

LATVIJAS UNIVERSITĀTES
RAKSTI

744. SĒJUMS

Ekonomika un vadības zinātne

SCIENTIFIC PAPERS
UNIVERSITY OF LATVIA

VOLUME 744

Economics and Management

SCIENTIFIC PAPERS
UNIVERSITY OF LATVIA

VOLUME 744

Economics and Management

UNIVERSITY OF LATVIA

LATVIJAS UNIVERSITĀTES
RAKSTI

744. SĒJUMS

Ekonomika un vadības zinātne

LATVIJAS UNIVERSITĀTE

UDK 33+005(082)

Ek 700

Galvenie redaktori

Dr. math. prof. Ismena Revina, LU Ekonomikas doktorantūras padomes priekšsēdētāja

Dr. habil. oec. prof. Edvīns Vanags, LU Vadības zinātnes doktorantūras padomes priekšsēdētājs

Redakcijas kolēģija

Dr. oec. prof. Elena Dubra – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

Dr. habil. oec. prof. Ludmila Bandeviča – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

Dr. habil. oec. prof. Baiba Rivža – Augstākās izglītības padome; LLU

Dr. habil. oec. prof. Elmārs Zelgalvis – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

Dr. habil. oec. prof. Edvīns Vanags – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

Dr. oec. Inesis Pfeiferis – Valsts a/s Latvijas hipotēku un zemes banka

Dr. oec., prof. Inta Ciemiņa – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

Dr. oec. prof. Ērika Šumilo – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

Dr. oec. prof. Arilds Saeters (Arild Saether) – Agderes Universitāte (Norvēģija)

Prof. Pēteris Blatners (Peter Blattner) – Štrālznas Universitāte (Vācija)

Dr. oec. Dirks Linovskis (Dirk Linowski) – Berlīnes Universitāte (Vācija)

Dr. oec. prof. Žans Davids Avenels (Jean David Avenel) – Evrī Universitāte (Francija)

Redkolēģijas sekretāre

Māra Sīle – LU EVF doktorantūras programmu sekretāre

Latviešu tekstu literārās redaktore **Ieva Račko** un **Indra Orleja**

Angļu teksta literārā redaktore **Māra Anteniške**

Maketu veidojusi **Andra Liepiņa**

Visi krājumā ievietotie raksti recenzēti.

Pārpublicēšanas gadījumā nepieciešama Latvijas Universitātes atļauja.

Citējot atsauce uz izdevumu obligāta.

© Latvijas Universitāte, 2009

ISBN 978-9984-45-141-1

ISSN 1407-2157

Satura rādītājs

Jeļena Averina

Uzņēmuma vērtības saglabāšanu un palielināšanu ietekmējošie faktori
Factors Affecting Preservation and Increase of Company Value.....7

Gatis Kristaps

Diskonta likmes piemērošana ūdenssaimniecības un transporta investīciju projektu izmaksu un ieguvumu analizē strauja cenu līmeņa izmaiņu apstākļos
Application of a Discount Rate in the Cost-Benefit Analysis of Integrated Water Services and Transport Investment Projects in the Conditions of Rapid Price Level Changes..... 19

Inta Kovaļevska

Stratēģijas formulēšanas pamatprincipi muitas dienestā
Basic Principles of Strategy Formulation at the Customs Service..... 31

Jānis Krūmiņš

Inovāciju koordinācijas modelis mobilā tīmekļa lietojumu projektiem
A Model for Coordination of Innovation of Mobile Web Application Projects.....46

Tatjana Loginova

Migrācija, iedzīvotāju ienākuma nodoklis un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas nodokļu sistēma Latvijā pēc iestāšanās Eiropas Savienībā
Migration, Income Tax, and Social Insurance Contributions to the Tax System in Latvia after Accession to the European Union.....70

Marija Simonova

Projektu vadītāju kvalifikācija profesionālās izglītības iestādēs
Qualification of Project Managers in Vocational Colleges.....80

Artūrs Graudiņš

Profesionālās izglītības nozīme darbinieka un organizācijas sekmīgas darbības ilgtspējā Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē
The Role of Vocational Education as Part of Sustainable and Successful Action of an Employee and an Organization in Mechanical Engineering and Metalworking in Latvia 95

Natalja Tcelovska

Problems of the Latvian Fixed Income Market
Latvijas parāda vērtspapīru tirgus problēmas..... 110

Laura Keršule

Darbinieku apmierinātība un lojalitāte uzņēmumam – būtisks organizācijas ieguvums
Employee Satisfaction and Loyalty to the Company – a Significant Asset 120

Ilze Balode

Latvijas mājāsaimniecību pieprasījuma sistēmu analīze
Analysis of the Household Demand Systems of Latvia..... 137

Liene Freivalde

Lidostu attīstības faktoru modelis
A Model of Airport Development Factors..... 150

Ieva Brence

Knowledge-Based Society and Its Influence on Labour Market Development in Latvia
Uz zināšanām balstīta sabiedrība un tās ietekme uz darba tirgus attīstību Latvijā..... 166

Ilze Lapa

Konkurētspējas potenciāla novērtējums Latvijas pārtikas uzņēmumos
The assessment of the potential for competitive advantage in Food Manufacturers of Latvia176

Ligita Āžena

Teritorijas mārketinga kā teritorijas attīstības veicinātājs
Territorial Marketing as a Tool for Promoting Territorial Development 190

Armands Vēveris

Lauksaimnieciskās ražošanas efektivitāti noteicošo faktoru analīze Latvijā un citās Eiropas Savienības valstīs
Comparative Analysis of Efficiency of the Agricultural Sector in Latvia and Other European Union Countries Based on the Data of the Farm Accountancy Data Network 202

Zane Driņķe

Visaptverošās kvalitātes pārvaldības modelis publiskajā un privātajā sektorā
The Total Quality Management Model in the Private and Public Sector..... 214

Oļegs Krasnopjorovs

Privātā un sabiedriskā kapitāla nozīme Latvijas ekonomikas izaugsmē
Contribution of Private and Public Capital to Economic Growth of Latvia 228

Kaspars Mucenieks

Uzņēmumu pārņemšana un apvienošana kā iespējamie risinājumi Latvijas uzņēmumiem
Merger and Acquisition as Possible Solutions for Latvia's Companies..... 240

Claudio Andrés Rivera

Review of the Fundamental Role of Anthropological Insights in Leadership Studie
Atziņas par antropoloģiskās izpratnes lomu līderisma pētniecībā..... 250

Dainis Ozoliņš

Kravas autotransporta darbības izmaksu modelis
The Cost Model for Cargo Road Transport..... 264

Agate Zaķe

Sievietes vadītājas teorijā un praksē dzimumu līdztiesības kontekstā
Women as Leaders in Theory and Practice in the Context of Gender Equality 280

Līga Peiseniece

Personāla vadības novērtēšanas metodes un to lietošana Latvijas organizācijās
Human Resource Management Evaluation Methods and Their Usage in Large Organizations of Latvia 291

Aija van der Steina, Ilze Medne

Kultūras tūristu uzvedība un apmierinātība Latvijā
Behaviour and Satisfaction of Cultural Tourists in Latvia..... 305

Ivars Avotiņš

Valsts parāda vērtspapīru veidi Dienvidamerikā
Types of Government Debt Securities in South America 320

Raja Kočanova

Stratēģiskās plānošanas satura izmaiņas mūsdienu pārmaiņu apstākļos
Content Changes in Strategic Planning in Contemporary Conditions of Change 329

Ludmila Paņina

Augstākās izglītības finansēšanas struktūra virzībā uz Latvijas stratēģiskajiem mērķiem
The Structure of Financing of Higher Education and Long-Term Development Strategy of Latvia..... 341

Vija Mičūne

Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamikas analīze
Analysis of the Dynamics of Retail Interest Rates..... 354

Uzņēmuma vērtības saglabāšanu un palielināšanu ietekmējošie faktori

Factors Affecting Preservation and Increase of Company Value

Jeļena Averina

SIA "Pareto Centrs"

Jūrmalas gatve 101-89, Rīgā, LV-1029

E-pasts: pareto.centrs@gmail.com

Uzņēmuma vērtību ietekmējošo faktoru spektrs ir ļoti plašs – jebkurš darbības virziens, tirgus, struktūrvienība vai operācija var radīt papildu vērtību akcionāriem, bet var arī to samazināt. Arī ekonomiskais fons un likumdošanas bāze pastiprina vai pavājina uzņēmuma pozīcijas. Tādējādi uzņēmuma vērtību ietekmējošo faktoru noteikšanas pamatā ir kompleksa uzņēmuma darbības izpēte, savukārt analīzes rezultāti kalpo par bāzi turpmākās attīstības stratēģijas izstrādei un vadības lēmumu pieņemšanai. Darbā ir raksturoti uzņēmuma vērtību ietekmējošie faktori, kā arī apskatīti uzņēmuma vērtības saglabāšanas un palielināšanas risinājumi.

Atslēgvārdi: uzņēmuma vērtība, ieņēmumu diskontēšanas metode, uzņēmuma vērtības saglabāšanu un palielināšanu ietekmējošie faktori

Ievads

Panākumus uzņēmumam kā organizatoriski saimnieciskai vienībai, kurā ietilpst komersantam piederošas ķermeniskas un bezķermeniskas lietas, kā arī citi saimnieciski labumi (vērtības), ko komersants izmanto komercdarbības veikšanai, ir iespējams noteikt, novērtējot uzņēmumu, jo tieši vērtība vienā skaitlī parāda, cik vērts ir uzņēmums dotajos apstākļos, ņemot vērā vērtējuma mērķi. Savukārt mērķtiecīgi vadot uzņēmuma vērtības faktoros, iespējams panākt vērtības palielināšanu, šādi paaugstinot akcionāru un potenciālu investoru ieinteresētību, vai arī rast risinājumus tās saglabāšanai krīzes apstākļos. Uz uzņēmuma vērtības palielināšanu balstītas vadīšanas sistēmas ieviešanai ir nepieciešams noteikt vērtību ietekmējošos faktoros.

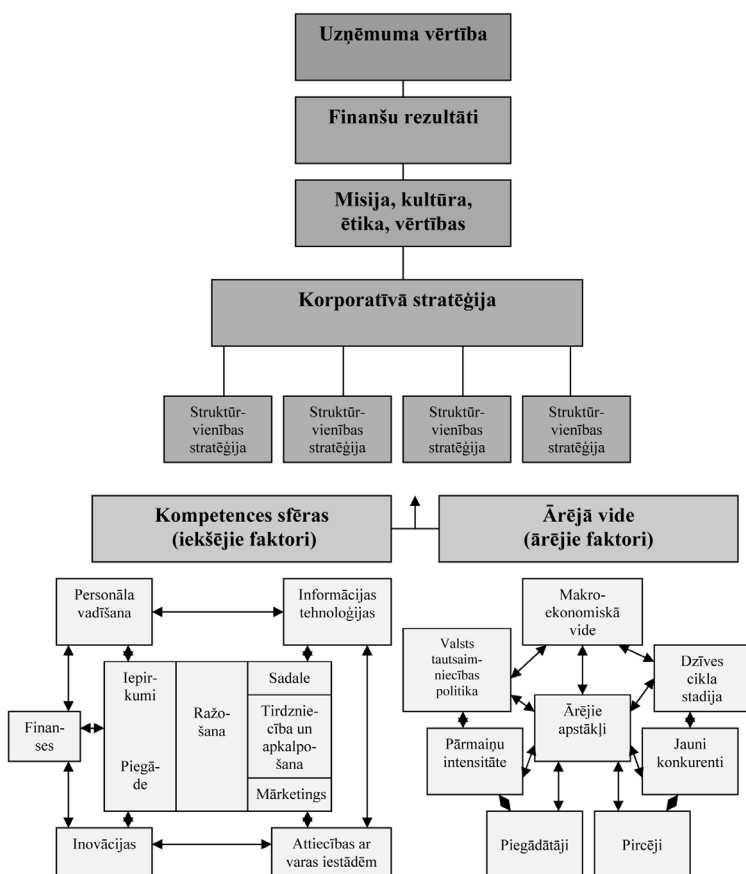
Raksta mērķis ir apskatīt uzņēmuma vērtību ietekmējošos faktoros, kā arī raksturot iespējamās uzņēmuma vērtības saglabāšanas un palielināšanas risinājums.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi ir analizēt uzņēmuma vērtību ietekmējošos ārējos un iekšējos faktoros, atspoguļot uzņēmuma vērtību raksturojošos rādītājus, balstoties uz ieņēmumu diskontēšanas metodes principiem, raksturot uzņēmuma vērtības saglabāšanas risinājumus, kā arī uzņēmuma vērtības palielināšanas iespējas.

Raksta metodoloģiskais pamats ir zinātniskie darbi uzņēmuma vērtēšanas jomā un pētījumu apskats uzņēmuma vērtēšanas palielināšanas sfērā.

1. Iekšējie un ārējie faktori, kas ietekmē uzņēmuma vērtību

21. gadsimta augsti tehnoloģiski risinājumi pavēruši uzņēmumiem ne tikai jaunas iespējas, bet atnesuši arī jaunas rūpes – intelektuālais darbs pakāpeniski nomaina fizisko darbu, inovācijas kļuvušas par priekšnoteikumu uzņēmuma ilgtermiņa pastāvēšanai. Pasaulei attīstoties, uzņēmumam ir jāspēj pielāgoties jauniem apstākļiem, kā arī izmantot jaunu tendenču priekšrocības. Arī konkrētās valsts uzņēmējdarbības vide izvirza savus spēles noteikumus – iespējas un ierobežojumus. Savukārt ekonomiskais fons un likumdošanas bāze pastiprina vai pavājina uzņēmuma pozīcijas.



1. attēls. Iekšējie un ārējie faktori (11, 363)

Figure 1. External and internal factors

Tomēr katram uzņēmumam ir savs attīstības scenārijs pat vislabvēlīgākajos ārējās vides apstākļos, jo katrs uzņēmums savā pastāvēšanas laikā iziet vairākas dzīves cikla stadijas, piemēram, viens pašlaik atrodas dibināšanas stadijā, otrs pārdzīvo izaugsmi, bet trešais – brieduma stadiju. Jāatzīmē, ka vienas dzīves cikla stadijas nomaina ar citu ir saistīta ar būtiskām pārmaiņām uzņēmumā, un uzņēmuma vadības gatavība

šim procesam nosaka konkrētās kompānijas dzīvotspēju. Piemēram, jebkurai vadībai vēlama izaugsmes stadija, kas saistīta ar daudzām problēmām un vairākiem riskiem – var nepietikt resursu produkcijas ražošanai, krājumu iegādei, tehnoloģiskā bāze var nebūt gatava nodrošināt nepieciešamā produkcijas daudzuma ražošanu, esošā organizatoriskā struktūra var kļūt neefektīva, var parādīties likviditātes problēmas.

Tādējādi uzņēmuma vērtību ietekmējošo faktoru spektrs ir ļoti plašs – jebkurš darbības virziens, tirgus, struktūrvienība, operācija var radīt papildu vērtību akcionāriem, bet var arī to samazināt. Uzņēmuma vadībai ir jāveic detalizēta kompānijas saimnieciskās, investīcijas un finansēšanas darbības analīze, lai identificētu tās stipras un vājas puses. Vērtību ietekmējošo faktoru noteikšanas pamatā ir kompleksa uzņēmuma darbības izpēte, novērtējot esošās stratēģijas un politikas atbilstību esošajai tirgus situācijai, elastību vides pārmaiņām, kā arī nākotnes dzīvotspēju. Savukārt analīzes rezultāti kalpo par bāzi turpmākās attīstības stratēģijas izstrādei un vadības lēmumu pieņemšanai.

Uzņēmuma vērtību ietekmējošos faktorus nosacīti var iedalīt divās grupās – iekšējos un ārējos faktorus (1. att.).

Attēla apakšējā daļā ir atspoguļotas divas faktoru grupas – iekšējie un ārējie faktori. Iekšējo faktoru ietvaros tiek apskatīti ražošanas un tehnoloģiskie procesi, mārketinga, personāla vadīšana, informācijas tehnoloģiskais nodrošinājums, inovācijas, finanšu vadīšana, kompānijas attiecības ar varas iestādēm. Visiem iekšējiem procesiem ir jābūt saskaņotiem, tāpēc kompānijas vadībai ir jā rūpējas par operatīvu informācijas apmaiņu gan vertikālajā („no augšas” uz „leju un „no lejas” uz augšu”), gan horizontālajā (starp struktūrvienībām) līmenī. Ārējo faktoru grupā ir makroekonomiskās vides, konkurentu, patērētāju, piegādātāju, likumdošanas sfēras ietekme. Ārējie faktori veidojas ārējās vides ietekmē un nav tieši atkarīgi no uzņēmuma, kā rezultātā tie ir uzskatāmi par nevadāmiem faktoriem. Tomēr parasti nopietnas problēmas uzņēmumā izraisa nevis nelabvēlīga situācija, bet gan vadības nespēja pielāgoties jauniem apstākļiem. Tādējādi uzņēmumu vadībai jāveido kopējā uzņēmuma stratēģija, pakļaujoties uzņēmuma misijai un stratēģiskajiem mērķiem, kā arī ņemot vērā iepriekš nosauktos divu grupu faktorus.

2. Uzņēmuma vērtību ietekmējošo faktoru noteikšana, analizējot ieņēmumu diskontēšanas metodi

Tā kā uzņēmuma finanšu rezultāti parāda vadības spēju vadīt iekšējos procesus un reaģēt uz ārējās vides izmaiņām, ir nepieciešams apskatīt iekšējo un ārējo faktoru ietekmi no vērtēšanas metodoloģijas viedokļa. Atkarībā no vērtēšanas mērķa un vērtējuma lietotāja intereses jomas tiek lietoti dažādi vērtēšanas paņēmieni (aktīvu jeb izmaksu paņēmieni, tirgus datu salīdzināšanas paņēmieni, ieņēmumu paņēmieni) vai vairāku paņēmienu kombinācijas. Viena no visizplatītākajām uzņēmuma vērtēšanas metodēm ir ieņēmumu diskontēšanas metode, jo tā uzņēmumu apskata no pelnītspējas viedokļa. Tādējādi ieņēmumu diskontēšanas metode ir svarīgākā aktīva uzņēmuma novērtēšanai, tāpat tā ļauj balstīt uzņēmuma vērtības saglabāšanas vai palielināšanas vadīšanas politiku uz nākotnes naudas plūsmas radīšanu un papildu vērtības ģenerēšanu.

Uzņēmuma ieņēmuma diskontēšanas metodes pamatā ir pieņēmums, ka uzņēmuma vērtību rada visu nākotnes ieņēmumu naudas plūsmas pašreizējā vērtība. Par naudas plūsmas pašreizējo vērtību PV ar procentu likmi k sauc nākotnes naudas plūsmu ar doto likmi diskontētu naudas daudzumu algebrisku summu sākotnējā laika periodā. Pamatformula vērtības aprēķināšanai ar ieņēmumu diskontēšanas metodi ir šāda (4, 237):

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{E_i}{(1+k)^i},$$

kur

PV – naudas plūsmas pašreizējā vērtība;

E_i – prognozētie ekonomiskie ieņēmumi i -laika periodā (tie ir nosakāmi, izvēloties vērtēšanas mērķim un apstākļiem vispiemērotāko rādītāju, piemēram, neto naudas plūsma, brīvā naudas plūsma u. c.);

n – periodu skaits;

k – diskonta likme.

Tā kā uzņēmuma vērtību, kas aprēķināta pēc ieņēmumu paņēmiena, ietekmē plānotā naudas plūsma, tad arī ietekmējošo faktoru apskats ir jāsāk ar naudas plūsmas izpēti. Naudas plūsma iedalāma trīs plūsmu veidos, tādējādi vērtību ietekmējošos faktorus ērti apskatīt tieši šādā griezumā – saimnieciskās darbības, investīciju un finanšu darbības naudas plūsma.

Saimnieciskās darbības naudas plūsma

Saimnieciskās darbības naudas plūsmu palielina kompānijas apgrozījums un citi ar pamatdarbību saistītie ieņēmumi, bet to samazina ražošanas, administrācijas, pārdošanas un citas saimnieciskās darbības izmaksas. Uzskaitīto ieņēmumu un izmaksu starpība ir uzņēmuma peļņa pirms amortizācijas atskaitījumiem, procentu maksājumiem un nodokļiem (*earnings before interest, taxes, depreciation and amortization EBITDA*), tādējādi jo lielāka EBITDA tiek iegūta, jo lielāku naudas plūsmu no saimnieciskās darbības iegūst uzņēmums. Šo rādītāju tieši ietekmē kompānijas apgrozījums un izmaksas. Attīstot un virzot rentablus produktus un vadot izmaksas, uzņēmums palielina naudas plūsmu no EBITDA. Šo rādītāju var raksturot ar rentabilitātes koeficientu palīdzību, atspoguļojot ražošanas un saimniecisko izmaksu segšanas līmeni.

Vēl viens faktors, kas ietekmē naudas plūsmu no saimnieciskās darbības, ir procentu maksājumi par izmantotiem aizdevumiem. Kompānijas procentu maksājumu summa ir atkarīga no uzņēmuma aizņemtā kapitāla summas un cenas, kas, savukārt, ir atkarīgas no kompānijas finansēšanas politikas un finansēšanas avotu izvēles. No finanšu riska pārvaldīšanas viedokļa kompānijas procentu maksājumu apjomu var novērtēt ar seguma rādītāju, analizējot, vai uzņēmums ģenerē pietiekamu peļņas apjomu kredītprocentu segšanai.

Nodokļu maksājumi arī samazina kompānijas plūsmu no saimnieciskās darbības. Uzņēmuma ienākuma nodokļa apmērs ir noteikts likumdošanas aktos. Nodokļu plānošana ļauj samazināt nodokļu slogu, šādi palielinot uzņēmuma vērtību.

Apgrozāmā kapitāla finansēšana ir vēl viens faktors, kas ietilpst plūsmā no saimnieciskās darbības. Jo efektīvāk kompānija vada apgrozāmo kapitālu, nodrošinot stabilu likviditātes līmeni un vienlaikus samazinot to aprites ciklu, jo mazāk līdzekļu uzņēmumam ir jāiegulda apgrozāmā kapitāla finansēšanā, kā rezultātā kompānijai veidojas lielāka papildu vērtību ģenerējoša neto naudas plūsma.

Investīciju naudas plūsma

Uzņēmuma stratēģijas ietvaros tiek apskatīti jautājumi, kas ir saistīti ar saimnieciskās darbības paplašināšanu un šim mērķim nepieciešamo iekārtu iegādi vai, tieši otrādi, atsevišķu struktūrvienību likvidāciju un to pamatlīdzekļu pārdošanu. Investīcijas naudas plūsma atspoguļo kompānijas ilgtermiņa aktīvu vadīšanas politiku. Paredzot jaunas investīcijas, tās uzreiz jānovērtē atbilstoši investīciju vērtēšanas metodoloģijai, nosakot naudas plūsmas no projekta pašreizējo neto vērtību, iekšējo rentabilitātes normu, atmaksāšanas laiku un citus investīciju efektivitāti raksturojošos rādītājus. Izstrādājot investīcijas plānu, rūpīgi jāizvērtē iespējamie riski – vai kompānijas tehnoloģiskā bāze var nodrošināt plānotā produkcijas daudzuma ražošanu; kas notiks, ja pārdošanas prognoze netiks piepildīta, bet līzingā iegādātā tehnoloģija prasīs regulārus pamatsummas un procentu maksājumus kredītiestādei u. tml. Naudas plūsmu iespējams mākslīgi palielināt, neparedzot ieguldījumus materiāli tehniskās bāzes atjaunošanai, taču tas var dot tikai īstermiņa efektu – uzņēmuma pilnībā noliecietojās iekārtas nespēs nodrošināt tehnoloģiskā procesa norisi un zaudēs savu konkurētspēju un pievilcību pircēju acīs. Investīcijas raksturojošie rādītāji ir aktīvu atdeve, pamatlīdzekļu atdeve.

Finansēšanas naudas plūsma

Finansēšanas stratēģijas ietvaros kompānija novērtē uzņēmuma kapitāla struktūru, nepieciešamību pēc finansējuma, tā apjomu un iespējamās finansēšanas avotus. Veidojot uzņēmuma kapitāla struktūru, ir būtiski noteikt pieļaujamās finanšu sviras līmeni, kas būtībā līdzsvaros paredzēto risku un ienesīgumu. Veidojot finansēšanas politiku, ir nepieciešams nepārtraukti pārraudzīt kompānijas maksātspējas stāvokli, likviditātes līmeni, aktīvu un pasīvu termiņu saskaņotības principa ievērošanu.

Tā kā plānotā naudas plūsma tiek diskontēta ar mērķi noteikt tās pašreizējo vērtību, diskonta likme spēlē nozīmīgu lomu uzņēmuma vērtības aprēķinā un ir apskatāma kopā ar naudas plūsmu. Vērtējot uzņēmumu ar ieņēmumu paņēmieni, plānotā neto naudas plūsma tiek diskontēta ar diskonta likmi, ko aprēķina pēc vidējās svērtās kapitāla cenas metodes WACC (*Weighted Average Cost Of Capital*), kapitāla aktīvu vērtēšanas modeļa CAPM (*Capital Asset Pricing Model*) vai cita modeļa atkarībā no vērtības noteikšanas metodes. Gadījumā, ja novērtē neto naudas plūsmu no akcionāru kapitāla, vērtēšanā tiek lietota diskonta likme, kuru rēķina pēc pašu kapitāla cenas noteikšanas metodoloģijas. Savukārt, ja tiek diskontēta naudas plūsma no visa kapitāla, ir nepieciešams izvēlēties diskonta likmi, kas tiek aprēķināta kā vidējā kapitāla cena WACC (1, 166). Aprēķinot diskonta likmi pēc WACC modeļa, pašu kapitāla daļa arī tiek novērtēta pēc pašu kapitāla cenas noteikšanas metodoloģijas.

Pastāv dažādas diskonta likmes noteikšanas metodes, piemēram:

- fiksēta diskonta likme, kuru nosaka valsts līmenī, ņemot vērā makroekonomiskos apstākļus un starptautisko pieredzi;
- kapitāla aktīvu vērtēšanas modelis (CAPM), kura pamatā ir pieņēmums, ka diskonts ir vienāds bez riska ienesīguma un riska prēmijas kopsummai (8, 238). Šī ir viena no populārākām metodēm starptautiskajā praksē, tomēr to efektīvi ir iespējams lietot valstīs, kurās eksistē apjomīgi fondu tirgi, piemēram, ASV, un informācija par vērtspapīru cenām aptver vairākus gadu desmitus ilgu periodu;
- Latvijas apstākļos diskonta aprēķināšanai ērtāk lietot riska kumulatīvo metodi (3, 2.6.5.2.), saskaņā ar kuru eksperts piešķir katram riska faktoram savu vērtējumu. Diskonta likmes noteikšanā var iekļaut šādus riska faktorus – uzņēmuma lieluma risks, uzņēmuma finanšu risks, piegādātāju risks, klientu diversifikācijas risks, ieņēmumu stabilitātes risks, nozares risks, vadības risks. Riska faktori tiek novērtēti 0–5 % robežās, un, visus riska faktorus summējot, tiek iegūta diskonta likmes riska prēmijas daļa. Savukārt, pie riska prēmijas pieskaitot bezrisku procentu likmi (parasti ilgtermiņa valsts obligāciju likme), tiek iegūta kopējā diskonta likme.

Uzņēmumiem, kuri plāno turpināt savu darbību arī pēc prognozētā perioda beigām, ir iespējams aprēķināt arī reversijas vērtību, kas palielina uzņēmuma vērtību. Viena no reversijas vērtības aprēķina pieejām ir Gordona modelis. Tas ļauj noteikt kompānijas vērtību pēc perioda, kuram tikušas izveidotas prognozes. Saskaņā ar šo modeli kompānijas vērtība pirmajā pēcprognožu gadā ir vienāda ar kapitalizēto ienākumu pēc prognožu perioda (tas ir nākotnes ieņēmumu kopsummai pēc prognozēm). Gordona modelī uzņēmuma reversijas vērtība tiek noteikta pēc formulas (2, 7):

$$V = G / (R - g),$$

kur

V – naudas plūsmas apjoms pēc prognozēm (reversijas vērtība);

G – naudas plūsma, kura var tikt iegūta pirmajā gadā pēc prognozēm;

R – diskonta likme pašu kapitālam;

g – gaidāmais naudas plūsmas pieaugums pēc prognožu perioda.

Tādējādi pilna vērtības noteikšanas formula pēc ieņēmumu diskontēšanas metodes ir šāda:

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{E_i}{(1+k)^i} + V,$$

kur

PV – naudas plūsmas pašreizējā vērtība;

E_i – prognozētie ekonomiskie ieņēmumi i -laika periodā (tie ir nosakāmi, izvēloties vērtēšanas mērķim un apstākļiem vispiemērotāko rādītāju, piemēram, neto naudas plūsmu, brīvo naudas plūsmu u. c.);

n – periodu skaits;

k – diskonta likme;

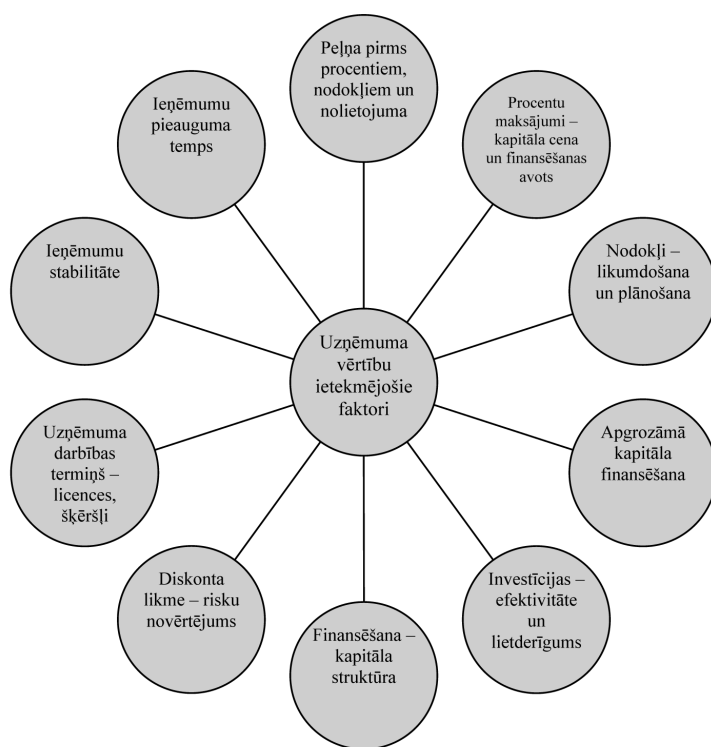
V – naudas plūsmas apjoms pēc prognozēm (reversijas vērtība).

Lai izmantotu šo modeli, ir jāievēro trīs nosacījumi:

- ieņēmumu pieauguma tempiem ir jābūt stabiliem;
- ieņēmumu pieauguma temps nevar būt augstāks par diskonta likmi;
- kapitālieguldījumiem ir jābūt vienādiem ar amortizācijas likmi.

No minētajiem nosacījumiem izriet šādi vērtību ietekmējošie faktori – ieņēmumu stabilitāte, kapitālieguldījumu plāns, ieņēmumu pieaugumu temps. Taču, ņemot vērā to, ka reversijas vērtību iespējams aprēķināt tikai tiem uzņēmumiem, kuriem nav paredzēti šķēršļi darbībai nākotnē, par ļoti svarīgu faktoru kļūst plānotais uzņēmuma darbības laiks, kuru, savukārt, ietekmē licenču, patentu, tirdzniecības zīmju u. c. esamība, ja tas ir organizācijas darbības priekšnoteikums.

Iepriekš nosauktie uzņēmuma vērtību ietekmējošie faktori ir apkopoti 2. attēlā.



2. attēls. Uzņēmuma vērtību ietekmējošie faktori

Figure 2. Factors affecting company value

3. Uzņēmuma vērtības saglabāšana

Pašreizējos Latvijas ekonomiskajos apstākļos katra uzņēmuma vadība saskaras ar finanšu stabilitātes nodrošināšanas problēmām. Piemēram, rentabilitātes līmeņa svārstības inflācijas ietekmē dezorganizē biznesa procesus, sagādā grūtības naudas

plūsmas vadīšanā un plānu izpildē. Tāpat vairāki uzņēmumi nevar nodrošināt savu īstermiņa saistību izpildi, un tas izraisa maksātnespējas ķēdi. Tāpēc par uzņēmuma vadības primāro mērķi kļūst nevis vērtības palielināšana, bet uzņēmuma vērtības saglabāšana. Šajā gadījumā ir nepieciešams izstrādāt preventīvus pasākumus, kas pasargātu uzņēmumu no krīzēm. Kad iestājas krīze? Pirmais signāls jebkuram uzņēmējam ir peļņas apjoma vai rentabilitātes samazināšanās. Ja negatīvais process turpinās, tad uzņēmums sāk strādāt ar zaudējumiem. Nākamais posms būs saistīts ar visu rezervju izmantošanu zaudējumu segšanai. Tad uzņēmums kļūst maksātnespējīgs.

Tādējādi, tiklīdz parādījušās pirmās krīzes pazīmes, vadībai ir nekavējoties jāizstrādā stratēģija, lai izdzīvotu un saglabātu uzņēmuma vērtību. Izdzīvošanas stratēģijas ietvaros jāaktivizē iepriekš nosauktie uzņēmuma vērtību ietekmējošos faktori, īpaši pievēršot uzmanību naudas plūsmu ietekmējošajiem faktoriem. Uzņēmuma vadībai nekavējoties jāpārskata ienākumu un izmaksu struktūra, apgrozāmā kapitāla vadīšanas politika, jāveic kapitālieguldījumu inventarizācija, jāpārskata uzņēmuma kapitāla struktūra, kā arī, iespējams, jāatsakās no plānotajām investīcijām.

Uzņēmuma vērtību saglabāšanas piemēri ir apkopoti 1. tabulā.

1. tabula
Table 1

Uzņēmuma vērtību saglabāšanas piemēri
Examples of preservation of company value

Avots	Joma
Pamatlīdzekļi	Neefektīvu pamatlīdzekļu pārdošana
	Iekārtu, platību iznomāšana
	Struktūrvienību centralizācija/decentralizācija
Krājumi	Krājumu inventarizācija, atbrīvošanās no nelikvīdiem krājumiem
	Krājumu iegādes nosacījumu izmaiņas
	Krājumu iegādes apjoma/atlikumu noliktavā izmaiņas
Debitori	Debitoru parādu uzraudzība
	Izmaiņas norēķinu termiņos
Piegādātāji	Alternatīvu piedāvājumu izskatīšana
	Izmaiņas norēķinu termiņos
Izmaksu vadīšana	Neražošanas izmaksu pārskatīšana
	Organizatoriskās struktūras pārskatīšana un atalgojumu shēmas pārskatīšana
	Esošo nomas, iepirkumu un sadarbības līgumu pārskatīšana
Ienākumu vadīšana	Produktu sortimenta analīze
	Cenu politikas analīze
	Jauni tirgi
Kapitāla avoti	Pārkreditēšanas iespējas
	Ilgttermiņa kredītu piesaiste
	Dividenžu neizmaksa
	Pamatkapitāla palielināšana
Jauni projekti	Jaunu kapitālieguldījumu nepieciešamības pārskatīšana
	Projektu iesaldēšana

Šai stratēģijai var būt tikai īstermiņa raksturs, bet tā palīdzēs izdzīvot un saglabāt uzņēmuma vērtību. Jāatzīmē, ka dažkārt krīze kļūst par virzītājspēku, jo pēc krīzes atjaunotajam uzņēmumam paveras jaunas iespējas.

4. Uzņēmuma vērtības palielināšana

Aprēķināto uzņēmuma pašreizējo vērtību var izmantot kā atskaites punktu, kuru iekšējo un ārējo uzlabojumu rezultātā iespējams palielināt līdz noteiktajam apjomam. Divus posmus – pašreizējo un potenciālo vērtību – savieno darbības plāns, kas ietver darbības optimizācijas un biznesa procesu sakārtošanas aktivitātes un ir vērsts uz potenciālās uzņēmuma vērtības sasniegšanu.

Jāatzīmē, ka uzņēmuma mērķim ir jābūt izmērāmam, lai vadība varētu kontrolēt tā izpildi, tāpēc nevajadzētu aprobežoties tikai ar vērtības palielināšanas mērķa un stratēģijas pasludināšanu, bet jānosaka, kādu vērtību kompānija vēlas sasniegt noteiktajā laika periodā. Tāpat jāpiebilst, ka uzņēmuma vērtības vadīšanas stratēģija ir jāizstrādā kā ilgtermiņa attīstības plāns, lai samazinātu nepamatotu vadības lēmumu pieņemšanas risku, kuru rezultātā uzņēmuma vērtība palielinās uz īsu laika periodu, bet vēlāk tam sekos straujš vērtības samazināšanās process. Tikai balstoties uz izstrādātiem ilgtermiņa plāniem un pakārtojoties ilgtermiņa mērķiem, iespējams noteikt īstermiņa darbības plānu atbilstoši īstermiņa mērķiem.

Pamatojoties uz naudas plūsmas vadīšanas principiem, zinātnieks un vairāku biznesa vērtēšanas publikāciju autors A. Domodorans ir aprakstījis vērtību ģenerēšanas konstrukciju, izstrādājot vērtību palielināšanas ķēdi (2. tabula):

A. Domadarans ir sadalījis vērtības palielināšanas pasākumus vairākos līmeņos. Pirmkārt, tie ir sadalīti no naudas plūsmas pārvaldīšanas viedokļa – pasākumi, kas ir saistīti ar kompānijas aktīviem, ieņēmumu pieaugumu tempu, straujas izaugsmes perioda ilgumu, finansēšanas izmaksām. Vērtības ķēde ir universāla un neņem vērā specifiskus nozaru faktorus, tādējādi tā var kalpot kā vadlīnijas lēmumu pieņemšanai.

Visi pasākumi tika sadalīti arī pēc otrā principa, kas parāda, cik ātri uzņēmums var cerēt uz vērtības palielināšanu pēc minētās aktivitātes īstenošanas – nekavējoties, vidējā termiņa periodā vai arī nenoteiktā laika periodā ar vērtības neitrālās ietekmes varbūtību.

Sfēra “Kompānijas aktīvi” apvieno naudas plūsmu no saimnieciskās un investīciju darbības. Par operatīviem pasākumiem vērtēšanas palielināšanā tiek uzskatīti aktīvu pārdošana vai projektu izbeigšana gadījumā, ja tie netiek efektīvi izmantoti uzņēmējdarbībā un nedod pietiekamu atdevi, kā arī izmaksu un nodokļu optimizācijas pasākumi. Apgrozāmā kapitāla vadīšana un kapitālieguldījumu izmaksu kontroles politika arī var paaugstināt kompānijas vērtību, tomēr minētās aktivitātes dod atdevi tikai pēc kāda laika. Trešajā grupā ietilpst pasākumi, kuri dod efektu nenoteiktā laika periodā. Piemēram, uzņēmums var mainīt cenas politiku, cenšoties panākt apgrozījuma pieaugumu, vai iegādāties jaunas iekārtas, bet tajā pašā laikā konkurenti var veikt citus uz tirgus iekarošanu vērstus pasākumus, kas samazinās kompānijas aktivitāšu efektivitāti.

2. tabula
Table 2

Uzņēmuma vērtības palielināšanas ķēde (2, 29)
The value enhancement chain

Sfēra	Paaugstina vērtību nekavējoties	Paaugstina vērtību vidējā termiņā	Var paaugstināt vērtību nenoteiktā laika periodā
Kompānijas aktīvi	1. Pārdot tādus aktīvus/ projektus, kuru realizācijas cena ir lielāka par šo objektu nākotnes vērtību. 2. Likvidēt projektus, kuru likvidācijas vērtība ir augstāka par nākotnes vērtību. 3. Nepieļaut tādu darbības izmaksu rašanos, kas neģenerē ienākumus vai izaugsmi. 4. Izmantot visas nodokļu priekšrocības, kas noteiktas likumdošanas aktos.	1. Samazināt ieguldījumus apgrozāmajā kapitālā, samazinot apgrozāmā kapitāla ciklu (paātrinot krājumu un debitoru parādu apripi un palēninot norēķinus ar īstermiņa saistībām). 2. Samazināt kapitālieguldījumu uzturēšanas izmaksas. 3. Samazināt maksājamo ienākuma nodokļa likmi.	1. Mainīt cenu politiku ar mērķi maksimizēt peļņas normu un aprītes rādītājus. 2. Izmantot efektīvākas iekārtas izmaksu samazināšanai un peļņas līmeņa paaugstināšanai.
Gaidāms ieņēmumu pieaugumu (izaugsmes) temps	Nepieļaut jaunas kapitāla izmaksas, ja tiek prognozēts, ka gaidāmie ienākumi no projekta būs mazāki par kapitāla izmaksām.	Paaugstināt reinvestēšanas likmi vai kapitāla atdevi (vai abus) kompānijas esošās darbības nodrošināšanai.	Paaugstināt reinvestēšanas likmi vai kapitāla atdevi (vai abus) jaunajā biznesā.
Augstās izaugsmes perioda garuma palielināšana	Ja kāds no kompānijas produktiem vai pakalpojumiem var būt licenzēts, reģistrēts vai patentēts – tas ir jādara.	Augstākās pašu kapitāla atdeves iegūšanai optimizēt izmaksas un palielināt apgrozījumu.	1. Attīstīt zīmolu. 2. Paaugstināt izmaksas klientiem, kas ir saistītas ar atteikšanos no produkta vai pārorientēšanos uz konkurentu produktiem, un samazināt pieklūšanas izmaksas kompānijas produktam.
Finansēšanas izmaksas	1. Veidot piemērotu aktīvu un pasīvu termiņu struktūru. 2. Veidot optimālu kapitāla struktūru.	1. Veidot optimālu kapitāla struktūru, veicot jaunus ieguldījumus. 2. Veidot elastīgu izmaksu struktūru, lai samazinātu operatīvo sviru.	Samazināt saimnieciskās darbības risku, izstrādājot jaunus produktus, kuri nav ļoti specifiski un piemēroti kādai konkrētai klientu grupai.

Ieņēmumu pieauguma tempa ietvaros tiek apskatītas trīs stratēģijas – nepieļaut tādu projektu īstenošanu, kuru ieņēmumi nesedz visas kapitāla izmaksas (nekavējoties ietekmē vērtību), paaugstināt reinvestēšanas koeficientu vai uzlabot kapitāla atdevi (vidējā termiņa rezultāts), vai arī paaugstināt plānoto reinvestēšanas likmi un maksimizēt kapitāla atdevi jaunajam biznesam (efekts nenoteiktā laika periodā).

Izaugsmes perioda garuma palielināšanas ietvaros tiek uzsvērtā nepieciešamība reģistrēt, licenzēt vai patentēt produktus vai pakalpojumus (ātri palielina vērtību), kur tas ir iespējams, strādāt izmaksu optimizācijas un apgrozījuma palielināšanas virzienā (paaugstina vērtību vidējā termiņā) un attīstīt zīmolu (dod labu efektu, taču nenoteiktā laika periodā).

Finansēšanas izmaksu sfēra izskata šādus risinājumus – saskaņotās aktīvu un pasīvu struktūras veidošana (minimizē finanšu risku un ātri paaugstina vērtību), kapitāla struktūras mērķtiecīga veidošana, it īpaši meklējot līdzekļus jauniem projektiem (rezultāts vidējā termiņā), kā arī jaunu produktu izstrāde, kuru realizācijai būs nepieciešama finansēšana (rezultāts nenoteiktā laika periodā).

Tātad, izstrādājot vērtības palielināšanas stratēģiju, uzņēmumam ir jāapzinās vērtību ietekmējošie faktori. Tāpat ir nepieciešams noteikt faktoru ietekmes līmeni uz uzņēmuma vērtību, izmantojot jutīguma analīzi, scenāriju analīzi vai ekonometriskās analīzes metodes. Savukārt, zinot katra faktora ietekmi, ir iespējams noteikt prioritātes pasākumu plānā, lai sasniegtu vērtības palielināšanas mērķi.

Secinājumi

Darba gaitā tika izdarīti šādi secinājumi:

- uzņēmuma vērtība ir rādītājs, kas raksturo kompāniju vairāk nekā kādi citi parametri un vienā skaitlī parāda, cik vērts ir uzņēmums dotajos apstākļos. Vērtības jēdziens raksturo ne tikai uzņēmuma darbības efektivitātes, finanšu stabilitātes un riska faktorus, bet uzņēmuma attīstības potenciālu un nākotnes izredzes. Uzņēmuma vērtība ir svarīgs rādītājs akcionāriem, potenciālajiem investoriem, vadītājiem;
- divi būtiskākie uzņēmuma vērtības vadīšanas rādītāji ir uzņēmuma pašreizējā un potenciālā vērtība. Pašreizējā vērtība tiek uzskatīta par atskaites punktu, bet potenciālā vērtība – par mērķa rādītāju. Lai sasniegtu izvērsto potenciālo vērtību, ir nepieciešams izstrādāt darbības plānu, kas ietver darbības efektivitātes paaugstināšanas un biznesa procesu sakārtošanas aktivitātes;
- vērtību ietekmējošo faktoru noteikšanas pamatā ir kompleksa uzņēmuma darbības izpēte, novērtējot esošās stratēģijas un politikas atbilstību tirgus situācijai, elastību vides pārmaiņām, kā arī nākotnes dzīvotspēju;
- uzņēmuma vērtību ietekmējošos faktorus var iedalīt divās grupās – iekšējie un ārējie faktori. Iekšējie faktori ir vadāmie faktori, bet ārējie faktori veidojas ārējās vides ietekmē, un tie nav tieši atkarīgi no uzņēmuma. Lai saglabātu un palielinātu uzņēmuma vērtību, uzņēmumam ir jābūt gatavam pārmaiņām un jāspēj pielāgoties jauniem apstākļiem;
- apskatot iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz uzņēmuma vērtību no vērtēšanas metodoloģijas viedokļa (izmantojot ieņēmumu diskontēšanas metodes būtību), var nodalīt šādas vērtību ietekmējošo faktoru grupas: peļņa pirms procentu maksājumiem, nodokļiem, nolietojuma aprēķina, procentu maksājumi, nodokļi, apgrozāmā kapitāla finansēšana, investīcijas, finansēšanas avoti un kapitāla struktūra, diskonta likme, ieņēmumu pieauguma temps, ieņēmumu stabilitāte, uzņēmuma darbības termiņš. Katru

uzskaitīto faktoru ietekmē vairāki citi faktori. Pārzinot uzņēmuma vērtības veidošanas ķēdi, ir iespējams izstrādāt kvalitatīvu pasākumu plānu vērtības saglabāšanai un palielināšanai.

LITERATŪRA

1. Brigham E. F., Capenski L. C., Daves P. R. *Intermediate Financial Management*. Harcourt Brace College Publishers: The Dryden Press, 1999, 1083 p.
2. Damodaran A. *Value Creation and Enhancement: Back to the Future*. New York: Stern School of Business, 2005, 72 p.
3. Jerošenko V., Pinnis J., Averina J. Finanšu vadības rokasgrāmata. *Dienas Bizness*, 2004.–2006.
4. Pratt S. P., Kelly R. F. and Schweins R. P. *Valuing small businesses and professional practices*. 3rd ed., McGraw-Hill, 1998, 887 p.
5. Simons R. *Levers of Control*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 218 p.
6. Šķiltere D., Averina J. *Diskonta likmes noteikšanas problēmas uzņēmuma vērtēšanā*. Latvijas Statistikas institūts, 2006, 270 lpp.
7. *Антикризисное управление: от банкротства– к финансовому оздоровлению*. Ред. Иванов Г. П. Москва: Юнити, 1995, 317 с.
8. Дамадоран А. *Инвестиционная оценка*. Москва: Альпина, 2004, 1321 с.
9. Десмонд Г. М., Кэлли Р. Э. *Руководство по оценке бизнеса*. Пер. с англ.; гл. ред. Воронкин А. В. Москва: Российское общество оценщиков/Академия оценки, 1996, 264 с.
10. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. *Стоимость компаний: оценка и управление*. Пер. с англ., ред. Мушников М. Н. Москва: ЗАО Олимп-Бизнес, 1999, 576 с.
11. Скотт М. К. *Факторы стоимости*. Москва: ЗАО Олимп – Бизнес, 2000, 427 с.
12. *Komerclikums*. 13.04.2000. LV, 158/160 (2069/2071), 04.05.2000.
13. Уолш К. *Ключевые показатели менеджмента*. Москва: Дело, 2001, 359 с.
14. Федотова М. А. *Сколько стоит бизнес?* Москва: Перспектива, 1996, 103 с.

Summary

The value of the company is an indicator that shows how much a company is worth in given conditions. Selection of factors affecting preservation and increase of company value is a complex process based on analysis of the company. One of the most widely used valuation methods is discounted future income method; the financial indicators reflect a company's ability to guide internal processes and to react on the changes of external environment. Therefore, this paper analyzes factors influencing preservation and increase of company value from the point of view of future income. Results of the analysis of factors and their level of influence allow to develop plans for achieving the desired level of indicators.

Keywords: *company value, discounted future income method, factors affecting preservation and increase of company value.*

**Diskonta likmes piemērošana ūdenssaimniecības un
transporta investīciju projektu izmaksu un ieguvumu
analīzē strauja cenu līmeņa izmaiņu apstākļos**
*Application of a Discount Rate in the Cost-Benefit Analysis
of Integrated Water Services and Transport Investment
Projects in the Conditions of Rapid Price Level Changes*

Gatis Kristaps

Latvijas Universitāte

SIA "Baltkonsults"

Vīlandes iela 7-11, LV-1010

E-pasts: gatis.kristaps@baltkonsults.lv

Pašreiz Latvijas Republika īsteno Eiropas Savienības fondu programmēšanas perioda otro kārtu laika posmam no 2007. līdz 2013. gadam. Salīdzinājumā ar iepriekšējo programmēšanas periodu (2004.–2006. g.) Eiropas Komisija un Latvijas Republika ir noteikusi stingrākas prasības investīciju projektu izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai projektu izstrādes stadijā. Latvijā šīs prasības nosaka normatīvie akti, kas tiek izdoti atsevišķi katrai Valsts Stratēģiskā ietvardokumenta darbības programmu aktivitātei. Papildus tam katra atbildīgā iestāde, ja uzskata to par nepieciešamu, izdod vadlīnijas izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai.

Izmaksu un ieguvumu analīzē ir dažādi aspekti, no kuriem šajā rakstā ir apskatīts viens – diskonta likmes piemērošana projekta ieguvumu un izmaksu diskontēšanai.

Normatīvie akti un vadlīnijas nav izstrādāti pietiekami detalizēti, lai projektu iesniedzēji iegūtu informāciju par diskonta likmes piemērošanu strauja cenu līmeņa izmaiņu rezultātā (tā var būt gan inflācija, gan arī deflācija).

Rakstā ir analizētas divas diskonta likmes piemērošanas metodes ūdenssaimniecības un transporta infrastruktūras projektiem: reālā diskonta likme (izmaksu un ieguvumu analīzei salīdzināmajās cenās) un nominālā diskonta likme (izmaksu un ieguvumu analīzei faktiskajās cenās). Praktiskie piemēri liecina, ka investīciju atdeve ir augstāka (vienlaicīgi tas nozīmē, ka Kohēzijas fonda līdzfinansējums ir zemāks) gadījumos, kad izmaksu un ieguvumu analīze ir veikta salīdzināmajās cenās. Šīs metodes izmantošana ne vienmēr ir korekta saimnieciskās darbības ieņēmumus gūstošiem projektiem, jo neatspoguļo saimnieciskās darbības veicēja relatīvās ieņēmumu un izmaksu izmaiņas projekta dzīves cikla laikā (ietekmē komersantu likviditāti un rentabilitāti).

Raksta autora ieteikums (pamatojoties uz Eiropas Komisijas tehniskās palīdzības partnerības JASPERS ekspertu ieteikumiem) ir piemērot dažādas diskonta likmes projekta dzīves cikla laikā, lai ņemtu vērā cenu līmeņa izmaiņu īstermiņa, vidēja termiņa un ilgtermiņa ietekmi. Īstermiņa un vidēja termiņa periodā (2009.–2013. g.) Latvijas Republikas Finanšu ministrijas prognozētais inflācijas pieauguma temps ir augstāks nekā vidēji ES dalībvalstīs, savukārt sakarā ar Latvijas plānoto pievienošanos Eiropas monetārajai savienībai inflācijas pieauguma tempam laika posmā pēc 2013. gada ir jābūt tuvam ES dalībvalstu vidējam līmenim.

Atslēgvārdi: izmaksu un ieguvumu analīze, Kohēzijas fonds, finanšu diskonta likme, inflācija

Ievads

Pēc iestāšanās Eiropas Savienībā 2005. gadā Latvijai ir pieejami Eiropas Savienības finanšu instrumenti, lai nodrošinātu ekonomisko un sociālo kohēziju, tādējādi cenšoties sasniegt Eiropas Savienības dalībvalstu vidējo dzīves līmeni. Pašlaik Latvija īsteno Eiropas Savienības fondu otro programmēšanas periodu laika posmam no 2007. līdz 2013. gadam. Kopējais pieejamais Eiropas Savienības fondu apjoms ir 4,530 miljardi EUR, tai skaitā Kohēzijas fonda finansējums 1,540 miljardi EUR (5, 85).

Salīdzinājumā ar iepriekšējo Eiropas Savienības fondu programmēšanas periodu (2004.–2006. g.) Eiropas Komisija ir izvirzījusi stingrākas prasības Eiropas Savienības fondu lietderīgas un efektīvas izlietošanas kontrolei. Viens no nosacījumiem ir pareizo investīciju projektu izvēle un optimālā investīciju apjoma noteikšana jau šo projektu plānošanas stadijā. Šī mērķa sasniegšanai ir jāizmanto ne tikai uz ekspertu metodi balstīta lēmumu pieņemšana, bet arī kvantitatīvās metodes. Viena no šādām metodēm ir izmaksu un ieguvumu analīze, kas tiek piemērota visiem Eiropas Savienības fondu līdzfinansētajiem projektiem (kur tas nav iespējams, tiek izmantota izmaksu un efektivitātes analīze) (14,6).

Salīdzinājumā ar iepriekšējo Eiropas Savienības fondu programmēšanas periodu Latvijas Republikas Finanšu ministrija kā Eiropas Savienības fondu ieviešanas vadošā iestāde ir ievērojami paaugstinājusi prasības izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai. Tā rezultātā prasība veikt izmaksu un ieguvumu analīzi ir noteikta normatīvajos aktos (t. i., Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumos), kas paredz attiecīgās Eiropas Savienības fondu aktivitātes ieviešanu.

Izmaksu un ieguvumu analīzē ir vairāki pieņēmumi, kas ietekmē šīs analīzes rezultātus. Viens no svarīgākajiem pieņēmumiem ir diskonta likmes izvēle, jo investīciju projekta ieguvumi un izmaksas tiek diskontēti, lai novērtētu to šodienas vērtību.

Pētījumā ir noteikti vairāki ierobežojumi.

Pirmkārt, tiek analizēta tikai finanšu, nevis sociālās diskonta likmes ietekme uz investīciju projektu atdeves rezultātiem (finanšu diskonta likmi izmanto finanšu analīzē, bet sociālo diskonta likmi – ekonomiskajā analīzē). Tieši finanšu analīze un tās ietvaros piemērojamā diskonta likme ietekmē Eiropas Savienības fondu līdzfinansējuma apmēru.

Otrkārt, ir analizēti praktiskie izmaksu un ieguvumu piemēri tikai lielajiem projektiem. Saskaņā ar 2006. gada 11. jūlija Padomes regulas (EK) Nr.1083/2006 39. pantu lielie projekti ir investīciju projekti, kuru kopējās izmaksas pārsniedz 25 miljonus EUR vienas jomā un 50 miljonus EUR citās jomās (piemēram, transporta nozarē) (1, 23). Projekta ietvaros var būt apakšprojekti, kuru attiecināmās izmaksas ir mazākas par nosauktajiem skaitļiem. Lielajiem projektiem Eiropas Savienība nodrošina līdzfinansējumu Latvijā tikai no Kohēzijas fonda. Atšķirībā no citiem Eiropas Savienības fondu projektiem šos projektus pēc attiecīgās nozares ministrijas un Finanšu ministrijas apstiprinājuma papildus apstiprina Eiropas Komisija. Minētās regulas 40. pantā ir noteikts, ka vadošā iestāde iesniedz Eiropas Komisijai vairākus dokumentus, arī izmaksu un ieguvumu analīzi (parasti kā nodaļu investīciju projekta

tehniski ekonomiskā pamatojuma ietvaros un kā pielikumu Kohēzijas fonda pieteikumam). Tādējādi šiem projektiem ir daudz augstākas prasības attiecībā uz izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanu.

Raksta mērķis ir analizēt Eiropas Savienības finanšu instrumentu līdzfinansēto projektu izmaksu un ieguvumu analīzē piemērojamās diskonta likmes izvēli efektīvai finanšu resursu izlietošanai vides (ūdenssaimniecības) un transporta investīciju projektiem Latvijā.

Uzdevumi mērķa sasniegšanai ir analizēt reālās un nominālās finanšu diskonta likmes ietekmi uz investīciju projekta atdeves rādītājiem, kā arī Kohēzijas fonda līdzfinansējuma apjomu atkarībā no diskonta likmes piemērošanas.

Raksta metodoloģiskais pamats ir zinātnisko pētījumu rezultāti, Eiropas Savienības normatīvie akti un vadlīnijas, Latvijas Republikas normatīvie akti un vadlīnijas, ārvalstu zinātnieku darbi, kā arī autora pētījumu rezultāti.

Literatūras sarakstā ir doti informācijas avoti, kuriem ir publiskas pieejamības statuss.

1. Eiropas Savienības dokumenti, kas reglamentē diskonta likmes piemērošanu

2006. gada 11. jūlija Padomes regulas (EK) Nr. 1083/2006 40. pantā ir noteikts, kuros gadījumos vadošajai iestādei ir jāiesniedz izmaksu un ieguvumu analīzes rezultāti apstiprināšanai Eiropas Komisijai (1, 23). Tomēr šis pants precīzi nenosaka prasības izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai. Minētās regulas prasības šajā ziņā ir vispārīgas. Precīzāku skaidrojumu attiecībā uz investīciju projektu finanšu analīzi rodam 2006. gada 11. jūlija Padomes regulas (EK) Nr. 1083/2006 55. pantā: “Projekts, no kura gūst ieņēmumus, ir jebkura darbība, kas ir saistīta ar ieguldījumiem infrastruktūrā, kuras izmantošanas maksu tieši sedz lietotāji, vai jebkura darbība, kas ietver zemes vai ēku pārdošanu vai iznomāšanu vai jebkādu citu pakalpojumu sniegšanu par atlīdzību.” (1,28)

Šādiem projektiem saskaņā ar iepriekš minētās regulas 55. panta 2. punktu attiecināmie izdevumi (t. i., ES fondu līdzfinansējuma daļa) tiek aprēķināti, nepārsniedzot investīciju izmaksu šodienas vērtību, atskaitot tādu tīro ieņēmumu šodienas vērtību, kas gūti no ieņēmumiem konkrētā projekta dzīves cikla laikā (šo metodi sauc par “finansējuma deficīta metodi”). Šajā regulas pantā mēs sastopamies ar projekta naudas plūsmas diskontēšanas principu, lai noteiktu tīrās naudas plūsmas šodienas vērtību. Jāpiebilst, ka šī prasība nav spēkā investīciju projektiem, kuriem saskaņā ar Latvijas Republikas likumdošanu ir piemērojams komercdarbības atbalsts.

Šī pētījuma kontekstā minētais pants ir pilnībā attiecināms uz ūdenssaimniecības projektiem Latvijā (saimnieciskās darbības ieņēmumi tiek gūti no pakalpojuma gala lietotājiem, piemērojot samaksu atbilstoši sabiedrisko pakalpojumu regulatoru apstiprinātiem tarifiem) un daļēji uz transporta projektiem (jūras ostu, lidostu un dzelzceļa projektiem, kur arī tiek noteikta pakalpojumu cena vai pakalpojumu tarifi).

2006. gada 11. jūlija Padomes regulas (EK) Nr. 1083/2006 55. pantā dots skaidrojums ir nepietiekams, lai veiktu detalizētu izmaksu un ieguvumu analīzi, tāpēc Eiropas Komisija ir izdevusi vairākus izskaidrojošus dokumentus, kā arī vadlīnijas izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai (1, 28).

Detalizētāks skaidrojums par galvenajiem izmaksu un ieguvumu analīzes pieņēmumiem, arī diskonta likmes piemērošanu, ir dots 2006. gada augusta Eiropas Komisijas Reģionālās politikas ģenerāldirektorāta jaunā plānošanas perioda 2007–2013 Metodisko darba dokumentu 4. darba dokumentā “Metodiskie norādījumi izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai” (10,8).

Finanšu diskonta likme jebkuram investīciju projektam neatkarīgi no finansēšanas avota raksturo kapitāla zaudēto iespēju izmaksas. Eiropas Komisijas iesaka piemērot 5% reālo diskonta likmi jeb 5% diskonta likmi salīdzināmajās cenās. Katrai Eiropas Savienības dalībvalstij ir tiesības noteikt atšķirīgas diskonta likmes ar nosacījumu, ka ir jāievēro konsekvence dažādu investīciju projektu analīzē un novērtēšanā. Atšķirības diskonta likmju piemērošanā katrā dalībvalstī nosaka attiecīgās valsts makroekonomiskā situācija, iepirkuma veids (tradicionālais iepirkums vai publiskā un privātā partnerība), tautsaimniecības nozare un citi faktori.

Iepriekš minētajos metodiskajos norādījumos nav noteikts, kā ir jāaprēķina nominālā diskonta likme jeb diskonta likme faktiskajās cenās un kuros gadījumos ir ieteicams piemērot vienu vai otru diskonta likmi. Ir tikai minēts, ka reālās diskonta likmes piemērošanas gadījumā projekta izmaksas un ieguvumi ir jānorāda salīdzināmajās cenās (t. i., bez inflācijas ietekmes), bet nominālās diskonta likmes piemērošanas gadījumā izmaksas un ieguvumi ir jāaprēķina faktiskajās cenās (t. i., ņemot vērā inflācijas ietekmi).

Papildu skaidrojums par šo tēmu ir dots Eiropas Komisijas Reģionālās politikas ģenerāldirektorāta 2008. gada Investīciju projektu izmaksu un ieguvumu analīzes rokasgrāmātā (Strukturālie fondi, Kohēzijas fonds un pirmsstrukturālie finanšu instrumenti) (9, 39). Eiropas Komisija iesaka lietot 5% reālo diskonta likmi, jo tā ir tuva Eiropas Savienības finanšu un kapitāla tirgū pieejamo vērtspapīru (akciju un obligāciju) gada vidējai ienesīguma normai. Tiek pieņemts, ka Eiropas Savienības fondu līdzekļi tiek nodrošināti no Eiropas Savienības nodokļu maksātāju naudas. Līdz ar jauno Eiropas Savienības dalībvalstu integrāciju Eiropas Savienības finanšu tirgos ilgtermiņa periodā vajadzētu notikt inflācijas pieauguma tempa un procentu likmju konverģencei (t. i., šiem makroekonomiskajiem rādītājiem vajadzētu būt līdzīgiem visās Eiropas Savienības dalībvalstīs, it sevišķi pēc pievienošanās Eiropas Ekonomikas un monetārajai savienībai).

Eiropas Komisijas izmaksu un ieguvumu analīzes vadlīnijas ir balstītas uz zinātnisko pētījumu rezultātiem, kurus nereti finansē pati Eiropas Komisija, vai arī zinātnisko pētījumu autori tiek piesaistīti šo vadlīniju izstrādei. Viens no vadošajiem pētniekiem izmaksu un ieguvumu analīzes jomā ir Milānas universitātes profesors Massimo Florio – autoru kolektīva vadītājs gan 2002. gada, gan arī 2008. gada aktualizētajai Eiropas Komisijas Reģionālās politikas ģenerāldirektorāta Investīciju projektu izmaksu un ieguvumu analīzes rokasgrāmatai.

