādas formalitātes. Protams, ir ļoti grūti valdības institūcijai izveidot kaut ko, kas ir tādā veidā, kā cilvēki šobrīd vēlas komunicēt – tas ir neformāli, balstīts uz labas gribas vēlmi palīdzēt, nevis uz kaut kādām programmām. (Intervija Nr. 9).*

## Secinājumi un ieteikumi

Diasporas iesaiste izcelsmes valsts ekonomikā un zināšanu potenciāla izmantošana ir viena no tēmām, kas gūst aizvien lielāku uzmanību diasporas politikas veidošanas procesos. Daudzas valstis ir izveidojušas iniciatīvas diasporas ekonomiskās iesaistes veicināšanai, sadarbojoties ar ārlietu institūcijām vai attīstības veicināšanas institūcijām. Dažas iniciatīvas ir vērstas uz sadarbības tīklu izveidi, citas savukārt ir mērķētas uz sadarbību ar konkrētiem indivīdiem – profesionāļiem. Citu valstu pieredzes izpēte atklāj, ka tikai dažas valstis Eiropā ir izstrādājušas stratēģijas ekonomiskās sadarbības ar diasporu veicināšanā. Aktīvākās no tām ir: Īrija, Lielbritānija (konkrēti, Skotija), Izraēla, Lietuva. Atsevišķās vairāk vai mazāk veiksmīgas aktivitātes ir izvērsušas arī Igaunija, Polija, Rumānija un citas valstis. Par nozīmīgākajiem ekonomiskās iesaistes instrumentiem var uzskatīt sadarbības platformu diasporas uzņēmējiem veidošanu, kur sadarbības platformas nodrošina gan tīklošanās iespējas uzņēmējiem, gan mentoringa pakalpojumu administrēšanu, kur pieredzējuši uzņēmēji sniedz padomus jaunajiem uzņēmējiem vai uzņēmējiem, kas vēlas attīstīt eksportu vai meklē investīcijas. Būtiski uzsvērt, ka dažādām ekonomiskās sadarbības platformām ir atšķirīgas pieejas dalībnieku piesaistīšanā – dažas platformas ir brīvi pieejamas, citos gadījumos – tās ir ļoti ekskluzīvas un prestižas, kur uzaicinājumu piedalīties nosūta augsti stāvošas amatpersonas („GlobalScot”). Literatūrā par sekmīgākiem tiek uzskatīti tie sadarbības tīklu modeļi, kur dalībnieku piesaistes pamatā ir selektīvi stratēģiska pieeja, kas vērsta uz sasniegumu kvalitāti, nevis kvantitāti.

Pētījumā veiktās intervijas ar latviešu diasporas uzņēmējiem vai profesionāļiem parāda, ka uzņēmēji un profesionāļi par ekonomiskās sadarbības ar diasporu iespējām eksporta, investīciju un inovāciju jomā var izteikties tikai ļoti vispārīgi, jo kopumā viņiem trūkst informācijas par pozitīvajām ārvalstu praksēm ekonomiskajā sadarbībā ar diasporu un iespējām šādas prakses adaptēt Latvijas situācijai.

Apkopojot iegūto informāciju, balstoties uz divdesmit trīs intervijām ar latviešu diasporas uzņēmējiem vai profesionāļiem, jāsecina, ka ekonomiskās sadarbības ar diasporu potenciāls dažādu uzņēmēju vidū tiek vērtēts atšķirīgi. Daļai intervēto profesionāļu un uzņēmēju ārvalstīs pieredze un iespējas profesionāli sadarboties ar latviešiem ārvalstīs ir ļoti ierobežotas profesionālās specializācijas dēļ. Citi interviju dalībnieki norāda, ka daļa latviešu diasporas pārstāvju, īpaši tie, kas pārstāv imigrantu

otro un trešo paaudzi, ir asimilējušies vietējā sabiedrībā, un viņu interese par ekonomisko sadarbību ar Latvijas uzņēmējiem ir ievērojami mazāka. Intervijas ļauj izvirzīt pieņēmumu, ka kopumā ekonomiskās sadarbības potenciāls ir augstāks ar profesionāļiem un uzņēmējiem, kas ir dzimuši Latvijā, bet augstāko izglītību un darba pieredzi ir ieguvuši ārvalstīs. Daļa šādu profesionāļu un uzņēmēju ir saglabājuši saites ar Latviju, un viņiem ir interese sadarboties ar Latvijas uzņēmumiem vai veidot biznesu Latvijā.

