

Skaistumkopšanas nozares apraksts

Saturs

1. Ievads	3
2. Kopsavilkums	6
3. Pētniecības metodoloģija	8
4. Pētāmās nozares robežas	9
5. Nozares attīstības tendences ES valstīs un Latvijā.....	10
5.1. Nozares attīstības raksturojums	10
5.2. Nozares attīstības prognozes	14
6. Nozares salīdzinājums ar situāciju citās Eiropas valstīs	16
6.1. Nozares uzņēmumu raksturojums	16
6.2. Tirgus apjoms un tā prognozes	17
6.3. Nozares SVID analīze	19
7. Nozares darbaspēka raksturojums un prognozes.....	21
7.1. Nozarē strādājošo kompetences un prasmes	23
7.2. Nozares darbinieku atlases kritēriji.....	26
7.3. Nozares darbinieku pieejamība darba tirgū (vakances).....	29
7.4. Darba resursu piedāvājums un to ietekmējošie faktori.....	32
7.5. Nozares personāla plānošana	36
8. Profesionālās izglītības piedāvājums	39
8.1. Profesionālās izglītības raksturojums, esošo programmu uzskaitījums.....	39
8.1.1. Vadošās izglītības iestādes	39
8.1.2. Nozarē esošās izglītības programmas	39
8.1.3. Nozarē esošie profesiju standarti	40
8.2. Izglītības programmu piedāvājuma atbilstība nozares vajadzībām	41
8.2.1. Darba devēju vērtējums.....	41
8.2.2. Izglītotāju vērtējums.....	42
8.3. Nozares darbaspēka tālākizglītība un karjeras izaugsmes iespējas.....	45
8.3.1. Pārkvalifikācijas iespējas, kvalifikācijas celšanas iespējas	45
8.4. Sadarbība starp darba devējiem un izglītotājiem	48
8.4.1. Prakses organizēšanas iespējas	49
8.4.2. Nozares tehnoloģiju izmantošana apmācības procesā.....	51
8.4.3. Nozares speciālistu iesaistīšanās izglītības procesā	51
8.5. Ierobežojumi izglītībai	51
9. Ārējo faktoru ietekme.....	54

1. Ievads

Valsts izglītības attīstības aģentūra kopā ar četriem sadarbības partneriem - Latvijas Darba devēju konfederāciju, Latvijas Brīvo arodbiedrību savienību, Valsts izglītības satura centru un Izglītības kvalitātes valsts dienestu - īsteno projektu, kas izstrādāts Eiropas Sociālā fonda aktivitātes „Nozaru kvalifikācijas sistēmas izveide un profesionālās izglītības efektivitātes un kvalitātes paaugstināšana” (vienošanās Nr. 2010/0274/1DP/1.2.1.1.1/10/IPIA/VIAA/001).

Projekta mērķis ir profesionālās izglītības kvalitātes un efektivitātes uzlabošana atbilstoši tautsaimniecības attīstības vajadzībām, veicot profesionālās izglītības pārstrukturizāciju, izveidojot nozaru kvalifikāciju sistēmu, veicot tautsaimniecības nozaru izpēti, izstrādājot vai pilnveidojot pamatprofesiju standartus un specializāciju kvalifikācijas pamatprasības un attīstot ārpus formālās izglītības iegūto prasmju atzīšanu.

Projekta ietvaros tika veikts iepirkums „Nozaru izpētes pētījums profesionālajai izglītībai” (identifikācijas Nr. VIAA 2011/15) (turpmāk - pētījums), atlasot pētījuma veicēju šādu nozaru izpēti: būvniecība, enerģētika, ķīmiskā rūpniecība un tās saskarnozares (ķīmija, farmācija, biotehnoloģija, vide), kokrūpniecība (mežsaimniecība, kokapstrāde), pārtikas rūpniecība, lauksaimniecība, metālapstrāde, mašīnbūve, mašīnzinības, tekstilizstrādājumu, apģērbu, ādas un ādas izstrādājumu ražošana, tūrisms un skaistumkopšana.

Nozaru izpēte veikta un nozares apraksts izstrādāts saskaņā ar Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrijas Profesionālās izglītības administrācijas izstrādāto Nozares izpētes metodiku un formulēto darba uzdevumu nacionālās programmas projekta „Vienotas metodikas izstrāde profesionālās izglītības kvalitātes paaugstināšanai un sociālo partneru iesaistei un izglītošanai” ietvaros.

Nozares izpētes rezultāti sastāv no divām daļām – nozares apraksta profesionālās izglītības vajadzībām (šis dokuments) un nozares profesionālās kvalifikāciju struktūras. **Primārais šajā izpētē ir nozares profesionālo kvalifikāciju struktūra un tās rezultāti, jo tas ir pamats, lai varētu izstrādāt vai aktualizēt profesiju standartus un izstrādāt atbilstošas profesionālās izglītības programmas ar moduļu pieeju.** Ar nozares aprakstu tiek iegūts visaptverošs nozari raksturojošs informācijas kopums, ko var izmantot jaunieši, lai iegūtu priekšstatu par nozari, par nākamās profesijas izvēli. Vienlaicīgi šo informāciju var izmantot arī darba devēji, pedagogi un profesionālās izglītības audzēkņi, lai iegūtu papildus informāciju par nozares saistību ar izglītības sektoru.

Nozares profesionālo kvalifikāciju struktūra veidota, izmantojot šādus informācijas avotus un datu analīzes metodes:

1. Esošie profesiju standarti un mācību/studiju programmas (informācijas analīze).
2. Publiskā informācija par nozarē nepieciešamajām nākotnes profesijām (informācijas analīze).
3. Nozares uzņēmumu pārstāvju viedoklis par nepieciešamajām profesijām nozarē (anketēšana, intervijas).
4. Ekspertu viedoklis par nepieciešamajām profesijām nozarē (fokusgrupu diskusijas, intervijas).
5. Nozares ekspertu padomes viedoklis par nepieciešamajām profesijām nozarē (fokusgrupu diskusijas).

Šī nozares apraksta ietvaros vārdu salikums „skaistumkopšanas nozare” attiecas uz diviem tās sektoriem, proti, frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu un fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu. Termins „frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektors” raksturo tādas darbības kā matu mazgāšana, griešana, veidošana, sejas masāža, manikīrs un pedikīrs, grima uzklāšana un citas darbības atbilstoši nozares izpētes robežām, bet termins „fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektors” raksturo SPA, turku pīršu, saunu, solāriju un citu salonu darbību.

Nozares apraksta mērķis – pamatojoties uz nozares izpētē iegūto informāciju, izveidot nozares aprakstu profesionālās izglītības vajadzībām.

Lai sasniegtu mērķi, pētījuma ietvaros tika veikti tālāk minētie uzdevumi.

1. Apkopota un analizēta informācija par nozares attīstības tendencēm Latvijā un Eiropas Savienībā (turpmāk – ES).
2. Izstrādāta nozares izpētes anketa un veikta nozaru produktu ražošanā un pakalpojumu sniegšanā iesaistīto uzņēmumu anketēšana.
3. Veikta anketēšanas rezultātu kvantitatīvā (statistiskā) un kvalitatīvā (saturiskā) analīze.
4. Veikta nozares profesionālo izglītības iestāžu aptauja.
5. Izstrādāti kvalitatīvo izpētes metožu saturiskie jautājumi un veiktas strukturētās intervijas ar nozares ekspertiem, nozares uzņēmumu pārstāvjiem.
6. Sagatavots nozares apraksts, iekļaujot šādus saturiskos indikatorus:
 - pētāmās nozares robežas;
 - nozares attīstības tendences Latvijā un Eiropas Savienības valstīs;
 - nozares situācijas salīdzinājums citās valstīs;
 - nozares darbaspēka raksturojums un prognozes;
 - profesionālās izglītības piedāvājums;
 - ārējo faktoru ietekme.

Nozares apraksta dokumenta izstrādē izmantotas tālāk minētās kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes.

- *Informācijas iegūšana, apkopošana un grupēšana*, lai iegūtu informāciju par nozares attīstības tendencēm Latvijā un ES valstīs, nozares uzņēmumiem un to darbību raksturojošiem rādītājiem, nozares profesionālajām izglītības iestādēm, to realizētajām profesionālās izglītības programmām, izstrādātajiem profesiju standartiem u.c.
- *Nozares uzņēmumu anketēšana*, lai iegūtu kvantitatīvus datus par nozares attīstības prognozēm, nozarē strādājošajiem, strādājošo izglītības līmeni, prasmēm un kompetencēm darba devēju vērtējumā.
- *Nozares profesionālo izglītības iestāžu aptauja*, lai iegūtu detalizētu un padziļinātu informāciju par nozares profesionālo izglītības iestāžu darbu, realizētajām studiju programmām un nozares studiju programmu absolventiem izglītības iestāžu vērtējumā.
- *Intervijas ar nozares ekspertiem, uzņēmumu pārstāvjiem*, lai iegūtu detalizētu un padziļinātu informāciju par nozarē notiekošajiem procesiem, darbaspēka resursiem un tos ietekmējošiem faktoriem.
- *Nozares ekspertu fokusgrupas diskusijas* – strukturētas intervijas nozares ekspertu grupā, kuru laikā apspriesti sagatavotie nozaru aprakstu darba materiāli un definēti virzieni nozaru aprakstu papildināšanai un pilnveidošanai.
- *Nozares ekspertu novērtējums (Peer review)* – attiecīgās nozares ekspertu vērtējums par nozares izpētes procesā iegūtajiem rezultātiem, lai nodrošinātu pilnīgāku situācijas izpratni un vērtējumu

Pētījuma izstrādē informāciju un viedokli par situāciju nozarē un tās attīstības tendencēm sniegusi arī ekspertīzes atzinuma sniedzēja un Latvijas Kosmētiķu un Kosmetologu asociācijas atbildīgā sekretāre Nellija Janaus.

Darba ierobežojumi

- Nozares izpēte veikta, izmantojot Nacionālās programmas projekta „Vienotas metodikas izstrāde profesionālās izglītības kvalitātes paaugstināšanai un sociālo partneru iesaistei un izglītošanai” nozares izpētes metodiku, to pielāgojot tik tālu, cik tas nepieciešams par nozari pieejamo datu izklāsta un nozares specifikas vajadzībām.
- Nozares izpētes aptaujai izmantota Nacionālās programmas projekta „Vienotas metodikas izstrāde profesionālās izglītības kvalitātes paaugstināšanai un sociālo partneru iesaistei un

izglītošanai” nozares izpētes metodikā iekļautā anketa, to precizējot tik tālu, cik tā skar katras nozares specifiku, un saskaņojot ar Nozaru ekspertu padomēm.

- Nozares analizē izmantoti nozares uzņēmumu aptaujā iegūtie dati, palaujoties uz respondentu viedokli un sniegto ziņu patiesumu un neveicot datu patiesuma pārbaudi.
- Uzņēmēju interese par aptauju bija ļoti zema, kas var liecināt par lielas uzņēmēju daļas nevēlēšanos iesaistīties profesionālās izglītības sistēmas pilnveidošanā.
- Nozares uzņēmumu aptaujā iegūtie dati, t.sk. dati par nozares profesijām atspoguļo situāciju konkrētā brīdī, līdz ar to nav garantijas, ka iegūtais rezultāts būs tāds pats, atkārtojot uzņēmumu aptauju pēc noteikta laika perioda (ceturkšņa, gada utt.).
- Nozares apraksts izstrādāts saskaņā ar noteikto darba uzdevumu un Nacionālās programmas projekta „Vienotas metodikas izstrāde profesionālās izglītības kvalitātes paaugstināšanai un sociālo partneru iesaistei un izglītošanai” nozares izpētes metodiku, neveicot nepieciešamā nodarbināto skaita prognozēšanu pa nozares profesijām, kā arī neveicot salīdzinājumu ar Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijas darbaspēka pieprasījuma prognozēm.
- Apkopojot informāciju par nozarē realizētajām izglītības programmām, izmantots Izglītības kvalitātes valsts dienesta mājas lapā apraksta izstrādes brīdī pieejamais Akreditēto profesionālās izglītības programmu reģistrs un nodibinājuma „Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centrs” mājas lapā pieejamā informācija par akreditētajām studiju profesionālās augstākās izglītības programmām, atlasot programmas, kurām 2012. gada janvārī nav beidzies akreditācijas termiņš. Gadījumā, ja Izglītības kvalitātes valsts dienesta reģistrā fiksētā izglītības iestāde ir mainījusi nosaukumu vai tikusi reorganizēta, nozares aprakstā pie attiecīgās izglītības programmas fiksēts mainītais nosaukums vai reorganizētās izglītības iestādes nosaukums, nepārbaudot, vai attiecīgā izglītības programma tiek realizēta attiecīgajā izglītības iestādē.
- Nozares aprakstā iekļautās profesijas ir apkopotas, pamatojoties uz darba devēju aptaujas rezultātiem, tādēļ tās var neatspoguļot izglītības sistēmā izmantotos profesiju nosaukumus.
- Informācija par nozares vakancēm apkopota, pamatojoties uz Nodarbinātības valsts aģentūras sniegtajiem datiem, kuru uzskaitē ne vienmēr tiek izmantoti izglītības sistēmā lietotie profesiju nosaukumi.
- Nodarbinātības valsts aģentūras sniegtie dati par nozares darbinieku pieejamību darba tirgū nesniedz pilnīgu raksturojumu par brīvo darbavietu (vakancu) skaitu nozarē, jo NVA reģistrē ilgstoši (ilgāk par vienu mēnesi) brīvās darbavietas. Visaptveroša informācija par pārējām vakancēm nozarē noteiktā laika periodā nav publiski pieejama, tādēļ pētījumā nav iekļauta.
- Tā kā atsevišķi par skaistumkopšanas nozari ne Latvijas, ne Eiropas līmenī izpētes brīdī nav identificēta statistisko datu uzkrāšana vai apkopošana, tad, sagatavojot nozares attīstības tendenču un nozares salīdzinājuma ar citām ES valstīm, kā viena no galvenajām pētnieciskajām metodēm izmantota nozares ekspertu viedokļu apkopošana un analīze.
- Nozares robežas ir noteiktas saskaņā ar darba uzdevumā noteiktajiem NACE 2.red. kodiem, un tās var atšķirties no citos pētījumos noteiktajām robežām, kur izmantoti citi klasifikatori vai robežu noteikšanas principi.
- Uzņēmēju aptaujā un profesionālo kvalifikāciju struktūrā iekļautās profesijas atšķiras, jo profesionālo kvalifikāciju struktūra ir vairāku viedokļu apkopojums.
- Šis dokuments nav uzskatāms par nozares attīstības plānošanas dokumentu.

2. Kopsavilkums

Nozares attīstības tendences

Eiropā līdzīgi kā Latvijā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektors attīstās straujāk nekā frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektors. Viens no galvenajiem tirgus attīstības veicinātājiem ir inovācijas, tā kā ik gadu Eiropas Savienības valstīs aptuveni 25% kosmētikas līdzekļu tiek uzlaboti vai ieviesti ražošanā no jauna, lai atbilstu mainīgajām patērētāju vajadzībām.

Ekonomikas un finanšu krīzes rezultātā laika periodā no 2008. līdz 2009. gadam ES un Latvijas skaistumkopšanas nozarē bija vērojams vispārējs pakalpojumu cenu kritums, bet sākot ar 2010. gadu skaistumkopšanas pakalpojumu cenās bija vērojams pakāpenisks pieaugums, taču pārdoto pakalpojumu apgrozījumā - lejupslīde, jo krīzes seku dēļ iedzīvotāju maksātspēja joprojām bija salīdzinoši zema. Pozitīvas tendences skaistumkopšanas nozarē parādījās 2011. gadā, jo iedzīvotāju maksātspēja pakāpeniski pieauga, un līdz ar to vērojams arī skaistumkopšanas nozares klientu skaita pieaugums.

Izvērtējot Latvijā pārdoto skaistumkopšanas pakalpojumu dinamiku 2011. gadā salīdzinājumā ar 2010. gadu, vērojamas atšķirīgas tendences Rīgas centra salonos un skaistumkopšanas salonos ārpus Rīgas un reģionos. Rīgas centra skaistumkopšanas salonos vērojams apgrozījuma kritums, savukārt dažādos tirdzniecības centros - aptuveni 10-20% pieaugums. Šādas tendences, pamatojoties uz nozares ekspertu viedokli, galvenokārt saistītas ar iedzīvotāju paradumu izmaiņām, jo arvien vairāk iedzīvotāju vēlas saņemt pilnu skaistumkopšanas pakalpojumu klāstu vienuviet un apvienot skaistumkopšanu ar citiem ikdienas darbiem, piemēram, iepirkšanos. Jāatzīmē, ka šāda paradumu maiņa gan neattiecas uz kosmētiskajiem pakalpojumiem šo pakalpojumu personiskā un intīmā rakstura dēļ. Savukārt reģionos kopumā uzņēmumu apgrozījumā 2011. gadā būtiskas izmaiņas nav vērojamas, un 55% aptaujāto nozares uzņēmēju norāda, ka 2012. gadā apgrozījums paliks līdzšinējā līmenī.

Turpretī citā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora darbības veidā - SPA pakalpojumos - vērojams pieaugums. Turklāt vismaz pusi šī darbības veida pamat klientu bāzes veido ārvalstu tūristi no tādām valstīm kā Norvēģija, Itālija, Somija, Vācija un Krievija.¹ Galvenais motīvs ārvalstu tūristu pieprasījuma līmenim pēc šāda veida pakalpojumiem ir to augstā kvalitāte un zemās cenas, salīdzinot ar Eiropu, kā arī augsti kvalificēts un uz klientu apkalpošanu orientēts darbspēks.

Nozares darbaspēka raksturojums

Saskaņā ar nozares uzņēmumu aptaujas rezultātiem skaistumkopšanas nozarē visos sektoros vairāku nekā 57% nodarbināto ir vecumā līdz 35 gadiem. Tas liecina, ka nozarē ir salīdzinoši liels jaunu darbinieku īpatsvars. Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares darbinieku mainības tendenču analīze, kas veikta, izmantojot uzņēmēju aptaujas rezultātus, parāda, ka lielākajā daļā uzņēmumu (85%) darbinieku mainība ir zema jeb 0-10% robežās.

Izvērtējot kritērijus, pēc kuriem darba devēji vadās, pieņemot darbā darbiniekus pakalpojumu sniegšanas profesijās skaistumkopšanas nozarē, 89% uzņēmēju kā ļoti nozīmīgu kritēriju norāda darbinieku profesionālās prasmes. Bez profesionālajām prasmēm kā nozīmīgi tiek minēti arī tādi kritēriji kā darba prasmju demonstrējums (to norādīja 87,2% respondentu) un profesionālās izglītības dokuments, sertifikāts (75,2%).

Skaistumkopšanas nozarē ir aktīvs darba tirgus, jo uz uzņēmumu izsludinātajām vakancēm piesakās liels skaits strādāt gribētāju. Tomēr, salīdzinot bezdarbnieku un brīvo darbavietu skaitu pa nozares profesijām nozares darbavietas ir pieprasītas un, redzama bezdarbnieku un brīvo darbavietu kvantitatīva neatbilstība, piemēram, friziera un nagu kopšanas speciālista profesijās 2011. gada septembrī reģistrēti attiecīgi 316 un 92 bezdarbnieki, bet brīvo darbavietu skaits tobrīd bijis attiecīgi 9 un 2 vietas.

¹ SIA „Kolonna Beauty” pārstāve

Saskaņā ar darba devēju aptaujas rezultātiem nozarē ir salīdzinoši zems nodarbināto atalgojuma līmenis: vadības līmenī 77% nodarbināto atalgojums ir zem 300 Ls mēnesī, savukārt apkalpošanas līmenī šāds atalgojuma līmenis ~ 93% nodarbināto.

Profesionālās izglītības piedāvājums

Latvijā ar skaistumkopšanas nozari saistītās profesijas var apgūt 34 izglītības iestādēs, t.sk. augstskolās, koledžās, profesionālās izglītības iestādēs. Kopumā izglītības iestādēs iespējams iegūt izglītību 10 ar šo nozari saistītās profesijās.

Saskaņā ar aptaujas rezultātiem profesionālo izglītības iestāžu absolventiem ir vidējs praktisko iemaņu līmenis. 55% gadījumu šim kritērijam tika piešķirts zems līdz vidējs darba devēju novērtējums. Tas norāda uz to, ka daļā profesionālo izglītības iestāžu sniegtā izglītības kvalitāte neatbilst nozares prasībām. Tas ir pretstatā ar izglītības iestāžu pārstāvju viedokli, proti, 71,5% aptaujāto absolventu profesionālās prasmes novērtēja kā augstas vai ļoti augstas. Savukārt darba devēju vērtējumā tādas zināšanas un prasmes kā zināšanas par nozari kopumā (to norādīja 59,4% aptaujāto), radoša domāšana (54,1%) un teorētiskās zināšanas (57,8%) lielākā daļa darba devēju novērtēja kā augstas vai ļoti augstas.

Izvērtējot izglītības iestāžu informāciju par absolventu nodarbošanos pēc profesionālo izglītības programmu absolvēšanas, redzams, ka nodarbinātība ir salīdzinoši zema – tikai aptuveni 48% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas strādā savā profesijā Latvijā. 16% absolventu izvēlas strādāt citā nozarē, un līdzvērtīga absolventu daļa izvēlas strādāt ārvalstīs, tikai desmitā daļa turpina izglītību augstākās izglītības iestādēs, bet aptuveni 4% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas nestrādā un nemācās.

Informācija par izglītības iestāžu īstenoto sadarbību ar uzņēmējiem parāda, ka izglītības iestādes saņem atbalstu galvenokārt izveidotu prakses vietu veidā. Taču tādi sadarbības veidi kā uzņēmēju mācību programmu izstrādes līdzfinansēšana, uzņēmumu piešķirtās stipendijas studentiem/audzēkņiem praktiski netiek īstenoti, ko apstiprināja 100% aptaujāto izglītības iestāžu pārstāvju. Vāji attīstītas ir arī tādas sadarbības formas kā uzņēmēju dāvinājumi, piemēram, iekārtas, uzņēmēju piedalīšanās izglītības iestādes padomēs/domēs un uzņēmēju ziedojumi izglītības iestāžu materiāli tehniskās bāzes uzlabošanai.

Izglītības iestāžu pārstāvji izvirza divus galvenos faktoros, kas raksturojami kā problēmas un nepilnības izglītības sistēmā. Tie ir izglītības pieejamība un izvēle reģionos, kā arī pārāk šaurā specializācija. Arī prakses vietu trūkums tiek raksturots kā vidējais vai augstas nozīmes problēma, ko norādīja 57% izglītotāju.

Ņemot vērā nozares specifiku, profesionālās kompetences speciālisti iegūst sešos septiņos gados, proti, divus trīs gadus tie apgūst attiecīgo programmu mācību iestādē. Pēc tam četru piecu gadu laikā absolventi pilnveido savas profesionālās iemaņas praksē un tālākizglītības ceļā. Turklāt skaistumkopšanas nozarē vērojams liels neformālās izglītības kursu un programmu skaits, kuriem nav vienotu standartu un kvalitātes prasību. Tas rada potenciālus draudus profesionālās izglītības kvalitatīvai un kvantitatīvai atbilstībai darba tirgus vajadzībām. Ņemot vērā salīdzinoši ilgo profesionālo kompetenču iegūšanas ciklu un nozarē nodarbināto daļu, kas apmācību ieguvuši neformālās izglītības ceļā, darba tirgū veidojas kvantitatīva un kvalitatīva neatbilstība starp darba tirgus pieprasījumu un piedāvājumu.

3. Pētniecības metodoloģija

Nozares apraksta izveidē tika izmantotas šādas tālāk minētās galvenās pētniecības metodes.

- Informācijas iegūšana, apkopošana un grupēšana, primāro un sekundāro daru analīze, lai apkopotu iegūto informāciju par nozari un grupētu to saskaņā ar nozares apraksta saturu prasībām.
- Statistiskās analīzes metodes, t.sk. salīdzināšana, grupēšana, relatīvo lielumu aprēķināšana, tendenču atspoguļošana.
- Anketaptaujas, lai iegūtu kvantitatīvu un viegli apkopojamu informāciju par nozari un nozarē strādājošajiem apraksta saturu vajadzībām.
- Intervijas, lai iegūtu detalizētu un padziļinātu informāciju par kādu no nozares procesiem.
- Fokusgrupu diskusija – strukturēta diskusija ekspertu grupā dažādu viedokļu apkopošanai un ar nozares apraksta sagatavošanu saistītu jautājumu pārrunāšanai.

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu anketēšanā tika izmantota nozares izpētes anketa, kas izstrādāta saskaņā ar „Nozares izpētes metodikā” sniegto projektu, precizēta atbilstoši nozares specifikai un saskaņota ar Tūrisma un skaistumkopšanas nozares ekspertu padomi.

Nozares uzņēmumi tika atlasīti, izmantojot LR Uzņēmumu reģistra komersantu datu bāzi, atlasot uzņēmumus pēc to darbības veidiem saskaņā ar NACE 2.red. klasifikatoru atbilst darba uzdevumā noteiktajiem NACE 2.red. nozares sektoriem. Uzņēmumu reprezentatīvā izlase veidota, ievērojot šādus kritērijus:

- ne mazāk kā 40% uzņēmumu no katra darba uzdevumā noteiktā sektora (pēc NACE 2.red.) pēc Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra datiem;
- ne mazāk kā 40% no katrā darba uzdevumā ietvertajā sektorā (pēc NACE) ir reģionālie uzņēmumi (ja nosacījums izpildās);
- izlases kopas dalījums mazos, vidējos un lielajos uzņēmumos ir proporcionāls dalījumam sektorā kopumā.

Izglītības iestāžu aptaujas ietvaros tika aptaujātas septiņas izglītības iestādes Latvijā, kas piedāvā ar nozari saistītās studiju programmas. Izglītības iestāžu aptaujas rezultātā tika iegūta informācija par profesionālo vidējo un arodizglītības iestāžu un augstskolu spēju sagatavot darba tirgus prasībām atbilstošus jaunos speciālistus, par izglītības iestāžu un uzņēmumu sadarbību, t.sk. par esošajām un iespējamām sadarbības formām, iespējamiem sadarbības šķēršļiem, kā arī par izglītības iestāžu darbu ietekmējošiem faktoriem.

Pētījuma ietvaros tika veiktas padziļinātas intervijas ar skaistumkopšanas nozares ekspertiem. Padziļinātajās intervijās eksperti izteica savu viedokli par nozares attīstības tendencēm un perspektīvām Latvijā, svarīgākajiem nozares izmaiņu cēloņiem un skaistumkopšanas nozares dažādu sektoru attīstības tendencēm, kā arī prognozes par atalgojuma izmaiņām nozarē, par nozares uzņēmumu iespējām piesaistīt darbiniekus.

Papildus tam tika organizētas fokusgrupu diskusijas jeb strukturētas intervijas ekspertu grupā, kuru ietvaros tika pārrunātas pētāmo nozaru robežas, precizēta nozaru izpētei nepieciešamā informācija, aptaujas anketu saturs, nozares attīstības tendences, sagatavoti galvenie secinājumi un pārrunāti citi jautājumi.

Lai nodrošinātu datu analīzes objektivitāti, izstrādājot nozares aprakstu un secinājumus, izmantotās pētniecības metodes tika savstarpēji kombinētas.

4. Pētāmās nozares robežas

Skaistumkopšanas nozares apraksta ietvaros analizēti šādi sektori:

- 1) frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi;
- 2) fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi.

Pēc vispārējās ekonomiskās darbības klasifikatora nozares uzņēmumu darbībai atbilst NACE 2.red. kodi 96.02, 96.04.

Tabula Nr. 1. Skaistumkopšanas nozare pēc vispārējās ekonomiskās darbības klasifikatora NACE 2.red.

NACE 2.red. kods	Darbības veida grupa	Darbības veidi
96.02	Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi	– matu mazgāšana, aplīdzināšana un griešana, veidošana, krāsošana, cirtošana, iztaisnošana un tamlīdzīgi pakalpojumi vīriešiem un sievietēm; – skūšana un bārdas aplīdzināšana; – sejas masāža, manikīrs un pedikīrs, grima uzklāšana u.c. darbības.
96.04	Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi	– turku pīršu, saunu un tvaika vannu, solāriju, svara samazināšanas un novājēšanas salonu, masāžas salonu u.c. salonu darbība.

Šajā tabulā redzams, ka skaistumkopšanas nozare ir daudzveidīga. Lai gan tajā ir tikai divi apakšsektori - frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora un fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektors, tā aptver ļoti daudzus darbības veidus (Tabula Nr. 1).

Mūsdienās abos sektoros skaistumkopšanas praksē sastopami visdažādākie darbības veidi. Piemēram, frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektors mūsdienās ietver šādus kosmētisko pakalpojumu veidus:

- ▶ sejas ādas un ķermeņa kosmētiskā kopšana, izmantojot manuālās un aparātu metodes;
- ▶ mikropigmentācija;
- ▶ ķermeņa pīrsings;
- ▶ skropstu ilgviļņi un pieaudzēšana;
- ▶ uzacu korekcija, uzacu un skropstu krāsošana;
- ▶ visu veidu kosmētiskās elektroprocedūras, liekā apmatojuma noņemšanas procedūras no visām ķermeņa daļām (epilācija, depilācija).

Savukārt fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā mūsdienās ietilpst tādi darbības veidi kā dažādas SPA masāžas, proti, dziedināšana ar ūdens procedūrām, un citu veidu relaksējošās procedūras, ķermeņa klasiskā kosmētiskā masāža, pirts procedūras un citi veidi, kas raksturīgi, piemēram, viesnīcu SPA un Wellness jeb veselības uzlabošanas kompleksu darbībai.

5. Nozares attīstības tendences ES valstīs un Latvijā

5.1. Nozares attīstības raksturojums

Šīs sadaļas analīzes ietvaros aplūkotas makroekonomikas vispārējās tendences skaistumkopšanas nozarē ES valstīs un Latvijā, t.sk. vispārējās attīstības tendences, nozares eksportspēja, pakalpojumu cenu izmaiņas, darbaspēka raksturojums un uzņēmumu skaits nozarē, pamatojoties uz uzņēmumu aptaujā un padziļinātajās klātienēs intervijās ar nozares ekspertiem un uzņēmējiem iegūto informāciju, ņemot vērā to, ka skaistumkopšanas nozarē Eiropā un Latvijā nav publiski pieejamu nozares izpētes avotu ar nozarei raksturīgāko rādītāju analīzi.

Skaistumkopšanas nozares attīstības tendences

ES kopumā dažādās valstīs pastāv ļoti atšķirīgs skaistumkopšanas pakalpojumu piedāvājums atkarībā no konkrētās valsts kultūras un pieejamajiem resursiem. Piemēram, Austrijā fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā ir ļoti attīstīti SPA centri, kuros intensīvi tiek izmantoti termālie ūdeņi. Piemēram, Eiropā ir plaši pazīstama viesnīca Unterwasser hotel Šveicē, kurā atrodas skaistumkopšanas centrs ar plašu SPA pakalpojumu klāstu. Tāpat ļoti attīstīts ir ūdens procedūru komplekss SPA Druskininkai Lietuvā, kur tiek piedāvāti tādi pakalpojumi kā baseins ar jūras vilņiem, džakuzi, baseins ar upes krācēm, pludmales zona ar UV stariem, kaskādes un masāžas ūdenskritumi, ūdens slidkalniņi un pirtis. Arī Polijā daudzās viesnīcās ir SPA centri, kurus bieži apmeklē tūristi no Krievijas pieņemamo cenu un augstās kvalitātes dēļ. Arī Eiropā līdzīgi kā Latvijā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektors attīstās straujāk nekā frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektors.

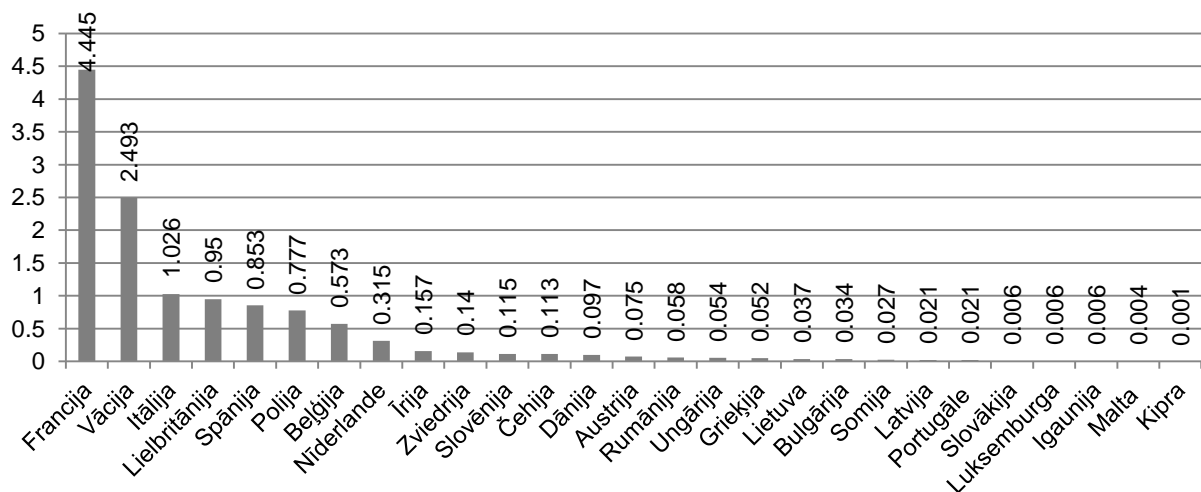
Latvijā un Eiropā būtiska nozīme ir kosmētisko līdzekļu zīmoliem, jo klienti atpazīst zīmolus pēc to augstās kvalitātes un izvēlas pakalpojumus, kas sniegti, izmantojot pazīstamu izstrādātāju kosmētiskos līdzekļus un tehnoloģijas. Par zīmolu un kosmētisko līdzekļu nozīmi liecina ES - 27 kosmētisko līdzekļu tirgus kopējā vērtība, kas 2010. gadā veidoja 66,6 miljardus eiro² un pārstāv trešo daļu no pasaules kosmētisko līdzekļu tirgus. Viens no galvenajiem tirgus attīstības veicinātājiem ir inovācijas, jo ik gadu aptuveni 25% skaistumkopšanas līdzekļu tiek uzlaboti vai izgatavoti no jauna, lai atbilstu mainīgajām patērētāju vajadzībām. Ik gadu Eiropā apjomīgi līdzekļi tiek ieguldīti pētniecībā un attīstībā (R&D), lai identificētu patērētāju dzīvesveidu un vēlmes, ādas un matu struktūru, ieviestu jaunas tehnoloģijas un izvēlētos atbilstošākos izejmateriālus kosmētisko līdzekļu ražošanai. 2009. gadā kosmētisko līdzekļu ražošanā izsniegto patentu skaits veidoja 10% no apstiprināto patentu kopskaita.