ES līdzfinansētajos projektos finanšu diskonta likmes atbilst kapitāla zaudēto iespēju izmaksām, t. i., finanšu resursu tirgus cenai. Katrā ES dalībvalstī finanšu

resursu cena ir atšķirīga atkarībā no situācijas kapitāla tirgū. Tā ir robežās no 3 % līdz 11 %, sasniedzot vidējo vērtību 5 % (8, 10). Līdz šim veiktajos zinātniskajos pētījumos diskusijas ir pārsvarā par finanšu diskonta likmes informācijas avota izvēli. Minētais autors iesaka izvēlēties Eiropas Investīciju bankas emitēto obligāciju likmi, kas ir tuva 5 %. Līdz ar to Eiropas Komisijas izmaksu un ieguvumu analīzes vadlīnijās ir ieteikts izvēlēties 5 % likmi (salīdzināmajās cenās), katrai ES dalībvalstij saglabājot tiesības noteikt savu diskonta likmi. Latvijas Republikas normatīvajos aktos tiek izmantotas tās pašas diskonta likmes, kas Eiropas Komisijas vadlīnijās (3, 49).

Izmaksu un ieguvumu analīzi ir ieteicams veikt faktiskajās cenās gadījumos, kad tiek prognozētas relatīvas cenu izmaiņas. Tas ir raksturīgi ūdenssaimniecības un vairāku transporta apakšnozaru projektiem, kad, piemēram, uzturēšanas izmaksas pieaug atbilstoši patēriņu cenu indeksam vai citam cenu indeksam, bet saimnieciskās darbības ieņēmumus nav iespējams paaugstināt, izmantojot analogiskus cenu indeksus. Tas notiek gadījumos, kad pakalpojumu cenu apstiprina sabiedrisko pakalpojumu regulators (pakalpojumu cenu ierobežo gala lietotāju maksāspējas ierobežojumi un normatīvajos aktos noteiktās prasības tarifu aprēķināšanai) vai arī tirgus konkurence neļauj adekvāti paaugstināt sniegto pakalpojumu cenas.

Nominālās diskonta likmes aprēķināšanai lieto šādu formulu:

$$n = r \cdot i,$$

kur n ir nominālā diskonta likme (%), r – reālā diskonta likme (%), i – inflācijas pieauguma temps (%) (9, 39).

Autors nav saskāries ar zinātniskajiem rakstiem, kuros ir analizēti diskonta likmes piemērošanas kritēriji, ņemot vērā Eiropas Savienības pārejas perioda valstu, tai skaitā Latvijas, raksturīgās īpatnības. Tas ir izskaidrojams ar to, ka ES dalībvalstīs pēdējo 20 gadu laikā nav notikušas straujas izmaiņas tautsaimniecībā. Tā rezultātā šajās valstīs ir novērojama stabila ekonomiskā augsme un neliels inflācijas pieaugums temps, kas dod iespēju izmantot salīdzinoši ticamus un nemainīgus izmaksu un ieguvumu analīzes pieņēmumus visā projekta dzīves cikla laikā.

2. Latvijas Republikas dokumenti, kas reglamentē diskonta likmes piemērošanu

Normatīvais akts, kurā ir noteiktas prasības izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai, ir 2007. gada 26. jūnija LR MK noteikumi Nr. 419 “Kārtība, kādā Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda vadībā iesaistītās institūcijas nodrošina plānošanas dokumentu sagatavošanu un šo fondu ieviešanu” (3, 10). Saskaņā ar šo noteikumu 46. punktu, Eiropas Savienības fondu aktivitātes īstenošanas kārtībā nosakot prasības izmaksu efektivitātes vai izmaksu un ieguvumu, analīzes veikšanai izmanto noteikumu 5. pielikumā dotos makroekonomiskos pieņēmumus un prognozes.

Ministru kabineta noteikumos norādītā reālā finanšu diskonta likme ir 5 % un reālā sociālā diskonta likme – 5,5 % (tāpat kā Eiropas Komisijas vadlīnijās). Ja aprēķinos izmanto inflāciju, tad izmaksu un ieguvumu analīzē ir jāizmanto nominālās

diskonta likmes. Šajos noteikumos netiek skaidrots, kā ir jāaprēķina nominālās diskonta likmes, metodisko materiālu izstrādi atstājot katras atbildīgās iestādes ziņā.

1. tabulā ir doti izmaksu un ieguvumu analīzē izmantojamie galvenie makroekonomiskie indikatori.

1. tabula
Table 1

Makroekonomiskie pieņēmumi un prognozes cenu indeksu izmaiņām (3)
Macroeconomic assumptions and forecasts for changes of price indexes

Indikators	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Vidēji 2014–2033
Patēriņa cenu inflācija (procentos)	12,5	7,2	4,9	3,8	2,5	2,5	2,5
Iekšzemes kopprodukta deflators (procentos)	11,7	8,1	6,0	4,5	3,9	3,2	2,5
Kopējā pamatkapitāla veidošanas deflators (procentos)	9,0	8,0	6,0	5,0	4,0	3,5	2,5

Patēriņa cenu inflāciju piemēro projektos, kuros lielu izmaksu daļu veido darba samaksa. Iekšzemes kopprodukta deflatoru izmanto projektos, kur lielu izmaksu daļu veido pakalpojumi. Kopējā pamatkapitāla veidošanas deflatoru izmanto projektos, kur lielu izmaksu daļu veido ieguldījumi pamatkapitālā (būvniecības un ražošanas līdzekļos), t. i., investīciju projektos. Minētos inflācijas mērus var piemērot kombinēti dažādos investīciju projektos pēc projekta sagatavotāja izvēles.

Ņemot vērā iepriekš minēto noteikumu prasības, atbildīgā iestāde izstrādā Ministru kabineta noteikumus atsevišķi katrai Valsts stratēģiskajā ietvardokumentā 2007.–2013. gadam minētajai aktivitātei. Ir sastopami arī tādi gadījumi, kad atbildīgā iestāde nosaka vispārējas prasības izmaksu un ieguvumu analīzei attiecīgajos Ministru kabineta noteikumos (t. sk., norādot minimālās skaitliskās vērtības projekta finanšu vai ekonomiskās atdeves indikatoriem, piemēram, ekonomiskā tīrā šodienas vērtība jeb ENPV > 0, ekonomiskā iekšējā peļņas norma jeb ERR > 5,5%), bet pēc tam izstrādā detalizētākas vadlīnijas projektu iesniedzējiem izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai.

Viens no piemēriem, kurā detalizētas prasības ir noteiktas jau Ministru kabineta noteikumos, ir 2007. gada 4. decembra Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr. 836 "Noteikumi par darbības programmas "Infrastruktūra un pakalpojumi" papildinājuma 3.5.5.1. aktivitāti "Ūdenssaimniecības infrastruktūra attīstība aglomerācijās ar cilvēku ekvivalentu lielāku par 2000" (4, 18). Šo noteikumu 1. pielikumā "Norādījumi Kohēzijas fonda projekta izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai" un 3. pielikumā "Projekta iesnieguma veidlapa" ir noteiktas prasības izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanai, tai skaitā detalizēti aprakstīts Kohēzijas fonda ieguldījuma un valsts budžeta līdzfinansējuma aprēķins. Noteikumos nav doti detalizēti norādījumi nominālās diskonta likmes piemērošanai („jāpiemēro atbilstoša nominālā diskonta likme, ja analīzi veic atbilstoši faktiskajām cenām”).

Latvijas Republikas Vides ministrija, kas ir atbildīga par šīs aktivitātes ieviešanu, investīciju projektu iesniedzējiem iesaka piemērot 11 % nominālo finanšu diskonta

likmi (gadījumos, ja projekta iesniedzējs vēlas veikt izmaksu un ieguvumu analīzi faktiskajās cenās).

3. Diskonta likmes piemērošanas praktiskie piemēri Latvijas transporta un ūdenssaimniecības projektos

Sākot no apmēram 2005. gada gandrīz visi Eiropas Savienības fondu projektu īstenotāji saskārās ar neprognozētu investīciju izmaksu pieaugumu. 2. tabulā ir redzams, ka inflācijas pieauguma temps bija daudz straujāks nekā sākotnējos investīciju izmaksu aprēķinos izmantotās prognozes (īpaši tas attiecināms uz būvniecības izmaksu indeksu, kas objektīvāk raksturo cenu dinamiku kapitālieguldījumu projektiem).

2. tabula
Table 2

Inflācijas prognoze un faktiskā inflācija Latvijā 2001.–2011. g. (12)

Inflation forecast and actual inflation in Latvia, 2001–2011

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Prognoze	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,3%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Fakts (PCI)	3,7%	1,4%	3,6%	7,3%	7,0%	6,8%	14,1%	–	–	–	–
Fakts (BII)	-6,0%	-3,2%	1,4%	8,1%	13,6%	25,0%	22,3%	–	–	–	–
Prognoze (FM)	–	–	–	–	–	–	–	9,0%	8,0%	6,0%	5,0%

Piezīmes. Prognozes dati ņemti no inflācijas prognozēm Kohēzijas fonda līdzfinansētajiem ūdenssaimniecības projektiem Latvijā un 2007. gada 26. jūnija LR MK noteikumiem Nr. 419 (inflācijas mērs: kopējā pamatkapitāla veidošanas deflators), faktiskais inflācijas pieauguma temps – no Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes (patēriņa cenu indekss un būvniecības izmaksu indekss, pieaugums pret iepriekšējo gadu).

Tam ir divi galvenie iemesli. Pirmkārt, Eiropas Savienības fondu pieejamības rezultātā radītais pieprasījums dažādās tautsaimniecības nozarēs (it sevišķi ūdenssaimniecības un transporta jomā) un Latvijas būvuzņēmēju nepietiekamā kapacitāte, lai apmierinātu šo pieprasījumu. Otrkārt, sākoties vispārējam cenu kāpumam visās tautsaimniecības nozarēs, galvenie būvuzņēmēji centās nodrošināties pret cenu pieaugumu materiāliem un darbaspēkam, publisko iepirkumu piedāvājumos iekļaujot lielas neparedzēto darbu rezerves. Tas ir sevišķi raksturīgi Kohēzijas fonda līdzfinansētajiem investīciju projektiem, kuriem ir salīdzinoši liels īstenošanas periods (ūdenssaimniecībā vienai projekta kārtai 2–4 gadi, transporta nozarē 2–7 gadi).

Papildus iepriekš minētajam Eiropas Savienības fondu īstenošanu būtiski ietekmē makroekonomiskā situācija Latvijā un pasaulē.

2007. gadā Latvijas tautsaimniecībai bija raksturīga “pārkaršana” – iekšzemes pieprasījuma pārsniegums pār iekšzemes piedāvājumu. Iemesls tam bija nepietiekama kopējā tautsaimniecības kapacitāte (ražošanas jaudu un darbaspēka trūkums). Lai samazinātu Latvijas tautsaimniecības iekšējo nesabalansētību, 2007. gada 6. martā Latvijas Republikas Ministru kabinets apstiprināja Finanšu ministrijas Ziņojumu par patēriņa cenu inflācijas attīstību un samazināšanas priekšlikumiem („Inflācijas

samazināšanas plāns”). Šajā plānā ietvertie īstermiņa pasākumi bija vērsti uz kopējā pieprasījuma ierobežošanu (nodokļu politika, kreditēšanas apjoma kontrole u. c.).

Papildus šīm makroekonomiskajām tendencēm, kas ir raksturīgas pārejas ekonomikas valstīm, 2007. gadā sākās krīze nekustamā īpašuma tirgos visā pasaulē un 2008. gadā to papildināja krīze pasaules finanšu un kapitāla tirgos.

Rezultātā Latvijas tautsaimniecībā ir raksturīgs straujš iekšējā pieprasījuma kritums, sākot no 2008. gada (13, 11). Latvijas Banka 2009. un 2010. gadā prognozē tautsaimniecības recesiju (negatīvu iekšzemes kopprodukta tempa pieaugumu). Šī recesija skars liekāko daļu tautsaimniecības nozaru (16).

Makroekonomiskās tendences tiešā veidā ietekmē būvuzņēmēju uzvedību publiskajos iepirkumos, kuros šobrīd ir vērojams straujš cenu kritums, cenšoties par katru cenu iegūt valsts pasūtījumus.

No iepriekš minētā secinām, ka Kohēzijas fonda līdzfinansētajiem projektiem ir raksturīgas straujas investīciju izmaksu svārstības, kuras ir grūti prognozēt vidēja termiņa periodā, nerunājot par ilgtermiņa periodu. Tas apgrūtina izmaksu un ieguvumu analīzes veikšanu, jo projekta dzīves cikla ilgums šiem projektiem ir robežās no 20 līdz 30 gadiem (t. i., šādam laika periodam tiek veikta projekta ieguvumu un izmaksu diskontēšana).

Papildus iepriekš minētajam ir jāņem vērā arī Latvijas apņemšanās pievienoties Eiropas monetārajai savienībai. Eiropas Savienības dalībvalstu gatavību īstenot vienotu monetāro politiku nosaka tā saucamie Māstrihtas konverģences kritēriji. Vienu no šiem kritērijiem – 12 mēnešu vidējo patēriņa cenu pieauguma tempu ne vairāk kā 1,5 procentpunkti virs trīs Eiropas Savienības valstu zemākā rādītāja – Latvijai tuvāko gadu laikā neizdosies īstenot, tāpēc Latvijas Banka prognozē Latvijas pievienošanos Eiropas monetārajai savienībai ne agrāk kā 2012. gadā (17).

Piemērojamā diskonta likme būtiski ietekmē investīciju projektu atdeves rādītājus un piešķiramo Kohēzijas fonda ieguldījuma apjomu. 3. tabulā ir doti dati diviem ūdenssaimniecības un transporta projektiem, attiecīgi piemērojot reālo un nominālo diskonta likmi.

3. tabula

Table 3

Finanšu atdeves rādītāju atkarības no diskonta likmes izvēles piemēri investīciju projektiem ūdenssaimniecības un transporta nozarē

Dependence of financial return on the application of a discount rate to selected investment projects in the sectors of integrated water services and transport

Nozare	Analīze salīdzināmajās cenās		Analīze faktiskajās cenās	
	FNPV/C	KF ieguldījums, %	FNPV/C	KF ieguldījums %
Ūdenssaimniecība	-3,5 milj. LVL	54,83 %	- 4,5 milj. LVL	75,98 %
Transports (jūras)	-21,5 milj. LVL	32,07 %	-63,4 milj. LVL	70,05 %

Piezīmes. Aprēķinos izmantotā reālā diskonta likme ir 5 %, nominālā diskonta likme ir 11 %. Kohēzijas fonda ieguldījums ir rēķināts procentos no projekta attiecināmajām izmaksām.

Avots. Raksta autora sagatavots materiāls, informācija par šo investīciju projektu izmaksu un ieguvumu analīzes rezultātiem pagaidām nav publiski pieejama.

No 3. tabulas datiem secinām, ka, veicot analīzi salīdzināmajās cenās, finanšu iekšējā peļņas norma bez Eiropas Savienības palīdzības (FNPV/C) ir augstāka un Kohēzijas fonda ieguldījuma apjoms ir mazāks. Lai nodrošinātu Kohēzijas fonda finansējuma saņēmēja saimnieciskās darbības rentabilitāti un finanšu ilgtspēju, pareizāk būtu veikt analīzi faktiskajās cenās, jo analīze salīdzināmajās cenās neatspoguļo uzņēmuma patiesos saimnieciskās darbības ieņēmumus un izdevumus. Papildus tam finansējuma saņēmēji investīciju izmaksas rēķina faktiskajās cenās, cenšoties prognozēt inflācijas ietekmi. Ja tas netiks darīts, jebkurš izmaksu sadārdzinājums tiks uzskatīts par neattiecināmajām izmaksām un būs jāfinansē no saviem līdzekļiem. Tas ne vienmēr ir iespējams, piemēram, ūdenssaimniecības nozarē, kur patērētāju ierobežotās maksātspējas un nevēlēšanās maksāt dēļ ne vienmēr ir iespējams noteikt ekonomiski pamatotus tarifus.

3. tabulā dotajos piemēros ir izmantota konstanta diskonta likme visā projekta dzīves cikla laikā (30 gadi). Neskatoties uz to, ka šādu pieeju plaši izmanto izmaksu un ieguvumu analīzē Latvijā, tā ir pretrunā ar Mārstrihtas kritērijiem iestājai Eiropas monetārajā savienībā. Ja visā projekta dzīves cikla laikā tiek izmantota nominālā diskonta likme 11 %, tas nozīmē, ka tā ir lielāka nekā vidēji Eiropas Savienības dalībvalstīs piemērojamā diskonta likme (ņemot vērā vidējo inflācijas pieauguma tempu Eiropas Savienības valstīs, nominālajai finanšu diskonta likmei vajadzētu būt 6–7 % robežās).

Šādā situācijā risinājums, ko iesaka arī Eiropas Komisijas tehniskās palīdzības partnerības JASPERS eksperti, ir piemērot dažādas diskonta likmes projekta dzīves cikla laikā. Ņemot vērā 2007. gada 26. jūnija LR MK noteikumu Nr. 419 prasības, Kohēzijas fonda līdzfinansētajiem projektiem ieteicamās diskonta likmes ir dotas 4. tabulā.

4. tabula
Table 4

Izmaksu un ieguvumu analīzē ieteicamās diskonta likmes investīciju projektiem Latvijā, veicot analīzi faktiskajās cenās

Recommended discount rates in the cost-benefit analysis of investment projects in Latvia if the analysis is carried out in current prices

Gads	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014–2033
Diskonta likme	14%	13%	11%	10%	9%	8,5%	7,5%

Avots. Raksta autora sagatavoti ieteikumi, balsoties uz Eiropas Komisijas tehniskās palīdzības partnerības JASPERS ekspertu rekomendācijām.

4. tabulā dotās diskonta likmes iegūst reālo diskonta likmi 5%, reizinot ar 1. tabulā doto kopējā pamatkapitāla veidošanas deflatoru attiecīgajam gadam. Tālāk tekstā ir dots nominālās diskonta likmes aprēķins 2009. gadam:

$$n = (1 + 0,05) \cdot (1 + 0,08) = 1,13 \text{ (diskonta likme 13 \%)}.$$

Veicot izmaksu un ieguvumu analīzi, piemēram, iepriekš minētajam transporta nozares projektam un izmantojot 4. tabulā dotās nominālās finanšu diskonta likmes, iegūstam FNPV/C mīnus 43,6 milj. LVL, un Kohēzijas fonda ieguldījuma īpatsvars ir 50,31 %.

Autors uzskata, ka piedāvātais risinājums – projekta dzīves cikla laikā izmantot izmaksu un ieguvumu analizē vairākas diskonta likmes – ir taisnīgs un efektīvs. Iemesls, kāpēc Eiropas Komisija piešķir līdzfinansējumu ES dalībvalstu investīciju projektiem, ir šo projektu ekonomiskā nozīme (t. i., pozitīvi ieguvumi citām ieinteresētajām pusēm, kas nav tiešie finansējuma saņēmēji) attiecīgās valsts un visas ES tautsaimniecības attīstībā. No otras puses, investīciju projekti nav pietiekami rentabli, lai varētu tikt pilnībā finansēti no projektu īstenotāju pašu līdzekļiem. Līdz ar to svarīgs nosacījums ir atrast optimālo ES līdzfinansējuma apmēru. Analizējot šajā rakstā dotos projektu piemērus, nominālās diskonta likmes piemērošanas rezultātā, par pamatu izmantojot Latvijas pašreizējo makroekonomisko situāciju, aprēķinātais Kohēzijas fonda līdzfinansējums būs nepamatoti augsts, savukārt, piemērojot reālo diskonta likmi, Kohēzijas fonda līdzfinansējums būs nepamatoti zems. Līdz ar to priekšlikums izmantot dažādas diskonta likmes ir kompromisa risinājums, kas palīdz noteikt sabiedriski derīgo ES fondu līdzfinansējuma apmēru.

Secinājumi

Apkopojot pētījuma rezultātus, ir izstrādāti šādi secinājumi un ieteikumi:

- a) finanšu diskonta likme būtiski ietekmē investīciju projekta atdeves rādītājus un Kohēzijas fonda līdzfinansējuma apjomu;
- b) investīciju projektiem ar nelielu ieviešanas periodu (1–2 gadi) un ieņēmumus negūstošiem investīciju projektiem (Eiropas Savienības regulu interpretācijā) ieteicams piemērot reālo finanšu diskonta likmi, bet investīciju projektiem ar garāku ieviešanas periodu (virs 2 gadiem) un ieņēmumus gūstošiem investīciju projektiem (Eiropas Savienības regulu interpretācijā) ieteicams piemērot nominālo finanšu diskonta likmi;
- c) ieteicams piemērot nevis vienu nominālo finanšu diskonta likmi visā projekta dzīves cikla laikā, bet gan vairākas diskonta likmes atbilstoši Latvijas Republikas Finanšu ministrijas sagatavotajām makroekonomisko rādītāju prognozēm; diskonta likmes aprēķināšanai ir jāizmanto 2007. gada 26. jūnija Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumu Nr. 419 5. pielikumā dotā reālā finanšu diskonta likme, reizinot to ar attiecīgā gada inflācijas pieauguma tempu (ieteicamais inflācijas mērs ir kopējā pamatkapitāla veidošanas deflators);
- d) Latvijā ir ieteicams izstrādāt detalizētāku un visām Eiropas Savienības fondu ieviešanā iesaistītajām institūcijām vienotu metodiku, kurā ir precīzi aprakstīta diskonta likmju piemērošana dažādu nozaru un lieluma investīciju projektiem.

LITERATŪRA

1. 2006. gada 11. jūlija *Eiropas Padomes regula (EK) Nr.1083/2006*, ar ko paredz vispārīgus noteikumus par Eiropas Reģionālās attīstības fondu, Eiropas Sociālo fondu un Kohēzijas fondu un atceļ Regulu (EK) Nr. 1260/1999. Pieejams: www.esfondi.lv
2. 2007. gada 23. februāra *Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda vadības likums*. Pieejams: www.esfondi.lv

3. 2007. gada 26. jūnija Latvijas Republikas *Ministru kabineta noteikumi Nr. 419* “Kārtība, kādā Eiropas Savienības struktūrfondu un Kohēzijas fonda vadībā iesaistītās institūcijas nodrošina plānošanas dokumentu sagatavošanu un šo fondu ieviešanu”. Pieejams: www.esfondi.lv
4. 2007. gada 4. decembra Latvijas Republikas *Ministru kabineta noteikumi Nr. 836* “Noteikumi par darbības programmas “Infrastruktūra un pakalpojumi” papildinājuma 3.5.5.1. aktivitāti “Ūdenssaimniecības infrastruktūra attīstība aglomerācijās ar cilvēku ekvivalentu lielāku par 2000”. Pieejams: www.vidm.gov.lv
5. Latvijas Republikas Finanšu ministrija. *Valsts stratēģiskais ietvardokuments 2007–2013. gada periodam*. 2007, 115 lpp.
6. The World Bank. *Handbook on Economic Analysis of Investment Operations*. 1996, 159 p.
7. Massimo Florio. *Cost-Benefit Analysis and Incentives in Evaluation: the Structural Funds of the European Union*. Edward Elgar Publishing. 2007, 335 p.
8. Florio M., Vignetti S. *Cost-Benefit Analysis and Project Appraisal under EU Structural Funds Co-financing. Evaluation and EU Regional Policy: New Questions and New Challenges*. Aix en Provence, France, International Conference. 2002, 19 p.
9. The European Commission. Directorate General Regional Policy. *Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects (Structural Funds – ERDF, Cohesion Fund and ISPA)*. 2002, 135 p.
10. The European Commission. Directorate General Regional Policy. *The New Programming Period 2007–2013. Guidance on the Methodology for Carrying out Cost-Benefit Analysis*. Working Document No. 4, 2006, 23 p.
11. The European Commission. Directorate General Regional Policy. *Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects (Structural Funds, Cohesion Fund and Instrument for Pre-Accession)*. 2008, 255 p.
12. The European Commission. Directorate General Regional Policy. *Information Note to the COCOF. Guidance Note on Article 55 of Council Regulation (EC) No 1083/2006: Revenue-Generating Projects*. 2008, 25 p.
13. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. *Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību*. 2008. gada jūnijs, 2008, 146 lpp. Pieejams: www.em.gov.lv
14. Latvijas Republikas Finanšu ministrija. *Vadlīnijas atbildīgajām iestādēm “Eiropas Savienības fondu projektu izmaksu-efektivitātes novērtēšana: atvieglotas izmaksu un ieguvumu analīzes un izmaksu efektivitātes analīzes pamatprincipi*. 2008, 29 lpp. Pieejams: www.esfondi.lv
15. SIA “Baltkonsults”. *Ūdenssaimniecības attīstība Ventspilī, II kārtā. Izmaksu un ieguvumu analīzes novērtējums un aktualizācija*. Latvijas Republikas Finanšu ministrija. 2008, 68 lpp. Pieejams: www.esfondi.lv
16. Latvijas Bankas mājas lapa www.bank.lv. Latvijas tautsaimniecības attīstības tendences un banku sektors. Skatīts 15.03.2009.
17. Latvijas Bankas mājas lapa www.bank.lv. Eiropas Monetārā savienība – jauns izaicinājums un jaunās iespējas. Par Ekonomikas un monetāro savienību un eiro. Skatīts 15.09.2008.

Summary

Currently Latvia undergoes the second programming period of the EU structural funds and the Cohesion Fund (2007–2013). Compared to the previous programming period (2004–2006), there are stronger requirements for carrying out a cost-benefit

analysis during the project preparation phase. Requirements are set by both the EU and the Ministry of Finance of the Republic of Latvia, which is the managing authority of the EU funds in Latvia.

The main requirements of the cost-benefit analysis are set forth in the rules and regulations (regulations of the Cabinet of Ministers) of the Republic of Latvia. They are supported with the cost-benefit analysis guidelines issued by line ministries (responsible authorities).

However, these regulations and guidelines are not detailed enough to guide project applicants how to apply discount rates in circumstances of rapid inflation increase in the country.

The article analyzes two different methods of application of cost-benefit analysis in the sectors of integrated water services and transport (two main sectors supported by the Cohesion Fund): analysis in current and in real prices. Empirical evidence shows that the rate of return is higher and the Cohesion Fund financing is smaller if the cost-benefit analysis is performed in real prices. However, such approach is not sustainable, especially for revenue-generating projects, since it does not include true financial benefits and costs, thus having a negative impact on profitability and financial soundness of companies implementing the Cohesion Fund projects.

The recommended approach, which is also supported by the European Commission technical assistance partnership – JASPERS experts – is to apply multiple nominal financial discount rates during the project reference period in order to consider high inflation growth rate in the short term and a vision of joining the European Monetary Union in the medium term.

Keywords: cost-benefit analysis, the Cohesion Fund, financial discount rate, inflation.

Stratēģijas formulēšanas pamatprincipi muitas dienestā *Basic Principles of Strategy Formulation at the Customs Service*

Inta Kovaļevska

Latvijas Universitāte, Ekonomikas un vadības fakultāte
Vadības zinātnes doktora studiju programma Sabiedrības vadība
E-pasts: inta.kovalevska@lreg.vid.gov.lv

Vadīšanas teorijai ir sena vēsture, tomēr par klasiskās teorijas dzimšanas laiku uzskatāms 20. gadsimta sākums. Efektīvās vadīšanas metodes mēģināja izstrādāt vēl menedžmenta teorijas pamatlicēji A. Fajols un F. Teilors. Ar laiku menedžmenta teorijas attīstījās, parādījās citas skolas un vadīšanas virzieni, kas lika akcentus uz motivāciju, savstarpējām cilvēku darba attiecībām, organizācijas struktūras pilnveidošanu, darba procesu optimizāciju, organizācijas kultūru, komunikāciju, labas pieredzes principiem utt.

Raksta mērķis ir salīdzināt Baltijas valstu muitas dienestu stratēģijas un identificēt stratēģiskās vadīšanas teorijas pamatprincipu ievērošanu.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi – izpētīt stratēģijas izstrādāšanas pamatprincipus kā stratēģijas vadīšanas procesa pirmo posmu; izpētīt Latvijas, Lietuvas un Igaunijas muitas iestāžu stratēģijas izstrādāšanas pamatprincipus; identificēt, vai tiek izmantoti stratēģiskās vadīšanas teorijas instrumenti Baltijas valstu muitas iestāžu stratēģiju izstrādē (definēta vīzija, misija, mērķi un veiktas SVID analīzes) un, pamatojoties uz secinājumiem, sniegt atzinumu par stratēģijas izstrādes trūkumiem.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātniskie darbi, Baltijas valstu apstiprinātas aktuālās stratēģijas, autores praktiskās salīdzināšanas rezultāti. Darba izstrādei izmantotas sistēmiskās pieejas un salīdzinošās analīzes metodes.

Atslēgvārdi: muita, stratēģija, stratēģijas izstrāde, misija, vīzija, stratēģiskie mērķi un uzdevumi, iekšējā un ārējā vide

1. Stratēģijas izstrādāšanas teorētiskie pamatprincipi

Stratēģijas skolu un virzienu tapšanu ietekmēja jauninājumi, pasaules realitātes un īpatnības. Piemēram, 20. gadsimta sākumā – rūpniecības attīstības sākumā – darba tirgus pieprasīja mazkvalificētus strādniekus, kas savukārt mēģināja sevi pārdot pēc iespējas dārgāk, bet rūpnīcu īpašnieki meklēja iespējas panākt maksimālo produktivitāti. Kā veidojās darba attiecības un darba organizācija šajos apstākļos, izskaidro klasiskā menedžmenta teorijas. 1930.–1950. gadā prasības darbaspēkam mainījās un darba tirgus izjuta augsti kvalificēta darbaspēka trūkumu. Cilvēku uzvedības teorijas mainīja vadīšanas fokusu un koncentrēja uzmanību uz cilvēku kā noteicošo faktoru, jo cilvēks ir vienīgais resurss, kas spējīgs apzināti negatīvi ietekmēt organizācijas mērķu sasniegšanu.

Tāpat stratēģiskā vadīšana menedžmenta teoriju evolūcijā nav atsevišķa teorija, bet ir loģisks plānošanas teorijas pilnveidojums. Stratēģiskās vadīšanas nepieciešamību ietekmēja straujas izmaiņas darba tehnoloģijās, zinātniski tehniskais progress, kas prasīja iespējamo nākotnes jauninājumu savlaicīgu apzināšanu, tirgus globalizācija, transnacionālo korporāciju izveide, kas veicināja organizācijas ārējās un iekšējās vides nenoteiktību un sarežģītības pakāpi. Ņemot vērā šos faktorus, efektīvai darbības nodrošināšanai organizācijas vairs nevarēja aprobežoties tikai ar klasisko operatīvo plānošanu un funkcionālo vadīšanu. Parādījās nepieciešamība pēc ilgtermiņa plānošanas un vadīšanas, kas orientēta uz nākotni (3, 7–8).

Stratēģiskās vadīšanas vēsturi var iedalīt četros posmos:

- budžeta veidošana un kontrole (iekšējā un ārējā vide nākotnē būtiski nemainās, ja ir novirzes, problēmas tiek risinātas, pamatojoties uz esošo pieredzi);
- ilgtermiņa plānošana (iekšējās vides pārmaiņas ir organizācijas potenciālās izaugsmes rezultāts);
- stratēģiskā plānošana (ārējās vides pārmaiņas ietekmē gan organizāciju, gan konkurentus);
- stratēģiskā vadīšana (stratēģiskā plānošana papildināta ar noteiktiem mērķiem, to sasniegšanas metodēm un veidiem, izmantojot organizācijas vājās un stiprās puses, t. sk. ņemot vērā vides iespējas un draudus, SVID analīze).

Stratēģiskajā vadīšanā pastāv dažādi virzieni. Tos sauc par stratēģiskās vadīšanas skolām, bet tām ir kopējs modelis. Stratēģiskās vadīšanas modeļa secīgie pamatelementi ir ārējās vides analīze, attīstības virziena plānošana, stratēģiskā plānošana un stratēģijas realizācija un kontrole. Atslēgvārdi stratēģiskās vadīšanas procesā ir: tirgus analīze, organizācija analīze, informācijas iegūšana un apkopošana, empīriskie pētījumi un pieredzes izpēte, lēmumu pieņemšana, uzņēmējdarbības prasme, ilgtermiņa perspektīvu redzējums – stratēģiskā domāšana, stratēģiskās alternatīvas, dažādu metožu pielietojums (matemātiskās, statistiskās, sistemātiskās, varbūtības un pētījuma metodes), resursu optimizācija, stratēģijas realizācija un kontrole.

Vairums stratēģisko skolu pārstāvju uzskata, ka strauji mainīgajā vidē stratēģiskā plānošana ir tikai mēģinājums sasniegt iecerētus mērķus, pielāgojoties ārējai videi. Savukārt citi uzskata, ka stratēģija ir nepieciešama organizācijas attīstībai, un būtisks moments šajā procesā ir stratēģijas vadīšana. Mūsdienās vadītāji, kas uztver stratēģiju kā fundamentālu dokumentu, kurā nevar būt izmaiņu, un uzskata, ka stratēģiskā vadīšana beidzas ar stratēģijas apstiprināšanu, ir veltīgi tērējuši savus resursus tās izstrādei. Stratēģiju izstrādā realizācijai, taču, ja stratēģiskā vadīšana ierobežojas tikai ar stratēģijas izstrādi, tad var apšaubīt stratēģisko mērķu sasniegšanu.

Stratēģiskās vadīšanas procesā vadītājam jābūt spējīgam vadīt iekšējo un, iespēju robežās, ārējo organizācijas vidi, paredzēt un izmantot iespējas vai novērst draudus. Aktuālās jaunās problēmas un krīzes nevar pārvarēt ar tradicionālajām metodēm un instrumentiem. Mainīgā vide sniedz izaicinājumus katrai organizācijai neatkarīgi no

tā, vai tā pieder publiskajam vai privātajam sektoram; un lielākā uzvaras varbūtība ir tam, kurš lietos jaunās metodes.

Dažādi autori piedāvā dažādas definīcijas stratēģijas terminam. Piemēram, “stratēģija ir organizācijas ilgtermiņa pamatmērķu un darbības virzību noteikšana, to sasniegšanai nepieciešamo resursu izdalīšana” (4, 223). Nevar nepieminēt arī G. Minčberga “5P” teoriju: stratēģija ir plāns, faktiskais gājiens, uzvedības modelis, noteiktā pozīcija attiecībā pret citu, perspektīva. Visi šie jēdzieni ir savstarpēji saistīti un papildinoši.

Kopumā stratēģijas definīcijai ir divas pieejas – tradicionālā un modernā. Sākotnēji vārds “stratēģija” asociējās ar militāro jomu. Saskaņā ar *Webster's New World Dictionary* stratēģija tiek definēta kā “zinātne par militāro operāciju plānošanu un vadīšanu”, un jāatzīst, ka plānošana ir galvenais sākuma elements stratēģiskās vadīšanas definīcijā. Pēc Alfreda Čandlera, stratēģija ir “ilgtermiņa pamatmērķu un uzdevumu noteikšana uzņēmumā un darba kursa izvēle un nepieciešamo resursu sadale, lai sasniegtu šos mērķus”. Džeimss Kvins (Dārtmūtas koledža) piedāvā stratēģiju definēt šādi: “..plāns ir paraugs, kas apvieno organizācijas galvenos mērķus, politiku un sakārtotas darbības savstarpēji saistošajā kopumā.” Līdzīgi stratēģiju definē Viljams Glueks: “..apvienotais, detalizētais un savienotais plāns, kas izstrādāts, lai pārliecinātu, ka galvenie organizācijas mērķi ir sasniedzami.” (1, 4–5)

Savukārt stratēģijas definīcija, kas tika balstīta uz plānošanu ar laiku (20. gadsimta beigās) tika arvien vairāk kritizēta. H. Minčbergs atzīmēja, ka problēma ir plānošanas pieejā un uzskatā, ka stratēģija ir vienmēr racionālās plānošanas procesa rezultāts. Saskaņā ar H. Minčbergu klasiskā stratēģijas definīcija pasvītro plānošanas lomu, bet ignorē faktu, ka stratēģija var būt radīta arī bez formālā plāna. H. Minčbergs uzskata, ka stratēģija ir kaut kas vairāk nekā organizācijas darbības kursa plānošana, tas ir tas, ko reāli dara organizācija. Tādējādi stratēģija, pēc H. Minčberga domām, ir “darbību un lēmumu plūsmas modelis”, kas ietver visu, “kas tiek plānots, kas tiek reāli realizēts, un ārkārtas (neplānotās) stratēģijas”.

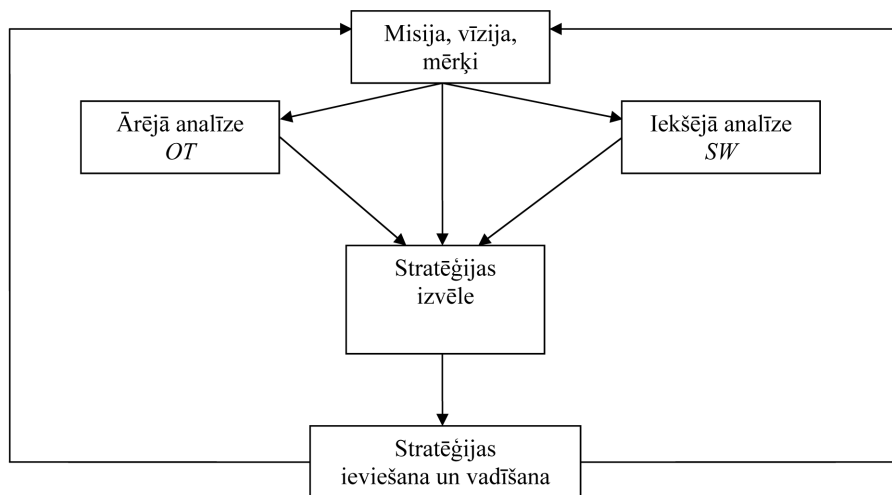


1. attēls. Neplānotās un pārdomātās stratēģijas modelis (H. Minčbergs) (1, 6)

Figure 1. The model of emergent and deliberate strategies (H. Mintzberg)

Pēc Minčberga teorijas, neplānotās (ekstrēmās) stratēģijas bieži vien ir veiksmīgas un varētu būt piemērotākas un pieejamākas nekā plānotās stratēģijas. Sekmīga stratēģija var tapt, koriģējot iepriekš plānoto stratēģiju, kad ir kļuvuši zināmi visi nosacījumi (gan iekšējie, gan ārējie), jo plānošanas periodā nav iespējams paredzēt visu, tā ir utopija. Praksē lielo organizāciju stratēģijas ir kombinācija no plānotās un neplānotās stratēģijas. Tāpēc vadītājiem ir ļoti svarīgi apzināt nejaušības, gadījuma

procesus un jaunās likumsakarības, savlaicīgi iejaukties, kad tas ir nepieciešams, atteikties no dzīvotnespējīgās alternatīvas un ieviest dzīvē potenciālo stratēģiju.



2. attēls. Stratēģiskās vadīšanas procesa elementi – pamatprincipi

Figure 2. Elements of strategic management process – basic principles

Neplānotā stratēģija ir ārpus šiem soļiem, bet katram vadītājam jānovērtē neplānotās stratēģijas potenciāls un jāsalīdzina alternatīvās stratēģijas. Pie tam jāatzīmē, ka organizācijas spēju veidot jauno neplānoto stratēģiju kā organizācijas kultūru veicina organizācijas struktūra un kontroles sistēma. Svarīgi atcerēties, ka plānotās stratēģijas balstās uz principu *top – down* (no augšas uz leju), bet neplānotās – otrādi *bottom – up* (no apakšas uz augšu).

Stratēģiskās vadīšanas procesu var sadalīt vairākās sastāvdaļās. Tradicionālā pieeja pasvītro, ka katrs elements veido secīgo soli stratēģiskās vadīšanas procesā. Savukārt stratēģiskajā vadīšanā pastāv trīs galvenie posmi:

- 1) organizācijas misijas, vīzijas un mērķu noteikšana;
- 2) organizācijas stratēģijas formulējums (iekšējās, ārējās vides analīze un stratēģijas izvēle);
- 3) stratēģijas ieviešana un vadīšana (organizācijas struktūras izveide; kontroles sistēmas izveide; izmaiņu vadīšana, stratēģijas, struktūras un kontroles sistēmas saskaņošana).

Stratēģiskā vadīšana ir bezgalīgs process. To nepieciešams uzraudzīt, lai noteiktu, kādā mērķu sasniegšanas stadijā organizācija atrodas, kas bija plānots un kas reāli ir sasniegts. Atgriezeniskā saite palīdz konstatēt reālo stāvokli un salīdzināt to ar plānoto stāvokli ar mērķi savlaicīgi ieviest nepieciešamas izmaiņas organizācijas turpmākajai attīstībai.

Lai attīstītu izstrādāto stratēģiju, nepieciešama par stratēģijas vadīšanas procesu atbildīgā persona. Stratēģijas vadītājs atbild par visas organizācijas “veselību”

savā vadīšanas rezultātā un, protams, ka tas atšķiras no funkcionālo vadītāju uzdevumiem. Funkcionālie vadītāji ir atbildīgi par atsevišķajām darbības virzienā (biznesa) funkcijām (piemēram, personāls, ražošana, piegāde, pārdošana, klientu apkalpošana, grāmatvedība utt.), un viņi ir autoritāte konkrētajā darbības virzienā. Savukārt stratēģiskais vadītājs pārrauga visas darbību sfēras organizācijā. Tādējādi stratēģiskais vadītājs atrodas universālā pozīcijā, kas ļauj vadīt visu organizāciju ar stratēģisko skatienu.

Autore piedāvā mūsdienu organizācijas vadītāja galvenās prasmes un raksturojumus, ko Edvards Raps (*Edward Wrapp, University of Chicago*) definējis kā veiksmīga stratēģiskā vadītāja galvenos raksturojumus. Pēc autores domām, lai izstrādātu dzīvotspējīgu stratēģiju un realizētu stratēģiskos mērķus, vadītājam jāpieņem šīm īpašībām neatkarīgi no tā, vai viņš vada organizāciju privātajā vai publiskajā sektorā.

- Informētība: attīstīts informācijas avotu tīkls dažādās organizācijas struktūrvienībās, kas veicina reālo priekšstatu par darbībām/operācijām un nekavējošu reakciju problēmu gadījumos.
- Prasme organizēt savu laiku un enerģiju starp dažādām problēmām, sanāksmēm, domstarpībām, lēmumiem utt. Viņš pārzina, kādas darbības un lēmumus var deleģēt un kas jāpieņem un jārisina pašam.
- Prasme būt labam politiķim (konsensa (vienprātības un saskaņas) veidotājam): viņš prot izveidot konsensu savu ideju pieņemšanā, nevis panākt savu ar varu. Viņš rīkojas kā komandas loceklis vai koalīcijas līderis, nevis kā diktators.
- Prasme izteikties neprecīzi: veiksmīgs vadītājs pārlicina organizāciju, ka tā iet izvēlētajā virzienā, precīzi nedefinējot mērķus un stratēģiju. Stratēģija un mērķi nav tikai vārdi uz papīra, tas ir darbības virziens, kam seko organizācijas darbinieki un, veicot savus darba pienākumus, apzināti katrā savā darbībā seko noteiktajam stratēģijas kursam.

Praksē organizācijas darbinieki var konstatēt, ka sākumā definētā stratēģija un mērķi ir pretrunā ar šodienas vadības pieprasīto, tomēr tas ir attaisnojams ar to, ka pasaulē pastāvīgi notiek izmaiņas un organizācijai pastāvīgi tām jāpielāgojas. Pārdomātie organizācijas vadītāja izteicieni dod iespēju gan organizācijai, gan vadītājam manevrēt un pielāgoties vides izmaiņām. Mūsdienās tikai neprofesionāls vadītājs var uzņemties saistības nemainīgiem mērķiem, tādējādi nosakot sev pastāvīgu stāvokli mainīgajā vidē. Veiksmīgs vadītājs var uzstāties par organizācijas attīstības virzieniem, bet nenosaka precīzi, kā un kad rezultāts tiks sasniegts, viņš publiski neuzstājas ar detalizētu plānu, jo saprot, ka jebkādas vides izmaiņas prasīs pielāgošanos un atkāpes no iepļānotā.

Iepriekš minētais nenozīmē, ka organizācija var pastāvēt bez mērķiem, tieši otrādi, mērķiem jābūt izklāstītiem precīzi, bet vadītājam savlaicīgi jāveic izmaiņas vai nu instrumentos mērķu sasniegšanai, vai pašos mērķos. Savukārt organizācijas darbiniekiem jāsaprot, ka ne vadītājs visu laiku maina savu viedokli, bet, mainoties videi, vadītājs izvēlas labāko ceļu organizācijas attīstībai. Tādējādi, lai organizācijā uzturētu veselīgu darba atmosfēru mainīgajā vidē, vadītājam jāsaprot publisko

sanāksmju bezjēdzība. Pretējā gadījumā tiek apdraudēta vadītāja autoritāte darbinieku vidū, ņemot vērā vides izmaiņu varbūtību un to ieviešanas grūtības.

- Prasme ieviest programmas miera ceļā: stratēģiskais vadītājs atzīst, ka nevajag mēģināt ieviest pilnu stratēģisko programmu paketi organizācijā, kad galvenie mērķi un virzieni jau ir noteikti. Vadītājam jāvērtē ieviest jauninājumus tuvāk jau esošajiem mērķiem un savas idejas ieviest bez revolucionārām metodēm. Tādējādi, no vienas puses, darbinieku acīs tā būs tikai neliela novirze no sākotnējā plāna, bet īstenībā tā būs daļa no lielas programmas vai slēptā plāna, kas virza organizāciju uz mērķu sasniegšanu. Šajā gadījumā vadītājs ir veiksmīgs politiķis, kas prot izveidot koalīciju, kura palīdz viņam realizēt programmu ar minimālo pretestību, un atzīst precīzā darbības kursa proklamēšanas bezjēdzību pastāvīgo pārmaiņu pasaulē (1, 16–18).

Šī raksta ietvaros autore piedāvā izpētīt stratēģijas formulēšanas pamatprincipus, kā stratēģijas vadīšanas procesa sākumu – stratēģisko plānošanu. Pirmais elements stratēģiskās vadīšanas procesā – **definēt organizācijas misiju, vīziju un galvenos mērķus**. Organizācijas misija, vīzija un galvenie mērķi sniedz kontekstu, kura ietvaros tiek formulēta plānotā stratēģija un kritēriji, pēc kuriem tiek novērtētas neplānotās stratēģijas. Misija sniedz priekšstatu un atbild uz jautājumu: kāpēc organizācija pastāv un kas tai būtu jādara. Vīzija sniedz priekšstatu par organizācijas noteikto nākotnes pozīciju. Savukārt galvenie organizācijas mērķi norāda, ko tieši organizācija cer realizēt vidējā un ilgtermiņa periodā. Visi stratēģiskie mērķi izriet no organizācijas misijas un vīzijas.

Organizācijas misija parasti tiek orientēta uz dažām sabiedrības un tirgus grupām: klienti/patērētāji, akciju turētāji, personāls, piegādātāji, konkurenti, valdība, apvienības un sabiedrība kopumā. Akcionāri iegulda kapitālu un gaida atbilstošus procentus no investīcijām, personāls piedāvā cilvēkresursus un gaida atbilstošu atalgojumu un apmierinātību ar darbu, klienti – pieņemamas cenas, piegādātāji – atkarīgus pircējus, valdība – likumdošanas ievērošanu utt., bet sabiedrība kopumā – dzīves kvalitātes uzlabošanu. Tomēr organizācija nevar apmierināt visus pretendētus ar iespējamajiem labumiem. Dažādu grupu intereses var konfliktēt, un tikai atsevišķām organizācijām ir resursi, lai uzraudzītu visus interesentus. Prasība attiecībā uz atalgojumu konfliktē ar procentiem no investīcijām, un organizācijai jāizdara izvēle, kurš no pretendentiem ir svarīgāks un prioritārs stratēģijas izpratnē: jāidentificē visi pretendenti; jāidentificē viņu intereses un ieinteresētības pakāpe, rezultātā – jāidentificē, ko interesenti sagaida no organizācijas, interesenti jāidentificē prioritārajā secībā un jāidentificē stratēģiskās problēmas.

Definējot stratēģijas misiju, organizācijas vadītājam tiek rekomendēts iekļaut misijas definīcijā organizācijas darbības virziena (biznesa) definīciju, galveno mērķu un organizācijas filozofijas formulējumus.

Otrais elements stratēģiskās vadīšanas procesā ir **ārējās vides analīze**. Galvenais analīzes mērķis ir noteikt ārējās vides (ārpas organizācijas) iespējas un draudus. Gan iespējas, gan draudi jātestē nozarē, kurā organizācija darbojas (tieši ietekmējošie faktori), arī – plašākajā makrovīdē (netieši ietekmējošie faktori). Nozares vidi raksturo: konkurenti (esošie un potenciālie), piegādātāji, aizvietotāji un klienti.

Svarīgi atcerēties arī nozares likumdošanu; sabiedriskās organizācijas un presi, kas var tieši ietekmēt organizācijas darbību.

Stratēģiskās vadīšanas trešais elements ir **iekšējās vides analīze**, kad jānosaka organizācijas vājās un stiprās puses. Analīze ietver organizācijai pieejamo resursu kvalitātes un kvantitātes noteikšanu ražošanā, marketingā, materiālo vērtību vadīšanā, informatīvajās sistēmās, personālā un finansēs. Multibiznesa iekšējās vides analīze iever arī visu darbības virzienu (biznesa) novērtēšanu organizācijas portfeli, katra virziena vājās un stiprās puses. Klasiskie iekšējās vides elementi ir organizācijas mērķi, tehnoloģijas, struktūra, darbinieki un darba kultūra (4, 83). Organizācijas ekskluzīvā kompetence (*distinctive competence*) kādā sfērā ir uzskatāma par priekšrocību, un tā neapšaubāmi var pozitīvi ietekmēt attīstību. Ekskluzīvās kompetences veicina produkta vai pakalpojuma augstu vērtību tirgū. Ekskluzīvā kompetence var būt īpaša tehnoloģija produkta ražošanai, līdz ar to tā ir unikāla organizācijas stiprā puse, bet diemžēl ar laiku konkurenti to var nokopēt. Lai izveidotu vai izlabotu ekskluzīvās kompetences, organizācijās tiek izstrādātas funkcionālās stratēģijas.

Nākamais solis stratēģiskajā vadīšanā ir alternatīvo stratēģiju sēriju izstrāde. Stratēģisko alternatīvu izpēti un analīzi lietderīgi veikt ar SVID matricas palīdzību. Saskaņā ar SVID analīzes matricu pastāv četri stratēģijas veidi:

- SI (stiprās puses un iespējas) stratēģija: potenciāli veiksmīga stratēģija, kas ļauj izmantot organizācijas stiprās puses un ārējās vides iespējas savā labā;
- VI (vājās puses un iespējas) stratēģija: tā ir potenciālā attīstības stratēģija, izmantojot ārējās vides iespējas un labumus uzlabot savas vājās puses; stratēģijas mērķis ir mazināt vājumu un paplašināt iespējas;
- SD (stiprās puses un draudi) stratēģija: organizācijai jāizmanto savas stiprās puses, lai pārvarētu ārējās vides draudus; mērķis ir palielināt spēku un samazināt draudus;
- VD (vājās puses un draudi) stratēģija: organizācijai ir nopietna krīze, organizācija jālikvidē vai jāapvienojas, vai jāatsakās no kāda darbības virziena.

Lai izvēlētos optimālāko stratēģiju, potenciālās stratēģijas savstarpēji jāsalīdzina, ņemot vērā katras alternatīvās spējas sasniegt galvenos mērķus.

2. Stratēģijas izstrādāšanas pamatprincipi Baltijas valstīs un to salīdzinājums

Muitas savienība ir Eiropas Savienības (turpmāk – ES) ekskluzīva kompetence. Ņemot vērā, ka ES ir vienota nostāja muitas stratēģiju izstrādē un muitas uzdevumi un funkcijas visās dalībvalstīs ir līdzīgas, autore piedāvā apskatīt Baltijas valstu stratēģijas, ņemot vērā Latvijas, Igaunijas un Lietuvas līdzīgo vēsturisko attīstību, t.sk. dalību PSRS, neatkarības atgūšanas laiku, vienlaicīgo iestāšanos ES un ģeogrāfisko stāvokli. Autore piedāvā identificēt, vai katrā stratēģijā ir noteikta vīzija, misija un mērķi; vai tie ir līdzīgi, ņemot vērā ES vienotu nostāju muitas dienesta attīstībā, kā arī pievērst uzmanību tam, vai, izstrādājot stratēģijas, tiek veikta muitas dienesta ārējās un iekšējās vides analīze.

Galvenie ES normatīvie dokumenti muitas lietās ir Muitas kodekss un Muitas noteikumi, kas nosaka izpildes kārtību Kopienas Muitas kodeksam. 27 dalībvalstis īsteno ES muitas politiku un muitas kodeksa normas un prasības. ES muitas teritorija ir viena no lielākajām tirdzniecības teritorijām pasaulē ar 500 miljoniem iedzīvotāju. 2007. gadā ES muitas teritorijā tika noformēti 183 miljoni deklarāciju jeb viena deklarācija katrās piecās sekundēs (5, 2). Šādu milzīgu deklarāciju apjomu, neradot lielu aizkavēšanos un nepieļaujot pretlikumīgu, nevēlamu vai nelegālu apriti, spēj apstrādāt tikai ļoti efektīvas muitas iestādes (6, 2).

Latvijas iestāšanās ES bija nozīmīgs izaicinājums Latvijas muitas dienestam. 2001. gada 5. decembrī Valsts ieņēmumu dienesta (turpmāk – VID) padomes sēdē tika apstiprināta VID muitas darbības stratēģija 2001.–2005. gadam, kas paredzēja galvenos darbības virzienus, lai muitas dienests spētu pildīt pienākumus pēc Latvijas iestāšanās ES. 2004. gada 1. maijā kļūstot par ES dalībvalsti, Latvija, līdzīgi citām jaunajām ES dalībvalstīm, apņēmas pievienoties nolīgumiem vai konvencijām, kas ir saistošas ES vecajām dalībvalstīm.

Aktuālais stratēģiskās attīstības virziens un darbības uzdevums ir vienot sabiedrību, uzņēmējus un VID darbiniekus kopīgu mērķu sasniegšanai. Muitas darbības stratēģija 2005.–2009. gadam nosaka Latvijas muitas dienesta nākotnes vīziju: “Muita ir moderns, profesionāls un labi nodrošināts dienests, kas īsteno sabiedrības un vides efektīvu aizsardzību un nodrošina muitas noteikumu ievērošanu uz ES ārējās robežas un valsts teritorijā, sabalansējot to ar legālās ārējās tirdzniecības veicināšanu.” (9, 4)

Stratēģijas īstenošanas un ieviešanas rezultātā muita saskaņā ar noteikto misiju:

- savā darbībā reaģēs uz starptautisko situāciju drošības jomā un aizsargās sabiedrību un vidi no ārējiem draudiem;
- vienlaicīgi nodrošinās muitas noteikumu precīzu piemērošanu, ņemot vērā vienlīdzīgu attieksmi pret visiem klientiem, atvieglojot starptautisko tirdzniecību, saglabājot muitas kontroli un formalitātes tādā līmenī, kas nepieciešams efektīvas kontroles veikšanai;
- savu darbību veiks, aizsargājot Eiropas Savienības ārējo robežu un sadarbojoties ar citām nacionālajām un starptautiskajām institūcijām;
- nodrošinās savas darbības atbilstību Eiropas Savienības prioritātēm.

Latvijai kā Eiropas Savienības dalībvalstij nepieciešams nodrošināt kvalitatīvu tehnisko aprīkojumu un darbinieku kvalifikāciju, atalgojumu un sociālās garantijas atbilstoši Eiropas Savienības līmenim (9, 4).

Stratēģija nosaka:

- piecas galvenās organizācijas vērtības:
 - lojāls personāls un augsta atbildības sajūta par organizācijas mērķu sasniegšanu;
 - modernas vadības metodes; profesionalitāte;
 - godīgums un atklātība;
 - komunikācija un sadarbība;

- vienlīdzīgas un taisnīgas attieksmes nodrošināšana (9, 5) un
- trīs muitas stratēģiskos mērķus:
 - aizsargāta sabiedrība, ekonomika un vide, veicot muitas noteikumu pārkāpumu un noziedzīgu nodarījumu novēršanu un atklāšanu;
 - uzlabota starptautiskās tirdzniecības vide, precīzi aprēķināti un iekasēti muitas maksājumi;
 - efektīva muitas dienesta darbība: muitas darbā tiek izmantotas efektīvas, mūsdienīgas darba metodes, aprīkojums un jaunākās informācijas tehnoloģijas; muitas dienesta struktūra ir organizēta funkcionāli un efektīvi; muiā ir apmierināti, motivēti un lojāli darbinieki, droša, moderna un darbinieku izaugsmi veicinoša darba vide (9, 5).

Izstrādājot gan kopējo VID attīstības stratēģiju, gan muitas darbības stratēģiju, tika ņemtas vērā nacionālās un ES attīstības politikas prioritātes, vadlīnijas un prasības, kuras ir iekļautas un apstiprinātas nacionālajos un ES politikas plānošanas un stratēģiskās plānošanas dokumentos. Stratēģijas īstenošanas instruments ir stratēģijas ieviešanas plāns, kurā noteikti mērķu sasniegšanai veicamie uzdevumi un pasākumi uzdevumu izpildei, termiņi un atbildīgie, kvalitatīvie un kvantitatīvie rādītāji, kā arī nepieciešamie resursi. Nepieciešamais budžeta finansējums tiek paredzēts saskaņā ar šo plānu. Savukārt atsevišķus un vienreizējus uzdevumus tika paredzēts īstenot projektu veidā, piesaistot ES palīdzības programmas. Papildus tam, lai nodrošinātu uzdevumu izpildi un efektīvu resursu izmantošanu, tiek izstrādāti ikgadējie muitas rīcības plāni.

Tātad var secināt, ka Latvijas muitas stratēģijā ir definēta misija un vīzija, noteikti mērķi un galvenās organizācijas vērtības, savukārt nav atsaucies uz SVID analīzi. Līdz ar to Latvijas muitas dienesta stratēģiskajā plānošanā netiek lietota ārējās un iekšējās vides analīze, kā to paredz stratēģiskās vadīšanas teorija.

Lietuvas muitas administrācija ir Finanšu ministrijas pakļautībā, un atšķirībā no Latvijas un Igaunijas muitas Lietuvas muiā un Lietuvas nodokļu inspekcija ir divas neatkarīgas iestādes, kuras atrodas Finanšu ministrijas pakļautībā. Tādējādi autore uzskata, ka Lietuvas muiā vislabāk tiek īstenots subsidiaritātes princips muitas darbības organizācijas jautājumos.

Aktuālā Lietuvas muitas stratēģija tika apstiprināta ar Muiā departamenta ģenerāldirektora rīkojumu 2005. gada aprīlī. Jaunās stratēģijas izveide, tāpat kā citās ES dalībvalstīs, ir pamatota ar globalizācijas procesiem, internacionālā terorisma un draudu pieaugumu, informatīvo tehnoloģiju strauju attīstību. Tādējādi kopumā stratēģijas aktualizāciju ietekmējušas ārējās un iekšējās vides izmaiņas un izaicinājumi.

Lietuvas muitas darbības stratēģijas plānošanas periods ir seši gadi (2005–2010), un kopumā tas ir ļoti līdzīgs Latvijas muitas darbības stratēģijas plānošanas periodam (2005–2009). Būtiski atzīmēt, ka stratēģijai kā neatņemams pielikums ir pievienota ārējās un iekšējās vides analīze. Kopumā galvenie akcenti stratēģijā ir vērsti uz uzņēmējdarbības vides veicināšanu un pilnveidošanu, sabiedrības un tirgus aizsardzību, kā arī efektīvu nodokļu funkciju vadīšanu.

Svarīgi atzīmēt, ka Lietuvas muitas stratēģijā ir skaidri definēta tās vīzija – Lietuvas muita ir elastīga, caurskatāma, efektīva un uzticama valsts pārvaldes institūcija, kas orientēta uz labāko ES dalībvalstu muitu pieredzi, aizsargājot sabiedrību no nelikumīgas ārējās tirdzniecības zaudējumiem un veicinot labvēlīgu vidi uzņēmējdarbības attīstībai (7). Kopumā vīzija ir līdzīga Latvijas muitas vīzijai, kurā tiek likts akcents uz iekšējās vides stiprināšanu (moderns, profesionāls un labi nodrošināts dienests) un bilanci starp efektīvu kontroli un ārējās tirdzniecības veicināšanu. Tomēr pastāv nelielas atšķirības muitas vīzijā. Lietuvas muita savā nākotnes redzējumā papildus akcentē sabiedrības uzticības jautājumu, bet, raksturojot iekšējo vidi, fokusējas uz jaunās publiskās pārvaldes principiem: elastību, caurskatāmību un efektivitāti, kā arī uzsver labākas prakses nozīmi savā attīstībā.

Lietuvas misija tiek orientēta uz trim pamatvirzieniem:

- nodrošināt sabiedrības un tirgus drošību un aizsardzību, piemērojot efektīvu muietošanas uzraudzību un attīstot nacionālo un ārējo sadarbību;
- garantēt muitas kompetencē esošo nodokļu iekasēšanu;
- izveidot labvēlīgu uzņēmējdarbības attīstības vidi, realizējot modernās darba metodes un izveidojot elektronisko muitas vidi (7).

Latvijas misija noteikta daudz plašāk, paredzot piecus pamatvirzienus, kas salīdzinājumā ar Lietuvas misiju papildināti ar iekšējās vides stiprināšanu (tehnisko aprīkojumu, darbinieku kvalifikāciju, atalgojumu un sociālajām garantijām) un vienlīdzīgu attieksmi pret visiem klientiem, kā arī darbības atbilstību ES prasībām. Pēdējais (darbības atbilstība ES prasībām), pēc autores uzskatiem, ir lieks precizējums, jo šī prasība ir ļoti vispārēja un neraksturo attīstības virzienu. Pēc autores domām, Lietuvas muitas misijas formulēšana ir lakoniskāka un precīzāk sniedz priekšstatu par muitas attīstības virzieniem. Piemēram, plašajā Latvijas misijas formulējumā tieši nav minēta elektroniskā muitas vide, kas mūsdienās ir viens no galvenajiem stratēģiskajiem aspektiem (elektroniskā muitas vide ir minēta starp procesu mērķiem dažādos uzdevumos).

Nemot vērā Lietuvas muitas vīziju un misiju, stratēģija definē prioritāras darbības sfēras un stratēģiskos mērķus:

- tirgus un sabiedrības aizsardzība, nodokļu administrēšana – aizsargāt no ārējās tirdzniecības draudiem, efektīvi cīnīties pret izvairīšanos no nodokļu nomaksas, uzlabot nodokļu aprēķināšanu un iekasēšanu, novērst muitas noteikumu pārkāpumus un citus kriminālus noziegumus;
- muitas vides pārraudzība – izveidot labvēlīgu uzņēmējdarbības attīstības vidi, izstrādājot nacionālos normatīvos aktus, pārstāvēt Lietuvas muitas intereses ES normatīvo aktu izstrādē, efektīvi sadarboties ar citām valsts institūcijām, ES iestādēm un citām muitas administrācijām, starptautiskajām organizācijām, nodrošinot sabiedrību ar operatīvu un kvalitatīvu informāciju;
- organizatoriskā attīstība – veicināt operacionālo efektivitāti, prasmi ātri adaptēties, elastību un konkurētspējīgo organizāciju (7).

Katrai darbības sfērai un atbilstošam stratēģiskajam mērķim stratēģija nosaka uzdevumus (kopumā 17). Salīdzinot ar Latvijas muitas stratēģiskajiem mērķiem

un uzdevumiem, to skaits ir daudz lielāks. Latvijas muitas stratēģija paredz trīs stratēģiskos mērķus, 13 apakšmērķus un 45 uzdevumus. Līdz ar to var uzskatīt, ka Lietuvas un Latvijas muitas stratēģijas atšķiras savā hierarhijā un Latvijas muitas stratēģijas struktūra ir ne tikai vertikāli lielāka, bet arī horizontāli plašāka. Tomēr nevar viennozīmīgi apgalvot, kāda struktūra ir labāka. Savukārt jāpiebilst, ka stratēģisko rezultātu sasniegšanu nepārprotami ietekmē stratēģijas īstenošanas pasākumi.