Kopumā pētījums parāda, ka ekonomiskās sadarbības ar diasporu veicināšanā un potenciālajā ietekmē uz Latvijas ekonomiku ir šādi ierobežojoši aspekti. Pirmkārt, tā ir diasporas fragmentētība; otrkārt, ierobežots augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju skaits, kam ir potenciāls veicināt sadarbību eksporta, investīciju un inovāciju prioritārajās uzņēmējdarbības nozarēs; treškārt, liela daudzveidība attiecībā uz augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju specializāciju, kas samazina produktīvas savstarpējās sadarbības iespējas; ceturtkārt, sadarbības veidošanā jāņem vērā augsta līmeņa profesionāļu un uzņēmēju aizņemtība savā tiešajā darbā.

Padziļinātās intervijas ar uzņēmējiem un profesionāļiem, kas uzskatāmi par diasporas pārstāvjiem vai arī ilgāku laiku dzīvojuši emigrācijā un tagad atgriezušies Latvijā, parāda, ka komunikācija ar latviešu izcelsmes augsta līmeņa profesionāļiem var būt sekmīga tikai tad, ja tā veidota ļoti mērķtiecīgi un individuāli pieskaņojoties konkrētā profesionāla iespējām un ekspertīzes laukam. Intervētie uzņēmēji un profesionāļi ir atvērti sadarbībai, bet ļoti augstu vērtē savu laiku, un vēlas, lai viņus uzrunā individuāli, nodrošinot to, ka iesaiste jebkādās aktivitātēs ir maksimāli mērķtiecīga, fokusēta un labi sagatavota.

Intervijas ar uzņēmējiem un profesionāļiem ļauj secināt, ka līdzšinējā pieeja, kur sadarbība ar diasporas pārstāvjiem veidota, individuāli kontaktējoties ar atsevišķiem profesionāļiem vai uzņēmējiem, ir bijusi pareiza un ir turpināma, bet, iespēju robežās, to nepieciešams intensificēt un padarīt mērķtiecīgāku.

Attiecībā uz ekonomiskās sadarbības veidošanas mehānismiem eksporta jomā pētījums ļauj secināt, ka līdzšinējās LIAA aktivitātes (LIAA pārstāvniecību konsultācijas, eksporta semināri, nacionālie stendi, ārvalstu vizītes, tirdzniecības misijas, starpvalstu biznesa forumi, kontaktbiržas) kopumā nodrošina labu atbalstu uzņēmējiem, kas plāno attīstīt eksporta aktivitātes. Lai sekmētu eksporta attīstību nepieciešams: 1) turpināt konsultēt uzņēmējus par to, kas ir nepieciešams, lai uzņēmuma piedāvātās preces vai pakalpojumus varētu sekmīgi pārdot eksporttirgos,



lai veicinātu izpratni par to, ka eksporta attīstīšana prasa investīcijas (izpētei par preču/ pakalpojumu piedāvājumu/ pieprasījumu konkrētā valstī vai reģionā; partneru meklēšanai), un ka savas preces un pakalpojumi ir jāpiedāvā atraktīvā, konkrētajā valstī/ biznesa kultūrā pieņemamā veidā; 2) turpināt aktīvi iesaistīt diasporas uzņēmēju pārstāvjus konsultēšanā par eksporta iespēju sekmīgāku izmantošanu.

Pētījums parāda, ka latviešu diasporas atbalsts investīciju piesaistīšanā drīzāk ir saistāms ar konsultācijām par investīciju piesaistīšanu, nevis tiešām investīcijām. Tādēļ tādi investīciju piesaistes instrumenti kā diasporas investīciju fondi vai diasporas obligācijas Latvijai nav piemēroti. Galvenie ierobežojošie faktori investīciju piesaistē ir tas, ka (1) Latvija neatrodas uz investīciju kartes, tā ir pārāk maza valsts; (2) Latvijai nav izveidots valsts tēls, kas asociētos ar kādu konkrētu veiksmīgu zīmolu vai Latvijai raksturīgo kvalitāti; (3) Krāpnieciski un neveiksmīgas sadarbības piemēri attur ārvalstu uzņēmējus, tai skaitā, diasporas pārstāvjus, attīstīt savu darbību Latvijā; (4) Latvijas uzņēmējdarbības vide šobrīd vairākos aspektos ir mazāk konkurētspējīga, salīdzinot ar Lietuvu un Igauniju.

Attiecībā uz uzņēmējdarbības veicināšanu un inovāciju atbalstīšanu Latvijā intervētie uzņēmēji un profesionāļi atbalsta un ir gatavi iesaistīties gan Inovāciju motivācijas programmā, gan programmas jauno uzņēmēju atbalstam (tai skaitā, Start-up programmas, biznesa inkubatori, biznesa plānu konkursi), gan Tehnoloģiju pārnesei programmā, bet viņi sagaida, ka sadarbības piedāvājums nāks no LIAA vai citām organizācijām, kas šādas programmas organizē.