Eiropā kosmētikas līdzekļu eksports ir nozīmīgs darbības veids visu lielumu uzņēmumiem, it īpaši mazajiem un vidējiem uzņēmumiem. 2010. gadā ES - 27 kosmētikas līdzekļu eksportā bija vērojams 16% pieaugums, sasniedzot 12,5 miljardus eiro salīdzinājumā ar 2009. gadu, kad kosmētikas līdzekļu eksports bija 10,4 miljardi eiro apmērā. Eiropā kosmētikas līdzekļu ražošanā darbojas vairāk nekā 4 000 uzņēmumu, no kuriem aptuveni 66% ir mazie un vidējie uzņēmumi. 2008. un 2009. gadā ES - 27 kosmētikas līdzekļu ražošanā darbojās attiecīgi 2 984 un 3 041 uzņēmums, turklāt 2010. gadā šajā sektorā tika nodarbināti aptuveni 1,7 miljoni strādājošo.³

Saskaņā ar iepriekš analizēto ar skaistumkopšanas nozari cieši saistīta nozare, proti, kosmētikas līdzekļu ražošana, Eiropā strauji attīstās, un tas ietekmē arī Latvijas skaistumkopšanas nozares darbību un attīstību. Eiropā ik gadu aptuveni ceturtdaļa skaistumkopšanas līdzekļu tiek uzlaboti vai izgatavoti no jauna. Ņemot vērā to, ka daudzi speciālisti Latvijas skaistumkopšanas salonos strādā ar kvalitatīviem Eiropas ražotāju materiāliem, arī sniegto pakalpojumu kvalitāte šajos salonos aug.

² Mazumtirdzniecības vērtība

³ Eiropas Kosmētikas ražotāju asociācija (COLIPA), 2011. gads, Activity Report 2010-The European Cosmetics Market 2010



Attēls Nr. 1

ES - 27 kosmētikas līdzekļu ražošanas nozares eksports 2010. gadā (miljardi eiro)
Avots: Eiropas Kosmētikas ražotāju asociācija (COLIPA), 2011. gads

ES - 27 kosmētikas līdzekļu ražošanas nozares eksporta dati liecina, ka 2010. gadā eksporta lielvalstis bija Francija (4,4 miljardi eiro), Vācija (2,4 miljardi eiro), Itālija (1 miljards eiro) un Lielbritānija (gandrīz 1 miljards eiro). Savukārt Latvijas kosmētikas ražotāju eksports 2010. gadā bija 21 miljons eiro apmērā, bet kaimiņvalstu Lietuvas un Igaunijas - attiecīgi 37 un 6 miljonu eiro apmērā. Pamatojoties uz ekspertu sniegto informāciju, Eiropā un Latvijā populārākie zīmoli ir L'Oréal, Wella, Tigi, Chi. Pakalpojumu kvalitātes izmaiņas skaistumkopšanas nozarē notiek nepārtraukti, pastāvīgi tiek izstrādāti jauni skaistumkopšanas materiāli, laboratorijas Eiropā aktīvi strādā pie jaunu produktu izstrādes. Eiropā strauji pieaug kvalitāte arī SPA skaistumkopšanas pakalpojumu jomā. Kūrorti piedāvā arvien jaunas krāsu un skaņas terapijas un jaunus masāžas veidus, lielāko uzmanību pievēršot iekšējās harmonijas radīšanai. Arī Eiropā līdzīgi kā Latvijā skaistumkopšanas nozare tiecas attīstīties un attālināt plastiskās ķirurģijas iekļaušanās nepieciešamību. Ņemot vērā straujo skaistumkopšanas nozares attīstību, arī plānot profesionālās izglītības piedāvājumu būtu jāņem vērā nozares jaunākie izmantojamie materiāli, tehnoloģijas un pielietojamās darba metodes.

Izvērtējot nozarē darbojošos uzņēmumus, vērojams, ka Eiropā ģimenes uzņēmumi pārsvarā ir specializējušies kādā šaurā jomā, piemēram, friziermākslā vai pedikīra, manikīra pakalpojumos, savukārt uzņēmumu ķēdes piedāvā krietni plašāku pakalpojumu klāstu, kas nodrošina gan frizieru, manikīra, pedikīra, solāriju, SPA, pirts un citus pakalpojumus vienuviet. Latvijā, salīdzinot ar Eiropu, pakalpojumu kvalitātes līmenis ir salīdzinoši augsts, bet pakalpojuma cena atsevišķās valstīs luksussalonus ir pat vairākas reizes lielāka, savukārt mazajos uzņēmumos pakalpojumu cenas ir līdzīgas.⁴

Skaistumkopšanas nozarē mūsdienās vērojama frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu un fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā iekļauto skaistumkopšanas darbības veidu un jomu pārklāšanās, piemēram, profesionālās skaistumkopšanas speciālists (kosmetologs), kosmētiķis, SPA speciālists un citās pastāv cieša profesionālās darbības saikne, kā arī profesionālo uzdevumu pārklāšanās. Šāda noteikto nozares robežu saplūšana tiešā veidā skar nozares darbaspēka kompetenci un izvietojumu, turklāt vienas un tās pašas profesijas darbinieki skaistumkopšanas nozarē strādā kā vienā, tā otrā sektorā.

Pretēji Latvijas tradicionālajai kūrortoloģijas un dziedniecības praksei (Jūrmalas kūrorti, piemēram, Ķemeri) jauna parādība Latvijā ir SPA un citu labsajūtu veicinošu darbības veidu ienākšana pilsētvidē, kā arī SPA un Wellness tehnoloģiju integrācija pilsētas salonos, kur tiek veiktas plaša spektra sejas ādas un ķermeņa kopšanas procedūras. Īpaši intensīvs šis process ir Rīgā. Par to liecina vadošo nozares uzņēmumu kosmētisko pakalpojumu klāsts, kuram ir tendence paplašināties, piemēram, SPA tehnoloģijas pamazām ienākušas arī citos skaistumkopšanas darbības veidos, piemēram, roku un kāju kopšanā (SPA manikīrs, SPA pedikīrs).

⁴ SIA „Kolonna Beauty” pārstāve

Praktiskajai kosmetoloģijai tradicionāli ir cieša saikne arī ar medicīnas jomu, jo kosmētiķi tāpat kā skaistumkopšanas speciālisti (kosmetoloģijā) ir ārstniecības personas. Turklāt kosmētiķis ir arī valsts reglamentēta profesija, un reģistrēta Veselības inspekcijas ārstniecības personu un ārstniecības atbalsta personu reģistrā ar valsts noteiktām prasībām izglītībai, profesionālajai kvalifikācijai un darbībai (likums „Par reglamentētām profesijām un profesionālās kvalifikācijas atzīšanu“).

2010. gadā Latvijas skaistumkopšanas nozares apgrozījums sasniedza Ls 27,3 milj., no kuriem 75,7% veidoja frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora apgrozījums. Arī lielākā produkcijas vērtība 2010. gadā bija frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā, proti, Ls 21,5 milj. salīdzinājumā ar Ls 6,7 milj. fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā. Zīmīgi, ka 2010. gadā produkcijas vērtība abos sektoros pārsniedza apgrozījuma apjomu, kas varētu būt skaidrojams ar pārējiem uzņēmumu saimnieciskās darbības ieņēmumiem, kas nav tiešā veidā saistīti ar galvenajiem pakalpojumiem. Savukārt kopējā pievienotā skaistumkopšanas nozares vērtība 2010. gadā bija Ls 7 milj., no kuriem 77% veidoja frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektors. 2010. gadā pievienotā vērtība bija 24 – 25% no produkcijas vērtības katrā no sektoriem.

Izvērtējot kopējo preču un pakalpojumu iepirkumu vērtību, 2010. gadā skaistumkopšanas nozarē tā sasniedza Ls 22,6 milj., no kuriem 76% veidoja frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora iepirkumu vērtība. Turklāt 2010. gadā preču un pakalpojumu iepirkumu vērtība sasniedza 80% no produkcijas vērtības katrā no sektoriem.

Tabula Nr. 2 Skaistumkopšanas nozares galvenie darbības rādītāji 2010. gadā⁶ (Ls tūkst.)

NACE 2.red.	Nosaukums	Apgrozījums	Produkcijas vērtība	Pievienotā vērtība	Kopējā preču un pakalpojumu iepirkumu vērtība
96.02	Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi	20 650	21 466	5 406	17 165
96.04	Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi	6 628	6 772	1 615	5 448
Skaistumkopšanas nozarē kopā		27 278	28 238	7 021	22 613

Izvērtējot Latvijā pārdoto skaistumkopšanas pakalpojumu dinamiku, vērojams, ka 2011. gadā, salīdzinot ar 2010. gadu, Rīgas centra skaistumkopšanas salonos bijis kritums, kamēr dažādos tirdzniecības centros - aptuveni 10-20% liels pieaugums. Tas saistīts ar iedzīvotāju paradumu izmaiņām, jo arvien vairāk iedzīvotāju vēlas saņemt pilnu skaistumkopšanas pakalpojumu klāstu (friziera, manikīra, pedikīra, solārija u.c. pakalpojumus) vienuviet un apvienot skaistumkopšanu ar citiem ikdienas darbiem, piemēram, iepirkšanos. Jāatzīmē, ka šāda paradumu maiņa gan neattiecas uz kosmētiskajiem pakalpojumiem šo pakalpojumu personiskā un intīmā rakstura dēļ. Savukārt ārpus Rīgas centra un reģionos kopumā uzņēmumu apgrozījumā 2011. gadā būtiskas izmaiņas nav vērojamas, un 51 - 58% nozares uzņēmēju 2012. gadā prognozē, ka apgrozījums paliks līdzšinējā līmenī.

Zīmīgi, ka 2011. gadā, salīdzinot ar 2010. gadu, fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora solāriju darbībā vērojams būtisks apmeklējumu skaita kritums. Tas galvenokārt saistīts ar mediju ietekmi, iedzīvotāju izglītību veselības jautājumos un tendencēm cīņā pret kaitīgo solāriju ietekmi visā Eiropā, kā arī iedzīvotāju pirkspējas samazināšanos.

Turpretī citā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora darbības veidā - SPA pakalpojumos - vērojams pieaugums. Turklāt vismaz pusi šī darbības veida pamatklientu bāzes veido ārvalstu tūristi no tādām valstīm kā Norvēģija, Itālija, Somija, Vācija un Krievija.⁷ Galvenais motīvs ārvalstu tūristu pieprasījuma līmenim pēc šāda veida pakalpojumiem ir pakalpojumu augstā kvalitāte un salīdzinoši zemā cenas, kā arī augsti kvalificēts un uz klientu apkalpošanu orientēts darbspēks. Augsto kvalitāti skaistumkopšanas pakalpojumu uzņēmumos nodrošina arī tas, ka meistari strādā ar

⁵ Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes metodoloģiju kopējā preču un pakalpojumu iepirkumu vērtība ir pārdošanai vai patēriņam ražošanas procesā iepirkto preču un pakalpojumu vērtība. Tā iekļauj izejvielas, materiālus, mazvērtīgo inventāru un citas preces vai pakalpojumus uzņēmuma vajadzībām un darbības nodrošināšanai.

⁶ Centrālās statistikas pārvaldes provizorisks dati, tādēļ tie var tikt mainīti pēc 2012.gada 30.jūnija

⁷ SIA „Kolonna Beauty” pārstāve

kvalitatīviem izejmateriāliem un profesionālu pasaules zīmolu kosmētiku, ko atpazīst un novērtē ārzemju tūristi.

Nozares eksperti norāda, ka Eiropā iedzīvotāju maksātspēja ir augstāka nekā Latvijā. Tas liecina par to, ka cilvēki ir gatavi maksāt par pakalpojumiem, savukārt ne vienmēr pakalpojuma kvalitāte ir atbilstoša tā cenai, tādēļ, ņemot vērā to, ka Latvijā pakalpojumu kvalitāte bieži vien ir pat augstāka, ārzemju klienti dodas uz Latviju, lai saņemtu augstas kvalitātes pakalpojumus par salīdzinoši zemu cenu. Tāpat ES iedzīvotāji bieži ceļo uz kaimiņvalstīm, kur ceļojuma ietvaros tūristu grupās vai kopā ar ģimenes locekļiem apmeklē SPA kūrortus.

Atšķirībā no Latvijas Eiropā skaistumkopšanas salonu pakalpojumi ir vairāk orientēti uz masu tirgu, ņemot vērā lielo iedzīvotāju skaitu, piemēram, skaistumkopšanas salonos vienlaikus pieciem vai vairāk klientiem tiek sniegti frizieru pakalpojumi rindā novietotos krēslos. Savukārt Latvijā, ņemot vērā to, ka salonos pieejamie cilvēkresursi un materiāltehniskais nodrošinājums var nebūt tik plašs, jo vairums skaistumkopšanas salonu ir mikro vai mazie uzņēmumi, pakalpojumi ir vairāk orientēti uz individuālu pieeju katram klientam, nevis uz liela klientu skaita apkalpošanu vienlaikus.

Savukārt Latvijā vērojama tendence, ka tie Latvijas iedzīvotāji, kuri studiju vai darba dēļ pārcēlušies uz dzīvi ārvalstīs, regulāri atgriežas Latvijā un izmanto frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumus tieši šeit, kā galveno motīvu norādot pakalpojumu augstās kvalitātes un zemās cenas attiecību.

Izvērtējot mārketinga stratēģijas nozīmi, skaistumkopšanas nozares eksperti norāda, ka mārketinga stratēģija uzņēmuma attīstībā ir svarīga tieši lielajiem nozares uzņēmumiem, kuros aptuveni 3 - 5% no apgrozījuma tiek novirzīti mārketinga vajadzībām, t.sk. klientu karšu izveidei, akciju ieviešanai, lai izveidotu pastāvīgo klientu bāzi.

Skaistumkopšanas nozares eksportspējas izvērtējums

Skaistumkopšanas pakalpojumu eksports ir ārvalstu viesu nopirkto pakalpojumu kopums uzņēmējā valstī. Pamatojoties uz nozares ekspertu viedokli, pēdējos gados vērojama tendence, ka skaistumkopšanas nozare kļūst arvien vairāk orientēta uz eksportu, jo ārzemnieku pieprasījums pēc skaistumkopšanas pakalpojumiem Latvijā pieaug.

Skaistumkopšanas pakalpojumi Latvijā tiek eksportēti galvenokārt uz šādām valstīm: Norvēģija, Somija, Anglija, Vācija un Krievija. Galvenie faktori, kas veido veiksmīgu skaistumkopšanas pakalpojumu eksportu ir pakalpojumu augstā kvalitāte, ko nodrošina kvalitatīvu materiālu izmantošana pakalpojumu sniegšanā, kā arī pakalpojumu zemā cena salīdzinājumā ar atbilstošajām pakalpojumu cenām ārvalstīs. Nozares eksperti norāda, ka šāda kvalitātes un cenas attiecība nodrošina to, ka arvien vairāk ārzemnieku uz Latviju dodas izmantot skaistumkopšanas pakalpojumus grupās - ar draugiem, ģimenēm.

Kopumā skaistumkopšanas nozares mērķauditorija Eiropā ir vecāka nekā Latvijā (aptuveni 30 līdz 60 gadu vecuma robežās), jo Eiropā ir augstāka pensijas vecuma iedzīvotāju pirktpēja, kas ir pretstatā ar situāciju Latvijā. Līdz ar to Eiropā iedzīvotāji pensionēšanās vecumā ir nozarei svarīga mērķauditorija un daļa produktu/pakalpojumu tiek izstrādāti tieši šīs klientu bāzes vajadzībām, t.sk. relaksējošās un ārstnieciskās SPA procedūras.

Skaistumkopšanas pakalpojumu cenu izmaiņas

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumi savas cenas nosaka, pamatojoties uz izmantojamo materiālu un darbaspēka izmaksām, kā arī ņemot vērā līdzvērtīgu pakalpojumu cenas konkurējošos uzņēmumos.

Latvijas un Eiropas skaistumkopšanas nozares tirgū tiek piedāvāti gan augstas kvalitātes luksusa skaistumkopšanas pakalpojumi par salīdzinoši augstākām cenām nekā vidējais pakalpojumu cenu līmenis nozarē, nodrošinot un piedāvājot individuālu pieeju katram klientam, gan vidēja cenu līmeņa pakalpojumi par pieņemamu kvalitāti, lai piesaistītu plašāku klientu loku, gan arī zemākas kvalitātes un cenas pakalpojumi, kas tiek piedāvāti salonos, kas nevar atļauties iegādāties augstas kvalitātes skaistumkopšanas pakalpojumu izejmateriālus un iekārtas. Arī Eiropā pastāv divi atšķirīgi klientu apkalpošanas veidi. Pirmkārt, individuālā pieeja, kad katrs klients tiek uzverts kā personība un tiek apmierinātas klienta specifiskās vēlmes, sniedzot attiecīgo pakalpojumu. Otrkārt, masu apkalpošana, kad skaistumkopšanas salonā, piemēram, frizieru salonā, atrodas liels skaits darba vietu, kurās iespējams apkalpot vairāk nekā desmit klientu vienlaikus. Masu apkalpošanas salonos netiek vērsta uzmanība uz īpašām klienta vēlmēm, un bieži vien šādos salonos klients maksā konkrētu stundas likmi

par pakalpojumu sniegšanu, nevis pakalpojuma cenu, ņemot vērā to, cik laika konkrētais pakalpojums varētu patērēt.

Eksperti norāda, ka Latvijā starp nozares mazajiem un lielajiem uzņēmumiem nav izteiktas konkurences, jo faktiskā situācija liecina, ka nozarē vērojama atsevišķu tirgus segmentu savstarpēja mijiedarbe gan attieksmes pret klientu, gan apkalpošanas kultūras, gan cenu politikas un konkurences jomā.

Ekonomikas krīzes rezultātā laika periodā no 2008. līdz 2009. gadam ES un Latvijas skaistumkopšanas nozarē bija vērojams vispārējs pakalpojumu cenu kritums. Krīzes ietekmē daļa mazo nozares uzņēmumu, kuru kapacitāte un piedāvātais pakalpojumu klāsts bieži vien ir mazāks nekā lielajiem uzņēmumiem bankrotēja, nespējot piedāvāt konkurētspējīgu cenu.

Sākot ar 2010. gadu, skaistumkopšanas pakalpojumu cenās vērojams pakāpenisks pieaugums, savukārt pārdoto pakalpojumu apgrozījumā - lejupslīde, jo krīzes ietekmes dēļ iedzīvotāju maksātspēja joprojām bija salīdzinoši zema krīzes ietekmes dēļ. Pozitīvas tendences skaistumkopšanas nozarē parādījās 2011. gadā, jo iedzīvotāju maksātspēja pakāpeniski pieauga, un bija vērojams arī skaistumkopšanas nozares klientu skaita pieaugums. Nozares eksperti norāda, ka pakalpojumu cenu izmaiņas ES skaistumkopšanas nozarē ir cieši saistītas un turpmāk būs atkarīgas no vispārējās ekonomikas izaugsmes tempa, lai gan tuvākajos gados cenu pieaugums nav gaidāms.

Nozares darbaspēka raksturojums

Saskaņā ar nozares ekspertu sniegto informāciju darba atalgojuma sistēma Latvijas skaistumkopšanas nozarē paredz vai nu fiksētu algu ar procentiem no kopējiem ieņēmumiem, vai algu, pamatojoties uz stundas tarifa likmi. Eiropā skaistumkopšanas nozarē strādājošo algas veidojas līdzīgi kā nodarbināto algas Latvijā, piemēram, proporcionāli (kā procenti) no pakalpojuma cenai vai atbilstoši stundu tarifa likmēm, ņemot vērā nostrādātās darba stundas.

Tā kā nozares speciālistu kvalifikācija atbilst Eiropas līmenim un valodas zināšanas ir pietiekamas, lai sniegtu pakalpojumus ārzemēs, vēl viens iemesls augsti kvalificēta darbaspēka trūkumam ir darbaspēka migrācija uz ārvalstīm, kur tiek piedāvāta salīdzinoši lielāka darba samaksa. SIA „Kolonna Beauty” pārstāve norāda, ka darbaspēks galvenokārt emigrē uz tādām valstīm kā Norvēģija, Lielbritānija, Īrija, Zviedrija un Vācija.

Izvērtējot skaistumkopšanas nozarē strādājošo jauno speciālistu zināšanas un iemaņas, nozares eksperti norāda, ka jaunajiem nozares darbiniekiem bieži trūkst prakses, ir nepietiekama motivācija, nepietiekamas latviešu valodas zināšanas, turklāt bieži vien zināšanas ir pārāk vispārīgas un trūkst pietiekamas specializācijas. Arī uzņēmēju aptaujas⁸ rezultāti liecina, ka profesionālo izglītības iestāžu absolventiem ir zems praktisko iemaņu līmenis, jo 55% gadījumu piešķirts vidējs vai zems darba devēju vērtējums. Savukārt 57,1% izglītotāju uzskata, ka pārāk šaura specializācija ir augsta vai ļoti augsta problēma izglītības iestādēs, kurās ir akreditētas skaistumkopšanas nozares profesijas. Tas liecina, ka izvērtējot šo aspektu, darba devēju un izglītotāju domas atšķiras.

5.2. Nozares attīstības prognozes

Pamatojoties uz nozares ekspertu viedokli, viens no būtiskākajiem nozares attīstības pamatiem ir augsti kvalificēta darbaspēka sagatavošana. Īpaši svarīgi tas ir frizieru un skaistumkopšanas (manikīra, pedikīra, u.c.) sektorā. Eiropā skaistumkopšanas nozarē strādājošo pieredzējušo darbinieku atalgojums un sniegto pakalpojuma cena ir salīdzinoši augstāka par jauno darbinieku atalgojumu, lai gan pakalpojuma kvalitātē, ko nodrošina jaunie un pieredzējušie darbinieki, tik liela atšķirība nav. Nozares attīstību ietekmē arī pastāvīga jaunu kosmētisko tehnoloģiju apgūšana, tā kā Eiropā un Latvijā arvien populārākas kļūst tādas kosmētiskajās procedūrās izmantojamās tehnoloģijas un iekārtas, kas aizstāj vai maksimāli attālinā plastiskās ķirurģijas izmantošanu. Tāpat skaistumkopšanas nozares attīstību Latvijā un Eiropā, kā arī visā pasaulē ietekmē produkcijas ražotāji, kuri nosaka modi un izmantojamus produktus atbilstoši jaunākajām tehnoloģijām, līdz ar to arī jauno produktu cenas ir augstākas nekā to produktu cenas, kas tirgū jau ir ieņēmuši pastāvīgu vietu.

Skaistumkopšanas nozarē svarīgi ir veicināt jau esošo profesionālo asociāciju darbību un sadarbību ar valsts institūcijām nozares darba tirgus un profesionālās izglītības sakārtošanā. Nozares

⁸ Pamata informācija par respondentiem ietverta Pielikumā Nr.1, savukārt aptaujas anketa pievienota Pielikumā Nr.3

asociāciju sadarbības veicināšanu praktiski jau pašlaik veic Tūrisma un skaistumkopšanas nozares ekspertu padome (NEP), nozares konsultatīvā institūcija, lai paaugstinātu nozares profesionālās izglītības efektivitāti un kvalitāti, veicinot valsts, nozares darba devēju un to organizāciju, darbinieku (arodbiedrību) organizāciju, profesionālo organizāciju un nozares speciālistu sadarbību cilvēkresursu attīstības jautājumos.

Pamatojoties uz 2012. gada 19. janvārī notikušās Valsts izglītības attīstības aģentūras (VIAA) sadarbībā ar Latvijas Darba devēju konfederāciju, Latvijas Brīvo arodbiedrību savienību, Valsts izglītības satura centru un Izglītības kvalitātes valsts dienestu rīkotās konferences „Nozaru un darba devēju loma profesionālās izglītības attīstībā” ietvaros pārrunāto, papildus veicamie pasākumi nozares attīstības veicināšanai ir šādi:

- ▶ vienota nozares izpratnes līmeņa nodrošināšana (darba devējs, darba ņēmējs, izglītotājs, profesionālā asociācija kā sociālais partneris);
- ▶ vienota tiesiskā regulējuma nodrošināšana profesionālās izglītības kvalitātes, profesionālo kvalifikāciju, kompetences, formālās un neformālās izglītības vienotu standartu izstrāde un izvērtēšana saistībā ar situāciju darba tirgū;
- ▶ ilgtspējīgas tūrisma un skaistumkopšanas NEP darbības nodrošināšana, kas operatīvi un kvalitatīvi risinātu nozares izglītības un attīstības problēmas.

Izvērtējot nozares attīstību, SIA „Kolonna Beauty” pārstāve 2012. gadā lielajiem uzņēmumiem prognozē 7 - 10% pārdoto pakalpojumu apgrozījuma pieaugumu, kā arī līdzvērtīgu darba atalgojuma pieaugumu nozarē strādājošiem. Taču prognozēts, ka pakalpojumu sniegšanā izmantojamo importēto materiālu cenas, visticamāk, paliks nemainīgas. Savukārt lielākā daļa aptaujāto uzņēmēju norāda, ka skaistumkopšanas nozares uzņēmumu apgrozījums paliks līdzšinējā līmenī, bet 36,4% no labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora pārstāvjiem prognozē, ka apgrozījums 2012. gadā vietējā tirgū pieaugs.

Skaistumkopšanas nozarē gan Eiropā, gan pasaulē tuvāko 20 līdz 30 gadu laikā būs vērojama tendence samazināties šobrīd tik aktuālajam jaunības kultam, kas saistās ar iedzīvotāju mērķtiecīgām pūlēm izskatīties pēc iespējas jaunākiem, bieži vien neatbilstoši savam faktiskajam vecumam. Nozares eksperti to skaidro kā dažādu faktoru ietekmes rezultātu, piemēram, cilvēka dzīves ilguma palielināšanās, kas veicinās iedzīvotāju izpratni par to, ka skaistums nav tikai ārējais veidols vai jaunība, bet iekšējā harmonija un spēja pieņemt savu faktisko vecumu. Tieši uz to lielā mērā vērsti fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi, t.sk. masāžas, SPA u.c. relaksējošās un ārstnieciskās procedūras.

6. Nozares salīdzinājums ar situāciju citās Eiropas valstīs

6.1. Nozares uzņēmumu raksturojums

ES skaistumkopšanas nozares uzņēmumi pārsvarā ir ģimenes dibināti uzņēmumi, kuros strādā pakalpojuma sniedzēji vairākās paaudzēs. Pārsvarā tie ir mazie uzņēmumi, kuri veido lielāko daļu tirgus. Papildus tam Eiropā darbojas skaistumkopšanas uzņēmumu ķēdes, kas piedāvā savus pakalpojumus vairākos sektoros vai arī vairākās valstīs, taču šie uzņēmumi ir sastopami retāk, ņemot vērā, ka ir nepieciešamas salīdzinoši lielas investīcijas uzņēmuma darbībā, t.sk., izveidošanā, mārketingā un attīstībā, turklāt skaistumkopšanas uzņēmumu ķēdēm ir svarīgi definēt skaidrus ilgtermiņa stratēģijas mērķus. Skaistumkopšanas uzņēmumi, kas darbojas kā uzņēmumu ķēdes pārsvarā pieder pie lielo uzņēmumu grupas. Piemēram, pazīstamākās no tām ir Персона Krievijā, Lielbritānijas Toni & Guy frizieru pakalpojumu ķēde.

Eksperti norāda, ka Eiropā kopumā investīcijas šīs nozares uzņēmumos nav intensīvas un lielas, jo liela daļa nozares uzņēmumu ir ģimenes uzņēmumi, līdz ar to uzņēmējiem svarīgāka par strauju izaugsmi šķiet stabila darbība un kā mārketinga rīks tiek izmantots, piemēram, skaistumkopšanas salona skatlogs, bet lieki finanšu līdzekļi reklāmām netiek tērēti. Kā mārketinga rīki tiek izmantotas arī produktu/pakalpojumu akcijas, kas tiek veidotas konkrētai mērķauditorijai. Eksperti norāda, ka mārketingā šie uzņēmumi neveic lielas investīcijas, savukārt, piemēram, viesnīcās, kurās atrodas skaistumkopšanas saloni, mārketingam ir būtiskāka loma.

Par skaistumkopšanas nozares nozīmīgumu Latvijas ekonomikā liecina nozares uzņēmumu un nodarbināto skaits. Saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes jaunākajiem datiem 2010. gadā nozarē darbojās 1 560 uzņēmumi. Pie tam aptuveni 83,7% jeb 1 306 uzņēmumi darbojās frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā, bet attiecīgi 254 uzņēmumi (16,3%) darbojās fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā. Dati rāda, ka 2010. gadā fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā darbojās aptuveni piecas reizes mazāks uzņēmumu skaits nekā frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā. Savukārt uzņēmēju aptaujas dati liecina par labākām nākotnes perspektīvām fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā, kur ir salīdzinoši mazs uzņēmumu skaits, bet pieprasījums pēc sektora pakalpojumiem pakāpeniski pieaug. Turklāt vairāk nekā trešā daļa šī sektora uzņēmēju (36,4%) 2012. gadā vietējā tirgū prognozē apgrozījuma pieaugumu, salīdzinot ar uzņēmēju prognozēm par apgrozījuma pieaugumu nozarē kopumā (22,9%).

Bruto kapitālieguldījumi nozarē raksturo investīcijas, kuras komersanti novirza pamatlīdzekļu iegādei uzņēmējdarbības attīstībai un ražošanas kapacitātes palielināšanai, t.sk. investīcijas zemes, ēku iegādei, investīcijas nepabeigtajos būvniecības objektos, kā arī tādu iekārtu un mašīnu iegādei, kuru ekspluatācijas laiks pārsniedz vienu gadu.⁹ 2010. gadā skaistumkopšanas nozares uzņēmumu bruto kapitālieguldījumi materiālās lietās sasniedza Ls 3,6 milj., turklāt 78,2% no šī apjoma veidoja kapitālieguldījumi frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā.

Tabula Nr. 3. Uzņēmumu raksturojums skaistumkopšanas nozarē Latvijā 2010. gadā¹⁰

NACE 2.red.	Nosaukums	Uzņēmumu skaits	Nodarbināto personu skaits	Personāla izmaksas (Ls tūkst.)	Bruto kapitālieguldījumi materiālās lietās (Ls tūkst.)
96.02	Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi	1 306	4 651	4 909	2 825
96.04	Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi	254	1 019	1 494	787
Skaistumkopšanas nozarē kopā		1 560	5 670	6 403	3 612

Avots: Centrālā statistikas pārvalde

⁹ Centrālā statistikas pārvalde, 2011. gads

<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/rupnbuvm/lkgad%E7jie%20statistikas%20dati/lek%F0zemes%20tirdzniec%EEba%20un%20mak sas%20pakalpojumi/TI011lv.htm>

¹⁰ Centrālās statistikas pārvaldes provizorisks dati, tādēļ tie var tikt mainīti pēc 2012. gada 30. jūnija

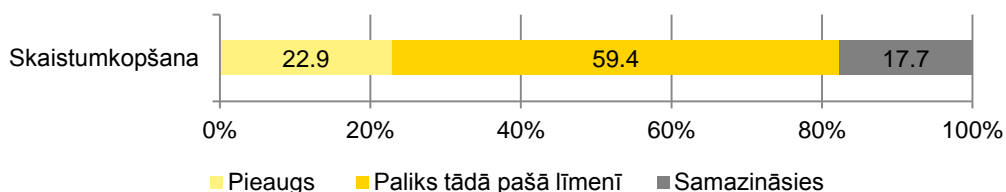
Skaistumkopšanas nozarē 2010. gadā strādāja 5 670 nodarbinātie. Līdzīgi kā uzņēmumu skaits vairums nodarbināto (82%) strādāja frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā.

Izvērtējot skaistumkopšanas nozares personāla izmaksas, var secināt, ka personāla izmaksas ir salīdzinoši zemas, proti, 2010. gadā frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu un fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā tās bija attiecīgi Ls 1 055 un Ls 1 466 uz vienu nodarbināto.

6.2. Tirgus apjoms un tā prognozes

Nozares attīstības prognozes vietējā tirgū

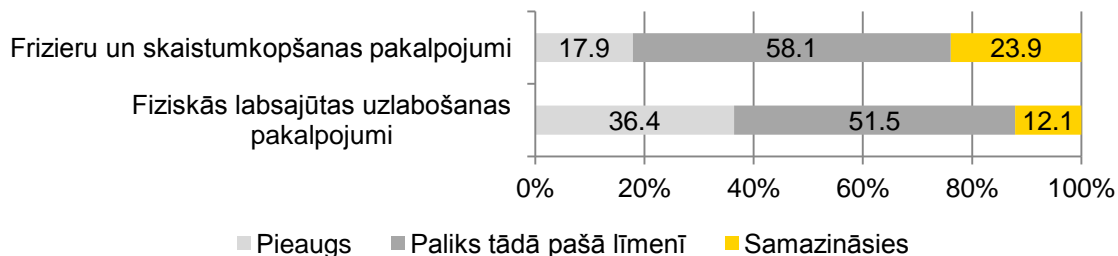
Aptaujātie skaistumkopšanas pakalpojumu nozares pārstāvji jautājumā par apgrozījuma izmaiņām izsaka šādas prognozes: 22,9% prognozē apgrozījuma pieaugumu; 59,4% uzskata, ka tas paliks tādā pašā līmenī; 17,7% respondentu prognozē, ka apgrozījums samazināsies (Attēls Nr. 2).