Lietuvas muitas vadība uzskata, ka stratēģijas īstenošana ir atkarīga no tā, vai citas valsts institūcijas atzīst Lietuvas muitu par iestādi, kas aizsargā sabiedrības intereses, un saprot Lietuvas muitas stratēģijas nozīmīgumu. Tiek uzsvērts arī, ka katram muitas darbiniekam jāsaprot stratēģisko mērķu nozīmi un ne tikai jāizstrādā instrumenti un pasākumi to ieviešanai, bet arī tie jāpilda. Kā nākamais nosacījums stratēģijas ieviešanai ir minēts adekvāts augsti kvalificēto darbinieku skaits. Ceturtais ieviešanas instruments ir sabiedrības pozitīvais priekšstats par muitu kā valsts varas orgānu un attiecīga autoritāte un cieņa. Papildus tam ir nepieciešama savstarpējā sadarbība starp muitu un publisko sektoru, kā arī to savstarpējā attīstība. Pēdējais nosacījums ir adekvāts finansējums muitas darbībai un modernizācijai. Stratēģijas īstenošanai tiek paredzēti gada plāni, pirms tās izstrādes notiek vidējā termiņa un ilgtermiņa stratēģisko mērķu un to izpildes kritēriju savstarpējā saskaņošana un noteikšana. Finanšu atbalstu un atbilstošus resursus mērķu sasniegšanai saņem tās aktivitātes, kas ir paredzētas darbības plānos. Papildus jāatzīmē, ka katrai darbībai ir noteikti izpildes kritēriji un regulāri notiek to izpildes gaitas uzraudzība.

Salīdzinot Lietuvas un Latvijas muitas stratēģijas ieviešanas instrumentus, jāatzīst, ka Lietuvas muitas vadība vairāk uzmanības pievērš ārējās vides elementiem un to integrēšanai un iesaistīšanai stratēģijas īstenošanā. Savukārt Latvijas muitas vadība savā stratēģijā paziņo, ka tās īstenošanas instrumenti ir tikai stratēģijas ieviešanas plāni un ES un muitas darbības nodrošināšanai budžeta programmai piešķirtie finanšu līdzekļi, taču nekas nav minēts par ārējās vides un iekšējās vides atbalstu un nosacījumiem muitas stratēģijas īstenošanai.

Papildus jāatzīmē, ka Lietuvas muitas stratēģijā ir atsauce uz pasaules, ES un nacionālajiem politiskajiem un stratēģiskajiem dokumentiem, kas bijuši par pamatu stratēģijas izstrādei. Tomēr kā mīnusu stratēģijas izstrādē var minēt organizācijas vērtību definīcijas trūkumu, kā arī cilvēkresursu nozīmes neatzīmēšanu muitas attīstībā.

Tādējādi autore uzskata, ka salīdzinājumā ar Latvijas muitas stratēģiju Lietuvas muitas stratēģijai ir šādas priekšrocības: tiek definēta misija, vīzija un galvenie mērķi, kā arī prezentēta ārējās un iekšējās vides analīze, kas liecina par visu stratēģijas izstrādāšanas pamatprincipu ievērošanu. Lakoniski un precīzi tiek definēti stratēģiskie mērķi, stratēģisko mērķu līmenī tiek atzīmēta elektroniskā muitas vide un lielākā uzmanība tiek pievērsta stratēģijas ieviešanas nosacījumiem un instrumentiem. Latvijas muitas vadībai, turpmāk izstrādājot savas darbības stratēģijas, kā labākas prakses piemērs būtu jāņem vērā Lietuvas muitas stratēģiskās vadīšanas prakse.

Igaunijas muitas administrācija kopā ar Nodokļu administrāciju veido vienu iestādi un ir Finanšu ministrijas pakļautībā. Igaunijas nodokļu un muitas stratēģija ir izstrādāta kā vienots dokuments muitas un nodokļu administrācijai: Igaunijas

nodokļu un muitas stratēģiskais plāns 2005–2008. Kā redzams, visām trim Baltijas valstīm ir atšķirīgi plānošanas periodi, savukārt sākuma gads ir vienāds. Igaunijas nodokļu un muitas stratēģija jau sākotnēji savā nosaukumā satur vārdu “plāns”, kas nav raksturīgs abām pārējām Baltijas valstīm.

Stratēģijas plāns akcentē klienta centrālo lomu, vienādo attieksmi pret visām personām, sadarbības nozīmīgumu ar citām valsts iestādēm, citām valstīm, ES institūcijām, komersantiem un nekomerciālajām organizācijām. Ar stratēģiju noteiktie mērķi veido pamatu ikgadējo attīstības un rīcības plānu izstrādei.

Igaunijas nodokļu un muitas misija ir noteikta šādi: efektīva un precīza nodokļu administrēšana, uzņēmējdarbības vides veicināšana un sabiedrības un ekonomikas aizsardzība (8, 1). Savukārt nākotnes redzējums – vīzija – tiek definēta: muitas un nodokļu darbības sfēra ir cieši saistīta ar ES un Igaunijas ekonomisko un sociālo politiku un ir atkarīga no sabiedrības attīstības un attieksmes. Igaunija un ES ir saistītas kopā ar nākotnes perspektīvām, veidojot pievienoto vērtību, ar izglītotu, motivētu un kompetentu darbaspēku, integrējot informatīvo tehnoloģiju risinājumus, veicinot pētījumus un attīstību, no vienas puses, savukārt, no citas puses, izmantojot Igaunijas ģeogrāfiskā stāvokļa priekšrocības kā ES ārējo robežu ar vārtiem uz Krievijas Federāciju. Lai sekotu šīm perspektīvām, ir nepieciešams atbalsts un attiecīga vide – intelektuālā attīstība un augsta administratīvā kapacitāte (8, 1). Autore uzskata, ka Igaunijas vīzijas priekšvārds ir pārāk vispārīgs un vairāk raksturo vispārējo vidi un situāciju nekā muitas iestādes attīstību.

Iestādes nākotnes redzējums stratēģijā tiek definēts sešos pamatvirzienos:

- 1) orientēties uz novēršanas pasākumiem un būt secīgai savā rīcībā, ņemot vērā klientu un partneru iespējas un vajadzības;
- 2) aizsargāt ES un Igaunijas finansiālās intereses, administrējot nodokļus taisnīgi, efektīvi izdevumu ziņā, precīzi un, cik tas ir iespējams, klientiem ērti;
- 3) atbalstīt sadarbību ar valsts un privāto sektoru, saskaņošanu ar valsts politiku un stratēģijām, lai veicinātu pievienotās vērtības pieaugumu un loģistikas efektivitāti, paaugstinot Igaunijas konkurētspēju;
- 4) attīstīt sadarbību ar Krievijas muitu, lai atrastu labāko risinājumu klientu vajadzību apmierināšanai, tirdzniecībai starp Rietumiem un Austrumiem;
- 5) aizsargāt ekonomiku un sabiedrību no narkotikām, terorisma, nodokļu krāpšanas un kontrabandas, galveno akcentu fokusējot uz novēršanu un operatīvo pārkāpumu atklāšanu;
- 6) būt pievilcīgam darba devējam publiskajā sektorā ar efektīvu darba organizāciju un vadīšanu, ar karjeras un attīstības iespējām, kas nodrošina labvēlīgus darba apstākļus (8, 2).

Kopumā Igaunijas nodokļu un muitas vīzija atspoguļo kopējās tendences, tomēr līdzīgi Latvijas muitai nav akcentēta elektroniskās muitas vides nozīme. Savukārt stratēģijā ir atspoguļotas galvenās iestādes vērtības: godīgums, profesionalitāte, sadarbība, savstarpējā cieņa. Latvijas muitas vērtību ķēde ir plašāka un papildus Igaunijas noteiktajām vērtībām ietver lojālu personālu un augstu atbildības sajūtu par organizācijas mērķu sasniegšanu, modernas vadības metodes, atklātību,

komunikāciju, un, līdzīgi Igaunijas vērtībai, tiek deklarēta vienlīdzīgas un taisnīgas attieksmes nodrošināšana. Tomēr Igaunijas stratēģijā galvenās vērtības ir ne tikai noteiktas, bet arī tiek sniegts katras vērtības atšifrējums, novēršot atšķirīgu traktējumu un veicinot vienotu sapratni gan iestādes darbiniekiem, gan ārējiem klientiem.

Ņemot vērā noteikto misiju un vīziju, tiek definēti trīs galvenie rīcības un attīstības virzieni un stratēģiskie mērķi:

- 1) apkalpošana – uz klientu orientēta iestāde, uzticams partneris uzņēmējdarbības vides attīstībā, garantē secīgu, pareizu un caurskatāmu nodokļu aprēķināšanu;
- 2) sabiedrības un ekonomikas aizsardzība – uzticams partneris sabiedrības un ekonomikas aizsardzībā, likumdošanas pilnveidošana ar sapratnes pieeju attiecībā pret klientiem un sabiedrību kopumā, kontrole ir efektīva un balstās uz riska analīzi un novērtēšanu;
- 3) cilvēkresursu un organizācijas resursu attīstība – jauno veiksmīgo vadīšanas metožu un sistēmu piemērošana, nepārtraukta darba procesu pilnveidošana; darbiniekiem ir iespēja attīstīties, un viņi ir motivēti labāku rezultātu sasniegšanai; iestāde komunicē ar klientiem, partneriem un personālu, ievērojot savlaicīgas pareizas informācijas sniegšanas principu (8, 2–9).

Katram virzienam Igaunijā ir izstrādāta sava apakšstratēģija un noteikti indikatori, kas raksturo mērķa sasniegšanu. Stratēģisko mērķu sasniegšana tiek vērtēta ik gadu un ik ceturksni, salīdzinot noteiktos plānotos kritērijus un indikatorus ar sasniegtajiem rezultātiem.

Kā jau tika minēts iepriekš, Latvijas muitas stratēģija paredz trīs stratēģiskos mērķus, 13 apakšmērķus un 45 uzdevumus. Savukārt Igaunijas nodokļu un muitas stratēģija sastāv no 9 stratēģiskajiem mērķiem, 21 apakšmērķa un 66 uzdevumiem. Līdz ar to var uzskatīt, ka Igaunijas stratēģijas struktūra ir horizontāli plašāka. Tomēr viennozīmīgi nevar apgalvot, kāda struktūra ir labāka, turklāt jāņem vērā lielāks vadības apjoms (muitas un nodokļu administrācija).

Tomēr svarīgi atzīmēt, ka ne Igaunijas nodokļu un muitas stratēģijā, ne arī Latvijas muitas stratēģijā nav sniegta ārējas un iekšējās vides analīze, nav uzsvērtā elektroniskās muitas vides nozīme, kā arī kā vienīgais instruments stratēģijas ieviešanai ir minēts gada un ceturkšņa plāns. Līdz ar to kopumā var uzskatīt, ka Latvijas un Igaunijas stratēģijas pēc izstrādes un struktūras ir ļoti līdzīgas, bet ir nepieciešami uzlabojumi to pilnveidošanai.

Secinājumi

Baltijas valstu stratēģijas izstrāde ir pamatota ar globalizācijas procesiem, internacionālā terorisma un draudu pieaugumu, drošības garantēšanu, informatīvo tehnoloģiju strauju attīstību, nepieciešamību meklēt līdzsvaru starp kontroles un tirdzniecības veicināšanas pasākumiem.

Latvijas muitas stratēģijā ir definēta misija un vīzija, noteikti mērķi un galvenās organizācijas vērtības, savukārt nav atsauces uz SVID analīzi. Līdz ar to Latvijas muitas dienesta stratēģiskajā plānošanā netiek lietota ārējās un iekšējās vides analīze, kā to paredz stratēģiskās vadīšanas teorija.

Salīdzinājumā ar Latvijas muitas stratēģiju Lietuvas muitas stratēģijai ir šādas priekšrocības: papildus vīzijai, misijai un mērķiem tiek prezentēta ārējās un iekšējās vides analīze, kas liecina par visu stratēģijas izstrādes teorijas pamatprincipu ievērošanu. Lakoniski un precīzi tiek definēti stratēģiskie mērķi, stratēģisko mērķu līmenī tiek atzīmēta elektroniskā muitas vide un lielāka uzmanība tiek pievērsta stratēģijas ieviešanas nosacījumiem un instrumentiem. Latvijas muitas vadībai, turpmāk izstrādājot savas darbības stratēģijas, būtu jāņem vērā Lietuvas muitas stratēģiskās vadīšanas prakse. Tomēr kā mīnusu Lietuvas stratēģijas izstrādē var minēt organizācijas vērtību definīcijas trūkumu, kā arī cilvēkresursu nozīmes neatzīmēšanu muitas attīstībā.

Savukārt Igaunijas nodokļu un muitas stratēģijā, tāpat kā Latvijas muitas stratēģijā, nav sniegta ārējās un iekšējās vides analīze, nav uzsvērtā elektroniskās muitas vides nozīme, kā arī kā vienīgais stratēģijas ieviešanas instruments ir minēts gada un ceturkšņa plāns. Līdz ar to kopumā var uzskatīt, ka Latvijas un Igaunijas stratēģijas savā formulējumā un struktūrā ir ļoti līdzīgas.

Neskatoties uz katras valsts stratēģijas izstrādāšanas priekšrocībām, visām trim stratēģijām ir nepieciešami uzlabojumi to pilnveidošanai. Nākotnē Latvijas muitas dienesta vadībai būtu jāievēro visi stratēģijas izstrādāšanas pamatprincipi, t. sk. SVID analīze, un labākas prakses piemērs stratēģijas izstrādāšanas procesā.

LITERATŪRA

1. Hill, C. W. L., Jones, G. R. *Strategic Management. An Integrated Approach*. USA: Library of Congress Catalog Card Number 88-81335, ISBN 0-395-43411, 979 p.
2. *Стратегический менеджмент. Планирование, контроллинг, учёт рисков*. Ред. А. Н. Петров. Питер: Питер Пресс, 2007 ISBN 978-5-469-00163-8, 496 стр.
3. Зуб, А. Т. *Стратегический менеджмент. Теория и практика*. Учебное пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс, 2004 ISBN 5-7567-0322, 415 стр.
4. Praude, V., Beļčikovs, J. *Menedžments*. Otrais pārstrādātais izdevums. Rīga: Vaidelote, 2001, ISBN 9984-507-52-1, 508 lpp.
5. *EU Customs Strategy*. Pieejams: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/policy_issues/customs_strategy/index_en.htm (sk. 20.09.2008.)
6. *Muitas savienības attīstības stratēģija*. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0169:FIN:LV:PDF> (sk. 20.09.2008.)
7. *Business strategy of the Lithuanian customs for 2005–2010*. Pieejams: <http://www.cust.lt/en/article?articleID=480> (sk. 21.09.2008.)
8. *Igaunijas nodokļu un muitas stratēģiskais plāns 2005–2008*. Pieejams: http://www.emta.ee/failid/MTA_Strat_eng.pdf (sk. 21.09.2008.)
9. VID muitas darbības stratēģija 2005.–2009. gadam. *VID ģenerāldirektora 2005. gada 24. marta rīkojums Nr. 570*. Pieejams: www.vid.gov.lv (sk. 26.02.2007.)

Summary

There are two basic components of the strategic management process: strategy formulation and strategy implementation. This work presents basic components of

strategy formulation and the comparative analysis of Baltic states customs strategies – how components of the strategy formulation are observed.

The basic components of strategy formulation include stating of the organization mission and setting of major goals, analysis of the organization's external and internal environment, and the selection of appropriate strategies.

The Latvian customs strategy defines the mission and major goals and the main organization values, but there is no SWOT analysis. In preparation of the strategy, the Latvian customs did not use the analysis of the external and internal environment of organizations since it entails strategic management process. The instrument of strategy implementation is the annual plan with the tasks to achieve the major goals, the actions to perform tasks, the deadlines, and persons responsible for the fulfillment of tasks and goals, quantity and quality indicators, and necessary resources.

The Lithuanian customs strategy, as in other EU member states, is founded on the globalization process, the increase of international terrorism and threats, as well as an exploding development of information technologies. In general, the actualization of strategies affects changes in the external and the internal environment and challenges. The Lithuanian customs strategy in comparison with the Latvian customs strategy has the following advantages: the external and the internal environment analyses are presented, giving evidence of a scientific approach to the strategy formulation process, strategic goals are defined exactly and succinctly, among them, digitalization of the customs is included, great attention is given to provisions and instruments of the strategy's implementation. Preparing a business strategy in the future, Latvian customs managers have to learn from the management practice (defined advantages) of the Lithuanian customs strategy as an example. Nevertheless, the lack of definition of organizational values and understanding that personnel resources are significant for the customs development are the minuses in the formulation of the Lithuanian customs strategy.

The external and the internal environment analyses are not presented in the Estonian tax and customs strategy; a digital customs environment and annual and quarterly plans are defined as exclusive instruments for the strategy's implementation, similarly to the Latvian customs strategy. In general, formulations and structures of the Latvian and Estonian strategies are very similar.

Regardless of each strategy's advantages, all strategies need to be improved and perfected; in the future Latvian customs managers have to make use of the scientific approach and best practice examples in the process of strategy formulation.

Keywords: *customs, strategies, strategy formulation, mission, vision, strategic goals and objectives, external and internal environment.*

Inovāciju koordinācijas modelis mobilā tīmekļa lietojumu projektiem

A Model for Coordination of Innovation of Mobile Web Application Projects

Jānis Krūmiņš

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte, Ekonomikas informātikas katedra

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *JanisKrumins@netscape.net*

Raksta mērķis ir izpētīt mobilā tīmekļa lietojumu jomā notiekošos inovāciju procesus un piedāvāt risinājumus, kas dotu iespēju paātrināt un padarīt efektīvāku šīs ļoti perspektīvās augsto tehnoloģiju nozares attīstību. Mobilā tīmekļa lietojumu attīstībā esošās problēmas iezīmējušās vairāku konkrētu mobilā tīmekļa lietojumu veidošanas procesā. Kā tas parasti pieņemts IT jomā, nodrošinašās tehnoloģijas un mobilās ierīces, no vienas puses, un mobilie lietojumi, no otras puses, tiek izstrādāti neatkarīgi viens no otra, to dara dažādas firmas un izstrādātāju grupas, kuras darba procesā nav cieši saistītas un nekoordinē savu darbību. Mobilo ierīču tehniskos parametrus nosaka galvenokārt ražošanas tehnoloģiju iespējas un ražošanas ekonomiskā lietderība. No otras puses, mobilie lietojumi visbiežāk tiek veidoti, rēķinoties ar mobilo ierīču dotajā brīdī sasniegtajām parametru vērtībām. Ja kādu potenciālu lietojumu pašreizējie mobilo ierīču parametri neapmierina, to vispār nesāk attīstīt, lai cik nozīmīgs tas arī būtu. Lietojumu projektu attīstība un ieviešana prasa zināmu laiku, kurā ierīču parametru vērtības spēj izmainīties ļoti ievērojami, kā rezultātā gatavais mobilais lietojums neizmanto visas ierīču iespējas un potenciālajiem lietotājiem tas gluži likumsakarīgi šķiet novecojis. Arī lietotāja faktors – viņa vajadzību un prasību evolūcija, ko nosaka mainīgā apkārtējā tehnoloģiskā vide, gandrīz nemaz netiek ņemts vērā. Tā rezultātā veidojas paradoksāla situācija, kad mobilo ierīču ražotāji iegulda milzīgus līdzekļus attīstībā, taču mobilo ierīču jaunās iespējas praktiski netiek izmantotas.

Rakstā īsumā aplūkota galveno inovācijas teoriju un inovācijas veicinošo politikas instrumentu evolūcija laika posmā no 1970. gadiem līdz mūsdienām un to pielietošanas iespējas konkrētajā situācijā. Līdztekus tam analizēta tehnoloģiskā situācija un attīstības procesi mobilo komunikāciju, mobilā tīmekļa un tā lietojumu jomās. Šāda salīdzinoša analīze ļāvusi atklāt vairākus faktorus un motīvus, kuri nosaka mobilā tīmekļa lietojumu attīstības procesā iesaistīto dalībnieku rīcību. Analīzes procesā parādījušies arī tādi inovācijas procesa aspekti, kas esošajās teorijās līdz šim pētīti nepietiekami, tādējādi mobilā tīmekļa inovāciju procesu izpēti var veicināt arī inovācijas teoriju attīstību. Pētījuma rezultātā izstrādāts un tiek piedāvāts mobilā tīmekļa lietojumu inovāciju koordinācijas modelis, izveidota tā struktūra, noskaidroti mobilā tīmekļa attīstības procesu komponenti un dalībnieki un viņu pastāvošās attiecības, kā arī vispārējais vilcienos iezīmētais uz modeļa bāzes veicamās lēmumu pieņemšanas procedūras.

Atslēgvārdi: mobilās komunikācijas, mobilais tīmeklis, mobilā tīmekļa lietojumi, inovācijas, inovāciju vadīšana, inovāciju koordinācija

Ievads

Šajā darbā aplūkotās problēmas iezīmējušās vairāku konkrētu mobilā tīmekļa lietojumu (ģimenes ārsta mobilais portāls, nekustamā īpašuma aģenta mobilais portāls, mobilais nodarbību saraksts (19) u. c.) veidošanas procesā. Mobilais tīmeklis ir viena no augsto tehnoloģiju jomām, kurā patlaban vērojama ļoti strauja attīstība. Pie tam, kā tas parasti pieņemts IT jomā, nodrošinošās tehnoloģijas un mobilās ierīces, no vienas puses, un mobilie lietojumi, no otras puses, tiek izstrādāti neatkarīgi viens no otra, to dara dažādas firmas un izstrādātāju grupas, kuras darba procesā nav cieši saistītas un nekoordinē savu darbību. Mobilo ierīču tehniskos parametrus parasti nosaka ražošanas tehnoloģiju iespējas un ražošanas ekonomiskā lietderība (derīgais iznākums) dotajā brīdī, daļēji arī prognozētās lietotāju potenciālās vajadzības. No otras puses, mobilie lietojumi visbiežāk tiek veidoti, rēķinoties ar mobilo ierīču dotajā brīdī sasniegtajām parametru vērtībām, labākajā gadījumā dažkārt izmantojot parametru īstermiņa prognozes, visbiežāk vienkāršu parametru vērtību ekstrapolāciju. Ja kādu potenciālu lietojumu pašreizējie mobilo ierīču parametri neapmierina, to vispār nesāk attīstīt, lai cik nozīmīgs tas arī būtu. Lietojumu projektu attīstība un ieviešana prasa zināmu laiku, kurā ierīču parametru vērtības paspēj izmainīties ļoti ievērojami. Rezultātā gatavais mobilais lietojums neizmanto visas ierīču iespējas un potenciālajiem lietotājiem tas gluži likumsakarīgi šķiet novecojis. Taču lietotāja faktors – viņa vajadzību un prasību evolūcija, ko lielā mērā nosaka mainīgā apkārtējā tehnoloģiskā vide, resp., citi līdzīgi lietojumi, kā arī jauno ideju un iespēju pieņemšanas (akceptēšanas) procesa dinamika – gandrīz nemaz netiek ņemti vērā. Visa tā rezultātā veidojas paradoksāla situācija, kad mobilo ierīču ražotāji iegulda milzīgus līdzekļus attīstībā, taču mobilo ierīču jaunās iespējas praktiski netiek izmantotas. No otras (lietotāja) puses, lietotājs nopērk modernu (un dārgu) mobilo telefonu ar ļoti plašām iespējām, taču izmanto to gandrīz vienīgi sarunām, jo vajadzīgie lietojumi vēl nav parādījušies, kā arī pats lietotājs vēl nav gatavs būtiskām darba stila izmaiņām. Kā rāda darbā izmantotā statistika, mobilā tīmekļa lietotāju skaits patlaban ir ļoti neliels, salīdzinot ar kopējo mobilo komunikāciju lietotāju skaitu. Nelielais lietotāju skaits nozīmē arī nelielu naudas apgrozību mobilā tīmekļa lietojumu jomā, kā rezultātā IT firmas diezgan negribīgi pievēršas mobilo lietojumu attīstīšanai, piedāvāto jauno lietojumu nav daudz, kas, protams, nesekmē lietotāju skaita strauju pieaugumu – veidojas “apburtais loks”, un kopumā tehnoloģiju un lietojumu attīstības process mobilā tīmekļa jomā ir neattaisnojami lēns.

Raksta mērķis ir izpētīt iepriekš aprakstīto parādību cēloņus un piedāvāt risinājumus, kas ļautu efektīvāk vadīt mobilā tīmekļa lietojumu jomā notiekošos procesus. Mobilo komunikāciju un mobilā tīmekļa attīstības process neapšaubāmi ir inovāciju virkne saskaņā ar visām klasiskajām un mūsdienu inovāciju definīcijām (4, 12, 45). Taču, kā skaidri parāda raksta 1. daļā īsumā aplūkotā galveno inovācijas teoriju un inovācijas veicinošo politikas instrumentu evolūcija laika posmā no 1970. gadiem līdz mūsdienām, inovācijas teorijās līdz šim inovāciju mijiedarbība pēdīta nepietiekami, līdz ar to netiek piedāvāti arī instrumenti aplūkotās un tai līdzīgu problēmu risināšanai. Raksta 2. daļā aplūkotā tehnoloģiskās situācijas un attīstības procesu analīze mobilo komunikāciju, mobilā tīmekļa un tā lietojumu jomās ļāvisi atklāt vairākus būtiskus faktorus un motīvus, kuri nosaka mobilā tīmekļa lietojumu attīstības procesā iesaistīto dalībnieku rīcību. Analīzes procesā parādījās

tādi inovācijas procesa aspekti, kuri, kā jau minēts, esošajās teorijās līdz šim pētīti nepietiekami, tādējādi mobilā tīmekļa inovāciju procesu izpēte var veicināt arī inovācijas teoriju attīstību. Pētījuma rezultātā izstrādāts un tiek piedāvāts mobilā tīmekļa lietojumu inovāciju koordinācijas modelis, izveidota tā struktūra, noskaidroti mobilā tīmekļa attīstības procesu komponenti un dalībnieki un viņu attiecības, kā arī vispārējos vilcienos iezīmētas uz modeļa bāzes veicamās lēmumu pieņemšanas procedūras.

1. Inovāciju teorijas

J. Šumpēters (45) rakstīja, ka inovācija ir “industriālā mainīguma process..., kas nemitīgi revolucionē ekonomiskās struktūras no iekšpuses, nemitīgi sagraujot veco, nemitīgi radot jauno. Radošās destruktijas process ir kapitālisma būtiska iezīme”. Un vēl: “..uzņēmēja funkcija ir ražošanas veida reformēšana vai revolucionēšana, izmantojot izgudrojumu, vai, plašākā skatījumā, vēl neizmantotu tehnoloģisku iespēju jaunas preces ražošanai, vai arī esošās preces ražošanai jaunā veidā, vai arī, reorganizējot industriju, jauna materiālu piegāžu avota vai jauna preču noieta tirgus atvēršana.”

P. Drukers (4) uzsvēra inovācijas sociālo un ekonomisko aspektu, pretstatā tīri tehniskajam aspektam. P. Drukers norādīja uz vairākiem iekšējiem un ārējiem inovācijas iespējas avotiem:

- negaidīta veiksmē / neveiksmē / gadījums – notiekošo, pagaidām nemanāmo pārmaiņu simptoms;
- neatbilstība – inovācijas iespējamības simptoms;
- procesa vajadzība;
- industrija / tirgus;
- demogrāfiskās pārmaiņas;
- jaunas zināšanas.

Nemot vērā ES valstu samērā nelabvēlīgo situāciju inovāciju jomā salīdzinājumā ar Japānu un ASV (44), ES dokumentos inovācijas tiek plaši diskutētas. Vispāratzīts, ka inovācija ir ekonomikas pieauguma un konkurences priekšrocību galvenais avots gan firmām, gan valstīm.

ES dokumentos (12) inovācija tiek definēta kā “produktu un pakalpojumu atjaunināšana, produktu un pakalpojumu klāsta un ar tiem saistīto tirgu paplašināšana, jaunu ražošanas, piegāžu un izplatīšanas metožu izveidošana, pārmaiņu ieviešana pārvaldē, darba organizācijā, darba apstākļos un darbaspēka kvalifikācijā”.

Dramatisko pārmaiņu periodā pēc II Pasaules kara parādījās jaunas inovāciju teorijas. Pēc dažām pozitīvām pēckara desmitgadēm bija vērojama ekonomikas pieauguma tempu samazināšanās. Lai gan notika tehnoloģiskie izrāviņi, taču to ietekme uz produktivitāti uzreiz nebija jūtama. Pieauga imports no valstīm ar lētu darbaspēku, kas savienojumā ar jauniem investīciju modeļiem un arī organizatoriskām pārmaiņām radīja ekonomikas dezorganizāciju, bija vērojama reģionālā stagnācija, auga bezdarbs. Esošās teorijas nevarēja izskaidrot šīs izmaiņas un paradoksus.

Produktivitātes pieauguma samazināšanās 1970. un konkurences problēmas 1980. gados skaidri parādīja 1950.–1960. gadu modeļu nepilnības (31). Kā viens no iemesliem tiek minēts šo teoriju duālais skatījums uz tehnoloģijām kā “kapitālā iemiesotām zināšanām”, no vienas puses, un “starpproduktiem”, ko radījušas ārējas zināšanas, no otras puses, pie kam zināšanas pašas tika uzskatītas kā radniecīgas publiski pieejamai informācijai. Tāds vienkāršojums pieļāva iespēju, ka tehnoloģija var tikt izmantota jebkura produkta vai pakalpojuma radīšanai, kuru savukārt var pirkt un pārdot tirgū. Informācija savukārt tika uzskatīta par brīvi pieejamu un nekonkurējošu tādā nozīmē, ka daudzi cilvēki var izmantot informāciju vienlaikus, nesamazinot tās vērtību. Informācijas nodošana tika uzskatīta par bezmaksas procesu. Tā tika traktēta kā “mācīšanās caur darbošanos” rezultāts. Vēlākos gadu desmitos gan tika mēģināts precīzāk novērtēt informācijas lomu, darbaspēks tika diferencēts pēc iemaņu un zināšanu līmeņa, industrijas – pēc pētniecības darbu intensitātes, taču sākotnējie pieņēmumi, ka informācija ir vispārpieejams labums un inovācija ir process, kas tieši un automātiski saistīts ar pētniecības un projektēšanas darbu izdevumiem, produktivitātes kāpumu un komerciāliem panākumiem, palika nemainīgi. Novērojumi tomēr radīja šaubas par šāda lineāra (pētniecība → konkurētspēja tirgū) modeļa teorētisko un praktisko noderīgumu (34, 5, 35).

Inovāciju “lineārajā modelī”, kā raksta Linns Mitelka un Keits Smits (31), tehnoloģiskajai informācijai jābūt apveltītai ar šādām īpašībām:

- jābūt vispārējai – plaši izmantojamai daudzās firmās un ražošanas nozarēs;
- jābūt apkopotai pabeigtā un lietojamā formā, lai to varētu viegli nodot lietošanai citām personām;
- jābūt pieejamai bez maksas (tiek uzskatīts, ka datu pārraides izmaksas var neņemt vērā), saņemot un lietojot informāciju, firmām nav jāsaskaras ar diferencētu izmaksu barjeru;
- jābūt neatkarīgai no konteksta – firmām ir vienlīdzīgas iespējas pārveidot iegūtās zināšanas savas ražošanas iespējās.

Kas ietilpst lineārajā modelī? Lineārais modelis ir skatījums uz apstākļiem un to noteiktām industriālām tehnoloģiskām pārmaiņām (6). Inovācijas process balstās uz kāda meklējuma vai atklājuma, tā rezultātā tiek radīti jauni zinātniski vai tehnoloģiski principi, inovācijas procesā atklājuma pavērtās iespējas tiek realizētas dzīvē. Tomēr lineārais modelis ļoti reti tiek definēts pilnīgi visās detaļās. Parasti tiek aprakstīta pieeja politikas mērķiem un instrumentiem četrās galvenajās dimensijās:

- 1) sabiedrības tehnoloģiskās spējas nosaka zināšanu līderis;
- 2) zināšanas ir definētas abstrakti, zinātniski un pēc tam tiek konkretizētas un nodotas industriālajai ražošanai;
- 3) zināšanu nodošanas (translācijas) process ir savā būtībā secīgs, tam ir vairākas institucionāli noteiktas fāzes, kurām jānotiek noteiktā secībā;
- 4) pieeja ir tehnokrātiska – tehnoloģiskās izmaiņas tiek apskatītas kā materiālu iekārtu projektēšana un radīšana.

Lineārais modelis var tikt veidots firmas līmenī (pētījumi un projekti → produkti → mārketingi), vai arī visas ekonomikas līmenī (fundamentālie pētījumi → lietišķie pētījumi un projekti → inovācijas → zināšanu komercializācija).

Turpmāk inovāciju pētnieki, sākot ar 1980. gadiem, sāka apšaubīt gan neoklasisko ekonomikas augšanas modeli, gan idejas, kas attiecas uz zināšanām, kā arī inovāciju lineāro modeli. Jaunās evolucionārās ekonomikas teorijas ietvaros tika izveidoti inovācijas procesa nelineārie modeļi, kuri ietvēra sevī atgriezeniskās saites starp: 1) pētniecību, esošo zinātnisko un tehnoloģisko zināšanu kopumu, 2) potenciālo tirgu, 3) izgudrojumu, 4) inovācijas procesa dažādajiem soļiem (35). Šie modeļi uzsvēra inovācijas procesa nenoteiktību un neprognozējamību (43) un pasvītvoja inovāciju klasteru dinamisko ietekmi kā pretstatu atsevišķām inovācijām. Firmu sāka uzskatīt par plašākā institucionālā kontekstā ietvertu “organizāciju, kas mācās” (24). Uzsvars tika likts uz zināšanām, mācīšanos un interaktīvu sadarbību starp dalībniekiem, kas, kā tika uzskatīts, rada “inovāciju sistēmas” (32, 25, 7, 8, 33). Jaunā pieeja pievērsa uzmanību “nacionālajai un lokālajai videi, kurā organizatoriskā un institucionālā attīstība sekmēja tādu interaktīvo mehānismu augšanu, uz kuriem balstās inovācijas un tehnoloģiju difūzija” (36). Tādējādi tika veidots skatījums uz inovāciju kā atkarīgu gan no iepriekš noietā ceļa, gan vietas specifikas.

Rezumējot šī perioda inovāciju pētījumus, var teikt (31), ka ir vismaz septiņi plašāk zināmi rezultāti, kuri apstiprināti ar plaši zināmiem datiem un empīriskiem pētījumiem daudzās valstīs un industrijās:

- 1) inovācijas notiek tikai “augsto tehnoloģiju” industrijas relatīvi šaurā grupā, dati par inovācijām, t. sk. ES, rāda, ka inovācijas notiek visās Eiropas valstīs, pie tam nozares, kas tiek uzskatītas par tradicionālām, vai nobriedušām, vai “low-tech”, bieži rada vērā ņemamus pārdošanas apjomus no tehnoloģiski jauniem produktiem, arī pakalpojumu sektors ir inovatīvs (jāņem vērā, ka visās attīstītajās ekonomikās pakalpojumu sektors ir vislielākais);
- 2) firmas investē inovāciju “ieejas” plašā spektrā – apmācībā, prototipēšanā, iekārtu iegādē, projektēšanā, tirgus pētījumos utt.;
- 3) firmas reti inovē bez tehnoloģiskas kooperācijas un sadarbības, publiskā infrastruktūra (universitātes, pētniecības institūti) ir svarīgi sadarbības partneri;
- 4) katra inovācija sevī ietver ļoti nopietnu nenoteiktību, gan tehnoloģiskā, gan ekonomiskā nozīmē, ļoti reti ir iespējams, kaut vai vispārējos vilcienos, paredzēt inovācijas ceļu, kā arī paredzēt inovācijas (jaunu produktu un procesu) ekonomisko iznākumu; firmas ļoti bieži pieļauj lielas prognozēšanas kļūdas, pat ja tās ir labi informētas un tās vada augsti kompetenti, zinoši cilvēki, – tas rada lielas problēmas ar inovācijām saistītu investīciju lēmumu pieņemšanā;
- 5) centrālais posms konkurences priekšrocību veidošanā ir inovāciju klasteri;
- 6) ideja, ka inovācija notiek firmās, nevar tikt uztverta kā pilnīgi neatkarīga lēmumu pieņemšana firmas līmenī, bez jau minētās sadarbības šeit ir arī plašāki faktori, kas nosaka firmas rīcību: sociālais un kulturālais konteksts, organizatoriskais un institucionālais ietvars, regulēšanas (pārvaldes) sistēmas, infrastruktūras, procesi, kas rada un izplata zinātnes atziņas (zināšanas) utt.;
- 7) ļoti svarīgs inovācijas priekšnoteikums ir zinātnes sistēma, stipra mijiedarbība starp zinātni un tehnoloģijām; lai gan zinātne nepiegādā izejmateriālu

inovācijām tieši, tā tomēr ir pamatelements industrijas zināšanu bāzēm visas ekonomikas mērogā.

Turpmākajos gados ir parādījušās jaunas inovācijas koncepcijas. Šo teorētisko evolūciju raksturo sociālo komponentu lomas palielināšanās inovāciju skaidrojumā, kurā pirms tam dominēja galvenokārt “taustāmas” kapitāla formas.

1950. gados inovācija tika apskatīta kā diskrets notikums, kas radās no zināšanām, kuras radīja atsevišķi izgudrotāji un pētnieki, turpretī mūsdienās inovācija tiek uzskatīta drīzāk par rezultātu procesam, kura sekmes atkarīgas no zināšanu apmaiņas un sadarbības, šajā procesā iesaistīts liels skaits dalībnieku, kuri ir savstarpēji atkarīgi (20).

Šāda inovācijas koncepcijas evolūcija ir radījusi divas konsekvences:

- 1) inovācija vairs netiek uztverta kā notikums, kas ietver tikai tehnisku risinājumu attīstību, bet gan kā process, kas ietver arī sociālas sadarbības formas;
- 2) inovācija vairs netiek skaidrota tikai kā “taustāmu” kapitāla (fiziskā, finanšu utt.) formu kombinācija, bet tiek ņemtas vērā arī “netaustāmas” kapitāla formas, sevišķi sociālais kapitāls.

Šeit vismaz īsumā jāaplūko piecas secīgas uz zināšanām bāzētas inovācijas teorijas, kuras labi parāda sociālo komponentu arvien pieaugošo lomu uz zināšanām bāzētās inovācijas teorijās:

- 1) no zinātnes atvasinātas uz zināšanām bāzētas inovācijas (inženiertehniskā teorija);
- 2) no tirgus prasībām atvasinātas uz zināšanām bāzētas inovācijas (tirgus prasību teorija);
- 3) no tirgus dalībnieku saitēm atvasinātas uz zināšanām bāzētas inovācijas (saišu ķēdes teorija);
- 4) no tehnoloģiskajiem tīkliem atvasinātas uz zināšanām bāzētas inovācijas (tehnoloģiskā tīkla teorija);
- 5) no sociālajiem tīkliem atvasinātas uz zināšanām bāzētas inovācijas (sociālā tīkla teorija).

Uz zināšanām bāzēta inovācija vairs netiek uztverta kā diskrets notikums, kas rodas no atsevišķiem izolētiem indivīdiem, bet drīzāk tā tiek uzskatīta par:

- 1) problēmu risināšanas procesu;
- 2) procesu, kurš notiek galvenokārt firmās, nevis valdības aģentūrās vai valdības laboratorijās;
- 3) interaktīvu procesu, kas ietver attiecības starp firmām ar dažādiem dalībniekiem šo firmu vidē; šīs attiecības ir gan formālas, gan neformālas un tādējādi veidojas firmu tīkli;
- 4) diversificētu mācīšanās procesu – mācīšanās var notikt dažādās formās: “mācīšanās lietojot”, “mācīšanās darot”, “mācīšanās, daloties ar zināšanām” (24, 25); mācīšanās var notikt no ārējiem zināšanu avotiem, ārējā mācīšanās raksturo firmas zināšanu absorbcijas spējas;
- 5) procesu, kurā iesaistītas apkopotas zināšanas; tiek uzskatīts, ka apkopoto zināšanu apmaiņa ir būtiska, bet tomēr nepietiekama;

- 6) mācīšanās un apmaiņas interaktīvu procesu, kurā dalībnieku savstarpējā atkarība rada inovatīvu sistēmu.

Pirmā skaidri formulētā uz zināšanām bāzētas inovācijas teorija bija inženiertehniskā inovācijas teorija. Saskaņā ar šo teoriju inovācijas iespējas, tas ir, iespējas uzlabot produktu vai ražošanas procesu, parādās, izmantojot pētniecības rezultātus, fundamentālie un lietišķie pētījumi kalpo kā uzlaboto produktu un procesu informācijas avoti. Visās inženiertehniskajās teorijās inovācija tiek skaidrota tikai un vienīgi kā “taustāmu” kapitāla formu (tehnoloģiskā, fiziskā, darbaspēka, finanšu) kombinācija.

Tirgus prasību radītās inovācijas teorijas pamatojas uz alternatīvu viedokli – risinājumu ideju avots ir tirgus. Šīs teorijas joprojām centrālo lomu atvēl pētniecībai kā zināšanu avotam, kas ļauj uzlabot produktus un procesus. Taču tās pirmās ietver skaidrojumos arī organizatoriskus faktoros, tehniskā iespējamība joprojām tiek uzskatīta par inovācijas nepieciešamu nosacījumu, bet ne vairs par pietiekamu nosacījumu sekmīgai inovācijai. Lai nodrošinātu inovācijas sekmīgu attīstīšanu, jāņem vērā arī organizatoriskā iespējamība. Šajās teorijās inovācija tiek skaidrota kā “taustāmo” kapitāla formu un viena “netaustāma” faktora – informācijas par tirgu – kombinācija.

Lai pārvarētu apstākli, ka saikne starp zināšanām un tirgu nav tik automātiska un tieša, kā tas pieņemts inovācijas inženiertehniskajās un tirgus prasību teorijās, parādījās jauna teoriju paaudze – inovācijas saikņu ķēdes teorijas. Sākumā vairāk uzmanības tika veltīts saiknēm starp pētniecību un tirgu caur inženieriju, ražošanu, tehnoloģiju attīstību, mārketingu un pārdošanu. Vēlāk, 1980. gados, tika uzsverta informācija, kas veidojās no saiknēm starp firmu, tās klientiem un piegādātājiem. Šajās teorijās inovācija tiek skaidrota kā “taustāmo” kapitāla formu un vienas “netaustāmas” kapitāla formas – datu par klientiem un piegādātājiem, kas organizēti kā informācija inovatoriem, – kombinācija.

1980. gadu beigās un 1990. gados pētnieku grupa izveidoja tehnoloģisko tīklu teorijas ar nosaukumu “inovācijas sistēmas” (24, 25). Šo teoriju piekritēji pieņēma, ka inovatīvas firmas ir piesaistītas zināmai aģentu kopai caur sadarbības un informācijas apmaiņas tīkliem. Šis skatījums uzsvēr firmas ārējo informācijas avotu nozīmi (klienti, piegādātāji, konsultanti, valdības aģentūras, valdības laboratorijas, universitāšu pētījumi utt.). Jo stabilāka un intensīvāka ir sadarbība starp firmām un ārējiem informācijas avotiem, jo vairāk ticama būs vajadzīgās informācijas saņemšana. Produktu un procesu pilnveidošanai tātad ir nepieciešama gan tehniskā, gan tirgus, gan tīkla iespējamība. Šajās teorijās informācijas apmaiņa tiek apspriesta sadarbības, tīkla, partnerības terminos, uzsvāru liekot uz tehnoloģisko tīklu nozīmību. Tehnoloģisko tīklu teorijās inovācija tiek skaidrota kā “taustāmo” kapitāla formu un vienas “netaustāmas” kapitāla formas – tehnoloģiskā tīkla, kā instrumenta, ar kura palīdzību vāc un absorbē tehnoloģiju datus, kas tiek transformēti par informāciju, – kombinācija.

Inovāciju sociālā tīkla teorijas balstās uz divām senām idejām un jaunu skatījumu. Vecās idejas ir: inovāciju nosaka pētniecība (aizgūta no tehniskās teorijas) un interaktīvi procesi starp firmām un citiem dalībniekiem (aizgūta no inovāciju inženiertehniskā tīkla teorijām). Jaunais skatījums ir: inovāciju sekmēšanā arvien

lielāka nozīme ir zināšanām. Zināšanu kā ražošanas faktora un inovāciju determinanta pieaugošo nozīmi var izskaidrot ar laika gaitā uzkrāto tehnisko zināšanu arvien pieaugošo apjomu un komunikāciju tehnoloģiju izmantošanu, kas ļoti ātri padara šīs zināšanas pieejamas visā pasaulē.

Atšķirībā no tehnoloģiskā tīkla teorijām, kuras akcentē galvenokārt tehnoloģisko informāciju un zināšanas, inovāciju sociālā tīkla teorijas uzsver kontaktu un sadarbības stratēģisko lomu. Pēdējā laikā arvien biežāk izskan viedoklis, ka uz zināšanām balstītām inovācijām nepieciešami gan tehniskie rīki un informācija, gan sadarbības informācija un instrumenti (21). Tehniskie rīki nodrošina jaunās informācijas saņemšanu un izmantošanu, kā arī komunikācijas, bet tie nerada konkurences priekšrocības, jo ir brīvi pieejami visiem. Konkurences priekšrocības rada kontakti un sadarbība. Kontakti un sadarbība ir veids, kādā tiek organizēts biznesa gan firmas iekšienē, gan firmas ārējā vidē.

Evolūcija no inovāciju tehnoloģiskā tīkla teorijām uz sociālā tīkla teorijām notika apstākļos, kad par arvien lielāku problēmu kļuva informācijas pārveidošana zināšanās, t. i., informācijā, kura kontekstuāli saistīta ar produktu un ražošanas procesu attīstīšanu un uzlabošanu.

Lengrands un Šatrē (21) apgalvo, ka zināšanu tīkli ir kooperācijas tīklu jauna forma, zināšanu tīkli veidojas virs tehnoloģiskajiem tīkliem (kurus viņi definē kā kooperācijas tīklu pirmo formu).

Pēdējā desmitgadē inovācijas teorijas tiek samērā aktīvi iemiesotas politiskos risinājumos valstu un ES līmenī. Kā atzīmēts (12), Eiropai jāuzlabo situācija inovāciju jomā, lai būtu iespējams saglabāt augstu dzīves standartu, konkrēti runājot, Eiropa joprojām ir vāja, transformējot idejas jaunos produktos un pakalpojumos, bet nepieciešams arī uzlabot jaunu ideju ģenerāciju. Pēdējo gadu laikā Eiropa nav samazinājusi distanci ar ASV un vadošajām Āzijas valstīm inovāciju jomā. Dokumentā (12) apgalvots, ka inovācijas ir daudz vairāk ģeogrāfiski koncentrētas, nekā, piemēram, augsta labklājība vai produktivitāte. Liela uzmanība tiek veltīta klasteriem. Klasteri – liels skaits specializētu firmu un institūciju, kas koncentrētas noteiktā reģionā un saistītas ar multiplām saitēm, – rada inovācijām labvēlīgu vidi, nodrošina “atvērto inovāciju” – jaunu ideju radīšanu un attīstību, firmām un institūcijām kooperējoties tīklos, pazemina barjeras jaunu ideju transformācijai biznesā, kā arī labuma gūšanai no globalizācijas procesiem. Reģioniem, kuri kombinē riska kapitālu, zināšanas un iemaņas, izcilību pētniecībā ar stabilu klastera portfeli, ir vairāk iespēju kļūt par inovāciju centriem. Klasteri parādās un vislabāk attīstās atklātos tirgos, kur konkurence un kooperācija pastāv kā klastera iekšienē, tā arī starp klasteriem. Klasteri kļūst par noteicošo faktoru, kas piesaista kapitālu, cilvēkus un zināšanas. Tas nozīmē, ka šeit idejas, iespējas, unikālas spējas un “gaidošā” intelektuālo kapitālu ir iespējams pārvērst taustāmās, reālās vērtībās.

Eiropā diskusijas arvien vēl ir bāzētas uz pieņēmumu, ka vairāk naudas pētījumiem un attīstībai automātiski nodrošina vairāk inovāciju. Prakse tomēr vairāk atbalsta holistisku viedokli – inovācijas ir atkarīgas ne tikai no finansējuma, bet arī no apkārtējās situācijas un apstākļiem, ieskaitot klasterus, kuros tās tiek pielietotas. Klasteri nav vienīgā atbilde Eiropas inovāciju izaicinājumam, bet tā ir daļa no atbildes, ko Eiropa nevar ignorēt (12).

Tiek atzīmēts arī, ka nozīmīga ietekme uz klasteru attīstību ir valdības politikai nacionālā un reģionālā līmenī, šādi var tikt uzlabota biznesa vide un veidota efektīvāka kooperācija – konkurence (vienlaicīgas kooperācijas un konkurences apzīmēšanai izdomāts jauns termins – koopkurence) starp klasteriem. Politikas sekmes atkarīgas no daudzo dažādo dalībnieku – valdības un publisko aģentūru, firmu, investoru, tirdzniecības asociāciju un tirdzniecības un rūpniecības kameru, izglītības un pētniecības institūciju, kā arī citu biznesa vidi ietekmējošo institūciju, piemēram, darba tirgus partneru, – darbībām.

Jo vairāk ir kontaktu, attiecību un interaktīvas sadarbības tīklotā sabiedrībā, jo lielāka ir potenciālā pievienotā vērtība, sevišķi intelektuālā īpašuma attīstības jomā.

Politiskiem risinājumiem ES līmenī ir būtiska ietekme uz klasteru veidošanos un kontaktu veidošanos transnacionālā līmenī (12).

Atzīmēts, ka vairākās ES valstīs klasteri sākti veidot jau sen – Spānijas Katalonijas un Basku provincēs, Veneto Itālijā, Lielbritānijā – Skotijā, kā arī Dānijā, Nīderlandē u. c.

Dokumentā (12) paustais viedoklis ir tuvs ES oficiālajai nostājai klasteru jautājumā. Pēdējā laikā gan atskan arī atšķirīgi viedokļi (47) – inovācijas attīstās nevis pateicoties klasteriem, bet par spīti tiem; klasteriem pārmet pārliecīgu regulēšanu, formālismu un birokrātiju.

2. Mobilais tīmeklis un tā lietojumi

Mobilais tīmeklis, atšķirībā no tradicionālā tīmekļa, datu pārraidei izmanto ne tikai fiksētos sakaru kanālus (telefona, koaksiālos un optisko kabeļus, virszemes fiksētos radiokanālus, satelītsakarus utt.), bet arī mobilo šūnu sakaru tīklu. Tāpat kā tradicionālajā tīmeklī, datu apmaiņa notiek galvenokārt starp lietotāju un tīmekļa serveri (abos virzienos), darbam mobilajā tīmeklī lietotājs var izmantot gan mobilo telefonu ar tīmekļa iespējām (instalētu tīmekļa pārlūkprogrammu) un mobilā tīmekļa pieslēgumu, gan arī plaukstdatoru (vai kabatas datoru, kas būtībā ir gandrīz viens un tas pats) ar mobilā telefona iespējām un mobilā tīmekļa pieslēgumu.

Mobilais tīmeklis, salīdzinot ar tradicionālo tīmekli, nodrošina lietotājam papildu ērtības – tas ir pieejams vienmēr, jebkurā laikā un gandrīz jebkurā vietā, pieslēguma izveidošana un darba uzsākšana ir ļoti ātra un vienkārša, izmaksas ir vairumā gadījumu nelielas. Bez tam mobilais tīmeklis rada arī pavisam jaunas iespējas, piemēram, iespēju izsaukt citu mobilā tīmekļa lietotāju un veidot ar viņu tiešsaisti, iespēju ātri pāriet no tīmekļa režīma uz balss sakariem (resp., piezvanīt, izmantojot mobilā tīmekļa lapā esošu norādi uz telefona numuru) u. c.

Jāatzīmē tomēr, ka lietotājam darbs tīmeklī, izmantojot mobilo telefonu, nav tik ērts kā ar personālo datoru. Galvenais ierobežojošais faktors ir mobilā telefona gabarīti, kuri savukārt nosaka iespējamo ekrāna informācijas ietilpību un izšķirtspēju, kā arī klaviatūras lielumu. Vēl viens ierobežojošs faktors ir mobilā telefona patlaban vēl ļoti primitīvie navigācijas rīki: mobilā telefona manipulatora pogas iespējas un lietošanas parocīgumu grūti pat salīdzināt ar iespējām, kuras nodrošina parastā galda datora “pele”.

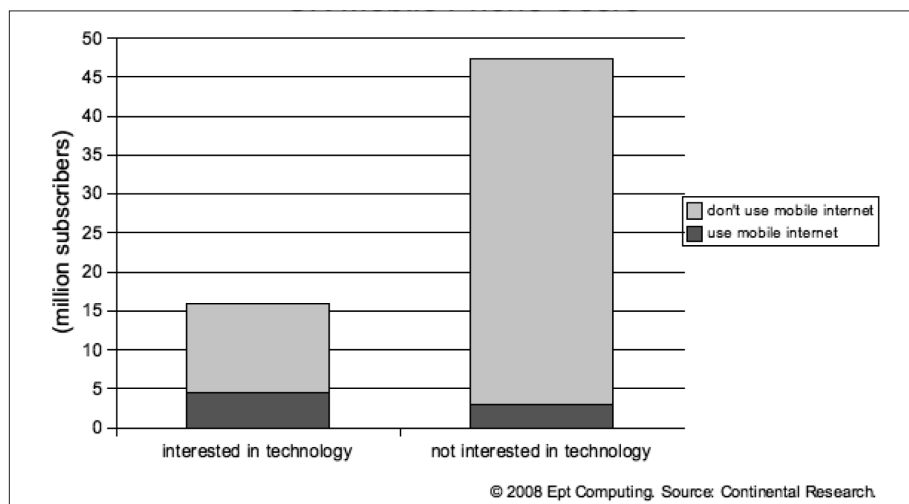
Mobilo sakaru jomā pēdējos gados (2000–2008) vērojamas mobilā tīmekļa attīstībai ļoti labvēlīgas tendences. Piedāvāto mobilo telefonu modeļu klāsts

atjauninās ļoti strauji, gada laikā gandrīz par 100%. Jaunākie mobilo telefonu modeļi ir ar lielāku ekrānu un, pats galvenais, lielāku ekrāna informācijas ietilpību, ko vislabāk raksturo ekrāna izmērs pikseļos (px). Par faktisko minimālo standartu jauno lēto modeļu, kā arī mazgabarīta mobilo telefonu vidū ir kļuvusi 128×128 px un 128×160 px ekrāna izšķirtspēja. Ļoti daudziem vidējās klases mobilo telefonu modeļiem izmanto QVGA standarta ekrānu – 240×320 px, kas ir $\frac{1}{4}$ no kādreiz populārā galda datoru monitoru izšķirtspējas standarta VGA (480×640 px). Biznesa klases mobilajos telefonos un plaukstdatoros patlaban samērā daudz izmanto arī VGA 480×640 px izšķirtspējas ekrānu (Apple iPhone, kā arī firmu HTC, QTEK, Eten, Sharp u. c. lielākie modeļi) (10).

Jaunajos mobilo telefonu modeļos tiek iebūvēta lielāka apjoma – 80, 128, līdz pat 256 MB liela operatīvā atmiņa, kas dod iespēju izmantot pilnīgākas tīmekļa pārlūkprogrammas, strādāt ar lielāka apjoma, XHTML valodā veidotām tīmekļa lapām.

Vēl viens mobilā tīmekļa attīstībai ļoti nozīmīgs faktors ir ātru un efektīvu mobilo datu pārraides veidu arvien plašākā pieejamība. GPRS pieslēgumu komerciālā režīmā piedāvā gandrīz visi mobilie operatori. Jāpiezīmē, ka GPRS faktiskā vidējā ātrdarbība nav nemaz tik augsta, jo GPRS raksturīga liela latence (gaidīšanas laiks), taču ļoti daudziem mobilā tīmekļa lietojumiem būtiska ir ne tik daudz ātrdarbība, cik kopējās mobilā sakaru kanāla lietošanas izmaksas, kuras GPRS gadījumā ir proporcionālas pārraidīto datu apjomam, bet nav atkarīgas no darba seansa ilguma. Daudzos reģionos ir pieejama arī daudz ātrākā EDGE un HSCSD datu pārraide.

Taču, neraugoties uz labvēlīgo situāciju tehnikas jomā, mobilā tīmekļa lietotāju skaits joprojām ir ļoti neliels, salīdzinot ar kopējo mobilā telefona lietotāju kopējo skaitu, ko labi ilustrē pašreizējā situācija Lielbritānijā (15) – sk. 1. attēlu.



1. attēls. Mobilā tīmekļa lietotāju skaits, salīdzinot ar kopējo mobilā telefona lietotāju skaitu Lielbritānijā 2008. g. (15)

Figure 1. The number of mobile web users in the UK in 2008 compared with the total number of mobile phone users

Statistikas dati dažādās valstīs atšķiras, taču kopumā situācija ir līdzīga (2). Mobilā telefona lietotāju skaits daudzās valstīs tuvojas 100 % iedzīvotāju, bet aptaujas liecina, ka lietotāju lielākā daļa mobilo telefonu izmanto tikai sarunām.

Mēģinot noskaidrot šādas parādības cēloņus, aplūkosim arī lietojumus, kuri tiek piedāvāti mobilajā tīmeklī. Nielsen (2) datus par ASV (1. tabula) dominē tradicionālie sadzīviskie tīmekļa lietojumi: e-pasts, laika ziņas, ziņu portāli (CNN), informācijas meklēšanas portāli.

1. tabula
Table 1

Visvairāk apmeklētās mobilā tīmekļa vietnes ASV 2008. g. maijā
Top mobile web sites in the US, May 2008

Top Mobile Internet Channels by Unique Audience May 2008 (U.S.)	
Channel	Unique Audience (000)
Yahoo! Mail	14,200
Google Search	9,100
Weather Channel	8,600
MSN Hotmail	7,900
Gmail	7,500
ESPN	6,500
Google Maps	6,200
AOL Email	5,300
MapQuest	4,600
Yahoo! Search	4,100
CNN News	4,000
Source: Nielsen Mobile	

Arī Latvijā situācija ir līdzīga, mobilajā tīmeklī pieejamo tīmekļa vietņu klāstā var nodalīt vairākas raksturīgas grupas:

- mobilo operatoru WAP vietnes;
- WAP portāli – Latvijā populārākie ir OTO, wap.one.lv, iAUTO;
- banku, firmu un organizāciju WAP vietnes;
- masu mediji – laikraksti (Diena), žurnāli, radio, TV;
- meklētāji (Google);
- personīgās WAP mājas lapas – IT firmas, tādas kā, piemēram, Inetis Ltd. (11) piedāvā saviem klientiem līdzekļus viņu personīgo WAP mājas lapu

veidošanai un iespēju izvietot tās uz firmas tīmekļa servera, šādu personīgo lapu skaits patlaban jau sniedzas miljonos.

Mobilie operatori piedāvā informāciju par saviem pakalpojumiem, tarifiem, cenām, iespēju nosūtīt e-pasta vēstuli, pieeju citu WAP vietņu informācijai (hiperteksta norāžu veidā uz populārajiem WAP portāliem), kā arī aktualitātes, paziņojumus lietotājiem u. tml. (18).

WAP portālos atrodama ļoti plaša spektra vispārējas nozīmes informācija un ziņas (40, 18):

- ziņas – no ziņu aģentūrām, tādām, kā BNS;
- avižu raksti – Latvijā tie pieejami no LURSOFT publikāciju datubāzes;
- sporta ziņas;
- laika ziņas, laika prognoze dažādiem valsts reģioniem;
- informācija par transporta sastrēgumiem – “korķu ziņas”;
- uzņēmumu katalogs („dzeltenās lapas”) – Latvijā to piedāvā OTO sadarbībā ar LURSOFT un 118.lv’;
- finanšu informācija – valūtu, akciju kursi;
- ielu kartes;
- sabiedriskā transporta kustības saraksti;
- pasta indeksi;
- radio un TV programmas;
- teātru un kino afišas;
- viesnīcas, pirtis – apraksti, atrašanās vieta, reklāmas;
- sludinājumi, darba piedāvājumi, iepazīšanās;
- mobilo telefonu melodijas, fona attēli, animācijas u. c. multimediji.

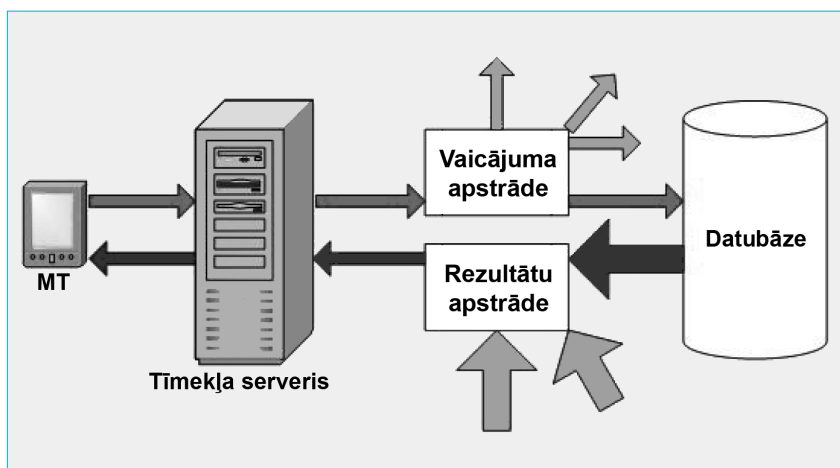
WAP portāli saviem reģistrētajiem lietotājiem piedāvā arī izklaidi – horoskopus, spēles, WAP tērzēšanu („čatu”), forumu, kā arī personālā informācijas menedžera (PIM) iespējas – kalendāru ar vārdadienām, pasākumu un darbu sarakstiem, dienasgrāmatu, adresu / telefonu grāmatu, piezīmju grāmatiņu u. tml.

Kā redzams, arī Latvijā WAP portālu pašreiz piedāvātajos mobilajos lietojumos dominē sadzīviska rakstura informācijas piegāde, bet informācijas apstrādes iespējas ir minimālas. Gandrīz nekas netiek piedāvāts nevienā no lietotāju iespējamās profesionālās darbības sfērām, lietojumu mērķa auditorija – galvenokārt jaunatne.

Samērā aktīva darbība uz uzņēmējdarbību orientētu profesionāla rakstura mobilo lietojumu veidošanā vērojama banku sektorā, t. sk. arī Latvijā (37). *Swedbank* mobilā banka dod iespēju saņemt informāciju īsziņu (SMS) veidā un tādā pašā veidā veikt arī maksājumus (29), līdzīgi veidota arī Latvijas Krājbankas (30) mobilā banka. *LATEKO* bankas mobilā banka (28) ļauj saņemt tikai informāciju, maksājumi nav iespējami. Pirmā banka Latvijā, kas piedāvāja mobilo banku ar pilnu WAP funkcionalitāti, bija *Nordea Bank Finland Plc*. Latvijas filiāle. Tās mobilā banka Solo WAP tika ieviesta 2001. gadā un darbojās WAP – GSM režīmā, kā rezultātā pakalpojums, protams, bija ļoti dārgs (37).

Mobilā tīmekļa izmantošana profesionālās darbības jomās, biznesā un valsts pārvaldē faktiski vēl joprojām ir sākuma stadijā. Vairākas lielas IT firmas, piemēram, Accenture (1) piedāvā veidot t. s. duālos risinājumus, jebkuru parastā tīmekļa lietojumu pārnēsot mobilā tīmekļa vidē. Taču, ņemot vērā mobilā tīmekļa pašreizējās tehniskās iespējas, ne katru lietojumu ir lietderīgi pārnest. Lai mobilais lietojums būtu efektīvs, tam acīmredzot jāatbilst diviem galvenajiem kritērijiem: lietotāja mobilitātei un laika faktoram.

Mobilā tīmekļa lietojumi varētu būt efektīvi vispirms jau tajās profesionālās darbības jomās, kurās darbs ir saistīts ar izbraukumiem, tiek veikts ārpus biroja, pie tam informācijas saņemšanas un apstrādes operativitāte ir kritiska. Ja konkrētajam pielietojumam informācijas operativitāte nav pārāk būtiska, daudz ērtāk būs datu apstrādi veikt pēc atgriešanās birojā, izmantojot parasto tīmekli un personālo datoru. Šeit, protams, iespējami arī daudzi izņēmumi. Mobilais tīmeklis patlaban ir visvienkāršākais, visvieglāk un visplašāk pieejamais interneta pieslēguma veids – tam nav vajadzīgs dators, speciāli instalētas programmas, stacionārais interneta pieslēgums. Līdz ar to daudziem nelieliem uzņēmumiem – kafejnīcām, veikaliem, aptiekām – var izrādīties izdevīgi izmantot mobilo tīmekli epizodisku darbību veikšanai, piemēram, preču pasūtīšanai, arī stacionārā režīmā.