Pētījuma rezultātos balstīti ieteikumi LIAA stratēģijas ekonomiskai sadarbībai izstrādē:

### **Diasporas uzņēmēju datu bāzes**

Atbalstāma un intensificējama ir LIAA līdzšinējā pieeja, kur sadarbība ar diasporas pārstāvjiem veidota, individuāli kontaktējoties ar atsevišķiem profesionāļiem vai uzņēmējiem, uzrunājot viņus piedalīties konkrētos pasākumos (semināros, forumos, konsultācijās, publicitātes pasākumos utt.). Sadarbības nodrošināšanā LIAA ir nepieciešams veidot savu kontaktu datu bāzi, kas pamatā varētu balstīties uz līdzšinējiem pozitīvajiem kontaktiem, tai skaitā, LIAA pārstāvniecībās ārzemēs, bet varētu tikt papildināta, sadarbojoties ar ĀM, PBLA, ELA un citām aktīvām lokālām diasporas organizācijām un interešu grupām.

### **Profesionālie tīklošanās portāli, diasporas mājas lapas**

Lai mazinātu dažādu paralēlu aktivitāšu pārklāšanos, nepieciešams izvērtēt jau izveidotās sadarbības platformas un organizācijas, un ciešāk sadarbīties savu mērķu īstenošanā ar tām, ja nepieciešams un iespējams, arī deleģējot noteiktas funkcijas. Zināmākie pozitīvas sadarbības piemēri ar attīstības potenciālu: (1) PBLA organizētais Pasaules latviešu ekonomikas un inovāciju forums (PLEIF), un ar to saistītais pilotprojekts; (2) „UK’s Latvian Business Network” aktivitātes un plānotā globālā iniciatīva ar nosaukumu „Global Latvian Business Group”; (3) Domubiedru grupa „Ar pasaules pieredzi Latvijā”, Latvijas Start-up uzņēmumu asociācijas “Startin.LV” pasākumi, Startup Wise Guys pasākumi un citi. Apzināt un atbalstīt dažādu lokālu uzņēmēju un augsta līmeņa profesionāļu tīklošanos, apzināt viņu vajadzības un veidot sadarbību ar šiem sadarbības tīkliem.

### **Diasporas uzņēmēju mentorings eksporta, investīciju un inovāciju jautājumos**

Aktīvāk izmantot diasporas pārstāvju gatavību sadarbīties, lai konsultētu eksporta, investīciju un inovāciju jautājumos. Paredzēt, ka dažādās LIAA programmās kā horizontāla aktivitāte tiek izvērtēts un apzināts, vai nav iespējams iesaistīt diasporas pārstāvjus (ir apzināti diasporas pārstāvju ar noteiktu specializāciju/ pieredzi). Nodrošināt, lai sadarbības piedāvājumi ir konkrēti un konkrētajam uzņēmējam/ profesionāla pieredzei un ekspertīzei atbilstoši.

Sekmēt LIAA darbinieku gan Rīgā, gan reģionos, bet īpaši pārstāvniecībās ārvalstīs informētību par diasporas uzņēmējiem un uzņēmumiem, lai LIAA darbinieki spētu iesaistīt diasporas uzņēmējus un profesionāļus LIAA programmās.

### **Diasporas pārstāvju iesaistīšana starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumos**

Turpināt nodrošināt starptautiskās sadarbības un eksporta veicināšanas pasākumus (LIAA pārstāvniecību konsultācijas, eksporta semināri, nacionālie stendi, ārvalstu vizītes, tirdzniecības misijas, starpvalstu biznesa forumi, kontaktbiržas), iesaistot tajos diasporas uzņēmēju un profesionāļu pārstāvjus.

Turpināt nodrošināt eksporta seminārus Latvijas uzņēmējiem, kuros tiek stāstīts par nepieciešamību izpētīt potenciālos eksporta tirgus, izvērtējot, vai tur ir potenciāls preču vai pakalpojumu noietam, vai ir pieprasījums pēc konkrētā produkta vai

pakalpojuma, lai mazinātu risku, ka tiek tērēti uzņēmumu resursi eksporta tirgum, kur konkrētais piedāvājums nav pieprasīts, konsultācijās palīdzēt Latvijas uzņēmējiem sagatavot atraktīvu un konkurētspējīgu eksporta piedāvājumu.