Attēls Nr. 2

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu prognozes par apgrozījuma izmaiņām 2012. gadā Avots: Aptaujas dati

Lai arī lielākā daļa aptaujāto uzņēmēju norāda, ka skaistumkopšanas nozares apgrozījums paliks līdzšinējā līmenī, 36,4% no fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora pārstāvjiem prognozē, ka apgrozījums 2012. gadā vietējā tirgū pieaugs (Attēls Nr. 3).

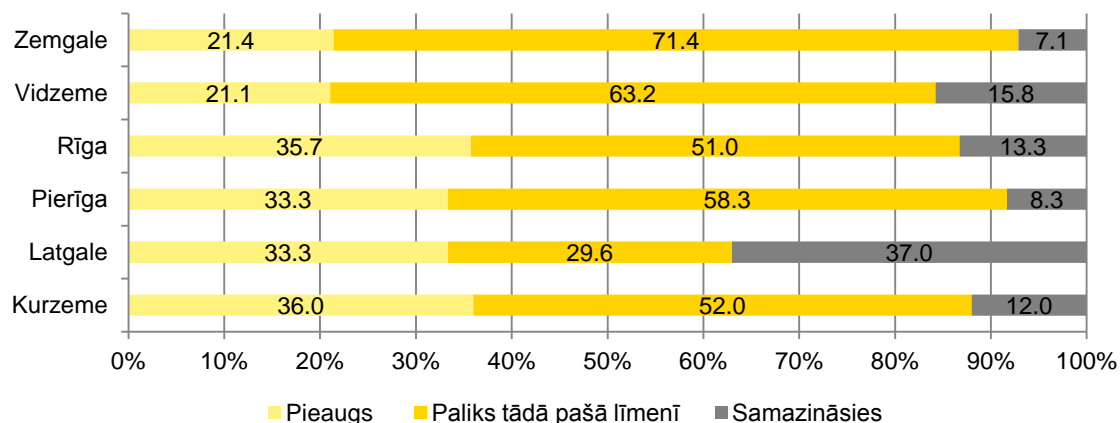


Attēls Nr. 3

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu prognozes par apgrozījuma izmaiņām 2012. gadā vietējā tirgū (%) sadalījumā pa skaistumkopšanas pakalpojumu nozares sektoriem Avots: Aptaujas dati

51,5% no labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmumiem savukārt prognozē, ka apgrozījums vietējā tirgū paliks tādā pašā līmenī, bet 12,1% uzskata, ka tas samazināsies. Labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmēju prognozes par apgrozījuma izmaiņām 2012. gadā vietējā tirgū ir pozitīvākās salīdzinājumā ar apgrozījuma prognozēm skaistumkopšanas nozarē kopumā, proti, sektorā ir par 13,5% vairāk uzņēmēju, kuri nozares apgrozījuma izmaiņās vietējā tirgū prognozē pieaugumu.

Savukārt 17,9% no frizieru pakalpojumu sektora pārstāvjiem prognozē, ka apgrozījums pieaugs, 58,1% domā, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 23,9% respondentu uzskata, ka tas samazināsies. Secinām, ka šajā sektorā, salīdzinot ar nozari kopumā, par 6,2% lielāks ir to uzņēmēju skaits, kuri 2012. gadā vietējā tirgū prognozē apgrozījuma kritumu (Attēls Nr. 3).



Attēls Nr. 4
Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu prognozes par apgrozījuma izmaiņām
2012. gadā vietējā tirgū (%) sadalījumā pa reģioniem
Avots: Aptaujas dati

Analizējot rezultātus pa reģioniem, aptaujātie skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu pārstāvji uz jautājumu par nozares apgrozījuma izmaiņām 2012. gadā vietējā tirgū izsaka šādas prognozes:

- 21,4% respondentu uzskata, ka Zemgales reģionā apgrozījums pieaugs, savukārt 71,4% respondentu prognozē, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 7,1% prognozē, ka tas samazināsies;
- 21,1% respondentu uzskata, ka Vidzemes reģionā apgrozījums pieaugs, 63,2%, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 15,8% prognozē, ka tas samazināsies;
- 35,7% respondentu uzskata, ka Rīgas reģionā apgrozījums pieaugs, 51%, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 13,3% prognozē, ka tas samazināsies;
- 33,3% respondentu uzskata, ka Pierīgas reģionā apgrozījums pieaugs, 58,3%, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 8,3% prognozē, ka tas samazināsies;
- 33,3% respondentu uzskata, ka Latgales reģionā apgrozījums pieaugs, 29,6%, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 37% prognozē, ka tas samazināsies;
- 36% respondentu uzskata, ka Kurzemes reģionā apgrozījums pieaugs, 52%, ka tas paliks tādā pašā līmenī un 12% prognozē ka tas samazināsies.

Izvērtējot respondentu atbildes, var secināt, ka visos reģionos, izņemot Latgales reģionu, kurā respondenti prognozē galvenokārt apgrozījuma samazināšanos, lielākā daļa respondentu uzskata, ka apgrozījums 2012.gadā vietējā tirgū paliks tādā pašā līmenī kā pašlaik.

Kopējās prognozētās apgrozījuma izmaiņu tendences atbilst iepriekš analizētajām skaistumkopšanas nozares kopumā prognozēm par apgrozījuma izmaiņām vietējā tirgū 2012. gadā, jo lielākā daļa uzņēmēju skaistumkopšanas nozarē prognozēja, ka apgrozījums paliks līdzšinējā līmenī. Reģionālajā sadalījumā redzams, ka četros no sešiem analizētajiem reģioniem (Rīga, Pierīga, Latgale, Kurzeme) uzņēmēju prognozes par apgrozījuma pieaugumu 2012. gadā vietējā tirgū ir vismaz par 10% augstākas nekā apgrozījuma pieauguma prognozes nozarē kopumā (22,9%) (Attēls Nr. 4).

6.3. Nozares SVID analīze

Skaistumkopšanas nozares SVID analīze izstrādāta, pamatojoties uz strukturētajās intervijās ar nozares ekspertiem iegūto informāciju.

Tabula Nr. 4. Skaistumkopšanas nozares SVID analīze

Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> - Skaistumkopšanas pakalpojumu pieejamība, augstā kvalitāte - Augstas kvalitātes un atpazīstamu zīmolu materiālu izmantošana pakalpojumu sniegšanā - Augsti kvalificētu meistarību bāze frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā - Ar specialitāti skaistumkopšanā jaunās māmiņas var iegūt pašnodarbinātas personas statusu un strādāt papildus bērna kopšanai, izmantojot elastīga darba laika iespējas.¹¹ 	<ul style="list-style-type: none"> - Liels neformālās izglītības kursu un programmu skaits nozarē, kurām nav vienotu standartu un kvalitātes prasību, kas potenciāli rada draudus profesionālās izglītības kvalitatīvai un kvantitatīvai atbilstībai darba tirgus vajadzībām - Latvijas iedzīvotāju salīdzinoši zemā maksātspēja - Nevienlīdzīgas darba atalgojuma sistēmas nozarē strādājošiem, kas veicina darbinieku mainību - Skaistumkopšanas nozares specialitāšu apgūšana ir saistīta ar būtiskām mācību izmaksām¹² - 45,5% frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumu nespēj piedāvāt mācību iespējas saviem darbiniekiem¹³ - Nozares uzņēmēju un izglītības iestāžu sadarbība ir salīdzinoši vāja: prakses vietu izveidošana uzņēmumos ir vienīgā sadarbības forma, kas tiek praktizēta bieži, savukārt uzņēmēju mācību programmu līdzfinansēšana un stipendiju piešķiršana audzēkņiem netiek praktizēta, bet dāvinājumi materiāli tehniskās bāzes izveidei ir reti¹⁴
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> - Nozarē vērojama klientu skaita pieauguma tendence, jo pieprasījums pēc augstas kvalitātes un kompleksiem pakalpojumiem (frizieris, manikīrs, solārijs u.c. pakalpojumi vienuviet) aug - Perspektīvas jaunu SPA centru veidošanā, jo ārvalstu tūristu vidū aug pieprasījums pēc Latvijā sniegtajiem pakalpojumiem, augstās kvalitātes un salīdzinoši zemās cenu attiecības dēļ - Perspektīvas skaistumkopšanas nozares uzņēmumu sadarbībā ar citām nozarēm, piemēram, ar medicīnu - Eiropā arvien jaunu tehnoloģiju izmantošana kosmētikas ražošanā, izstrādājot kvalitatīvus izejmateriālus, palielinātu arī daudzu Latvijas skaistumkopšanas salonu pakalpojumu kvalitāti, jo kosmētikas tendences un attīstība Eiropā ietekmē arī Latvijas skaistumkopšanas salonu darbību (tendences, izejmateriālus un izmantotās metodes) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nestabila normatīvā bāze - Citu pakalpojumu sniegšanā izmantojamo resursu cenu svārstības -īres nomas maksa, izmantojamo materiālu cenas - SPA attīstība kaimiņvalstīs Lietuvā un Igaunijā, kas nozīmē konkurences palielināšanos Latvijas skaistumkopšanas nozares saloniem - Iedzīvotāju skaita samazinājums valstī rada potenciālus draudus klientu skaita, kas izmanto skaistumkopšanas salonu sniegtos pakalpojumus, samazinājumam

¹¹ IZM, Informatīvais ziņojums „Par darba tirgus īstermiņa prognozēm 2011.gadam un bezdarbnieku un darba meklētāju prioritārajiem apmācību virzieniem”, 2011. gada 28. februāris, pieejams interneta vietnē http://www.lm.gov.lv/upload/darba_tirgus/darba_tirgus/Imzino_280211-1.pdf

¹² SIA „Baltic Cosmetic Holding” pārstāve

¹³ Uzņēmēju aptaujas dati

¹⁴ Izglītības iestāžu aptaujas dati

<ul style="list-style-type: none"> - iespējas jaunu tirgu apgūvē un jau esošo skaistumkopšanas eksporta tirgu attīstīšanā, piemēram, veicinot Baltijas un Krievijas tirgu apguvi - Frančīzes frizieru un skaistumkopšanas sektorā ārvalstīs, pārdodot Latvijas labāko meistarumu prasmes un zināšanas (angļu val. <i>know-how</i>) 	
--	--

Stiprās puses

Par nozares stipro pusi tiek uzskatīta skaistumkopšanas pakalpojumu pieejamība, kopumā augstā kvalitāte, augstas kvalitātes un atpazīstamu zīmolu materiālu izmantošana pakalpojumu sniegšanā, lai gan tirgū darbojas arī uzņēmumi, kas ierobežo resursu un zemākas kapacitātes dēļ nespēj nodrošināt augstu pakalpojuma kvalitāti to kompensējot ar zemu cenu. Viena no nozares stiprajām pusēm ir arī augsti kvalificētu Eiropas līmeņa meistarumu bāze frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā.

Vājās puses

Savukārt nozares vājās puses ir Latvijas iedzīvotāju salīdzinoši zemā maksātspēja, kā arī nevienlīdzīgas darba atalgojuma sistēmas nozarē strādājošiem - pašnodarbinātie saņem atalgojumu atbilstoši kopējiem naudas ieņēmumiem, salonos strādājošie vienā no šādiem trīs dažādiem veidiem: stundu tarifa likme, procentu likme (% no ieņēmumiem) vai fiksēta summa. Tas palielina darbinieku mainību, jo nodarbinātie maina darba vietas, izvēloties tās, kurās tiem konkrētajā brīdī piedāvā visaugstāko atalgojumu. Šādā gadījumā ir draudi pazust daļai darbinieku apkalpotās klientūras, kas var izraisīt atkārtotu ciklu, proti, atalgojums darbiniekam samazinās un atkal tiek meklēts uzņēmums, kas nodrošinās augstāku darba samaksu. Neskatoties uz to, ka atsevišķos uzņēmumos vērojama paaugstināta darbinieku mainība, pašlaik nozarei būtiskus draudus tas nerada, ņemot vērā, ka kopējais mainības līmenis nozarē ir salīdzinoši zems. 84 - 85% aptaujāto skaistumkopšanas nozares uzņēmēju norādīja, ka darbinieku mainība ir 0 - 10% robežās. Papildus tam skaistumkopšanas nozares specialitāšu apgūšana ir saistīta ar būtiskām mācību izmaksām. Tas ir viens no faktoriem, kas nozarei turpmāk varētu radīt potenciālus draudus augsti kvalificētu jauno speciālistu sagatavošanā.

Iespējas

Nākotnes iespējas nozarē paver klientu skaita pieauguma tendences, jo pieprasījums pēc augstas kvalitātes un kompleksiem pakalpojumiem (frizieris, manikīrs, solārijs u.c. pakalpojumi vienuviet) aug.

Pastāv perspektīvas arī jaunu SPA centru veidošanā, tā kā ārvalstu tūristu vidū aug pieprasījums pēc Latvijā sniegtiem pakalpojumiem, pamatojoties uz augsto kvalitātes un salīdzinoši zemās cenas attiecību, skaistumkopšanas nozares uzņēmumu sadarbībā ar citām nozarēm skaistuma veicināšanai, piemēram, medicīnu, jaunu tirgu apgūvē un jau esošo skaistumkopšanas eksporta tirgu attīstīšanā, piemēram, veicinot Baltijas un Krievijas tirgu apguvi, frančīžu veidošanā, piemēram, frizieru un skaistumkopšanas sektorā ārvalstīs, pārdodot Latvijas labāko meistarumu prasmes un zināšanas (angļu val. *know-how*).

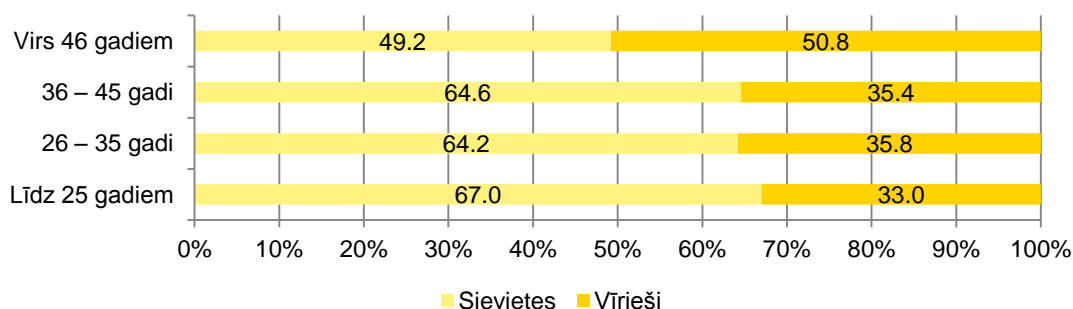
Draudi

Galvenie draudi nākotnē saistās ar nestabilu normatīvo aktu bāzi, piemēram, izmaiņas PVN likmēs, kas tiešā veidā ietekmē sniegto pakalpojumu cenas, līdz ar to arī iedzīvotāju pieprasījumu pēc skaistumkopšanas pakalpojumiem. Draudus rada arī citu pakalpojumu sniegšanā izmantojamo resursu cenu svārstības, proti, nomas maksas, izmantojamo materiālu cenu u.c. svārstības. Papildus tam draudus rada salīdzinoši strauja SPA attīstība kaimiņvalstīs Lietuvā un Igaunijā, palielinot konkurenci Latvijas uzņēmējiem (Tabula Nr. 4).

7. Nozares darbaspēka raksturojums un prognozes

Darbinieku raksturojums pa vecuma un dzimuma grupām

Analizējot sieviešu un vīriešu īpatsvaru skaistumkopšanas pakalpojumu nozarē, redzams, ka fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā vecumā līdz 25 gadiem sieviešu īpatsvars ir vislielākais (67%), vecumā no 26 līdz 35 gadiem tas ir 64,2%.

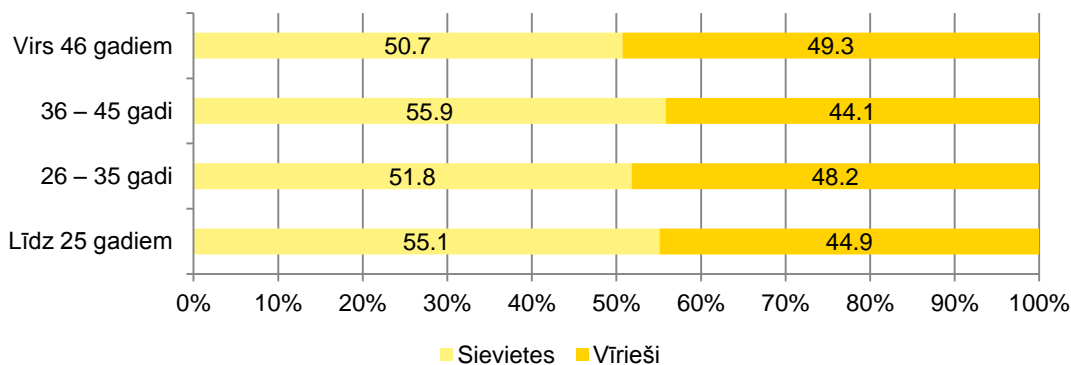


Attēls Nr. 5

Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmumu darbinieku raksturojums pa vecuma un dzimuma grupām

Avots: Aptaujas dati

Pēc aptaujas datiem arī vecuma grupā no 36 līdz 45 gadiem sievietes veido 64,6% no kopējā darbinieku skaita šajā sektorā, taču vecumā virs 46 gadiem sieviešu īpatsvars ir 49,2%, bet 50,8% strādājošo ir vīrieši. Visās pārējās analizējamās vecuma grupās vērojams izteikts sieviešu pārsvars, proti, 64 - 67% no nozares darbaspēka (Attēls Nr. 5).

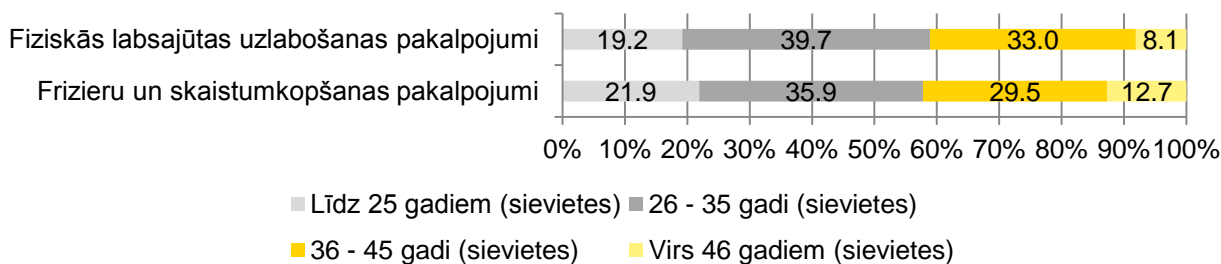


Attēls Nr. 6

Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumu darbinieku raksturojums pa vecuma un dzimuma grupām

Avots: Aptaujas dati

Analizējot sieviešu un vīriešu īpatsvaru skaistumkopšanas pakalpojumu nozarē, redzams, ka sieviešu īpatsvars frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā ir nedaudz mazāks nekā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā, un ir vidēji no 50,7% (vecuma grupā virs 46 gadiem) līdz 55,9% (vecuma grupā no 36 līdz 45 gadiem). Lielākais vīriešu īpatsvars sadalījumā pa vecuma kategorijām ir vecuma grupā virs 46 gadiem (49,3%). Tas atbilst situācijai fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā, kurā šajā vecuma grupā bija vērojams 50,8% vīriešu īpatsvars (Attēls Nr. 6).



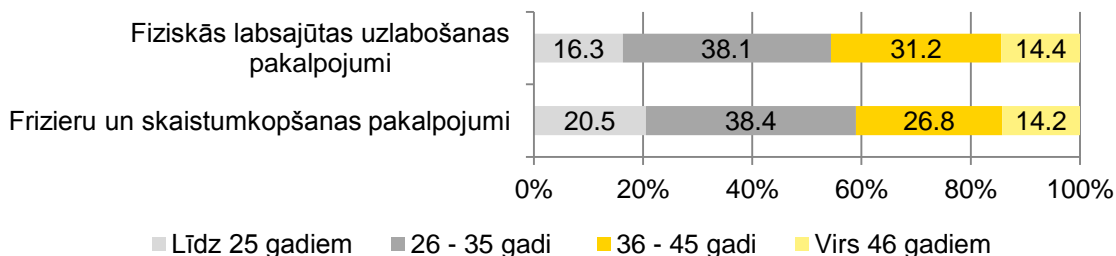
Attēls Nr. 7
Skaistumkopšanas nozares nodarbināto sieviešu vecuma struktūra
Avots: Aptaujas dati

Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā pēc aptaujas datiem strādā 21,9% sieviešu vecumā līdz 25 gadiem, 35,9% - vecumā no 26 līdz 35 gadiem, 29,5% - vecumā no 36 - 45 gadiem un 12,7% - vecumā virs 46 gadiem.

Labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā pēc aptaujas datiem strādā 19,2% sieviešu vecumā līdz 25 gadiem, 39,7% - vecumā no 26 līdz 35 gadiem, 33% - vecumā no 36 - 45 gadiem un 8,1% - vecumā virs 46 gadiem.

Aptaujas rezultāti rāda, ka skaistumkopšanas nozarē ir salīdzinoši liels jaunu darbinieku īpatsvars, ņemot vērā to, ka frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu un fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā attiecīgi 58% un 60% strādājošo ir vecumā līdz 35 gadiem.

Analizējot sieviešu darbaspēku sadalījumā pa vecuma grupām, var secināt, ka gan frizieru pakalpojumu, gan labsajūtas uzlabošanas sektorā visvairāk sievietes ir vecuma grupā no 26 līdz 35 gadiem, bet vismazākais sieviešu skaits abos sektoros vērojams vecuma grupā virs 46 gadiem. Kopumā, salīdzinot sieviešu vecuma struktūra abos sektoros, secinām, ka būtiskas atšķirības vecuma struktūrā nav vērojamas (Attēls Nr. 7).



Attēls Nr. 8
Skaistumkopšanas nozares nodarbināto vīriešu vecuma struktūra
Avots: Aptaujas dati

Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā pēc aptaujas datiem strādā 20,5% vīriešu vecumā līdz 25 gadiem, 38,4% - vecumā no 26 līdz 35 gadiem, 26,8% vecumā no 36 - 45 gadiem un 14,2% vecumā virs 46 gadiem.

Labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā pēc aptaujas datiem strādā 16,3% sieviešu vecumā līdz 25 gadiem, 38,1% - vecumā no 26 līdz 35 gadiem, 31,2% - vecumā no 36 - 45 gadiem un 14,4% vecumā virs 46 gadiem.

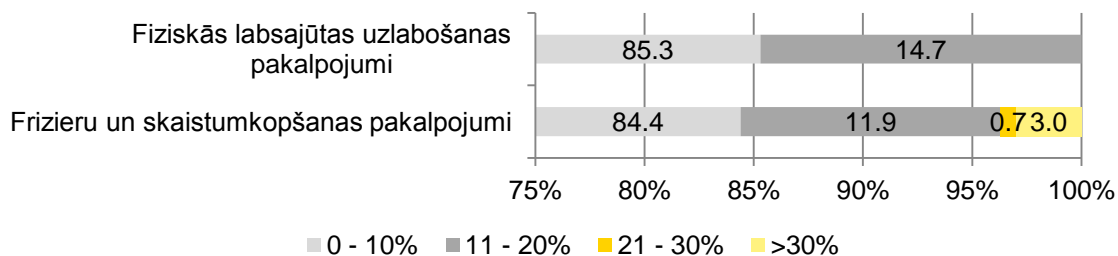
Analizējot vīriešu darbaspēku sadalījumā pa vecuma grupām, var secināt, ka gan frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu, gan fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā visvairāk vīriešu ir vecuma grupā no 26 līdz 35 gadiem, bet vismazākais vīriešu skaits abos sektoros vērojams vecuma grupā virs 46 gadiem.

Kopumā, salīdzinot vīriešu vecuma struktūra abos sektoros, secinām, ka būtiskas atšķirības vecuma struktūrā nav vērojamas. Līdzīga tendences vērojamas, analizējot sieviešu darbaspēku – būtiskas atšķirības vecuma struktūrā starp sektoriem nav vērojamas. Visvairāk darbinieku ir vecuma

grupā no 26 līdz 35 gadiem, bet vismazākais darbinieku skaits abos sektoros vērojams vecuma grupā virs 46 gadiem (Attēls Nr. 8).

Darbinieku mainības raksturojums

Analizējot skaistumkopšanas pakalpojumu nozares darbinieku mainības tendences pa sektoriem, var secināt, ka frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā lielākajā daļā uzņēmumu (84,4%) darbinieku mainība ir zema, proti, 0 - 10% robežās. Līdzīgi kā frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā arī fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā lielākajā daļā (85,3%) uzņēmumu darbinieku mainība ir 0 - 10% robežās. Skaistumkopšanas nozarē aptuveni 11 - 15% uzņēmumu darbinieku mainība gadā pēc aptaujas datiem ir 11 - 20% robežās, bet vienīgi frizieru un skaistumkopšanas sektora neliela uzņēmēju daļa (3,7%) norādīja, ka darbinieku mainība ir virs 21% gadā.



Attēls Nr. 9

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu darbinieku mainība gadā pa NACE sektoriem Avots: Aptaujas dati

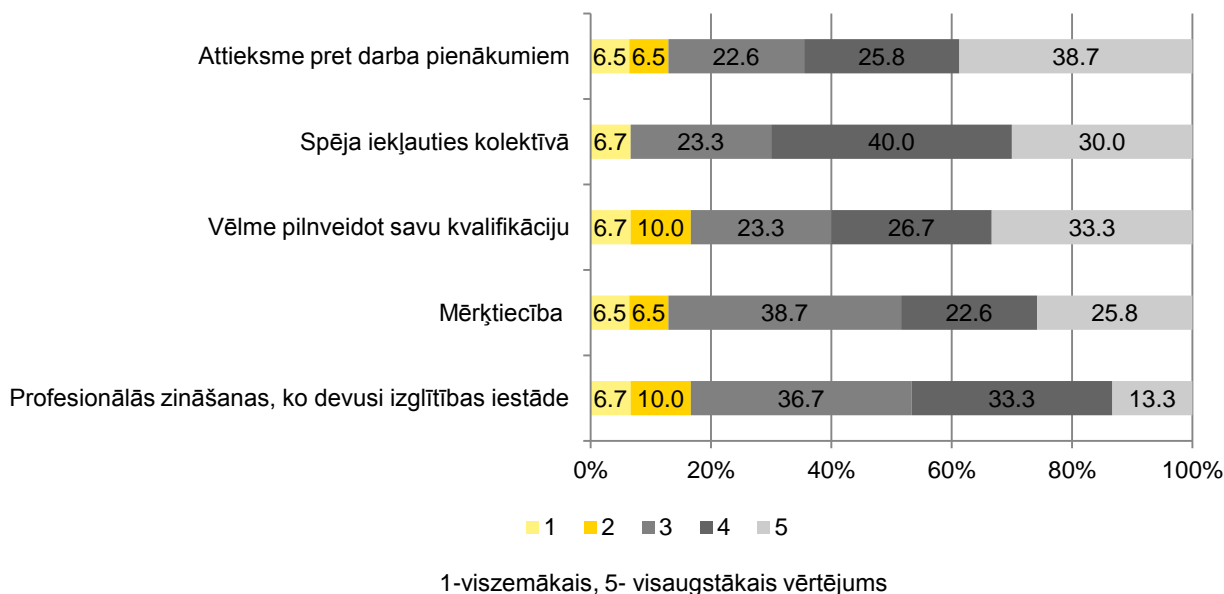
Aptaujas dati kopumā liecina par to, ka skaistumkopšanas nozarē darbiniekiem ir stabils darbs un, lai gan atsevišķos uzņēmumos frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā darbinieku mainība ir salīdzinoši augsta (virs 21% un pat virs 30%), darbinieku mainība lielākajā daļā uzņēmumu ir salīdzinoši zema. To apstiprina arī SIA „Maija” pārstāvis, norādot, ka vidējā darbinieku mainība uzņēmumā ir 2 - 3% gadā, un SIA „Baltic Cosmetic Holding” pārstāve, apstiprinot, ka kopējais darbinieku skaits pēdējo gadu laikā uzņēmumā nav būtiski mainījies (Attēls Nr. 9).

7.1. Nozarē strādājošo kompetences un prasmes

Tālāk tekstā sniegts skaistumkopšanas nozares izpētes anketu rezultātu apkopojums un analīze par darbinieku profesionālajām zināšanām un prasmēm, kas piemīt gan darbiniekiem, kuri mācību iestādes beiguši pēdējo trīs gadu laikā, gan darbiniekiem ar stāžu (t.i., tiem, kuri mācības iestādes beiguši pirms vairāk nekā trīs gadiem).

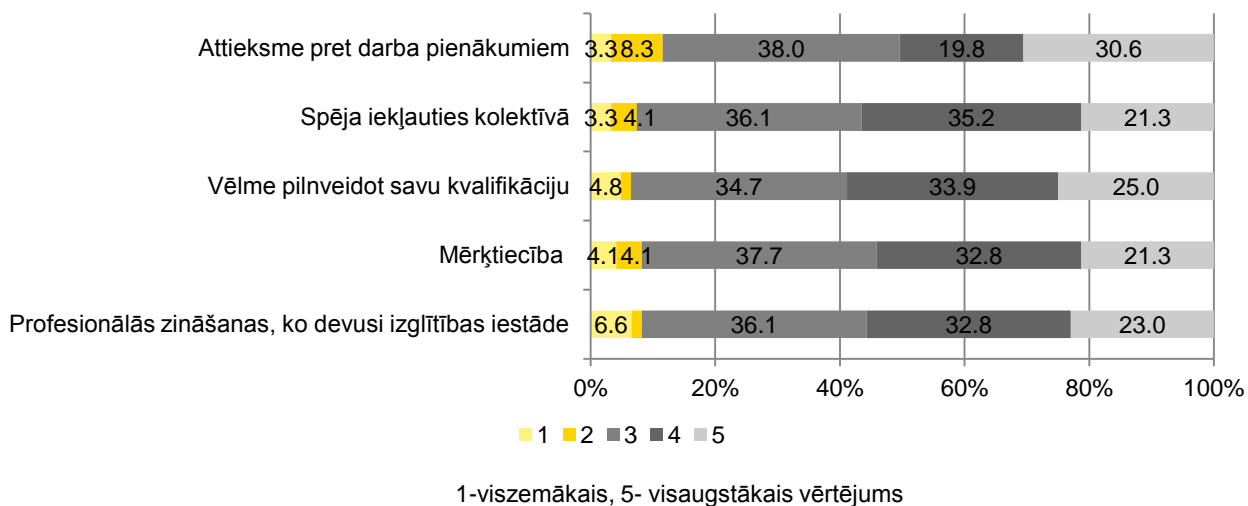
Profesionālo zināšanu un prasmju raksturojums darbiniekiem, kuri beiguši mācību iestādes pēdējo trīs gadu laikā

Analizējot pēdējo trīs gadu mācību iestādes beigušo fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu darbinieku zināšanas, prasmes un attieksmes, uzņēmēji visaugstāk vērtē jauno darbinieku spēju iekļauties kolektīvā (70% aptaujāto šo faktoru, proti, novērtēja ar 4 un 5 jeb augstā vai ļoti augstā līmenī), attieksmi pret darba pienākumiem (64,5%), vēlmi pilnveidot savu kvalifikāciju (60%). Savukārt tādas jauno darbinieku zināšanas, prasmes un attieksmes kā mērķtiecība un profesionālās zināšanas, pēc uzņēmēju domām ir salīdzinoši zemākā līmenī, jo lielākā daļa (51,7% - 53,4%) respondentu šīs izglītības iestādēs gūtās zināšanas, prasmes un attieksmes vērtē kā zemas vai vidējas.



Attēls Nr. 10
Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmumu pēdējos trīs gados izglītības iestādi beigušo darbinieku zināšanu, prasmju un attieksmju novērtējums (% sadalījums)
Avots: Aptaujas dati

Aptaujas dati liecina, ka visaugstāk uzņēmēji vērtē pēdējos trīs gados izglītības iestādi beigušo darbinieku attieksmes, t.sk., attieksmi pret darba pienākumiem un vēlmi pilnveidot kvalifikāciju, bet izglītības iestādē gūtās faktiskās jauno darbinieku profesionālās zināšanas tiek vērtētas zemāk (Attēls Nr. 10).



Attēls Nr. 11
Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu uzņēmumu pēdējos trīs gados izglītības iestādi beigušo darbinieku zināšanu, prasmju un attieksmju novērtējums (% sadalījums)
Avots: Aptaujas dati

Izvērtējot frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora trīs gados izglītības iestādi beigušo darbinieku zināšanas, prasmes un attieksmes, visaugstāk respondenti vērtē vēlmi pilnveidot savu kvalifikāciju (58,9% aptaujāto novērtēja ar 4 un 5 jeb augstā vai ļoti augstā līmenī). Tas atbilst iepriekš analizētā fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektora aptaujas rezultātiem. Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā atšķirībā no iepriekš analizētā sektora salīdzinoši augstāk uzņēmēji vērtē jauno darbinieku profesionālās zināšanas, ko devusi izglītības iestāde – 55,8% aptaujāto šo faktoru novērtēja ar 4 un 5 jeb augstā vai ļoti augstā līmenī.