2. attēls. Funkcionālais moblais risinājums

Figure 2. A functional mobile solution

Mobilā tīmekļa potenciāli efektīvo lietojumu apzināšana dod iespēju izvēlēties vispiemērotākās tehnoloģijas, veidot tīrāžējamus projekta risinājumus, padarīt efektīvāku mobilā tīmekļa attīstības procesu. Turklāt jāņem vērā mobilajam tīmeklim raksturīgie ierobežojumi – augstākās izmaksas un lietošanas (ne)parocīgums. Mobilā telefona “šaurās vietas” ir mazais ekrāns, neērtā klaviatūra un navigācijas līdzekļi. Šo iemeslu dēļ vēlams, lai mobilā tīmekļa lapas saturētu pēc iespējas mazāk teksta un skaitļu, vairāk izteismīgu attēlu, grafiku. Jācenšas, cik iespējams, samazināt no klaviatūras ievadāmo datu apjomu, tā vietā paredzot izvēlnes, meklēšanas rīkus.

Kopumā perspektīvu mobilo lietojumu raksturo princips “mazāk teksta, vairāk lietišķības, nodērtīgāka (konkrētāka, vērtīgāka) informācija”. Skaidrs, ka šādā kontekstā pašreiz dominējošie “informācijas piegādes” tipa lietojumi ir maz efektīvi. Lielākas perspektīvas ir lietojumiem, kuriem raksturīga lietotāja liela apjoma datu apstrāde uz tīmekļa servera, apstrādes procesā piesaistot arī datubāzēs uzkrāto informāciju. Šādu pieeju varētu saukt par funkcionālu mobilo risinājumu (2. attēls).

Mobilā tīmekļa abonentiekārta – mobilais telefons vai plaukstdators – visbiežāk ir piesaistīts vienam konkrētam lietotājam, mobilos lietojumus varam aplūkot gan saistībā ar lietotāju sadzīviskajām vajadzībām, gan profesionālo darbību. 2. tabulā minētas sadzīves un profesionālās darbības jomas, kā arī tautsaimniecības nozares, kurās mobilā tīmekļa lietojumi varētu būt perspektīvi. Atlasot lietojumus, ņemta vērā to atbilstība iepriekš definētajiem kritērijiem, uzmanību veltot vispirms masveidīgiem lietojumiem. Profesiju saraksts veidots saskaņā ar LR Profesiju klasifikatoru (23).

Daudzās no 2. tabulā minētajām jomām jau ir uzkrāta zināma pieredze mobilo komunikāciju, kā arī parastā tīmekļa izmantošanā. Mobilie sakari jau patlaban tiek lietoti objektu elektroniskās apsardzes sistēmās, bankas norēķinu sistēmās, e-komercijā, tos, pildot savus profesionālos pienākumus, lieto sabiedriskā transporta vadītāji, avārijas dienestu darbinieki, neatliekamās medicīniskās palīdzības ārsti, ģimenes ārsti mājas vizīšu laikā, nekustamā īpašuma mākeri, pārdošanas aģenti un citu profesiju pārstāvji. Taču parasti tiek izmantotas komunikācijas sarunas vai īsziņu formā. Tīmekļa risinājumu izmantošana ļauj ievērojami paaugstināt komunikāciju drošību, operativitāti un precizitāti, vienlaikus samazinot izmaksas. Daudzi no 1. tabulā minētajiem lietojumiem, tos pareizi realizējot mobilā tīmekļa vidē, varētu kļūt ļoti masveidīgi. Šeit vispirms jāmin daži sadzīviskie lietojumi – mājas iekārtu vadība, apsardze, personālais informācijas menedžeris, iepirkumu saraksts, ģimenes SMS, grāmatzīmes u. c., – kuri varētu kļūt nepieciešami gandrīz katram mobilā telefona lietotājam. Personālā informācijas menedžera izmantošana tīmekļa variantā samazina informācijas (telefona numuru, adresu, piezīmju utt.) zaudēšanas risku gadījumos, kad sabojājas, tiek pazaudēts vai nozagts mobilais telefons. Liela apjoma informācijas gadījumā tīmekļa risinājums var piedāvāt arī daudz efektīvākas informācijas strukturēšanas, meklēšanas un atlasīšanas metodes nekā mobilajā telefonā iebūvētie atbilstošie komponenti. Lielveikalos var redzēt ļoti daudzus pircējus, kuri izmanto iepirkumu sarakstu papīra variantā. Tā pārņemšana mobilā tīmekļa vidē padarīs iepirkšanos ievērojami ērtāku. Ģimenes SMS mobilā tīmekļa vidē ļaus savstarpēji sazināties vienas ģimenes locekļiem (vai draugiem) praktiski bez maksas – par 1 santīmu var apmainīties ar ļoti ievērojamu tekstuālās informācijas apjomu – apm. 10000 rakstu zīmēm. Mobilā tīmekļa vidē iespējams daudz precīzāk un efektīvāk organizēt ārsta, neatliekamās medicīniskās palīdzības, policijas, avārijas dienestu, transporta izsaukumus – var precīzi norādīt adresi, izsaukuma iemeslu, nav jāgaida, ja telefons ir aizņemts, izsaukums tiek automātiski reģistrēts sistēmas datubāzē. Mobilā tīmekļa lietojumu skaitam palielinoties, mobilajā telefonā parasti iespējama grāmatzīmju skaits – 10 – izrādīsies par mazu, lokālā grāmatzīmju saraksta vietā daudz ērtāk būs veidot un izmantot uz tīmekļa servera glabājamu hiperteksta norāžu sarakstu, tādējādi katrs mobilā tīmekļa lietotājs varēs veidot pats savu personīgo mobilo portālu – ieejas vārtus mobilajā tīmeklī.

2. tabula

Table 2

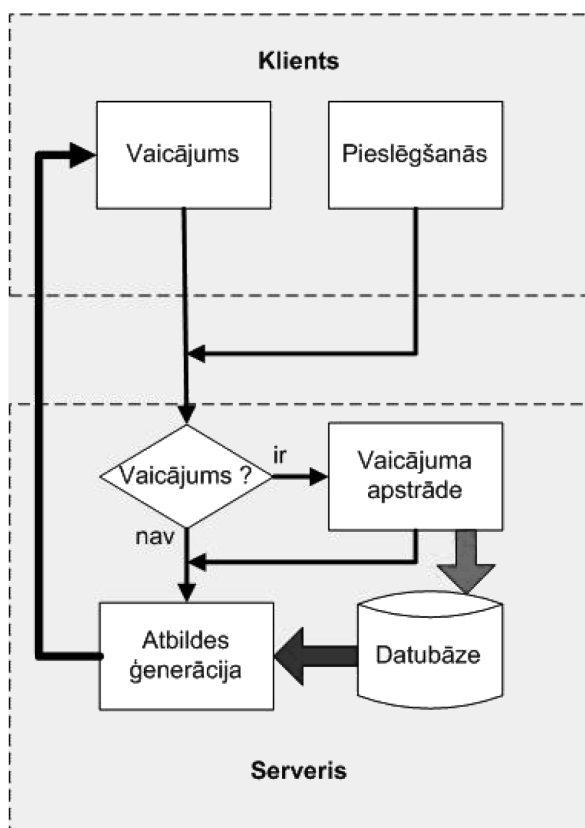
Mobilā tīmekļa potenciāli efektīvie lietojumi*Potentially efficient mobile web applications*

Sadzīve	Profesionālā darbība	Nozares
mājas iekārtu (apkures) vadība	pārdošanas aģents / pārstāvis	viesnīcas
mājas / dzīvokļa / garāžas / automašīnas apsardze	nekustamā īpašuma mākleris	tūrisma firmas
grāmatzīmes – personīgais portāls	ģimenes ārsts, neatliekamās medicīniskās palīdzības ārsts	teātri, klubi, atpūtas centri, mūzikas grupas (repertuārs, pasākumi, koncerta vieta, biļešu rezervēšana)
personālais informācijas menedžeris – telefona / adrešu grāmatīņa, kontaktu menedžeris, kalendārs (notikumi, darbi, dienasgrāmata), piezīmes u. tml.	advokāts	celtniecība
ģimenes SMS	darbu vadītājs (celtniecībā) projektu vadīšana, izpildes kontrole	polīcija
iepirkumu saraksts	ceļu policists	izglītība
iepirkumi (M-commerce)	kontrolieris / inspektors (ūdensapgādes, siltumapgādes, elektroapgādes jomā)	medicīniskā aprūpe (neatliekamā medicīniskā palīdzība, reģistratūra, laboratorija)
bankas konta pārvaldība, norēķini, pirkumu apmaksa, skaidras naudas saņemšana	sabiedriskā transporta (maršruta taksometra) šoferis	transports (sastrēgumi, maršruti, apbraucamais ceļš)
identifikācija, elektroniskais paraksts	skolēns / students (formulas, tabulas, citas uzziņas)	sabiedriskais transports (maršruta taksometri)
vēršanās pie valsts un pašvaldības iestādēm	skolotājs / pasniedzējs (grafiki, saraksti, sekmju uzskaitē)	avārijas dienesti
transporta izsaukšana	datortīkla administrators	apsardzes firmas
ārsta izsaukšana		tirdzniecība, pakalpojumi, aptiekas (pasūtījumi)
pasākumi, biļešu rezervēšana		ražošana (pasūtījumi)
transporta sastrēgumi, braukšanas maršruti, apbraucamais ceļš, ielu karte, adreses		bankas, maksājumu kartes
pazaudētās / atrastās lietas, dokumenti		valsts pārvaldes un pašvaldības iestādes (ierēdņi, darbinieki, E-pārvalde, vienas pieturas aģentūra)
		politiskās partijas

Samērā zemā mobilā tīmekļa popularitāte izskaidrojama arī ar mobilo telefonu lietotāju nepietiekamajām zināšanām šajā jomā. Praktiski noderīgi sadzīviskie

lietojumi varētu izraisīt lielāku lietotāju interesi, tādējādi sekmējot nepieciešamo zināšanu apgūšanu, nozīmīgu iemaņu un paradumu veidošanos.

Ļoti liels potenciāls ir arī mobilā tīmekļa tehnoloģiju izmantošanai banku norēķinu un iepirkšanās (M-komercijas) jomā. ASV (39) un Japānā tiek realizēti projekti, kas dod iespēju mobilo telefonu izmantot kā maksāšanas līdzekli, apvienojot to ar maksājumu karti. Tiek izstrādāti arī projekti, kas ar mobilā telefona palīdzību ļauj identificēt lietotāju un veidot tā elektronisko parakstu (39). Tas, ņemot vērā mobilo sakaru izplatību un vispārējo pieejamību, paver pavisam jaunas iespējas arī e-pārvaldes sfērā.



3. attēls. "Galvenais cikls"

Figure 3. "Main loop"

Attiecībā uz mobilā tīmekļa lietojumu realizāciju, ātrākais realizācijas veids ir esošo parastā tīmekļa lietojumu pārvešana uz mobilā tīmekļa vidi. Taču šeit jāsaprotas arī ar daudzām problēmām, sevišķi, ja tiek pārnesti funkcionāli risinājumi. Parastajā tīmeklī jau par tradīciju kļuvis grafiski iedalīts ekrāns, sazaroti lietojuma scenāriji. Mobilajā tīmeklī jāņem vērā ar mobilajam telefonam piemītošajiem ierobežojumiem – mazo ekrānu, vājiem navigācijas rīkiem, vienkāršotajām pārlūkprogrammām, kuras parasti ļauj uzturēt tikai vienu logu. Līdz ar to, mobilos lietojumus veidojot, lietderīgi

orientēties uz galvenokārt tekstuālu informāciju, izvairoties no tabulu lietošanas ekrāna laukuma iedalīšanai. Mobilā lietojuma funkcionalitātes nodrošināšanai sazaroti scenāriji ir maz noderīgi, viena loga saskarne un esošie navigācijas rīki orientē uz lietojuma vienkāršotas funkcionālās organizācijas – t. s. galvenā cikla (*main loop*) izmantošanu (3. attēls).

Taču, realizējot mobilo lietojumu, jāņem vērā un pienācīgi jāizmanto tikai mobilajam tīmeklim piemērotās iespējas:

- mobilais telefons ir gandrīz vienmēr ieslēgts, līdz ar to iespējams veidot daudz efektīvākas t. s. informācijas piegādes tehnoloģijas (*Push technologies*), nekā parastajā tīmeklī;
- mobilais telefons galu galā ir ne tikai dators, bet arī telefons, kas dod iespēju operatīvi piezvanīt no mobilā tīmekļa lapas, šo iespēju var izmantot, piemēram, lai apstiprinātu informācijas saņemšanu, saņemtu precizētu, detalizētu informāciju un tml.

Vajadzības gadījumā mobilajos lietojumos iespējams efektīvi izmantot dažas speciālas tehnoloģijas, tajā skaitā:

- t. s. duālos lietojumus (pieejami gan no personālā datora, gan jebkura modeļa mobilā telefona), šajā gadījumā tīmekļa serveris automātiski atpazīst izsaucēju un ģenerē tam atbilstošu atbildes failu;
- pieprasīto attēlu ģenerāciju servera pusē (kartes, ielu shēmas);
- balss tehnoloģijas – teksta nolasīšanu balsī, balss komandu atpazīšanu – šīs tehnoloģijas īpaši nozīmīgas “mazizmēra” mobilajiem telefoniem, balss tehnoloģiju integrēšanai mobilā tīmekļa vidē izveidota īpaša VoiceXML valoda.

Balss, teksta un attēla tehnoloģiju konverģences potenciāla efektīvai izmantošanai mobilā tīmekļa vidē nepieciešams, lai lietotājs vienlaicīgi ar mobilā telefona ekrāna aplūkošanu dzirdētu arī skaņu un varētu sarunāties – šo iespēju nodrošina “iebūvētais brīvroku režīms” (*built-in Hands-Free*), ko savu mobilo telefonu modeļos piedāvā daudzas firmas. Cits perspektīvs risinājums šajā virzienā ir t. s. personālais tīkls (PAN – *Personal Area Network*), kas ar *Bluetooth* datu pārraides tehnoloģijas palīdzību sasaista vienotā tīklā mobilo telefonu (iespējams – rokas pulksteņa formāta), bezvadu telefonu (austiņu), plaukstdatoru un citas ierīces. PAN pēc būtības ir t. s. valkājamo (*wearable*) datoru tehnoloģiju tālāka attīstība.

Automātiska attēlu ģenerācija var izrādīties ļoti efektīvs risinājums daudzos mobilajos lietojumos (braukšanas maršruti, apbraucamie ceļi, transporta sastrēgumi, objekta adreses vizualizācija u. tml.), jo ļauj samazināt tekstuālās informācijas apjomu, ir daudz vieglāk un ātrāk uztverami. Latvijas mobilā tīmekļa portāla OTO piedāvātās ielu kartes lietošana gan rāda, ka vairumā gadījumu mobilā telefona ekrāns izrādās par mazu, lai šo iespēju varētu efektīvi izmantot. Taču šis virziens ir interesants saistībā ar automobiļu datorizāciju un internetizāciju – automobiļi uzstādāmais 8” TFT ekrāns ir ļoti parocīgs šādu shēmu attēlošanai.

No izstrādātāja viedokļa, mobilo funkcionālo lietojumu izveide visumā ir daudz grūtāka, nekā parastajā tīmeklī. Tam ir vairāki iemesli:

- efektīvu grafisko izstrādes rīku trūkums, sevišķi servera puses funkcionalitātes programmēšanai;
- mazie mobilā telefona ekrāna izmēri, navigācijas līdzekļu nepilnības, kas apgrūtina kaut cik pieņemamas lietotāja saskarnes izveidošanu;
- mobilo telefonu modeļu ārkārtīgi lielā daudzveidība;
- pārraidot datus mobilajā tīmeklī, jāsaprotas ar vismaz vienu starpniekserveri – WAP vārteju, līdz ar to rodas dažādas starpniekservera atmiņas (*cache*) pārvaldības problēmas;
- dažādās mobilo telefonu operētājsistēmas, pārlūkprogrammas un mobilā tīmekļa lapu veidošanai izmantojamās valodas, pie tam dokumentācija bieži vien ir nepilnīga;
- nav pilnībā standartizēta piekļūšana mobilā telefona operētājsistēmas resursiem (t. s. WTAI – *Wireless Telephone Application Interface*), faktiski tikai viena WTAI funkcija – zvanīšana – sekmīgi izpildās uz gandrīz visiem mobilo telefonu modeļiem;
- mobilajos telefonos izmanto galvenokārt firmu programmatūru, atvērtā koda programmatūras īpatsvars ir neliels.

Plašākā kontekstā vislielākās bažas rada mobilo sistēmu drošība un aizsardzība – pret nesankcionētu piekļūšanu, informācijas noplūdi, vīrusiem, kā arī mobilo sistēmu dažādo standartu un protokolu nesavietojamība.

Plaši izmantojamam mobilajam lietojumam būtu jādarbojas uz jebkura modeļa mobilā telefona, kuram ir WAP pieslēgums. Taču līdz tādai parametru unifikācijai, kāda patlaban vērojama personālo datoru jomā, mobilajiem telefoniem acīmredzot jāgaida vēl daudzi gadi. Mobilajā tīmeklī abonentiekārtu daudzveidības problēmu var risināt tādējādi, ka visas iespējamās abonentiekārtas (to skaits sniedzas tūkstošos) pēc to parametriem (parametru skaits arī ir ļoti ievērojams – vairāki simti) iedala vairākās grupās un katrai no tām veido savu lietojuma variantu. Abonentiekārtai vēršoties pie lietojuma, tā servera puses programmām ir jāatpazīst izsaucejs (mobilā telefona modelis, operētājsistēma un pārlūkprogramma) un jāizvēlas tiem vislabāk atbilstošais lietojuma realizācijas variants. Samērā radikāls risinājums šajā virzienā ir tiešsaistes (*online*) mobilo telefonu modeļu datubāzes izmantošana, kas dod iespēju lietojuma servera puses programmām atpazīt abonentiekārtu pēc pieprasījuma galvenē (*request header*) ietvertās informācijas un iegūt tās parametrus, kuru analīzes rezultātā tad var izvēlēties optimālāko atbildes variantu. Taču jebkurā gadījumā pastāvošā mobilo telefonu modeļu daudzveidība ļoti ievērojami palielina mobilo lietojumu izstrādāšanas darbietilpību.

Rezumējot iepriekš teikto, nākas secināt, ka, lai kādi arī būtu pašreiz vērojamās mobilā tīmekļa zemās popularitātes cēloņi, tiem ir nopietnas ekonomiskas sekas – firmas, kas nodarbojas ar IT projektu izstrādāšanu, pašreizējo mobilā tīmekļa naudas apgrozību novērtē kā nepietiekamu, līdz ar to attieksme pret jaunu mobilo lietojumu projektu veidošanu ir atturīga.

3. Mobilā tīmekļa inovāciju vieta atzīto inovāciju teoriju kontekstā

Iepriekšējā nodaļā apkopotā informācija ļauj raksturot mobilo tīmekli un tā lietojumus kā inovatīvu vidi, taču tā parāda arī vairākus aspektus, kas esošo inovācijas teoriju lietošanu mobilā tīmekļa inovāciju jomā padara maz iespējamu.

1. Mobilais tīmeklis un tā lietojumi izmanto to pašu tehnoloģisko vidi (šūnu tīkla aparatūru un programmapgādājumu, mobilās abonentiekārtas aparatūru un operētājsistēmu u. c.), ko balss komunikācijas, taču lietotāju skaits un pārraidāmo datu apjoms ir daudz mazāki. Vēl vairāk, mobilais tīmeklis parasti izmanto datu pārraidi fona režīmā (GPRS sistēmā), tādējādi aizpildot no sarunām brīvos laika intervālus, kas dod iespēju paaugstināt mobilo komunikāciju sistēmas kopējo efektivitāti, nepazeminot balss komunikāciju servisa līmeni. Minētie apstākļi norāda uz mobilā tīmekļa pakārtoto lomu kopējā mobilo komunikāciju sistēmā. Līdz ar to mobilais tīmeklis praktiski nevar ietekmēt mobilo komunikāciju tehnoloģiju attīstību, tradicionālās sistēminženierijas metodes un arī uz tirgus prasībām orientētās inovāciju teorijas mobilā tīmekļa jomā gandrīz nav izmantojamas.
2. Mobilo komunikāciju sistēma attīstās ļoti strauji, nepārtraukti parādās jauni mobilo telefonu modeļi ar uzlabotām esošām vai pavisam jaunām īpašībām, tiek veidoti jauni ātrdarbīgāki mobilo komunikāciju kanāli. Sekmīgam mobilam lietojumam jāatbilst esošai tehnoloģiskajai situācijai, pretējā gadījumā potenciālie lietotāji to noraidīs kā novecojušu. Mobilā lietojuma izstrādāšanai nepieciešamais laiks (6–12 mēneši), ieviešanai un inovācijas difūzijai patērētais laiks (1–3 gadi) ir diezgan ievērojami, šādā laika intervālā mobilās tehnoloģijas spaspēj būtiski izmainīties. Līdz ar to mobilā lietojuma projektēšana, balstoties uz dotajā brīdī esošajiem mobilās vides parametriem, ir pilnīgi bezcerīgs pasākums, mobilā tīmekļa lietojumu nepieciešams orientēt uz mobilās vides parametriem, kādi būs tad, kad lietojums sasniegs lietotāju vairākumu. No teiktā izriet, ka sekmīgai darbībai mobilā tīmekļa projektu jomā nepieciešama inovāciju koordinācija.
3. Gan mobilo telefonu ražotāju, gan mobilo operatoru starpā valda ļoti sīva konkurence, visi jauninājumi tiek turēti lielā slepenībā līdz pat brīdim, kad produkts (mobilā iekārta vai pakalpojums) nonāk tirgū. Līdz ar to sadarbības, tehnoloģisko tīklu, klasteru un citu šāda veida inovācijas veicinošo instrumentu izmantošana mobilā tīmekļa vidē ir gandrīz neiespējama.
4. Ņemot vērā 1. un 3. punktā teikto, direktīva rakstura koordinācija starp firmām nav iespējama, faktiski tā nav iespējama arī vienas lielas firmas iekšienē, jo firmas nodaļas savas tehnoloģiskās politikas veidošanā parasti ir diezgan neatkarīgas cita no citas. Inovāciju koordinācijai atliek vien izmantot tehnoloģiskās prognozēšanas metodes. Taču, kā jau teikts, mobilā komunikāciju sistēma attīstās ļoti strauji, tehnoloģiskās, sociālās un uz zināšanām bāzētās inovāciju teorijas šeit maz ko var līdzēt, jāreķinās ar lielu nenoteiktību, un prognozēšanas kļūdas var būt ļoti ievērojamas.
5. Mobilā tīmekļa inovāciju jomā nepieciešama ne tikai koordinācija ar ārējo tehnoloģisko vidi, bet arī koordinācija mobilā tīmekļa jomas iekšienē. To nosaka apstākļi, ka starp mobilo lietojumu un pamatā esošo mobilo aparatūru ir vēl vairāki starpslāņi – operētājsistēma, tīmekļa valodas (XHTML, CSS, JavaScript

utt.), tīmekļa pārlūkprogramma u. c. Prakse rāda, ka tieši šeit bieži notiek vislielākā inovāciju “aizķeršanās”.

4. Mobilā tīmekļa inovāciju modelis

Kā izriet no iepriekš teiktā, mobilā tīmekļa inovāciju modelis ietver šādus savstarpēji saistītus, citu no cita atkarīgus komponentus:

- mobilās datu pārraides infrastruktūru (tīkla aparāturu, protokolus, programmapgādājumu);
- mobilās abonentiekārtas (mobilo telefonus, plaukstdatorus ar to mobilajam tīmeklim būtiskajām sastāvdaļām – procesoru, atmiņu, ekrānu, klaviatūru u. c. datu ievada iekārtām, navigācijas rīkiem utt.);
- mobilo abonentiekārtu programmapgādājumu (operētājsistēmu, pārlūk-programmu, arī valodām, kuru lietošanu minētās programmas nodrošina);
- mobilā tīmekļa lietojumu projektu risinājumus un dalībniekus;
- mobilo abonentiekārtu ražotājus;
- mobilos operatorus;
- mobilo abonentiekārtu programmapgādājuma izstrādātājus;
- mobilā tīmekļa lietojumu izstrādātājus un mobilā satura piegādātājus;
- mobilā tīmekļa potenciālos un esošos lietotājus.

Visi šā modeļa komponenti, izņemot mobilā tīmekļa lietojumu projektu risinājumus, jāuzskata būtībā par “dotajiem” lielumiem, kurus mobilā tīmekļa lietojumu izstrādātājiem gandrīz nav iespējams ietekmēt, bet kuru evolūciju iespējams vairāk vai mazāk sekmīgi prognozēt. Tādējādi mobilā tīmekļa lietojuma izstrādātāja uzdevums plašā skatījumā ir, veidojot mobilo lietojumu, balstīties uz tādiem mobilās vides parametriem, kādi būs laikā, kad lietojumu būs gatavs pieņemt un akceptēt tā potenciālo lietotāju vairākums.

Secinājumi un turpmāko pētījumu virziens

1. Inovācijas teorijas pašreizējā posmā galvenokārt aplūko inovāciju procesus noteicošos faktorus un politiska rakstura inovāciju veicinošos pasākumus reģionālā, valsts, kā arī valstu savienības līmenī, kuri varētu sekmēt šos inovācijas procesus “no ārpuses”, mazāka uzmanība tiek veltīta konkrēta inovācijas procesa iekšējai struktūrai un problēmām, t. sk. inovāciju koordinācijai, kurai, kā parāda šī darba gaitā veiktā analīze, ir izšķiroša loma mobilā tīmekļa lietojumu, kā arī, iespējams, citu komplicētu “augsto tehnoloģiju” jomu attīstības procesu paātrināšanā un efektivitātes paaugstināšanā, bet kura inovācijas teorijās līdz šim netiek speciāli izdalīta no kopējā sadarbības konteksta.
2. Pētot mobilā tīmekļa lietojumu jomas konkrētās inovāciju vadīšanas problēmas, nodalītas un formulētas vairākas šai jomai piemītošas attīstības procesa īpatnības; svarīgākās no tām ir: 1) mobilā tīmekļa pakārtotā loma kopējā mobilo komunikāciju sistēmā, 2) vienlaikus arī ļoti strauja tehnoloģiju attīstība un sīva konkurence procesā iesaistīto dalībnieku starpā.

3. Ne tikai mobilā tīmekļa, bet arī jebkurā citā tehnoloģiski komplicētā jomā praktiski nav iespējams izvairīties no specializācijas, un tādēļ sadarbība ir vienkārši nepieciešama, taču asā konkurence un bailes no sensitīvas informācijas noplūdes neļauj veidot plašus un efektīvus sadarbības tīklus un klasterus. Tādos apstākļos ievērojami palielinās uz prognožu rezultātiem balstītas attīstības procesu koordinācijas loma. Pilnīgi iespējams, ka turpmākie pētījumi varētu atklāt vēl daudzas citas nozares ar līdzīgām attīstības procesu īpatnībām, kas ļautu paplašināt šeit izstrādātā modeļa lietošanu.
4. Starp mobilā tīmekļa inovāciju jomā notiekošo un pašreizējām inovāciju teorijām vērojama zināma neatbilstība, tas, saskaņā ar P. Drukera teikto (4), ir inovācijas teorijas tālākas attīstības iespējamības simptoms.
5. Līdz šim veiktajā pētījumā pagaidām noskaidrota tikai inovāciju modeļa struktūra, tā komponenti, dalībnieki un to savstarpējās attiecības, kā arī vispārējos vilcienos formulēti tā pielietošanas mērķi un iespējas. Lai modeli varētu praktiski izmantot, to nepieciešams identificēt, t. i., noteikt tā komponentus un dalībniekus raksturojošos parametrus un šo parametru vērtības, kā arī izstrādāt uz modeļa balstītas konkrētas lēmumu pieņemšanas un risku novērtēšanas procedūras – tas ir turpmāko pētījumu uzdevums.

LITERATŪRA

1. Accenture mājaslapa. <http://www.accenture.com/>
2. Critical Mass. *The Worldwide State of the Mobile Web*. Nielsen Mobile, July, 2008. The Nielsen Company, 2008, 9 p. <http://www.nielsenmobile.com/documents/CriticalMass.pdf>
3. *Datu pārraide*. Latvijas Mobilais Telefons SIA, 2008. <http://www.lmt.lv/lv/index.php?pageid=3005004>
4. Drucker, F. P. *Innovation and Entrepreneurship*. Collins Business, 2006, 288 p.
5. Fagerberg, J. Why Growth Rates Differ. Dosi et al. (eds.) *Technical Change and Economic Theory*. UK: Pinter Publishers, 1998, p. 432–457
6. Forrest, J. Models of the process of technological innovation. *Technology Analysis and Strategic Management*, 3, 1991, p. 439–453
7. Freeman, C. Japan: A New National System of Innovation? Dosi et al. (eds.) *Technical Change and Economic Theory*. UK: Pinter Publishers, 1988, p. 330–348
8. Freeman, C. and Perez, C. Structural Crises of Adjustment: Business Cycles and Investment Behaviour. Dosi et al. (eds.) *Technical Change and Economic Theory*. UK: Pinter Publishers, 1988, p. 38–66
9. GPRS datu pārraide. Latvijas Mobilais Telefons SIA, 2008. <http://www.lmt.lv/lv/index.php?pageid=3005004002>
10. GSM Arena mājaslapa. <http://www.gsmarena.com>
11. Inetis Ltd. mājaslapa. <http://tagtag.com/site/index.php3>
12. *Innovation Management and the Knowledge-Driven Economy*. Final Report. European Commission, Directorate General for Enterprise. Brussels-Luxembourg, 2004, 164 p. ftp://ftp.cordis.lu/pub/innovation-policy/studies/studies_innovation_management_final_report.pdf

13. Kauss, E. Mobilais internets. *E-pasaule – kibertelpa*, 8, 2004. <http://www.dtnet.lv/01003682>
14. Kaža, J. Zviedri plāno ieviest e-parakstu mobilos telefonos. *Db-Online*, 11.04.2005. <http://www.db.lv/online/news.php?aid=44752>
15. Kleppmann, M. Some mobile internet usage statistics. Yes / No / Cancel Website. February 20, 2008. <http://www.yes-no-cancel.co.uk/2008/02/20/some-mobile-internet-usage-statistics/>
16. Krūmiņš, J. Mobilā tīmekļa funkcionālie risinājumi un to potenciāli efektīvie pielietojumi. *Latvijas Universitātes Raksti*, 690. sēj., Vadības zinātne. Rīga, LU, 2005, 365.–374. lpp.
17. Krūmiņš, J. On Mobile Virtual Communities. International Conference “Expanding Borders: Communities and Identities”. Rīga, University of Latvia, November 9–12, 2005
18. Krūmiņš, J. Mobilā tīmekļa lietojumi. LU 64. zinātniskā konference, sekcija “Uzņēmējdarbības vadības datortehnoloģijas”. Rīga, LU, 2006
19. Krūmiņš, J. Development of the Timetable Centered M-Learning Environment. IST4BALT Workshop “Towards a Knowledge Society”. Rīga, April 7, 2006. [http://www.baltic.it.com/ist4balt/ppt/Presentations2006/3 %20- %20eLearning/Janis_Krumins.ppt](http://www.baltic.it.com/ist4balt/ppt/Presentations2006/3%20-%20eLearning/Janis_Krumins.ppt). Accessed: 02.04.06.
20. Landry, R., Amara, N. and Lamari, M. Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent? 4th International Conference on Technology Policy and Innovation. August 28–31, 2000, Curitiba, Brazil
21. Lengrand, L. and Chatrie, I. Business Networks and the Knowledge-Driven Economy. Brussels, European Commission, 1999
22. LMT WAP mājaslapa. <http://www.lmt.lv/wap/>
23. LR Profesiju klasifikators. *Latvijas Vēstnesis*. R., 2000, 416 lpp.
24. Lundvall, B. A. Innovation as an Interactive Process: From User-Producer Interaction to the National System of Innovation. Dosi et al. (eds.) *Technical Change and Economic Theory*. UK: Pinter Publishers, 1988, p. 349–369
25. Lundvall, B. A. The Social Dimension of Learning Economy. *Danish Research Unit for Industrial Dynamics*, Working Paper No. 96–1, Aalborg University, Denmark, 1995
26. Meluškāns, G. WAP iespējas mobilajā tālrunī. *Sakaru Pasaule*, 01.04.2004. <http://www.oto.lv/prese.php?id=17>
27. Mansfield, E. *Innovation, Technology and the Economy*. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 1995
28. M-Banka. LATEKO banka. http://www.lateko.lv/lv/services/remote/mbank/?glo_template=Print
29. Mobilā banka. Hansabanka. http://www.hansabanka.lv/pakalp/pr_5_4.php
30. Mobilā banka. Latvijas Krājbanka. <http://www.krajbanka.lv/lv/private/products/etransactions/mobilebank/>
31. Mytelka, K. L. and Smith, K. Innovation Theory and Innovation Policy: Bridging the Gap. DRUID Conference, Aalborg, June 12–15, 2001
32. National Systems of Innovation. *Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Ed by Lundvall, B. A. London: Pinter Publishers, 1992
33. National Innovation Systems. *A Comparative Analysis*. Ed. by Nelson, R. NY: Oxford University Press, 1993

34. Nelson, R. Research on Productivity Growth and Productivity Differences: Dead Ends and New Departures. *Journal of Economic Literature*, September 1981, p. 1029–1064
35. OECD. Technology and the Economy: The Key Relationships. OECD, Paris, 1992, p. 24
36. OECD. Technology and the Economy: The Key Relationships. OECD, Paris, 1992, p. 238
37. Paegle, J. Ko īsti var uzskatīt par mobilo banku? *E-pasaule – bizness.lv*, 2, 2005, <http://www.dtnet.lv/00804051>
38. Panth, S. *Technological Innovation, Industrial Evolution and Economic Growth*. New York: Garland Publishing Inc., 1997
39. Pētersons, K. Mobilā telefona un kredītkartes kāzas. *Diena*, 2005. gada 17. janvāris
40. Portāls OTO.lv. <http://www.oto.lv/index.html>
41. Rogers, E. M. New Product Adoption and Diffusion. *Journal of Consumer Research*, 2, March 1976, p. 290–301
42. Rogers, E. M. *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press, 1962
43. Rosenberg, N. The Direction of Technological Change: Inducement Mechanisms and Focusing Devices. *Perspectives of Technology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1976, p. 108–125
44. Science, technology and innovation in Europe. *Eurostat*, Luxembourg, 2007. ISSN 1725–5821
45. Schumpeter, A. J. *Capitalism, Socialism and Democracy*. 6th ed., London, UK, Boston, MA: Unwin Paperbacks, 1987, 437 p. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-AE-07-001/EN/KS-AE-07-001-EN.PDF
46. The European Cluster Memorandum. *Promoting European Innovation through Clusters: An Agenda for Policy Action*. Prepared by the High Level Advisory Group on Clusters, Chaired by Senator Pierre Laffite, Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm School of Economics, Europe INNOVA Initiative of the European Commission
47. Vaitheeswaran, V. Innovation. Special Report. The Fading Lustre of Clusters. *The Economist*, October 11, 2007. http://www.economist.com/specialreports/displaystory.cfm?story_id=9928211

Summary

The goal of this paper is to research innovation processes in the area of the development of mobile web applications and to provide solutions aimed at improvement of efficiency of these applications and increase in their number in this area of high technology. Issues considered here stem from experience gained in the process of developing several mobile web application projects. As it is quite common in high technology areas, the development of technologies and devices is often going on irrespective of that of operation systems and applications software, by different companies and groups of developers not familiar with each other's work in progress until the final results are released. The features of mobile devices are usually defined by the current level of technological capabilities as well as production expediency considerations; forecasts of potential requirements of an application also are taken into account, albeit rarely. On the other hand, development of applications is usually based on the current parameters; at best, there are some short-term forecasts carried out – usually a time series analysis and extrapolation. If the requirements for an application

do not comply with the existing parameters, the application is not developed at all no matter how necessary and useful it would be. Application development takes time during which parameters of devices evolve substantially, resulting in a dull application that does not make use of all the opportunities the device offers. The changes in users' needs and preferences, defined obviously by the evolving technological environment, i.e. other similar applications, as well as the dynamics of the popularity of the new products are not considered at all in most cases either. The paradox is that while developers invest enormous amounts of money in new technologies, the new features of mobile devices are left unused. Furthermore, users buy fashionable and expensive mobile phones with great computing capabilities, but use them only for conversations because appropriate applications have not been developed yet, or because the users are not ready yet for such substantial life style changes. The resulting pace of development of both the underlying technology and applications is unbearably slow. A potentially successful and important development is often dismissed for a faster-developing alternative. The number of mobile web users remains relatively small, which means, inter alia, insufficient revenues, and restrains the development of new mobile web applications by IT companies, creating a vicious circle and stagnation of the whole mobile web industry.

The paper deals with the evolution of the main innovation theories and policies during the recent decades and discusses the possible application of these theories and policies to solve the mobile web issues. Furthermore, an analysis of the development processes in the area of mobile communications and mobile web is carried out. This comparative analysis allows to unveil several decisive factors and motives of behavior of the actors involved in the mobile web innovation processes and also to spot some important inconsistencies between the theoretical considerations and the present issues in the mobile web development, facilitating further improvement of innovation theories. In the conclusion of the paper a model for coordination of innovation of mobile web applications is proposed, its structure, components, actors, and their interrelations are defined, and a preliminary description of the decision making procedures based upon this model is presented.

Keywords: *mobile communications, mobile web, mobile web applications, innovations, innovation management, innovation coordination.*

Migrācija, iedzīvotāju ienākuma nodoklis un valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas nodokļu sistēma Latvijā pēc iestāšanās Eiropas Savienībā

Migration, Income Tax, and Social Insurance Contributions to the Tax System in Latvia after Accession to the European Union

Tatjana Loginova

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte, Demogrāfijas un statistikas katedra

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: tatjana.loginova@e-teliamtc.lv

Raksta mērķis – izpētīt un analizēt migrācijas procesus un iedzīvotāju ienākuma nodokļa un valsts obligātās sociālās apdrošināšanas izmaiņas pēc Latvijas iestāšanās Eiropas Savienībā un, pamatojoties uz pētījumu rezultātiem, sniegt rekomendācijas migrācijas un šo nodokļu problēmu risināšanai.

Atslēgvārdi: darbaspēka migrācija, migrācijas cēloņi, nodarbinātība, bezdarbs, iedzīvotāju ienākuma nodoklis (IIN), valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (VSAOI)

Ievads

Eiropas Savienība (ES) ir ekonomiska valstu apvienība, un tās pārvaldes struktūrām ir ierobežotas likumdevēja funkcijas, tāpēc Latvijā maksājamie nodokļi ir noteikti ar Latvijas likumdošanu. Pievienošanās ES neparedzēja pienākumu ieviest Latvijā jaunus nodokļus – nodokļu sistēma palika tāda pati kā pirms iestāšanās ES, izmaiņas ir tikai nodokļu likmēs un piemērošanā darījumiem. Šajā rakstā ir aplūkoti divi tiešie nodokļi: iedzīvotāju ienākuma nodoklis un valsts obligātās sociālās apdrošināšanas iemaksas.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi – raksturot migrācijas cēloņus un parādīt nodokļu izmaiņas, novērtēt to mījiedarbību un ietekmi uz valsts ekonomisko attīstību, kā arī, pamatojoties uz secinājumiem, sniegt rekomendācijas migrācijas un nodokļu problēmu risināšanai.

Pētījuma **metodoloģiskais pamats** ir normatīvie akti par migrāciju un nodokļiem, zinātnisko konferenču un semināru materiāli.

1. Darbaspēka migrācijas ietekme uz valsts ekonomisko attīstību

Latvijai iestājoties ES, aizsākās ievērojama darbinieku emigrācija uz vecajām ES dalībvalstīm, meklējot labāku atalgojumu, labāku darba devēja attieksmi un

labākus darba apstākļus. Datus par iedzīvotāju ilgtermiņa migrāciju Latvijā apkopo Centrālā statistikas pārvalde (CSP), izmantojot no Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes (PMLP) saņemto informāciju par valstī dzīvesvietu deklarējušajām un no valsts izbraukušajām personām.

Latvijas Bankas analītiķi, izmantojot makroekonomiskās modelēšanas metodes, veikuši aprēķinus, ka pesimistiskajā variantā turpmāko desmit gadu laikā pakāpeniski varētu aizbraukt 200 000 ekonomiski aktīvo iedzīvotāju (2).

Latvijas darba tirgus ir raksturojams kā nesabalansēts, līdz 2009. gadam darbaspēka pieprasījums pārsniedz darbaspēka piedāvājumu (4). Darba tirgus sabalansētības trūkumu lielā mērā ir veicinājusi ģeopolitiskā stāvokļa maiņa, kas, no vienas puses, būtiski ietekmēja ārvalstu kapitāla ieplūšanu un ekonomisko aktivitāšu palielināšanos, kā rezultātā strauji pieauga pieprasījums pēc darbaspēka, bet, no otras puses, – darbaspēka aizplūšanu, ko noteica darbaspēka relatīvi zemā cena un tādējādi Latvijas darbaspēka augstā konkurētspēja ārējos darba tirgos. Kopš iestāšanās ES daudzi darba ņēmēji no Latvijas devušies strādāt uz citām ES dalībvalstīm. Iezīmējas medicīniskā personāla un pedagogu trūkums, kā arī citu darbinieku emigrācija uz vecajām ES dalībvalstīm. Visbūtiskākais iemesls izceļošanai ir augstāks atalgojums, labāki darba apstākļi un sociālās garantijas (3).

Latvijas migrācijas politika attiecībā uz ārzemnieku ieceļošanu nodarbinātības nolūkā ir vērsta galvenokārt uz vietējā darba tirgus aizsardzību, it īpaši no mazkvalificētā darbaspēka ieplūšanas. Ārzemnieku ieceļošanas un uzturēšanās, arī nodarbinātības nosacījumus regulē Imigrācijas likums un tam pakārtotie Ministru kabineta noteikumi (1). Ārzemnieku ieceļošanu un uzturēšanos Latvijas Republikā atbilstoši savai kompetencei dokumentē un kontrolē LR PMLP, Valsts robežsardze, LR diplomātiskās un konsulāras pārstāvniecības un Ārlietu ministrijas Konsulārais departaments. Latvijā nav ieviestas darbaspēka kvotas. Izņēmums ir informācijas tehnoloģiju vadošie speciālisti, kuriem izsniedz darba atļaujas bez darba devēja darba izsaukuma apstiprināšanas atbilstoši vīzu derīguma termiņam uz laiku, kas nepārsniedz 90 dienas pusgada laikā, skaitot no pirmās ieceļošanas dienas, un kuriem ir atbilstoša augstākā profesionālā vai augstākā akadēmiskā izglītība informācijas tehnoloģiju jomā ar pieredzi vadošā amatā informācijas tehnoloģiju nozarē (pēdējos trīs gados) (9).

Viens no iemesliem, kāpēc Latvijā nav daudz viesstrādnieku, ir samērā augstās uzturēšanās un darba atļaujas pieprasīšanas administratīvās izmaksas un tas darba samaksas apjoms, kāds darba devējam jānodrošina viesstrādniekam. Saskaņā ar Ministru kabineta 2005. gada 12. jūlija noteikumiem Nr. 515 “Noteikumi par ārzemniekiem nepieciešamo finanšu līdzekļu apmēru un finanšu līdzekļu esības konstatēšanas kārtību” darba samaksa no trešās valsts ieceļojušam ārzemniekam jānodrošina atbilstoši strādājošo mēneša vidējai bruto darba samaksai gadā. Bez tam darba devējam ir jāmaksā saskaņā ar likumu “Par valsts sociālo apdrošināšanu” noteiktā obligātā apdrošināšanas iemaksa 24,09% apmērā. Prasība nodrošināt darba samaksu vidējās darba algas apmērā saistīta ar to, ka, pirmkārt, ārzemniekam nav tiesību pieprasīt sociālos pabalstus – viņš nedrīkst kļūt par slogu sociālās palīdzības sistēmai, pretējā gadījumā var sekot uzturēšanās un darba atļaujas anulēšana un izraidīšana no Latvijas Republikas. Otrkārt, tas, ka darba devējs uzaicinātajam

ārzemniekam maksā minimālo algu, visbiežāk liecina par uzņēmumā pastāvošo “aploksņu algu” sistēmu un normatīvo aktu pārkāpumiem nodokļu politikas jomā (4).

Latvijai ir saistoši vairāki starptautiskie līgumi, kuros tiek risināts darba samaksas jautājums, piemēram, ANO Starptautiskajā paktā par cilvēka ekonomiskajām, sociālajām un kultūras tiesībām ir noteikts, ka “pakta dalībvalstis atzīst katra tiesības uz taisnīgiem un labvēlīgiem darba apstākļiem, kas sekmē it īpaši atlīdzību, kas nodrošina visiem strādājošajiem vismaz apmierinošu eksistenci viņiem pašiem un viņu ģimenēm”. Latvijas ratificētās Starptautiskās Darba organizācijas konvencijas Nr. 131 “Par minimālās darba algas noteikšanu” mērķis ir aizsargāt strādājošos no nepamatoti zemām algām, un tas uzliek valstij pienākumu, nosakot minimālās darba algas līmeni, apmierināt strādājošo un viņu ģimenes vajadzības, ņemot vērā vispārējo darba algu līmeni, dzīvošanas izmaksas, sociālos pabalstus un citu sociālo grupu relatīvo dzīves līmeni, kā arī ekonomiskos faktorus, ieskaitot ekonomiskās attīstības prasības, darba ražīguma līmeni un vēlamību sasniegt un uzturēt augstu nodarbinātības līmeni. Tāpat ANO Vispārējā cilvēktiesību deklarācijā ir noteikts, ka “katram strādājošajam ir tiesības uz taisnīgu un pienācīgu darba algu, kas nodrošina cilvēka cienīgu dzīvi viņam un viņa ģimenei” (8).

Sākot ar 2005. gadu, darba samaksas kāpums ir bijis augstāks par darba ražīguma pieaugumu, un, ja šāda situācija turpināsies, tas veicinās tālāku makroekonomiskās nesabalansētības palielināšanos. Minimālās mēneša darba algas, nepaliekamā minimuma un attaisnoto izdevumu palielināšana ir nepieciešama, jo, pretējā gadījumā, var palielināties darbaspēka emigrācija, tādējādi daudzi Latvijas uzņēmumi cietīs zaudējumus, negūstot iespējamo peļņu darbaspēka trūkuma dēļ. Papildus tam komersantiem nāksies ieguldīt līdzekļus jaunu strādnieku atrašanai un algošanai. Bez tam tautsaimniecībā kopumā ienākošā naudas plūsma, ko emigranti pārved uz Latviju, veicina inflācijas pieaugumu. Emigrācijas rezultātā tiks zaudēti nodokļu maksājumi valstij, kā arī līdzekļu ieguldījumi izglītībā, jo emigrē galvenokārt jauni cilvēki, kuri salīdzinoši nesen ir ieguvuši izglītību Latvijā. Tie ir negūtie ienākumi, ko emigrants būtu varējis dot valsts tautsaimniecībai (negūtie nodokļu ieņēmumi valsts un pašvaldību budžetos). Minimālās mēneša darba algas paaugstināšana ir izdevīgāka tieši maznodrošināto iedzīvotāju ienākumu paaugstināšanai, tā labvēlīgi ietekmē iedzīvotāju ienākuma nodokļa un valsts sociālās apdrošināšanas iemaksu pieaugumu. Iedzīvotāju ienākuma nodokļa neapliekamā minimuma paaugstināšana rada pozitīvu ietekmi uz ekonomikas attīstību – iedzīvotāju ienākumu palielināšanās un līdz ar to arī pirktpējas un maksātpējas palielināšanās ietekmē patēriņa līmeni, it sevišķi iedzīvotāju grupās ar zemu ienākumu līmeni. FM prognozē, ka kopējos budžeta ieņēmumus zināmā mērā palielinās iedzīvotāju tēriņi, pērkot preces un pakalpojumus. Tādējādi iedzīvotāju ienākumu nodokļa ieņēmumu samazinājums tiks daļēji kompensēts ar pievienotās vērtības nodokļa un akcīzes nodokļa ieņēmumu palielinājumu.

Statistikas dati liecina, ka nodarbināto skaits tautsaimniecībā palielinās lēni un ekonomika pamatā attīstās uz strauja produktivitātes pieauguma rēķina. Ņemot vērā, ka Latvijā produktivitātes līmenis ir vairāk nekā divas reizes zemāks par vidējo produktivitāti Eiropas Savienības dalībvalstīs, un izvirzīto prioritāti – uz zināšanām balstītas ekonomikas attīstību, **arī turpmākā tautsaimniecības izaugsme būs**

orientēta galvenokārt uz produktivitātes pieaugumu, bet mazāk – uz strādājošo skaita palielinājumu. Latvijas Nacionālajā attīstības plānā 2007.–2013. gadam ir izvirzīts uzdevums: “..tuvāko septiņu gadu laikā radīt priekšnoteikumus pārejai no šodien ekonomikā valdošā modeļa, kuru raksturo mazkvalificēta darbaspēka izmantošana un produkcijas ar zemu pievienoto vērtību ražošanas, uz inovatīvu (zināšanu) attīstības modeli.” Augsti produktīvas un ekonomiski efektīvas ražošanas nepieciešamība ir saistīta arī ar straujiem globalizācijas tempiem un konkurences saasināšanos produktu noieta tirgos.

2. Eiropas Savienības nodokļu politikas raksturojums: principi un uzdevumi

Nodokļu politika ES joprojām ir ES dalībvalstu nacionālās suverenitātes simbols. Atbildība par nodokļu politikas realizāciju gulstas galvenokārt uz dalībvalstīm nacionālajā un reģionālajā līmenī. ES šai ziņā ir tikai pakārtota loma, proti, tā nodrošina, ka dalībvalstu nacionālās nodokļu sistēmas ir savietojamas ar ES mērķiem un raugās, lai tās netraucē preču, kapitāla un pakalpojumu brīvu pārvietošanos ES iekšējā tirgū.

ES vienotā iekšējā tirgus veiksmīgai funkcionēšanai ir būtiski, ka dalībvalstu nodokļi neierobežo brīvu preču, pakalpojumu, kapitāla kustību, kā arī neizkropļo konkurenci. Līdz ar to ES tiesību aktu kopums (*acquis communautaire*) skar galvenokārt tos nodokļus, kas ES iekšējā tirgū ietekmē patēriņu, attiecas uz uzņēmējdarbību un tirdzniecību ar trešajām valstīm (t. i., netiešie nodokļi: pievienotās vērtības nodoklis, akcīzes nodoklis, muitas maksājumi).

ES darbību un Latvijas dalību tajā nosaka pamatlīgumi, par ko vienojas visas ES dalībvalstis. Pašlaik ir spēkā Nicas līgums ar tā pielikumiem, ar kuru tika grozīti iepriekšējie pamatlīgumi un kurš stājās spēkā 2003. gada 1. februārī – pēc tam, kad to bija ratificējušas visas ES dalībvalstis. Līdz 2008. gada 27. jūnijam vairāk nekā puse dalībvalstu parlamentu ir ratificējuši Lisabonas līgumu. Tās ir 20 dalībvalstis – Ungārija, Slovēnija, Malta, Rumānija, Francija, Bulgārija, Polija, Slovākija, Portugāle, Dānija, Austrija, Latvija, Lietuva, Vācija, Luksemburga, Igaunija, Somija, Grieķija, Apvienotā Karaliste un Kipra. Ratifikācijas process pilnībā pabeigts 11 dalībvalstīs. Lisabonas līgumā ir noteiktas ES vērtības un dibināšanas mērķi, pamatojoties uz vērtībām, kas respektē cilvēka cieņu, brīvību, demokrātiju, vienlīdzību, tiesiskumu un cilvēktiesības, tostarp minoritāšu tiesības. Šīs vērtības dalībvalstīm ir kopīgas sabiedrībā, kur valda plurālisms, tolerance, taisnīgums, solidaritāte, sieviešu un vīriešu līdztiesība un kur nav diskriminācijas. Tāpat līgums nosaka, ka “Savienības mērķis ir veicināt mieru, stiprināt savas vērtības un savu tautu labklājību” (9).

Hartai savukārt, balstoties uz ES Pamattiesību hartu un cilvēktiesību un pamatbrīvību īstenošanu, būs tāds pats spēks kā pamatlīgumiem. Līgums norāda, ka Harta ir kā ES pilsoņu tiesību katalogs, kurā deklarētas sešas pamattiesības, kas kopīgas visiem ES pilsoņiem – cieņa, brīvība, vienlīdzība, solidaritāte, pilsoņu tiesības un tiesiskums. Harta garantē, piemēram, tiesības uz dzīvību, vārda un informācijas brīvību, personas datu aizsardzību, tiesības uz izglītību, patērētāju aizsardzību, kultūru, reliģiju un valodu daudzveidību, bērnu tiesības, vecāka gadagājuma cilvēku tiesības, invalīdu integrāciju u. c. Lisabonas līgums paredz ES

iespēju pievienoties Eiropas Padomes Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijai. Tas neietekmēs noteiktās dalībvalstu kompetences cilvēktiesību jomā.

ES neiejaucas dalībvalstu sociālajā politikā, tā vienīgi raugās, lai nodarbinātajām vai pašnodarbinātajām personām, pārvietojoties ES iekšējā tirgū, nenāktos maksāt sociālās apdrošināšanas maksājumus divreiz, ES neregulē arī dabas resursa nodokļa piemērošanu un iekasēšanu. Kas attiecas uz tiešajiem nodokļiem, ES *acquis* neliek uzsvāru uz to harmonizāciju vispār, izņemot to, ciktāl tas skar četras Eiropas Kopienas līgumos paredzētās brīvības. ES nodokļu politikas galvenie uzdevumi ir panākt, lai dalībvalstu dažādās nodokļu likmes un netiešo nodokļu sistēmas neizkropļotu konkurenci vienotajā ES tirgū un respektētu četras Eiropas Kopienas līgumos paredzētās pamatbrīvības, proti, brīvu personu, preču, pakalpojumu un kapitāla kustību, kā arī samazinātu izvairīšanos no nodokļu maksāšanas un novērstu dubulto aplikšanu ar nodokļiem. Padomes direktīvās ir arī noteikts, kuras preces vai pakalpojumus dalībvalstīm var atļaut neaplikt ar nodokli. Šajā sarakstā ietilpst slimnīcu pakalpojumi un medicīniskā aprūpe, bērnu un jauniešu izglītība, universitāšu izglītība, ar kultūru un sportu saistītie pakalpojumi, derības un loterijas.

Lai nodrošinātu ES līguma prasību par brīvu kapitāla kustību ievērošanu, ir noteikts vienāds nodokļu režīms dividendēm, ko Latvijas fiziskās personas saņem no Latvijas un ES dalībvalstu uzņēmēj sabiedrībām. Pamatojoties uz Finanšu ministrijas Nodokļu politikas departamenta direktores Dainas Robežnieces paziņojumu “Par izmaiņām Latvijas nodokļu politikā pēc iestājas ES” direktīvas 2003/48/EC ieviešanai par uzkrājumu aplikšanu ar nodokli, nepieciešams izdarīt grozījumus Kredītiestāžu likumā un citos finanšu institūciju darbību regulējošajos likumos, lai nodrošinātu ikgadējo informācijas iesniegšanu nodokļu administrācijai par visiem ES dalībvalstu rezidentu ienākumiem no noguldījumiem (9).

3. Valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (VSAOI)

Katra ES dalībvalsts veido savu sociālās apdrošināšanas sistēmu, tāpēc Latvijas sociālās apdrošināšanas sistēma ir mūsu valsts kompetencē. Normatīvais dokuments – likums “Par valsts sociālo apdrošināšanu” – ir pieņemts 1997. gada 21. oktobrī. Nodokļa bāze ir algota darbinieka nopelnītā darba samaksa, no kuras tiek ieturēts iedzīvotāju ienākumu nodoklis, un pašnodarbinātās personas darba ienākumi, taksācijas periods – viens kalendārais mēnesis. Cilvēkiem, kas veic sociālās iemaksas, noteiktās situācijās zaudējot darba ienākumus, piemēram, saslimstot vai aizejot pensijā, daļēju ienākumu aizvietošanu garantē valsts sociālās apdrošināšanas sistēma. Tas nozīmē, ka sociāli apdrošinātiem cilvēkiem, kuri veic sociālās apdrošināšanas iemaksas no saviem darba ienākumiem, ir tiesības saņemt attiecīgus sociālās apdrošināšanas pakalpojumus – pensijas, pabalstus un atlīdzības. Tos cilvēkiem izmaksā atkarībā no viņu sociālajām iemaksām – jo lielāki bijuši ienākumi, no kuriem veiktas iemaksas, jo attiecīgi lielāks ir arī pabalsta, pensijas vai atlīdzības apmērs. Vispārīgā gadījumā darba ņēmējs ir pakļauts visiem sociālās apdrošināšanas veidiem – pensiju apdrošināšanai, apdrošināšanai pret bezdarbu, darba negadījumu apdrošināšanai, invaliditātes apdrošināšanai, maternitātes un slimības apdrošināšanai, kā arī vecāku apdrošināšanai.

1. tabula

Table 1

Faktiski iekasētās valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (ieskaitot fondētās pensijas) no 2004. gada līdz 2008. gada septembrim ieskaitot, tūkst. latu (10)

Selected mandatory social insurance contributions from 2004 to September 2008

Nodoklis/ Gads	2004	2005	2006	2007	2008 (I-IX)
Faktiski iekasētās valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas (ieskaitot fondētās pensijas)	662 391, 00	780 624,10	1000197,60	1 377 382,00	1 238 539,00

VID statistikas informācija liecina, ka VSAOI iekasēšana no 2004. gada līdz 2008. gada septembrim pieaugusi par 87% (1. tab.).

Saskaņā ar MK 14.11.2004. noteikumu Nr. 397 “Noteikumi par valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu veicēju reģistrāciju un ziņojumiem par valsts sociālās apdrošināšanas obligātajām iemaksām un iedzīvotāju ienākuma nodokli” 3.1. un 3.2. punktu, katra persona ir sociāli apdrošināta un veic sociālās iemaksas nodarbinātības valstī atbilstoši šīs valsts sociālās drošības tiesību aktiem (pamatprincips), pat ja personas darba devēja uzņēmums atrodas citā valstī. Tāpēc citas ES dalībvalsts uzņēmums reģistrējas kā sociālo iemaksu veicējs VID teritoriālajā iestādē atbilstoši darba ņēmēja nodarbinātības vietai. Savukārt par sociālajiem nodokļiem, ko Latvijas pilsonis maksājis ārzemēs, Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūras (VSAA) sniedz šādu skaidrojumu: “..fiziskā persona, kas strādājusi Īrijā, bet pēc tam pārcēlusies uz Latviju, pēc pensijas vecuma iestāšanās būs tiesīga saņemt pensiju gan no Īrijas, gan no Latvijas, ja Īrijā nostrādātais laiks kopā ar Latvijā (vai citā ES dalībvalstī) nostrādāto laiku sastādīs nepieciešamo periodu (darba stāžu), par kuru Īrijā tiek aprēķināta pensija.” Šajā gadījumā, sasniedzot pensijas vecumu, šī fiziskā persona iesniegs pensijas pieprasījumu Latvijas VSAA norādot savu stāžu Īrijā, VSAA sagatavos attiecīgu pieprasījumu Īrijai, savukārt Īrijas attiecīgā iestāde (analogi VSAA) pieprasīs no Latvijas VSAA informāciju par fiziskās personas darba stāžu Latvijā. Ja darba stāžs Latvijā kopā ar darba stāžu Īrijā sasniegs pensijas aprēķināšanai nepieciešamo darba stāžu, attiecīgā fiziskā persona saņems pensiju gan no Latvijas, gan no Īrijas. Tādējādi, legāli strādājot ES valstīs, Latvijas iedzīvotāji maksā nodokļus un kāpina savu sociālo budžetu.

ES sociālā budžeta drošību regulē ES normatīvie akti (regulas): Padomes 1971. gada 14. jūnija Regula (EEK) Nr. 1408/71 par sociālā nodrošinājuma shēmu piemērošanu darba ņēmējiem un to ģimenēm, kas pārvietojas Kopienas teritorijā, un Padomes 1972. gada 21. marta Regula (EEK) Nr. 574/72, ar kuru nosaka izpildes kārtību Regulai (EEK) Nr.1408/71 par sociālā nodrošinājuma sistēmu piemērošanu darbiniekiem un viņu ģimenēm, kas pārvietojas Kopienā (6).

Pamatojoties uz VID datiem par darba ņēmēju skaitu, kuri maksā VSAOI, var konstatēt darba ņēmēju skaita pieaugumu no 910 928 cilvēkiem 2004. gada maijā līdz 947 591 cilvēkiem 2008. gadā, bet ir gadījumi, kad darba ņēmējs, kas nodarbināts pie

vairākiem dažādās VID teritoriālajās iestādēs reģistrētiem darba devējiem, statistikas datus ir iekļauts vairākkārt.

4. Iedzīvotāju ienākuma nodoklis

Latvijā to ienākumu, kas gūti uz darba attiecība pamata, aplikšana ar iedzīvotāju ienākuma nodokli (IIN) un šī nodokļa maksāšanas kārtība ir bez izmaiņām, bet nodokļa likme no 2009. gada 1. janvāra ir 23 %, līdz tam – 25 %. Nodokli par darbinieka gūtajiem ienākumiem aprēķina un budžetā maksā darba devējs. Iedzīvotāju ienākuma nodoklis līdz ar Latvijas iestāšanos Eiropas Savienībā arī palika bez izmaiņām, jo tas kā tiešais nodoklis, kuru ES direktīvas nereglamentē, ir katras dalībvalsts kompetencē. Normatīvais dokuments ir Likums “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli”, pieņemts 1993. gada 11. maijā. Nodokļu bāze ir ienākumi, kas gūti, pamatojoties uz darba attiecībām, vai ienākumi no saimnieciskās darbības (nodokļu likme no 2008. gada 01. janvāra ir 15 %, līdz tam – 25 %), kā arī citi ienākumi saskaņā ar likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 3. pantu, taksācijas periods – viens kalendārais mēnesis (ja ir darba attiecības) vai viens kalendārais gads (citos gadījumos). Atbilstoši likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 2. panta 1. punktam iedzīvotāju ienākuma nodokli maksā fiziskās personas, kas atbilstoši likumam “Par nodokļiem un nodevām” ir iekšzemes nodokļu maksātāji – rezidenti – un taksācijas periodā (kalendārajā gadā) ir guvuši ienākumus Latvijas Republikā un/ vai ārvalstīs.

2. tabula
Table 2

Faktiski iekasētais iedzīvotāju ienākuma nodoklis (ieskaitot pašvaldību pamatbudžetu) no 2004. gada līdz 2008. gada septembrim ieskaitot, tūkst. latu (10)

Selected personal income tax payments from 2004 to September 2008

Nodoklis/ Gads	2004	2005	2006	2007	2008 (I-IX)
Faktiski iekasētais iedzīvotāju ienākuma nodoklis (ieskaitot pašvaldību pamatbudžetu)	435 530,50	509 245,60	657 273,70	887 800,10	757 615,90

VID statistikas informācija (2. tab.) liecina par IIN iekasēšanas pieaugumu līdz 74 % no 2004. gada līdz 2008. gada septembrim.

Saskaņā ar Ministru kabineta 2006. gada 26. septembra noteikumu Nr. 793 “Likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” normu piemērošanas kārtība” 24. punktu fiziskās personas – Latvijas Republikas rezidenti – par ienākumiem, kas kalendārajā gadā gūti, strādājot darba devēja – ārvalstu nodokļa maksātāja – labā ārpus Latvijas, likumā noteiktajā termiņā un kārtībā iesniedz gada ienākumu deklarāciju.