### **Diasporas pārstāvju iesaistīšana investīciju piesaistīšanā**

Veicināt Baltijas reģiona pieeju investīciju piesaistē, kur Latvijai viena no potenciālajām priekšrocībām ir ģeogrāfiskais novietojums – atrašanās pa vidu. Investīciju piesaistīšanā, kā arī eksporta veicināšanā sadarboties ar Igauniju un Lietuvu, jo sadarbības potenciāls Baltijas reģionam ir lielāks nekā atsevišķi Latvijai, Lietuvai vai Igaunijai;

Mērķtiecīgi veidot Latvijas tēlu, popularizējot Latviju kā valsti, kur ir tīra vide un ekoloģiska produkcija.

Uzlabot uzņēmējdarbības vidi Latvijā, ņemot vērā ārzemju investoru vajadzības (angļu valodas prasme atbildīgajās iestādēs, e-residency utt.).

Nodrošināt profesionālas konsultācijas par ārvalstu investoru un uzņēmēju iespējām Latvijā, pievēršot uzmanību būtiskākajām atšķirībām normatīvajā regulējumā un prasībām, tiesiskās aizsardzības nodrošināšanai, pieejamajiem atbalsta mehānismiem uzņēmējdarbībā un citiem uzņēmējiem aktuāliem jautājumiem.

### **Diasporas pārstāvju iesaistīšana uzņēmējdarbības un inovāciju veicināšanā**

Atbalstīt hakatonu pasākumu īstenošanu, kurā piedalītos arī latvieši, kas studē augstskolās ārzemēs vai strādā ārzemēs (piemēram, atbalsts viņu ceļa izdevumiem). Izvērtēt iespēju mainīt izpratni un līdz ar to arī normatīvo regulējumu, par to, kas ir uzskatāms par Latvijas uzņēmumu. Līdzšinējā pieeja ir tāda, ka par Latvijas uzņēmumu ir izskatāms tāds uzņēmums, kas ir reģistrēts Latvijā. Līdz ar to uz valsts atbalstu līdzfinansējumam, piemēram, Eiropas struktūrfondu projektos, uzņēmējdarbības veicināšanai var pretendēt tikai Latvijā reģistrēts uzņēmums, bet tas samazina šo uzņēmumu iespējas piesaistīt ārvalstu investīcijas. Organizēt diskusiju par alternatīviem kritērijiem, lai noteiktu, vai uzņēmums ir uzskatāms par Latvijas uzņēmumu un var pretendēt uz valsts atbalstu (piemēram, darbinieku skaits, kas strādā Latvijā un maksā nodokļus Latvijā).

## Interviju dalībnieku saraksts

| Nr. | Vārds, uzvārds          | Valsts                           | Nozare                                                          | Uzņēmuma lielums                  |
|-----|-------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1.  | Jānis Kreilis           | Latvija (ASV)                    | Informācijas tehnoloģijas/<br>Enerģētika                        | Ir uzsācis savu<br>uzņēmējdarbību |
| 2.  | Imants Lauks            | Kanāda, ASV                      | Medicīnas<br>tehnoloģijas                                       | 50-250 darbinieki                 |
| 3.  | Juris Buņķis            | ASV                              | Veselības aprūpe                                                | 10-49                             |
| 4.  | Viesturs Vikše          | Latvija<br>(Lielbritānija)       | Kokapstrāde                                                     | Virs 250                          |
| 5.  | Namejs Batraks          | Kanāda                           | Biznesa<br>konsultācijas                                        | 1-9                               |
| 6.  | Baiba Soika             | Lielbritānija,<br>Beļģija        | Konsultācijas<br>eksporta jomā                                  | 1-9                               |
| 7.  | Roberts Feders          | Vācija                           | Veselības aprūpe                                                | Virs 250                          |
| 8.  | Ģirts Kļaviņš           | Norvēģija                        | Celtniecības<br>materiālu ražošana                              | 50-250                            |
| 9.  | Ernests Jenavs          | Latvija<br>(Lielbritānija)       | Informācijas<br>tehnoloģijas                                    | 10-49                             |
| 10. | Andris Eglājs           | Latvija<br>(Vācija)              | Tranzīts un loģistika                                           | Virs 250                          |
| 11. | Jānis Bergs             | ASV                              | Informācijas<br>tehnoloģijas                                    | 50-250                            |
| 12. | Uldis Sīpols            | ASV                              | Rūpniecība                                                      | Virs 250                          |
| 13. | Olavs J. Ritenis        | Singapūra                        | Investīciju<br>pakalpojumi                                      | 1-9                               |
| 14. | Didzis Vilcāns          | Īrija/Lietuva                    | Informācijas<br>tehnoloģijas                                    | Virs 250                          |
| 15. | Guntis Urtāns           | Zviedrija                        | Informācijas<br>tehnoloģijas                                    | 1-9                               |
| 16. | Kristīne<br>Pojašņikova | Krievija                         | Tranzīts un loģistika                                           | Virs 250                          |
| 17. | Edgars Pīgoznis         | Latvija<br>(Krievija,<br>Vācija) | Konsultācijas<br>investīciju jomā,<br>Pārtikas ražošana         | Virs 250                          |
| 18. | Ģirts<br>Cimermans      | Zviedrija,<br>Japāna,<br>Taizeme | Medicīnas<br>tehnoloģijas                                       | Virs 250                          |
| 19. | Jānis Donis             | Ķīna                             | Otrreizējās<br>pārstrādes<br>būvniecības<br>materiāli           | 10-49                             |
| 20. | Krists Solovejs         | Ķīna                             | Aktivitātes eksporta<br>veicināšanā un<br>investīciju piesaistē | 1-9                               |
| 21. | Roberts P.<br>Ābele     | ASV                              | Mašīnbūve                                                       | Virs 250                          |