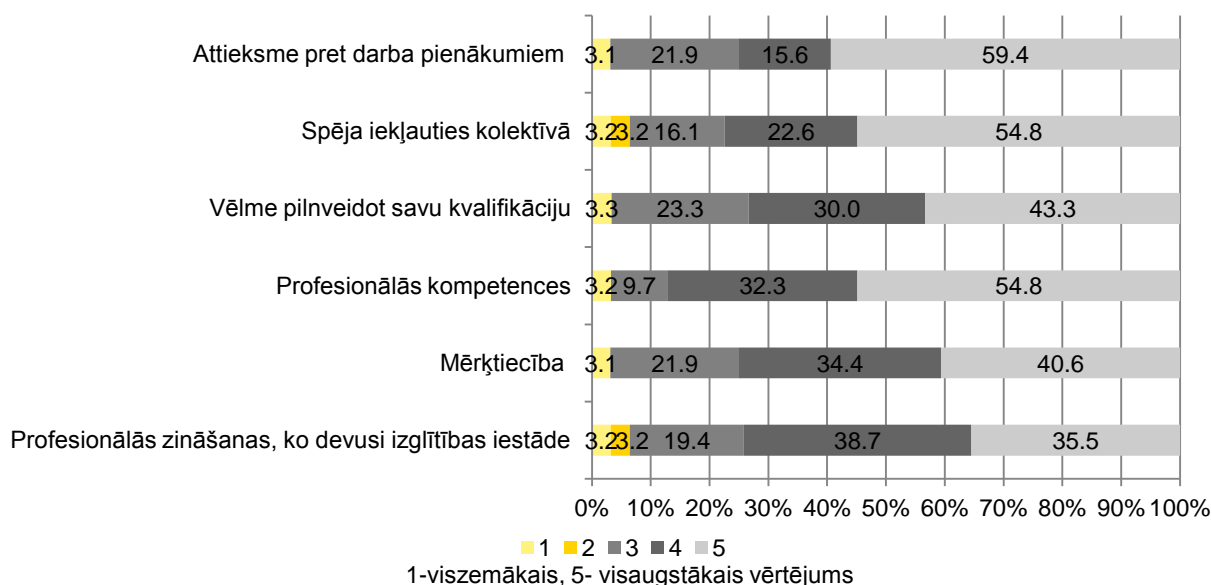
Šie rezultāti ir saskaņā ar fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektora aptaujas datiem, jo abos skaistumkopšanas nozares sektoros aptuveni puse respondentu pēdējos trīs gados izglītības iestādi beigušo darbinieku mērķtiecību un izglītības iestādes sniegtās profesionālās zināšanas vērtē kā zemas vai vidējas, savukārt pārējie respondenti – kā augstas vai ļoti augstas, kas liecina, ka darba devēju domas par pēdējos trīs gados izglītības iestādi beigušo darbinieku zināšanām un prasmēm dalās. Tas nozīmē, ka jauno darbinieku zināšanas un prasmju līmenis atšķiras. Tāpēc, piemēram, atsevišķos uzņēmumos ir izveidoti mācību centri, kuros nepieciešamības gadījumā tiek pilnveidotas jauniešu izglītības iestādēs apgūtajās prasmes, zināšanas. Piemēram, SIA „Baltic Cosmetic Holding” pārstāve norāda, ka, lai jauniešos attīstītu prasmes papildus tām zināšanām, ko devusi izglītības iestāde, uzņēmumā izveidots savs mācību centrs, kurā jaunieši tiek apmācīti un pēc tam nosūtīti divu mēnešu praksē uzņēmuma mācību salonā.

Lai arī kopumā jauno darbinieku zināšanas, prasmes un attieksmes darba devēji vērtē kā labas, uzņēmēji norāda, ka skolu programmās prakse ir nepietiekama, tādēļ lielie uzņēmumi jaunos darbiniekus apmāca paši.

Profesionālo zināšanu un prasmju raksturojums darbiniekiem, kas beiguši mācību iestādi pirms vairāk nekā trīs gadiem

Respondenti no fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu uzņēmumiem darbiniekos ar stāžu, proti, darbiniekos, kuri mācību iestādi beiguši pirms vairāk kā trīs gadiem, visaugstāk vērtē profesionālās kompetences (87,1% aptaujāto šo kritēriju novērtēja ar 4 un 5 jeb augstā vai ļoti augstā līmenī), mērķtiecību (75%), spēju iekļauties kolektīvā (77,4%) un profesionālās zināšanas, jo 38,7% respondenti kopumā novērtējuši kā augstas un gandrīz tikpat liela aptaujāto daļa (35,5%) tās novērtēja kā ļoti augstas.

Uzņēmēju vērtējums par darbiniekiem, kuri beiguši mācību iestādi pirms vairāk nekā trīs gadiem, ir pozitīvāks salīdzinājumā ar iepriekš analizēto jauno darbinieku zināšanu, prasmju, attieksmju novērtējumu, proti, visi analizējamie kritēriji kopumā novērtēti augstā līdz ļoti augstā līmenī (ar 4 un 5).



Attēls Nr. 12

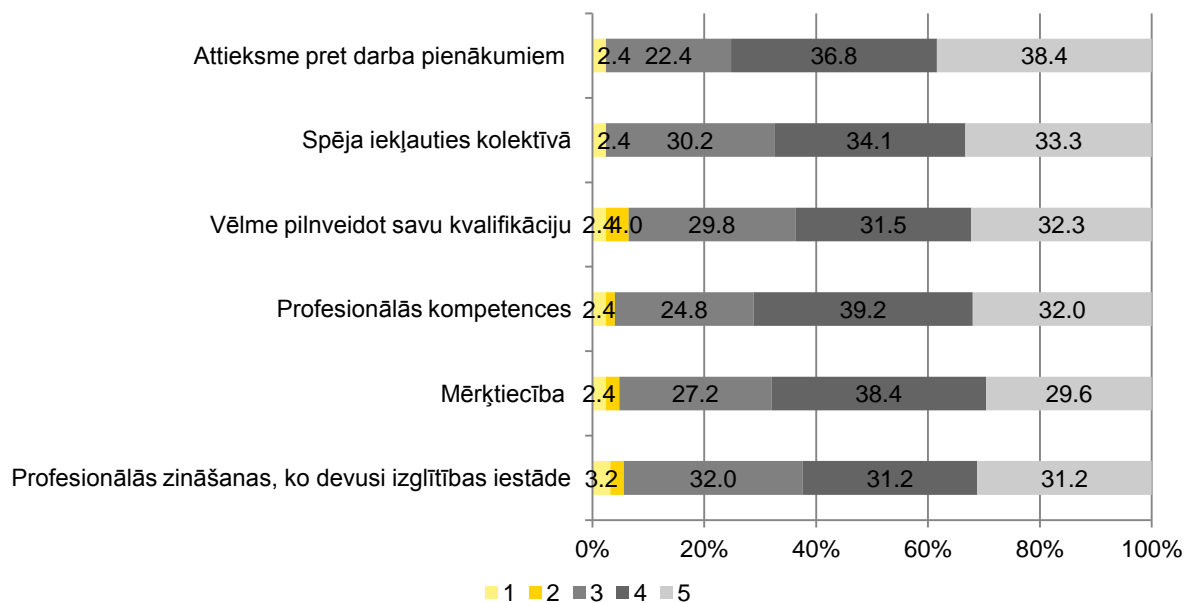
Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu uzņēmumu pieredzējušo darbinieku zināšanu, prasmju un attieksmju novērtējums (% sadalījums)

Avots: Aptaujas dati

Turklāt, SIA „Maija” pārstāvis papildina, ka „uzņēmumam trūkst pieredzējušu speciālistu ar savu klientu loku, taču kopumā sava klientu loka iegūšanai un pietiekama profesionalitātes līmeņa sasniegšanai nepieciešami četri pieci gadi, bet kopā ar mācībām – seši septiņi gadi.” Tas liecina, ka darbiniekiem ar stāžu nepieciešams salīdzinoši ilgs laiks, lai savas profesionālās kompetences attīstītu atbilstošā līmenī.

Rezultāti liecina, ka fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu uzņēmumu pieredzējušo darbinieku zināšanas, prasmes un attieksmes pēc uzņēmēju domām ir augstā vai ļoti augstā līmenī. Līdz ar to secinām, ka darbinieki ar stāžu šajā sektorā ir kompetenti profesionālo zināšanu jomā, turklāt tiem

raksturīga mērķtiecība, spēja iekļauties kolektīvā, vēlme pilnveidot savu kvalifikāciju, kā arī tiem piemīt augsta atbildības sajūta, par ko liecina fakts, ka 59,4% respondentu šo pieredzējušo darbinieku attieksmi novērtēja kā ļoti augstu (Attēls Nr. 12).



1-vizzemākais, 5- visaugstākais vērtējums

Attēls Nr. 13

Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu uzņēmumu pieredzējušo darbinieku zināšanu, prasmju un attieksmju novērtējums (% sadalījums)

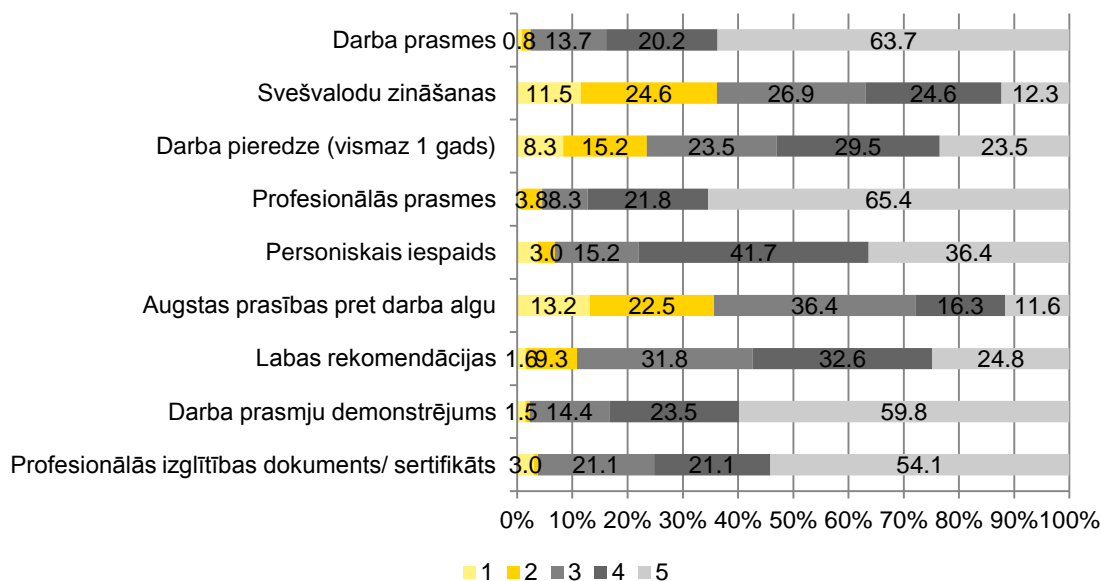
Avots: Aptaujas dati

Respondenti no frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumiem darbiniekos ar stāžu visaugstāk vērtē attieksmi pret darba pienākumiem (75,2%) un profesionālās kompetences (71,2%). Rezultāti liecina, ka fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu uzņēmumu visas izvērtējamās zināšanas, prasmes un attieksmes pēc uzņēmēju domām ir augstā vai ļoti augstā līmenī. Kā redzams, pieredzējušie darbinieki šajā sektorā pēc darba devēju domām ir kompetenti profesionālo zināšanu jomā, kā arī tiem piemīt mērķtiecība, spēja iekļauties kolektīvā, vēlme pilnveidot savu kvalifikāciju un augsta atbildības sajūta, par ko liecina fakts, ka 75,2% respondentu darbinieku ar stāžu attieksmi pret darba pienākumiem novērtēja kā ļoti augstu. Kopumā secinām, ka rezultāti ir līdzīgi kā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora darbinieku ar stāžu novērtējumā.

7.2. Nozares darbinieku atlases kritēriji

Kritēriji, pieņemot darbā darbiniekus vienkāršo profesiju līmenī

Izvērtējot atlases kritērijus, pēc kuriem tiek pieņemti darbā darbinieki vienkāršo profesiju (pakalpojumu sniegšanas) līmenī skaistumkopšanas nozares frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumos, secinām, ka vissvarīgākie atlases kritēriji ir darbinieka profesionālās prasmes (65,4%), darba prasmes (63,7%) un darba prasmju demonstrējums (59,8%).



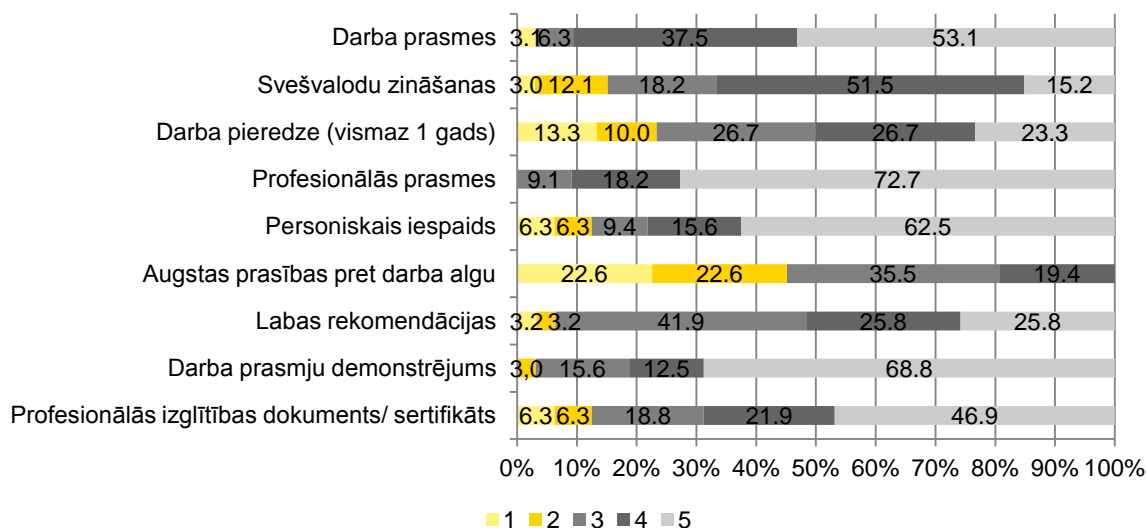
Attēls Nr. 14

Skaistumkopšanas nozares frizieru un skaistumkopšanas sektora uzņēmumos izmantotie atlasē kritēriji, pieņemot darbā darbiniekus vienkāršo profesiju līmenī (1-nav nozīmes, 5- ļoti svarīgi)

Avots: Aptaujas dati

Pēc respondentu domām ļoti svarīgs kritērijs ir arī profesionālās izglītības dokuments/sertifikāts, ko vairāk nekā puse jeb 54,1% respondentu novērtēja ar 5. Kopumā, pieņemot darbā darbiniekus pakalpojumu sniegšanas līmenī, svarīgākie kritēriji galvenokārt ir saistīti ar darbinieka praktiskajām iemaņām un darba prasmēm, bet tādi kritēriji kā svešvalodu zināšanas, prasības pret darba algu ir mazāk svarīgi jeb vidēji svarīgi (Attēls Nr. 14).

Izvērtējot atlasē kritērijus, pēc kuriem tiek pieņemti darbā darbinieki vienkāršo profesiju līmenī skaistumkopšanas nozares fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektora uzņēmumos, vissvarīgākie atlasē kritēriji ir profesionālās prasmes (72,7%), darba prasmju demonstrējums (68,8%), personiskais iespaids (62,5%) un profesionālās izglītības dokuments/sertifikāts (46,9%) (Attēls Nr. 15).



Attēls Nr. 15

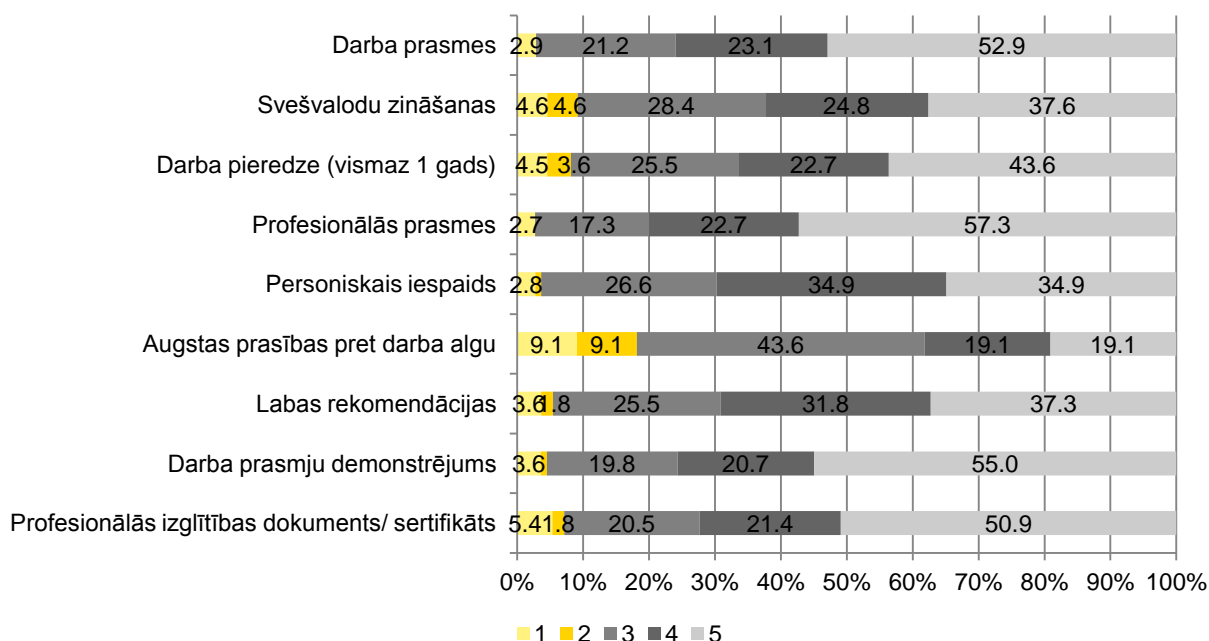
Skaistumkopšanas nozares fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektora uzņēmumos izmantotie atlasē kritēriji, pieņemot darbā darbiniekus vienkāršo profesiju līmenī (1-nav nozīmes, 5- ļoti svarīgi)

Avots: Aptaujas dati

Kopumā līdzīgi kā iepriekš analizētajā frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā, pieņemot darbā darbiniekus vienkāršo profesiju līmenī, svarīgākie kritēriji galvenokārt ir saistīti ar darbinieka praktiskajām iemaņām, profesionālajām un darba prasmēm, bet tādi kritēriji kā svešvalodu zināšanas, prasības pret darba algu ir mazāk svarīgi vai vidēji svarīgi.

Kritēriji, pieņemot darbā darbiniekus vadības līmenī

Izvērtējot atlases kritērijus, pēc kuriem tiek pieņemti darbā darbinieki vadības līmenī skaistumkopšanas nozares frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumos, secinām, ka vissvarīgākie atlases kritēriji ir profesionālās prasmes (57,3%) jeb specifiskas ar konkrēto profesiju saistītas iemaņas, darba prasmju demonstrējums (55%) un darba prasmes (52,9%), kas ietver vispārējas darba uzdevumu efektīvai izpildei nepieciešamās iemaņas, piemēram, darba temps, kvalitāte, u.c.

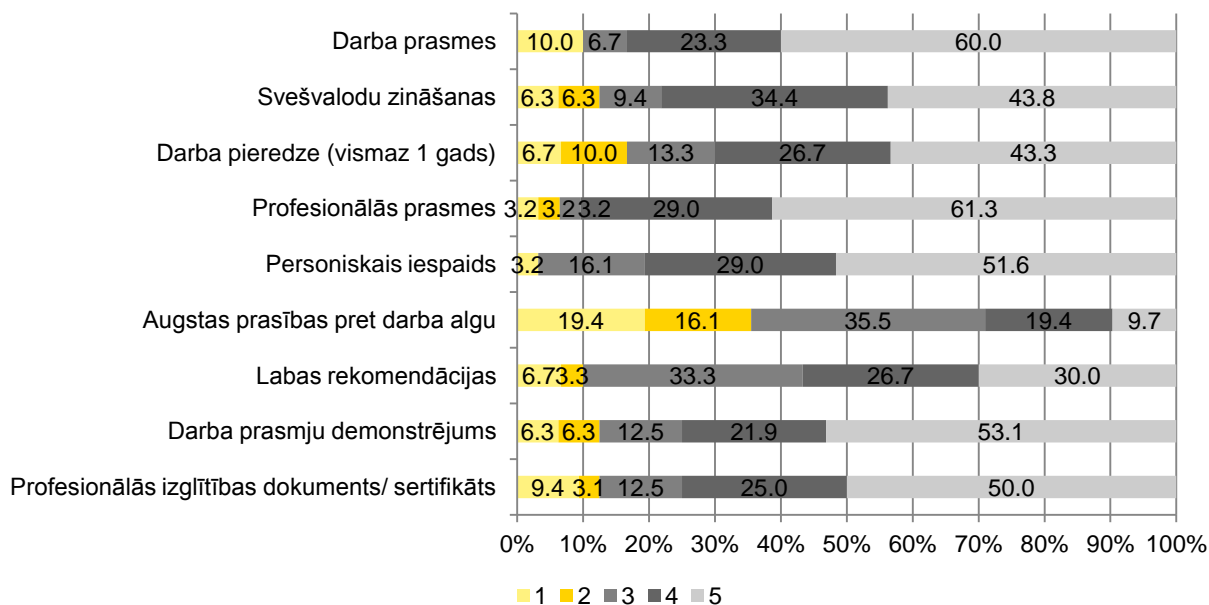


Attēls Nr. 16

Skaistumkopšanas nozares frizieru un skaistumkopšanas sektora uzņēmumos izmantotie atlases kritēriji, pieņemot darbā darbiniekus vadības līmenī (1-nav nozīmes, 5- ļoti svarīgi)

Avots: Aptaujas dati

Arī profesionālās izglītības dokuments/sertifikāts pēc 50,9% respondentu domām ir ļoti svarīgs kritērijs. Aptaujas rezultāti liecina, ka, pieņemot darbā darbiniekus vadības līmenī uzņēmējiem ir svarīgi, lai darbinieks spētu demonstrēt prasmju un attieksmju kopumu, jo gandrīz visi kritēriji pēc uzņēmēju domām ir ļoti svarīgi. Tā ir galvenā atšķirība no atlases kritēriju izvērtējuma, pieņemot darbā darbiniekus pakalpojumu sniegšanas līmenī, kur tika identificēti specifiski nozīmīgākie kritēriji, piemēram, profesionālās un darba prasmes. Augstas prasības pret darba algu ir vienīgais kritērijs, kas pēc respondentu domām ir vidējas nozīmes faktors gan pieņemot darbā strādājošos vadības līmenī, gan pakalpojumu sniegšanas līmenī (Attēls Nr. 16).



Attēls Nr. 17

Skaistumkopšanas nozares fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektora uzņēmumos izmantotie atlases kritēriji, pieņemot darbā darbiniekus vadības līmenī (1-nav nozīmes, 5- ļoti svarīgi)

Avots: Aptaujas dati

Izvērtējot atlases kritērijus, pēc kuriem tiek pieņemti darbā darbinieki vadības līmenī skaistumkopšanas nozares fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektora uzņēmumos, secinām, ka vissvarīgākie atlases kritēriji ir profesionālās prasmes (61,3%) un darba prasmes (60%), kā arī darba prasmju demonstrējums un profesionālās izglītības dokuments/sertifikāts, ko attiecīgi 53,1% un 50% aptaujāto novērtēja ar 5.

Kopumā visi kritēriji pēc respondentu domām vērtējami kā vidēji līdz ļoti svarīgi (ar vērtējumu no 3 līdz 5 pēc lielākās daļas respondentu domām). Tas liecina par to, ka vadības un apkalpojošā personāla līmeņa darbiniekiem, stājoties darbā, jāspēj demonstrēt dažādu prasmju, iemaņu un attieksmju kopums, nevis kāda konkrēta prasme vai iemaņa. Lai gan profesionālās un darba prasmes tiek vērtētas visaugstāk, bet labas rekomendācijas, augstas prasības pret darba algu kā vidējas nozīmes faktori, nav atlases kritēriju, kuriem praktiski nebūtu nozīmes kandidātu atlasē uz noteiktu amatu vadības līmenī.

Tāpat būtiskas atšķirības kritēriju novērtējumā pa skaistumkopšanas nozares sektoriem netika identificētas ne pakalpojumu sniegšanas, ne vadības līmenī (Attēls Nr. 17).

7.3. Nozares darbinieku pieejamība darba tirgū (vakances)

Nozares darbinieku pieejamību darba tirgū raksturo vairāki rādītāji, t.sk. brīvās darbavietas nozarē, bezdarbnieku skaits, kā arī apmācības iespējas (izglītības programmas), kas tiek piedāvātas bezdarbniekiem. Šajā sadaļā tiks analizēti visi šie rādītāji, pamatojoties uz Nodarbinātības valsts aģentūras (NVA) sniegtajiem datiem.¹⁵ Taču jāpiebilst, ka NVA dati nav pilnīgi un precīzi neraksturo darbaspēka pieprasījumu darba tirgū, jo tie atspoguļo tikai daļu no tirgū esošajām brīvajām darbavietām. Bez NVA informāciju par brīvajām darbavietām tirgū apkopo juridiskās personas, tomēr šo personu apkopotie dati publiski ir pieejami tikai uz vienu konkrētu datumu. Šāda informācija nesniedz pilnīgu situācijas raksturojumu par brīvo darbavietu skaitu nozarē, tāpēc šie dati pētījumā netiek apkopoti.

¹⁵ NVA dati reģistrēti, pamatojoties uz uzskaitē esošo iedzīvotāju sniegto informāciju, tāpēc atsevišķu profesiju nosaukumu var atšķirties no Profesiju klasifikatorā vai izstrādātajos profesiju standartos lietotajiem profesiju nosaukumiem.

Analīzes sākumā attēlots brīvo darbavietu skaits skaistumkopšanas nozarē 2010. gada 31. decembrī un 2011. gada 30. novembrī.

Tabula Nr. 5. Brīvas darbavietas 30.11.2011. un 31.12.2010¹⁶

Profesija	Vietu skaits (30.11.2011)	Vietu skaits (31.12.2010)
Dāmu frizieris	1	1
Frizieris	9	10
Kosmetologs	2	0
Kungu frizieris	0	2
Manikīrs	4	0
Masieris	17	11
Nagu kopšanas speciālists	2	3
SPA administrators	1	1
Kopā	36	28

Avots: Nodarbinātības valsts aģentūra

Pēc NVA datiem vispieprasītākās profesijas skaistumkopšanas nozarē ir friziera un masiera profesijas. Latvijā 2010. gada 12 mēnešos šajās nozares profesijās kopumā bija attiecīgi 10 un 11 brīvu darbavietu, bet 2011. gada 11 mēnešos attiecīgi 9 un 17 brīvu darbavietu, turklāt gada laikā masiera profesijā brīvo darbavietu skaits palielinājās par sešām, bet friziera profesijā tas samazinājās par vienu. Pārējās nozares profesijās brīvo darbavietu skaits ir neliels – 1 līdz 4 vakances attiecīgajā profesijā.

Zīmīgi, ka frizieru sektorā kungu friziera profesijā 2011. gada 30. novembrī nebija reģistrētu brīvo darbavietu, lai gan 2010. gada 31. decembrī šajā profesijā bija divas vakances. Pretēja tendence vērojama kosmetologa profesijā, kur attiecīgajā laika periodā brīvo darba vietu skaits palielinājies no nulles līdz divām.

Nozarē kopumā laika periodā no 2010. gada 31. decembra līdz 2011. gada 30. novembrim vērojams brīvo darbavietu pieaugums (no 28 līdz 36), bet lielākais brīvo darbavietu pieaugums vērojams masiera (11 līdz 17) profesijā, kā arī manikīra profesijā (0 līdz 4).

Nākamajā tabulā sniegts apkopojums par bezdarbnieku skaitu 2011. gada 30. septembrī tajās skaistumkopšanas nozares profesijās, kurās ir vairāk par 50 bezdarbniekiem.¹⁷ Kā redzams tabulā, vienīgās profesijas, kurās ir vairāk par 50 bezdarbniekiem, ir frizieris, masieris un nagu kopšanas speciālists. Vislielākais bezdarbnieku skaits vērojams friziera profesijā (370 reģistrētie bezdarbnieki 2010. gada 31. decembrī ar kritumu līdz 316 bezdarbniekiem 2011. gada 30. septembrī). Raksturīgi, ka tieši friziera profesija pēc iepriekš analizētās informācijas 2011. gada 11 mēnešos ir viena no tām, kurās ir visvairāk brīvo darbavietu skaistumkopšanas nozarē (9).

Tabula Nr. 6. Bezdarbnieku skaits 2011.gada 30. septembrī profesijās, kurās ir vairāk par 50 bezdarbniekiem

Profesija	Bezdarbnieku skaits (30.09.2011)	Bezdarbnieku skaits (31.12.2010)
Frizieris	316	370
Masieris	0	55
Nagu kopšanas speciālists	92	114

Avots: Nodarbinātības valsts aģentūra

¹⁶ NVA sniegtie dati par nozares darbinieku pieejamību darba tirgū nesniedz pilnīgu raksturojumu par brīvo darbavietu (vakancu) skaitu nozarē, jo NVA reģistrē ilgstoši (ilgāk par vienu mēnesi) brīvās darbavietas.

¹⁷ Analīzē par bezdarbnieku skaitu 2011. gada 30. septembrī izmantoti NVA dati.

Pārējās profesijas, kurās vērojams salīdzinoši augsts bezdarbnieku skaits, ir nagu kopšanas speciālists (114 reģistrēto bezdarbnieku 2010. gada 31. decembrī ar nelielu kritumu līdz 92 bezdarbniekiem 2011. gada 30. septembrī) un masieris (55 reģistrētie bezdarbnieki 2010. gada 31. decembrī ar krasu kritumu līdz nulli 2011. gada 30. septembrī). Pēc NVA datiem kopējām bezdarbnieku skaitam nozarē ir tendence samazināties, turklāt lielākais bezdarbnieku kritums vērojams masiera profesijā (samazinājums par 55).

Turklāt masiera profesijā ir arī vislielākais brīvo vakanču skaits (Tabula Nr. 5), lai gan brīvo darbavietu skaits 2010. gadā bija salīdzinoši zemāks kā bezdarbnieku skaits šajā profesijā, bet 2011. gada septembrī – novembrī masiera profesijā brīvo darbavietu skaits bija 17, bet reģistrēto bezdarbnieku šajā profesijā bija nulle.

NVA rīko arī profesionālās apmācības, lai bezdarbniekiem palīdzētu veiksmīgāk integrēties darba tirgū. Informācija par profesionālās apmācības izglītības programmām par 2011. gada 10 mēnešiem sniegta nākamajā tabulā.

Tabula Nr. 7. Informācija par profesionālās apmācības izglītības programmām par 2011. gada 10 mēnešiem

Izglītības programmas	Uzsākuši mācības periodā	Pabeiguši apmācību, t.sk. tie, kuri uzsākuši apmācību iepriekšējos periodos	no tiem		no tiem			no tiem	
			tie, kuri uzsākuši apmācību 2011.gadā	lektārojušies darbā pēc apmācības, t.sk. tie, kuri pabeiguši apmācību iepriekšējos periodos	tie, kuri pabeiguši apmācību 2011.gadā	tie, kuri uzsākuši un pabeiguši apmācību 2011.gadā	lektārojušies darbā pirmo 6 mēnešu laikā pēc apmācības pabeigšanas, t.sk. tie, kuri pabeiguši apmācību iepriekšējos periodos	tie, kuri pabeiguši apmācību 2011.gadā	tie, kuri uzsākuši un pabeiguši apmācību 2011.gadā
Frizieris	0	0	0	213	0	0	108	0	0
Frizūru modelēšana (BD kuponi)	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Jaunākie materiāli un tehnoloģijas friziera darbā (BD kuponi)	3	2	2	0	0	0	0	0	0
Ķermeņa estētiskie kopšanas pamati (BD kuponi)	23	0	0	0	0	0	0	0	0
Mūsdienīgas tehnikas matu krāsas dizainā (BD kuponi)	4	3	3	0	0	0	0	0	0
Nagu kopšanas speciālists	0	0	0	260	0	0	128	0	0

Avots: Nodarbinātības valsts aģentūra

Pēc NVA sniegtās informācijas vislielākais skaits bezdarbnieku (23) 2011. gada 10 mēnešos mācības uzsākuši ķermeņa estētiskās kopšanas pamatu izglītības programmā. Visi tās uzsākuši, izmantojot bezdarbnieku kuponus.