Atbilstoši likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 19. panta piektajai daļai deklarācija ar tai pievienotajiem dokumentiem iesniedzama maksātāja dzīvesvietas VID teritoriālajā iestādē ne vēlāk kā taksācijas gadam sekojošā gada 1. aprīlī. Deklarācijas iesniegšana nav saistīta ar pilsonību, bet gan ar fiziskās personas rezidences statusu. Pēc VID publicētās statistikas par pēdējos gados iesniegtajām

fizisko personu deklarācijām un pielikumu D2 (Fizisko personu (rezidentu) ārvalstīs gūtie ienākumi) par 2004. gadu D2 pielikumu iesniedza 365, par 2005. gadu – 544, par 2006. gadu – 460 ārvalstīs ienākumus guvušie Latvijas iedzīvotāji. Deklarācijai ir pievienojami dokumenti, kas apliecina nodokļa maksātāja tiesības uz atvieglojumiem, taksācijas gadā ārvalstīs samaksāto nodokli, un citi dokumenti, kuri saskaņā ar likumu “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” ir ņemami vērā, nosakot gada apliekamo ienākumu. Tādējādi visiem ārzemēs strādājošajiem Latvijas Republikas rezidentiem ir jāsniedz deklarācija savas dzīvesvietas VID teritoriālajā iestādē. Saskaņā ar likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 24. panta otro daļu Latvijas Republikā pastāvīgi dzīvojošo personu ienākumi, kas gūti ārvalstīs, tiek aplikti ar nodokli Latvijas Republikā, izņemot gadījumus, kad saskaņā ar noslēgtajiem starpvalstu līgumiem noteikta citāda kārtība. Minētā likuma 24. panta trešajā daļā noteikts, ka aprēķināto nodokli samazina par summu, kas ir vienāda ar ārvalstīs samaksāto nodokli, ja šī nodokļa samaksa ārvalstīs ir apliecināta ar ārvalstu nodokļu iekasēšanas institūcijas apstiprinātiem dokumentiem, kuros uzrādīts apliekamais ienākums un ārvalstīs samaksātā nodokļa summa. Atbilstoši šā panta ceturtajai daļai minētais samazinājums nedrīkst būt lielāks par summu, kas atbilst Latvijas Republikā aprēķinātajam nodoklim par ārvalstī gūto ienākumu. Tādējādi, ja citā valstī samaksātais ienākuma nodoklis ir vienāds ar nodokli, kas aprēķināts saskaņā ar likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” normām, vai pārsniedz to, un nodokļa nomaksas fakts ir apliecināts ar šīs citas valsts nodokļu administrācijas izsniegtu dokumentu, tad Latvijas Republikā nodoklis no ārvalstīs saņemtā ienākuma nav jāmaksā. Savukārt, ja ārvalstīs samaksātais nodoklis ir mazāks nekā pēc Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem aprēķinātais nodoklis, tad nodokļa maksātājs piemaksā starpību. Atbilstoši likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” 24. panta ceturtais daļas nosacījumiem, ja citā valstī samaksātais ienākuma nodoklis pārsniedz nodokli, kas aprēķināts saskaņā ar likuma “Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” normām, nodokļa starpība netiek atmaksāta (11).

Ārzemēs strādājošie daļu nopelnītās naudas sūta uz Latviju. Naudas līdzekļi, ko valstī ieved ārvalstīs strādājošie Latvijas iedzīvotāji, tiek iztērēti patēriņa precēm, uzkrājumiem vai ieguldījumiem, kā arī nekustamā īpašuma iegādei un hipotēkas segšanai. Saskaņā ar Latvijas Bankas apkopotajiem datiem ārvalstīs strādājošie Latvijas iedzīvotāji pērn uz Latviju nosūtījuši 282,5 miljonus latu, savukārt 2008. gada 1. ceturksnī uz Latviju nosūtītās naudas apmērs sasniedza gandrīz 69 miljonus latu (9).

Ja persona bijusi Latvijas rezidents, tā šo statusu var zaudēt. Priekšnoteikumi, lai personai piešķirtu nerezidenta statusu, ir ilgstoša uzturēšanās (pastāvīgā dzīvesvieta) un darba vieta ārpus Latvijas un personas attiecības ar tās jauno mītnes zemi, kurām ir jābūt “ciešākām”, nekā tās tajā brīdī ir ar Latviju. Piemēram, par šo “ciešāko” attiecību kritērijiem atbilstoši likuma “Par nodokļiem un nodevām” 14. panta trešajai daļai var kalpot tas, ka personai ārvalstīs pieder īpašums vai dzīvo ģimene, vai tā veic ārvalstīs sociālās apdrošināšanas maksājumus. Kompetentajām Latvijas iestādēm, piemēram, VID, ir tiesības nepieciešamības gadījumā pieprasīt no personas dokumentus, kas apliecina šo ciešāko attiecību esamību. Tomēr, lai zaudētu rezidenta statusu, personai pirms pārcelšanās uz dzīvi ārpus Latvijas ir jāinformē VID par nodomu izceļot, tādējādi mainot savu pastāvīgo dzīvesvietu. Ja

fiziskās personas nolūks ārvalstīs ir tikai strādāt, turklāt Latvijā minētajai personai paliek īpašumi, ģimene, persona arī turpmāk tiks uzskatīta par Latvijas rezidentu. Fiziskā persona, kura pirms izbraukšanas no Latvijas tika uzskatīta par Latvijas rezidentu, nodokļu aprēķināšanas nolūkā tiks uzskatīta par citas valsts rezidentu tikai tajā gadījumā, ja minētā persona Latvijas nodokļu administrācijai apliecina un pierāda, ka tās pastāvīgā dzīvesvieta nav Latvija un tai ar citu valsti ir izveidojušās ciešākas personīgās un ekonomiskās saites nekā ar Latviju. Ja persona atrodas ārpus Latvijas ilgāk par sešiem mēnešiem, tad saskaņā ar Iedzīvotāju reģistra likumu jāpaziņo PMLP savas dzīvesvietas adrese ārvalstīs, kā arī citas izmaiņas Iedzīvotāju reģistrā iekļautajās ziņās par sevi, saviem bērniem, kas jaunāki par 18 gadiem, un par personām, kas atrodas aizbildnībā vai aizgādībā, ja šīs izmaiņas izdarītas ārvalstu institūcijās. Atgriežoties Latvijā, arī jāpaziņo par dzīvesvietu Latvijā. Saskaņā ar Latvijas administratīvo pārkāpumu kodeksa normām, par šīs informācijas nepaziņošanu attiecīgās pašvaldības Administratīvā komisija var piemērot naudas sodu no 10 līdz 25 Ls (9).

Būtiskākās izmaiņas 2010. gadā plānots ieviest iedzīvotāju ienākuma nodokļa piemērošanā – atbilstoši Latvijas ekonomikas stabilizācijas un izaugsmes atjaunošanas programmai paredzēts paplašināt IIN bāzi, ar 10% nodokli apliekot ienākumus no kapitāla. Ieviešot šādas izmaiņas IIN piemērošanā, turpmāk ar nodokli varētu aplikt ienākumus, kas gūti no nekustamā īpašuma un vērtspapīru pārdošanas, kā arī ienākums no akcijām un kapitāla daļām (dividendes) un dažādiem finanšu instrumentiem.

Kā jau iepriekš norādīts, ES nav tiesību iekasēt nodokļus no Latvijas iedzīvotājiem un ES budžeta ieņēmumi lielākoties sastāv no dalībvalstu iemaksām. No Latvijas rezidenta algota darba ienākumiem, ja tie gūti citā ES vai Eiropas Ekonomiskās zonas valstī, kā arī ārvalstī, ar kuru Latvijai ir noslēgta nodokļu konvencija, iekasētais iedzīvotāju ienākuma nodoklis paliek kādā ES vai Eiropas Ekonomiskās zonas valstu budžetā.

Secinājumi un priekšlikumi

Apkopojot pētījuma rezultātus, var izdarīt šādus secinājumus un rekomendācijas:

- no ES paplašināšanās vairāk labuma deva “vecajām” ES valstīm, jo tās ieguva papildu darbaspēku un to uzņēmējiem paplašinājās tirgus, jaunajām valstīm vēloties modernizēties;
- Latvijā jāpaaugstina ar nodokli neapliekamais ienākumu minimums, tādējādi iedzīvotājiem ar zemiem ienākumiem radot pamatu neto ienākuma palielinājumam, vienlaikus darba devēja darbaspēka izmaksām paliekot iepriekšējā līmenī;
- nepieciešams izstrādāt programmu bezdarbnieku iesaistīšanai darba tirgū ekonomikas krīzes laikā;
- nepieciešams izstrādāt sociālo iemaksu mantošanas sistēmu (analoģiski 3. pensijas līmenim), lai palielinātu darbinieku motivāciju strādāt un maksāt nodokļus Latvijā;

- nepieciešams izstrādāt ekonomisko migrācijas politiku, lai mazinātu darbaspēka aizplūdi un nodrošinātu kontrolējamo darbaspēka piesaisti, kas atbilst Latvijas tautsaimniecības attīstības ilgtermiņa mērķiem;
- censties Latvijas ekonomiku pārorientēt no mazkvalificēta darbaspēka izmantošanas un produkcijas ar zemu pievienoto vērtību ražošanas uz inovatīvu (zināšanu ietilpīgu) ekonomiku.

LITERATŪRA

1. *Ministru kabineta 18.07.2006. noteikumi Nr. 586 "Kārtība, kādā Latvijas Republikā ieceļo un uzturas Eiropas Savienības dalībvalstu, Eiropas Ekonomikas zonas valstu un Šveices Konfederācijas pilsoņi un viņu ģimenes locekļi"*. Pieejams: www.lv.lv
2. *Koncepcija par migrācijas politiku nodarbinātības kontekstā*. Pieejams: www.pmlp.gov.lv
3. *Par iedzīvotāju ilgtermiņa migrāciju un nodarbinātību ārzemēs 2007. gadā* (skatīts 12.10.2008.). Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/>
4. *LM: darba tirgū vērojama neatbilstība starp darbaspēka piedāvājumu un pieprasījumu*. Pieejams: <http://www.prcents.lv/>
5. *VDI pārskats par nelegālās nodarbinātības pārbaudēm 2007. gada decembrī*. Pieejams: www.vdi.gov.lv
6. Optimāla, nodarbinātību veicinoša nodokļu un pabalstu sistēma. *Eiropas Savienības struktūrfondu nacionālās programmas "Darba tirgus pētījumi" projekts "LABKLĀJĪBAS MINISTRIJAS PĒTĪJUMI"* Nr. VPD1/ESF/NVA/04/NP/3.1.5.1./0001/0003. Pieejams: <http://www.politika.lv>
7. Pieejams: www.csb.gov.lv
8. Pieejams: www.fm.gov.lv
9. Pieejams: www.pmlp.gov.lv
10. Pieejams: www.vid.gov.lv
11. COM (2005) 669 *Final Communication from the Commission Policy Plan on Legal Migration*. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/>

Summary

The purpose of this article is to show changes in migration and collection of personal income tax and mandatory social insurance contributions since May 2004, when Latvia acceded to the European Union. According to the data of the Ministry of Economy of the Republic of Latvia, the majority of Latvian labour force leave for Ireland, the United Kingdom, and Germany. The article summarizes the definitions, characteristics, and causes of migration as well as factors influencing it as substantiated by various statistical data. The effect of migration on the country's economic growth is increasing. Finally, the author presents her predictions on labour force emigration and, based on the conclusions of this work, offers recommendations for possible solutions.

Keywords: labour force migration (immigration and emigration), migration causes, employment, unemployment, personal income tax, mandatory social insurance contributions.

Projektu vadītāju kvalifikācija profesionālās izglītības iestādēs *Qualification of Project Managers in Vocational Colleges*

Marija Simonova

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: s_marija@inbox.lv

Raksta mērķis – izpētīt esošo situāciju projektu vadīšanā profesionālo izglītības iestāžu piemērā un piedāvāt kompleksu pieeju (no projektu vadītāju, darba devēju, LNPVA un valsts pusēm) projektu vadītāju kvalifikācijas celšanai un līdz ar to projektu kvalitātes uzlabošanai. Raksts sniedz informāciju par autores pētījuma rezultātiem.

Atslēgvārdi: projekts, projektu vadītājs, starptautiskas projektu vadības standarts

Ievads

Laikā no 2004. līdz 2006. gadam no Eiropas struktūrfondiem Latvijai tika piešķirti 856,1 miljoni eiro, tajā skaitā finansējuma piešķirums izglītības un zinātnes jomai bija 81,6 milj. eiro (no ERAF 12,7 milj. eiro, no ESF – 68,9 milj. eiro). Izglītībā un zinātnē plānotais 2007.–2013. gada kopējais ES struktūrfondu un nacionālā publiskā finansējuma ieguldījums ir 880 898 140 eiro, tajā skaitā profesionālajā izglītībā – 134,6 milj. eiro, kas veido 15,2 % no kopējā finansējuma (intelektuālajiem projektiem 5,3 % un infrastruktūrai 9,8 %).

Ekonomikas globalizācijas apstākļos pastiprinās konkurence darba tirgū, arī projektu vadīšanas sektorā. Pēc ES struktūrfondu finansējuma pirmā posma var secināt, ka finansējuma modelis profesionālajā izglītībā nav bijis tik veiksmīgs, kā bija paredzēts. Realizēto projektu skaits ir daudz mazāks nekā plānots. Projektu intensitāte pa reģioniem ir stipri atšķirīga, daudzi projekti ir bijuši ļoti īslaicīgi, bez turpinājuma, un projektu rezultāti atšķiras no plānotajiem rezultātiem. Viens no iemesliem – Latvijā vēl joprojām nav pietiekami daudz cilvēku, kuri profesionāli pārzina projektu vadīšanas metodes, tehnikas un instrumentus. Pieaugot projektu finansējuma apjomam (struktūrfondu finansējuma otrais posms 2007.–2013), aktuāla kļūst projektu uzraudzība un to realizācijas efektivitāte.

Šī pētījuma mērķa grupa ir profesionālo izglītības iestāžu (arodskolu un arodividusskolu; visā Latvijā tādu ir 80) projektu vadītāji.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi – raksturot projektu vadītāju vai cilvēku, kas nodarbojas ar projektiem, izglītību, pieredzi darbā ar projektiem, sociālo kompetenci, darba attiecības ar darba devējiem (izpratne un atbalsts no tiem) un darba kvantitatīvos rādītājus.

Darba metodoloģiskais pamats ir autores praktiskā pētījuma rezultāti, kā arī zinātnisko konferenču un semināru materiāli, Latvijas zinātnieku darbi.

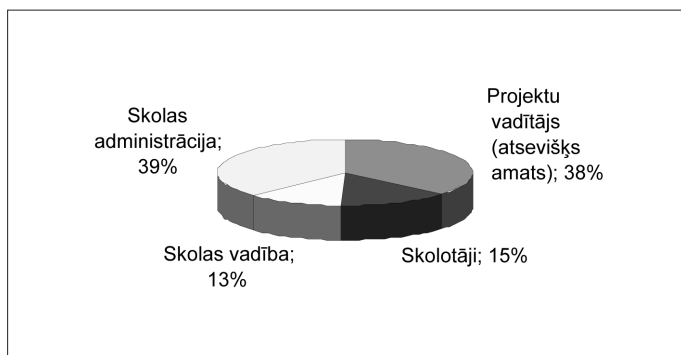
Aptaujā piedalījās 80 organizācijas.

1. Projektu vadītāju klasifikācija profesionālajās skolās

Pēc profesiju klasifikatora raksturojuma projektu vadītājs:

- izstrādā projekta priekšlikumu;
- organizē un vada projekta komandu;
- veido projekta organizāciju un kultūru;
- nosaka projekta dalībnieku lomas, izvēlas projekta organizācijas formu, veido projekta komandas dalībnieku komunikācijas struktūru, plāno projekta posmus;
- veic projekta strukturēšanu, projekta darbu, termiņu, resursu un izmaksu plānošanu, koordinēšanu, uzraudzību un pārplānošanu;
- analizē projekta vidi;
- plāno projekta šķirtnes un darba apspriedes;
- analizē projekta riskus un koordinē dažādu interešu grupu intereses;
- seko projekta plānu izpildei, analizē rezultātus, izstrādā priekšlikumus, veic korekcijas esošajos plānos;
- sastāda projekta starpatskaites un gala atskaiti;
- vada projekta administrāciju un dokumentēšanu.

Bet kas notiek reālajā dzīvē, ko no visa iepriekšminētā projektu vadītāji profesionālās izglītības iestādēs?

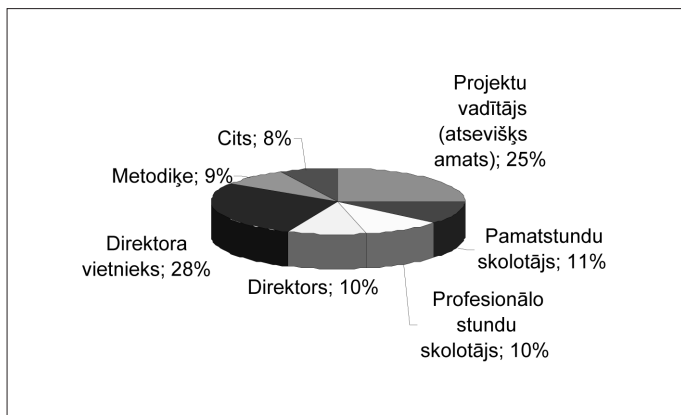


1.1. attēls. Respondentu sadalījums pēc amatu pozīcijām (procentos)

Figure 1.1. Division of respondents by posts

Profesionālās izglītības iestādēs projektus vada galvenokārt skolas administrācija (1.1. att.). No 80 respondentiem tā atbildēja 38 %. Pēc aptaujas var secināt, ka tikai 38 % profesionālo skolu pastāv atsevišķs projektu vadītāja amats. Pārējās mācību iestādēs projektus vada skolotāji vai skolas vadība, savienojot to ar saviem pamatpienākumiem.

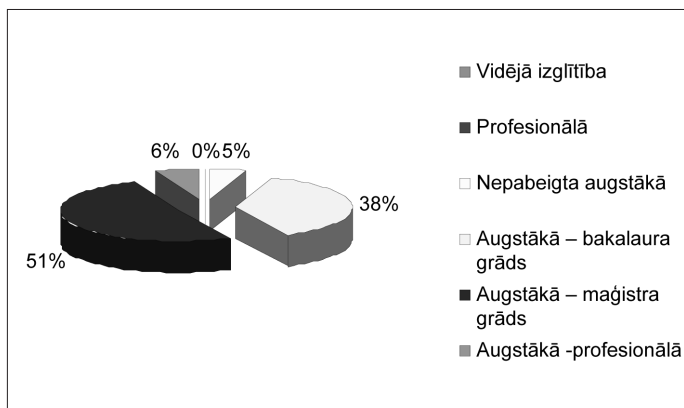
1.2. attēlā ir redzams, ka anketēšanā piedalījās galvenokārt direktora vietnieki, projektu vadītāji, pamatstundu skolotāji un direktori.



1.2. attēls. Respondentu sadalījums pēc amatu pozīcijām (procentos)

Figure 1.2. Division of respondents by posts

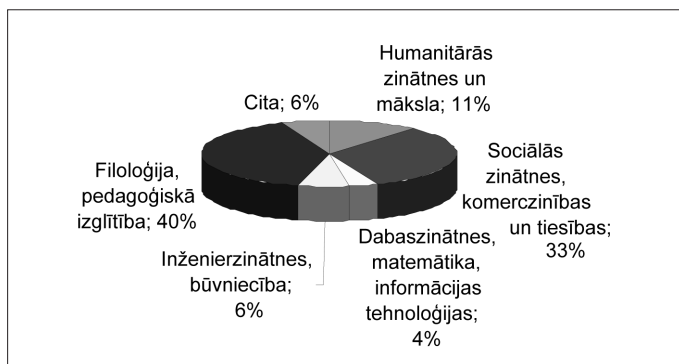
Salīdzinot projektu vadītājus pēc izglītības līmeņa (1.3. att.), izrādījās, ka daudziem vadītājiem ir maģistra vai bakalaura grāds. Tomēr 4% no kopējā respondentu skaita ir nepabeigta augstākā izglītība.



1.3. attēls. Projektu vadītāju izglītības līmenis (procentos)

Figure 1.3. The education of project managers

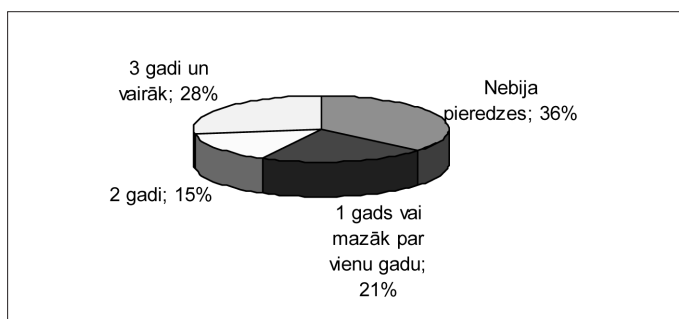
Respondenti izglītību galvenokārt ir ieguvuši sociālajās zinātnēs, filoloģijā vai pedagoģijas zinātnē, kas ir loģiski skolās.



1.4. attēls. Projektu vadītāju izglītības sadalījums pa nozarēm (procentos)

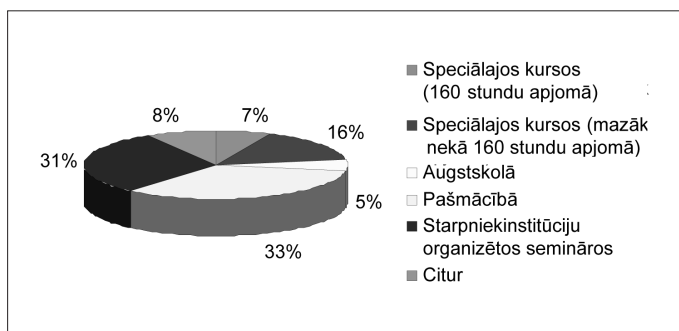
Figure 1.4. The education of project managers by branches

1.5. attēlā redzams, ka 36% no kopējā respondentu skaita nav bijusi iepriekšēja pieredze darbā ar projektiem; 21% šī pieredze bijusi mazāk par gadu, 28% – trīs gadi un vairāk. Daudziem respondentiem nav bijis priekšstats par projektu vadītāja darbu.



1.5. attēls. Projektu vadītāju pieredze projektu vadīšanā (procentos)

Figure 1.5. The experience of project managers in project management

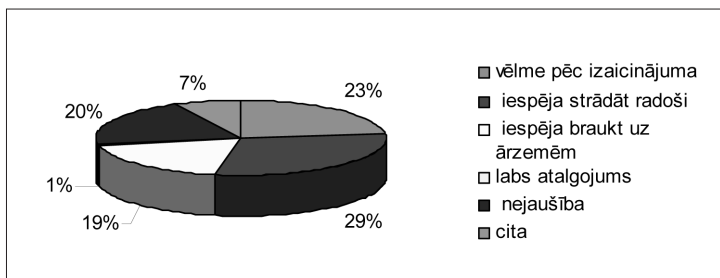


1.6. attēls. Respondentu sadalījums pa projektu vadīšanas principu apguves vietām (procentos)

Figure 1.6. Division of respondents according to the place of project management studies

Vislielākā projektu vadītāju daļa projektu vadīšanu apguvuši pašmācības ceļā – 33% no visiem respondentiem, 31% – starpniek institūciju organizētos semināros (kur var iegūt tikai informācijas minimumu par konkrēto izsludināto konkursu), 16% – speciālajosursos (mazāk nekā 160 stundu apjoma, tas ir, mazāk nekā noteikts projektu vadīšanas standartos). Tikai 7% respondentu apguvuši zināšanas projektu vadīšanā pilna apjomaursos un 5% – augstskolās.

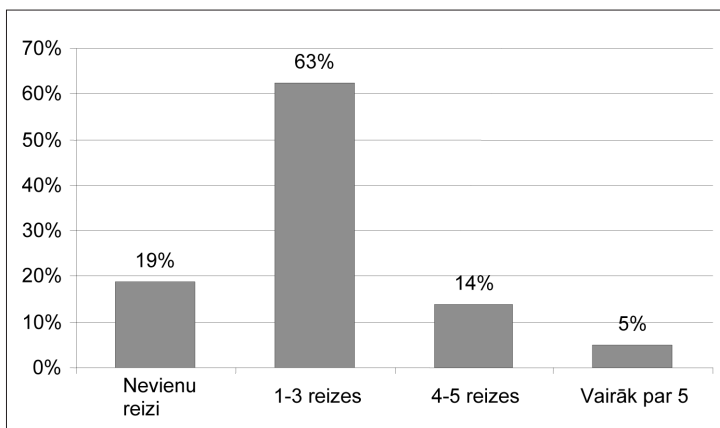
Kā redzams 1.7. attēlā, daudziem galvenā motivācija strādāt par projektu vadītāju ir iespēja strādāt radoši un vēlme pēc izaicinājuma, taču arī daudziem tā ir parasta nejausība un iespēja braukt uz ārzemēm.



1.7. attēls. Respondentu motivācija strādāt par projektu vadītāju (procentos)

Figure 1.7. The motivation of respondents to work as project managers

No 1.8. attēla ir redzams, ka projektu vadītāji cenšas celt savu kompetenci. Pēdējos divos gados 63% respondentu apmeklējuši informatīvus seminārus (arī ārzemēs) 1–3 reizes, 14% – 4–5 reizes, 5% – vairāk par piecām reizēm, bet 19% – nav apmeklējuši seminārus nevienu reizi.

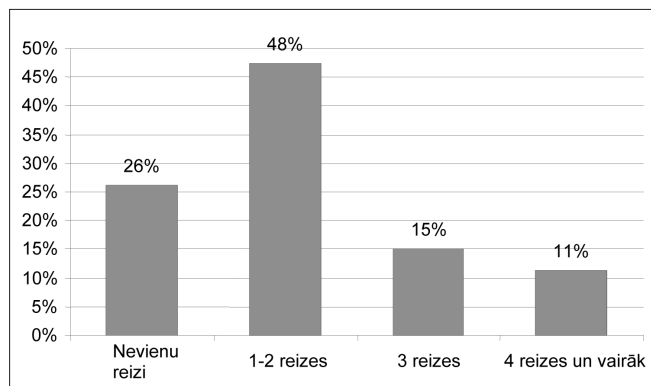


1.8. attēls. Informatīvo semināru apmeklēšanas skaits par pēdējiem diviem gadiem (procentos)

Figure 1.8. The number of attendees at seminars in the last two years

Vēl mazāk projektu vadītāju apmeklējuši kvalifikācijas celšanas kursus savā specialitātē (1.9. att.). 26% projektu vadītāju nevienu reizi nav apmeklējuši šādos

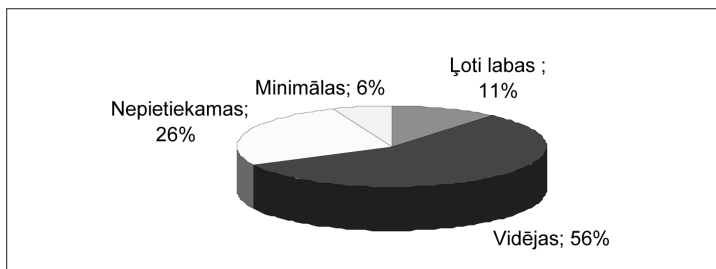
kursus, 48% apmeklējuši kursus 1–2 reizes, 15% – 3 reizes un 11% – 4 reizes un vairāk.



1.9. attēls. Kvalifikācijas celšanas kursu apmeklēšanas skaits (procentos)

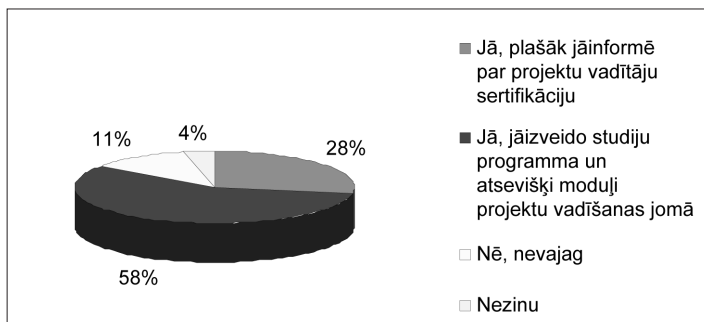
Figure 1.9. The number of attendees at courses on project management

Līdz ar to uz jautājumu “Kā Jūs pats/pati novērtējat savas zināšanas projektu vadībā?” 56% no projektu vadītājiem atbildēja – vidēji, 11% – ļoti labi, 26% – nepietiekami un tikai 6% – slikti (1.10. att.).



1.10. attēls. Respondentu zināšanu pašvērtējums projektu vadīšanā (procentos)

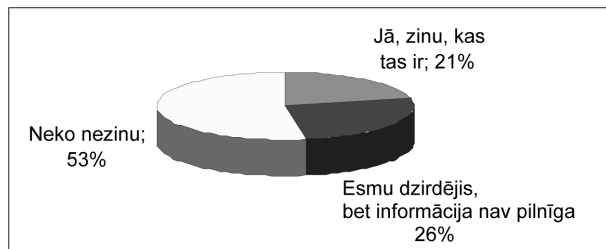
Figure 1.10. The self-appraisal of respondents' knowledge in project management



1.11. attēls. Respondentu viedoklis par projektu vadīšanas attīstību Latvijā (procentos)

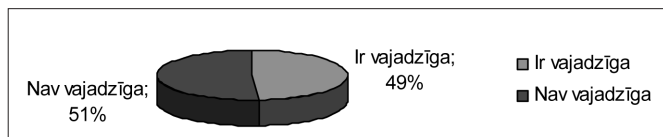
Figure 1.11. The attitude of respondents to the development of project management in Latvia

Atbildot uz jautājumu “Vai Jūsaprāt vajag pievērst uzmanību projektu vadītāju izglītošanai Latvijā?”, lielākā projektu vadītāju daļa uzskata par nepieciešamu izveidot studiju programmu un atsevišķus moduļus projektu vadīšanas jomā (1.11. att.). Vēl 28 % respondentu uzskata, ka plašāk jāinformē par projektu vadītāju sertifikāciju. No 1.12. attēla datiem izriet, ka tikai 21 % respondentu zina par sertifikāciju, 53 % par to nav dzirdējuši pilnīgi neko, bet tikai 26 % kaut ko ir dzirdējuši, taču viņiem par to nav pilnas izpratnes.



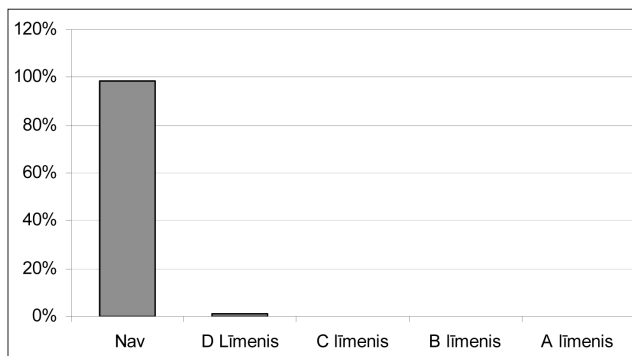
1.12. attēls. Respondentu informētība par sertifikāciju vadīšanā (procentos)
Figure 1.12. Respondents' knowledge about certification in project management

Uz jautājumu “Vai Jūsaprāt ir nepieciešama projektu vadīšanas nacionālo standartu izstrāde un projektu vadīšanas personāla sertifikācija?” pozitīvi atbildēja 49 % , negatīvi – 51 % no respondentiem.



1.13. attēls. Respondentu viedoklis par sertifikāciju projektu vadīšanā (procentos)
Figure 1.13. The attitude of respondents to certification in project management

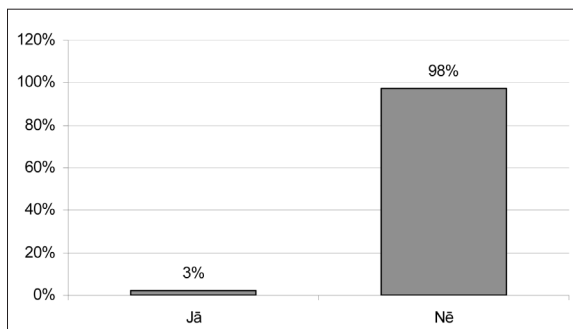
Profesionālās izglītības iestādes projektu vadītāji nav sertificēti, tikai 1 % ir D līmeņa sertificēti (1.14. attēls).



1.14. attēls. Respondentu sadalījums pēc sertifikācijas līmeņiem projektu vadībā (procentos)

Figure 1.14. Division of respondents according to the levels of certification in project management

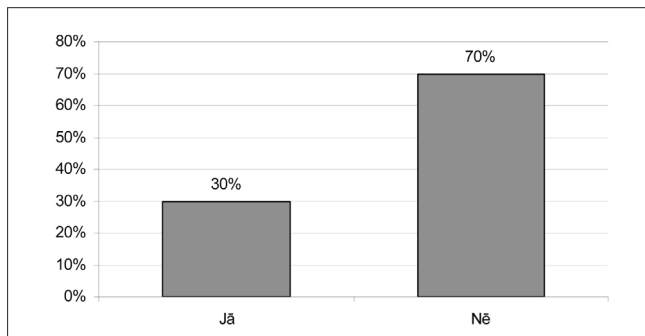
Tikai 3% no kopējā projektu vadītāju skaita ir Latvijas Nacionālās Projektu vadīšanas asociācijas biedri (1.15. att.).



1.15. attēls. Respondentu sadalījums pēc piederības LNPVA (procentos)

Figure 1.15. Membership of respondents to Latvian National Association of Project Managers

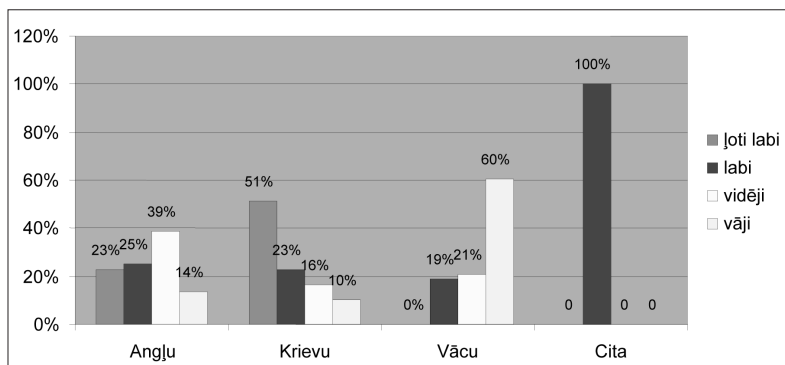
Projektu vadītājiem nav informācijas par starptautiskās projektu vadības normām un standartiem (ISO 10006). Par to ir dzirdējuši tikai 30% no kopējā projektu vadītāju skaita (1.16. att.).



1.16. attēls. Respondentu informētība par projektu vadības normām un standartiem projektu vadīšanā (ISO 10006) (procentos)

Figure 1.16. Respondents' knowledge about standards of project management (ISO 10006)

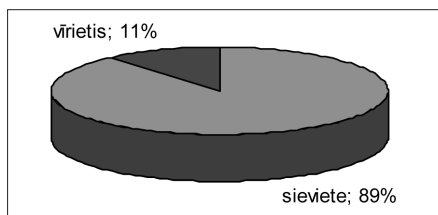
Visi projektu vadītāji prot krievu valodu, kā arī lielākā daļa – angļu vai vācu valodu dažādos līmeņos (1.17. att.).



1.17. attēls. Respondentu sadalījums pēc valodu zināšanām

Figure 1.17. Division of respondents by knowledge of languages

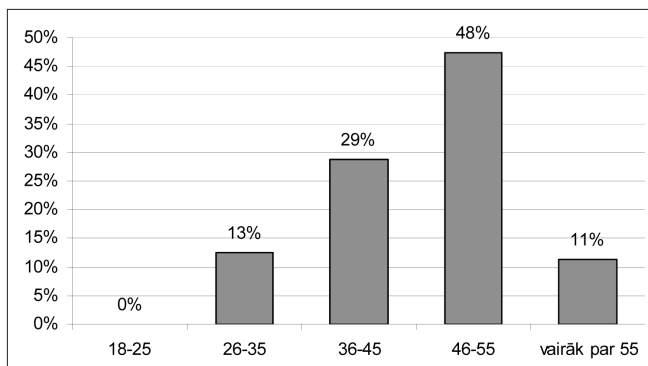
Projektu vadītāju sastāva pētījums pēc dzimuma parādīja, ka par projektu vadītājiem profesionālajās skolās pamatā strādā sievietes, un tikai 11 % ir vīrieši, kas atspoguļo Latvijas skolu reālo situāciju.



1.18. attēls. Respondentu sastāvs pēc dzimuma (procentos)

Figure 1.18. Division of respondents by sex

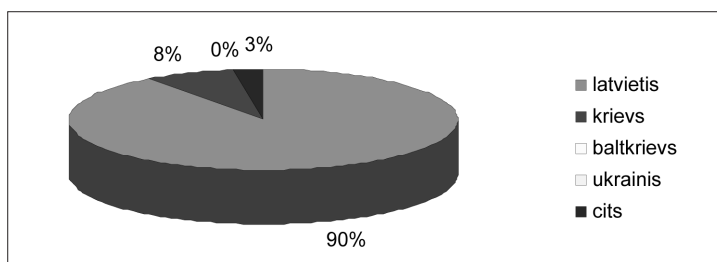
Projektu vadītāju sastāva izpēte pēc vecuma grupām (1.19. att.) parādīja, ka vislielākais projektu vadītāju skaits profesionālajās skolās ir no 46–55 gadu vecuma grupas – vidēji 48% no projektu vadītāju skaita. Nākamā grupa ir 36–45 gadi – 29%.



1.19. attēls. Projektu vadītāju sastāvs pēc vecuma grupām (procentos)

Figure 1.19. Division of project managers by age

Projektu vadītāju nacionālais sastāvs ir šāds: 90% respondentu ir latvieši, 8% – krievi.



1.20. attēls. Projektu vadītāju sastāvs pēc nacionalitātes (procentos)

Figure 1.20. Division of project managers by nationality

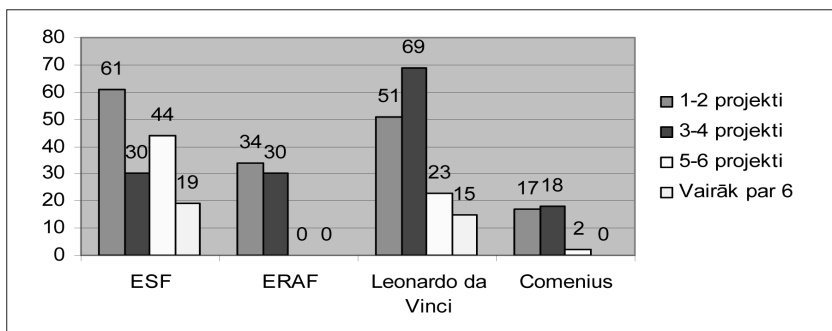
2. Projektu skaits profesionālajās skolās

Vislielāko projektu skaitu profesionālajās skolās projektu vadītāji iesnieguši *Leonardo da Vinci* programmā. Tas norāda uz šīs programmas popularitāti profesionālajās skolās, ko var izskaidrot ar pietiekami vieglo un skaidro pieteikuma veidlapu, 100% finansējumu projekta izmaksu segšanai un kvalitatīvo VIAA (starpniek institūciju) darbību informācijas izplatīšanā (2.1. att.).

Leonardo da Vinci programmai ir būtiska loma ES darba tirgus attīstībā un tā kopējās konkurētspējas veicināšanā. Programma sniedz iespēju iegūt darba un dzīves pieredzi citā valstī, paplašināt cilvēka redzesloku, veicināt intelektuālo attīstību un paaugstināt vispārējo zināšanu līmeni. *Leonardo da Vinci* programmas atbalstītajos projektos iespējams izstrādāt izglītības standartus un programmas, mācību līdzekļus un metodiku, veidot starptautiskus informācijas apmaiņas tīklus, kā arī uzziņas materiālus.

Otrajā vietā pēc popularitātes ir ESF projekti, kuru pieteikuma forma ir diezgan sarežģīta un prasa atsevišķu paskaidrojumu, bet dod projektu iesniedzējiem plašāku iespēju projektu realizācijā. No 2004. līdz 2006. gadam ar ESF atbalstu bija iespējams īstenot dažādus pasākumus izglītības un tālākizglītības attīstības veicināšanai un sociālās atstumtības mazināšanai. ESF finansējums 48,3 miljonu latu apmērā ir līdz šim lielākā investīcija izglītības nozarē. Savukārt atklāto konkursu projektu vadība ESF projektu iesniedzēju lielākajai daļai bija jauna, nepazīstama projektu pieteikšanas, ieviešanas un finanšu vadības pieredze.

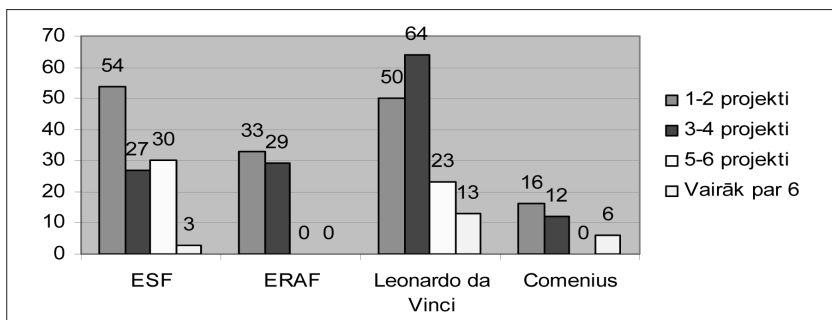
Comenius programma nav plaši izplatīta profesionālajās skolās, jo tā ir vairāk domāta vidusskolām (2.1.att.).



2.1. attēls. Iesniegtu projektu skaits

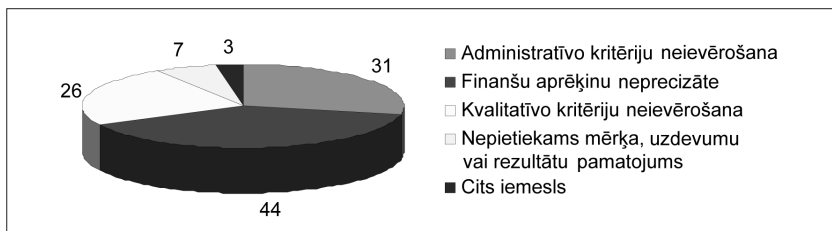
Figure 2.1. The number of submitted projects

Salīdzinot iesniegtu un apstiprinātu projektu skaitu (2.2. att.), varam secināt, ka daudzi izstrādātie projekti nav apstiprināti starpniek institūcijās dažādu iemeslu dēļ (administratīvo kritēriju neievērošana, finanšu aprēķinu neprecizitāte, kvalitātes kritēriju neievērošana, nepietiekams mērķa, problēmas, uzdevumu vai rezultātu pamatojums) (2.3. att.).



2.2. attēls. Apstiprināto projektu skaits

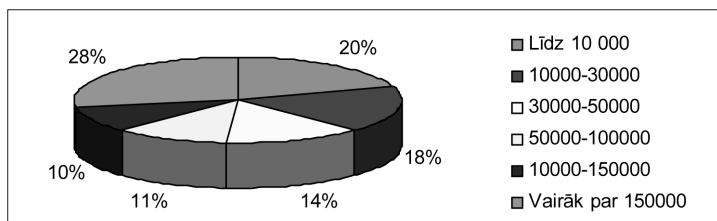
Figure 2.2. The number of approved projects



2.3. attēls. Projektu noraidīšanas iemesli

Figure 2.3. The reasons for rejection of projects

26% projektu vadītāju ieguva savai iestādei projektus par summu 150 000 EUR un vairāk, un 20% projektu vadītāju – par summu tikai līdz 10 000 EUR (2.4. att.).

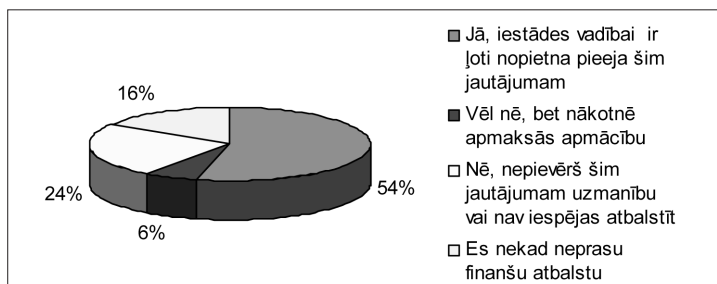


2.4. attēls. Projektu sadalījums pēc piešķirtajām summām (procentos)

Figure 2.4. Division of projects according to the received funding

3. Projektu vadītāju attiecības ar darba devējiem

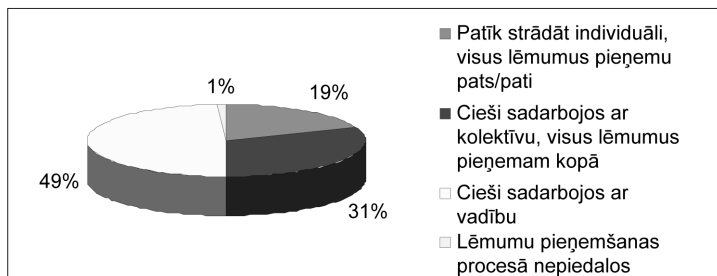
Analizējot profesionālo skolu vadības attieksmi pret projektu vadītāju profesionālās kompetences celšanu (3.1. att.), var secināt, ka 54% skolu ir ļoti nopietna vadības pieeja šim jautājumam, taču pārējās skolās vadība diemžēl tam īpaši nepievērš uzmanību un neatbalsta projektu vadītājus.



3.1. attēls. Darba devēju attieksme pret projektu vadītājiem (procentos)

Figure 3.1. Employers' attitude to project managers

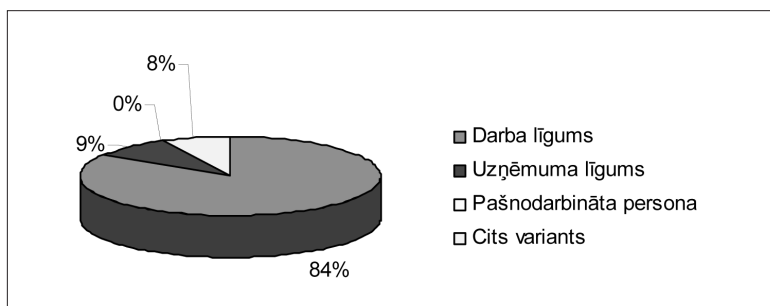
Attiecībā uz darba stilu ir vērojams, ka projektu vadītāju lielākā daļa cieši sadarbojas ar vadību un ar kolektīvu un tikai 19% projektu vadītāju patīk strādāt individuāli un pastāvīgi pieņemt lēmumus (jādomā, ka viņiem ir tāda iespēja).



3.2. attēls. Projektu vadītāju sadalījums pēc darba stila (procentos)

Figure 3.2. Division of project managers by working styles

Gandrīz visiem projektu vadītājiem ir darba līgums ar darba devējiem. 9% projektu vadītāju ir uzņēmuma līgums.



3.3. attēls. Projektu vadītāju sadalījums pēc darba līguma (procentos)

Figure 3.3. Division of project managers by employment contracts

Secinājumi

Apkopojot pētījuma rezultātus, var izdarīt vairākus secinājumus un sniegt rekomendācijas par projektu vadītāju darba specifiku profesionālās izglītības iestādēs.

- Darbs ir jāveic ar ļoti ierobežotiem finanšu līdzekļiem un cilvēkresursiem. Komandas biedri parasti to veic papildus saviem tiešajiem darba pienākumiem. Ļoti bieži projektu vadītāji sastopas ar nesaprašanu no darba devēju puses un būtiskiem ierobežojumiem darbībā.
- Laiks projekta sagatavošanai un realizācijai ir ierobežots, līdz ar to parasti tā nepietiek: viens, divi vai pat trīs gadi augstas kvalitātes mācību produkta izgatavošanai ir diezgan īss periods. Ļoti bieži projekti starpniek institūcijās netiek apstiprināti projekta sagatavošanas laika trūkuma un specifisko zināšanu trūkuma dēļ, kas norāda uz zemiem darba rādītājiem.
- Nepārtraukta plānošana ir ļoti svarīga, lai panāktu darba norisi pēc iespējas tā, kā tas bijis iecerēts sākotnēji projekta pieteikumā (īpaši finanšu sadaļā). Nepieciešams sagatavot lielu apjomu dažādu dokumentu un aprakstu, ko pieprasa struktūrfondu vadlīnijas un ko paredz projekta iesnieguma forma, nemaz nerunājot par pārskatiem. Iespējamās aizkavēšanās, kas saistītas ar lielo birokrātiju Eiropas struktūrfondu institūcijās un starpniek institūcijās. Parasti neviens projekts nedarbojas precīzi saskaņā ar iecerēto darba plānu. Šī iemesla dēļ sekmīga projekta vadīšana ir process, kurā turpinās plānošana un darbu revidēšana.

Apkopojot visu iepriekšminēto, gribētos uzsvērt, ka ir nepieciešams projektu vadītājus izglītēt, iepazīstināt viņus ar projektu vadīšanas starptautiskajiem standartiem un normām (ISO 10 006, "Project Cycle Management" metodēm utt.). To var realizēt starpnieku institūciju rīkotos semināros vai speciāli organizētosursos.

Viena no iespējām: izstrādāt ESF izsludinātā konkursa ietvaros projektu “Projektu vadītāju kompetences celšana”, kā to izdarīja Bebreņu profesionālā vidusskola kopā ar piecām citām profesionālajām skolām.

Projektu vadītāju darba rezultātu uzlabošanai autore gribētu sniegt dažas rekomendācijas.

- Ir nepieciešams informatīvais darbs no Latvijas Nacionālās projektu vadītāju asociācijas puses sadarbībā ar Darba devēju konfederāciju par projektu vadītāju profesijas būtības paskaidrošanu masu saziņas līdzekļos, dažādos semināros un konferencēs. Plašāk jāinformē projektu vadītāji un darba devēji par situāciju projektu vadīšanas jomā Eiropas valstīs.
- Jāiekļauj LR klasifikatorā jauna grupa – projektu vadīšanas speciālisti, ar šādiem amatiem: projekta direktors, projekta virsvadītājs, projekta vadītājs, projektu vadīšanas speciālists.
- Darba devējiem (profesionālo skolu vadībai) jāslēdz ar projektu vadītājiem uzņēmuma līgumus (jo tas ir gabaldarbs), jāatbalsta dažādi pasākumi projektu vadītāju kvalifikācijas celšanai, jādod brīvība lēmumu pieņemšanas procesā.

Noslēgumā gribētos minēt prof. Ž. Ilmetes vārdus: “Projekta vadītājam ir jābūt profesionālim, kam dotas pilnvaras rīkoties ar projektam piešķirtajiem naudas līdzekļiem.”

LITERATŪRA

1. *Latvijas Nacionālais attīstības plāns (2007–2013)*
2. *Latvijas Attīstības plāns (Vienotais programmdokuments) 1. mērķa programma 2004.–2006. gadam*
3. *Valsts stratēģiskais ietvardokuments 2007.–2013. gadam*
4. *Izglītības attīstības pamatnostādnes 2007–2013.* Rīga, 2006
5. *Manual Project Cycle Management* (European Commission). Belgium, 2002
6. *Starptautiskas projektu vadības standarts (ISO 10006)*
7. Ž. Ilmete. *Projektu vadīšanas nacionālās kompetences vadlīnijas.* Rīga: LNPVA, 2004
8. Ž. Ilmete. Sertifikācija Latvijā. *Projektu vadīšana*, 2001, Nr. 3
9. M. Valters. Mērķorientētie projekti. *Projektu vadīšana*, 2000, Nr. 2
10. Ž. Ilmete. Projektu vadītāju sastāva izpēte un analīze. *LU Zinātniskie raksti*, 636. sēj.
11. ES struktūrfondi zinātnē. *IZM semināra materiāli*, 2007
12. *Kauņas Tehnoloģijas universitātes Eiropas institūta pētījums “Prometeus” (2000.–2002. g.)*
13. www.viaa.gov.lv
14. www.esfondi.lv

Summary

The purpose of this article is to draw attention to the competences of project managers in vocational colleges, and to find a complex approach to improve their knowledge of project management and effectiveness of work.

The article comprises the results of the research, draws conclusions and gives recommendations regarding the specific character of project managers' work in vocational colleges. The main conclusion is that it is of vital importance to educate project managers of the educational establishments of Latvia by introducing international rules and standards in project management (ISO 10 006, methods for project cycle management, etc). This can be carried out by taking part in the seminars organised by mediator institutions, or other specially organised courses. Another way is to prepare a project in the framework of the ESF project competition "The Improvement of Project Manager Competences", as the Bebrene Vocational College has done together with 5 other vocational colleges of Latvia.

Keywords: *project, project manager, international standards of project management.*

Profesionālās izglītības nozīme darbinieka un organizācijas sekmīgas darbības ilgtspējā Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē

The Role of Vocational Education as Part of Sustainable and Successful Action of an Employee and an Organization in Mechanical Engineering and Metalworking in Latvia

Artūrs Graudiņš

Akciju sabiedrība “Severstallat”
Brīvības gatve 201, Rīgā, LV-1039
E-pasts: arturs_graudins@ssl.lv

Raksta mērķis – izpētīt un izanalizēt kopsakarības starp karjeras izglītību un atbilstošas profesijas izvēli, kas nodrošina individuālu sekmīgu darbības ilgtspēju darba tirgū un motivē turpmākiem sasniegumiem un panākumiem Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē.

Atslēgvārdi: karjeras izglītība, profesija, prakse, efektivitāte

Ievads

Mašīnbūves un metālapstrādes nozare ir viena no straujāk augošajām tautsaimniecības apakšnozarēm Latvijā, kurā tiek saražoti 26 % no kopējā Latvijas rūpniecības apjoma, 70 % no nozares ražošanas kopapjoma tiek eksportēts. Lai palielinātu produktivitāti un nozares konkurētspēju un nodrošinātu uzņēmumu pieaugošās vajadzības pēc kvalificētiem speciālistiem, Latvijā nepieciešams apmācīt vairāk kvalificētu strādnieku un speciālistu profesionālās izglītības līmenī un inženieru, konstruktoru, pētnieku, ražošanas speciālistu augstākās izglītības līmenī. Straujās un pieaugošās izmaiņas finanšu pasaulē darba tirgū izvirza jaunas prasības, kas attiecas uz cilvēku gatavību apgūt atbilstošas un darba tirgū pieprasītas profesijas. Tas svarīgi visām iedzīvotāju vecuma grupām, lai nodrošinātu katra cilvēka individuālo konkurētspēju darba tirgū, bet uzņēmumiem – lai nezaudētu pozīcijas esošajos tirgos un rastu iespējas konkurēt pasaules tirgos.

Raksta mērķis – izpētīt un izanalizēt kopsakarības starp atbilstošas profesijas izvēli, kas nodrošina individuālu sekmīgu darbības ilgtspēju darba tirgū un motivē turpmākiem sasniegumiem un panākumiem Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē.

Pētījuma problēma ir atklāt un izanalizēt tos darbinieku un organizāciju vienojošos faktorus, kas ļauj efektīvāk izmantot darbinieku potenciālu un noskaidrot tās būtiskās pretrunas saistībā ar darba motivāciju, kas traucē izpildīt darbu efektīvi un kvalitatīvi.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi:

- izanalizēt pētnieku atzinumus indivīda karjeras izglītības jomā un aprakstīt šo pētījumu lietišķo nozīmi saistībā ar profesijas turpmāko izvēli;
- noskaidrot tās būtiskās pretrunas saistībā ar darba motivāciju – karjeras izglītību, profesionālo apmācību, darba organizāciju un citām jomām –, bez kuru novēršanas nav iespējams efektīvs un kvalitatīvs darba izpildījums;
- noskaidrot un izanalizēt tās darbības, kuras varētu apstiprināt esošās karjeras izglītības un profesijas apgūšanas sistēmas efektivitāti, kas nodrošina indivīda sekmīgu darbības ilgtspēju darba tirgū un ir pamats darba profesionālam izpildījumam vai, tieši pretēji, norādīt uz esošajām nepilnībām.

Raksta teorētisko un metodoloģisko pamatu veido teorētisko darbu un pētījumu autoru darbi, kuros aprakstīti cilvēka attīstības, karjeras izglītības, profesijas un vadības jautājumi. Tiek analizēti mašīnbūves un metālapstrādes nozares pētījuma “Cilvēkresursu potenciāla noteikšana Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē un stratēģijas izstrāde jauno speciālistu piesaistei šajā nozarē, pielietojot reklāmas pasākumus un motivēšanas shēmas”, kā arī autora praktisko pētījumu rezultāti un atzinumi efektīvas darba organizācijas un vadības jomās.

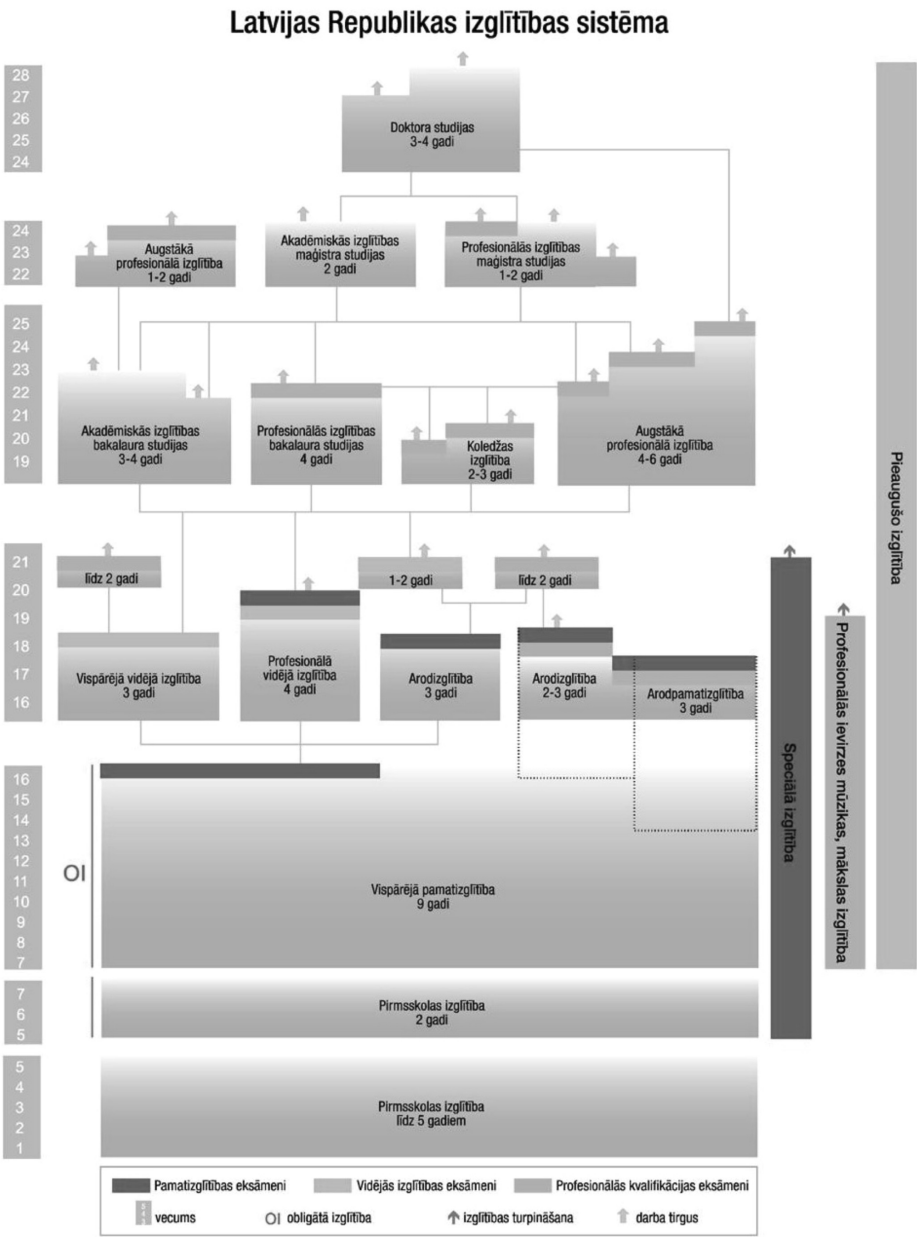
Pētījums uzskatāms kā viena daļa no kopējā Latvijā veiktā zinātniski pētnieciskā darba cilvēku resursu vadīšanas teorētiskajā un praktiskajā jomā, kas attiecas uz darba motivāciju Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības nozarē. Pētījuma analīze skar cilvēka karjeras izglītību, tā potenciāla attīstību, kas būtu nozīmīga pašam cilvēkam, uzņēmumam un sabiedrībai kopumā. Pētījums ir daļa no autora promocijas darba.

1. Karjeras izglītība – Latvijas vispārējās izglītības iestāžu konkurētspējas rādītājs un nozīmīgs atbalsts jauniešiem profesijas izvēlē

2003. gadā izdotajā rokasgrāmatā pieaugušo izglītības pasniedzējiem “KomPas” pašreizējā Latvijas Izglītības un zinātnes ministre Tatjana Koķe raksta “Sabiedrība, kas mācās” sadaļā “Pārmaiņas darba tirgū” norāda: “..ir jāatzīst, ka Latvijā vēl arvien pastāv ievērojama neatbilstība starp darba devēju pieprasījumu pēc kvalificētiem darbiniekiem un izglītības sistēmas iespējām, t. sk. tālākizglītībā, sagatavojot speciālistus pieprasītajās profesijās. Darba tirgus arvien vairāk pieprasa jaunas prasmes un augstu piemēroftības pakāpi mainībai, t. sk. spēju ātri papildināt kvalifikāciju vai pilnībā pārkvalificēties.” (5, 69)

Pētījuma lauks apzināti ir ierobežots, un autors analizē esošās formālās izglītības sistēmu (3, 97), kas ietver pamatzglītības, vidējās izglītības un augstākās izglītības pakāpes, kuru programmu apguvi apliecina valsts atzīts izglītības vai profesionālās kvalifikācijas dokuments, kā arī izglītības un profesionālās kvalifikācijas dokuments. Analizējot profesionālās izglītības jēdziena saturu, kas ir praktiska un teorētiska sagatavošanās darbībai noteiktā profesijā, profesionālās kvalifikācijas ieguvei un pilnveidei, darba tirgus dalībnieki – darba devēji – jo īpašu interesi izrāda par esošajām tendencēm, kas saistītas ar izglītības kvalitāti, mācību programmas saturu, mācību ilgumu (sk.1. att.), noteiktu teorētisko un praktisko sagatavotību, uzsākot patstāvīgu nodarbošanos jeb pamatdarbu, un cilvēka pašapziņu, kas ļauj apzināties

sevi, savas zināšanas, intereses, tieksmes, tikumus, ideālus, rīcības motīvus un savu vietu sabiedrībā, kas ir nepieciešama, lai cilvēks varētu aktīvi iesaistīties sabiedrības procesos (3, 100).



1.att. Latvijas Republikas izglītības sistēma (8)
Figure 1. The education system of the Republic of Latvia (8)

Jau vairākus gadus Latvijas vispārējās izglītības iestādēs ir izplatīts jēdziens “karjeras izglītība”, kas ir kā plānots pasākumu, kursu un programmu nodrošinājums izglītības iestādē, kura sekmē karjeras plānošanu un attīstīšanu visa mūža garumā (3, 98). Darba tirgū karjeras izglītības praktisku realizāciju vispārējās izglītības iestādēs var uzskatīt par šo pašu iestāžu darba kvalitātes un konkurētspējas indeksu, ko raksturo jauniešu skaita īpatsvars, kuri strādā sākotnēji iegūtajā profesijā – jo šis īpatsvars lielāks, jo konkrētā karjeras konsultanta un izglītības iestādes darba efektivitātē augstāka, un otrādi, – jo šis īpatsvars zemāks, jo darba efektivitāte zemāka. Pēc statistikas datiem, tikai 4% pasaules iedzīvotāju strādā sākotnēji iegūtajā profesijā, pārējie pārkvalificējas. Viena daļa citu kvalifikāciju iegūst darba apguves procesā, otra – apvienojot mācības ar darbu (5, 73).

Karjeras izglītība Latvijā paredz sasniedzamās prasmes dažādās vecuma grupās trīs dažādos posmos:

- 1. posms – 1.–3. klase. Beidzot 3. klasi, skolēns izprot saistību starp darbu un profesijām; zina nosaukt profesijas, kuras var novērot savā apkārtnē (ciematā, pilsētā), un to nozīmi vietējās sabiedrības dzīvē; iesaistās aktivitātēs, kas saistītas ar karjeras izglītību;
- 2. posms – 4.–6. klase. Beidzot 6. klasi, skolēns apzinās savas stiprās un vājās puses; mēģina apzināt savas intereses; ir iepazinies ar dažādām profesijām; izprot dažādo profesiju lomu sabiedrības dzīvē; izprot saikni starp zināšanām, izglītību, profesijām un nodarbinātību; mēģina izzināt savas personīgās intereses un spējas;
- 3. posms – 7.–9. klase. Beidzot 9. klasi, skolēns ir pats sevi objektīvi izvērtējis, pārzina savus dotumus, spējas un intereses, un atbilstoši plāno turpmāko izglītību; mēģina apzināti izvēlēties un paredzēt savas izvēles rezultātus; ir ieinteresēts turpināt izglītību; izzina tālākizglītības iespējas; prot savākt, apkopot un analizēt atbilstošu informāciju; ir ieguvis zināšanas par vietējo darba tirgu; prot saskatīt izvēles iespējas/alternatīvas karjeras iespēju izvēlē.