|     |                   |               |                                                          |                 |
|-----|-------------------|---------------|----------------------------------------------------------|-----------------|
| 22. | Kārlis Rullis     | Lielbritānija | Jurists, <i>UK's Latvian Business Network</i> iniciators | Nav attiecināms |
| 23. | Kristaps J. Keggi | ASV           | Veselības aprūpe                                         | Virs 250        |

## Izmantotie avoti

Aikins, K. & White, N. (2011). *Global Diaspora Strategies Toolkit*. Dublin: Diaspora Matters.

Cassarino, J. (2004) Theorising Return Migration. The Conceptual Approach to Return Migrants Revisited. *International Journal on Multicultural Societies (IJMS)*. Vol. 6, No. 2: 253 -27.

Damušis, G. (2014). *Diaspora policy in Lithuania: building bridges and new connections*. 2nd Baltic Round Table. [http://www.sirius-migrationeducation.org/wp-content/uploads/2014/12/Ginte-Damusis\\_Global-Lithuania-Strategy\\_2nd-Baltic-Round-Table\\_03-11-14.pdf](http://www.sirius-migrationeducation.org/wp-content/uploads/2014/12/Ginte-Damusis_Global-Lithuania-Strategy_2nd-Baltic-Round-Table_03-11-14.pdf)

Ekonomikas ministrija (2016). *Pārskats par reemigrācijas atbalsta pasākumu īstenošanas gaitu*.  
[https://www.em.gov.lv/lv/nozares\\_politika/reemigracijas\\_atbalsta\\_pasakumi/](https://www.em.gov.lv/lv/nozares_politika/reemigracijas_atbalsta_pasakumi/)

Gudelis, D., & Klimavičiūtė, L. (2015). *Assessing “Global Lithuania”: the strengths and weaknesses of Lithuanian diaspora engagement strategy*. *Journal of Baltic Studies*, 1-24.

Hooper, K.; Sumption, M. (2016). *Reaching a “Fair Deal” on Talent: Emigration, Circulation, and Human Capital in Countries of Origin*. Washington, DC: Migration Policy Institute.

Irish Technology Leadership Group (2016). *Home page*. <http://www.itlg.org/>

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) mājas lapa. (2016).  
<http://www.liaa.gov.lv/lv>

Mieriņa, I. (2016) *Latvijas izcelsmes uzņēmēji ārpus Latvijas: raksturojums un sadarbības potenciāls*. Pieejams: <http://www.diaspora.lu.lv/petijumi/>

Ministry of Foreign Affairs. Romania (2016). *Diaspora Start-Up Programmes: launching the call for proposals for grant schemes*.  
<https://www.mae.ro/en/node/38798#null>

Newland, K. & Plaza, S. (2013). *What We Know about Diasporas and Economic Development*. *Policy Brief*. Migration Policy Institute.

Petkevičienė, D. (2016). *Diaspora Engagement Possibilities for Latvian Business Development*. Investment and Development Agency of Latvia.

Rannveig A, D. and Newland, K. (2012). *Developing a Road Map for Engaging Diasporas in Development. A Handbook for Policymakers and Practitioners in Home and Host Countries*. International Organization for Migration.  
[http://publications.iom.int/system/files/pdf/diaspora\\_handbook\\_en\\_for\\_web\\_28may2013.pdf](http://publications.iom.int/system/files/pdf/diaspora_handbook_en_for_web_28may2013.pdf)