Vienīgie bezdarbnieki, kas pabeiguši apmācību 2011. gada 10 mēnešos, ir darba meklētāji, kas izvēlējušies mūsdienīgas tehnikas matu krāsas dizaina un jaunāko materiālu un tehnoloģiju friziera darbā izglītības programmas (attiecīgi 3 un 2). Savukārt vislielākais skaits bezdarbnieki, kuri pēc apmācības atraduši darbu, t.sk. tie, kuri beiguši apmācību iepriekšējos periodos, ir vērojams friziera

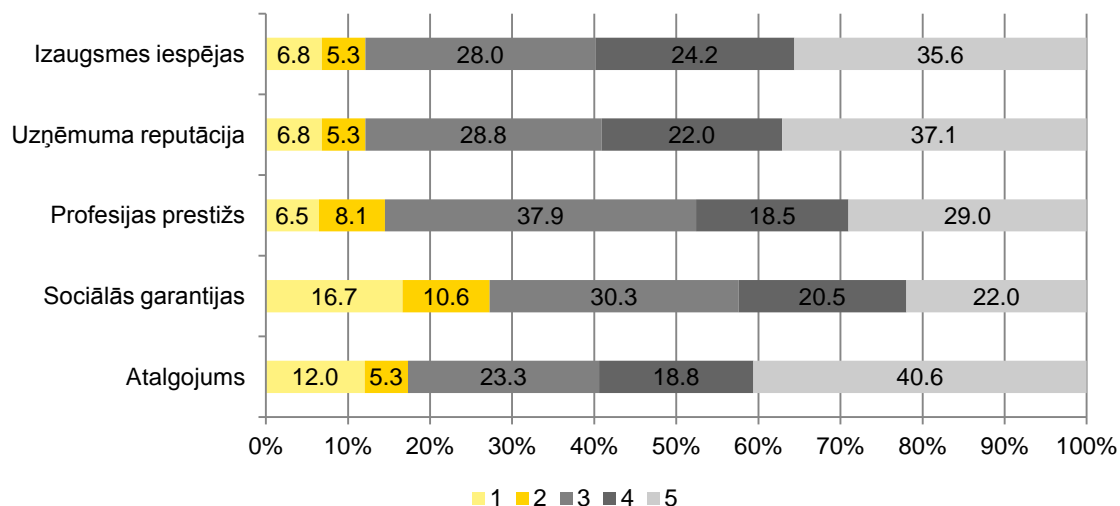
(213) un nagu kopšanas speciālista (260) profesijā. Arī to bezdarbnieku vidū, kuri iekārtojušies darbā pirmo sešu mēnešu laikā pēc apmācību pabeigšanas, t.sk. tie, kuri pabeiguši apmācību iepriekšējos periodos, vislabākie rādītāji ir friziera un nagu kopšanas speciālista profesijās (attiecīgi 108 un 128). Kopumā friziera profesijā ir salīdzinoši augsts brīvo darbvietu skaits, arī bezdarbnieku skaits un to personu, kuri pēc apmācību beigšanas konkrētajā profesijā, atraduši darbu.

7.4. Darba resursu piedāvājums un to ietekmējošie faktori

Tālāk sniegts skaistumkopšanas nozares izpētes uzņēmēju aptaujas rezultātu apkopojums un to kritēriju analīze, kas pēc uzņēmumu pārstāvju domām ir būtiski nozares uzņēmumu darbiniekiem. Analīze sniegta sadalījumā pa skaistumkopšanas nozares sektoriem (pa fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu un frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektoriem) un sadalījumā pa darbinieku līmeņiem, atsevišķi analizējot pakalpojumu sniegšanas līmeņa darbiniekus un vadības līmeņa darbiniekus.

Kritēriji darbiniekiem, stājoties darbā vienkāršo profesiju līmenī

Analizējot respondentu atbildes, var secināt, ka lielākā daļa frizieru pakalpojumu sektora uzņēmēju uzskata, ka svarīgākais darbiniekus piesaistošais faktors vienkāršo profesiju līmenī ir atalgojums (40,6%).



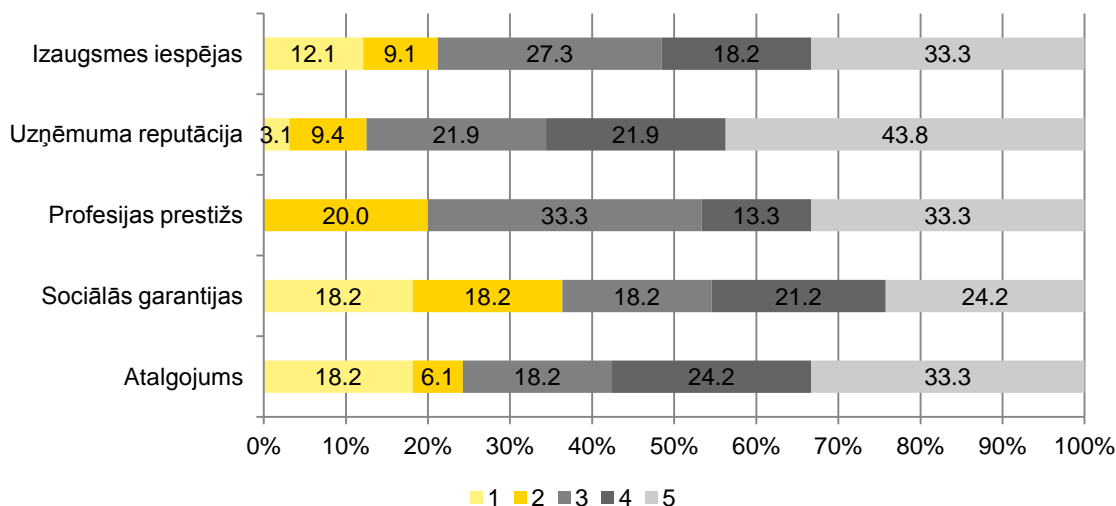
Attēls Nr. 18

Faktori, kas ietekmē darbinieku piesaisti frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu uzņēmumos vienkāršo profesiju līmenī (1-nav nozīmīgs, 5 – ļoti svarīgi)

Avots: Aptaujas dati

Kā nozīmīgi faktori tiek atzīmēti arī uzņēmuma reputācija (37,1%) un izaugsmes iespējas (35,6%). Pēc uzņēmēju domām profesijas prestižam un sociālajām garantijām ir vidēja nozīme, tā kā attiecīgi 37,9% un 30,3% aptaujāto šos kritērijus novērtēja ar 3 (Attēls Nr. 18).

Analizējot respondentu atbildes, var secināt, ka nozīmīgākais faktors fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā, piesaistot darbiniekus vienkāršo profesiju līmenī, ir uzņēmuma reputācija (43,8%). Tikpat svarīgi tiek vērtēti tādi kritēriji kā atalgojums (33,3%), izaugsmes iespējas (33,3%) un profesijas prestižs (33,3%).

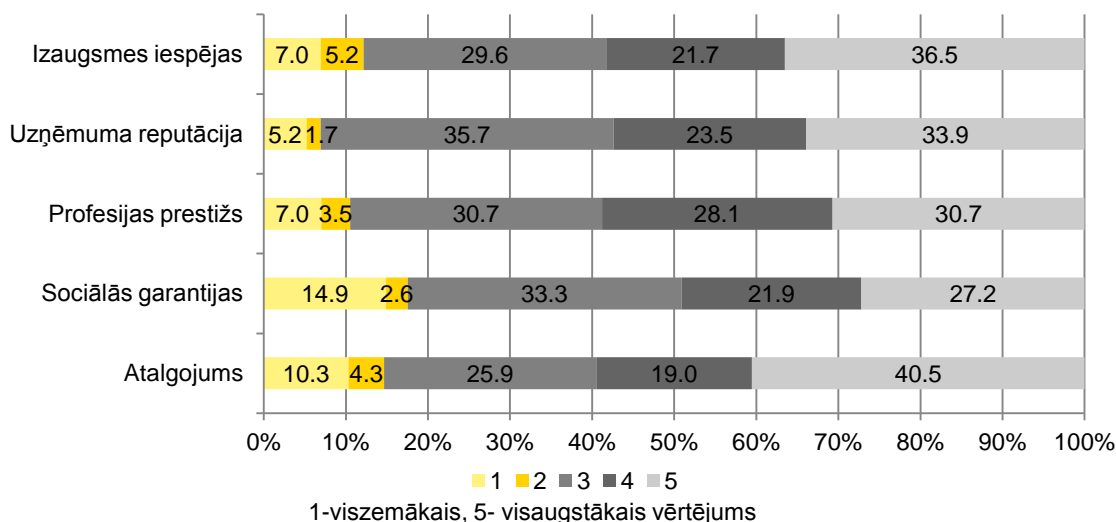


Attēls Nr. 19
Faktori, kas ietekmē darbinieku piesaisti labsajūtas uzlabošanas sektora uzņēmumos darbiniekiem vienkāršo profesiju līmenī (1 – nav nozīmīgs, 5 – ļoti svarīgi)
Avots: Aptaujas dati

Fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā darbiniekus kā ļoti svarīgs kritērijs darbinieku piesaistei vienkāršo profesiju līmenī pēc 24,2% aptaujāto domām ir arī sociālo garantiju nodrošinājums, lai gan šo kritēriju nedaudz mazāka respondentu daļa novērtēja kā nenozīmīgu (vērtējumu 1 un 2 piešķīra kopā 36,4% respondentu) (Attēls Nr. 19).

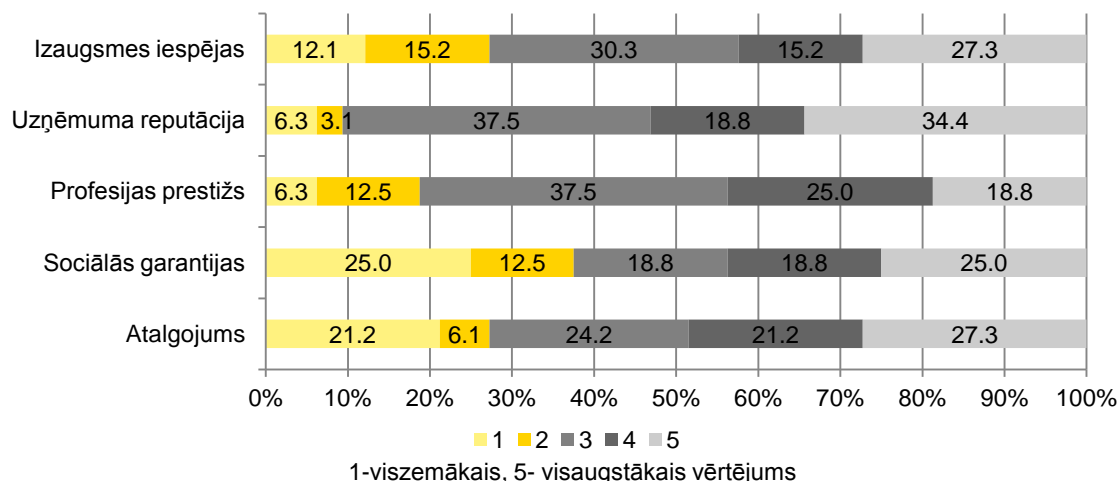
Kritēriji darbiniekiem, stājoties darbā vadības līmenī

Izvērtējot respondentu atbildes, liela daļa frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmēju uzskata, ka svarīgākie darbiniekus piesaistošie kritēriji vadības līmenī ir atalgojums (40,5%) un izaugsmes iespējas (36,5%).



Attēls Nr. 20
Faktori, kas ietekmē darbinieku piesaisti frizieru pakalpojumu un skaistumkopšanas uzņēmumos vadības līmenī (1 – nav nozīmīgs, 5 – ļoti svarīgi)
Avots: Aptaujas dati

Arī profesijas prestižs un uzņēmuma reputācija kopumā vērtēti kā svarīgi kritēriji, bet sociālo garantiju nodrošinājums līdzīgi kā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā vērtēts nedaudz zemāk – trešā daļa respondentu norādīja, ka šis ir vidēji svarīgs kritērijs, 21,9% respondentu - ka svarīgs, bet 27,2% aptaujāto - ka šis kritērijs ir ļoti svarīgs. Pamatojoties uz aptaujas datiem, secinām, ka darbinieku piesaistei vadības līmenī vidēji līdz ļoti svarīgi ir visi izvērtējamie kritēriji (Attēls Nr. 20).



Attēls Nr. 21
Faktori, kas ietekmē darbinieku piesaisti fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu uzņēmumos vadības līmenī (1-nav nozīmīgs, 5 – ļoti svarīgi)
Avots: Aptaujas dati

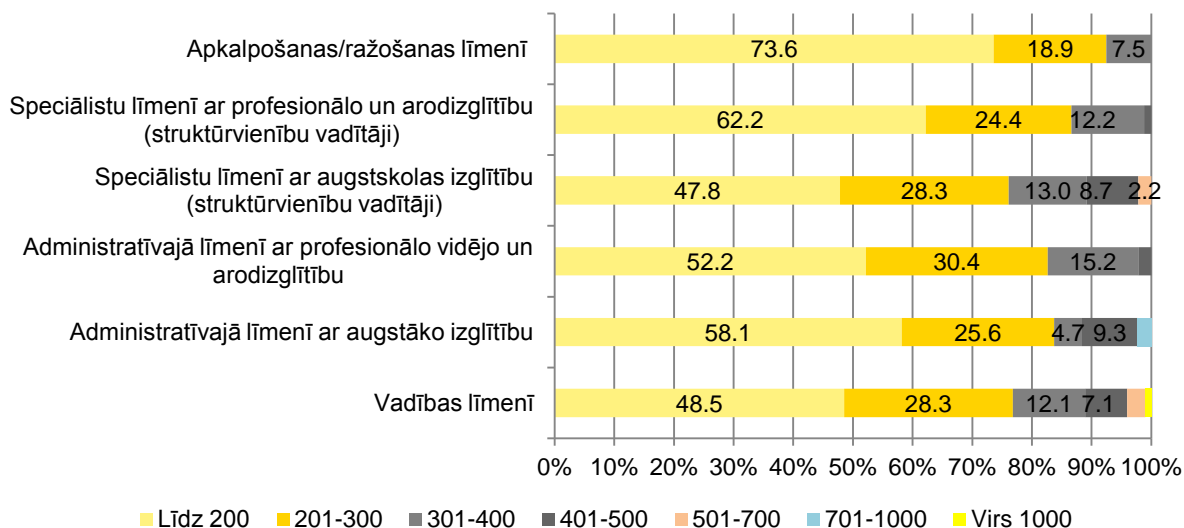
Analizējot respondentu atbildes, var secināt, ka lielākā daļa fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā aptaujāto uzņēmēju uzskata, ka uzņēmuma reputācija (34,4%) un atalgojums (27,3%) ir svarīgākie faktori, piesaistot darbiniekus vadības līmenī. Sociālo garantiju nodrošinājums līdzīgi kā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā vērtēts viszemāk (25% aptaujāto norādīja, ka šim faktoram nav nozīmes, pieņemot darbā darbiniekus vadības līmenī).

Tāpat aptuveni piektā daļa fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora respondentu uzskata, ka atalgojums nav nozīmīgs faktors darbinieku piesaistei analizējamā sektora uzņēmumos vadības līmenī. Tas ir pretstatā ar uzņēmēju viedokli frizieru pakalpojumu un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā, kur 40,5% respondentu norādīja, ka atalgojums šajā ziņā ir ļoti svarīgs (Attēls Nr. 21).

Atalgojuma tendenču raksturojums

Analizējot atalgojuma¹⁸ tendences skaistumkopšanas nozarē sadalījumā pa algu apmēriem un darbinieku līmeņiem, var secināt, ka apkalpošanas/ražošanas līmenī lielākajai daļai darbinieku (73,6%) atalgojums ir līdz 200 latiem, 18,9% darbinieku no 201 līdz 300 latiem un 7,5% darbinieku atalgojums ir no 301 līdz 400 latiem mēnesī.

¹⁸ Vidējais pilnas slodzes atalgojums mēnesī (Ls) pirms nodokļu samaksas



Attēls Nr. 22
Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu darbinieku vidējais atalgojums
Avots: Aptaujas dati

62,2% darbinieku speciālistu līmenī ar profesionālo vidējo un arodizglītību atalgojums mēnesī ir līdz 200 latiem, savukārt 24,4% darbinieku no 201 līdz 300 latiem, bet atalgojumu no 301 līdz 400 latiem mēnesī saņem 12,2% darbinieku.

47,8% darbinieku speciālistu līmenī ar augstāko izglītību atalgojums mēnesī ir līdz 200 latiem, savukārt 28,3% darbinieku no 201 līdz 300 latiem. Atalgojumu no 301 līdz 400 latiem mēnesī saņem 13% darbinieku, bet 8,7% darbinieku saņem atalgojumu no 401-500 latiem. Augstākais atalgojuma līmenis darbiniekiem speciālistu līmenī ar augstāko izglītību ir no 501-700 latiem, ko saņem vien 2,2% šajā līmenī strādājošo.

Administrācijas līmenī strādājošiem ar profesionālo vidējo un arodizglītību pusei (52,2%) darbinieku atalgojums mēnesī ir līdz 200 latiem. 30,4% darbinieku atalgojums mēnesī ir no 201 līdz 300 latiem. Administrācijas līmenī ar augstāko izglītību lielākai daļai (58,1%) darbinieku atalgojums ir līdz 200 latiem mēnesī, bet 25,6% strādājošo saņem atalgojumu no 201 līdz 300 latiem. 2,3% administrācijas līmenī strādājošo ar augstāko izglītību saņem atalgojumu no 701 līdz 1000 latiem mēnesī, kas ir lielākais atalgojums šajā līmenī strādājošiem.

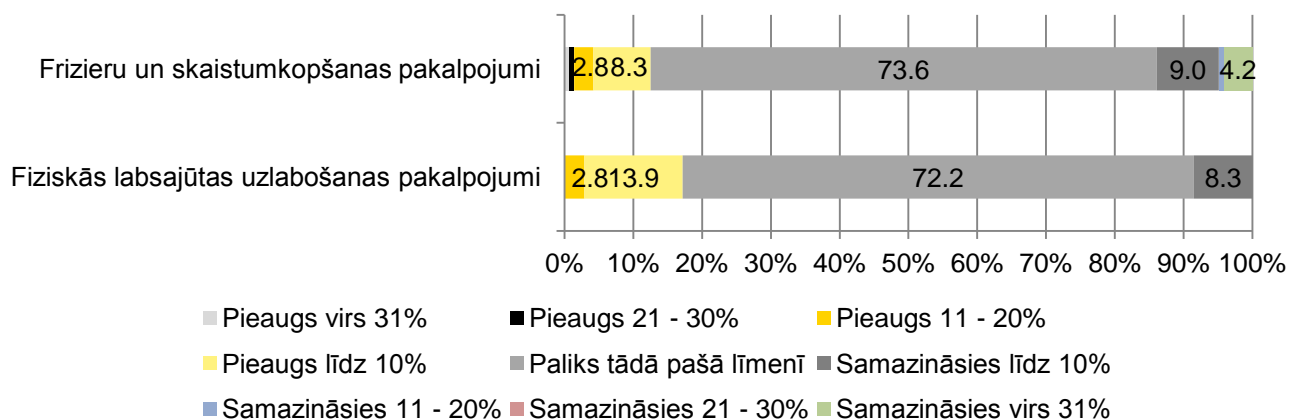
Vadības līmenī strādājošajiem atalgojuma sadalījums nedaudz atšķiras, lai gan kopējā tendence ir līdzīga – lielākās daļas jeb 48,5% darbinieku atalgojums mēnesī ir līdz 200 latiem, bet 28,3% darbinieku saņem 201 līdz 300 latus mēnesī. 19,2% strādājošo atalgojums ir no 301 līdz 500 latiem mēnesī, bet atalgojums no 701 līdz 1000 latiem ir vien 3% darbiniekiem. Lielāko atalgojumu vadības līmenī virs 1000 latiem saņem vien 1% strādājošo. Pētījuma dati liecina, ka vislielākā grupa ar vismazāko atalgojumu mēnesī ir vienkāršo profesiju pārstāvji.

Analizējot atalgojuma tendences skaistumkopšanas pakalpojumu nozarē sadalījumā pa algas apmēriem un darbinieku līmeņiem, var secināt, ka lielākā daļa no visiem darbiniekiem saņem atalgojumu līdz 200 latiem mēnesī. Viszemākais atalgojuma līmenis kopumā ir vienkāršo profesiju līmenī, savukārt visaugstākais atalgojuma līmenis ir vadības un speciālistu ar augstāko izglītību līmenī, lai gan kopējās tendences visos līmeņos ir vienādas – lielākā daļa strādājošo saņem atalgojumu līdz 200 latiem mēnesī, un salīdzinoši liela darbinieku daļa saņem atalgojumu no 201 līdz 300 latiem mēnesī (Attēls Nr. 22).

SIA „Maija” pārstāvis papildina, ka atalgojums nozarē nav atkarīgs no formālās izglītības. Atalgojuma līmeni nosaka apgrozījums, klientu loks, kā arī profesionalitāte – jo augstāka līmeņa speciālists, jo augstāka atalgojuma likme. Arī SIA „Baltic Cosmetic Holding” pārstāve atzīst, ka atalgojumu būtiski ietekmē arī paša darbinieka spēja piesaistīt un noturēt klientus. Piemēram, uzņēmums regulāri izvērtē darbinieku klientu loku un sniegto pakalpojumu apjomu. Ja pusgada laikā apgrozījums neaug un klienti neatgriežas, tad tiek veikta darbinieku atestācija.

Savukārt, izvērtējot atalgojuma izmaiņu prognozes skaistumkopšanas nozares uzņēmumos 2012. gadā, var secināt, ka lielākā daļa nozares uzņēmumu pārstāvju paredz, ka atalgojums paliks tādā pašā līmenī kā 2011. gadā. Neliela daļa respondentu (8,3% - 13,9%) prognozē, ka atalgojums pieaugs

līdz 10%. Pavisam nedaudz respondentu (2,8% katrā no sektoriem) uzskata, ka atalgojums palielināsies par 11 – 20%. Neliela daļa frizieru un skaistumkopšanas, kā arī fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektoru pārstāvju (attiecīgi 9% un 8,3%) prognozē, ka 2012. gadā atalgojums samazināsies robežās līdz 10%, kamēr 4,2% no frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmējiem norādīja, ka atalgojums samazināsies par vairāk nekā 31%.



Attēls Nr. 23
Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu prognozes par atalgojuma izmaiņām 2012. gadā.

Avots: Aptaujas dati

Kopumā respondentu vērtējums par skaistumkopšanas nozares uzņēmumu atalgojuma izmaiņām 2012. gadā ir līdzīgs abos sektoros, taču nedaudz pozitīvākas atalgojuma prognozes vērojamas fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmēju vidū, kas atbilst nozares ekspertu norādītajām prognozēm par šī sektora pakalpojumu pieprasījuma pieaugumu nākotnē, pamatojoties uz SPA sektora augsto potenciālu. Tas izskaidro sektora turpmākās attīstības prognozes, t.sk. pozitīvākas prognozes, salīdzinot ar frizieru un skaistumkopšanas sektoru. Neskatoties uz to, ka uzņēmēji fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā prognozē pozitīvāku attīstību, kopumā abos sektoros prognozes ir piesardzīgas, jo vairums uzņēmēju paredz, ka atalgojums paliks tādā pašā līmenī kā pašlaik (Attēls Nr. 23).

7.5. Nozares personāla plānošana

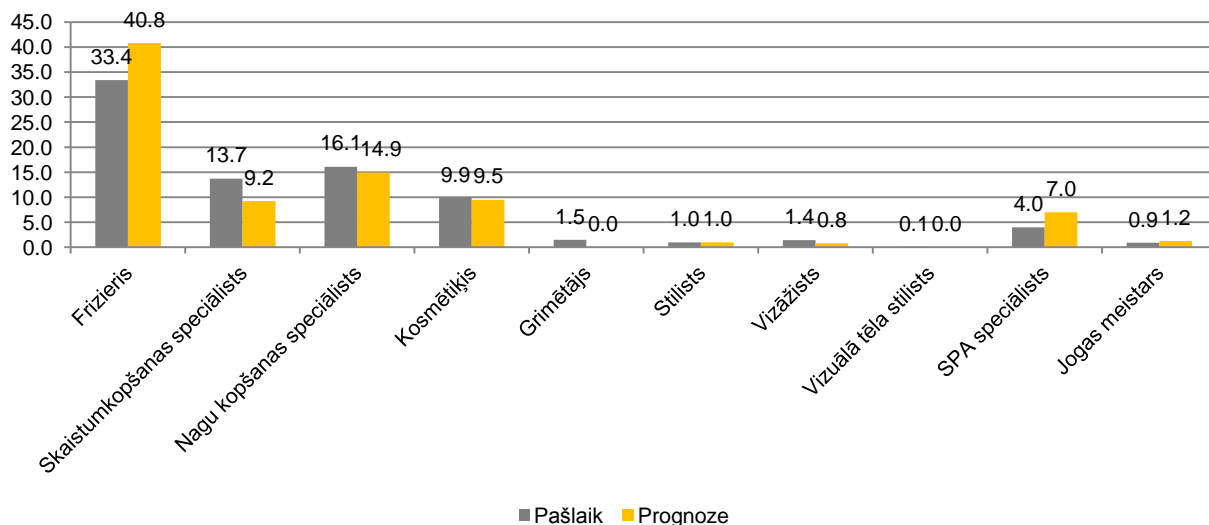
Pamatojoties uz korporācijas „Nagu skaistumkopšanas amatu apvienība” viedokli, viena no svarīgākajām problēmām nozarē ir darbinieku mainība – nozarē strādā liels skaits jaunu sieviešu, kuras ģimenes vai citu personisku apstākļu dēļ var pamest darba tirgu uz vairākiem gadiem. Tomēr nozarē vērojamas arī pozitīvas tendences – ar specialitāti skaistumkopšanā jaunās māmiņas var iegūt pašnodarbinātās personas statusu un efektīvi saskaņot darba un ģimenes dzīvi, strādājot elastīgu darba laiku. Tieši tāpēc nagu kopšanas speciālistu apmācības programma ir pieprasīta to jauno māmiņu vidū, kurām ir beidzies bērnu kopšanas atvaļinājums.¹⁹ Turklāt pēdējos gados skaistumkopšanas nozarē kopumā vērojama tendence palielināties pašnodarbināto personu skaitam.

Nozarē pārstāvētāko profesiju raksturojums

Izvērtējot skaistumkopšanas nozarē pārstāvētākās profesijas, secinām, ka aptuveni trešā daļa nozares darbinieku pašlaik strādā friziera profesijā (šobrīd 33,4% no kopējā darbinieku skaita un prognozi pēc trīs gadiem 40,8%). Citas pārstāvētākās profesijas pašlaik un tuvākajā nākotnē šajā nozarē ir nagu kopšanas speciālists (16,1% no kopējā darbinieku skaita pašlaik ar nelielu darbinieku skaita kritumu līdz 14,9% prognozēto pēc trīs gadiem), skaistumkopšanas speciālists (13,7% no kopējā darbinieku skaita pašlaik ar nelielu prognozēto darbinieku skaita kritumu līdz 9,2% pēc trīs gadiem), salona administrators (12% pašlaik un 11,2% pēc trīs gadiem) un kosmētiķis (9,9% pašlaik un 9,5% pēc

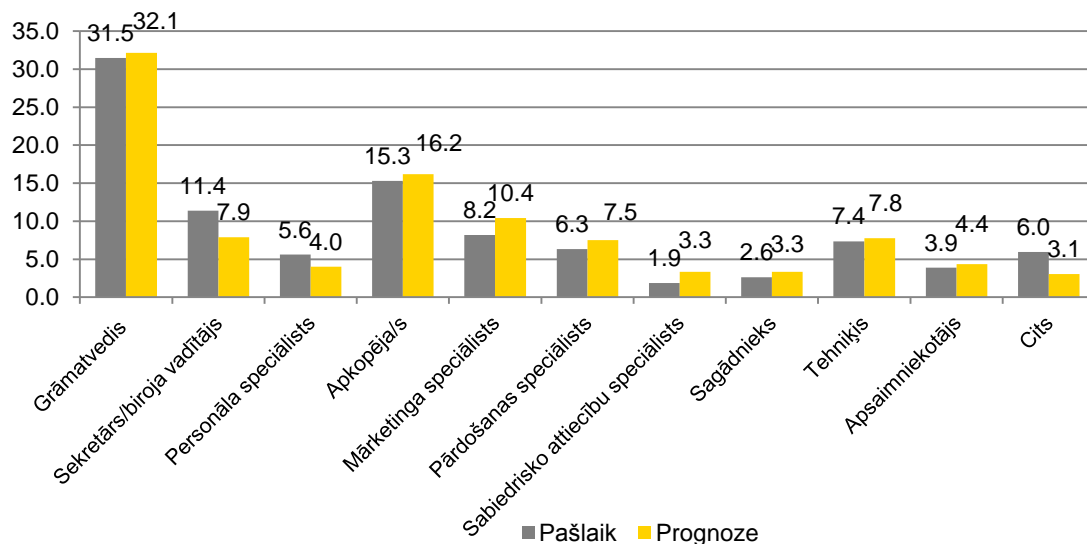
¹⁹ IZM, Informatīvais ziņojums „Par darba tirgus īsterniņa prognozēm 2011. gadam un bezdarbnieku un darba meklētāju prioritārajiem apmācību virzieniem”, 2011. gada 28. februāris, pieejams interneta vietnē http://www.lm.gov.lv/upload/darba_tirgus/darba_tirgus/lmzino_280211-1.pdf

trīs gadiem). Analizējot nozarē pārstāvētākās profesijas, redzams, ka pastāv atšķirības darbinieku skaitā starp dažādām profesijām, jo pārstāvētāko profesiju vidū ir tādās profesijas kā grimētājs, stilists, vizāžists, vizuālā tēla stilists, jogas meistars, kurās strādā vien 1 - 2% no kopējā darbinieku skaita nozarē.



Attēls Nr. 24
Skaistumkopšanas nozarē strādājošo pārstāvētākās profesijas pašlaik un pēc trīs gadiem²⁰
Avots: Aptaujas dati

Izvērtējot darbinieku skaita izmaiņas trīs gadu periodā, secinām, ka tādās profesijās kā frizieris, SPA speciālists un jogas meistars pēc uzņēmēju viedokļa nākotnē būs vērojams darbinieku skaita pieaugums, bet visās pārējās pārstāvētajās profesijās pēc 3 gadiem būs vērojams darbinieku skaita samazinājums, salīdzinot ar esošo darbinieku skaitu. Lielākais darbinieku skaita pieaugums pēc aptaujas datiem būs vērojams friziera profesijā (pieaugums par 7,4%), bet vislielākais darbinieku skaita kritums 4,5% apmērā tiek prognozēts skaistumkopšanas speciālista profesijā (Attēls Nr. 24).



Attēls Nr. 25
Skaistumkopšanas nozarē strādājošo pārstāvētākās administrācijas līmeņa profesijas pašlaik un pēc trīs gadiem
Avots: Aptaujas dati

²⁰ Grafikos iekļautie profesiju nosaukumi ir saskaņā ar darba devēju norādīto veiktās uzņēmumu aptaujas ietvaros

Izvērtējot skaistumkopšanas nozarē pārstāvētākās administrācijas līmeņa profesijas, secinām, ka aptuveni trešā daļa administrācijas personāla strādā grāmatveža profesijā (31,5% no kopējā administrācijas personāla pašlaik un 32,1% prognozē pēc trīs gadiem). Citas pārstāvētākās profesijas pašlaik un tuvākajā nākotnē nozarē ir apkopēja (15,3% pašlaik un 16,2% prognozē pēc 3 gadiem), sekretārs/ biroja vadītājs (11,4% pašlaik un 7,9% prognozē pēc trīs gadiem) un mārketinga speciālists (8,2% pašlaik un 10,4% prognozē pēc trīs gadiem).

Izvērtējot darbinieku skaita izmaiņas trīs gadu periodā, secinām, ka tādās profesijās kā grāmatvedis, apkopēja, mārketinga speciālists, pārdošanas speciālists, sabiedrisko attiecību speciālists, sagādnieks, tehniķis un apsaimniekotājs pēc uzņēmēju viedokļa nākotnē būs vērojams darbinieku skaita pieaugums, bet pārējās pārstāvētākajās profesijās (sekretārs/biroja vadītājs, personāla speciālists) pēc trīs gadiem būs vērojams darbinieku skaita samazinājums, salīdzinot ar esošo darbinieku skaitu. Lielākais darbinieku skaita pieaugums pēc aptaujas datiem būs vērojams mārketinga speciālista profesijā (pieaugums par 2,2%), bet vislielākais darbinieku skaita kritums 3,5% apmērā tiek prognozēts sekretāra/biroja vadītāja profesijā. Salīdzinot skaistumkopšanas pakalpojumu speciālistu darbinieku skaitu ar administrācijas personāla skaitu pašlaik un pēc trīs gadiem, secinām, ka lielākajā daļā profesiju, kas tiešā veidā saistītas ar skaistumkopšanas pakalpojumiem, nākotnē prognozēts darbinieku skaita samazinājums, bet administrācijas profesijās, kas saistītas ar pārdošanu (mārketinga, grāmatvedība, pārdošana, sabiedriskās attiecības) nākotnē prognozēts darbinieku skaita palielinājums. Tas atbilst nozares ekspertu norādītajam, ka mārketinga stratēģijai uzņēmuma attīstībā ir svarīga loma t.sk. klientu karšu izveidei, akciju ieviešanai, lai izveidotu pastāvīgo klientu bāzi, un, tā kā nākotnē prognozēts pieprasījuma pieaugums pēc skaistumkopšanas pakalpojumiem (it īpaši fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā), arvien lielāka nozīme turpmāk būs pārdošanas, mārketinga, sabiedrisko attiecību personālam. Tas izskaidro uzņēmēju prognozēto administrācijas personāla darbinieku skaita pieaugumu (Attēls Nr. 25).

8. Profesionālās izglītības piedāvājums

8.1. Profesionālās izglītības raksturojums, esošo programmu uzskaitījums

8.1.1. Vadošās izglītības iestādes

Saskaņā ar Nacionālās izglītības iespēju datu bāzes (NIID) un Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centra (AIKNC) publiski pieejamo informāciju, Latvijā ar skaistumkopšanas nozari saistītās profesijas var apgūt 34 izglītības iestādēs (Pielikums Nr. 2), t.sk. koledžās un profesionālās izglītības iestādēs, no kurām lielākā daļa ir privātās izglītības iestādes.

Latvijā ar skaistumkopšanas nozari saistītās profesijas var apgūt šādās vadošās izglītības iestādēs Rīgā: Rīgas stila un dizaina profesionālajā vidusskolā (Rīgas 34. arodvidusskolā), Birutas Mageles Starptautiskajā stilistu skolā, Starptautiskajā CIDESCO Rīgas Kosmētikas skolā, Starptautiskajā grima mākslas skolā, mācību centrā „Kolonna”, bet ārpus Rīgas - mācību centrā „BUTS”.

8.1.2. Nozarē esošās izglītības programmas

Nozares izglītības programmu analīze veikta, pamatojoties uz Nacionālās izglītības iespēju datu bāzes (NIID) un Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centra (AIKNC) publiski pieejamo informāciju.