Karjeras izglītībā ir trīs pamattēmas, kas iekļautas visām vecuma grupām:

- 1) sevis izzināšana (savas personīgās pieredzes, interešu, dotumu, spēju, iemaņu, vērtību, centienu/ mērķu, personisko īpašību, sasniegumu utt. analīze);
- 2) darba pasaules izzināšana (darba tirgus, nodarbinātības un profesiju, izglītības un apmācības iespēju attīstības tendenču pētīšana un izvērtēšana);
- 3) lēmuma pieņemšana, karjeras plānošana un plānu īstenošana (zināšanu un spēju pilnveidošana, savu attīstības vajadzību noteikšana, lēmumu pieņemšanas un plānu īstenošanas iemaņu attīstīšana, informācijas ieguves un konsultēšanas iespēju apzināšanās, savu personīgo plānu veidošana).

Latvijas Izglītības un zinātnes ministrijas apkopotā statistika par uzņemto un atskaitīto audzēkņu skaitu profesionālās izglītības iestādēs 2007./ 2008. mācību gadā rāda, ka uzņemti 13 268 audzēkņi, bet atskaitīti kopā 6265. Kā atskaitīšanas visbiežākie iemesli norādīti: pārgāja uz citu skolu – 908, nesekmības dēļ – 1089, par mācību iestādes neapmeklēšanu – 1994 audzēkņi (9). Ja izanalizē attiecību

starp ik gadu uzņemto un dažādu iemeslu dēļ atskaitīto audzēkņu skaitu, sākot no 2000./2001. m. g. līdz 2007./2008. m. g., tad raksturīgi, ka, sarūkot uzņemto audzēkņu kopējam skaitam, absolūtos skaitļos no 18 440 uzņemtajiem audzēkņiem 2000./2001. m. g. līdz 13 268 uzņemtajiem audzēkņiem 2007./2008. m. g., kopā atskaitīto audzēkņu skaits skaitliski nesamazinās, procentuāli pieaug no 36,3%, kas atskaitīti 2000./2001. m. g., līdz 47,2% audzēkņu, kas atskaitīti 2007./2008. m. g. (9, 10).

Akciju sabiedrība “Severstalʼlat”, kurā autors strādā pamatdarbā, no 2007. gada kopīgi ar Vangažu arodskolu realizē mācību projektu, kas paredz trīs gadu laikā 25 jauniešiem pēc 9. klases iegūt kvalifikāciju metālapstrādes tehnoloģisko līniju operatora specialitātē, apgūstot teorētiskās un praktiskās zināšanas un iemaņas arodskolā un nākamajā darbavietā. Par kritiskāko projekta veiksmīgā realizācijā uzskatāms faktors, kas saistīts ar audzēkņu karjeras izvēli un viņu uzņemšanu mācībām. Saskaroties ar šīm problēmām pirmajā projekta mācību gadā, informējot par mācību iespējām, 2008./2009. mācību gadā, uzņēmuma darbinieki kopīgi ar Vangažu arodskolas audzēkņiem un biedrības “Jauniešu konsultācijas” pārstāvjiem organizēja Rīgas, Cēsu, Jelgavas, Dobeles, Bauskas, Gulbenes, Madonas, Limbažu un Ogres rajonu 27 pamatskolās papildu informatīvus seminārus, lai iepazīstinātu šo skolu 7.–9. klašu skolēnus ar darbu metālapstrādes nozarē, ar iespējām pēc Vangažu arodskolas mācību programmas beigšanas strādāt AS “Severstalʼlat”. Uz semināru tika aicināti zēni, jo šajā profesijā likumdošanā ir noteikti ierobežojumi sievietēm, un Vangažu arodskolā šajā studiju programmā tiek uzņemti jaunieši no 16 līdz 21 gadam. Ņemot vērā semināra ierobežoto laiku tēmas izklāstam, kas notika audzināšanas stundas laikā (45 min), katram skolēnam tika izsniegts speciāli šiem semināriem sagatavots buklets ar papildu informāciju. Semināra laikā skolēniem tika lūgts aizpildīt nelielu anketu, lai gūtu priekšstatu par viņu plāniem karjeras izvēlē. No saņemtajām 344 anketām par iespēju nākotnē mācīties Vangažu arodskolā un pēc tam strādāt uzņēmumā tikai pēc viena atsevišķa semināra tika saņemtas:

- 102 pozitīvas atbildes “jā”, kur kā pamatiemesli par labu mācībām Vangažu arodskolā tika norādītas atbildes: 25 – labs, atalgot darbs pēc mācībām, 10 – augstas stipendijas, 8 – interesē piedāvātās profesijas, 6 – laba izglītība, 5 – interesē metālapstrāde;
- 62 svārstīgas atbildes “nezinu”, kur kā pamatiemesli tika uzskaitīti: 12 – neesmu izlēmis ko mācīties, 3 – pirms tam par šo skolu nebiju domājis, 3 – šis varētu būt otrais variants;
- 180 noraidošas atbildes, kur kā pamatiemesli tika uzskaitīti: 45 – neinteresē piedāvātās nozares, 42 – esmu nolēmis mācīties citur, 18 – esmu meitene, 17 – vēlos apgūt citu profesiju, 14 – mācīšos vidusskolā, 5 – skola atrodas pārāk tālu no mājām.

Skolēniem pēc semināra tika uzdots jautājums: “Vai seminārs ir mainījis tavu viedokli par konkrēto uzņēmumu un nozari kopumā?” No respondentiem 143 atbildēja apstiprinoši – jā, mainīja pozitīvi, uzzināju daudz ko jaunu, 83 respondenti atbildēja – mainīja, pirms tam par šādu uzņēmumu neko nezina. Tikai viens no respondentiem bija ieguvis informāciju, kas viņa viedokli mainīja negatīvi.

Mašīnbūves un metālapstrādes nozares (MMN) uzņēmēju mērķauditorija ir jaunieši, kuriem ir interese par darbu nozares uzņēmumos. Ir precizētas komunikācijas jomas un virzieni, lai uzrunātu konkrētās mērķauditorijas arodizglītības un profesionālās vidējās izglītības jomās, un tieši (6):

1. Pamatskolu skolēni (pirms izvēles par mācību turpināšanu pēc 9. klases). Šī ir galvenā mērķauditorija informēšanai par mācību iespējām profesionālās izglītības iestādēs II un III profesionālās kvalifikācijas līmeņa sasniegšanai metālapstrādes un mašīnbūves nozarē pēc pamatskolas beigšanas.
2. Vidusskolu skolēni. Galvenā mērķauditorija – nākamie studenti – jāpārliciecinā par inženieru izglītības iegūšanas lietderību nākotnes darbam MMN.
3. Profesionālās izglītības iestāžu audzēkņi (profesionālā vidējā izglītība un arodizglītība). Mērķauditorija precīzas informācijas saņemšanai par konkrētiem MMN uzņēmumiem. Šai informācijai jābūt par pamatu jauniešu nākamās darbavietas izvēlei. Šiem jauniešiem pēc iespējas agrāk ir jāredz konkrētās darba iespējas nozares uzņēmumos, lai apgūtu praksi uzņēmumos vasaras brīvlaikos un mācību laikā, un tādējādi viņi būtu labāk sagatavoti uzsākt darba gaitas tūlīt pēc izglītības iestādes absolvēšanas.

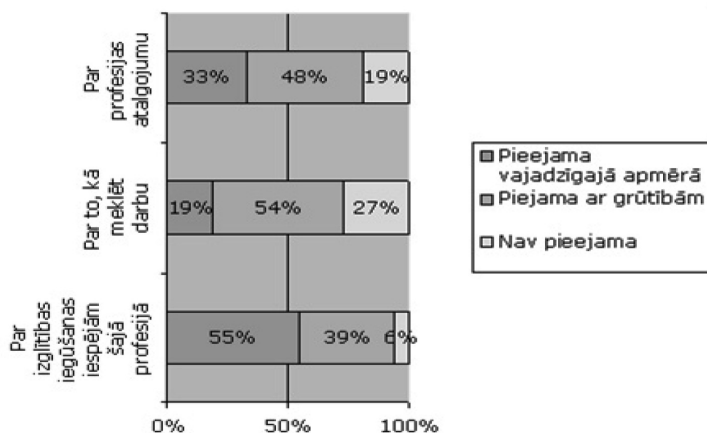
Esošie semināri un papildu informēšanas pasākumi palīdzēja nokomplektēt audzēkņus mācībām 2008./2009. m. g. un sniedza informāciju, kas šī raksta kontekstā ir šāda:

- daudzveidīgie pasākumi pamatskolas skolēniem karjeras izvēlē ir sistematizējami, lai to pēctecīgas realizācijas rezultātā skolēniem nostiprinātos interese par profesiju un tai tiktu paredzēta konkrēta mācību programma;
- profesijas klasifikatora un visdažādāko izglītības līmeņu programmu savietojamība atsevišķas rokasgrāmatas veidā palīdzētu karjeras izglītības īstenotājiem un jauniešiem labāk saprast, kur konkrētā profesija apgūstama, kādi ir apmācības moduļi, ko ietver sevī mācību programma;
- profesijas apguves laiks ir apjomīgs, piem., arodizglītībā vidēji 2–3 gadi, un atšķirīgs no laika, kas tiek izlietots gadījumos, kad jaunieši bez iepriekšējas darba pieredzes līdzīgu profesiju apgūst darba vietā – tas parasti ilgst līdz 6 mēnešiem.

2. Mašīnbūves un metālapstrādes nozares izaicinājumi Latvijas darba tirgus dalībniekiem

2005. gadā nozares uzņēmēju intereses pārstāvoša nevalstiskā organizācija – biedrība “Mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācija” veica pētījumu “Cilvēkresursu potenciāla noteikšana Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē un stratēģijas izstrāde jauno speciālistu piesaistei šajā nozarē, pielietojot reklāmas pasākumus un motivēšanas shēmas”. Raksta autors personīgi piedalījās pētījumā kā dalībnieks un kā nozares pētījuma savāktu materiālu eksperts. Pētījuma vispārējais mērķis bija veicināt mašīnbūves un metālapstrādes nozares attīstību Latvijā, uzlabot profesionālās izglītības iespējas mašīnbūves un metālapstrādes jomā un aktivizēt jauno speciālistu nodarbinātības pieaugumu šajā nozarē.

Pētījuma laikā tika izmantoti citi saistītie pētījumi. 2004. gada februārī un martā BO VAS “Profesionālās karjeras izvēles centrs” (no 2004. gada augusta – Profesionālās karjeras izvēles valsts aģentūra) pēc a/s “Hansabanka” iniciatīvas pētīja Latvijas vidusskolu 12. klašu skolēnu karjeras izvēles plānus. Pētījumā piedalījās 643 jaunieši no visas Latvijas, un tas bija pirmais tik plaša mēroga pētījums par jauniešu profesionālo izvēli Latvijā. 2005. gada aprīlī PKIVA veica atkārtotu pētījumu, kurā tika iekļauti 656 vispārizglītojošo skolu divpadsmito klašu skolēni no dažādiem Latvijas reģioniem. 2004. gada pētījuma mērķi bija apzināt situāciju Latvijas vispārējās izglītības iestāžu 12. klašu skolēnu turpmākās profesionālās izvēles jomā, kā arī palīdzēt veidot efektīvu profesionālās izvēles atbalsta politiku.



2. att. Jauniešu pieejamības pēc informācijas raksturojums Latvijā (6)

Figure 2. Information accessibility for the youth in Latvia (6)

Kopumā aplūkojot informācijas pieejamības līmeni trijos būtiskajos jautājumos, var secināt, ka jauniešiem ir salīdzinoši zems informētības līmenis par darba tirgu un darba meklēšanas jautājumiem. Šis pētījums netieši parādīja to, kas jauniešiem raksturīgas šaubas, neskaidrība, sevis meklējumi, pakļaušanās mītiem par “prestīžajām un labi atalgotajām profesijām”. Jauniešiem nav skaidra priekšstata par profesionālās karjeras veidošanu. Tomēr Latvijas jaunieši skaidri apzinās augstākās izglītības nepieciešamību – 71 % aptaujāto vēlas mācīties augstskolā (6). Raksta sagatavošanas laikā pieejamajā literatūrā un internetā autors atrada politikas, mērķus, uzdevumus, bet neatrada informāciju, kas raksturotu Latvijas valsts izglītības plānošanas politikas raksturojošos rezultativitātes un virzības kritērijus, kas rastu skaidrus raksturlielumus, cik procenti skolēnu karjeras izglītības rezultātā pēc vispārējās pamatzglītības iegūšanas turpmāk būtu mācāmi arodpamatizglītībā, arodizglītībā, profesionālajā vidējā izglītībā un cik procenti skolēnu – vispārējā vidējā izglītībā. Eiropas Savienībā šī procentuālā attiecība uzrāda tendenci, ka 70 % no pamatskolas beidzējiem turpmāk apgūst profesiju, bet 30 % – turpina mācības vidusskolā. Latvijā pieejamie statistikas dati norāda uz gluži pretēju tendenci, piemēram, 2005. gadā – 29,6% pamatskolu beigušo mācības turpināja profesionālās mācību iestādēs, 66,4% – vidusskolā, bet 5% mācības neturpina (4, 14). Latvijas Nacionālais

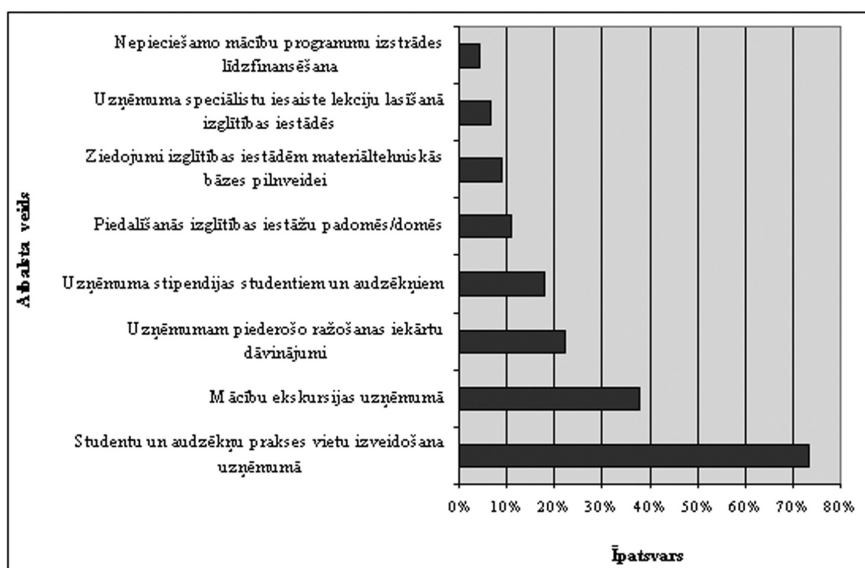
attīstības plāns (NAP) 2007.–2013. gadam kā stratēģisko mērķi un prioritātes paredz “izglītību un zināšanas tautsaimniecības izaugsmei un tehnoloģiskai izcilībai”, ko nodrošina “izglītots un radošs cilvēks, uzņēmumu tehnoloģiskā izcilība un elastība, zinātnes un pētniecības attīstība” (2, 13). NAP sadaļā “Darbaspēka sagatavošana atbilstoši darba tirgus pieprasījumam” skaidri noteikts izglītības sistēmas uzdevums turpmākajiem septiņiem gadiem – “panākt izglītota cilvēka konkurētspēju darba tirgū, attīstīt cilvēkos iniciatīvu, uzņēmību un radošu pieeju” (4, 15).

2005. gada pētījumā parādās vairākas pozitīvas tendences saistībā ar jauniešu attieksmi pret turpmākām studijām un iespējamo darbu inženierzinātnēs. Lai arī starp skolēnu izvēlētajām profesijām jomām inženierzinātnēs nav no biežāk minētajām (tās izvēlējušies studēt tikai 4,6% respondentu), tomēr ir sagaidāms, ka tuvākajos gados inženierzinātnēs studējošo skaits pieaugs, jo tās ir iekļautas 10 populārāko profesiju jomu sarakstā 12. klašu skolēnu vērtējumā (10. vieta, 6,8% respondentu min kā jauniešu vidū populāru profesiju) (6).

Lai sasniegtu Lisabonas stratēģijas izvirzītos mērķus un palielinātu Latvijas tautsaimniecības konkurētspēju, ir jāpaaugstina arī Latvijas MMN konkurētspēja, apgūstot un ieviešot jaunas tehnoloģijas, paaugstinot darba ražīgumu un ražojot produktus ar augstu pievienoto vērtību. Šādi modernizētai nozarei ir nepieciešami augsti kvalificēti darbinieki. Līdz ar to palielinās prasības jauno speciālistu sagatavošanai, radot nepieciešamību uzlabot esošo Latvijas izglītības sistēmu. Tādējādi nozares uzņēmumi spēs piedāvāt interesantas darba un izaugsmes iespējas jauniešiem, kuri izvēlēsies savu izglītības un karjeras ceļu mašīnbūves un metālapstrādes uzņēmumos. Labi izglītots un augsti kvalificēts darbaspēks ir vienīgā iespēja Latvijai būt konkurētspējīgai globālajā konkurences cīņā un ikvienam Latvijas iedzīvotājam sasniegt ES attīstītāko valstu dzīves līmeni.

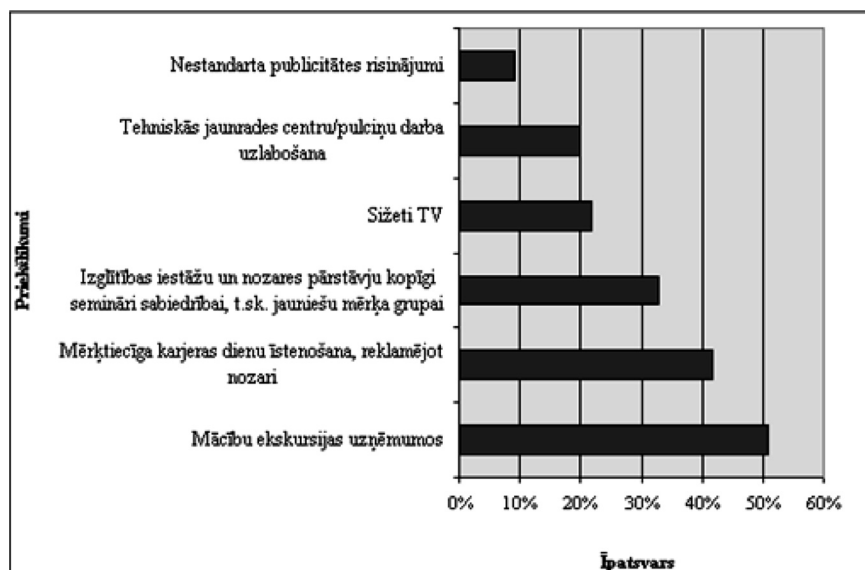
Konkurētspēju mēs bieži saistām ar jēdzieniem efektivitāte un labklājība, darbinieka apmierinātības un motivācijas jomā tiek izmantots jēdziens labsajūta. Oksfordas terminu vārdnīcā jēdziens “efektivitāte” apraksta divu veidu situācijas: rezultātu gūšana jebkādā no jomām ar vismazākajiem resursu ieguldījumiem vai arī maksimāla iespējamā rezultāta gūšana no izmantotajiem resursiem. Otrajā gadījumā var runāt par organizācijas prasmēm rast jaunus inovatīvus risinājumus resursu izmantošanā, citiem vārdiem, palielināt resursu jaudu (1, 289). Divdesmitā gadsimta fiziķis Verners Heizenbergs norādīja, ka pasaule izskatās pēc sarežģīta notikumu tīkla, kuros dažādas sakarības mainās, pārklājas vai savienojas un tādā veidā nosaka kopuma struktūru (2, 336). Raksta turpmākajās sadaļās tiks meklēti risinājumi, kā ar esošajiem resursiem gūt maksimālos rezultātus un kādā veidā caur sistēmiskiem risinājumiem rast jaunas pieejas sabiedrības, uzņēmumu un indivīdu sadarbības efektīvizācijā karjeras izglītības un profesijas apguves un tās pielietojuma jomās.

Lielākā daļa aptaujāto uzņēmumu (sk. 3. att.) sadarbojas ar izglītības iestādēm, veidojot prakses vietas audzēkņiem un studentiem (73%), 38% uzņēmumu atbalsta mācību ekskursijas, bet 22% uzņēmumu veic uzņēmumam piederošo iekārtu dāvinājumus mācību iestādēm (materiāli tehniskās bāzes pilnveidošanai un citām vajadzībām). Tomēr tikai 11% uzņēmumu piedalās izglītības iestāžu padomēs/ domēs, tikai 7% respondentu pārstāvju lasa lekcijas izglītības iestādēs, un tikai 4% piedalās jaunu mācību programmu izstrādes finansēšanā.



3. att. Uzņēmumu atbalsta formas izglītības iestādēm Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē

Figure 3. Ways of enterprise support to educational institutions of mechanical engineering and metalworking in Latvia



4. att. Uzņēmumu ieteiktie priekšlikumi inženiera profesijas prestiža palielināšanai Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē

Figure 4. Recommendations of enterprises how to increase the prestige of the job of an engineer in the industry of mechanical engineering and metalworking of Latvia

Lai paaugstinātu inženiera profesijas prestižu, nozares uzņēmumi iesaka rīkot jauniešu ekskursijas uzņēmumos sadarbībā ar izglītības iestādēm – šādu priekšlikumu atbalsta 51 % respondentu. 42 % atbalsta mērķtiecīgu karjeras dienu īstenošanu, reklamējot nozari. Analizējot uzņēmumu priekšlikumus par stereotipu mazināšanu (nepatīkams un netīrs darbs MMN uzņēmumos), trešā daļa nozares uzņēmumu iesaka ieviest jaunas ražošanas tehnoloģijas. 21 % respondentu iesaka izmantot reklāmas, 5 % – piedāvāt augstāku atalgojumu nozarē strādājošajiem un 1 % – pārliecināt jauniešus (par to, ka darba vide MMN nozares uzņēmumos nav nepatīkama un netīra), izmantojot uzņēmumos strādājošo personisko pieredzi. No apsekojuma rezultātiem iegūta informācija, ka uzņēmumi izglītības iestāžu audzēkņiem un studentiem vidēji var piedāvāt trīs prakses vietas uzņēmumā jeb apmēram tikai desmito daļu no visām nepieciešamajām prakses vietām (vidēji vienas izglītības iestādes vajadzībām ir nepieciešams nodrošināt 120 prakses vietas, nepieciešamo vietu skaits izglītības iestādēs ir robežās no 15 līdz pat 300 prakses vietām) (6).

Mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācijas pētījumi un darba rezultātā uzkrātā pieredze profesionālās izglītības efektivitātes jomā rosina konkrētiem svarīgiem ieteikumiem, kas būtu uzskatāmi par sociālo partneru un izglītības politikas veidotāju veicamajiem priekšdarbiem, lai nodrošinātu NAP stratēģisko prioritāšu un mērķu sasniegšanu turpmākajos sešos gados:

- Latvijas valsts izglītības plānošanas līmenī, izanalizējot tautsaimniecībā nepieciešamo pieprasījumu darba tirgus jomā un demogrāfiskos rādītājus, noteikt Latvijas valsts izglītības plānošanas politikas rezultativitātes un virzības kritērijus: cik lielai daļai skolēnu karjeras izglītības rezultātā pēc vispārējās pamatizglītības iegūšanas turpmāk būtu jāapgūst arod-pamatizglītība, arodizglītība, profesionālā vidējā izglītība un cik lielai daļai – vispārējā vidējā izglītība. Tas ļautu izprast pašreiz esošo resursu (iestāžu, finanšu līdzekļu, pedagoģiskā personālā) izmantošanas efektivitāti un lietderību;
- izzinot attiecību starp pamatskolu beigušo turpmāko izglītību profesijas apgūšanā un vidējās vispārējās un augstākās izglītības apgūšanā, precizēt sociālo partneru uzdevumus, lai “nodrošinātu līdzsvaru starp izglītības piedāvājumu un darba tirgus pieprasījumu” (4, 16).

3. Mācību prakses atšķirīgās pieejas, to nozīme teorētisko zināšanu nostiprināšanā un praktiskajā pielietojumā

Autora praktiskā darba pieredze akciju sabiedrībā “Severstalʼlat” kvalificēta personāla nodrošināšanā Latvijā un uzņēmumam piederošajos uzņēmumos Lietuvā, Polijā, Krievijā un Somijā rosina meklējumiem un risinājumiem, kā, nepalielinot izmaksas un netraucējot darbu, samazināt laiku, kurā zināšanas nonāk pie darbiniekiem.

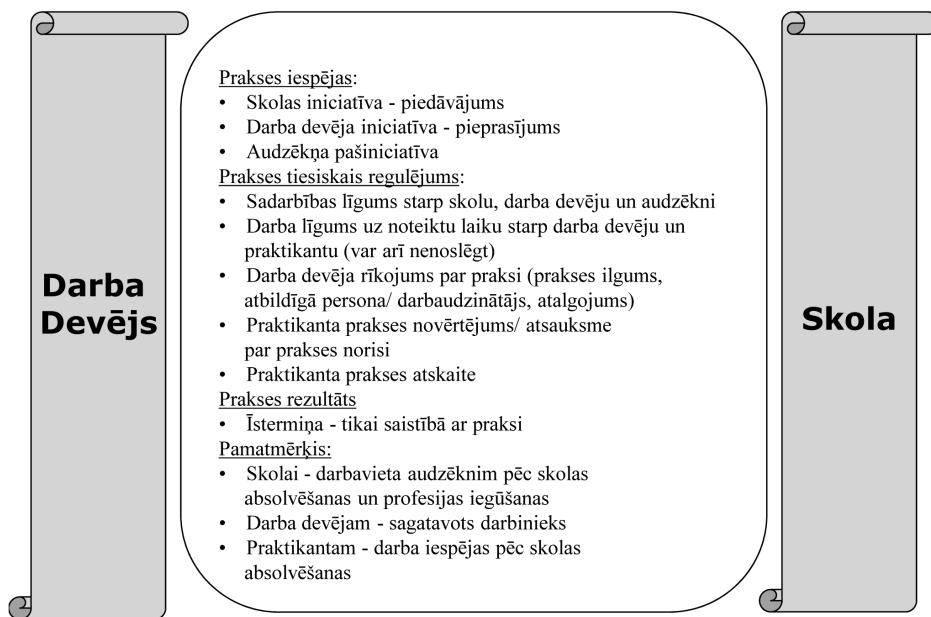
Praktiskie visefektīvāko risinājumu meklējumi arodizglītībā, profesijas apgūšanā un ar to saistīto ieguldījumu jomā rod personāla sagatavošanā pirms darba uzsākšanas ar sadarbības partneru līdzdalību. Akciju sabiedrībā “Severstalʼlat” ir noslēgti septiņi sadarbības līgumi ar 3. arodskolu, 46. arodskolu, Rīgas Tehnisko koledžu, Vangažu arodskolu, Olaines Mehānikas un tehnoloģijas koledžu, Rīgas Valsts tehnikumu un

Rīgas Tehnisko universitāti. Pēdējos astoņus gadus uzņēmums nodrošina prakses vietas vidēji 15–20 praktikantiem gadā, 2007. un 2008. gadā praktikanu skaits ir pieaudzis vidēji līdz 30–35, kas ir divpadsmit reizes vairāk, nekā vidēji nozarē strādājošie uzņēmumi var nodrošināt (6).

2008. gada 21. februārī 3. arodskolas un MASOC rīkotajā konferencē “Skolas un darba devēja sadarbība kvalificētu metalapstrādes speciālistu sagatavošanā” autors uzstājās ar ziņojumu par darba devēja un skolas sadarbība mācību prakses nodrošināšanai uzņēmumā. Praktisko pētījumu rezultātā prakses iespējas un to norisi nozares uzņēmumos autors nodala kā:

- tradicionālo pieeju un
- ilgtermiņa risinājumu pieeju.

Raksturojot tradicionālo pieeju prakses organizācijā, autors to apskata kā gadu desmitiem pārbaudītu un lietotu risinājumu, kas pastāv starp konkrēto mācību iestādi un darba devēju (5. att.)



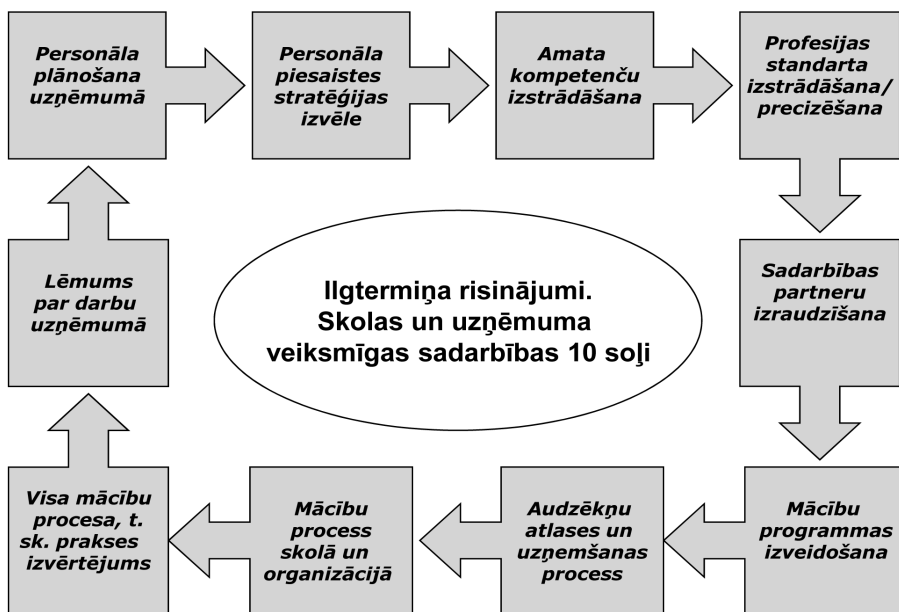
5. att. Prakses organizācijas forma “tradicionālā pieeja”

Figure 5. The traditional approach – a form of internship organization

Tradicionālajai pieejai ir vairākas priekšrocības: viegla administrēšana; nav dārga; praktikanu darba izmantošana paaugstinātas slodzes apstākļos bez papildu amatu skaita palielināšanas; labs sadarbības veids starp skolām un organizācijām, t. sk. jaunākās un aktuālās informācijas saņemšanā; viena no iespējām personāla piesaistei. Tomēr esošajā prakses organizēšanas formā ir atrodami trūkumi, kas var būt par iemeslu neapmierinātībai un, iespējams, pat profesijas maiņai: prakses

norise daļēji atbilst prakses uzdevumam; trūkst atgriezeniskās informācijas par darba devēja novērtējumu; pēc mācību absolvēšanas nepieciešams ievērojams papildu laiks jaunā darbinieka apmācībai, jo īpaši profesionālo kompetenču apguvē; nav tiešas kopsakarības ar organizācijas un darba tirgus prasībām; zināšanu apguvei nepieciešams liels laiks; nav ielānoti finanšu līdzekļi, prakses atalgojums pēc pārpalikuma principa.

Uzkrātās darba pieredzes un pētījumu rezultātā kā ievērojami efektīvāku mācību prakses organizācijas formu praktikantam, mācību iestādei un darba devējam autors izstrādājis jaunviedumu jeb ilgtermiņa pieeju mācību prakses organizēšanā, nosaucot to par skolas un uzņēmuma veiksmīgas sadarbības 10 soļiem. Piedāvātā prakses organizācijas pieeja skata mācību prakšu organizācijas procesu daudz plašāk un detalizētāk, aptverot vairākus pasākumus un norises, kas attiecas uz personāla plānošanu uzņēmumā, sagatavošanas procesu, pašu praksi un lēmumu par praktikanta darbu uzņēmumā. Šis raksts neparedz katra sadarbības soļa detalizētu analīzi, bet tikai to, kas attiecas uz prakses organizācijas procesu (sk. 6. attēlu).



6. att. Prakses organizācijas forma "ilgttermiņa risinājumu pieeja"

Figure 6. The long-term solution approach – a form of internship organization

Norādītā prakses organizācijas forma "ilgttermiņa risinājumu pieeja" uzrāda vairākas priekšrocības:

- apzinātu organizācijas personāla nepieciešamību ilgtermiņā;
- organizācijas vajadzībām atbilstošas mācību programmas;
- precīzu un mācību programmai atbilstošu praksi;

- personāla sagatavošanu pirms darba uzsākšanas;
- iespēju savlaicīgi plānot prakses, finanšu līdzekļus;
- ne tikai profesionāli darbam sagatavotus, bet arī jau organizācijas vidē adaptējušos darbiniekus;
- palielinātu veselīgu iekšējo konkurenci un samazinātus darbinieku manipulēšanas gadījumus.

Vienlaicīgi, novērojumi par esošo prakses organizācijas veidu uzrāda trūkumus, kas ir jāņem vērā, ieviešot šāda veida prakses pieeju:

- tā prasa ilgu sagatavošanās laiku;
- tā prasa ievērojamus finanšu līdzekļus;
- tā prasa sarežģītu apmācību;
- absolvents var neuzsākt darbu, izvēlēties to citā organizācijā, nozarē;
- organizācija var nespēt nodrošināt praksi vienlaicīgi liela praktikanu skaitam;
- īpašas prasības praktikantiem darba laika organizācijā, jo īpaši nepilngadīgajiem;
- pasniedzēju trūkums speciālajos priekšmetos (materiālu mācība, tehnoloģija);
- papildu slodze esošajiem organizācijas darbiniekiem mācību procesa sagatavošanā un norisē.

Šajā sadaļā būtu svarīgi uzsvērt, ka katrs darbs, arī darbs mācību prakses laikā, prasa novērtējumu un atbilstoši tam taisnīgu atalgojumu, jo īpaši – atbildīgi pieejot praktikanta darba novērtējumam, tuvojoties prakses noslēgumam. Līdztekus darba devēja lēmumam par praktikanta pieņemšanu darbā pēc mācību iestādes pabeigšanas un kvalifikācijas saņemšanas arī praktikants analizē prakses laikā pieredzēto. Prakses laikā sajūstā taisnīgā vai diskriminējošā darba devēja attieksme atalgojuma jomā var izrādīties par nopietnu iemeslu praktikanta, vēlāk jau absolventa, izvēlei par darba attiecību uzsākšanu uzņēmumā. Statistiskā informācija par nodarbinātību, kas aptver arī tos darbiniekus, kas uzsāk vai turpina darbu pēc profesijas iegūšanas, jo īpaši svarīgi – diplomā norādītajā profesijā, ir būtisks konkurētspējas rādītājs ikvienai valsts ekonomikai.

Pamatojoties uz sadarbības pieredzi ar mācību iestādēm, praktiski veiktajiem pētījumiem uzņēmumā no 2004. gada līdz 2008. gada oktobrim par darbinieku kompetenci, motivācijas un lojalitātes novērtējumu, kā arī novērojumiem, kas saistīti ar kvalificēta personāla sagatavošanu un darbinieku centieniem pēc tālākas izglītības turpinājuma, autors iesaka šādus priekšlikumus:

- lai nostiprinātu darba iemaņas un pilnvērtīgi ienāktu darba tirgū kā tā dalībnieks, profesionālo iestāžu absolventiem pēc profesijas iegūšanas būtu vēlams ieviest kā realizējamu prasību nostrādāt profesijā 2–3 gadus, pirms turpināt tālākās mācības un studijas. Esošā praktiskā pieredze pamatdarbā varētu tikt ieskaitīta kā priekšrocība mācību turpinājumam, jo īpaši valsts finansētajās mācību programmās;

- gadījumos, ja nav iespējams absolventu nodrošināt ar darbu, būtu iesaistāma Nodarbinātības valsts aģentūra kā sociālā partnera – valsts – struktūrvienība, lai atbalstītu subsidēto darba vietu izveidošanu;
- studijas maģistrantūrā iespējamas ar nosacījumu, ka interesents pēc bakalaura vai profesionālās augstākās izglītības diploma saņemšanas ir praktiski strādājis ne mazāk kā 2–3 gadus. Kā priekšrocība uzņemšanai maģistrantūras studiju programmā, jo īpaši valsts finansētajās studiju programmās, būtu jau esošais pamatdarbs, kurā interesents strādā, vai darba devēja apstiprinājums par paredzētajām izmaiņām darbinieka karjerā un ar to saistīto kvalifikācijas nepieciešamību;
- visos gadījumos, kad mācības notiek par valsts līdzekļiem, arī budžeta finansētās studijas, izņemot ar valsts likumu noteiktus gadījumus, piemērot mācību/studiju līgumus, kas paredz līgumsaistības pēc mācību iestādes beigšanas, uzsākt un nostrādāt noteiktu laiku pamatdarbā apgūtajā profesijā;
- lai varētu saņemt pārtestāciju un pielaidi mācību programmu pasniegšanā, pedagogiskajam personālam kā pamatprasība nepieciešama praktiskā pieredze, regulāra šīs pieredzes “atsvaidzināšana” un jaunās pieredzes uzkrāšana studiju programmu starplaikos, vēlams ne retāk kā reizi 2–3 gados.

Secinājumi

Apkopojot pētījuma rezultātus, var izdarīt vairākus secinājumus un sniegt rekomendācijas.

- Pamatskolas skolēniem mācību laikā esošie daudzveidīgie pasākumi karjeras izvēlē ir sistematizējami, lai to pēctecīgas realizācijas rezultātā skolēniem nostiprinātos interese par profesiju un tai paredzētu konkrētu mācību programmu.
- Profesiju klasifikatora un visdažādāko izglītības līmeņu programmu savietojamība atsevišķas rokasgrāmatas veidā palīdzētu karjeras izglītības īstenotājiem un jauniešiem labāk saprast, kur konkrētā profesija apgūstama, kādi ir apmācības moduļi, ko ietver mācību programma.
- Latvijas valstij izglītības plānošanas līmenī, izanalizējot tautsaimniecībā nepieciešamo pieprasījumu darba tirgus jomā un demogrāfiskos rādītājus, jānosaka Latvijas valsts izglītības plānošanas politikas rezultativitātes un virzības kritēriji, cik lielai daļai skolēnu karjeras izglītības rezultātā pēc vispārējās pamatizglītības iegūšanas turpmāk būtu jāapgūst arodpamatizglītība, arodizglītība, profesionālā vidējā izglītība un cik lielai daļai – vispārējā vidējā izglītībā.

LITERATŪRA

1. Dāvidsone, G. *Organizāciju efektivitātes modelis*. Rīga, 2008, 289 lpp.
2. Falbender, H. *Europe as an Economic Powerhouse*. UK: Kogan Page, 2007, 37 p.

3. VA Profesionālās izglītības attīstības aģentūra. *Karjeras izglītība 7.–9. klasei*. Metodiskie ieteikumi. Rīga, 2006, 100 lpp.
4. LR Reģionālās attīstības un pašvaldības lietu ministrija. *Latvijas Nacionālās attīstības plāns 2007.–2013.* 2006, 15.–16. lpp.
5. Latvijas Pieaugušo Izglītības Apvienība. *KomPAs*. Rokasgrāmata pieaugušo izglītības pasniedzējiem. Rīga, 2003, 69, 73 lpp.
6. Biedrības “Mašīnbūves un metālapstrādes rūpniecības uzņēmēju asociācija” pētījums “*Cilvēkresursu potenciāla noteikšana Latvijas mašīnbūves un metālapstrādes nozarē un stratēģijas izstrāde jaunu speciālistu piesaistei šajā nozarē, pielietojot reklāmas pasākumus un motivācijas shēmas*”. www.masoc.lv, 6–11, 149
7. Rifkin, J. *The European Dream*. UK: Polity Press, 2007, 336 p.
8. Pieejams: http://www.izaugsme.lv/izglitiba_latvija/izgl_sistema/ (2008. g. 11. okt.)
9. Pieejams: http://izm.izm.gov.lv/upload_file/Izglitiba/Profesionala_izglitiba/Statistika/Atskaitisanas_iemesli.xls (2008. g. 11. okt.)
10. Pieejams: http://izm.izm.gov.lv/upload_file/Izglitiba/Profesionala_izglitiba/Statistika/Audzekni_uzn_macas.xls (2008. g. 11. okt.)

Summary

The aim of the article was to research and analyze the interconnection between education and the choice of a profession that provides individual competitiveness on the labour market and motivates to achieve better results in the industry of mechanical engineering and metalworking. The first chapter of the article analyzes the career education in Latvia as a general indicator of competitiveness of educational establishments and significant support to young people in their choice of profession. The second chapter analyzes the challenges Latvian labour market participants encounter in the industry of mechanical engineering and metalworking. The third chapter analyzes different approaches to consolidation of theoretical knowledge and its application in practice. The last chapter of the article summarizes conclusions on the readiness of people to acquire professions that are suitable for them and demanded on the labour market, and makes recommendations for the best ways to secure the competitiveness of individuals on the labour market and the positions of companies on the current markets, and to exploit the opportunities to compete on world markets.

Keywords: *career education, profession, practice, effectiveness.*

Problems of the Latvian Fixed Income Market *Latvijas parāda vērtspapīru tirgus problēmas*

Natalja Tocolovska

Department of Economics and Business Administration, University of Latvia

SEB Bank Head of Brokerage

SEB Finanšu centrs

Meistaru iela 1, Valdlauči, Ķekavas pagasts, Rīgas rajons, LV-1076

E-mail: natalja.tocolovska@seb.lv

A well functioning bond market is an important element of the capital market of the country. The goal of this article is to identify the historical, structural, institutional, and macroeconomic problems of the development of the Latvian fixed income market and suggest the possible solutions. The paper gives an overview on the main obstacles to the development of the Latvian bond market, which are historical bank dominance, small market size, macroeconomic policy troubles, and high issue costs. The paper argues that the current lack of capital source diversification and full reliance on the bank financing is increasing the threat to the whole country's economy in the case of distress. The paper concludes with the solutions and policy recommendations for bond market development in Latvia.

Keywords: corporate bond, emergent markets, banking sector, issue, credit.

Problems of the Latvian Fixed Income Market

The Latvian bond market has 15 years of experience and infrastructure development. The last 5 years were the most favorable as the retail lending infused resources in the economy, thus changing the stage of the economic cycle and initiating the excessive growth of the GDP, which reached an average of 9.42% in the period of 2003–2007. [14] Traditionally, economic development is accompanied by the development of the bond market, while the investment environment is improving. In Latvia the economic boom has not changed the bond market situation – the number of issues is small and the pace of this capital market segment is low.

The Latvian fixed income market is formed by the governmental bonds, mortgage bonds, and corporate bonds, which is 73 %, 16 %, and 11 %, respectively [17]. The study by N. Tocolovska (2008) finds that governmental bonds strongly dominate the Latvian capital market in the aspect of both amount and liquidity. Mentioning such factors as the shift to the long-term business orientation, credit lending restrictions, and the increasing urge for alternative lending, the same study proposes corporate bond segment as the most promising [9]. The most developed and effectively functioning sector of the Latvian debt securities market is governmental debt sector. Treasury notes and Treasury bills issued on a regular basis are the tools of the country's monetary and exchange rate policy. Yet, the goal of the capital market is

to provide access to funds for all borrowers, not just the government. Fixed income market also acts as the indicator of the opportunity cost of capital, which is essential for any capital market development.

The main factors delaying the expansion of the Latvian corporate debt market are the supply and demand constraints. Undeveloped corporate debt market poses extra risk to the economy as such as all the financial risks and potential losses are concentrated in the banking sector. Every capital market stress or the credit crunch in this case will be absorbed by the banks. "Swedbank and SEB have made the Baltic states their second home market over the past decade in order to benefit from fast-rising loan volumes and higher margins. Swedbank is the largest bank in Estonia and Latvia and has more clients in the region than in Sweden, while SEB is the market leader in Lithuania. Together they hold a two-third loan market share in the region." [1] Bond issuance distributes the risk of holders, thus raising the level of potential loss absorbance by investors and countries. "Local emerging banking and payment systems are typically heavily supported by public safety nets and are vulnerable, therefore, to the ill-effects of moral hazard." [8]

For a company, the choice of funds lies in deciding on the issuing of shares, issuing of corporate bonds, retained earnings, or bank borrowing. Issuing shares brings new shareholders to the company; thus, the profits are shared; issuing bonds makes the borrower to pay the coupon, whose rate is formed by two components: market interest rate and the risk component of the company going bankrupt. Moreover, selling its debt to the public forms the credit history of a company by increasing its transparency and accessing its risks through credit rating. The track of successfully paid issues traditionally influences the cost of the further issues – the more issues are successfully paid, the less are the costs of the new borrowing (other indicators unchanged). Bond financing is a stable and long-term source of finance with predictable rates of capital access. Short-term bank loans or a credit line is not the most stable finance basis for a company as the rise in interest rates can cause high rollover costs or even denial to roll over the debt in the case of capital market troubles. Moreover, the diversification of the sources of funds gives more negotiation power to the corporation, thus minimizing the costs of borrowing. "Corporate bond market can improve financial stability, provide competition to the private sector, and allow more efficient allocation of savings by providing a broader range of assets... Corporate bond markets are important for several reasons including: as a source of long term financing, providing competition to the banking sector, and enhancing financial sector stability." [4]

The Latvian corporate bond market is rather small, corporate financing is almost solely based on bank funds. It is not recommended as the risk concentration of the economy is not diversified, and can be crucial in the case of distress. Current attempts of Latvian companies to get financing in EUR while operating in LVL are causing exchange rate risk. Multicurrency operations increase the exposure of the company to the changes of currency exchange rate. "Such changes have the potential to either adversely or favorably affect the economic and/or accounting cash flows and asset/liability values of a company. A company's ability to compete internationally will depend, at least in part, on its ability to appropriately and effectively manage

the risks introduced by multinational operations.” [2] For international companies operating in Latvia, volatility of the local currency LVL could result in severe balance-sheet damage and push highly leveraged corporations into bankruptcy. The scope of problems – historical and the ones initiated by the local and global economy stress – is reflected by the Latvian financial market. To identify the historical, structural, institutional, and macroeconomic obstacles to the development of the Latvian fixed income market and to provide the possible solutions is the main challenge of this article.

1 Historical Bank Dominance

A strong dominance of the banking sector is evident in Latvia regarding both money demand and supply. Even though “the financial market richer in bonds will constitute a Pareto-improvement over a financial market in which banks do most of the lending”, in the absence of a developed corporate bond market, the need for investment stimulates the further development of the banking sector [3]. This is a rather natural stage for Latvia as an emerging market economy: “in emerging markets most of the corporate financing is through bank borrowing. For example, in 2003 over 80 percent of corporate financing in emerging markets was in the form of bank loans.” [6]

The historical dominance of the banking sector was based on the financial sector emergency in 1991, when banks acted as the intermediaries between the government and the population. In the lack of a proper legislative and taxation system, banks were the first to be regulated. Even though the situation is different now, the position of the banks is becoming stronger. This view is supported by the various merger and acquisition deals as foreign banks acquired the local players. As a result, a considerable financial base in the form of massive lending was injected in the country where the sector assets grew from 5.7 billion LVL in 2003 to 21.3 billion LVL in the first quarter of 2008 [15]. Albeit the banking sector and corporate bonds satisfy the same borrowers/lenders needs, effective competition between both of them is beneficial for the customers: the deposits compete with bond investments, thus offering higher returns, while bond issues provide cheaper financing if the charged bank rates are excessively high.

Banks are active regarding capital supply – the standardization of the lending services makes it relatively easy for a corporation to obtain bank credit. In this context, issuing bonds is a lengthy and difficult process. Moreover, for the bank loans, the legal base controlling bank-borrower and bank-lender relationships is sound. Banks are monitored by the Financial and Capital Market Commission; in addition, they (especially the branches of foreign banks) are annually audited by international companies. In the case of the bonds issue, the corporate governance of the issuer is mostly of low standard.

2 The Small Region

The relatively small country size can be partially blamed for the Latvian bond market inefficiency problems since a liquid bond market needs the minimum efficiency scale to operate. The maximum size of the corporate issues in Latvia is

EUR 200 million, with outstanding 4 issues of the bonds of the Mortgage and Land Bank of Latvia: EUR 25 million nominal maturing in 2011 and EUR 20 million nominal maturing in 2012; Parex Bank Eurobonds EUR 200 million nominal maturing in 2011 and EUR 20 million nominal maturing in 2018. Nevertheless, this is not yet representing the market as the typical corporate bond issue size is EUR 5 million [14]. The small issue size cannot attract much investment interest as the traditional buying interest of an institutional investor can reach up to EUR 5 million, thus comprising the whole issue of most of Latvian corporate bonds. The consequence of the small issue is a limited investor base, mainly represented by the local asset managers. Other traditional bond investors – banks, insurance companies, hedge funds and high net wealth individuals – are modestly participating in Latvian bond market investment. The reason for high asset manager activity is the constantly raising funds of the 2nd pillar pension capital, which needs to be invested, accompanied by the high level of understanding of local risks and higher than Euro zone returns (mostly driven by inflation and, consequently, high interest rates).

Small issues are traditionally characterized by the lack of liquidity and hence high volatility when the deals take place. Moreover, it is difficult to increase or close the open position in securities without being noticed. Non-sound over-the-counter market and the lack of liquidity form the buy-and-hold strategy of investors rather than speculation. Those factors affect negatively the demand for corporate bonds. Excessive premiums act as the compensation for the inconvenience and potential liquidity troubles.

3 Macroeconomic Policies

Troubling developments of macroeconomic indicators were triggered by the rise in interest rates, LVL devaluation rumour, and, later, inflation peaking at 17.9% in May 2008 [14]. Currency risk is one of the major factors why LVL-denominated bond market activity is low. The same factor made Kesko and Tele2 hedge their LVL operations by issuing LVL-denominated bonds, thus balancing the risk of the future cash flows. In this case, the bond issue was an alternative to swap operations – Tele2 hedged partially in swaps, partially in bonds, mostly relying on cost saving. Market participants' expectations about the devaluation of the local currency act as an obstacle to bond market development (currently LVL is pegged to EUR with $\pm 1\%$ exchange rate fluctuation corridor). "With exchange rate flexibility, it is most likely that the domestic currency will appreciate in good times and depreciate in bad times. This reduces the incentive for residents to hold assets in domestic currency as such assets do not provide an insurance against income risk." [5]

Fluctuations of the fixed income market components act as important financial market indicators – the raising interest rates signal about the potential macroeconomic problems. Governmental bonds are an important non-inflationary instrument of budget deficit financing. Raising interest rates, stimulated by the increasing inflation, can act as the signal that, approaching maturity, the investment is losing its purchasing power. Variable interest rates decrease the maturity time of the issues, leaving the investor interest only for the short-term issues.

Global financial market situation is adding to the effect as well – besides LVL, EUR interest rates also reached their high point, thus leading downwards the borrowing amounts. The main rule of the capital market – borrow at low rates – is important. Constantly high interest rates, as in Latvia since 2004, can freeze the whole bond issue segment.

The majority of corporate bonds issued in Latvia are denominated in EUR or USD, which can affect macroeconomic stability in the case of financial crisis. The main risks are: currency mismatch in the case of different borrowing and operating currencies, and exposure to refinancing and interest rate risks in the case of short-term borrowing. Liquid and active swap market is crucial as the company unwilling to take LVL borrowing exposure can simultaneously open a currency swap, thus creating a synthetic EUR loan.

4 High Issue Costs

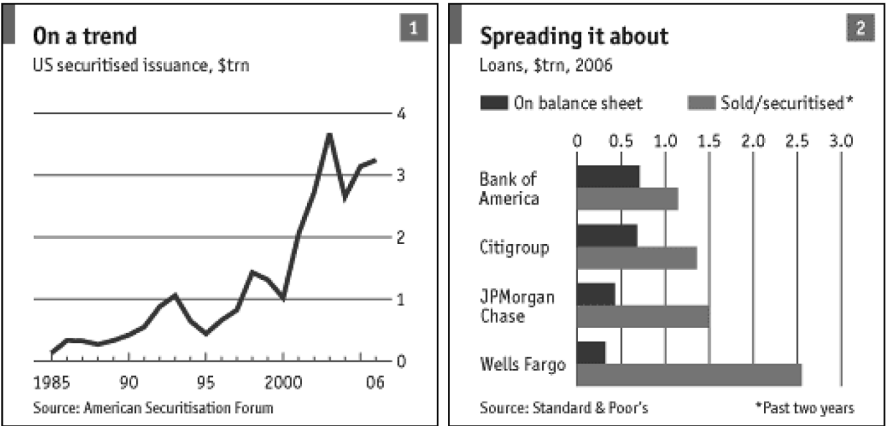
High issue costs have an adverse effect on the supply part of the bond market – the bond issue costs reach 5 % of the borrowed amount, while the administrative costs of acquiring a credit do not exceed 1.5 % of the loan [7]. In case of the credit, there are documentation costs and credit margin. When issuing bonds, the issue costs are formed by the preparation of the issue (LVL 10 000), allocation of the issue (0.25–1 % of the amount issued), registration of the issue in the Depositary (LVL 50 one-time fixed cost and LVL 75 monthly fee (for LVL 5 million issue)), and listing of the issue in the regulated market (LVL 750 one-time fixed cost and LVL 1500 annual fee).

For the business-oriented and cost minimizing entrepreneurs, the gap between credit and bond issue costs is the fundamental signal to choose the first, as the current costs of the new issue are prohibitive. “In Japan the approximate corporate bond issue costs are 2.5 % while in the USA this number is not exceeding 0.7–1.3 %.” [6] Japan is the good example of how high issue costs hamper the development of corporate bond market. Downside movement in the costs of the issue can be achieved by structural changes. “Minimizing costs of debt is facilitated by reforming primary and secondary market infrastructures to appeal to institutional investors. In primary markets for governmental securities, these reforms have been reflected in the move away from issuing at fixed prices through syndicates, in favor of auctions with preannounced issue calendars and new issues concentrated in benchmark securities.” [8]

Policy Recommendations

- 1) Lengthen the duration of borrowing – the process of issuing bonds requires more transparency for the company, thus improving its corporate governance and regularly informing on its activity following international accounting standards.
- 2) Broaden the investor base by organizing pan-Baltic issues which will increase the playground for the investors and, consequently, liquidity. Foreign investors do treat the Baltics as a politically and geographically united area; therefore, the

- companies should use this advantage to access funds. A company should operate in all 3 Baltic countries to issue bonds.
- 3) Reduce currency mismatch by issuing corporate bonds in the currency of operation of the company. This will avoid currency mismatch on the balance sheet.
- 4) Banks should introduce securitization practices. Nevertheless, before any securitization instrument is issued, the relevant regulation for it should be introduced locally. Securitization groups together the expected cash in flows and on this basis prepares the issue of fixed income securities with similar cash outflows to the investors. If regulated correctly, securitization provides a number of benefits for each party involved, when the bank reduces its exposure over the particular borrower by selling off credit and liquidity risks. “Securitization also allows banks to obtain financing for customers without extending loans. Perhaps the greatest benefits, however, are available to the original owner of the assets, who can:
- access low cost capital without bank loans, additional equity, or restrictive covenants;
 - convert non-liquid assets to cash inexpensively and quickly;
 - garner “AAA” rating on most of the financing regardless of the client's credit rating;
 - diversify funding sources and investors, lowering the overall cost of capital and funding risk;
 - transfer risk to third-party investors;
 - match cash flow on assets and liabilities to eliminate interest rate risk.” [16]



Source: [13]

Figure. Securitization dynamics in the USA

Even though securitization is the innovation of the financial world – transferring the risks of cash flows to security investors while keeping the high credit rating of the issue organizer – it has been widely misused by the market participants.

Securitization transforms long-term cash flows into tradable instruments. Asset-backed securities (debt securities created as a result of securitization) are a good solution for Latvia where the leasing companies and bank credits are heavily dominating the market on the one hand, and the supply of tradable securities is low while the demand for 2nd pillar pension money allocation is constant, on the other hand. The experience of the USA market shows that “around 56% of America’s outstanding residential mortgages were packaged in this way, including more than two-thirds of the subprime loans issued in 2006. Thanks largely to securitization global private-debt securities are now far bigger than stock markets. Banks have come to see securitization as an indispensable tool.” [13] However, a too heavily securitized market causes new risks, as the recent USA mortgage market crisis and the role of asset-backed securities in it show. However attractive in its essence, securitization needs proper control by the market supervisor and the legislative base.

- 5) The government should issue inflation-linked bonds. Since macroeconomic instability and high inflation is restraining LVL corporate and governmental bond market development, the inflation-adjusted bonds should be introduced. Inflation is one of the main investment concerns of LVL bond market participants. Inflation-linked bonds adjust the nominal coupon payment to the inflation growth, thus delivering investment return in real terms. With the expected inflation rate of 15.5–16% in 2008, this is a reasonable solution for Latvia to long-term borrowing development [11]. If issued, inflation-linked bonds could provide financial stability compared to the traditional fixed and floating coupon bonds. The RIGIBOR rate does not fully reflect the inflation indicator because it provides a broader macroeconomic picture and is linked to the monetary policy tools of the Central Bank of Latvia.
- 6) Taxation policies should be revised. Taxation has a major influence on the primary and secondary market of bonds. Tax expenses diminish capital demand by increasing the issue costs and decrease the money supply by moderating the income received by the investors. However, taxation in Latvia is not targeted on the development of the bond market.

According to the Latvian legislation, credit payments are recognized as expenses of a company; it is not so in the case of the bond issue. Obviously, the first step to promote issuance of corporate bonds should be treating corporate bond coupon payments as equal to credit payments – treating both of them as company expenses. Regarding the investor, tax exemption is stated for deposits, governmental bond and mortgage bond income. Corporate bond coupon income is the subject to 25% tax rate. A less favorable change can be the introduction of the deposit tax. While keeping no tax for the investment into securities, it would attract more resources to the security market.

Conclusion

The analysis of problems of the Latvian bond market reveals that the most developed segment is governmental bonds, where companies are financed by the banking sector. Currently the Latvian economy is missing an effectively functioning bond market. Traditionally, the corporate bond market successfully complements financing from the banking sector, diversifying the risks of the economy, decreasing the cost of the debt of a company, and diversifying the portfolio of assets. From the point of view of a company, bond financing is a stable and long-term source of financing with predictable rates of capital access, whereas the bank loan or credit line can be used for short-term financing. The dominating position of the banks in the emerging market is a typical heritage from the past. Nevertheless, the current situation of the Latvian financial market does not require the banking sector to act as the intermediary between the government and the population.

The relatively small size of the market both in terms of borrowing and investment limits the capacity of the Latvian debt market. The maximum size of the corporate bond issue in Latvia is EUR 200 million; this is not representing the market since the typical size for the corporate bond issue is EUR 5 million. It is not sufficient to attract the interest of the institutional investor, which in turn limits the investor base as well as the number of issues. The crucial part of the demand comes from constantly raising funds of the 2nd pillar pension capital, which needs to be invested.

However, market size is not the entire problem. Raising of macroeconomic risk indicators can significantly decelerate the development pace of the Latvian financial market in the medium-term. Currency risk and inflation double digit numbers decrease foreign investments. On the other hand, several local branches of international companies issue LVL-denominated corporate bonds as the hedge for currency devaluation. Upward movement of the interest rate is another challenge while raising the costs of borrowing, especially the short-term and medium-term bank financing. High interest rates, as in Latvia since 2004, can freeze the whole bond issue segment.

Another economic factor influencing the development of financial market is the costs – the bond issue costs reach 5% of the costs per the amount issued, whereas costs of acquisition of a credit do not exceed 1.5% of the amount borrowed.

The progress of the local fixed income market cannot take place overnight; it must be developed as part of a planned medium-term strategy. The bond market should provide financing to more market participants, not just governments. Increased corporate bond issuance and more extensive securitization are desirable. Moreover, the development of local currency bond markets will support the macroeconomic and financial stability of the country.

As the local capital market has no history to learn the lessons from, global market experience and best practices should be applied in order to develop the Latvian fixed income market. It needs a deeper and more liquid bond market with more quality issuers switching from bank financing to bond capital. Diversification of capital borrowing sources will decrease the pressure on the banking sector, reduce financial fragility, and diversify the risks of the local economy by improving its resilience to economic stress situations. The corporate bond market and banking sector should

act as complements, not substitutes to each other; that would raise the efficiency of corporate borrowing.

REFERENCES

1. Anderson, R. (2008) Baltic Risk to Swedish Banks, *Financial Times*.
2. Gorvett, R. W. (2001) Foreign Exchange Rate Risk: Institutional Issues and Stochastic Modeling, Casualty Actuarial Society Discussion Paper Program Casualty Actuarial Society, Arlington, Virginia, p. 3.
3. Hakansson, N. H. (1999) The Role of a Corporate Bond Market in an Economy – and in Avoiding Crises, *China Accounting and Finance Review*, 1(1).
4. Hameed, F. (2007) Fostering the Corporate Bond Market in Pakistan, *SBP Research Bulletin*, Volume 3, Number 1, p. 107–108,
5. Jin, N. K., Loh, L. (2002) Developing a Viable Corporate Bond Market: The Singapore Experience, *Economics and Finance*, No. 2, June 2002, p. 24.
6. Luengnaruemitchai, P. and Ong, L. (2005) *An Anatomy of Corporate Bond Markets: Growing Pains and Knowledge Gains*. IMF Working Paper WP/05/152. Washington, D.C.: IMF.
7. Mežals, A. (2006) *Finanšu instrumentu izmantošana uzņēmējdarbības attīstības finansēšanai Latvijā*, Maģistra darbs, Rīga : Biznesa augstskola “Turība”.
8. Schinasi, G. J. and Smith, R. T. (1998) Fixed-income markets in the United States, Europe and Japan: some lessons for emerging markets, *IMF Working Papers*, No. 173, December.
9. Tocelovska, N. (2008) *Latvian debt market: 14 years of experience and its future development*, The 66th Scientific Conference of the University of Latvia working paper, 8.
10. Hipotekāro ķīlu zīmju likums: LR likums. *Latvijas Vēstnesis*, Nr. 280/281, 1998, 29. sept.
11. *Latvijas makroekonomikas apskats*. 2008. gada jūlijs, SEB banka. <http://www.seb.lv/data/Analitiska-Info/Makroekonomika/Lma0708.pdf>, retrieved on September 5, 2008, p. 2.
12. Par uzņēmumu ienākuma nodokli: LR likums. *Latvijas Vēstnesis*, Nr. 51, 1995, 9. feb.
13. Securitisation: When it goes wrong..., *The Economist*, September 20, 2007.
14. Bloomberg, www.bloomberg.com, retrieved on June 26, 2008.
15. Latvian Commercial Bank Association. www.bankasoc.lv/lka/statistika/bankas/index2.php, retrieved on August 30, 2008.
16. PricewaterhouseCoopers. www.pwc.com/extweb/challenges.nsf/docid/95a253790817dbd08025753e004702de, retrieved on August 28, 2008.
17. Rīgas Fondu birža un Latvijas Centrālais depozitārijs. www.nasdaqomxbaltic.com/?id=1978849, retrieved on September 3, 2008.

Kopsavilkums

Latvijas uzņēmumu finansēšanas bāzi veido banku sektora kredīti, kas lokāli koncentrē kredītriskus un krīzes apstākļos pārnes tos uz ekonomiku. Efektīvi strādājošs parāda vērtspapīru tirgus diversificē ekonomikas riskus, papildina banku sektora finansēšanu, vienlaikus samazinot uzņēmuma aizņemšanās izmaksas, un diversificē aktīvu portfeli.

Latvijas korporatīvo obligāciju sektora attīstību kavē četri faktori: tradicionāla banku sektora dominēšana, mazs reģions, makroekonomiskas problēmas un augstas emisijas izmaksas.

Latvijas parāda vērtspapīru tirgus attīstība notiks pakāpeniski – to vajadzētu izstrādāt kā vidēja termiņa stratēģiju. Vērtspapīru tirgum jāfunkcionē ne tikai kā valdības finansēšanas avotam. Svarīgi būtu palielināt emisijas apjomus, veicot emisijas visā Baltijas reģionā un arī izmantojot sekjutirizācijas metodes. LVL denominētā parāda vērtspapīru tirgus attīstība nodrošinās arī makroekonomisku un finansiālu valsts stabilitāti. Korporatīvo obligāciju tirgum vajadzētu papildināt, nevis aizvietot vienam otru.

Banku sektora dominējošā pozīcija ir tipiska attīstības ekonomikām, tomēr Latvijas ekonomikas banku sektors kā starpnieks starp valdību un iedzīvotājiem nav nepieciešams.

Mazs reģions un līdz ar to salīdzinoši mazs piesaistītais kapitāls ierobežo arī emisijas apjomus – vidējais vienas emisijas apjoms ir pieci miljoni LVL. Neliels emisijas apjoms ierobežo obligāciju likviditāti un investoru bāzi.

Atslēgvārdi: korporatīvās obligācijas, jaunattīstības valstis, banku sektors, emisija, kredīts.

Darbinieku apmierinātība un lojalitāte uzņēmumam – būtisks organizācijas ieguvums

Employee Satisfaction and Loyalty to the Company – a Significant Asset

Laura Keršule

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: *Laura.Kersule@lmt.lv*

Autore apskata dažas būtiskas darbinieku apmierinātības palielināšanas metodes, par pamatu ņemot *SIA Latvijas Mobilais Telefons* 2000. gadā izveidotās darbinieku motivācijas veidus. Kā pierādījumi šo metožu efektivitātei izmantoti *Porter Novelli* uzņēmuma “Padziļinātā reputācijas izpēte 2008”, LMT darbinieku 2006. un 2007. gada apmierinātības aptaujas, *EFQM* modeļa pašvērtējums, ISO 9001:2000 standartam atbilstoši izstrādāta un neatkarīgu auditoru (*Det Norske Veritas*) sertificēta kvalitātes vadības sistēma (2001–2008), kā arī teorētiskie un praktiskie pētījumi par darbinieku apmierinātības paaugstināšanu un motivēšanu.

Atslēgvārdi: Apmierinātība ar darbu, lojalitāte uzņēmumam, darbinieku motivācija

Ievads

Raksta mērķis ir apkopot teorētiskās un praktiskās atziņas par darbinieka apmierinātību un lojalitāti uzņēmumam.

Raksta uzdevumi ir:

- apkopot teorētiskās atziņas par darbinieku apmierinātību un lojalitāti uzņēmumam;
- analizēt aptauju rezultātus par uzņēmuma SIA “*Latvijas Mobilais Telefons*” (turpmāk tekstā LMT) reputāciju 2008. gadā;
- analizēt LMT darbinieku aptaujas rezultātus.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātnieku darbi, praktisko pētījumu rezultāti par darbinieku apmierinātību un lojalitāti uzņēmumam.

Lai organizācijas biznesa attīstība notiktu veiksmīgi, ir nepieciešama ne tikai jaunu tehnoloģiju ieviešana, bet arī augsti kvalificēti darbinieki, kuri augstas konkurences un nestabilas ekonomiskās situācijas apstākļos ir spējīgi strādāt efektīvi. Šie jautājumi plaši pētīti zinātniskajā literatūrā (1; 2; 3; 4; 5 u. c.).

Augsti kvalificētus, lojālus un apzinīgus darbiniekus pat šodienas Latvijas situācijā nav viegli atrast, līdz ar to uzņēmuma vadībai ir nopietni jādomā par esošo darbinieku motivāciju, lojalitāti un apmierinātību ar darbu. Jāņem vērā, ka brīvā

darba tirgus apstākļos un palielinoties iespējām strādāt ārpus Latvijas, arvien pieaug prasības pret darba devēju, tomēr pretī ne vienmēr tiek sniegts adekvāts, darba devēja prasībām atbilstošs rezultāts.

Līdz ar inflāciju Latvijā pieaug darbinieku (iedzīvotāju) neapmierinātība, kas rada agresiju, jo izdzīvošanas līmenis netiek līdzī cenām. Ja cilvēkam netiek nodrošināts A. Maslova (*A. Maslou*) piramīdas pamatlīmenis – ēdiens, siltums, jumts virs galvas –, tad tas viņu tracina, un jābūt sevišķi viedam, lai saglabātu harmoniju. Protams, var diskutēt, kas ir izdzīvošana, bet, jo civilizētāka sabiedrība, jo cilvēkiem gribas labāk dzīvot.

Šobrīd augsti kvalificēti un profesionāli darbinieki izvēlas uzņēmumu, jo esošā situācija darba tirgū ir labvēlīga darbiniekam, nevis darba devējam. Līdz ar to aizvien vairāk ir jādomā par darbinieku apmierinātību ar darbu, viņu motivāciju strādāt attiecīgajā uzņēmumā, lojalitāti uzņēmumam. Viens no būtiskiem kritērijiem ir uzņēmuma reputācija, uzņēmuma ieguldījums darbiniekos, uzņēmuma mērķi (6; 7; 8; 9 u. c.).

Apmierinātība ar darbu ir pētniecības objekts jau pēdējos sešdesmit gadus. Cilvēks darbā pavada lielu sava mūža daļu, un tāpēc ir būtiski zināt, vai darbinieki ir apmierināti ar darbu uzņēmumā, kurā strādā. Apmierinātība ar darbu ir cilvēka vispārējā attieksme pret savu darbu.

Apmierinātība ar darbu ir saistīta ar:

- 1) cilvēka personību un rakstura iezīmēm;
- 2) apmierinātību ar dzīvi kopumā – jo cilvēks ir apmierinātāks ar dzīvi, jo augstāka ir viņa apmierinātība ar darbu, un otrādi;
- 3) darba izpildi – jo cilvēks ir apmierinātāks ar darbu, jo viņš cenšas veikt savu darbu labāk – strādāt radoši, piedāvā savas idejas, ir ieinteresēts sava darba izpildē. Jo mazāka ir apmierinātība ar darbu, jo vairāk attieksme pret to ir formāla un efektivitāte zemāka.

Lai panāktu darbinieku apmierinātību ar darbu, ir jādomā par vairākiem faktoriem, kas to sekmē – darba vidi, vadītāju attieksmi pret darbiniekiem, motivēšanas paketēm, darbinieku novērtēšanu, mērķu izvirzīšanu, uzņēmuma reputāciju kopumā u. c.

Motivēšanas uzdevums ir veidot un apmierināt cilvēku dzīves vajadzības. Motivācijas metodes jāizvēlas pēc cilvēka socializācijas un individualizācijas pakāpes, veidojot metožu kombinācijas – atalgojums, karjeras iespējas, darbinieka novērtēšana u. c. Motivācijas teorijas un to izmantojums praksē ir visai plašs, visbiežāk tiek minēta A. Maslova **vajadzību teorija**, kas pamatnostādnē akcentē zemāko vajadzību apmierināšanu, lai veidotos augstāka līmeņa vajadzības, jo, nesāņemot gaidīto, cilvēkam var pazust motivācija.

1. Uzņēmuma reputācija kā viens no darbinieku motivēšanas rīkiem

Uzņēmumam laba reputācija ir nepieciešama, lai tas ilgtermiņā varētu sekmīgi darboties. Lai izveidotu un uzturētu labu reputāciju biznesa un profesionālajā vidē, ir

nepieciešams smags darbs. Reputācija var tikt sagrauta ļoti īsā laikā, bieži vien bez atjaunošanas iespējām.

Korporatīvo reputāciju plaši ir pētījusi amerikāņu zinātniece Leslija Geinsa-Rosa (*Leslie Gaines-Ross*) (10). Viņa ir publicējusi pētījumu rezultātus par pirmajām brīdinājuma pazīmēm, ka uzņēmuma reputācija ir apdraudēta (10; 11; 12; 13; 14 u. c.). L. Geinsa-Rosa norāda uz septiņām šādi apdraudēta biznesa raksturīgām iezīmēm (10):

- 1) zema darbinieku morāle;
- 2) iekšpolitika ir svarīgāka par labi padarītu darbu;
- 3) augstākā līmeņa vadošie darbinieki pamet firmu;
- 4) vadības slava pārspēj tās uzticamību;
- 5) darbinieki runā par klientiem kā par traucēkļiem;
- 6) darbinieki par firmu nestāsta neko labu;
- 7) vadītāji pavada vairāk laika korporācijas birojā nekā ārpus tā.

Uzņēmuma reputācija attiecas gan uz klienta izvēli par labu vienam vai otram pirkumam, gan arī uz darbinieka izvēli. Mūsdienās ikviens sākums var nonākt publiskajā telpā. Līdz ar to, pirmkārt, ir jānodrošina darbinieku apmierinātība, jo labs darbinieks šobrīd ir visnozīmīgākais resurss uzņēmumam konkurences cīņā.

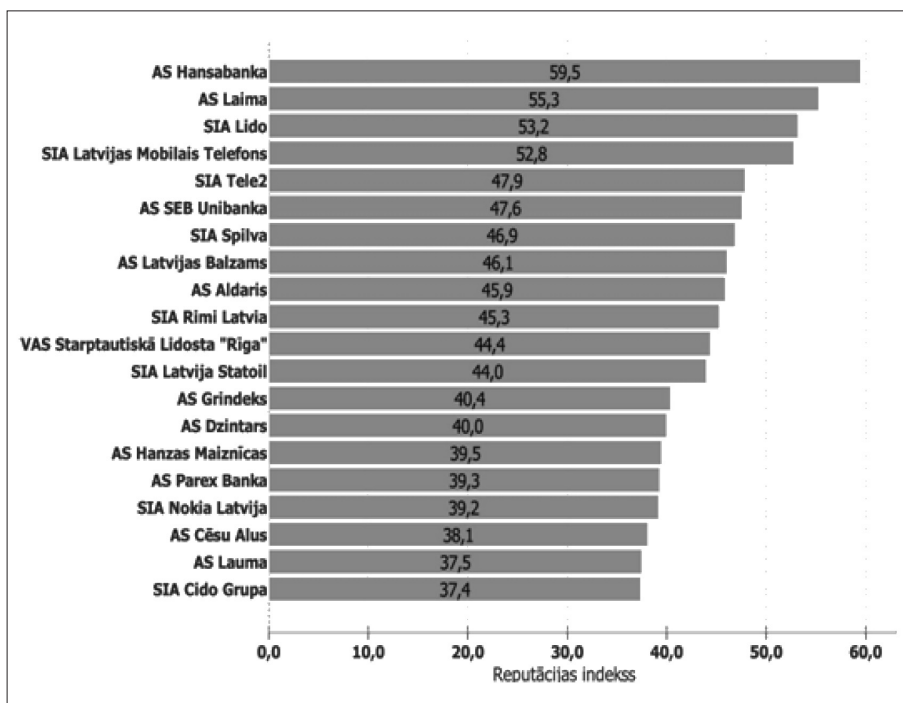
Porter Novelli "Padziļinātā reputācijas izpēte 2008" (15) reputācijas pētījumā 2008. gadā attiecībā uz LMT pēc raksta autores priekšlikuma pētīti šādi septiņi reputācijas faktori:

- produkti un pakalpojumi;
- darba devējs;
- korporatīvā komunikācija;
- starptautiskā orientācija;
- sociālā atbildība;
- nākotnes orientācija;
- atbildība par vidi.

Kā vērtētāji pētījumā piedalījās iedzīvotāji, uzņēmēji un eksperti. No ekonomiski aktīvo Latvijas lielāko pilsētu iedzīvotāju (vecumā 18–50 gadi) vidus pēc stratificētas nejaušās izlases metodes ar anketēšanu iedzīvotāju dzīvesvietās tika aptaujāti 1036 respondenti. No uzņēmumu vadītāju vidus ar kvotu izlasi attiecībā uz uzņēmuma darbības nozari, kas ir proporcionāla IKP sadalījumam dažādās tautsaimniecības nozarēs, ar WEB interviju un respondentu rekrutāciju pa telefonu tika aptaujāti 424 respondenti. Ar anketēšanu pa pastu tika aptaujāti 28 eksperti no valsts, nevalstiskā un privātā sektora.

Par uzņēmuma reputāciju iedzīvotāji un uzņēmēji visvairāk spriež pēc savas tiešās saskares ar uzņēmuma piedāvātajiem produktiem un pakalpojumiem. Produktu un pakalpojumu vērtējumā LMT ir viens no līderiem pakalpojumu sektorā, un tuvākais uzņēmuma sekotājs šajā faktorā stipri atpaliek. 2008. gadā LMT lielākajā

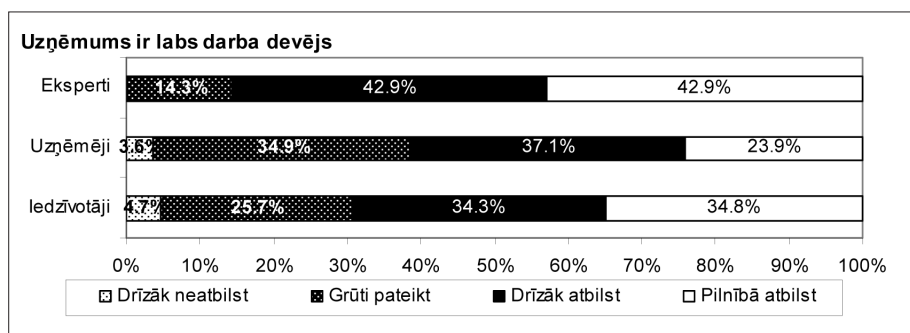
daļā faktoru ir saņēmis ļoti labus vērtējumus. Kopumā uzņēmumu vērtējumi ir kritiskāki nekā iedzīvotāju un ekspertu vērtējumi.



1. attēls. Latvijas 20 uzņēmumi ar labāko reputāciju 2008. gadā (15)

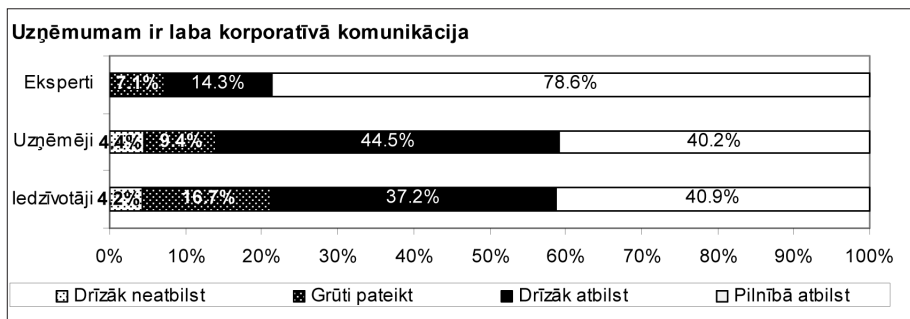
Figure 1. Companies with the best reputation in Latvia in 2008

Uzņēmuma reputācijai ir liela nozīme gan darbinieku, gan klientu, gan konkurentu acīs.



2. attēls. LMT reputācija kā darba devējam iedzīvotāju, uzņēmēju un ekspertu skatījumā 2008. gadā (15)

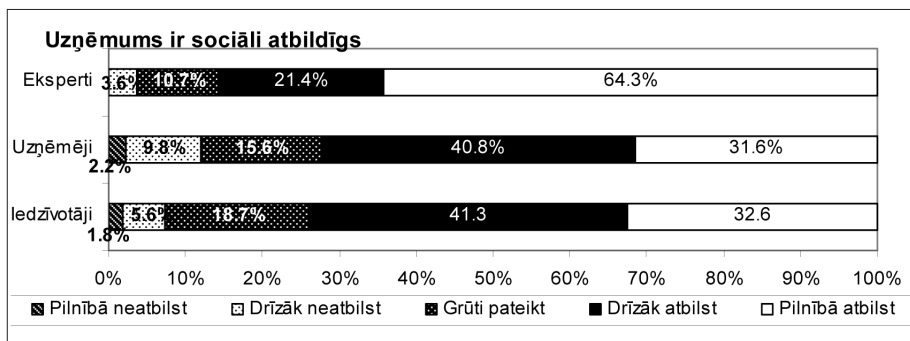
Figure 2. Reputation of LMT as an employer among inhabitants, entrepreneurs, and experts in 2008



3. attēls. LMT reputācija kā korporatīvās komunikācijas dalībniekam iedzīvotāju, uzņēmēju un ekspertu skatījumā 2008. gadā (15)

Figure 3. Reputation of LMT as a corporate communicator among inhabitants, entrepreneurs, and experts in 2008

Starp korporatīvo komunikāciju un sociālo atbildību ir cieša sakarība, jo atklāta uzņēmējdarbība, regulāri informējot sabiedrību par savu darbību, respondentiem nozīmē arī rūpes par sabiedrības labklājību.



4. attēls. LMT reputācija kā sociāli atbildīgam uzņēmumam iedzīvotāju, uzņēmēju un ekspertu skatījumā 2008. gadā (15)

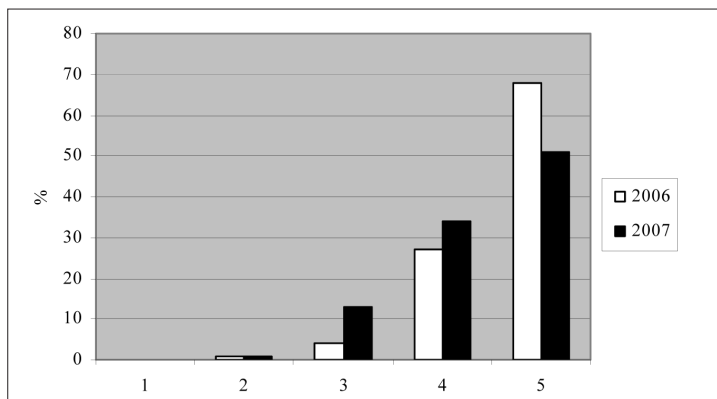
Figure 4. Reputation of LMT as a socially responsible company among inhabitants, entrepreneurs, and experts in 2008

Sociālā atbildība tiek izprasta arī kā rūpes par saviem darbiniekiem. Sociālās atbildības faktors ir saistīts ne tikai ar korporatīvo komunikāciju, bet arī ar darba devēja vērtējumu. “Uzņēmums ievēro ētikas normas” tiek saprasts arī attiecībā uz strādājošajiem un korelē ar parametriem “uzņēmums respektē un ar cieņu izturas pret strādājošajiem” un “uzņēmumā ir labi darba apstākļi”.

2006. un 2007. gadā par LMT darbinieku attieksmi tika veiktas aptaujas, kurās piedalījās attiecīgi 70% no 528 darbiniekiem un 76% no 526 darbiniekiem, tādējādi nodrošinot pietiekami lielu iegūto datu reprezentativitāti. Lai vērtētu darbinieku lojalitāti, aptaujā tika ietverti jautājumi, kas parāda darbinieku vērtējumu par iespēju strādāt LMT un interesi par LMT nākotni. Kā redzams 5. un 6. attēlā, aptaujas rezultāti parāda gan augstu lojalitāti uzņēmumam, gan arī augstu LMT kā

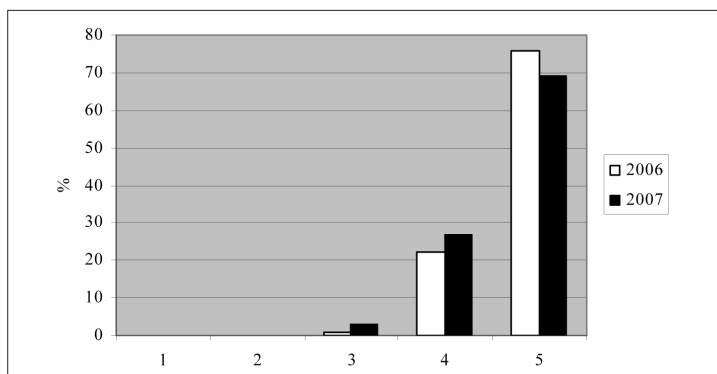
darba devēja novērtējumu. Tas saskan arī ar *Porter Novelli* reputācijas pētījuma rezultātiem – LMT tiek uzskatīts par labu darba devēju.

Uz aptaujā izteiktajiem apgalvojumiem darbinieki ir snieguši atbildes no 1 līdz 5: 1 – pilnībā nepiekrītu, 2 – nepiekrītu, 3 – vairāk piekrītu nekā nepiekrītu, 4 – piekrītu un 5 – pilnībā piekrītu.



5. attēls. LMT darbinieku vērtējums par apgalvojumu “Es lepojos ar iespēju strādāt LMT” 2006. un 2007. gadā (16)

Figure 5. Evaluation of the statement “I am proud to have a chance to work for LMT” by LMT employees in 2006 and 2007



6. attēls. LMT darbinieku vērtējums par apgalvojumu “Man rūp LMT nākotne” 2006. un 2007. gadā (16)

Figure 6. Evaluation of the statement “I am concerned about the future of LMT” by LMT employees in 2006 and 2007

2. Motivācijas metodes un programmas

Lai veicinātu darbinieku lojalitāti, apmierinātību un personīgo ieguldījumu uzņēmuma mērķu sasniegšanā, nepieciešams izveidot motivācijas programmas un izmantot dažādas motivācijas metodes – mērķa noteikšanu, personāla vadības procesa sakārtošanu, darbinieku novērtēšanu, bonusu sistēmas izstrādi, kontroli un citas.

2.1. Mērķa noteikšana

Jebkuru motivācijas metodi veicina mērķu noteikšana, lai tie būtu saspringti, bet sasniedzami, nodrošināti ar resursiem, skaidri saprotami un vērtējami, saskaņoti ar atalgojumu, vienoti indivīdam un kolektīvam.

Mērķa izvirzīšana ir sākuma punkts visiem sasniegumiem. Tas attiecas gan uz katra indivīda dzīvi, gan uz jebkuru kolektīvu darbu. Cilvēki, kuri zina, uz ko viņi virzās, vienmēr sasniedz augstāku panākumu līmeni, nekā tie, kuri gaida, kad apstākļi radīs viņiem piemērotas iespējas. Parasti cilvēks nosaka savas dzīves īslaicīgos vai tālējošākos mērķus, bet vai darbiniekam vienmēr ir zināmi darbavietas mērķi? Vai darbinieks zina, cik lielā mērā viņa darbs ietekmē šo kopējo kompānijas mērķu sasniegšanu?

Šodien visā pasaulē organizāciju vadība stratēģiskās plānošanas procesā lieto mērķorientētu vadīšanu (*Management by Objectives*) (17), t. i., organizācijas vadību ar mērķu palīdzību. Tā ir sistemātiska un organizēta pieeja, kas ļauj vadībai koncentrēties uz noteiktiem mērķiem un sasniegt iespējami labākos rezultātus, izmantojot esošos resursus. Šo metodi pirmo reizi 1954. gadā savā grāmatā “Vadības prakse” (*The Practice of Management*) aprakstīja vadošais ASV vadības sistēmu padomdevējs Pīters F. Drukers (*Peter F. Drucker*) (18). Mērķorientētas vadīšanas galvenie pamatprincipi ir:

- organizācijas augstākā līmeņa mērķu kaskadēšana uz zemākajiem līmeņiem;
- specifisku mērķu noteikšana katram darbiniekam;
- lēmumu pieņemšana, iesaistot organizācijas darbiniekus;
- precīzi noteikts katra mērķa mērījums/standarts;
- periodisks sasniegtā rezultāta novērtējums.

Mērķorientētas vadīšanas metode skaidri norāda, ka organizācija var sasniegt labākus rezultātus, stratēģiskās plānošanas procesā savienojot organizācijas mērķus ar darbinieku mērķiem. Un tas jau ir vadības uzdevums. Ja darbiniekiem būs precīzi formulēti viņu darba mērķi, kuri ir saistīti ar uzņēmuma mērķiem, viņi labāk izpratīs arī savu ieguldījumu kopējo kompānijas mērķu sasniegšanā. Tas savukārt palielinās organizācijas personāla motivāciju strādāt ar lielāku atdevi. Organizācijām, kuras par pamatu savas vadības sistēmas strukturēšanai ir izvēlējušās Eiropas Kvalitātes fonda Izcilības modeli (*Excellence Model*) (21), ir jāvelta pietiekami plaša uzmanība personālam. Ir jāizveido personāla motivācijas sistēma un jānosaka darbinieku individuālie mērķi (19, 20). Viens no pieejas kritērija “Personāla vadība” apakškritērijiem paredz, ka ir jānosaka individuālie un grupu mērķi ar organizācijas plāniem un mērķiem, tos regulāri pārskatot un atjaunojot. Atbildes uz šiem jautājumiem var sniegt ikgadējās plānošanas un darba izpildes pārrunas. Tajās, novērtējot individuālo mērķu sasniegto līmeni, tiek izvērtētas arī kompetences, kuras ir veicinājušas vai kavējušas sasniegt noteiktos mērķus. Kompetenču izvērtēšana var tikt piesaistīta gan prēmiju sistēmai, gan arī darbinieku algu paaugstināšanai. Veicot ikgadējās plānošanas un darba izpildes pārrunas, tiek apkopota informācija par darbiniekiem nepieciešamajām mācībām, kas palīdz izveidot pamatotu organizācijas apmācību plānu.

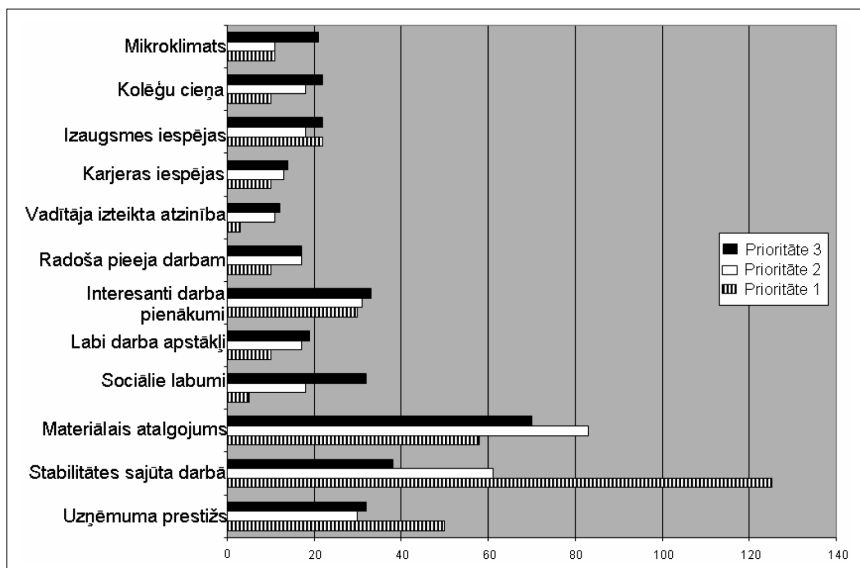
Ikgadējās plānošanas un darba izpildes pārrunas var tikt veiksmīgi integrētas organizācijas personāla motivācijas sistēmā, piemēram, darbinieku prēmēšanā. Ja prēmijas tiek piešķirtas, balstoties tikai uz kopējiem darba rezultātiem, tad var tikt apdraudēts taisnīguma princips. Darbinieku kompetences līmenis un ieguldījums kopējo mērķu sasniegšanā vienmēr būs atšķirīgs.

Prēmiju piešķiršana, neņemot vērā katra indivīda ieguldījumu, var arī mazināt darbinieku motivāciju turpmāk strādāt ar pilnu atdevi. Minētos riskus var novērst, organizējot ikgadējās plānošanas un darba izpildes pārrunas, kurās gada sākumā tiek noteikti katra darbinieka individuālie mērķi, bet nākamā gada sākumā tiek novērtēts darba izpildījums. Pamatojoties uz to, cik lielā mērā mērķis ir sasniegts, tiek noteikts prēmijas vai cita bonusa apmērs. Šādā veidā var arī veicināt īpašu svarīgu un organizācijai prioritāru mērķu sasniegšanu.

2.2. LMT darbinieku motivācijas sistēma

Efektīvas darbinieku motivācijas priekšnoteikums ir sapratne un novērtēšana un līdz ar to – efektīva vadīšana. LMT ir izstrādājis personāla vadīšanas politiku, definējot galvenās prioritātes, kas nosaka, ka darbinieka personiskie mērķi nedrīkst būt pretrunā ar darba devēja mērķiem.

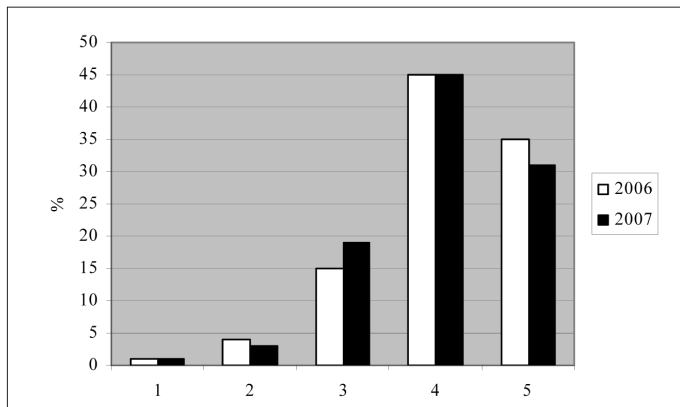
Tam ir liela nozīme personāla motivēšanā, jo ir jāpanāk, lai darbinieki saprastu, ka tikai tad, ja uzņēmuma bizness būs veiksmīgs, būs iespēja apmierināt viņu personiskās vajadzības. Tātad no katra atsevišķi un visiem kopā ir atkarīga gan uzņēmuma, gan pašu darbinieku labklājība. Lai izprastu darbinieku vajadzības un apmierinātību ar darbu un citiem aspektiem, LMT tiek veiktas darbinieku apmierinātības aptaujas, kurās tiek pētīti dažādi motivācijas faktori.



7. attēls. LMT darbinieku saranžētie motivatori pēc prioritātēm 2006. un 2007. gadā (16)

Figure 7. Motivators ranked by priorities of LMT employees in 2006 and 2007

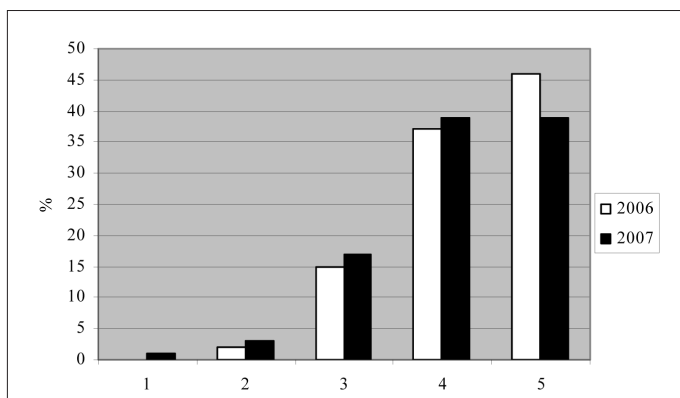
7. attēlā parādīts, kā LMT darbinieki pēc prioritātēm ir saranžējuši sev aktuālos motivatorus. Kā redzams, prioritātes ir stabilitāte darbā, atalgojums un uzņēmuma prestižs, kas saskan arī ar *Porter Novelli* pētījuma par uzņēmumu reputāciju rezultātiem.



8. attēls. LMT darbinieku vērtējums par apgalvojumu “Mans darbs sniedz man gandarījumu” 2006. un 2007. gadā (16)

Figure 8. Evaluation of the statement “My job gives me satisfaction” by LMT employees in 2006 and 2007

8. attēlā redzams, ka LMT darbinieki ir gandarīti ar savu darbu. Atbilstoši darbinieku saranžētajiem motivatoriem – interesanti darba pienākumi, radoša pieeja darbam un izaugsmes iespējas – uzņēmums ir sasniedzis vienu no mērķiem – panākt darbinieku apmierinātību ar darbu un būt lojāliem LMT. Tādējādi rodas iespēja uzstādīt augstākus mērķus gan darbiniekiem, gan pašam uzņēmumam, kas rezultējas ļoti augstos peļņas un turgus rādītājos.



9. attēls. LMT darbinieku vērtējums par apgalvojumu “LMT man nodrošina iespēju sabalansēt darbu ar privāto dzīvi” 2006. un 2007. gadā (16)

Figure 9. Evaluation of the statement “LMT gives me the opportunity to balance work and my private life” by LMT employees in 2006 and 2007

LMT ir ņēmis vērā, ka darbinieku apmierinātību ar darbu un uzņēmumu nosaka ne tikai ar darbu saistītie faktori, bet arī privātā un sociālā dzīve. Līdzsvara trūkums starp darbu un privāto dzīvi samazina darbinieka spējas sniegt ieguldījumu uzņēmuma mērķu sasniegšanā, jo rada darbinieku neapmierinātību un psiholoģisko diskomfortu. No 9. attēla redzams, ka LMT sniedz saviem darbiniekiem iespējas sabalansēt darbu ar privāto dzīvi.

Ņemot vērā šos faktorus, kā arī pētījumu rezultātus, LMT darbinieku motivācijas programmas sastāvā ir:

- personāla vadības procesu un procedūru sakārtošana;
- amatu aprakstu izveidošana un regulāra pārskatīšana;
- sociālā aizsardzība;
- droša darba vide;
- apmācība un kvalifikācijas celšana;
- iekšējās sabiedriskās attiecības;
- iespēju robežās – darbinieka karjeras izaugsme;
- atalgojumu sistēmas izveidošana;
- darbinieku novērtēšanas sistēma;
- publiska atzinības izteikšana;
- nepieciešamības gadījumā – soda sankciju piemērošana.

2.3. Darbinieku novērtēšana

LMT politikas un stratēģijas realizēšanai uzņēmums ir izstrādājis un 2000. gadā ieviesis uz darbinieku attīstību vērstu novērtēšanas sistēmu (22).

LMT personāla novērtēšanas mērķi:

- noteikt LMT darbinieku stiprās un vājās puses;
- iegūt patiesu (ticamu) informāciju no LMT darbiniekiem par to, kā viņi vērtē savu kolēģu darbu;
- nodrošināt darbiniekam, kuru vērtē, un viņa tiešajam vadītājam kolēģu vērtējumu par darbu;
- veicināt vadītāju un pakļautībā esošu darbinieku savstarpēju komunikāciju un atklātību par pozitīvām un negatīvām iezīmēm darba procesā;
- konstatēt jomas, kurās konkrētajam darbiniekam tuvākajā nākotnē ir nepieciešami uzlabojumi;
- noteikt kvalifikācijas celšanas nepieciešamību katram darbiniekam un iegūt pamatinformāciju kvalifikācijas celšanas plānu izstrādei;
- tiešajam vadītājam iegūt papildu informāciju un vielu pārdomām, piešķirot bonusus, nosakot algu un prēmijas;
- nākotnē iegūt atskaites punktu, lai varētu novērtēt darbinieka izaugsmi un uzlabojumus;
- iegūt informāciju par nākotnes karjeras plāniem.

Mūsdienu tehnoloģiju straujā attīstība un izmaiņas darba tirgū liek organizācijām izvērtēt savu darbinieku esošās kompetences un nepārtraukti veicināt attīstīt jaunas. Lielākā daļa organizāciju paaugstina darbinieku kompetences, finansējot dažādas

mācības no sava budžeta. Taču ne vienmēr uzņēmumi spēj novērtēt šo naudas līdzekļu izlietošanas efektivitāti. Ļoti bieži nav zināms, kādas kompetences un kuriem darbiniekiem ir jāpaaugstina. Jāatceras, ka darbiniekiem var šķist biedējoši tādi oficiāli apzīmējumi kā, piemēram, “veikuma pārskats” vai citi, ko lieto lielās organizācijās.

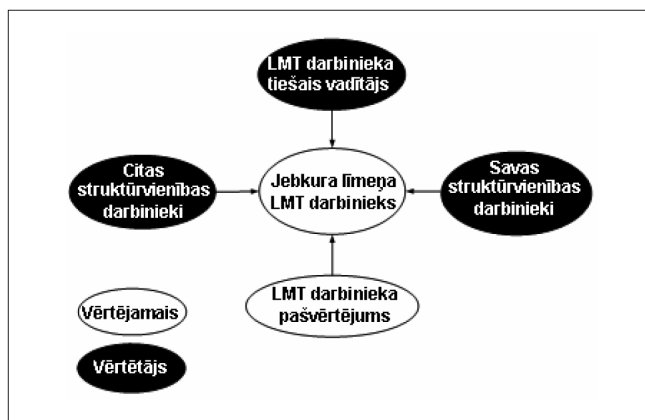
Viens no veidiem, kā novērtēt darbinieku kompetences, ir 360° metode (23). Autore vadībā šī metode ir izstrādāta un ieviesta LMT.

Darba izpilde tiek vērtēta pēc dažādiem kritērijiem:

- darba izpildes kvalitāte (atbilstība noteiktiem standartiem);
- papildu darba pienākumu veiksmīga pildīšana;
- īslaicīgs darba apjoma pieaugums;
- atdeve darba procesā;
- spēja patstāvīgi strādāt;
- lojalitāte, uzticamība;
- iniciatīva, aktivitāte vērtīgu ideju radīšanā;
- attīstība, profesionālā izaugsme;
- sadarbība, orientācija uz “iekšējo klientu”;
- darba disciplīnas ievērošana.

Cenšoties sasniegt visus minētos mērķus, tika izstrādāta LMT personāla novērtēšanas sistēma, kas balstīta uz vairākiem principiem:

- anonīma aptauja, aizpildot anketas;
- kompetenču novērtēšanas pieeja sistēmas izstrādē;
- 360° novērtēšanas sistēma;
- vadītāja un viņa pakļautībā esošā darbinieka saruna par novērtējuma rezultātu un vienošanās par nepieciešamajiem uzlabojumiem gada laikā;
- rezultātu apkopošana.



10. att. LMT darbinieku novērtēšanas shēma no 2000. gada (22)

Figure 10. LMT employee evaluation scheme since 2000

Novērtēšanas rezultātus kvantitatīvās datu analīzes veidā saņem novērtētais darbinieks un viņa tiešais vadītājs.

Tiek apkopoti ne tikai individuālie vērtējumu rezultāti, bet arī rezultāti pa amatu līmeņiem. Apkopojums tiek nodots novērtētajam darbiniekam un viņa vadītājam. Pēc iepazīšanās ar vērtējuma rezultātiem notiek vadītāja un novērtētā darbinieka saruna, kurā tiek veikta rezultātu kvalitatīvā analīze. Sarunas mērķis ir pārrunāt, kas no darbinieka tiek sagaidīts, kāda ir viņa darba izpildes kvalitāte, kas darbiniekam būtu jādara, lai šo kvalitāti uzlabotu, kā arī noteikt nākotnes mērķus. Sarunas nobeigumā abpusēji tiek parakstīta vienošanās par nepieciešamajiem uzlabojumiem un apmācību.

2.4. Darbinieku pārraudzība

Mērķu sasniegšanu savukārt veicina kontrole, noskaidrojot, kā dalībnieki analizē informāciju un pieņem lēmumu par turpmāko piepūli un rīcību.

Vārds “kontrole”, tāpat kā vārds “vara”, ļoti bieži izraisa negatīvu attieksmi, jo daudziem cilvēkiem tas nozīmē patstāvības ierobežošanu, piespiešanu darīt to, ko negribas darīt. Šodien plaši tiek lietots jēdziens “pārraudzība”, kas tīri psiholoģiski ir vieglāk uztverams un neizraisa tik negatīvu attieksmi.

No vienas puses, kontrole nozīmē stingru uzraudzību un pakļautības nodrošinājumu, bet, no otras puses, kontrole saistīta ne tikai ar ierobežojumiem un pārbaudēm. Tā ir ļoti svarīga un nepieciešama menedžmenta funkcija. Plānošanas procesā tiek noteikti organizācijas mērķi un to īstenošanas virzieni, organizēšana nodrošina iespēju lietot visas organizatoriskās metodes, lai sasniegtu šos mērķus, motivēšana saistīta ar svarīgām mērķu sasniegšanas metodēm. Bet kā vadītājs var pārbaudīt, vai mērķis patiešām ir sasniegts un kā organizācija var salīdzināt plānu ar faktiskajiem rezultātiem? Ir jānovērtē organizācijas darbība noteiktā periodā un jāņem vērā šis vērtējums nākamajā periodā.

Darbinieku savstarpējā saprašanās vai nesaprašanās, cieņa vienam pret otru, sadarbība, noskaņojums nosaka darbinieka emocionālo stāvokli, kas ietekmē darba procesu kopumā. Darbiniekiem ir jāsaprot, ka uzņēmums ir komanda un, ja komandas darbs ir veiksmīgs, ieguvēji ir arī viņi. Darbiniekiem ir jāzina, kādu ieguldījumu viņi ir devuši organizācijas mērķu sasniegšanā un tas, ka darbs komandā ir ļoti svarīgs.

Nav noslēpums, ka daudzās organizācijās darbinieki baidās kļūdīties, izdarīt kaut ko nepareizi un piedzīvot neveiksmi, jo tam var sekot noteiktas sankcijas, sods. Līdz ar to būtiski tiek ierobežotas eksperimentēšanas, jaunu pieeju meklēšanas iespējas, jo bailes kļūdīties paralizē jaunradi. Pat sliktāk – jaunrades ierobežošana kļūst par organizācijas kultūras sastāvdaļu. Neskatoties uz to, ka organizācijas vajā neveiksmes un kļūdas, netiek meklētas kļūdu kopsakarības, cēloņi, bet arvien stingrāk “piegrieztas skrūves”, jo ir paniskas bailes no neveiksmes.

Maigākā veidā šāda attieksme sastopama diezgan daudzās organizācijās. Tiklīdz kāds nāk klajā ar jaunu ideju, to nokritizē un mēģina pierādīt tās realizācijas neiespējamību, nevis meklē īstenošanas iespējas. Reizēm gan pašam ierosinātajam uzliek par pienākumu ierosinājumu realizēt, daudz neiedziļinoties nepieciešamajos resursos un vēl jo mazāk izrādot atzinību par iespējami vērtīgo ierosinājumu.

Risinājums slēpjas attieksmē, iekšējās gaisotnes radīšanā, kad darbinieki nebaidās no neveiksmēm un kļūdām. Estere Daisone (*EDventure Holdings Inc.*) pat uzsvērusi, ka viņas moto ir “Kļūdieties arvien no jauna”. Tas mudina darbiniekus nebaidīties riskēt un mācīties neatkārtot neveiksmes. Lai arī ir teiciens, ka jāmacās no citu kļūdām, tomēr liela daļa no mums vislabāk macās no savējām, jo tieši personīgie pārdzīvojumi daudz dziļāk iespiežas atmiņā. Mums, protams, ir svarīgi pareizi izprast notikušo, tā iemeslus. Tieši tas ir uzsvērts arī ISO 9001:2000 – kļūmju cēloņu meklēšana un attiecīgo rīcību veikšana, lai nepieļautu to atkātošanos. Var daudz runāt par dažādām teorijām, bet, ja pati organizācijas vadība nerādīs personisku piemēru, pati nemainīs attieksmi, tad nekas nemainīsies arī pakļautajās struktūrvienībās, to darbinieku attieksmē. Vadītāja spēja atzīt savas neveiksmes un kļūdīšanos būs daudzkārt iedarbīgāka par daudzkārtējām vispārliedzinošākajām runām. Savu kļūdu atzīšana norāda uz vadītāja pašpalāvēību, tas palīdz panākt labāku saikni ar darbiniekiem. Arī darbiniekiem tas palīdz, jo viņi redz, ka vadība ir cilvēciska.

Izstrādājot uzņēmuma darbības plānus, vērā tiek ņemta tikai pašreizējā situācija un nākotnes prognozes, kas var būt ļoti precīzas, tomēr tās ir tikai prognozes, kas rada nenoteiktību. Daudz kas var ietekmēt iecerēto plānu īstenošanu: likumu maiņa, sociālo vērtību pārmaiņas, tehnoloģija, konkurences apstākļi un citi mainīgi lielumi, kas ir cieši saistīti ar organizācijas plāniem. Dažādi apstākļi var pilnībā mainīt uzņēmuma noteiktos mērķus. Kontrole ir uzraudzība pār plānu izpildi un nepieciešamie plānu labojumi, lai piemērotos iekšējās un ārējās vides izmaiņām un sasniegtu organizācijas mērķus.

Pārraudzības jeb kontroles mērķis ir noteiktā laikā nodrošināt vadītājus ar objektīvu informāciju par stāvokli organizācijā salīdzinājumā ar plānoto un attiecīgajiem darbības rādītājiem. Darba vadītāji pārraudzības funkciju sāk no tā brīža, kad tiek noteikti organizācijas mērķi un uzdevumi. Pārraudzība ir ļoti svarīga menedžmenta funkcija, lai varētu nodrošināt organizācijas sekmīgu darbību. Ja netiek veikta pārraudzība, tad uzņēmumā bieži vien sākas haoss un ir grūti saskaņot dažādu grupu darbību.

Neveiksmīgi izstrādāta kontroles sistēma var novest pie darbinieku apzinātas rīcības, kas orientēta uz kontroli, nevis uz darbību kopumā, tas ir, cilvēki centīsies apmierināt kontroles prasības. Tāda kontrole var novest pie tā, ka tiek sniegta neprecīza informācija. No šīm problēmām var izvairīties, izvirzot samērīgus kontroles standartus, nodibinot atgriezenisko saikni starp vadītāju un padoto, izvairoties no pārlieku lielas kontroles, kā arī prēmējot par labi paveiktu darbu.

Bez tehnoloģiskiem un sociāliem apstākļiem svarīgi ir paši cilvēki un viņu psiholoģija, jo bieži vien tieši viņi izpilda lielāko daļu no paredzētajiem uzdevumiem. Nav iespējams programmēt cilvēka rīcību, lai viņš pildītu uzdevumus ar pārāk lielu precizitāti. Katrs cilvēks ir citāds un katram nepieciešama sava pieeja. Lai nodrošinātu procesa norisi, lai uzdevums tiktu veikts tā, kā iepļānots, ir nepieciešama sava pieeja un saskarsmē saikne starp vadītāju un padoto.

Kontroles nepieciešamību var pamatot ar nepieciešamību laikus atklāt un labot kļūdas. Efektīvā kontrole kā vadības funkcija ļauj atklāt problēmas un koriģēt organizācijas darbību tā, lai problēmas nenovestu to līdz krīzei.

Nosakot veiksmes un neveiksmes, organizācija var laikus pielāgoties dažādām pārmaiņām gan organizācijas iekšienē, gan ārpus tās.

Viena no kontroles īpatnībām ir tā, ka tai ir jābūt visaptverošai. Kontrole nevar būt tikai viena vadītāja prerogatīva, ikvienam darba vadītājam neatkarīgi no ranga ir jāveic kontrole. Gan plānošana, gan organizācijas struktūras veidošana, gan motivēšana nevar notikt atrauti no kontroles.

2.5. Darbinieku atalgojuma sistēma

Liela nozīme ir tam, kā notiek saziņa starp organizācijas vadību un darbiniekiem, kā arī vadītāju ieinteresētībai notiekošajos procesos un darbinieku labklājībā. Darbiniekiem ir svarīgi sajust, ka vadītāji rūpējas par viņiem. Tāpat svarīgs ir atalgojums, kas stimulē mērķa sasniegšanu, un tā efektivitāti var panākt ar vairākām metodēm.

Izmantojot atalgojumu, jāievēro atsevišķi nosacījumi:

- 1) jo biežāk rīcība tiek atalgota, jo vairāk nostiprinās vēlēšanās šo rīcību atkārtot, apgūt un pilnveidot uzticēto lomu;
- 2) ja nākamais atalgojums ir nozīmīgāks par iepriekšējo, cilvēkam radīsies vēlēšanās darboties vēl aktīvāk;
- 3) ja atalgojums būs biežs un maznozīmīgs, mazināsies tā vērtība;
- 4) ja cilvēks nesaņem gaidīto vai apsolīto atalgojumu, viņš būs neapmierināts un var rasties rīcības izmaiņas;
- 5) atalgojuma nozīmīgums mazināsies, ja to neveic publiski.

Motivācijas veidi rada dažādu atbildes reakciju, katrā situācijā tā var būt atšķirīga indivīdam vai grupai. Kā atbildes rīcības pamata veidus var minēt:

- 1) uzticēšanos – cilvēki piekrīt un atbalsta vadību. Uzticēšanās balstās uz vēlēšanos būt tādām kā citi, būt komandā;
- 2) konformismu – cilvēki veic pienākumus, tāpēc, ka to dara citi vai gribēdami, lai vadība viņus uzskatītu par saviem cilvēkiem vai arī izpatikt, gūt citu atzinību, taču iekšēji viņi var nepiekrīt vadībai, citiem cilvēkiem;
- 3) pakļaušanos – cilvēki pakļaujas, pilda rīkojumus, tomēr to dara bez atsaucības;
- 4) pretošanās kā atbildes reakcija notiek, ja vadība pārāk stingri lieto piespiedu varu. Cilvēki var pat apzināties iespējamās sekas – sodu sankcijas, tomēr izvēlas pretošanās variantu. Pretošanās var pāraugt izteiktā pretestībā un asā destruktīvā konfliktā.

Cilvēki ir dažādi un dažādas ir viņu vajadzības, tāpēc motivēšanas metodēm jābūt dinamiskām un elastīgām, piemērotām vajadzību plašajam klāstam. Pastāv vajadzību atšķirības tehniskajam personālam, vadītājiem, inženieriem, mākslas pasaules cilvēkiem, maznodrošinātiem un bagātiem cilvēkiem. Izmantojot vairāku autoru ieteikumus, varētu izveidot šādu Latvijas pašreizējiem apstākļiem piemērotu motivācijas modeli, iedalot cilvēka dzīves vajadzības trīs līmeņos:

- 1) minimālās eksistences vajadzības (nodrošināt cilvēka dzīvību; saskarsmi ar līdzcilvēkiem; saņemt minimālo ēdienu daudzumu; iespēja atrasties siltumā

un ziemas apstākļos nenosalt; nodrošināt aizsardzību pret uzbrukumu, zādzībām. Protams, tādu cilvēku, kuriem ir šīs minimālās eksistences vajadzības, nav daudz);

- 2) bāzes vajadzības (A. Maslova vajadzību modelis, tikai augstākā līmenī nekā eksistences vajadzības);
- 3) dzīves mērķu augstākās vajadzības (materiālās – tiekšanās pēc pārtikas un greznības; sociālās – tiekšanās pēc saskarsmes, slavas un varas; intelektuālās – tiekšanās pēc zināšanām, radošuma; estētiskās – tiekšanās pēc mākslas, skaistuma; garīgās – tiekšanās veikt labdarību, izglīties).

Secinājumi

Apkopojot pētījuma rezultātus, autore sagatavojusi šādus secinājumus un priekšlikumus.

Veicot organizācijā pārmaiņas un ieviešot kvalitātes vadības sistēmu, viens no būtiskajiem aspektiem ir organizācijas darbinieku personības faktors. Jebkuras pārmaiņas un sistēmas var tikt ieviestas tikai ar darbinieku atbalstu un līdzdalību pārmaiņu procesā.

Lai organizācijas biznesa attīstība notiktu veiksmīgi, ir nepieciešami augsti kvalificēti darbinieki, kuri ir spējīgi strādāt efektīvi. Tāpēc ir jādoma par darbinieku apmierinātību ar darbu – par motivāciju strādāt attiecīgajā uzņēmumā un lojalitāti, par darba vidi, vadītāju attieksmi pret darbiniekiem, motivēšanas paketēm, darbinieku novērtēšanu, mērķu izvirzīšanu, uzņēmuma reputāciju kopumā. Cilvēki ir dažādi un dažādas ir viņu vajadzības, tāpēc motivēšanas metodēm jābūt dinamiskām un elastīgām, piemērotām vajadzību plašajam klāstam.

Jebkuru motivācijas metodi veicina mērķu noteikšana. Balstoties uz mērķorientētas vadīšanas metodi, vadības uzdevums ir savienot organizācijas mērķus ar darbinieku mērķiem savā stratēģiskās plānošanas procesā, tādējādi nodrošinot organizācijai labāku rezultātu sasniegšanu. Līdz ar to darbinieki labāk izpratīs gan savu ieguldījumu kopējo kompānijas mērķu sasniegšanā, gan to, ka darbs komandā ir ļoti svarīgs.

Tāpat ir svarīgi novērtēt katra indivīda ieguldījumu, organizējot ikgadējās plānošanas un darba izpildes pārrunas, kurās gada sākumā tiek noteikti individuālie mērķi un uzdevumi, bet nākamā gada sākumā tiek novērtēts darba izpildījums. Mērķu sasniegšanu veicina pārraudzība, noskaidrojot, kā dalībnieki analizē informāciju un pieņem lēmumu par turpmāko piepūli un rīcību. Organizācijas darbība noteiktā periodā ir jānovērtē, un šis vērtējums jāņem vērā nākamajā periodā. Pārraudzības mērķis ir noteiktā laikā nodrošināt vadītājus ar objektīvu informāciju par stāvokli organizācijā salīdzinājumā ar plānoto un attiecīgiem darbības rādītājiem.

Uzņēmuma attīstībā un pārmaiņu procesos svarīgs aspekts ir arī bailes kļūdīties, taču to dēļ nedrīkst pieļaut jaunrades ierobežošanu. Risinājums slēpjas attieksmē, iekšējās gaisotnes radīšanā, kad darbinieki nebaidās no neveiksmēm un kļūdām. Liela nozīme uzņēmuma attīstībā un pārmaiņu procesos ir tiem darbiniekiem, kas tieši ietekmē pārmaiņu realizāciju, kvalitāti un nodrošina vistiešāko komunikāciju ar pārējiem darbiniekiem.

LITERATŪRA

1. Vorončuka, I. *Personāla vadība: teorija un prakse*, 2. papild. izdevums. Rīga: LU. 2003, 318 lpp.
2. Hansen, F., Smith, M., Hansen, R. B. Rewards and Recognition in Employee Motivation. *Compensation & Benefits Review*. 2002, 34, 64–72
3. Eskildsen, J. K., Kristensen, K. Work Motivation and Job Satisfaction in the Nordic Countries. *Employee Relations*. 2003, 26, 2
4. Goris, J. Effects of Satisfaction with Communication on the Relationship between Individual-Job Congruence and Job Performance/Satisfaction, *International Journal of Development*. 2007, 16, 2, 174–184
5. Tracey, J. B., Hinkin, T. R. Contextual Factors and Cost Profiles Associated with Employee Turnover. *Cornell Hospitality Quarterly*. 2008, 49, 1, 12–27
6. Ilozor, D., Ilozor B., Carr, J. Management Communication Strategies Determine Job Satisfaction in Telecommuting. *Journal of Management Development*. 2001, 20, 6, 495–507
7. Ooi, K. B., Bakar, N. A., Vellapan, L., Loke, A. Does TQM Influences Employees' Job Satisfaction? An Empirical Case Analysis. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 2007, 24, 1, 62–67
8. Madlock, P. E. The Link between Leadership Style, Communicator Competence, and Employee Satisfaction. *Journal of Business Communication*. 2008, 45, 1, 61–78
9. Rad, M. M. A. A Study of Relationship between Managers' Leadership Style and Employees' Job Satisfaction. *Leadership in Health Services*. 2006, 19, 2, XI–XXVIII
10. Gaines-Ross, L. *Corporate Reputation*. Wiley & Sons. 2008, 657 p.
11. Gaines-Ross, L. How to Build a Great CEO Reputation. *Strategic Communication Management*. 2003, 7, 9, 18–37
12. Gaines-Ross, L. CEO Capital. *Executive Excellence*. 2002, 20, 2, 20–23
13. Gaines-Ross, L. CEO Reputation: the New Factor in Shareholder Value. *Directorship*. 2000, 26, 5, 34–48
14. Jeroen, P., de Jong, J., den Hartog, D. N. How Leaders Influence Employees Innovative Behaviour. *European Journal of Innovation*. 2007, 10, 1, 41–64
15. Porter Novelli. *Padziļinātā reputācijas izpēte 2008*
16. SIA "Latvijas Mobilais Telefons" darbinieku apmierinātības aptaujas dati 2006. un 2007. gadā. Aptauja veikta autores vadībā
17. Antoni, C. Management by Objectives – an Effective Tool for Teamwork? *International Journal of Human Resource Management*. 2005, 16, 2, 174–184
18. Drucker, P. F. *The Practice of Management*. New York: Harper, 1954, 238 p.
19. Bencsik, A., Nagy, Z. Practice-Related Problems and Solutions in the Field of Improving Worker Satisfaction. *Problems and Perspectives in Management*. 2007, 5, 3, 58–68
20. Wilford, S. The Limits of Award Incentives: the (Non-) Relationship between Awards for Quality and Organisational Performance. *Journal of Total Quality Management*. 2007, 18, 3, 333–349
21. European Foundation for Quality Management. <http://ww3.efqm.org/> (01.09.2008)
22. SIA LMT iekšējie dokumenti

23. Keefe, M. J., Darling, J. R., Natasan, N. C. Effective 360° Management Enhancement: The Role of Style in Developing a Leadership Team. *Organisation Development Journal*. 2008, 26, 2, 89–107

Summary

The author of the article has analysed the theoretical and practical findings on the reputation of the company and increase in employee job satisfaction and motivation by using the results of her field research for the company LMT (Latvijas Mobilais Telefons). The company has introduced several motivation methods since 2000. The results of evaluations and surveys of the job satisfaction of LMT employees are used. As a proof of efficiency of LMT motivation methods, the author has also used the reputation survey by the company Porter Novelli in 2008, self-evaluation of the EFQM model, and a quality management system developed according to the ISO 9001:2000 standard and certified by independent auditors Det Norske Veritas (2001–2008).

Keywords: job satisfaction, loyalty to company, motivation of employees.

Latvijas mājsaimniecību pieprasījuma sistēmu analīze *Analysis of the Household Demand Systems of Latvia*

Ilze Balode

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: balode@venta.lv

Izmantojot Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes Mājsaimniecības budžeta datus un cenu indeksus par 12 preču grupām (1997–2006), novērtētas pieprasījuma sistēmas: lineārā izdevumu sistēma un gandrīz ideālā pieprasījuma sistēma piecām agregētām preču grupām. Šīm preču grupām aprēķināta pieprasījuma ienākumu elastība (angl. – *income elasticity of demand*) kvintīļu ietvaros un, izmantojot aprēķinātās ienākumu elastības, visas preces klasificētas kā normālas preces. Gandrīz ideālās pieprasījuma sistēmas elastības rāda, ka, pieaugot labklājībai, izdevumu elastība pārtikai samazinās. Šajā pētījumā labklājības salīdzinājumi būtiski nemainās, pārejot no viena modeļa specifikācijas uz otru.

Atslēgvārdi: lineārā izdevumu sistēma, gandrīz ideālā pieprasījuma sistēma, pieprasījuma ienākumu elastība, normālas preces, inferioras preces

Ievads

Saskaņā ar mājsaimniecību budžeta pētījumos izmantoto “Individuālā patēriņa veidu klasifikāciju” (5, 589–592) visi mājsaimniecības patēriņa izdevumi pirmajā līmenī pēc to funkcionālās nozīmes ir sadalīti 12 patēriņa grupās. Pirmā līmeņa patēriņa grupu kodi un nosaukumi ir šādi:

- 01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni;
- 02 – alkohols, tabaka un narkotikas;
- 03 – apģērbi un apavi;
- 04 – mājoklis, ūdens, elektroenerģija, gāze un cits kurināmais;
- 05 – mājokļa iekārta, mājturības piederumi un mājas uzkopšana;
- 06 – veselība;
- 07 – transports;
- 08 – sakari;
- 09 – atpūta un kultūra;
- 10 – izglītība;
- 11 – restorāni, kafējnīcas, viesnīcas;
- 12 – pārējās preces un pakalpojumi.

“Par kvintili sauc vienu piekto daļu no apsekoto mājsaimniecību skaita, kuras sagrupētas pieaugošā kārtībā pēc to rīcībā esošā ienākuma uz vienu mājsaimniecības locekli. Kvintīļu grupas lieto mājsaimniecību budžeta pētījumos, lai noteiktu

mājsaimniecību diferenciāciju (noslāņošanas) pēc ienākumu līmeņa, patēriņa apjoma, kā arī lai analizētu ienākumu un izdevumu struktūru un veiktu citus pētījumus.” (13, 17. lpp.)

Kvintiles izveidotas, visas mājsaimniecības sakārtojot augošā secībā pēc rīcībā esošā ienākuma uz vienu mājsaimniecības locekli un pēc tam sadalot piecās vienādās daļās pēc mājsaimniecību skaita. Katrā no tām ir pārstāvēta viena piektdaļa jeb 20% mājsaimniecību. Pirmajā kvintilē ir iekļautas pašas trūcīgākās, bet piektajā – turīgākās mājsaimniecības. Mājsaimniecību rīcībā esošais ienākums kvintīļu grupās sniedz ieskatu ienākumu polarizācijā. Nevienlīdzība ienākumu sadalē noved pie atšķirībām patēriņa prioritāšu izvēlē.

Mājsaimniecību labklājības pētījumos izmanto pieprasījuma sistēmas. Pieprasījuma sistēmas modeļa specifiskācijai ir liela nozīme patērētāju uzvedības ekonomiskajos skaidrojumos.

Šajā darbā labklājības pētījumi veikti, novērtējot lineāro izdevumu sistēmu un gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu piecām agregētām preču grupām: 01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni; 03 – apģērbi un apavi; 07 – transports; 09 – atpūta un kultūra; 02 & 04 & 05 & 06 & 08 & 10 & 11 & 12 – pārējās preces un pakalpojumi (apvienoto preču grupu apzīmēsim ar kodu APG). Aprēķināta pieprasījuma ienākumu elastība kvintīļu ietvaros. Konstatēts, ka ar pieprasījuma ienākumu elastības palīdzību noteiktā preču klasifikācija paliek nemainīga, ja aprēķini veikti ar lineāro izdevumu sistēmu vai gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu. Izmantotajos modeļos izdevumi sakrīt ar ienākumiem, tāpēc pieprasījuma izdevumu elastība ir vienāda ar ienākumu elastību.

1. Pētījuma informatīvā bāze

Lai novērtētu Latvijas mājsaimniecību lineāro izdevumu sistēmu un gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu, izmantojām Mājsaimniecību budžeta datus (1997–2006) par 12 agregētām preču grupām kvintīļu ietvaros un attiecīgo preču cenu indeksus.

Aprēķinos izmantotā informācija parādīta 1. un 2. tabulā.