Kopumā skaistumkopšanas nozarē profesionālo izglītību iespējams apgūt dažādos līmeņos - no arodizglītības līdz augstākajai izglītībai. Nākamajā tabulā attēlots, kādās profesijās un kurās Latvijas izglītības iestādēs pašlaik tiek piedāvātas akreditētas studiju programmas skaistumkopšanas nozarē.

Tabula Nr. 8. Latvijas izglītības iestādes skaistumkopšanas nozarē

Nr. p.k.	Profesija	Izglītības iestādes
1	Frizieris	Dobeles Amatu skola SIA „BEDRĪTES MĀCĪBU CENTRS” Frizieru mākslas skola "KLĒRS" SIA mācību centrs „Austrumvidzeme” Mācību centrs „BUTS” SIA „Ventspils Biznesa un informācijas tehnoloģiju vidusskola” Daugavpils Valsts tehnikums Jelgavas Amatu vidusskola Mācību centrs „Kolonna” TR skola - studija Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola Dobeles Amatniecības un vispārizglītojošā vidusskola "TR skola - studija" SIA „VENTSPILS BIZNESĀ UN INFORMĀCIJA TEHNOLOĢIJU VIDUSSKOLA” Mācību studija „Curly” Starptautiskā frizieru mākslas skola „Skaistums”
2	Nagu kopšanas speciālists	SIA „BEDRĪTES MĀCĪBU CENTRS” Mācību centrs „ELISANDA” SIA „Oniks BETA” mācību centrs Mācību centrs „BUTS” Profesionālā vidusskola „RIMAN” Mācību centrs „Kolonna” Mācību centrs „Catherine - Nagu dizaina akadēmija” Mācību centrs „Soneil Studio”

Nr. p.k.	Profesija	Izglītības iestādes
		Frizieru skola „Studija - I” Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Profesionālās izglītības, tālākizglītības un eksaminācijas centrs” ²¹ SIA „Latvijas neatkarīgā inspekcija” Mācību centrs ²²
3	Vizāžists	Mācību centrs „RIMAN” Birutas Mageles starptautiskā stilistu skola Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola Imidža skola - studija „Unastyle”
4	Frizieris modelētājs	Mācību centrs „RIMAN”
5	Kosmētiķis	Starptautiskā CIDESCO Rīgas Kosmētikas skola Mācību centrs „Kolonna” Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola Kosmetoloģijas un masāžas skola „MasterClass”
6	Grimētājs	Starptautiskā Grima mākslas skola Birutas Mageles starptautiskā stilistu skola
7	Vizuālā tēla stilists	Starptautiskā komerciālā profesionālā vidusskola Birutas Mageles starptautiskā stilistu skola Liepājas mākslas vidusskola Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola Imidža skola - studija „Unastyle”
8	Frizūru modelētājs	Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola
9	Skaistumkopšanas speciālists kosmetoloģijā	Latvijas Universitātes P.Stradiņa medicīnas koledža SIA „Kosmetoloģijas koledža”
10	SPA meistars	Kosmetoloģijas un masāžas skola „MasterClass” Mācību centrs „Class Master”

Avots: Nacionālās izglītības iespēju datu bāze, Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centrs

Kā redzams tabulā, izglītības iestādēs pašlaik iespējams apgūt 10 dažādas profesijas, kas saistītas ar skaistumkopšanas nozari, t.sk. tādas profesijas kā frizieris, nagu kopšanas speciālists, masieris, kosmētiķis, u.c. Tabulā redzams, ka vispārstāvētākās profesijas, kuras iespējams apgūt dažādās izglītības iestādēs Latvijā, ir frizieris, nagu kopšanas speciālists, vizāžists un vizuālā tēla stilists (Tabula Nr. 8).

Ņemot vērā pieprasītākās profesijas nākotnē un esošās izglītības programmas, kurās iespējams apgūt šīs profesijas, SIA „Baltic Cosmetic Holding” pārstāve norāda, ka kopumā jauniešu skaitam, kas izvēlas nozares profesijas, ir tendence nedaudz samazināties, jo specialitāšu apgūšana ir saistīta ar būtiskām mācību izmaksām. Šobrīd tikai pāris izglītības iestādēs ir iespējams apgūt nozares profesijas par valsts budžeta līdzekļiem, un šis ir viens no faktoriem, kam nākotnē būtu jāpievērš uzmanība, lai darba tirgu nodrošinātu ar nepieciešamajiem speciālistiem.

8.1.3. Nozarē esošie profesiju standarti

Profesijas standarts ir profesionālo izglītību reglamentējošs dokuments, kas nosaka profesionālās kvalifikācijas pamatprasības, kā arī attiecīgās specifiskās prasības, kas nepieciešamas galveno darbu pienākumu un uzdevumu veikšanai attiecīgajā profesijā. Šobrīd skaistumkopšanas nozarē ir izstrādāti desmit profesiju standarti.²³

Tabula Nr. 9. Profesiju standarti skaistumkopšanas nozarē

Nr. p.k.	Reģistrācijas Nr.	Izglītības tematiskās jomas	Profesijas nosaukums	Profesionālās kvalifikācijas līmenis
1	PS 0042	Individuālie pakalpojumi	Nagu kopšanas speciālists	2
2	PS 0043	Individuālie pakalpojumi	Frizieris	2
3	PS 0050	Veselības aprūpe	Kosmētiķis	3

²¹ Nodrošina bezdarbnieku apmācību attiecīgajā profesijā

²² Nodrošina bezdarbnieku apmācību attiecīgajā profesijā

²³ Valsts izglītības satura centrs, http://visc.gov.lv/saturs/profizgl/stand_registrs.shtml

Nr. p.k.	Reģistrācijas Nr.	Izglītības tematiskās jomas	Profesijas nosaukums	Profesionālās kvalifikācijas līmenis
4	PS 0056	Individuālie pakalpojumi	Grimētājs	2
5	PS 0084	Individuālie pakalpojumi	Vizāžists	2
6	PS 0124	Individuālie pakalpojumi	Vizuālā tēla stilists	3
7	PS 0203	Individuālie pakalpojumi	Skaistumkopšanas speciālists (kosmetologijā)	4
8	PS 0207	Veselības aprūpe	Solārija darbinieks	3
9	PS 0415	Individuālie pakalpojumi	Frizūru modelētājs	3
10	PS 0454	Veselības aprūpe	SPA meistars	3

Avots: Valsts izglītības saturs centrs

Ar profesiju standartu palīdzību notiek izglītības programmu saturs saskaņošana ar darba devēju prasībām. Tiek sagatavoti profesiju standarti, uz kuru pamata izstrādā izglītības programmas. Skaistumkopšanas nozares profesiju standarti ir izstrādāti individuālo pakalpojumu un veselības aprūpes jomā.

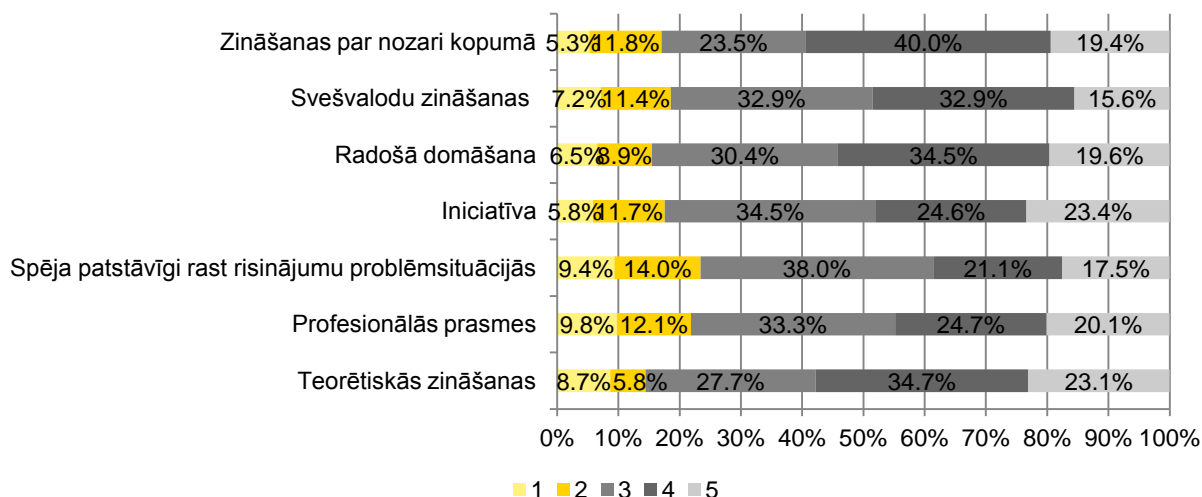
Kopumā redzams, ka visām profesijām, kuras iespējams apgūt izglītības iestādēs, ir izstrādāti profesiju standarti. Savukārt vienīgā profesija nozarē, kurai ir izstrādāts profesiju standarts, bet profesiju nav iespējams apgūt akreditētās studiju programmās, ir solārija darbinieks (3. profesionālās kvalifikācijas līmenis) (Tabula Nr. 9).

8.2. Izglītības programmu piedāvājuma atbilstība nozares vajadzībām

Šajā sadaļā tiks analizēta izglītības programmu piedāvājuma atbilstība nozares vajadzībām (absolventu kompetenču un prasmju atbilstība darba tirgus pieprasījumam), t.sk. darba devēju un izglītotāju vērtējumā.

8.2.1. Darba devēju vērtējums

Lai izvērtētu izglītības programmu piedāvājuma atbilstību nozares vajadzībām, šajā sadaļā analizēts uzņēmēju vērtējums to jauniešu zināšanām un profesionālajām prasmēm, kuri dodas strādāt uz uzņēmumiem uzreiz pēc profesionālo mācību iestāžu un tehnikumu beigšanas.



Attēls Nr. 26

Skaistumkopšanas nozares uzņēmēju vērtējums par zināšanām un profesionālajām prasmēm jauniešiem, kuri iet strādāt uz uzņēmumiem uzreiz pēc profesionālo mācību iestāžu pabeigšanas (1 – zems līmenis; 5 – ļoti augsts līmenis)

Avots: Aptaujas dati

Rezultāti liecina, ka lielākā daļa darba devēju tādas zināšanas un prasmes kā zināšanas par nozari kopumā (59,4%), radošā domāšana (54,1%) un teorētiskās zināšanas (57,8%) novērtējuši kā augstas vai ļoti augstas, piešķirot vērtējumu 4 vai 5. Izvērtējot jauniešu iniciatīvu, kuri dodas strādāt uz uzņēmumiem uzreiz pēc profesionālo mācību iestāžu beigšanas, respondentu domas dalās – 52% aptaujāto jauniešu iniciatīvu vērtē kā zemu līdz vidēju, bet nedaudz mazāka aptaujāto daļa (48%) uzskata, ka tā ir augstā līdz ļoti augstā līmenī. Savukārt, izvērtējot jauniešu spēju pastāvīgi rast risinājumu problēmsituācijās, 61,4% aptaujāto norāda, ka šī prasme jauniešiem vērtējama zemā līdz vidējā līmenī. Respondentu viedoklis par jauniešu profesionālajām prasmēm ir atšķirīgs. 55,2% darba devēju tās vērtē kā zemas vai vidējas, savukārt pārējā daļa (44,8%) uzskata, ka tās ir augstā vai ļoti augstā līmenī. Tas liecina, ka jauniešu profesionālās prasmes un zināšanas ir atšķirīgas – ir jaunieši, kuri iet strādāt uz uzņēmumiem uzreiz pēc profesionālo mācību iestāžu beigšanas ar salīdzinoši augstu teorētisko un praktisko zināšanu bāzi, bet ir arī jaunieši, kuriem nepieciešama papildu apmācība, lai prasmes attīstītu atbilstošā līmenī. Piemēram, SIA „Baltic Cosmetic Holding” pārstāve norāda, ka būtiskākās problēmas, kas saistītas ar izglītības iestāžu absolventiem, ir vidējs praktisko iemaņu un komunikācijas prasmju līmenis, ko nākotnē nepieciešams attīstīt studentu praksēs uzņēmumos paralēli mācību procesam vai pašu uzņēmumu mācību centros.

Kopumā darba devēju vērtējumā visas jauniešu zināšanas un prasmes novērtētas kā vidējas vai augstas. Tas liecina, ka pēc darba devēju domām jauniešu zināšanas un prasmes pēc izglītības iestāžu beigšanas ir atbilstošas darba tirgus vajadzībām, taču pastiprināta uzmanība nākotnē būtu jāpievērš tām prasmēm, kas saistītas ar patstāvīgu pieeju darbā (iniciatīva, spēja patstāvīgi rast risinājums problēmsituācijās), kā arī profesionālo prasmju attīstīšanai noteiktā specializācijā.

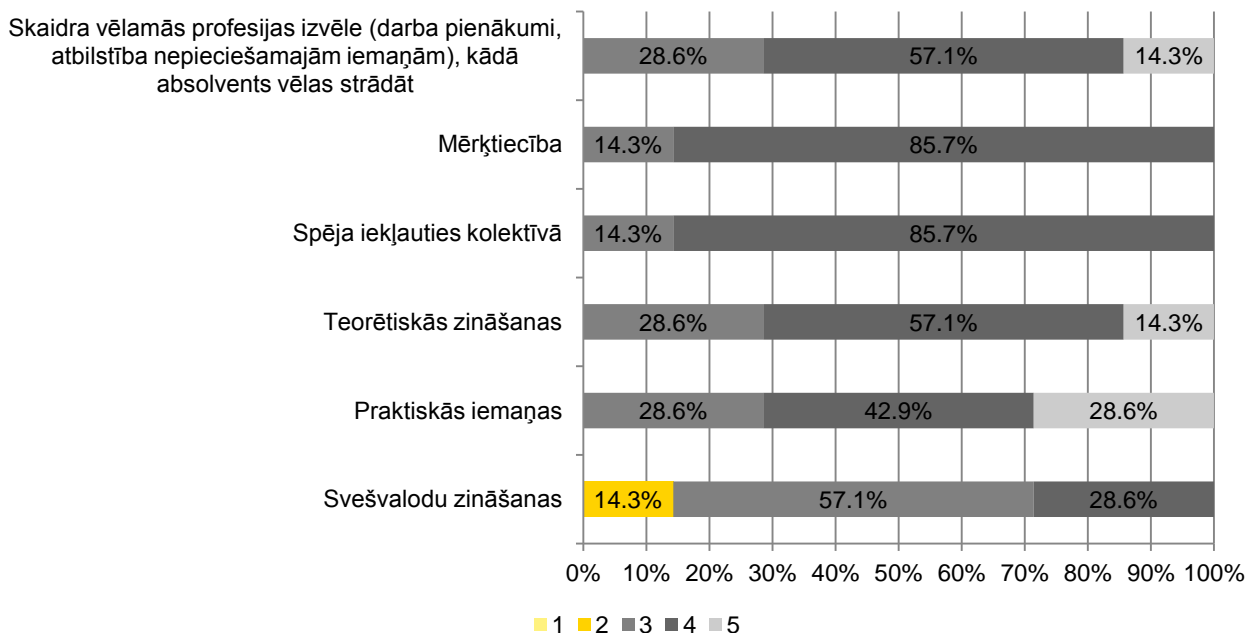
8.2.2. Izglītotāju vērtējums

Analīze veikta, pamatojoties uz aptaujā iegūto informāciju, kuras ietvaros tika aptaujātas septiņas izglītības iestādes Latvijā, kas piedāvā akreditētas skaistumkopšanas nozares studiju programmas.

Analizējot izglītības programmu piedāvājuma atbilstību nozares vajadzībām izglītotāju vērtējumā, tika izpētītas nepilnības attiecīgajās profesionālās izglītības iestādēs Latvijā, izglītības iestāžu sadarbība ar uzņēmumiem, faktori, kas ietekmē izglītības iestādes darbu un spēju sniegt kvalitatīvas vispārējās un profesionālās zināšanas izglītojamiem un studentiem ietekmējošie faktori, dažādu sociālo partneru (pašvaldību, valsts, NVO, asociāciju u.c.) atbalsta veidu novērtējums, izglītības iestāžu absolventu zināšanu, prasmju un attieksmju novērtējums, absolventu aptuvenais procentuālais skaits, kuri strādā savā iegūtajā profesijā un citi absolventu nodarbinātības rādītāji.

Absolventu zināšanu, prasmju un attieksmju līmeņa novērtējums

Analizējot absolventu zināšanu, prasmju un attieksmju līmeni, secinām, ka aptaujāto izglītības iestāžu absolventu spēja iekļauties kolektīvā un mērķtiecība vērtējama kā augsta (to norādījuši 85,7% izglītotāju). Turklāt 57,1% aptaujāto norādīja, ka absolventiem ir skaidra vēlamās profesijas izvēle un augsta līmeņa teorētiskās zināšanas, bet 42,9% respondentu kā augstas vērtēja arī absolventu praktiskās iemaņas. Viszemāk salīdzinājumā ar citiem kritērijiem tika novērtētas absolventu svešvalodu zināšanas, tā kā 57,1% aptaujāto tās novērtēja kā vidējas.

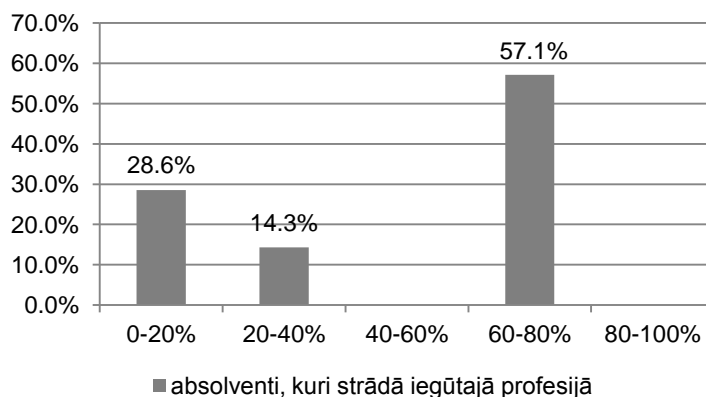


Attēls Nr. 27

Absolventu zināšanu, prasmju un attieksmju līmeņa novērtējums (1-niecīgs, 2-zems, 3-vidējs, 4-augsts, 5-ļoti augsts līmenis)

Avots: Izglītības iestāžu aptauja

Kopumā izglītotāju vērtējums ir līdzīgs, jo gandrīz visos jautājumos vairāk kā puse respondentu izteica līdzīgu viedokli. Savukārt, uzņēmēju un izglītības iestāžu aptaujas rezultāti nedaudz atšķiras: 65,8% uzņēmēju jauno darbinieku svešvalodu zināšanas novērtēja kā vidējas un augstas, savukārt 57,1% izglītības iestāžu pārstāvju tās vērtē kā vidējas; 57,8% uzņēmēju jauno darbinieku teorētiskās zināšanas novērtēja kā augstas vai ļoti augstas, bet salīdzinoši lielāka izglītības iestāžu pārstāvju daļa (71,4%) uzskata, ka absolventiem tās ir augstā līdz ļoti augstā līmenī. Pozitīvāks viedoklis par absolventu iemaņām, izvērtējot absolventu profesionālās prasmes jeb praktiskās iemaņas, ir izglītotājiem salīdzinājumā ar darba devējiem, proti, 71,5% aptaujāto izglītības iestāžu pārstāvju tās novērtēja kā augstas vai ļoti augstas, savukārt salīdzinoši mazāk (44,8%) uzņēmēju tās vērtēja kā augstas vai ļoti augstas.



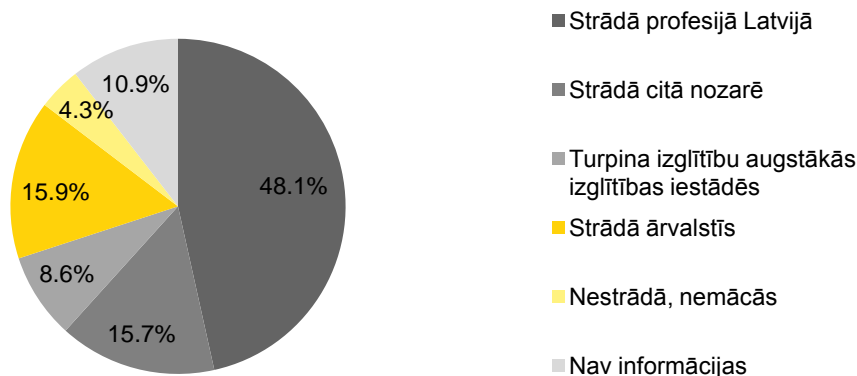
Attēls Nr. 28

Absolventu raksturojums, kuri strādā savā profesijā

Avots: Izglītības iestāžu aptauja

Kā redzams attēlā, vairāk nekā puse respondentu (57,1%) norādīja, ka lielākā daļa jeb aptuveni 60 - 80% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas strādā profesijā, kuru apguvuši izglītības iestādē. Gandrīz trešā daļa aptaujāto (28,6%) norādīja, ka vien 0 – 20% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas strādā savā iegūtajā profesijā, bet 14,3% aptaujāto norādīja, ka tikai 20 – 40% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas strādā savā iegūtajā profesijā.

Nākotnē lielāka uzmanība jāpievērš tam, lai izglītības iestāžu absolventiem skaistumkopšanas nozarē radītu darbavietas nozares uzņēmumos, jo salīdzinoši liela daļa aptaujāto (42,9%) norādīja, ka vien 0 – 40% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas strādā savā profesijā. Tas liecina, ka atsevišķu izglītības iestāžu absolventi nav spējuši veiksmīgi integrēties skaistumkopšanas nozares darba tirgū, līdz ar to pēc izglītības iestādes beigšanas nestrādā savā iegūtajā profesijā vai apguvuši šo profesiju kā papildu nodarbošanos savai pamatprofesijai.



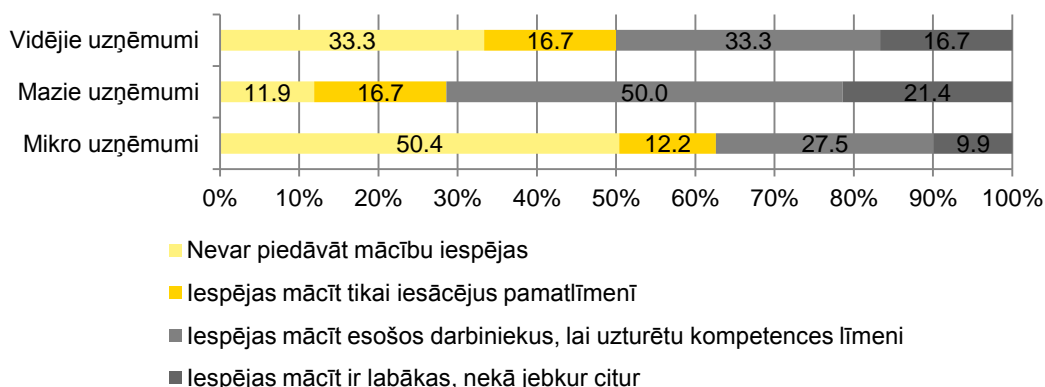
Attēls Nr. 29
Absolventu nodarbinātības raksturojums
Avots: Izglītības iestāžu aptauja

Aptuveni puse izglītības iestāžu, kurās akreditētas studiju programmas, kas saistītas ar skaistumkopšanas nozari, absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas strādā savā profesijā Latvijā (48,1%); 15,7% absolventu izvēlas strādāt citā nozarē; 8,6% turpina izglītību augstākās izglītības iestādēs; 15,9% strādā ārvalstīs un tikai 4,3% absolventu pēc izglītības iestādes beigšanas nestrādā un nemācās. Par 10,9% absolventu izglītības iestādēm nav informācijas. Izvērtējot izglītības iestāžu absolventu nodarbinātības datus, secinām, ka vien nedaudz mazāk kā puse absolventu strādā savā profesijā Latvijā, bet salīdzinoši liela respondentu daļa (31,6%) strādā citā nozarē vai ārvalstīs, kas liecina par to, ka trešajai daļai skaistumkopšanas nozares absolventu Latvijas darba tirgus skaistumkopšanas nozarē nav pietiekami pievilcīgs, lai pēc izglītības iegūšanas nozarē turpinātu darbu šajā nozarē Latvijā.

8.3. Nozares darbaspēka tālākizglītība un karjeras izaugsmes iespējas

8.3.1. Pārqualifikācijas iespējas, kvalifikācijas celšanas iespējas

Aptaujas rezultāti liecina, ka 33,3% vidējo uzņēmēju saviem darbiniekiem nevar piedāvāt mācību iespējas. Tikpat liela uzņēmēju daļa (33,3%) norādīja, ka uzņēmumā tiek piedāvātas iespējas mācīt esošos darbiniekus, lai uzturētu to kompetences līmeni. Tādējādi var secināt, ka apmācības iespējas vidēja lieluma uzņēmumos atšķiras.



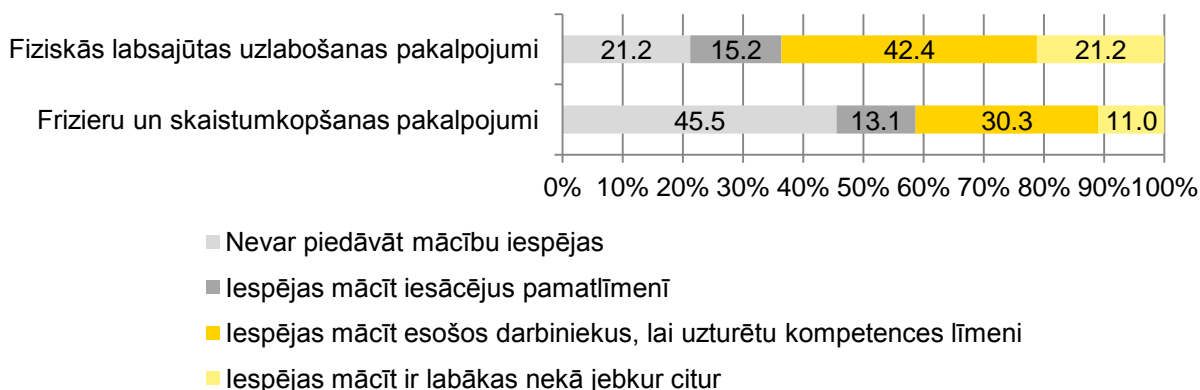
Attēls Nr. 30

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu darbiniekiem piedāvātās iespējas apgūt papildu zināšanas un prasmes (pēc uzņēmumu lieluma kategorijām)

Avots: Aptaujas dati

Mazo uzņēmumu vidū puse (50%) respondentu norādīja, ka tie nodrošina esošos darbiniekus ar apmācību, lai uzturētu to kompetences līmeni, bet piektā daļa respondentu (21,4%) apmācības iespējas savā uzņēmumā raksturo pat kā labākas nekā jebkur citur. Mikrouzņēmumu vidū puse (50,4%) respondentu norādīja, ka tie saviem darbiniekiem nevar piedāvāt mācību iespējas, bet 27,5% mikrouzņēmēju uzskata, ka uzņēmumā ir iespējas apmācīt esošos darbiniekus, lai uzturētu viņu kompetences līmeni.

Izvērtējot aptaujas datus par iespēju skaistumkopšanas nozares uzņēmumu darbiniekiem apgūt šādas papildu zināšanas un prasmes, lai kvalificēti veiktu savu darbu, liela daļa uzņēmēju uzskata, ka uzņēmumā var apgūt papildu zināšanas un prasmes. Tomēr aptuveni puse aptaujāto mikrouzņēmēju ir norādījuši, ka nevar piedāvāt saviem darbiniekiem nekādu apmācību. Pamatojoties uz aptaujas rezultātiem, var secināt, ka darbiniekus visvairāk apmāca mazie uzņēmumi.



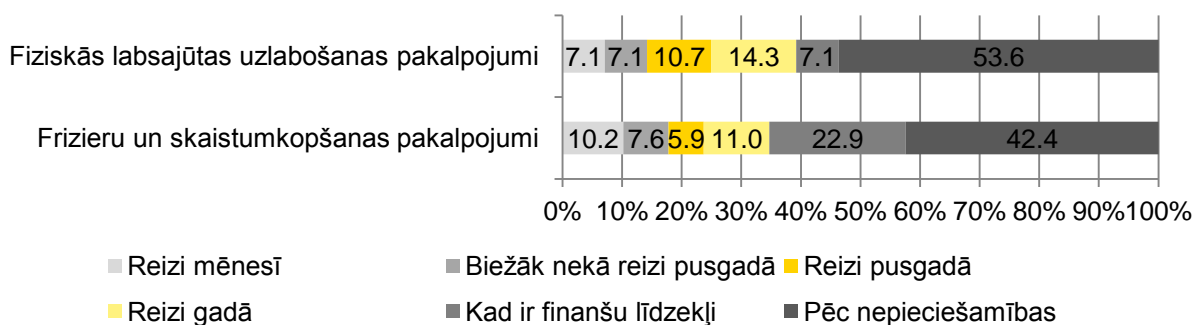
Attēls Nr. 31

Papildu zināšanu, prasmju un profesionālās kompetences kursu piedāvājums skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos

Avots: Aptaujas dati

Pēc aptaujas datiem fiziskās labsajūtas uzlabošanas un frizieru, skaistumkopšanas pakalpojumu sektoros attiecīgi 42,4% un 30,3% uzņēmēju piedāvā apmācības iespējas esošajiem darbiniekiem, lai uzturētu to kompetences līmeni, bet attiecīgi 21,2% un 45,5% uzņēmēju šajos sektoros norādīja, ka nespēj piedāvāt apmācību saviem darbiniekiem. Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā ir par 10% vairāk uzņēmēju, kuri uzskata, ka to piedāvātās apmācības iespējas darbiniekiem ir labākas nekā jebkur citur. Bet attiecīgi 15,2% un 13,1% fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu un frizieru, skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmēju norādīja, ka tie piedāvā apmācības iespējas tikai iesācēju līmenī.

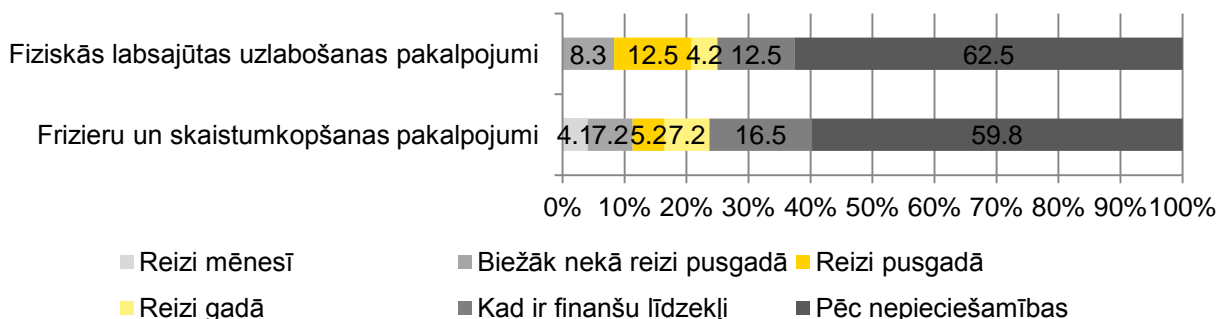
Analizējot datus par iespēju apgūt papildu zināšanas, prasmes un profesionālās kompetences, skaistumkopšanas pakalpojumu nozarē sadalījumā pa sektoriem, var secināt, ka gandrīz puse no frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumiem ir norādījuši, ka tie saviem darbiniekiem nevar piedāvāt apmācības iespējas. Salīdzinoši labākas iespējas apmācīt savus darbiniekus ir fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā (Attēls Nr. 31).



Attēls Nr. 32
Profesionālās pilnveides kursu organizēšanas biežums apkalpošajam personālam skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos.
Avots: Aptaujas dati

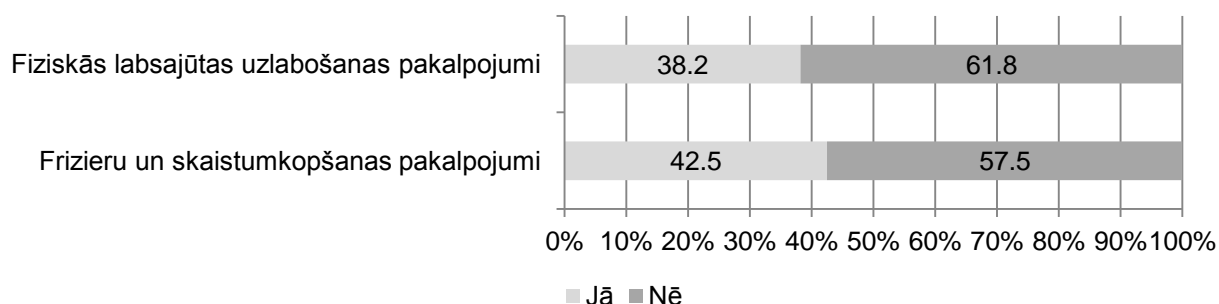
Rezultāti liecina, ka fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā uzņēmēji piedāvā pilnveides kursus apkalpošajam personālam pēc nepieciešamības (53,6%). Mazāka respondentu daļa norādīja, ka šādi kursi tiek organizēti reizi gadā (14,3%), reizi pusgadā (10,7%) vai biežāk nekā reizi pusgadā, reizi mēnesī vai tad, kad ir pieejami finanšu līdzekļi (7,1%). Līdzīgi rezultāti vērojami frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā, kur lielākā daļa jeb 42,9% aptaujāto norādīja, ka pilnveides kursi darbiniekiem tiek organizēti pēc nepieciešamības. Salīdzinājumā ar fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora respondentu īpatsvaru (7,1%), šajā sektorā aptuveni trīs reizes lielāka ir to respondentu daļa (22,9%), kuri pilnveides kursus organizē tad, kad ir pieejami finanšu līdzekļi.

Apkopojot datus par profesionālās pilnveides kursu rīkošanas biežumu apkalpošajam personālam skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos, redzams, ka lielākā daļa no visiem respondentiem norāda uz to, ka profesionālās pilnveides kursi frizieru, skaistumkopšanas un fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektoros tiek organizēti pēc nepieciešamības. Tas liecina par pārdomātu finanšu resursu plānošanu darbinieku kvalifikācijas paaugstināšanai (Attēls Nr. 32).



Attēls Nr. 33
Profesionālās pilnveides kursu organizēšanas biežums vadošajam personālam skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos.
Avots: Aptaujas dati

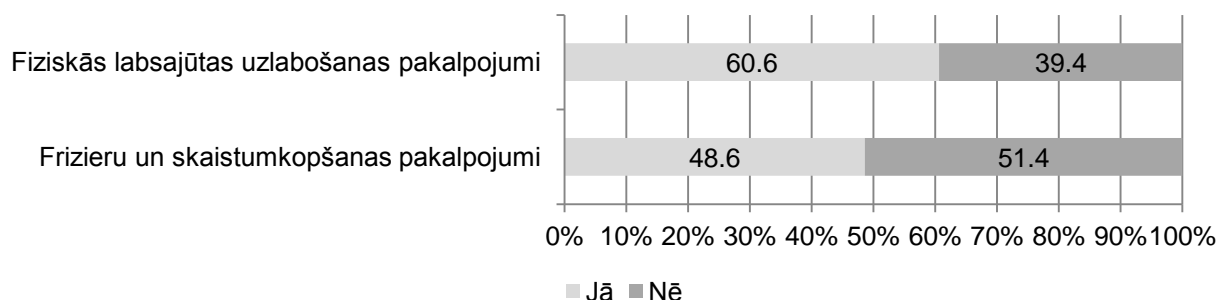
Analizējot datus par profesionālās pilnveides kursu rīkošanas biežumu vadošajam personālam skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos, lielākā daļa no visiem uzņēmumiem (59,8% - 62,5%) norādīja uz to, ka profesionālās pilnveides kursi abos nozares sektoros tiek organizēti pēc nepieciešamības. Tas atbilst datiem par pilnveides kursu organizēšanu apkalpošajam personālam. Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā nākamā lielākā respondentu daļa (17,2%) norādīja, ka pilnveides kursi vadošajam personālam tiek organizēti biežāk nekā reizi pusgadā, bet nedaudz mazāka aptaujāto daļa (16,5%) minēja, ka šādi kursi tiek organizēti tad, kad uzņēmumā ir pieejami finanšu līdzekļi. Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmēju viedoklis ir līdzīgs – 12,5% uzņēmēju norādīja, ka kursi tiek organizēti tad, kad ir nepieciešamie finanšu līdzekļi, un tikpat liela respondentu daļa (12,5%) norādīja, ka pilnveides kursi tiek organizēti aptuveni reizi pusgadā (Attēls Nr. 33).



Attēls Nr. 34
Profesionālo zināšanu un iemaņu paaugstināšanas specifisko kursu organizēšanas nepieciešamība personālam skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos
Avots: Aptaujas dati

Analizējot datus par specifisku kursu nepieciešamību profesionālo zināšanu un iemaņu paaugstināšanai personālam skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos, var secināt, ka abos sektoros lielākā daļa respondentu (attiecīgi 61,8% un 57,5%) norāda, ka specifiski kursi nav nepieciešami. Nedaudz mazāka respondentu daļa (42,5% un 38,2%) norāda, ka šādi kursi ir nepieciešami. Šie rezultāti saskan ar iepriekš analizētajām tendencēm abos nozares sektoros, proti, darbinieku pilnveides kursi gan vienkāršo profesiju pārstāvjiem, gan vadības personālam tiek organizēti pēc nepieciešamības.

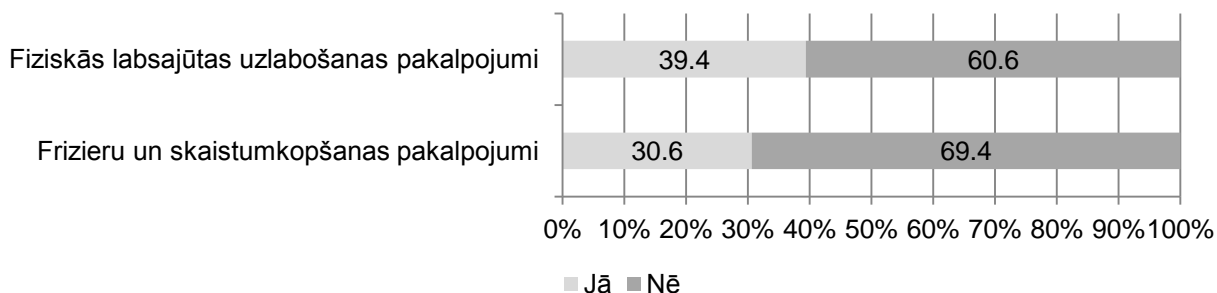
Atsevišķos uzņēmumos darbinieku pilnveide pašlaik ir aktuāla, jo salīdzinoši liela respondentu daļa (38,2% - 42,5%) norādīja, ka uzņēmumā ir nepieciešami specifiski kursi darbinieku pilnveide. Tas liecina, ka uzņēmumi atšķirīgi vērtē darbinieku pilnveides nepieciešamību (Attēls Nr. 34).



Attēls Nr. 35
Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu gatavība finansēt darbinieku kvalifikācijas celšanu
Avots: Aptaujas dati

Analizējot datus par nozares uzņēmēju gatavību finansēt darbinieku kvalifikācijas celšanu, lielākā daļa fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora respondentu (60,6%) norādīja, ka tie ir gatavi to finansēt, bet 39,4% respondentu norādīja, ka tie šādu finansējumu nav gatavi piešķirt.

Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā vērojama pretēja tendence - 51,4% uzņēmēju ir gatavi finansēt darbinieku kvalifikācijas celšanu, bet nedaudz mazāk uzņēmēju (48,6%) atzīst, ka tie šobrīd to nav gatavi darīt (Attēls Nr. 35).



Attēls Nr. 36

Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu darbinieku kvalifikācijas celšanas finansēšana šobrīd

Avots: Aptaujas dati

Analizējot datus par darbinieku kvalifikācijas celšanas finansēšanu šobrīd, var secināt, ka lielākā daļa fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmēju (60,6%) norādīja, ka tie pašlaik nefinansē darbinieku kvalifikācijas celšanu, bet 39,4% respondentu norādīja, ka šādu finansējumu nodrošina.

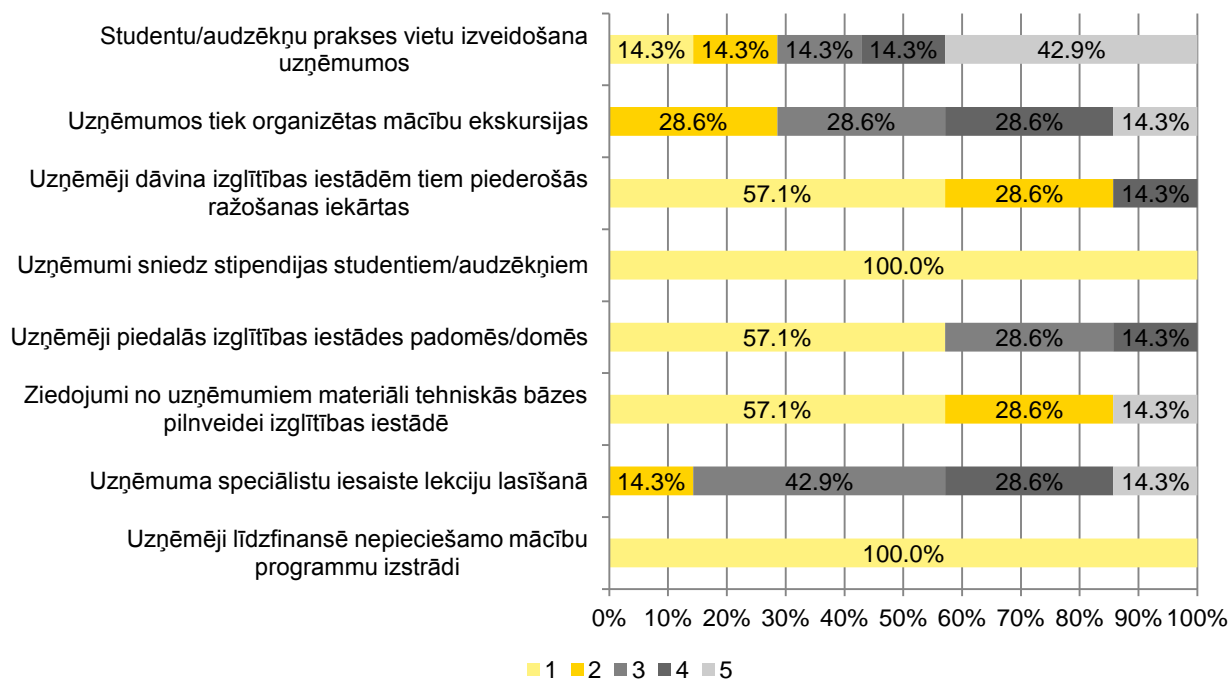
Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā vērojama līdzīga tendence - 69,4% uzņēmēju pašlaik finansē darbinieku kvalifikācijas celšanu, bet salīdzinoši mazāk uzņēmēju (30,6%) atzīst, ka tie šobrīd to nedara.

Šie rezultāti saskan ar iepriekš minēto - frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā vairums uzņēmēju nav gatavi finansēt darbinieku kvalifikācijas celšanu. Līdz ar to fakts, ka kvalifikācijas celšana pašlaik netiek finansēta, to pilnībā apstiprina. Turpretim fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā vērojama cita – uzņēmēji kopumā ir gatavi finansēt darbinieku kvalifikācijas celšanu, bet pašlaik lielākā daļa sektora uzņēmumu to nedara. Tas arī ir skaidrojams ar iepriekš analizētajām tendencēm, ka nozares uzņēmēji organizē darbinieku kvalifikācijas celšanu pēc nepieciešamības. Tādēļ, neskatoties uz to, ka uzņēmēji ir gatavi finansēt darbinieku kvalifikācijas celšanu, šobrīd neredz šādu nepieciešamību un pašlaik darbinieku kvalifikācijas celšana lielākajā daļā uzņēmumu netiek finansēta (Attēls Nr. 36).

8.4. Sadarbība starp darba devējiem un izglītotājiem

Darba devēju un izglītības iestāžu sadarbības analīze parāda, ka izglītības iestādes saņem atbalstu no uzņēmējiem galvenokārt izveidotu prakses vietu veidā (to norādījuši 42,9% izglītotāju). Diemžēl netiek īstenotas tādas sadarbības formas kā uzņēmēju līdzfinansējums mācību programmu izstrādē, uzņēmumu stipendijas studentiem/audzēkņiem (100%), kā arī uzņēmēju dāvinājumi, piemēram, iekārtas, uzņēmēju piedalīšanās izglītības iestādes padomēs/domēs un uzņēmēju ziedojumi izglītības iestāžu materiāli tehniskās bāzes uzlabošanai (57,1%) kopumā praktiski netiek īstenota.

Izglītības iestādēs dažkārt uzņēmumu speciālisti tiek uzaicināti lasīt lekcijas (to norādījuši 42,9% izglītotāju). Izvērtējot tādu sadarbības veidu kā uzņēmumos organizētas mācību ekskursijas, vērojams, ka respondentu domas dalās - 28,6% aptaujāto norādīja, ka šāda sadarbības forma tiek praktizēta ļoti reti, daļa norādīja, ka tā tiek praktizēta vidēji bieži, un tāda pati aptaujāto daļa norādīja, ka mācību ekskursijas uzņēmumos tiek īstenotas pastāvīgi, attiecīgi šo kritēriju novērtējot ar 2, 3 un 4.



Attēls Nr. 37

Augstākās un profesionālās izglītības iestāžu sadarbība ar uzņēmējiem (1-netiek praktizēta; 5-tiek praktizēta bieži)

Avots: Izglītības iestāžu aptauja

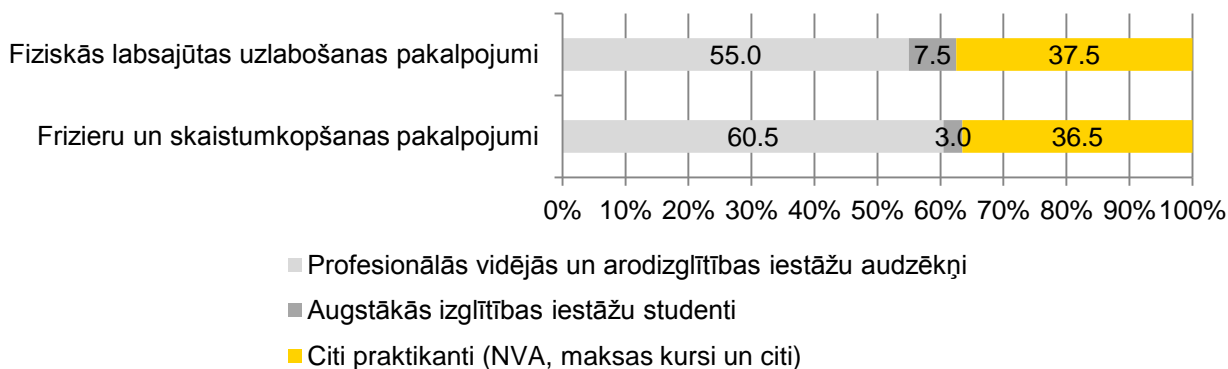
Kopumā var secināt, ka nozarē uzņēmēju un izglītības iestāžu sadarbība ir salīdzinoši vāja, jo tikai prakses vietu izveidošana uzņēmumos ir vienīgā sadarbības forma, kas tiek praktizēta bieži, bet gandrīz visi pārējie izvērtējamie sadarbības veidi netiek īstenoti vai tiek īstenoti reti.

8.4.1. Prakses organizēšanas iespējas

Pamatojoties uz izglītības iestāžu aptaujas rezultātiem, kurā piedalījās septiņas iestādes, kurās akreditētas ar skaistumkopšanas nozari saistītās studiju programmas, kopumā sadarbība ar darba devējiem prakses organizēšanā ir novērtēta kā laba.

Izvērtējot prakses organizēšanas iespējas, izglītības iestāžu pārstāvji norāda uz to, ka prakses vietās bieži netiek nodrošināta iespēja reāli strādāt ar klientiem. Labākajā gadījumā praktikanti pilda vien palīgdarbus, t.sk. matu mazgāšanu, žāvēšanu, friziera darba vietas uzkopšanas darbus. Pēc izglītotāju sniegtās informācijas atsevišķos uzņēmumos tikai retos gadījumos praktikantiem ir iespēja praktizēties, piemēram, veidojot frizūras. Tas varētu būt izskaidrojams ar to, ka meistari negribas dalīties pieredzē, jo nevēlās vairo konkurenci.

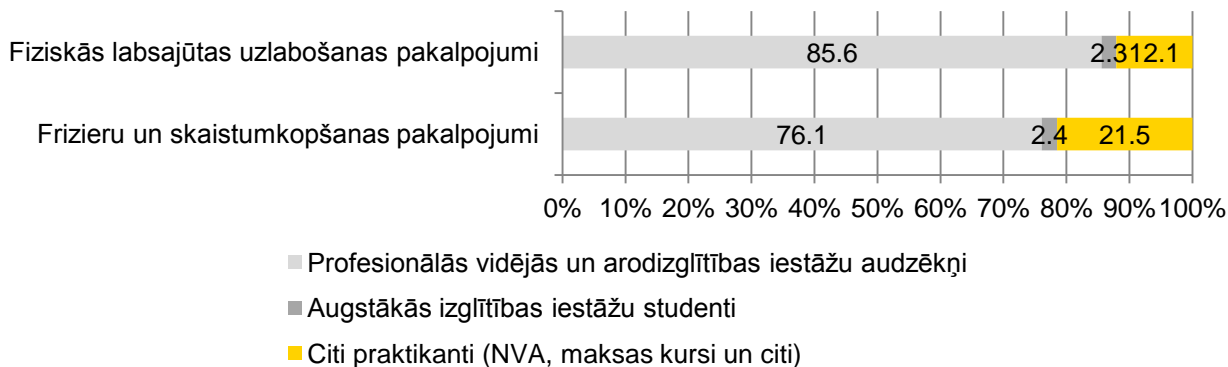
Analizējot respondentu atbildes, nozarē vērojams, ka sadarbība ar darba devējiem izglītības iestādēs atšķiras, jo izglītotāju viedoklis jautājumā par prakses organizēšanas iespējām dalās, proti, daži izglītotāji norādīja, ka ir izveidojusies ilggadīga sadarbība ar darba devējiem un kvalifikācijas prakses vietas kopumā tiek nodrošinātas, bet citi izglītotāji minēja, ka prakses organizēšanas iespējas ir vidējas, jo atsevišķi uzņēmumi labprāt ņem praktikantus, tomēr daļai studentu ir salīdzinoši grūti atrast prakses vietas.



Attēls Nr. 38
Praktikantu dinamika skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos
Avots: Aptaujas dati

Kopumā var secināt, ka visvairāk praktikantu uzņēmumos ir profesionālās vidējās un arodizglītības audzēkņi - attiecīgi frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā 60,5% no visiem praktikantiem, bet fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā - 55,0% no visiem praktikantiem. Mazāks skaits praktikantu uzņēmumos ir no NVA, maksas kursiem un citām izglītības programmām – 36,5% frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā un 37,5% fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā. Praktikantu skaits no augstākās izglītības iestādēm abos sektoros ir neliels (3% – 7,5%).

Rezultāti liecina, ka abos skaistumkopšanas nozares sektoros ir būtiskas atšķirības starp praktikantu skaitu no profesionālajām vidējām un arodizglītības mācību iestādēm un augstākās izglītības mācību iestādēm - frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā profesionālās vidējās un arodizglītības iestāžu praktikantu skaits ir aptuveni 20 reizes lielāks, bet fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā vairāk nekā 7 reizes lielāks par praktikantu skaitu no augstākām mācību iestādēm. Tas ir skaidrojams ar to, ka nozarē ir tikai viena augstākās izglītības studiju programma (4. un 5. kvalifikācijas līmeņa ietvaros), kurā iespējams apgūt skaistumkopšanas nozares profesiju, t.i. pēc AIKNC datiem tāda profesija kā skaistumkopšanas speciālists kosmetoloģijā (4. kvalifikācijas līmenis).



Attēls Nr. 39
Praktikantu pieņemšana darbā pēc prakses skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumos
Avots: Aptaujas dati

Vislielākais praktikantu skaits, kuri pēc prakses beigām palikuši strādāt uzņēmumos, ir profesionālās vidējās un arodizglītības iestāžu audzēkņi. Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā palikuši strādāt 85,6% no visiem profesionālās vidējās un arodizglītības iestāžu praktikantiem, bet frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumos palikuši strādāt 76,1% no visiem profesionālās vidējās un arodizglītības iestāžu praktikantiem.

Kopumā tendences ir līdzīgas iepriekš analizētajam uzņemto praktikantu skaitam – visvairāk uzņēmumos praksē tiek uzņemti un pēc prakses beigām paliek strādāt uzņēmumos profesionālo izglītības iestāžu audzēkņi. Nākamā lielākā uzņēmumā palikušo praktikantu grupa ir NVA, maksas kursu

un citu iestāžu audzēkņi (12,1% - 21,5%), bet vismazākais uzņēmumos palikušo praktikanšu skaits pēc prakses beigām ir augstākās izglītības studenti (2,3% - 2,4%) no kopējā praktikanšu skaita, kuri pēc prakses beigām turpinājuši strādāt attiecīgajā prakses uzņēmumā (Attēls Nr. 39).

8.4.2. Nozares tehnoloģiju izmantošana apmācības procesā

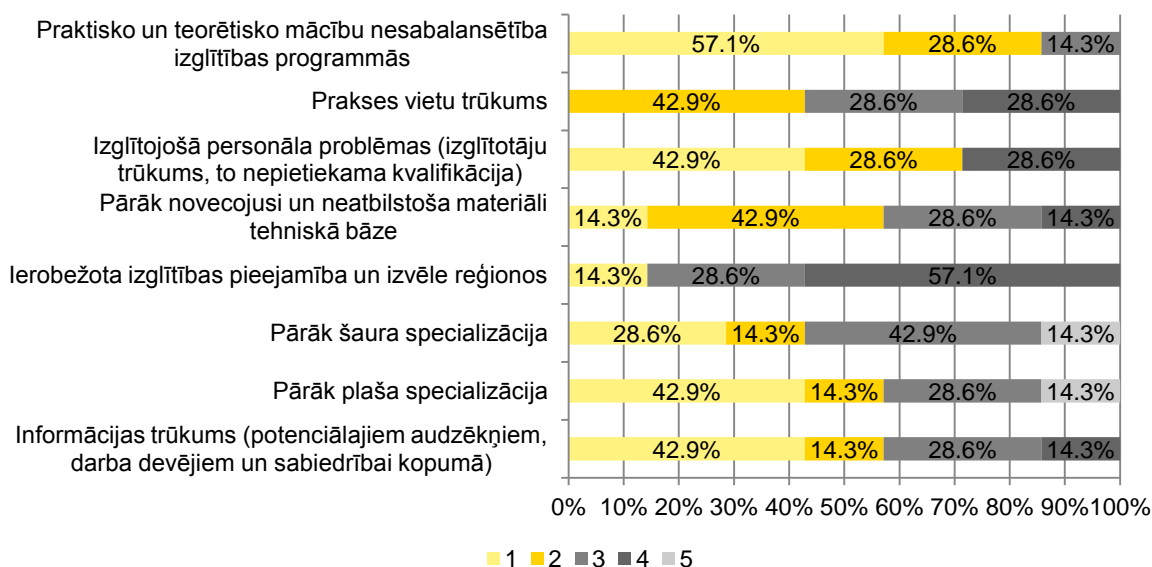
Pēc izglītības iestāžu aptaujas datiem nozares tehnoloģijas apmācības procesā tiek izmantotas lielā daļā izglītības iestāžu, jo regulāri tiek organizētas audzēkņu prakses mācību frizētavās un salonos. Tāpat patstāvīgi darba devēji dod iespēju strādāt ar savu aparāturu un iepazīstina ar jaunākajām nozares tehnoloģijām. Audzēkņiem ir iespējas iepazīties ar nozares tehnoloģijām, piedaloties semināros par jaunākajām tehnoloģijām, kā arī par jaunākajiem darbā izmantojamiem materiāliem un instrumentiem. Ar daļu nozares jaunāko tehnoloģiju, kas vēlāk tiek izmantotas apmācības procesā, izglītojamie iepazīstas, apmeklējot profesionālās izstādes, piemēram, „Baltic Beauty”.

8.4.3. Nozares speciālistu iesaistīšanās izglītības procesā

Izvērtējot nozares speciālistu iesaisti izglītības procesā, izglītības iestāžu pārstāvji norādīja, ka nozares speciālisti galvenokārt tiek iesaistīti konkursos, semināros, lekcijās, kā arī kvalifikāciju eksāmenu vērtēšanā. Papildus tam vadošie nozares speciālisti lasa profesionālos mācību kursus izglītības iestādēs, kuros audzēkņi tiek iepazīstināti ar jaunākajiem skaistumkopšanas produktiem. Turklāt praktizējošie nozares speciālisti kā viesdocētāji tiek piesaistīti gan atsevišķu kursu, gan atsevišķu tēmu pasniegšanai. Izglītojamie norādīja, ka, neskatoties uz to, ka sadarbība ar nozares speciālistiem kopumā vērtējama kā laba, dažkārt vērojama speciālistu neieinteresētība dalīties ar savām zināšanām un pieredzi topošo speciālistu apmācībā.

8.5. Ierobežojumi izglītībai

Izvērtējot respondentu viedokli, neviens no turpmāk minētajiem kritērijiem nav identificēts kā būtiska problēma. Kā vidēju augstākās un profesionālās izglītības sistēmas nepilnību aptaujātie izvirzīja pārāk šauru specializāciju (42,9%), bet ierobežota izglītības pieejamība un izvēle reģionos tika raksturota kā augsta līmeņa problēma (57,1%).



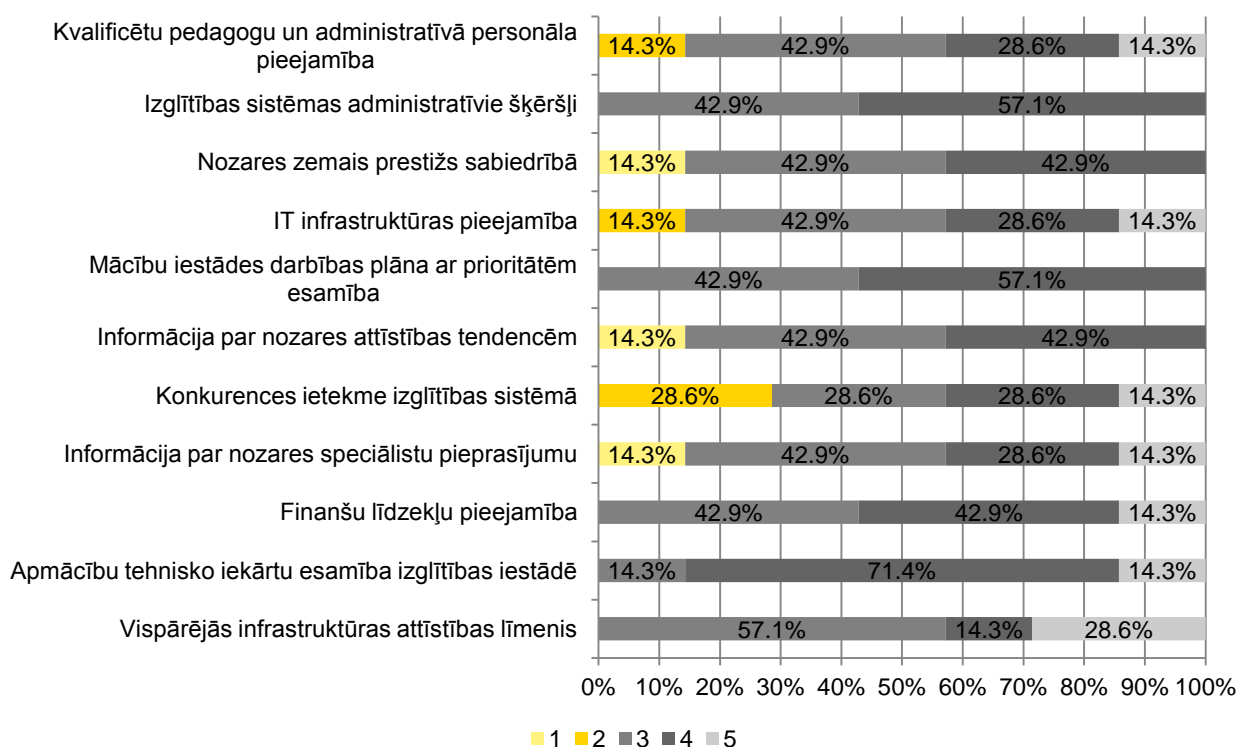
Attēls Nr. 40
Problēmas/nepilnības nozares profesionālās izglītības iestādēs Latvijā
(1-nav problēma; 5-būtiska problēma)
Avots: Izglītības iestāžu aptauja

Jomas, kuras nozares izglītības iestādēs nerada problēmas, ir praktisko, teorētisko mācību nesabalansētība izglītības programmās (to norādījuši 57,1% respondentu), izglītojamu trūkums vai to nepietiekama kvalifikācija, pārāk plaša specializācija un informācijas trūkums potenciālajiem audzēkņiem, darba devējiem un sabiedrībai kopumā (42,9%). Nelielas problēmas rada prakses vietu

uzņēmumos trūkums un pārāk novecojusi un neatbilstoša materiāli tehniskā bāze izglītības iestādēs (42,9%).

Izglītības iestāžu darbu ietekmējošie faktori

Kā augstas ietekmes faktori, kas nodrošina izglītības iestādes spēju pildīt savu uzdevumu - sniegt kvalitatīvas vispārējās un profesionālās zināšanas izglītojamiem un studentiem, minēti apmācības tehnisko iekārtu esamība izglītības iestādē (71,4%), augstais izglītības sistēmas administratīvo šķēršļu līmenis un mācību iestādes darbības plāna ar prioritātēm esamība (57,1%). Tie ir galvenie priekšnoteikumi, lai izglītības iestāde varētu veiksmīgi darboties un nozares darba tirgum sagatavot jaunus speciālistus.

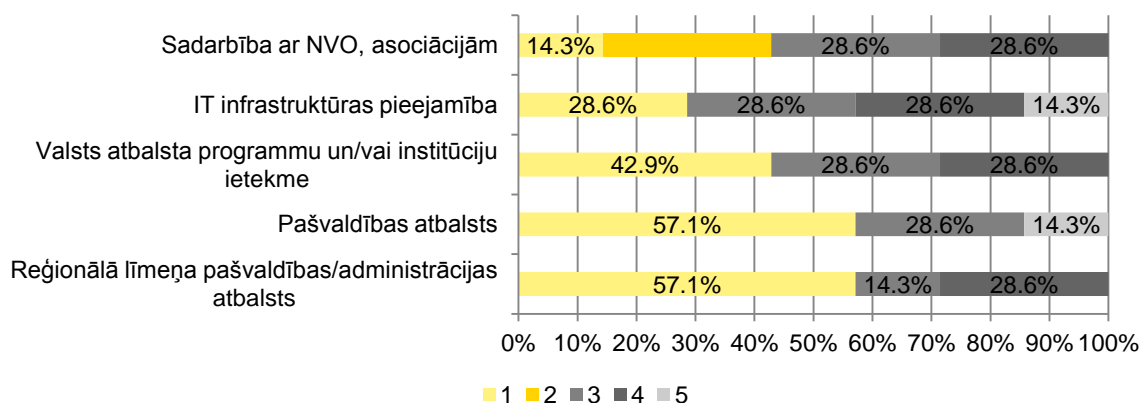


Attēls Nr. 41
Izglītības iestāžu darbu ietekmējošo faktoru novērtējums
(1-niecīga, 2-zema, 3-vidēja, 4-augsta, 5-ļoti augsta ietekme)
Avots: Izglītības iestāžu aptauja

Pēc aptaujas datiem tādiem faktoriem kā vispārējās infrastruktūras līmenis (to norādījuši 57,1% aptaujāto), kvalificētu pedagogu un administratīvā personāla pieejamība, informācija par nozares speciālistu pieprasījumu darba tirgū, kā arī IT infrastruktūras pieejamība (42,9%) ir vidēja ietekme uz izglītības iestādes darbu. Bet tādu faktorus kā nozares zemais prestižs sabiedrībā, informācija par nozares attīstības tendencēm un finanšu līdzekļu pieejamība respondenti novērtēja kā vidējas un augstas ietekmes faktorus (42,9% aptaujāto katrā no vērtējuma kategorijām).

Izglītības iestāžu saņemtais atbalsts

Analizējot izglītības iestāžu saņemto atbalstu un vērtējumu, par to, kuras atbalsta formas visvairāk ietekmē izglītības iestādes darbu, 71-85% respondentu norādīja, ka vietējo un reģionālo pašvaldību sniegtais atbalsts vērtējams kā niecīgs vai vidējs. Tas liecina, ka izglītības iestāžu saņemtais atbalsts ir salīdzinoši zems.



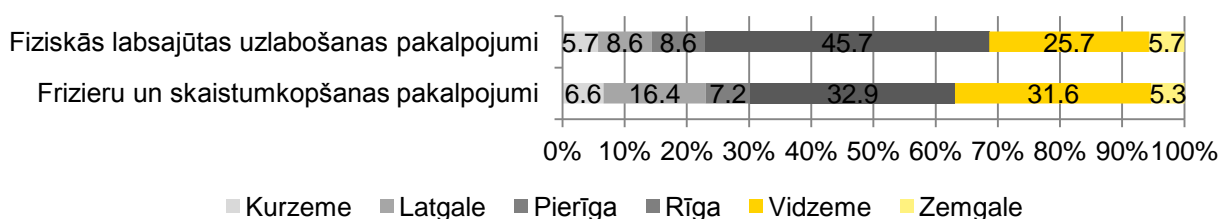
Attēls Nr. 42
Izglītības iestādes darbu ietekmējošie faktori atbilstoši saņemtajam atbalstam
(1-niecīga, 2-zema, 3-vidēja, 4-augsta, 5-ļoti augsta ietekme)
Avots: Izglītības iestāžu aptauja

Turklāt pēc respondentu domām arī valsts atbalsta programmu un/vai institūciju ietekme uz izglītības iestāžu darbu nozarē vērtējama kā niecīga vai vidēja (to norādījuši 71,5% aptaujāto). Respondentu viedoklis par sadarbību ar NVO un asociācijām un IT infrastruktūras pieejamības ietekmi uz iestādes spēju sniegt kvalitatīvas vispārējās un profesionālās zināšanas izglītojamiem un studentiem ir atšķirīgs. Līdz ar to secinām, ka dažādas izglītības iestādes, kurās akreditētas studiju programmas nozarē, saņem atšķirīgu atbalstu.

9. Ārējo faktoru ietekme

Reģionālās atšķirības

Izvērtējot skaistumkopšanas nozares sektoros darbojošos uzņēmumus dažādos Latvijas reģionos, redzams, ka saskaņā ar uzņēmēju aptaujas rezultātiem vislielākais nozares uzņēmumu skaits ir Rīgas reģionā, turklāt fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā strādā 45,7% uzņēmumu, bet frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā šis skaits ir salīdzinoši zemāks – 32,9%. Savukārt Kurzemes, Latgales un Vidzemes reģionā vērojams frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu uzņēmumu pārsvars šajā ziņā, turklāt Latgales reģionā fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektorā darbojas 8,6% no uzņēmumu kopskaita sektorā, bet frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā - 16,4% no uzņēmumu kopskaita sektorā.

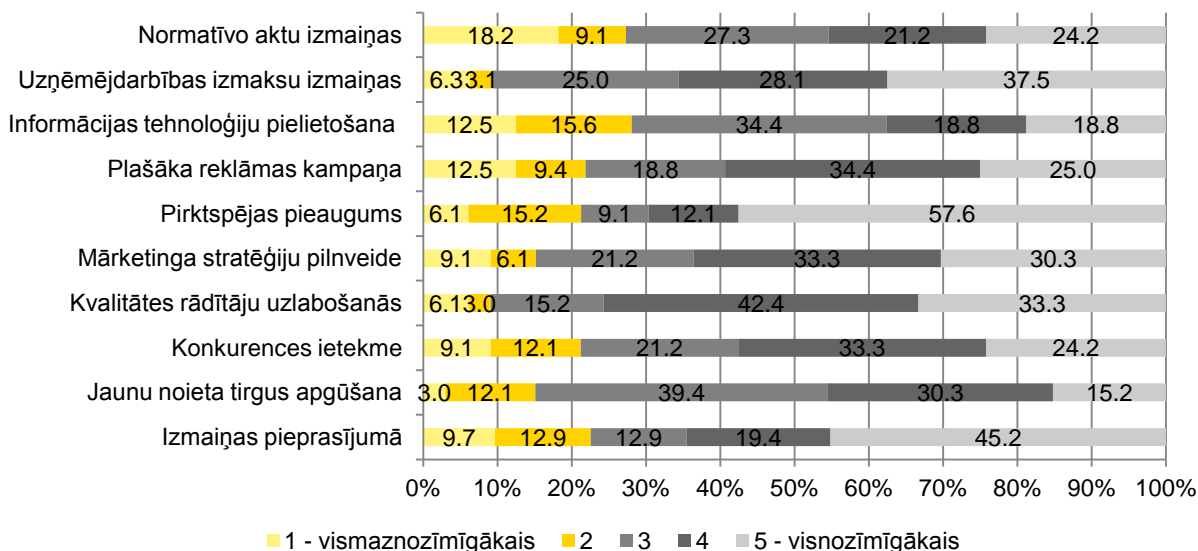


Attēls Nr. 43
Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu īpatsvars reģionos
 Avots: Aptaujas dati

Aptaujas rezultāti liecina, ka frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektorā vismazākais skaits uzņēmumu darbojas Zemgalē – 5,3% no uzņēmumu kopskaita sektorā, bet fiziskās labsajūtas uzlabošanas sektorā 5,7% uzņēmumu darbojas Kurzemē un Zemgalē, kas pēc uzņēmumu skaita ir vismazāk pārstāvētie reģioni.

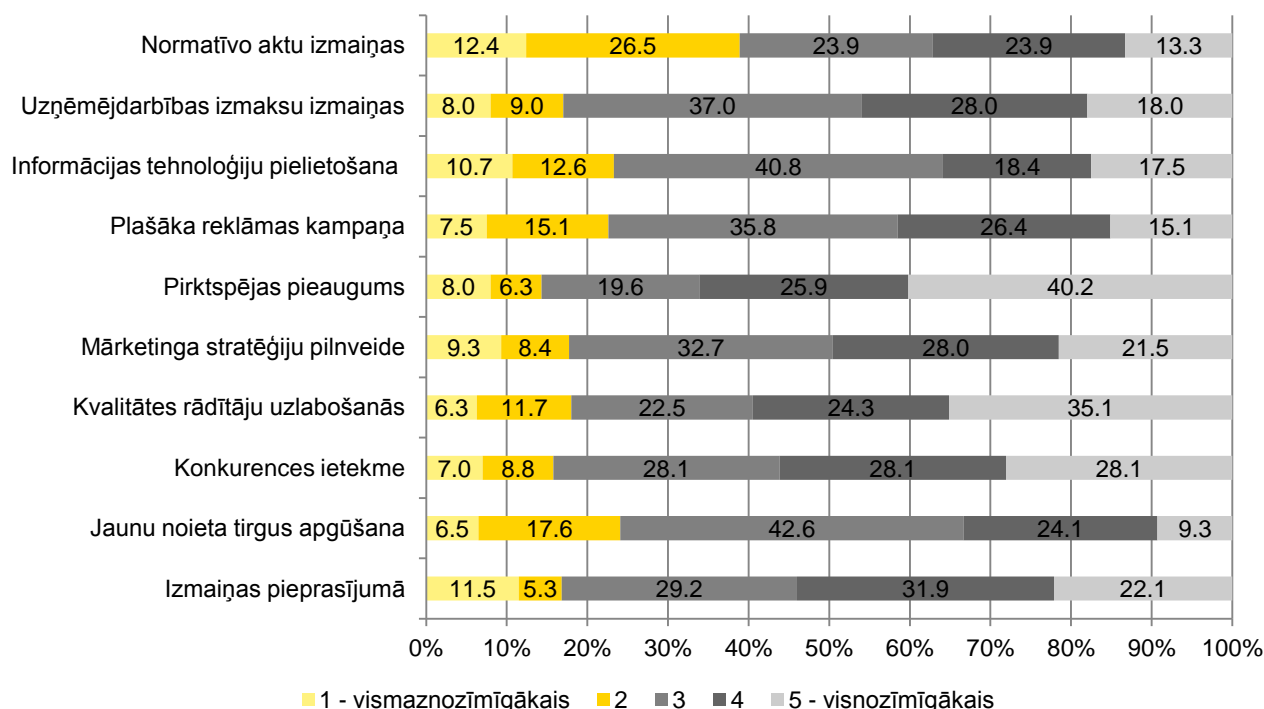
Uzņēmumu darbību ietekmējošie faktori

Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora respondenti kā svarīgākos ietekmējošos faktoros atzīmē pirktspējas pieaugumu (57,6%), izmaiņas pieprasījumā (45,2%), uzņēmējdarbības izmaksu izmaiņas (37,5%).



Attēls Nr. 44
Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares labsajūtas uzlabošanas sektora uzņēmumu svarīgākie darbību ietekmējošie faktori
 Avots: Aptaujas dati

Kā maznozīmīgākus faktorus skaistumkopšanas pakalpojumu nozares fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu sektora uzņēmēji min normatīvo aktu izmaiņas, informācijas tehnoloģiju pielietošanu un jaunu noieta tirgu apgūšanu, ko lielākā daļa respondentu novērtēja ar 3 jeb kā vidējas nozīmes ietekmes faktorus. Kopumā visi kritēriji pēc respondentu domām ir vidējas vai augstas ietekmes, jo neviens no analizētajiem kritērijiem pēc aptaujāto domām nav uzskatāms par vismaznozīmīgāko (lielākajai daļai respondentu attiecīgo kritēriju novērtējot ar 1 un 2).



Attēls Nr. 45
Skaistumkopšanas pakalpojumu nozares uzņēmumu frizieru un skaistumkopšanas sektora uzņēmumu darbību ietekmējošie faktori
Avots: Aptaujas dati

Savukārt skaistumkopšanas pakalpojumu nozares frizieru un skaistumkopšanas sektora uzņēmēji kā svarīgākos darbību ietekmējošos faktorus atzīmē pirktspējas pieaugumu (to norādījuši 40,2% respondentu), kvalitātes rādītāju uzlabošanu (35,1%) un konkurences ietekmi (28,1%).

Kā maznozīmīgu faktoru skaistumkopšanas pakalpojumu nozares frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora uzņēmumi min normatīvo aktu izmaiņas, ko lielākā daļa jeb 26,5% aptaujāto novērtēja ar 2, jaunu noieta tirgu apgūšanu un informācijas tehnoloģiju pielietošanu, ko lielākā aptaujāto daļa jeb attiecīgi 40,8% un 42,6% respondentu novērtēja ar 3, norādot, ka to ietekme uz uzņēmumu darbību nozarē ir vidēji nozīmīga.

Apkopojot fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumu, kā arī frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumu sektora respondentu viedokli, secinām, ka pirktspējas pieaugums, izmaiņas pieprasījumā un konkurences ietekme ir būtiski faktori, kuriem pēc respondentu domām ir svarīga ietekme uz uzņēmējdarbību nozarē.

Turklāt uzņēmumiem, kas darbojas skaistumkopšanas nozarē, jāievēro Ministru kabineta 2000. gada 18. janvāra noteikumi Nr. 25 „Noteikumi par higiēnas prasībām frizētavām”. Tie nosaka higiēnas prasības uzņēmumiem, kas sniedz friziera, manikīra un pedikīra pakalpojumus. Šajos noteikumos noteiktas prasības attiecīgo uzņēmumu telpām ietver prasības aspektos, kas ietver telpām, sanitāri tehniskajām ierīcēm, apkurei un apgaismojumam, kā arī higiēnas prasības friziera darba piederumiem un manikīra un pedikīra piederumiem. Par šo noteikumu ievērošanu frizētavā atbild attiecīgās frizētavas vadītājs, un to izpildi kontrolē Valsts sanitārā inspekcija.

Uzņēmējdarbību nozarē regulē arī Epidemioloģiskās drošības likums, kas pieņemts 1997. gada 11. decembrī un attiecas uz „atvasinātām publiskām personām, iestādēm, komersantiem, pašnodarbinātajiem, kā arī citām juridiskajām un fiziskajām personām, kuru darbības veids ir

pakalpojumu sniegšana patērētājiem (piemēram, frizētavās, kosmētiskajos kabinetos, pirtīs, peldbaseinos).” Šī likuma 35. pants nosaka, ka ar infekciju slimībām „saslimušas vai inficējušās personas un personas, par kurām ir radušās profesionāli pamatotas aizdomas, ka tās ir inficējušās ar attiecīgu infekcijas slimību, aizliegts nodarbināt (arī mācību prakses laikā)”.²⁴

Nozarē darbojas arī Latvijas Apvienotā frizieru arodbiedrība (LAFA), kuru 2010. gada 22. februārī izveidoja skaistumkopšanas nozares speciālisti. Pamatojoties uz Eiropas direktīvām un Latvijas Republikas likumdošanu, arodbiedrība darbojas uz LAFA statūtu un 1991. gada 2. janvārī spēkā stājušos likuma „Par arodbiedrībām” pamata. LAFA pārstāv skaistumkopšanas nozari ESF projekta „Nozaru kvalifikācijas sistēmas izveide un profesionālās izglītības efektivitātes un kvalitātes paaugstināšana” ietvaros. No 2011. gada līdz šim brīdim LAFA izstrādā likumprojektu skaistumkopšanas nozares jomā un tiesību aktus, kas regulē skaistumkopšanas nozares speciālistu darbību.

Ārvalstu sadarbība

Viens no ārvalstu sadarbību veicinošiem pasākumiem skaistumkopšanas nozarē ir Baltijas apvienotais skaistumkopšanas projekts „Baltic Beauty”. 2011. gadā Rīgā to apmeklēja 29 662 cilvēki, no kuriem 14 442 bija skaistumkopšanas nozares profesionāļi. Izstādes ietvaros nozares profesionāļi no visas pasaules apmeklēja Rīgu, lai izveidotu sadarbību, dalītos ar zināšanām, prasmēm un pieredzi, kā arī iepazītos ar jaunākajām tendencēm skaistumkopšanas nozarē. Izstādi apmeklēja ne tikai profesionāļi, bet arī patērētāji, kuriem ir iespēja iepazīties ar plašu skaistumkopšanas produktu ekspozīciju un saņemt konsultācijas no profesionāļiem, iegādāties produkciju, izmēģināt dažādus pakalpojumus, t.sk. frizieru, manikīra speciālistu un citu.

Izstādes dalībnieku loks ir ļoti plašs. Piemēram, 2011. gadā dalībnieki no Latvijas, Lietuvas, Igaunijas, Itālijas, Lielbritānijas, Vācijas, Somijas, Krievijas un Pakistānas piedāvāja skaistumkopšanas nozares produkciju no 37 valstīm, t.sk. plaša patēriņa produktus, profesionālo kosmētiku un aprīkojumu.

Izstādes ietvaros notiek arī produktu un pakalpojumu prezentācijas, semināri par jaunākajām tendencēm kosmētikā, manikīra veidošanā, sejas un ķermeņa kopšanas procedūrās un citās ar nozari saistītās aktualitātēs. Papildus tam tiek rīkots arī starptautiskais friziermākslas festivāls. Tajā piedalās frizieri, lai meistarklasēs papildinātu zināšanas un pārbaudītu savas prasmes, piedaloties dažādos friziermākslas konkursos un čempionātos. 2011. gadā šajā festivālā tika organizēts Baltijas valstu frizieru skolu konkurss, kurā piedalījās topošie frizieri no Baltijas valstīm.

Papildus ekspozīcijām izstādes ietvaros notiek pasākumi, kuros izstādes apmeklētājiem ir iespēja vērot frizieru, body-art un grima meistarību, stilistu un nagu skaistumkopšanas speciālistu paraugdemonstrējumus.²⁵

Šādu izstāžu rīkošana ir veiksmīgs pasākums, kas veicina skaistumkopšanas nozares attīstību, jo izstādi apmeklēja gan patērētāji, gan nozares profesionāļi no Latvijas un ārvalstīm, darba devēji un jaunieši, kuri ir topošie nozares speciālisti. Turklāt, šādā veidā tiek veicināta jauniešu interese apgūt ar skaistumkopšanas nozari saistītas profesijas.

²⁴ Latvijas Vēstneša tiesību aktu vortāls www.likumi.lv, <http://www.likumi.lv/doc.php?id=52951>

²⁵ Starptautisko izstāžu rīkotājsabiedrība BT 1, „Baltic Beauty 2011” kļuvis par nozīmīgāko un lielāko skaistumkopšanas projektu Baltijā un Skandināvijā”, <http://www.bt1.lv/bb/?link=00000012>

Pamata informācija par respondentiem

Tabula Nr. 10. Uzņēmumu kopējais skaits un aptaujājamo uzņēmumu skaits pa skaistumkopšanas nozares sektoriem

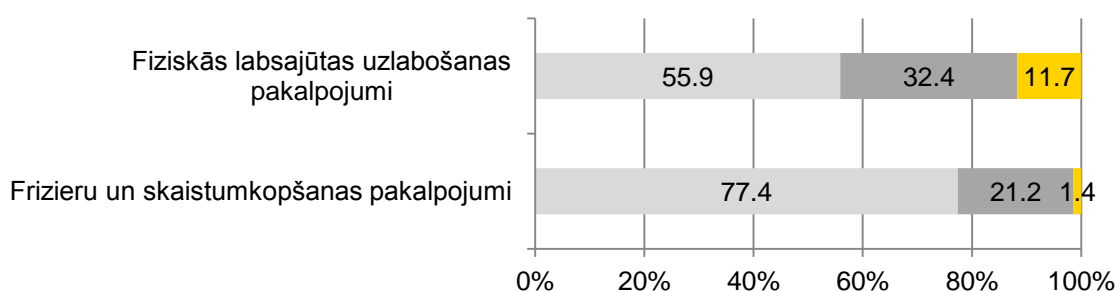
Sektors pēc NACE 2.red.	Uzņēmumu skaits	Uzņēmumu skaits aptaujai	Procentos no kopējā uzņēmumu skaita
(96) Pārējo individuālo pakalpojumu sniegšana, t.sk.: (96.02) Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi; (96.04) Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi.	2305	922	40%
KOPĀ	2305	922	40%

Tabula Nr. 11. Aptaujāto uzņēmumu skaits un procentuālais apjoms no kopējā uzņēmumu skaita

Sektors pēc NACE 2.red.	Aptaujāto uzņēmumu skaits	Procentos no kopējā skaita
(96) Pārējo individuālo pakalpojumu sniegšana, t.sk.: (96.02) Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi; (96.04) Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi.	1200	52,05%
KOPĀ	1200	52,05%

Tabula Nr. 12. Saņemto atbilžu skaits pa skaistumkopšanas nozares sektoriem

Sektors pēc NACE 2.red.	Saņemto atbilžu skaits
(96) Pārējo individuālo pakalpojumu sniegšana ((96.02) Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi; (96.04) Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi)	220
t.sk. klātienē un telefonintervijas	64
KOPĀ	220

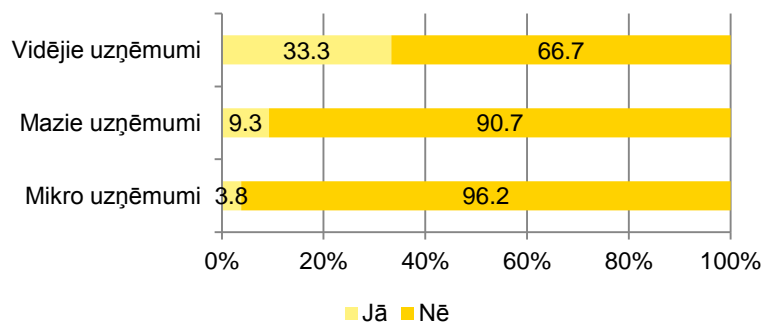


- Mikrouzņēmums (mazāk nekā 10 darbinieku un gada apgrozījums un/vai kopējā gada bilance nepārsniedz 2 miljonus eiro)
- Mazais uzņēmums (mazāk nekā 50 darbinieku un gada apgrozījums un/vai kopējā gada bilance nepārsniedz 10 miljonus eiro)
- Vidējais uzņēmums (mazāk nekā 250 darbinieku un gada apgrozījums un/vai kopējā gada bilance nepārsniedz 43 miljonus eiro)

Attēls Nr. 46

Skaistumkopšanas nozares uzņēmumu iedalījums pēc uzņēmējdarbības formas

Avots: Aptaujas dati



Attēls Nr. 47
Arodbiedrības un/vai darba ņēmēju pilnvarotā pārstāvja esamība skaistumkopšanas nozares uzņēmumos
Avots: aptaujas dati

Intervijas:

- ▶ Maija Gauja, SIA „Kolonna Beauty” priekšsēdētāja
- ▶ Edgars Barons, SIA „Maija” vadītājs
- ▶ Signe Tračuma, SIA „Baltic Cosmetic Holding” frizieru tīkla administratīvā vadītāja

Izglītības iestāžu aptauja:

- ▶ Daugavpils Valsts tehnikums
- ▶ Starptautiskā CIDESCO Rīgas Kosmētikas skola
- ▶ Kosmetoloģijas koledža
- ▶ Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola
- ▶ Profesionālā vidusskola „RIMAN”
- ▶ Jelgavas Amatu vidusskola
- ▶ Starptautiskā komerciālā profesionālās un vispārējās izglītības vidusskola

Citi informācijas avoti:

- ▶ Augstākās izglītības kvalitātes novērtēšanas centrs (AIKNC)
- ▶ Centrālā statistikas pārvalde (CSP)
- ▶ Eiropas Kosmētikas ražotāju asociācija (COLIPA)
- ▶ Izglītības un zinātnes ministrija (IZM)
- ▶ Latvijas Vēstneša tiesību aktu vortāls www.likumi.lv
- ▶ Nodarbinātības valsts aģentūra (NVA)
- ▶ Nacionālās izglītības iespēju datu bāze (NIID)
- ▶ Valsts izglītības satura centrs

Izglītības iestādes, kurās iespējams apgūt ar skaistumkopšanas nozari saistītās profesijas

Nr. p.k.	Izglītības iestādes
Profesionālās izglītības iestādes	
1	Birutas Mageles Starptautiskā stilistu skola
2	Daugavpils Valsts tehnikums
3	Dobeles Amatniecības un vispārizglītojošā vidusskola
4	Dobeles Amatu skola
5	Frizieru mākslas skola „KLĒRS”
6	Frizieru skola „Studija - I”
7	Imidža skola - studija „Unastyle”
8	Jelgavas Amatu vidusskola
9	Kosmetoloģijas un masāžas skola „MASTERCLASS”
10	TR skola – studija
11	Liepājas mākslas vidusskola
12	Mācību centrs „BUTS”
13	Mācību centrs „ELISANDA”
14	Mācību centrs „RIMAN”
15	Mācību centrs „Kolonna”
16	Mācību studija „Curly”
17	Manikīra skola „AMA”
18	Rīgas Stila un modes profesionālā vidusskola
19	SIA „Latgales mācību centrs”
20	SIA „Profesionālās izglītības, tālākizglītības un eksaminācijas centrs”
21	SIA „BEDRĪTES MĀCĪBU CENTRS”
22	Mācību centrs „Class Master”
23	SIA „Latvijas neatkarīgā inspekcija” Mācību centrs
24	SIA „Oniks BETA” mācību centrs
25	SIA „VENTSPILS BIZNESA UN INFORMĀCIJA TEHNOLOĢIJU VIDUSSKOLA”
26	SIA „Ventspils Biznesa un informācijas tehnoloģiju vidusskola”
27	SIA mācību centrs „Austrumvidzeme”
28	Skaistumkopšanas mācību centrs „ŠADE Studija”
29	Starptautiskā CIDESCO Rīgas Kosmētikas skola
30	Starptautiskā frizieru mākslas skola „Skaistums”
31	Starptautiskā Grima mākslas skola
32	Starptautiskā komerciālā profesionālā vidusskola
Koledžas	
33	Latvijas Universitātes P.Stradiņa medicīnas koledža
34	SIA „Kosmetoloģijas koledža”

Uzņēmēju aptaujas anketa

A.god./L.cien. nozares pārstāvi!

Lūdzam Jūs piedalīties aptaujā un aizpildīt anketu! Jūs palīdzēsiet iegūt informāciju par skaistumkopšanas nozari izglītības vajadzībām. Šī informācija tiks izmantota, izstrādājot darba tirgus vajadzībām atbilstošas izglītības programmas, tādējādi sekmējot Jūsu uzņēmuma un nozares kopumā nodrošinājumu ar kvalificētiem darbiniekiem.

Aptaujas anketā iekļauti jautājumi par nozarē strādājošo izglītības līmeni, darbinieku profesionālās kvalifikācijas pilnveidi, kā arī par nozares attīstības prognozēm. Anketā akcentēti tie jautājumi, par kuriem informāciju nevar iegūt, izmantojot publiski pieejamās informācijas avotus. Ceram uz Jūsu izpratni un atsaucību!

Informācija par uzņēmumu

Uzņēmējdarbības forma:

- Sabiedrība ar ierobežotu atbildību
- Akciju sabiedrība
- Individuālais komersants
- Mikrouzņēmums
- Cits (norādiet)

Uzņēmuma kategorija.²⁶

- Mikrouzņēmums (mazāk nekā 10 darbinieku un gada apgrozījums un/vai kopējā gada bilance nepārsniedz 2 miljonus eiro)
- Mazais uzņēmums (mazāk nekā 50 darbinieku un gada apgrozījums un/vai kopējā gada bilance nepārsniedz 10 miljonus eiro)
- Vidējais uzņēmums (mazāk nekā 250 darbinieku un gada apgrozījums un/vai kopējā gada bilance nepārsniedz 43 miljonus eiro)

Uzņēmuma atrašanās vieta:

- Rīgas reģions
- Pierīgas
- Vidzemes
- Kurzemes
- Zemgales

Sektors:

- 96.02 Frizieru un skaistumkopšanas pakalpojumi
- 96.04 Fiziskās labsajūtas uzlabošanas pakalpojumi

Galvenie pakalpojumu veidi:

- frizieru pakalpojumi
- skaistumkopšanas pakalpojumi
- stilistu pakalpojumi
- nagu kopšanas pakalpojumi
- Cits (norādiet)

1. Kāda, Jūsaprāt, būs skaistumkopšanas nozares kopumā un uzņēma attīstība tuvākajā nākotnē? (Atzīmējiet vajadzīgo, vadoties pēc vispārējiem novērojumiem un notikumiem nozarē un uzņēmumā.)

Uzņēmums:

- Strauji attīstīsies
- Attīstīsies
- Paliks līdzšinējā līmenī
- Sašaurināsies
- Nevaru atbildēt

²⁶ Aptaujas anketā nav iekļauta lielo uzņēmumu kategorija, jo šajā nozarē lielle uzņēmumi ar darbinieku skaitu vairāk par 250 Latvijā nav sastopami.

Nozare:

- Strauji attīstīsies
 - Attīstīsies
 - Paliks līdzšinējā līmenī
 - Sašaurināsies
 - Nevaru atbildēt
- 2. Kādi, Jūsaprāt, ir svarīgākie nozares izmaiņu cēloņi?** (atzīmējiet prioritārā secībā, kur 1 – vismaznozīmīgākais un 5 – visnozīmīgākais.)
- Izmaiņas pieprasījumā
 - Normatīvo aktu izmaiņas
 - Jaunu noieta tirgus apgūšana
 - Konkurences ietekme
 - Kvalitātes rādītāju uzlabošanās
 - Mārketinga stratēģiju pilnveide
 - Pirk spējas pieaugums
 - Plašāka reklāmas kampaņa
 - Informācijas tehnoloģiju pielietošana
 - Uzņēmējdarbības izmaksu izmaiņas
 - Cits (lūdzu minēt un novērtēt)
- 3. Jūsu prognozes par nozares apgrozījuma izmaiņām 2012.gadā vietējā tirgū.** (Atzīmējiet vajadzīgo.)
- Pieaug
 - Paliks līdzšinējā līmenī
 - Samazināsies
- 4. Īss uzņēmuma darbinieku raksturojums** (Absolūtajos skaitļos)
- Līdz 25 gadiem
 - Līdz 25 gadiem (sievietes)
 - 26 – 35 gadi
 - 26 – 35 gadi (sievietes)
 - 36 – 45 gadi
 - 36 – 45 gadi (sievietes)
 - Virs 46 gadiem
 - Virs 46 gadiem (sievietes)
- 5. Cik liela ir Jūsu uzņēmuma darbinieku mainība gadā?** (Atzīmējiet vajadzīgo.)
- 0-10%
 - 11-20%
 - 21-30%
 - >30%
- 6. Jūsu prognozes par atalgojuma izmaiņām nozarē kalendārā gada laikā.** (Atzīmējiet vajadzīgo.)
- Pieaug virs 31 %
 - Pieaug 21 – 30 %
 - Pieaug 11 – 20 %
 - Pieaug līdz 10 %
 - Paliks tādā pašā līmenī
 - Samazināsies līdz 10 %
 - Samazināsies 11 – 20 %
 - Samazināsies 21 – 30 %
 - Samazināsies virs 31 %
- 7. Uzņēmuma darbinieku sadalījums, skaits un prognoze nozares profesiju griezumā.** (Norādiet slodžu skaitu. Ja viens darbinieks pilda vairākas slodzes, tad norādīt slodzes daļu katram no amatiem, piem. 0,2 vai

1,5). Norādīt 1) Pētījuma laikā 2) Prognoze turpmākiem 3 gadiem 3) Pēdējo 3 gadu laikā uzsākuši darbu pēc profesionālās mācību iestādes absolvēšanas.)

Skaistumkopšanas pakalpojumi:

- Frizieris
- Skaistumkopšanas speciālists
- Nagu kopšanas speciālists
- Salona administrators
- Kosmētiķis
- Grimētājs
- Stilists
- Vizāžists
- Vizuālā tēla stilists
- SPA speciālists
- Jogas meistars
- Cits (norādiet)

Administrācija un citi ar nozares amatiem nesaistītie darbinieki:

- Grāmatvedis
- Sekretārs/biroja vadītājs
- Personāla speciālists
- Apkopēja/s
- Mārketinga speciālists
- Pārdošanas speciālists
- Sabiedrisko attiecību speciālists
- Sagādnieks
- Tehniķis
- Apsaimniekotājs

8. Jūsu uzņēmumā strādājošo vidējais pilnas slodzes atalgojums mēnesī (Ls) pirms nodokļu samaksas. (Atzīmējiet vajadzīgo 1) Līdz 200; 2) 201-300; 3) 301-400; 4) 401-500; 5) 501-700; 6) 701-1000; 7) Virs 1000.)

- Vadības līmenī
- Administratīvajā līmenī ar augstāko izglītību
- Administratīvajā līmenī ar profesionālo vidējo un arodizglītību
- Speciālistu līmenī ar augstskolas izglītību (struktūrvienību vadītāji)
- Speciālistu līmenī ar profesionālo un arodizglītību (struktūrvienību vadītāji)
- Apkalpošanas/ražošanas līmenī

9. Kādi faktori nosaka Jūsu uzņēmuma iespējas piesaistīt darbiniekus? (Novērtējiet katru kritēriju, kur 1 – nav nozīmes, 5 – ļoti svarīgi).

Pakalpojumu sniegšanas un ražošanas līmenī:

- Atalgojums
- Sociālās garantijas
- Profesijas prestižs
- Uzņēmuma reputācija
- Izaugsmes iespējas
- Citi (norādiet, kādi)

Vadības līmenī:

- Atalgojums
- Sociālās garantijas
- Profesijas prestižs
- Uzņēmuma reputācija
- Izaugsmes iespējas
- Citi (norādiet, kādi)

10. Pēc kādiem atlases kritērijiem Jūs pieņemt darba darbiniekus savā uzņēmumā? (Novērtējiet katru kritēriju, kur 1 – nav nozīmes, 5 – ļoti svarīgi.)

Pakalpojumu sniegšanas un ražošanas līmenī:

- Profesionālās izglītības dokuments/ sertifikāts
- Darba prasmju demonstrējums
- Labas rekomendācijas
- Augstas prasības pret darba algu
- Personiskais iespaids
- Profesionālās prasmes
- Darba pieredze (vismaz 1 gads)
- Svešvalodu zināšanas
- Darba prasmes

Vadības līmenī:

- Profesionālās izglītības dokuments/ sertifikāts
- Darba prasmju demonstrējums
- Labas rekomendācijas
- Augstas prasības pret darba algu
- Personiskais iespaids
- Profesionālās prasmes
- Darba pieredze (vismaz 1 gads)
- Svešvalodu zināšanas
- Darba prasmes

11. Kā Jūs vērtējat zināšanas un profesionālās prasmes, kuras ir jauniešiem, kuri atnāk strādāt Jūsu uzņēmumā uzreiz pēc profesionālo mācību iestāžu un tehnikumu beigšanas (kur 1-zems līmenis; 5-augsts līmenis)

- Teorētiskās zināšanas
- Profesionālās prasmes
- Spēja patstāvīgi rast risinājumu problēmsituācijās
- Iniciatīva
- Radošā domāšana
- Svešvalodu zināšanas
- Zināšanas par nozari kopumā

12. Lūdzu novērtējiet zināšanas, prasmes un attieksmes jaunajiem darbiniekiem (tādiem, kuri ieguvuši profesionālo izglītību pēdējo 3 gadu laikā) savā uzņēmumā? (kur 1 – zems līmenis, 5 – augsts līmenis)

- Profesionālās zināšanas, ko devusi izglītības iestāde
- Mērķtiecība
- Vēlme pilnveidot savu kvalifikāciju
- Spēja iekļauties kolektīvā
- Attieksme pret darba pienākumiem
- Citas (norādiet, kādas)

13. Lūdzu novērtējiet zināšanas, prasmes un attieksmes darbiniekiem ar stāžu (tādiem, kuri ieguvuši profesionālo izglītību agrāk kā pirms 3 gadiem) savā uzņēmumā? (kur 1 – zems līmenis, 5 – augsts līmenis)

- Profesionālās zināšanas, ko devusi izglītības iestāde
- Mērķtiecība
- Profesionālās kompetences
- Vēlme pilnveidot savu kvalifikāciju
- Spēja iekļauties kolektīvā
- Attieksme pret darba pienākumiem
- Citas (norādiet, kādas)

14. Cik profesionālās vidējās un arodizglītības audzēkņu vai augstākās izglītības studentu pēdējos 3 gados Jūsu uzņēmumā ir bijuši praksē? (Norādiet skaitu.)

- Profesionālās vidējās un arodizglītības audzēkņi
- Augstākās izglītības studenti

- Citi praktikanti (NVD, maksas kursi, u.c.)

15. Cik no uzņēmuma praktikantiem ir palikuši strādāt uzņēmumā? (Norādiet skaitu.)

- Profesionālās vidējās un arodizglītības audzēkņi
- Augstākās izglītības studenti
- Citi praktikanti (NVD, maksas kursi, u.c.)

16. Vai Jūsu uzņēmumā var apgūt papildus zināšanas, prasmes, un profesionālās kompetences, lai darbinieki kvalificēti veiktu darbu? (Atzīmējiet vajadzīgo.)

- Nevar piedāvāt mācību iespējas
- Iespējas mācīt tikai iesācējus pamatlīmenī
- Iespējas mācīt esošos darbiniekus, lai uzturētu kompetences līmeni
- Iespējas mācīt ir labākas, nekā jebkur citur

17. Ja minētās iespējas ir, tad cik bieži Jūs rīkojat izglītošanu profesionālajai pilnveidei? (Atzīmējiet vajadzīgo.)

Apkalpojošajam personālam:

- Reizi mēnesī
- Biežāk kā reizi pusgadā
- Reizi pusgadā
- Reizi gadā
- Kad ir finanšu līdzekļi
- Pēc nepieciešamības
- Cits variants (norādiet, kāds)

Vadības personālam:

- Reizi mēnesī
- Biežāk kā reizi pusgadā
- Reizi pusgadā
- Reizi gadā
- Kad ir finanšu līdzekļi
- Pēc nepieciešamības
- Cits variants (norādiet, kāds)

18. Vai Jūsu uzņēmumam ir vajadzīgi kādi specifiski profesionālo zināšanu un iemaņu paaugstināšanas kursi? (Atzīmējiet vajadzīgo.)

- Jā
- Nē

19. Vai Jūsu uzņēmums šobrīd finansē savu darbinieku kvalifikācijas celšanu? (Atzīmējiet vajadzīgo)

- Jā
- Nē

20. Vai Jūsu uzņēmums ir gatavs finansēt savu darbinieku kvalifikācijas celšanu? (Atzīmējiet vajadzīgo.)

- Jā
- Nē

21. Vai uzņēmumā ir arodbiedrība un/vai darba ņēmēju pilnvarotais pārstāvis? (Atzīmējiet vajadzīgo.)

- Jā
- Nē

Paldies par atsaucību !