1. tabula

Table 1

Mājsaimniecību patēriņa izdevumu struktūra (procentos) kvintīļu grupās Latvijā no 1997. līdz 2006. gadam

The structure of household consumption expenditure by quintile groups (in percentage) in Latvia during the period between 1997–2006

Gads	Kvintile	Patēriņa grupas kods											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
1997	1	67,7	2,7	3,4	10,2	1,3	2,5	3,0	1,5	2,8	0,9	2,0	2,1
1998	1	61,1	3,1	4,0	14,3	1,6	2,4	3,5	2,6	2,8	0,6	1,5	2,5
1999	1	60,2	2,7	3,7	15,2	1,9	2,1	3,2	3,2	2,7	0,9	1,3	2,8
2000	1	58,6	2,9	4,4	15,5	1,9	2,6	3,0	3,6	2,8	0,3	1,4	2,8
2002	1	46,1	4,0	5,7	12,4	3,2	2,7	7,0	4,7	5,1	1,1	4,3	3,8
2003	1	42,4	4,3	6,2	12,5	4,0	3,0	7,2	4,9	6,2	1,4	4,0	3,9

2004	1	41,0	4,3	5,6	13,3	3,8	3,1	8,7	5,3	5,3	1,2	4,4	4,2
2005	1	39,2	3,8	6,7	12,4	4,3	4	9	5,3	4,9	1,5	4,6	4,3
2006	1	35,2	3,9	6,6	12,7	4,9	3,2	9,8	5,9	6,5	1,1	6,0	4,1
1997	2	58,2	2,5	4,3	15,3	1,7	3,4	4,2	1,8	3,0	1,0	2,0	2,6
1998	2	51,9	2,6	5,0	18,5	1,9	3,1	4,8	2,9	3,5	0,7	2,0	3,0
1999	2	49,9	2,5	5,3	18,5	2,4	3,5	5,2	3,7	3,4	0,6	1,8	3,2
2000	2	48,2	2,4	4,8	18,9	2,1	3,6	5,4	5,0	4,0	1,0	1,3	3,2
2002	2	43,2	3,1	5,4	14,8	3,0	3,9	6,9	5,5	5,3	0,8	4,2	3,8
2003	2	40,9	3,7	6,4	15,8	4,2	4,5	7,1	5,6	4,5	0,9	2,9	3,6
2004	2	39,1	3,1	5,8	16,0	4,4	5,5	7,6	6,0	4,7	0,9	2,8	4,1
2005	2	38,0	3,2	6,1	14,5	4,4	5,4	9,2	5,8	5,5	0,8	3,4	3,6
2006	2	36,0	2,9	6,3	15,5	4,8	5,5	9,6	5,8	5,1	0,9	3,7	4,0
1997	3	52,4	2,3	4,7	18,1	1,8	4,1	5,0	1,9	3,7	1,0	2,2	2,8
1998	3	46,9	2,3	5,7	19,6	2,6	3,9	5,7	3,0	4,3	0,9	1,6	3,5
1999	3	44,1	2,3	5,7	21,2	2,2	4,3	5,9	4,2	4,3	0,6	1,8	3,2
2000	3	43,8	2,6	5,8	19,2	2,7	4,1	6,2	5,3	4,3	0,8	1,6	3,8
2002	3	41,3	3,4	5,1	14,9	3,5	4,5	7,0	5,8	5,4	1,1	3,8	4,2
2003	3	38,1	3,4	5,9	15,0	4,1	4,8	8,7	5,9	5,7	1,1	3,2	4,0
2004	3	35,4	3,4	6,8	13,9	4,2	4,5	9,4	6,3	5,8	1,5	4,4	4,4
2005	3	35,5	3,1	6,2	14,4	5,1	4,4	9,5	6,5	5,8	1,2	4,1	4,2
2006	3	33,7	3,0	6,9	14,2	5,0	5,3	10,6	5,9	5,9	0,9	4,1	4,5
1997	4	48,5	2,6	5,6	17,5	2,4	4,2	5,8	1,9	4,7	0,9	2,1	3,7
1998	4	42,9	2,9	6,7	18,3	2,6	3,9	6,9	3,4	4,8	1,0	2,5	4,1
1999	4	39,2	2,5	6,9	19,7	3,4	3,8	7,9	4,1	5,4	0,9	1,9	4,4
2000	4	38,9	2,7	7,1	18,5	3,3	4,4	7,6	5,1	5,4	0,9	2,1	4,1
2002	4	35,5	3,3	6,1	13,7	4,5	3,2	9,6	6,1	5,7	1,8	5,8	4,6
2003	4	33,1	3,6	7,1	12,4	5,0	3,7	11,4	6,6	6,3	1,6	4,5	4,9
2004	4	30,5	3,6	7,4	12,7	5,6	3,8	11,5	7,3	6,1	1,9	5,0	4,7
2005	4	31,8	3,1	7,4	11,4	5,2	4,5	11,5	6,1	6,6	1,9	5,5	4,9
2006	4	28,4	3,3	7,4	12,3	6,0	3,4	12,7	6,5	7,2	1,7	5,9	5,1
1997	5	35,3	2,7	8,0	14,4	5,2	4,3	11,4	2,4	6,6	0,7	3,7	5,3
1998	5	30,1	2,9	9,7	15,2	7,4	3,4	9,1	3,6	8,4	1,3	3,4	5,4
1999	5	27,1	2,4	8,3	15,2	9,0	4,1	10,4	5,0	8,2	1,3	3,2	5,9
2000	5	25,2	3,0	7,9	14,4	8,6	4,6	10,4	6,1	9,5	1,4	3,7	5,2
2002	5	25,1	3,3	8,9	11,4	5,7	2,5	13,0	6,5	8,4	1,9	7,2	6,0
2003	5	23,5	3,3	9,1	11,1	6,9	3,1	13,5	6,3	7,9	2,2	6,9	6,2
2004	5	21,5	3,4	8,4	10,6	6,1	3,5	16,1	7,0	7,4	2,3	7,0	6,6
2005	5	22,2	3,3	10	10,2	6,7	2,7	14,5	6,3	8,4	1,5	7,6	6,5
2006	5	19,8	3,2	9,3	9,9	6,7	2,7	17,0	6,2	9,6	1,7	7,5	6,4

Autores apkopojums no avotiem (9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17).

2. tabulā ietverti patēriņa cenu indeksi 12 patēriņa grupām. Patēriņa cenu indeksi atspoguļo patēriņa preču un pakalpojumu cenu pārmaiņas noteiktā laika periodā. Patēriņa cenu indekss mēra cenu izmaiņu vidējo līmeni patēriņa preču un pakalpojumu atlases fiksētam kopumam (patēriņa grozam). Latvijā patēriņa cenu indekss tiek lietots kā galvenais inflācijas rādītājs.

2. tabula
Table 2

Patēriņa cenu indeksi grupās un apakšgrupās; 1997–2006
Consumer price indices by commodity groups; 1997–2006

Patēriņa izdevumu grupa (kods)	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Pārtika un bezalkoholiskie dzērieni (01)	99,10	100,40	99,40	100,00	104,80	108,40	111,20	119,50	130,50	129,9
Alkoholiskie dzērieni un tabaka (02)	82,90	87,50	93,50	100,00	102,70	105,50	107,30	112,70	117,40	131,1
Apģērbs un apavi (03)	84,30	92,40	98,80	100,00	100,90	100,10	103,70	106,40	106,20	138,8
Mājoklis, ūdens, elektroenerģija, gāze un cits kurināmais (04)	87,00	93,80	95,80	100,00	102,70	103,90	108,70	117,50	124,30	124,3
Mājokļa iekārta, mājturības piederumi un mājas uzkopšana (05)	92,10	96,10	98,70	100,00	100,40	101,90	103,80	105,80	109,30	126,3
Veselība (06)	92,00	95,10	96,90	100,00	104,20	109,00	115,30	131,70	146,40	141,1
Transports (07)	85,10	89,90	94,90	100,00	99,90	101,50	105,10	113,00	128,60	127,4
Sakari (08)	70,30	82,10	93,10	100,00	96,10	90,90	87,40	86,70	83,50	106,2
Atpūta un kultūra (09)	96,00	97,40	99,10	100,00	101,60	103,10	107,90	111,60	114,30	141,4
Izglītība (10)	86,60	92,80	97,60	100,00	104,70	111,30	115,90	121,90	132,50	112,5
Viesnīcas, kafejnīcas un restorāni (11)	92,20	95,80	98,00	100,00	102,30	105,40	108,60	116,80	129,30	155,9
Pārējās preces un pakalpojumi (12)	86,80	95,10	97,80	100,00	100,30	102,00	105,70	113,80	121,70	135,4

Avots: (8)

Pētījuma mērķiem informācija, kas ietverta 1. tabulā, tiek pārveidota, summējot preču grupu 02, 04, 05, 06, 08, 10, 11, 12 izdevumu daļas. Agregētajai preču grupai cenu indekss aprēķināts, ņemot vērā apvienoto preču grupu cenu indeksus un svarus.

2. Pētījuma teorētiskie modeļi: lineārā izdevumu sistēma, gandrīz ideālā pieprasījuma sistēma

Mājsaimniecību labklājības pētījumos plaši izmanto pieprasījuma sistēmas, kas, balstoties uz mikroekonomikas patērētāja teoriju, atvasinātas no derīguma funkcijas. Variējot derīguma funkcionālo formu, iegūst dažādas pieprasījuma sistēmas. Mājsaimniecību labklājības pētījumos lieto lineāro izdevumu sistēmu, gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu, kvadrātisko gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu.

Lineāro izdevumu sistēmu (*Linear Expenditure System*) 1954. gadā pirmoreiz novērtēja Nobela prēmijas laureāts ekonomikā Ričards Stouns (*Richard Stone*) sešām preču grupām, izmantotojot Apvienotās Karalistes datus par laiku no 1920. līdz 1938. gadam (20). Ričarda Stouna nopelns ir tas, ka viena vienādojuma pieeja pieprasījuma modelēšanā tika nomainīta ar lineārās izdevumu sistēmas ieviešanu.

Gandrīz ideālā pieprasījuma sistēmu (*Almost Ideal Demand System*) pirmo reizi aplūkoja Agnuss Dītons (*Agnus Deaton*) un Džons Milbauers (*John Muellbauer*) 1980. gadā (3). Pieprasījuma sistēma novērtēta, izmantojot Apvienotās Karalistes datus par laiku no 1954. gada līdz 1974. gadam astoņām īslaicīga lietojuma patēriņa grupām: pārtikai, apģērbam, mājas uzturēšanas pakalpojumiem, degvielai, alkoholiem dzērieniem un tabakai, transportam un sakaru pakalpojumiem, citām precēm, citiem pakalpojumiem. Gandrīz ideālā pieprasījuma sistēma ir viena no visplašāk lietotajām pieprasījuma analīzē, īpaši pārtikas pieprasījuma analīzē (4).

Lietoti šādi apzīmējumi.

Aplūkotas n preces; preču kārtas numurs $i = 1, 2, \dots, n$;

i -tās preces cena p_i ;

cenu vektors $p = (p_1, p_2, \dots, p_n)$;

preču daudzumu vektors $q = (q_1, q_2, \dots, q_n)$;

m – mājsaimniecības ienākumi (pēc pieprasījuma sistēmu definīcijas mājsaimniecības ienākumi vienādi ar patēriņa izdevumiem);

$v(p, m)$ – netiešā derīguma funkcija;

$w_i(p, m)$ – ienākumu daļa, kas patērēta i -tās preces pirkumiem.

2.1. Lineāra izdevumu sistēma

Lineārās izdevumu sistēmas modeļa konstrukcijā izmanto netiešo derīguma funkciju (18, 10. lpp.):

$$v(p, m) = \frac{m - \sum_{i=1}^n p_i c_i}{\prod_{i=1}^n p_i^{\beta_i}}.$$

Maksimizējot derīgumu ar dotu budžeta ierobežojumu, atrod lineāro izdevumu sistēmu:

$$w_i(p, m) = \frac{p_i c_i}{m} + \beta_i \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n p_i c_i}{m} \right), \text{ kur } \beta_i > 0, \quad q_i - c_i > 0, \quad \sum_{i=1}^n \beta_i = 1,$$

kur $c_i, \beta_i, i = 1, 2, \dots, n$, ir vērtējamie pieprasījuma sistēmas parametri.

Vērtējamiem parametriem piedāvātas šādas interpretācijas (16, 5. lpp):

$c_i, i = 1, 2, \dots, n$, ir i -tās preces nepieciešamais daudzums;

tādējādi vektors $(c_1, \dots, c_n)$ var tikt interpretēts kā “nepieciešamais grozs”

(*necessary basket*), kas maksā $\sum_{i=1}^n p_i c_i$;

svari (*weights*) $\beta_i, i = 1, 2, \dots, n$, rāda, kāda daļa no atlikušo izdevumu daļas kopējā budžetā tiek atvēlēta i -tās preces iegādei;

pieprasījuma elastība pēc ienākumiem i -tai precei lineārā izdevumu sistēmā ir:

$$\varepsilon_i = \frac{\beta_i m}{p_i c_i + \beta_i (m - \sum_{i=1}^n p_i c_i)}.$$

2.2. Gandrīz ideālā pieprasījuma sistēma

Gandrīz ideālā pieprasījuma modeļa konstrukcijā izmanto netiešo derīguma funkciju (18, 55. lpp.):

$$v(p, m) = \frac{\ln m - \ln a(p)}{b(p)}.$$

Maksimizējot derīgumu ar dotu budžeta ierobežojumu, atrod gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu:

$$w_i(p, m) = \alpha_i + \sum_{j=1}^n \gamma_{ij} \ln p_j + \beta_i \ln (m / a(p)), \quad i = 1, 2, \dots, n.$$

Funkcijas $a(p)$ un $b(p)$ ir šādas:

$$\ln a(p) = a_0 + \sum_{i=1}^n \alpha_i \ln p_i + \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \gamma_{ij} \ln p_i \ln p_j,$$

$$b(p) = \beta_0 \prod_{j=1}^n p_j^{\beta_j}.$$

Specifikācija paredz ierobežojumus:

$$\sum_{i=1}^n \alpha_i = 1 \quad \sum_{i=1}^n \gamma_{ij} = 0 \quad \sum_{i=1}^n \beta_i = 0$$

$$\sum_{j=1}^n \gamma_{ij} = 0$$

$$\gamma_{ij} = \gamma_{ji}.$$

Ar pirmajiem trijiem nosacījumiem panāk, ka $\sum_{i=1}^n w_i = 1$, kas nozīmē to, ka budžeta daļu summa veido pilnu budžetu.

Ar nosacījumu $\sum_{j=1}^n \gamma_{ij} = 0$ panāk, ka i -tās preces pieprasījums ir homogēna nulltās pakāpes cenu un izdevumu funkcija.

Ar nosacījumu $\gamma_{ij} = \gamma_{ji}$ panāk, ka pieprasījuma sistēma apmierina Slucka simetriju (*Slutsky matrix*), tas ir, Slucka matrica ir simetriska negatīva semidefinita matrica.

Gandrīz ideālās pieprasījuma sistēmas parametri β_i nosaka, kuras no precēm ir luksusa vai nepieciešamības preces.

Ja $\beta_i > 0$, tad w_i palielinās, pieaugot m , tāpēc i -tā prece ir luksusa prece.

Ja $\beta_i < 0$, tad w_i dilst, pieaugot m , tāpēc i -tā prece ir nepieciešamības prece.

Pieprasījuma elastība pēc ienākumiem i -tai precei gandrīz ideālā pieprasījuma sistēmā ir (6, 444. lpp):

$$\varepsilon_i = 1 + \frac{\beta_i}{w_i}.$$

3. Latvijas mājsaimniecību pieprasījuma sistēmu novērtējumi

Izmantojot agregētus datus par mājsaimniecībām (1997–2006), novērtējam Latvijas mājsaimniecību lineāro izdevumu sistēmu un gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu. Sistēmu parametri novērtēti ar SAS (*Statistical Analysis System*) novērtēšanas metodi ITSUR (*Iterative Seemingly Unrelated Regression*). Gandrīz ideālā pieprasījuma sistēma novērtēta ar simetrijas un homogenitātes nosacījumiem. Novērtējot modeli, parametrs α_0 izvēlēts zem minimālā izdevumu logaritma. Parametru α_0 var interpretēt kā izdevumus, kas nepieciešami minimālajam dzīves līmenim, kad cenas ir 1, parasti bāzes gadā.

3. tabula
Table 3

Lineārās izdevumu sistēmas parametru novērtējumi
Parameter estimates of the linear expenditure system

Patēriņa izdevumu grupa	Parametri		R^2_i
	β_i	c_i	
01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni	0.230 (0.013)	0.238 (0.019)	0.85
03 – apģērbs un apavi	0.088 (0.003)	0.040 (0.008)	0.65
07 – transports	0.129 (0.006)	0.051 (0.012)	0.68
09 – atpūta un kultūra	0.080 (0.003)	0.033 (0.007)	0.60
APG – pārējās preces un pakalpojumi	0.474 (0.005)	0.244 (0.045)	0.90

Aproksimētās standartklūdas norādītas iekavās.

Visiem novērtētajiem parametriem aproksimētās P-vērtības mazākas par 0,0001.

4. tabula
Table 4

Gandrīz ideālās pieprasījuma sistēmas parametru novērtējumi
Parameter estimates of the almost ideal demand system

Patēriņa izdevumu grupa	Parametri							R^2_i
	β_i	α_i	γ_{i01}	γ_{i03}	γ_{i07}	γ_{i09}	γ_{iAPG}	
01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni	-0,184 (0,007)	-0,226 (0,026)	0,387 (0,123)	0,100 (0,058)	0,010 (0,056)	0,016 (0,072)	-0,513 (0,099)	0,94
03 – apģērbs un apavi	0,027 (0,002)	0,152 (0,008)		0,078 (0,045)	-0,059 (0,032)	-0,043 (0,055)	-0,076 (0,064)	0,74
07 – transports	0,050 (0,003)	0,247 (0,011)			0,038 (0,073)	-0,043 (0,046)	0,054 (0,106)	0,90
09 – atpūta un kultūra	0,028 (0,002)	0,144 (0,009)				0,036 (0,074)	0,034 (0,077)	0,77
APG – pārējās preces un pakalpojumi	0,079 (0,005)	0,684 (0,018)					0,501 (0,192)	0,87

Aproksimētās standartklūdas norādītas iekavās.

Izmantojot attiecīgo pieprasījumu sistēmu parametru novērtējumus 3. un 4. tabulā, aprēķinām mājsaimniecību pieprasījuma ienākumu elastību agregētajām preču grupām kvintiļu ietvaros 2006. gadā. Aprēķinu rezultāti parādīti 5. un 6. tabulā.

5. tabula

Table 5

**Pieprasījuma izdevumu elastības 2006. gadā
(izmantojot lineāro izdevumu sistēmu)**

*The demand expenditure elasticities in 2006
(using the linear expenditure system)*

Patēriņa izdevumu grupa	Mājsaimniecības					
	1. kvintile	2. kvintile	3. kvintile	4. kvintile	5. kvintile	visas
01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni	0,579	0,631	0,667	0,720	0,813	0,703
03 – apģērbs un apavi	1,530	1,386	1,313	1,227	1,123	1,252
07 – transports	1,415	1,309	1,253	1,186	1,102	1,206
09 – atpūta un kultūra	1,548	1,398	1,322	1,233	1,126	1,259
APG – pārējās preces un pakalpojumi	1,176	1,137	1,115	1,087	1,050	1,095

6. tabula

Table 6

**Pieprasījuma izdevumu elastības 2006. gadā
(izmantojot gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu)**

*The demand expenditure elasticities in 2006
(using the almost ideal demand system)*

Patēriņa izdevumu grupa	Mājsaimniecības					
	1. kvintile	2. kvintile	3. kvintile	4. kvintile	5. kvintile	visas
01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni	0,476	0,488	0,453	0,351	0,068	0,344
03 – apģērbs un apavi	1,415	1,435	1,397	1,370	1,295	1,356
07 – transports	1,515	1,525	1,476	1,397	1,297	1,385
09 – atpūta un kultūra	1,431	1,550	1,475	1,389	1,292	1,374
APG – pārējās preces un pakalpojumi	1,1880	1,1824	1,1832	1,1778	1,1774	1,1803

Ienākumu elastība parāda pieprasītā daudzuma procentuālās izmaiņas, kas atbilst ienākumu procentuālajām izmaiņām, ja patērētāju preferences un preču cenas ir fiksētas.

Izmantojot ienākumu elastību, preces klasificē: normālas, ja ienākumu elastība ir pozitīva; inferioras, ja ienākumu elastība ir negatīva.

Normālas preces klasificē šādi: ja ienākumu elastība lielāka par 1, tad preci klasificē kā luksusa preci; ja ienākumu elastība mazāka par 1, tad preci klasificē kā nepieciešamības preci.

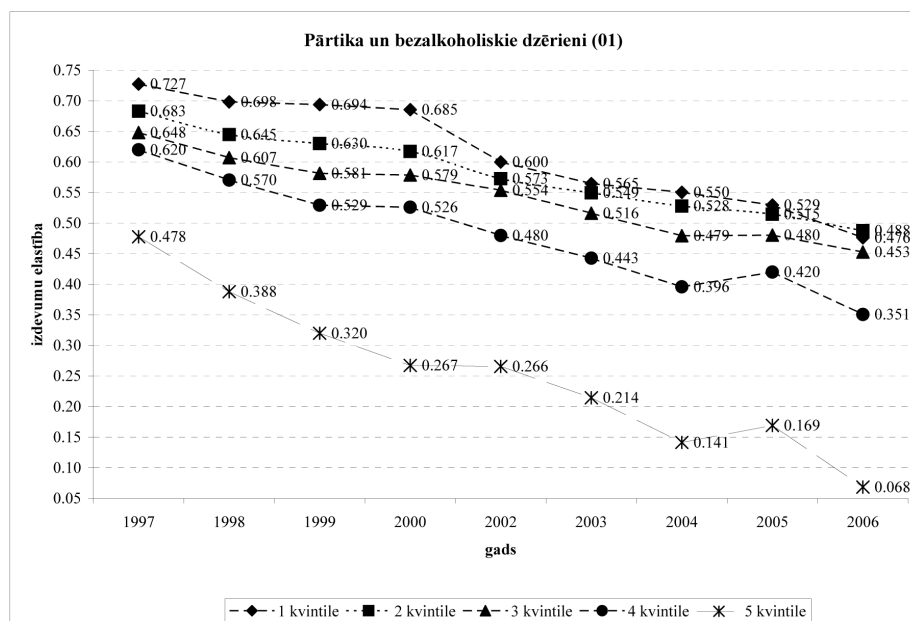
No 5. un 6. tabulas redzams, ka, izmantojot aprēķinātās ienākumu elastības, preces tiek klasificētas vienādi abu modeļu gadījumos.

Neviena agregētā prece netiek klasificēta kā inferiora. Nepieciešamības preču grupa ir viena: "01 – pārtika un bezalkoholiskie dzērieni". Pārējās četras preču grupas klasificējam kā luksusa preces.

Salīdzinot aprēķinātās izdevumu elastības kvintiļu ietvaros divām pieprasījuma sistēmām, iegūti pretrunīgi rezultāti pirmajai patēriņa grupai. Gandrīz ideālās pieprasījuma sistēmas elastības rāda, ka, pieaugot labklājībai, izdevumu elastība pārtikai samazinās, taču lineārās pieprasījuma sistēmas elastība pārtikas preču grupai izrāda pretēju tendenci.

Pārējām preču grupām šādu pretrunu nav.

1. attēlā grafiski parādīta ar novērtēto gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu aprēķinātā pieprasījuma ienākumu elastība lielākajai patēriņa grupai "Pārtika un bezalkoholiskie dzērieni" laikā no 1997. līdz 2006. gadam kvintiļu ietvaros.



1. att. Izdevumu elastības novērtējumi preču grupai "Pārtika un bezalkoholiskie dzērieni"; 1997–2006

Figure 1. The estimates of expenditure elasticities for the commodity group "Food and Non-alcoholic Beverages"; 1997–2006

Novērojamas tendences: ienākumu elastība samazinās gan laikā, gan palielinoties kvintiles numuram. Grupas "Pārtika un bezalkoholiskie dzērieni"

elastību novērtējumi, liecina: jo turīgākas mājsaimniecības, jo mazāka izdevumu elastība. Izdevumu elastība šai patēriņa grupai visās kvintilēs gadu laikā samazinās, kas liecina par patērētāju labklājības pieaugumu. Interesanti atzīmēt, ka izdevumu elastība pirmajai, otrajai un trešajai kvintilei 2006. gadā ir aptuveni vienāda ar piektās kvintiles elastību 1997. gadā.

Attēlā redzams, ka izdevumu elastība pirmajai, otrajai un trešajai kvintilei tuvinās – 2006. gadā tā aptuveni ir 0,5, bet ceturtajai un it īpaši piektajai kvintilei elastības atšķirība no pirmās, otrās un trešās kvintiles pieaug: ceturtajai kvintilei elastība ir 0,35, piektajai kvintilei – 0,07. Šis novērojums liecina par patērētāju noslāņošanos.

O. Krastiņa un V. Daineko darbā (7) aprēķināta galveno patēriņa izdevumu grupu ienākumu elastība, izmantojot Engela funkcijas novērtējumu pakāpes funkcijas formā. Salīdzinot iegūtos rezultātus, redzam, ka arī šajā pētījumā pārtikai ir nepieciešamības prece. O. Krastiņa un V. Daineko iegūtie ienākumu elastības novērtējumi pārtikai 1997. gadā ir 0,43 un 1999. gadā – 0,40. Izmantojot gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu, izdevumu elastība pārtikai 1997. gadā ir 0,64 un 1999. gadā – 0,56.

Salīdzināsim izdevumu elastību pārtikai un apģērbiem Latvijā ar citu valstu analogiskiem rādītājiem, kas aprēķināti ar gandrīz ideālo pieprasījuma sistēmu.

Pētījumā par Japānas mājsaimniecībām (1979, 1984, 1989) autori aplūko 10 agregētas preču grupas (1). Izmantojot pieprasījuma izdevumu elastību, redzam, ka mazāka par vienu tā ir tikai četrām preču grupām. Pārtikai ienākumu elastība ir 0,53 un apģērbam – 1,22.

Pētījumā par Indijas mājsaimniecībām (1957–1976) izmantotas deviņas preču grupas (19). Pārtikas pieprasījuma izdevumu elastība lauku mājsaimniecībām ir 0,73 un pilsētu mājsaimniecībām – 0,34. Apģērbam izdevumu elastība lauku mājsaimniecībās ir 1,07, bet pilsētu mājsaimniecībās – 2,14.

Pētījumā (2) par ASV (1948–1978) aplūkota pieprasījuma sistēma 11 agregētām preču grupām un 4 pārtikas preču grupām. Pieprasījuma ienākumu elastība pārtikai ir 0,37 un apģērbam – 0,75.

Secinājumi

Ar pieprasījuma ienākumu elastības palīdzību klasificē preces kā normālas preces un inferioras preces. Šajā pētījumā, izmantojot aprēķināto izdevumu elastību dažādām precēm kvintīļu ietvaros, preces tiek klasificētas vienādi lineārās izdevumu sistēmas un gandrīz ideālās pieprasījuma sistēmas gadījumos.

Visas preces klasificētas kā normālas preces. Kā nepieciešamības prece klasificēta pārtika un bezalkoholiskie dzērieni. Pārējās preču grupas klasificētas kā luksusa preces.

Elastība, kas aprēķināta ar gandrīz ideālās pieprasījuma sistēmas palīdzību, rāda, ka, pieaugot labklājībai, izdevumu elastība pārtikai samazinās, taču lineārās pieprasījuma sistēmas elastība pārtikas preču grupai izrāda pretēju tendenci. Tādējādi, lai gan, specifikācijai ir liela nozīme patērētāju uzvedības ekonomiskajos skaidrojumos, šajā pētījumā labklājības salīdzinājumi būtiski nemainās, pārejot no viena modeļa specifikācijas uz otru.

LITERATŪRA

1. Asono, S. and Fukushima, T. Some Empirical Evidence on Demand System and Optimal Commodity Taxation. *The Japanese Economic Review*, 2006, Vol. 57. No. 1, p. 50–68
2. Blanciforti, L. and Green, R. An Almost Ideal Demand System Incorporating Habits: an Analysis of Expenditure on Food and Aggregate Commodity Groups. *The Review of Economics and Statistics*, 2001, p. 511–515
3. Deaton, A., Muellbauer, J. An Almost Ideal Demand System. *American Economic Review*, 1980, Vol. 70/3, p. 312–326
4. Edgerton, D. L. *The Econometrics of Demand Systems*. Kluwer Academic Publishers. 1996, p. 290
5. *Eiropas kontu sistēma (EKS 1995)*. 2. sējums. European System of Accounts (ESA 1995). Volume 2. ECSC–EC–EAEC, Brussels. Luxemburg, 1996. Tulkojums. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2002, 425.–736. lpp.
6. Green, R. and Alston, J. M. Elasticities in AIDS Models. *American Journal of Agricultural Economics*, 72, 1990, p. 442–445
7. Krastiņš, O., Daineko, V. *Mājsaimniecību patēriņa izdevumu un izvēles iespēju ekonometriski modeļi*. Latvijas Statistiku asociācija, Rīga, 2000, 36. lpp.
8. *Latvijas statistikas gadagrāmata 2007*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2007, 562. lpp.
9. Mājsaimniecības budžets 1997. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Valsts statistikas komiteja. Rīga, 1998, 185. lpp.
10. Mājsaimniecības budžets 1998. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 1999, 184. lpp.
11. Mājsaimniecības budžets 1999. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2000, 147. lpp.
12. Mājsaimniecības budžets 2000. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2001, 145. lpp.
13. Mājsaimniecības budžets 2002. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2003, 100. lpp.
14. Mājsaimniecības budžets 2003. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2004, 108. lpp.
15. Mājsaimniecības budžets 2004. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2005, 107. lpp.
16. Mājsaimniecības budžets 2005. gadā. *Statistikas biļetens*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2006, 125. lpp.
17. *Mājsaimniecību budžetu pētījuma galvenie rezultāti 2006. gadā*. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde. Rīga, 2007, 35. lpp.
18. Pollak, R. A. and Wales, T. J. *Demand System Specification and Estimation*. Oxford University Press, 1992, p. 217
19. Ray, R. Analysis of a Time Series of Household Expenditure Surveys for India. *The Review of Economics and Statistics*, 2001, p. 595–602
20. Stone, R. Linear Expenditure Systems and Demand Analysis: An Application to the Pattern of British Demand. *Economic Journal*, 1954, Vol. 64, No. 255, p. 511–527

Summary

Exploring the household budget data and price indices of the Central Statistical Bureau of Latvia on 12 commodity groups (1997–2006), two demand systems were evaluated: the Linear Expenditure System and the Almost Ideal Demand System. The demand income elasticities of the 5 commodity groups were calculated in quintiles.

Demand income elasticity ranks the commodities as ordinary goods and inferior goods. Using the calculated income elasticities of different goods in quintiles, the goods were ranked equally in the case of the linear expenditure system and the almost ideal demand system.

All commodities were ranked as ordinary goods. The group “Food and Non-alcoholic Beverages” was ranked as a necessity good. The other commodity groups were ranked as luxury goods.

The elasticities of the almost ideal demand system show that with increase of welfare, the elasticities of food decrease; however, the elasticities of the linear demand system of the group of food show the opposite tendency. Although, generally speaking, ranking plays a significant role in economic explanations of consumer behaviour, in the present research the welfare comparison does not change substantially depending on the ranking of one model or the other.

Keywords: *the Linear Expenditure System, the Almost Ideal Demand System, income elasticity, ordinary good, inferior good.*

Lidostu attīstības faktoru modelis *A Model of Airport Development Factors*

Liene Freivalde

VAS “Starptautiskā lidosta “Rīga”
Rīgas raj., Mārupes pag., Lidosta “Rīga” 10/1, LV-1053
E-pasts: *lfreivalde@inbox.lv*

Paaugstinoties cilvēku dzīves līmenim un mainoties aviācijas pārvadājumu tirgum, pasaulē nemitīgi pieaug avio pasažieru skaits. Tas rada nepieciešamību lidostām pastāvīgi attīstīties, dažām pat izaugt par “lidostu pilsētām” ar plaša pakalpojumu klāsta piedāvājumu. Lidostu attīstība ir atkarīga no dažādiem ārējiem un iekšējiem faktoriem. Ekspertu aptaujā un tirgus analīzē autore ir noteikusi lidostu attīstības faktorus. Rakstā atspoguļotajā pētījumā no tiem tiek izveidots savstarpējo sakarību modelis, un ar statistiskām metodēm tiek noskaidroti tie faktori, kuru ietekme uz lidostu attīstību ir būtiska. No divpadsmit aplūkotojumiem faktoriem tādi izrādās tikai četri.

Atslēgvārdi: attīstība, faktors, korelācija, lidosta, pasažieris, sakarību modelis

Ievads

Lidostas attīstījušās jau gadu desmitiem, bet īpaši strauja to izaugsme notikusi pēdējos 20 gados, mainoties aviācijas tirgus struktūrai. Aviācijas pārvadājumu tirgū ienākušas zemo cenu aviosabiedrības, padarot lidojumus pieejamus arvien lielākam skaitam cilvēku, vienlaicīgi samazinot lidostu aviācijas ieņēmumus un veicinot lidostu pārtapšanu no transporta centriem par “lidostu pilsētām” ar plašu pakalpojumu, darījumu, izklaides un atpūtas iespēju klāstu.

Starptautiskās lidostu padomes direktors Rojs Grifinss (*Roy Griffins*) 2006. gadā ir atzinis, ka Eiropas lidostas ir kļuvušas par ekonomiski patstāvīgiem uzņēmumiem, kas koncentrējas uz biznesa attīstību, jaunām investīcijām un pastāvīgu izaugsmi (5). Lidostas attīstību realizē dažādi – būvējot jaunus termināļus, skrejceļus, veidojot biznesa parkus savā teritorijā, piedāvājot plašāku pakalpojumu klāstu, palielinot finanšu rādītājus, kravu apjomu, gaisa kuģu apgrozījumu un pasažieru skaitu.

Autore lidostas attīstību analizē šādu prioritāšu secībā:

- 1) svarīgākais rādītājs ir pasažieru skaita pieaugums un tā ātrums;
- 2) atbilstošas infrastruktūras pielāgošana lielākam aviācijas pakalpojumu apjomam – termināļu paplašināšana, jaunu būvēšana, papildus skrejceļi u. tml.;
- 3) papildu pakalpojumu attīstīšana – veikali, ēdināšanas uzņēmumi, biznesa parki, biroju un konferenču ēkas un citi uzņēmējdarbības veidi.

Visbiežāk šo rādītāju attīstība notiek kompleksi, jo katra atsevišķā progresēšana izraisa nepieciešamību attīstīt arī pārējos. Tā rezultātā lidostas veidojas par biznesa centriem, kuros līdzās pamatpakalpojumam – aviācijas transportam – tiek koncentrētas dažādas uzņēmējdarbības formas ar mērķi gūt ienākumus, piesaistīt ne tikai ceļotājus, bet plašu cilvēku loku, veidot lidostas par daudzveidīgu iespēju, pakalpojumu, biznesa, brīvā laika pavadīšanas, izklaides un atpūtas vietām. Ļoti plašu pakalpojumu klāstu piedāvā, piemēram, Minhenes lidosta. Tā pati apsaimnieko ne tikai lidostu, veikalus, bet pat uztur alus brūvētavu, rīko svētkus lidostā un pārvērš to par patīkamu sarīkojumu un atpūtas vietu.

Protams, ne visas lidostas kļūst par lieliem gaisa transporta centriem un dažādu pakalpojumu piedāvātājām – “lidostu pilsētām”. To attīstību ietekmē dažādu iekšējo un ārējo faktoru kopums. Autore ir veikusi ekspertu aptauju, noskaidrojot lidostu attīstības faktorus, kas, pēc ekspertu domām, veicina lidostu izaugsmi.

Šī raksta mērķis ir izveidot lidostu attīstības faktoru modeli un noskaidrot tos faktorus, kas visspēcīgāk ietekmē lidostu attīstību. Svarīgāko attīstības faktoru atklāšana sniegtu norādes lidostu vadītājiem attīstības stratēģiju izstrādāšanā, ļautu novērtēt lidostas attīstības potenciālu un prognozēt iespējamo izaugsmi.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi ir iepriekš atzīto lidostu attīstības faktoru izpēte, autores veiktajā ekspertu aptaujā atklāto faktoru grupēšana un sakārtošana sakarību modelī, kvantitatīvi mērāmo faktoru noteikšana un to ietekmes uz pasažieru skaita pieaugumu analīze, būtiskāko lidostas attīstības faktoru atklāšana.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu pētnieku un speciālistu viedokļi, autores pieredze un praktiskā pētījuma rezultāti. Datu analīzē tiek izmantotas statistiskās metodes – korelācijas analīze, hipotēžu pārbaude un vidējo rādītāju salīdzināšana.

1. Pētījumos un praksē atklātie lidostu attīstības faktori

Efektīva un finansiāli veiksmīga lidosta ir svarīga gan pasažieriem, gan aviosabiedrībām. To var sasniegt ar profesionālu plānojumu un lidostas dizainu, apkalpošanas standartiem un tehnoloģijām. Taču katrs uzlabojums ir laikietilpīgs, tāpēc jāplāno laicīgi, lai kavēšanās ar konsultācijām vai būvniecību nebūtu šķērslis efektīvai darbībai. Starptautiskās gaisa transporta asociācijas (*IATA – angļu val.*) speciālisti rekomendē lidostu, aviosabiedrību un investoru sadarbību attīstības projektos un cenu noteikšanā, lai visām pusēm process būtu saprotams un caurskatāms. IATA iesaka šādus posmus efektīvas lidostas attīstīšanai (2, 45–50):

- 1) jebkuram jaunam lidostas projektam ir jābūt saskaņotam ar pieprasījumu no pasažieru un aviosabiedrību puses. Liela nozīme ir ilgtermiņa plānošanai, lai lidosta laikus būtu gatava pasažieru skaita pieaugumam un vienlaicīgi tiktu pietiekami noslogota;
- 2) racionāli jāplāno finanšu plūsmas. Investori, aviosabiedrības un pasažieri ir tie, kas maksā par lidostu attīstību, tāpēc visi iesaistītie jau laikus ir jāinformē par paredzētajiem projektiem, to izmaksām un termiņiem;
- 3) jābūt pārdomātam termināļa plānojumam. IATA iesaka pasažieru plūsmas no publiskās uz pasažieru zonu virzīt caur vienu vai maksimāli divām

vietām, lai varētu pēc iespējas vairāk resursu koncentrēt vienuviet, tādējādi palielinot to izmantošanu;

- 4) jāievieš godīga cenu sistēma un sadarbība ar aviosabiedrībām un citiem lidostas lietotājiem apkalpošanas standartu izstrādāšanā un investīciju plānošanā.

Vācu pētniece Ute Knippenbergere (*Ute Knippenberger*) (7) ir pētījusi lidostas kā reģiona elementa attīstību, plānošanā saskatot kopējas vīzijas nepieciešamību. Kā vienu no galvenajiem faktoriem lidostas attīstībā autore min reģiona pievilcību, vēl uzsverot iedzīvotāju dzīves uztveri un kvalitāti, kā arī infrastruktūras un lidostas pieejamības nozīmi.

Austrālijas lidostas *King Country* attīstības plānā par svarīgākajiem faktoriem lidostu attīstībā tiek uzskatīti šādi (6):

- 1) aviācijas pakalpojumu veidi un daudzums;
- 2) infrastruktūras attīstīšanas nepieciešamība;
- 3) reģiona un sabiedrības vajadzības.

Anglijas konsultantu firma *Atlantic Bridge Aviation*, kas sniedz konsultācijas lidostu attīstīšanā, par diviem galvenajiem lidostu attīstības faktoriem uzskata potenciālo tirgu un ekoloģijas prasības (1), ar pirmo saprotot mērķa tirgus noteikšanu atkarībā no reģiona iedzīvotāju demogrāfijas rādītājiem, braukšanas attāluma līdz lidostai, potenciālo pasažieru segmentēšanas, infrastruktūras pieejamības, lidostas apkalpošanas iespējām, konkurences vides un citiem faktoriem, kas veido potenciālo lidostas tirgu. Lidostu paplašināšana ir liela mēroga projekts, kas parasti saistīts ar apkārtnējo teritoriju pārveidošanu, reģiona iedzīvotāju, dabas un vides ietekmēšanu, tāpēc ekoloģijas un vides aizsardzības prasību ievērošana ir būtiska visos lidostu attīstīšanas posmos.

Īpaši strauju pasažieru skaita pieaugumu pēdējos gados piedzīvojušas Eiropas Savienības (ES) jaunās dalībvalstis, arī Latvija. Aviācijas eksperti no Starptautiskās Gaisa Transporta asociācijas par galveno faktoru šo lidostu attīstībā uzskata iestāšanos Eiropas Savienībā. Speciālisti īpaši uzsver triju lidostu – Varšavas, Prāgas un Budapeštas – izaugsmi, kas lielā mērā notikusi valstu nacionālo pārvaldītāju aktīvas darbošanās rezultātā. Papildus tam strauju pasažieru skaita pieaugumu ir veicinājusi zemo cenu aviosabiedrību ienākšana jaunajā ES tirgū, kā arī izdevīga ģeogrāfiskā atrašanās vieta. Tālākā jauno ES dalībvalstu lidostu attīstība, pēc ekspertu domām, ir atkarīga no lidostu ieguldījumiem infrastruktūras attīstībā un spējas apkalpot arvien pieaugošu daudzumu pasažieru, kā arī no atbilstošas cenu politikas (8, 36–38).

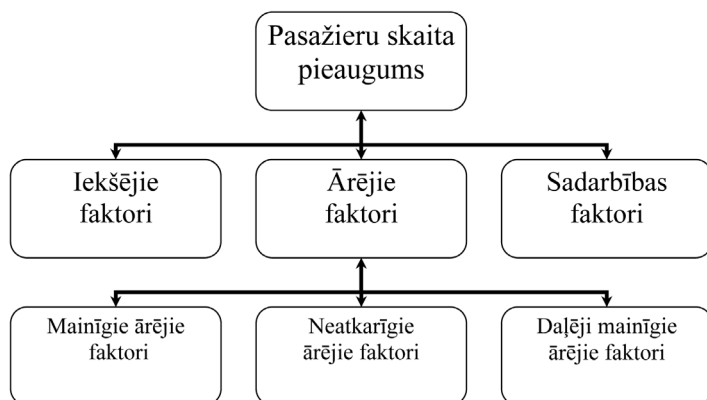
Viena no visveismīgāk attīstītajām jaunajām ES lidostām ir Prāga. Šīs lidostas vadības pārstāve atklāj, ka panākumu pamatā ir bijusi izdevīga ģeogrāfiskā atrašanās, veiksmīga sadarbība ar aviosabiedrībām, īpaši nacionālo pārvaldītāju, zemo cenu politika, saglabājot augstus apkalpošanas standartus, kā arī ambicioza lidostas attīstības vīzija 2020. gadā apkalpot 20 miljonus pasažieru (3, 12–15).

2. Lidostu attīstības faktoru modelis

Ekspertu aptaujā autore ir noteikusi lidostu attīstības faktorus, sākotnēji grupējot tos trīs daļās:

- ārējie faktori, kas nav tieši saistīti ar lidostu, bet ietekmē tās attīstību, piemēram, valsts ekonomiskā attīstība;
- iekšējie faktori, piemēram, aviosabiedrību veidi lidostā, lidojumu virzienu skaits;
- sadarbības faktori, kuru galvenais uzdevums “sadarbošanās” ir jau pašā nosaukumā, piemēram, sadarbība aviosabiedrību un lidostu, lidostu un valsts institūciju starpā.

Plašāku pētījumu un attīstības faktoru analīzes rezultātā autore ir izveidojusi lidostas attīstības faktoru modeli, kas iekļauj visas attīstības faktoru grupas un parāda savstarpējās sakarības starp tām. Modelis atspoguļots 1. attēlā.



1. attēls. Lidostu attīstības faktoru modelis

Figure 1. A model of airport development factors

Modeļa centrā ir pasažieru skaita pieaugums. Tas ir rādītājs, ko autore uzskata par galveno lidostu attīstības atspoguļotāju un izmanto pētījumā, analizējot un salīdzinot lidostu izaugsmes dinamiku.

Iepriekš autore minējusi trīs lidostu attīstības faktoru grupas, taču modeli parādās piecas grupas. Lielākā lidostu attīstības faktoru grupa – ārējie faktori – tiek sadalīta trijās daļās.

1. Neatkarīgie ārējie faktori. Šajā grupā ietilpst tās valsts īpašības, ko nav iespējams vai ir ļoti grūti izmainīt – ģeogrāfiskā atrašanās, potenciālais tirgus apjoms, reģiona pievilcība.
2. Mainīgie ārējie faktori. Tā ir ārējo faktoru daļa, kas pastāvīgi mainās – ekonomiskā situācija (iekšzemes kopprodukts, importa un eksporta apjomi), infrastruktūra, politiskā vēlme attīstīt lidostu.

3. Daļēji mainīgie ārējie faktori. Šos faktorus ir iespējams mainīt, taču izmaiņas ir laikietilpīgas, sarežģītas un bieži vien nav izpildāmas vienas valsts ietvaros – ierobežojumi, konkurence, politiskā stabilitāte, valsts reputācija.

Nemainīgas palikušas iekšējo un sadarbības faktoru grupas. Svarīgākie iekšējie faktori ir aviosabiedrības un piedāvāto lidojumu virzienu skaits, lidostas resursi, cenas un lidostu kvalitāte. Sadarbības faktori raksturo lidostas un saistīto nozaru, institūciju un uzņēmumu sadarbību.

Visus lidostu attīstības faktorus vieno savstarpēja mijiedarbība, kas atspoguļojas caur pasažieru skaita pieaugumu un modelī parādīta ar abpusējām bultām. Piemēram, potenciālais tirgus apjoms (neatkarīgais ārējais faktors) ļauj prognozēt pasažieru skaita pieaugumu un piesaista lidostai jaunas aviosabiedrības (iekšējais faktors), kas palielina pasažieru skaitu lidostā, tāpēc rodas nepieciešamība pēc papildus transporta no lidostas uz pilsētu (mainīgais ārējais faktors), lidostai ir jāsadarbjas ar transporta uzņēmumiem šī pakalpojuma nodrošināšanā (sadarbības faktors). Pasažieru skaita pieaugums vienlaicīgi ir izveidojis lidostu par konkurentu citām reģiona lidostām (daļēji mainīgais ārējais faktors).

3. Izlases veidošana un pētāmo faktoru izvēle

Ekspertu aptaujas rezultāti, lidostu pieredzes analīze, speciālistu vērtējums un personiskie novērojumi ļauj autorei izvirzīt apgalvojumu, ka katra no modeļa faktoru grupām ietekmē pasažieru skaita pieaugumu. Tomēr pastāv vairāki faktori, kas ir noteicošie pasažieru skaita pieauguma veicināšanā, turpretim citi faktori labvēlīgi iedarbojas tikai kombinācijā ar pārējiem. Lai noteiktu katras faktoru grupas ietekmi uz lidostu attīstību, autore ir veikusi kvantitatīvo pētījumu, savācot un analizējot 33 Eiropas lidostu datus par dažādām faktoru grupām.

Lidostas pētījumam tika atlasītas pēc ģeogrāfiskās atrašanās vietas un lieluma, izvēloties Eiropas lidostas ar pasažieru skaitu līdz 5 miljoniem 1994. gadā. Šajā grupā tika iekļautas 96 lidostas. Tām elektroniski tika izsūtītas anketas, paralēli autore ieguva informāciju globālajā tīmeklī un telefonsarunās. Aptaujas rezultātā tika iegūti dati par 33 Eiropas lidostām, izlasē iekļaujot Rīgas un tai attīstības ziņā radniecīgās lidostas – Tallinu, Viļņu, Varšavu, Prāgu, Ļubļanu, bet pārējās izvēloties nejauši. Lai novērtētu, kā atšķiras ietekmējošo faktoru kombinācija lidostās ar atšķirīgu pasažieru skaita pieauguma ātrumu un kādi faktori ir sekmējuši strauju izaugsmi, būtiski izlasē bija iekļaut dažāda lieluma un nozīmes lidostas ar dažādiem attīstības scenārijiem.

Lai novērtētu katras faktoru grupas ietekmi uz lidostu attīstību, autore izvirzījusi katrā grupā vienu vai vairākus nozīmīgākos attīstības faktorus, kurus ir iespējams kvantitatīvi izmērīt. Faktori izraudzīti, ņemot vērā ekspertu vērtējumu, fokusa grupas aptaujas rezultātus, kā arī autores personisko pieredzi. Katram faktoram tiek noteikts rādītājs, kas ir kvantitatīvi mērāms. Visi pētījumā izmantotie attīstības faktori sagrupēti 1. tabulā.

1.tabula
Table 1

Lidostu attīstības faktoru rādītāji
The indices of airport development factors

Faktoru grupa	Faktors	Rādītājs	Mērvienība
Mainīgie ārējie faktori	Valsts ekonomiskā attīstība	IKP pieaugums	%
		Eksporta pieaugums	
		Importa pieaugums	
Daļēji mainīgie ārējie faktori	Ierobežojumi	Kurā gadā valsts iestājusies ES un tajā sācis darboties līgums par atklātajām debesīm?	gads
Neatkarīgie ārējie faktori	Potenciālais tirgus apjoms	Iedzīvotāju skaits 2 stundu braucienā no lidostas	cilvēku skaits
Iekšējie faktori	Aviosabiedrības lidostā	Pilna servisa aviosabiedrību tirgus daļa	%
		Zemo cenu aviosabiedrību tirgus daļa	
		Čartera aviosabiedrību tirgus daļa	
		Nacionālās aviokompānijas tirgus daļa	gads
	Pievilcīgas cenas	No kura gada lidostā darbojas zemo cenu aviosabiedrības?	
		Lidostas nodevas	EUR
	Tiešo lidojumu virzīnu skaits	Lidojumu virzieni	skaits

Tabulā netiek iekļauti sadarbības faktori, jo to novērtējums ir vairāk kvalitatīvs, ne kvantitatīvs, tāpēc nesniedz precīzu priekšstatu par faktora nozīmi lidostu attīstībā.

4. Attīstības faktoru ietekmes ciešums uz lidostu attīstību

Lai pārbaudītu, vai pētāmo attīstības faktoru ietekme uz pasažieru skaita pieaugumu ir statistiski nozīmīga, autore ir veikusi korelācijas analīzi un nulles hipotēžu pārbaudi. Par rezultatīvo pazīmi relatīvi mērāmajiem faktoriem tiek izvirzīts pasažieru skaita pieaugums, bet absolūtajos skaitļos izteiktajiem faktoriem – pasažieru skaits.

Korelācijas analīze sakarību pētīšanā izvēlēta, lai novērtētu katra faktora saistību ar lidostas attīstību un noteiktu tos, kuru saistība izrādījiesies statistiski nozīmīga.

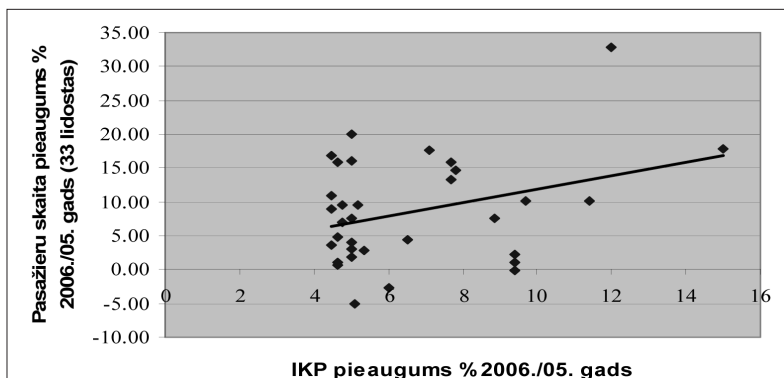
Faktoru korelācija tiek aprēķināta, izmantojot korelācijas koeficientu kā sakarību mēru, pēc formulas 1.1 (4, 29):

$$r = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \cdot \sum y}{n}}{\sqrt{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}} \cdot \sqrt{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}}}$$

(1.1)

Mainīgie ārējie faktori

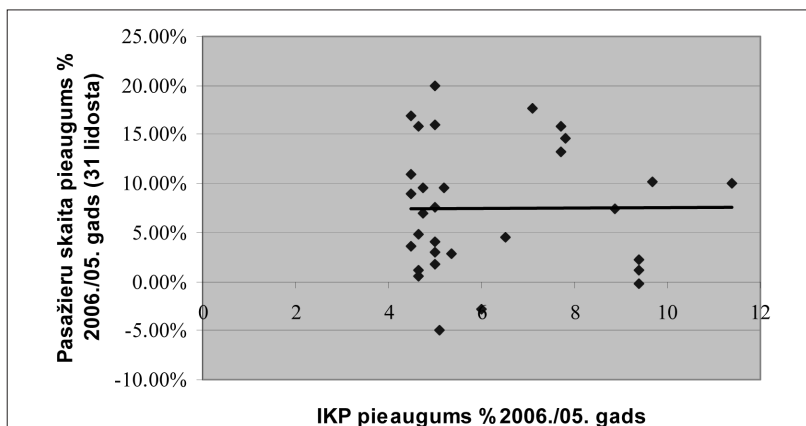
Pirmkārt, autore veic mainīgo ārējo faktoru un pasažieru skaita pieauguma korelācijas koeficientu aprēķināšanu. Svarīgākais ārējais mainīgais faktors ir iekšzemes kopprodukta pieaugums. Sākotnēji šī faktora un pasažieru skaita pieauguma korelācijas koeficienta noteikšanai tiek izmantoti dati par visām 33 pētāmajām lidostām par 2005. un 2006. gadu. Iegūtais korelācijas koeficients ir 0,3342. IKP un pasažieru skaita pieaugumu korelācija atspoguļota 2. attēlā.



2. attēls. IKP un pasažieru skaita pieaugumu korelācija 33 lidostām

Figure 2. Correlation between GDP and the increase of the number of passengers in 33 airports

2. attēlā parādās divi punkti, kas krasi izdalās no pārējās kopas. Šādas būtiski atšķirīgas vērtības var uzskatīt par izņēmumiem, kas neatspoguļo kopējo tendenci, bet gan var radīt šķietamu priekšstatu par savstarpēju faktoru saistību. Lai iegūtu precīzus un ticamus rezultātus, krasi atšķirīgās vienības tiek izslēgtas no izlases. Minētie punkti raksturo Rīgas un Sofijas lidostas, kas tālākajā šī faktora analizē netiek iekļautas, tā iegūstot korelācijas koeficientu 0,00534 un 3. attēlu.



3. attēls. IKP un pasažieru skaita pieaugumu korelācija 31 lidostai

Figure 3. Correlation between GDP and the increase of the number of passengers in 31 airports

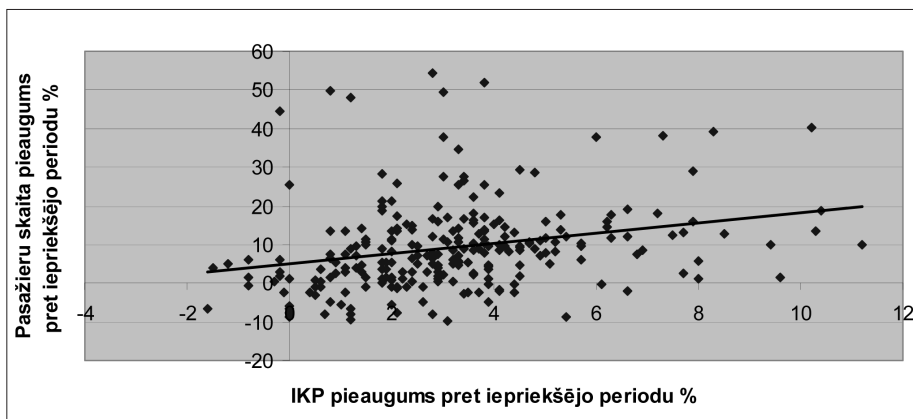
Lai pārbaudītu, vai iegūtā sakarība ir statistiski nozīmīga, autore veic hipotēžu pārbaudi. Tiek izvirzīta nulles hipotēze, saskaņā ar kuru korelācijas koeficients ģenerālkopā ir nulle. Pēc skaitļošanas tabulām tiek aprēķinātas korelācijas koeficienta kritiskās robežas, izmantojot formulu $v = n - k$, kur v – brīvības pakāpju skaits, n – kopas vienību skaits, k – vienādojuma parametru skaits (9).

Iekšzemes kopprodukta analīzē brīvības pakāpju skaits tiek aprēķināts šādi:

$$v = 31 - 2 = 29$$

Ar varbūtību 0,95 tam atbilst kritiskā robeža 0,35. Empīriskie korelācijas koeficienti abos gadījumos – 0,3342, iekļaujot visas 33 lidostas un krasi atšķirīgās vērtības, vai 0,00534, atlasot 31 lidostu un izslēdzot atšķirīgās vērtības, – ir mazāki par aprēķināto. Tas nozīmē, ka nulles hipotēze netiek noraidīta un sakarības nav statistiski nozīmīgas. Tātad iekšzemes kopprodukta pieaugums tieši neietekmē pasažieru skaita pieaugumu lidostās.

Iekšzemes kopprodukta dinamika vislabāk tiek atspoguļota, pētot vairāku gadu rādītājus. Arī pasažieru skaita pieaugumu lidostās interesanti ir pētīt ne tikai viena gada ietvaros, tāpēc autore ir veikusi plašāku IKP un pasažieru skaita pieauguma korelācijas analīzi, lai pārliecinātos, vai iepriekš iegūtais rezultāts ir pareizs. Autore aprēķinājusi korelāciju 28 lidostu pasažieru skaita pieaugumam un valstu IKP pieaugumam par deviņiem gadiem, analizējot laika periodu no 1998. līdz 2006. gadam. Šajā pētījumā iekļautas tikai tās lidostas, kurās pasažieru pieaugums vienā gadā nav pārsniedzis 55%. Autore izslēgusi Rīgas, Milānas, Romas un Žironas lidostas, jo tajās pasažieru pieaugums dažos gados bijis no 76 līdz pat 186% gadā. Attēlojot 248 punktus grafiski, tiek iegūts 4. attēls un korelācijas koeficients 0,262. Rezultāts ir līdzīgs 2006. gada rādītāju analīzē iegūtajam – IKP pieaugums tieši neietekmē pasažieru skaita pieaugumu lidostās.



4. attēls. Pasažieru skaita un IKP pieaugumu pret iepriekšējo periodu korelācija 28 lidostām 1998.–2006. gadā

Figure 4. Correlation between the increase of the number of passengers and GDP growth in comparison with the previous period of 1998–2006 in 28 airports

Otrs ārējais mainīgais faktors, ko autore iekļāvusi pētījumā, ir importa apjoma pieaugums. Analizējot 33 lidostu datus par 2005. un 2006. gadu, tiek iegūts korelācijas koeficients 0,4217. Līdzīgi gadījumam ar IKP, viena vērtība ir krasi atšķirīga. Tā raksturo Latvijas situāciju un tiek izslēgta, iegūstot korelācijas koeficientu 0,25.

Pēc tabulām aprēķinātais korelācijas koeficients 30 brīvības pakāpēm un varbūtībai 0,95 ir 0,349. Nulles hipotēze atkal netiek noraidīta, un arī importa pieaugums tieši neietekmē pasažieru skaita pieaugumu lidostās.

Trešais mainīgais ārējais faktors, ko aplūko autore, ir eksporta pieaugums. Tiek veikta datu analīze par 2005. un 2006. gadu. Līdzīgi kā importa pieauguma analīzē, Latvijas rādītāji krasi atšķiras no pārējās kopas un tāpēc tiek izslēgti. Tomēr iegūtie korelācijas koeficienti nav būtiski atšķirīgi – 0,15 ar Latviju, 0,18 bez Latvijas, un abi ir zemāki par korelācijas koeficienta kritisko robežu, kas tiek aprēķināta pēc tabulām un ir 0,349.

Līdz ar to autore secina, ka:

- 1) neviens no pētījumā iekļautajiem ārējiem mainīgajiem faktoriem būtiski neietekmē lidostu pasažieru skaita pieaugumu;
- 2) valsts ekonomiskā attīstība īsā laika periodā tieši neietekmē lidostu attīstību.

Ierobežojumi

Otra faktoru grupa, kas, pēc ekspertu un autores domām, ietekmē lidostu attīstību, ir daļēji mainīgie ārējie faktori. Šajā kategorijā autore pēta faktoru “ierobežojumi”. Tiek aplūkots līgums par atklātajām debesīm, kas darbojas Eiropas Savienības gaisa telpā kopš 1992. gada un nozīmē neierobežotu aviosabiedrību izvēli lidojumu maršrutu veikšanā. Pievienošanās šim līgumam atvieglo un paātrina aviosabiedrībām jaunu maršrutu atklāšanu, ļauj izpildīt neierobežotu lidojumu skaitu, sniedz iespēju veikt lidojumus no trešajām valstīm, palielina konkurenci.

Autore uzskata, ka valsts pievienošanās līgumam par atklātajām debesīm mijiedarbībā ar pievienošanos Eiropas Savienībai ietekmē pasažieru skaita pieaugumu lidostās, īpaši pirmajos divos brīvā tirgus gados Eiropas Savienības sastāvā. Lai šo apgalvojumu pierādītu, autore ir veikusi aritmētisko vidējo analīzi deviņām lidostām, kuras pētījuma perioda laikā ir kļuvušas par ES dalībvalstīm vai pievienojušās līgumam par atklātajām debesīm un grasās drīzumā pievienoties arī ES. Tiek salīdzināts vidējais pasažieru skaita pieaugums pirmajos divos gados pēc valsts pievienošanās Eiropas Savienībai vai atklāto debesu līgumam valstīs, kas pētījuma periodā vēl nav pievienojušās ES, un vidējais pasažieru skaita pieaugums pārējos desmit pētījumā iekļautos gados. Vidējo pasažieru skaita pieaugumu summas atspoguļotas 2. tabulā.

2. tabulas dati parāda, ka pievienošanās līgumam par atklātajām debesīm ir ietekmējusi pasažieru skaita pieaugumu jaunajās ES dalībvalstu lidostās. Lidostas, kas ES pievienojušās pēc 2004. gada, atvieglotos nosacījumus ir izjutušas kā strauju pasažieru skaita pieaugumu. Ceļotāju skaits, kas izmantojuši gaisa transportu, pirmajos divos ES vai “brīvo debesu” gados lidostās ir vidēji pieaudzis par 26,8%,

turpretim 10 pārējos pētījumā iekļautos gados tas sasniedzis vien 7,62% lielu pieaugumu. Jāsecina, ka šajās lidostās paralēli darbojušies vairāki attīstības faktori – straujo attīstību ietekmējis ne vien brīvais tirgus, bet arī pievienošanās vai plānotā pievienošanās Eiropas Savienībai, kas atklājusi jaunās dalībvalstis un kandidātvalstis kā interesantu galamērķi lielam skaitam tūristu, un līdz ar to tās izrādījušās arī interesants galamērķis aviosabiedrībām.

2. tabula

Table 2

Vidējā pasažieru skaita pieauguma salīdzinājums jaunajās ES dalībvalstīs pirmajos divos gados pēc iestāšanās ES un pārējos 10 pētījumā iekļautos gados

Comparison of the average increase of the number of passengers in the new EU Member States in the first 2 years after the accession to the EU and in the remaining 10 years of research

Lidosta	Pievienošanās gads ES	Vidējais pasažieru skaita pieaugums gadā (procentos)	
		vidēji pirmajos divos ES vai "brīvo debesu" gados	vidēji pārējos desmit gados
Prāga	2004	20,53	11,45
Tallina	2004	39,88	9,13
Viļņa	2004	33,52	8,80
Rīga	2004	62,90	9,54
Varšava	2004	16,97	9,63
Budapešta	2004	26,07	6,40
Ļubļana	2004	14,68	7,75
Sofija	2007	24,60	5,92
Malta	2004	2,07	0,00
Pētījuma kopas vidējais		26,8	7,62

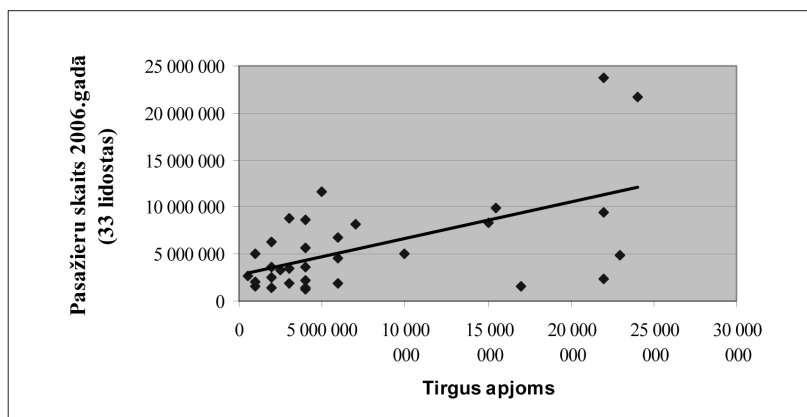
Potenciālais tirgus apjoms

Trešā pētāmā ārējo faktoru grupa ir neatkarīgie ārējie faktori. Šajā grupā autore izvēlējusies analizēt potenciālo tirgus apjomu jeb iedzīvotāju skaitu divu stundu rādiusā ap lidostu. Autore izvirza hipotēzi: **jo lielāks ir lidostas potenciālais tirgus apjoms, jo lielāks ir apkalpoto pasažieru skaits**. Pētījumā analizēto potenciālo ceļotāju daudzumu veido gan valsts iedzīvotāju skaits, gan kaimiņvalstu ceļotāji, kuri lidostu var sasniegt divu stundu braucienā. Reģiona apdzīvotība un industriālā attīstība ļauj lidostām prognozēt maksimālo pasažieru skaitu, kuriem konkrētā lidosta būs ceļojuma sākumpunkts vai galamērķis. Šis faktors nevar atspoguļot tranzīta pasažieru skaita tendences.

Autore analizē datus par 33 lidostām, nosakot korelāciju starp tirgus apjomu un pasažieru skaitu 2006. gadā. Tiek iegūts korelācijas koeficients 0,5645 (5. att.).

Šis rezultāts norāda uz korelatīvu abu faktoru saistību, tomēr rezultātu, iespējams, ir ietekmējušas tikai dažas no kopas atšķirīgas vērtības.

Divi punkti 5. attēlā ir krasi atšķirīgi no kopas. Tie raksturo Milānas *Malpensa* un Londonas *Stanstead* lidostas. Kā jau autore iepriekš minēja, šādi punkti var būtiski ietekmēt kopējos rezultātus un radīt šķietamas korelācijas klātbūtni. Lai no šāda efekta izvairītos, divi atšķirīgie punkti no tālākās analīzes tiek izslēgti. Korelācijas koeficients 31 lidostai ir 0,277.



5. attēls. Tirgus apjoma un pasažieru skaita korelācija 33 lidostām

Figure 5. Correlation between the market volume and the number of passengers in 33 airports

Nosakot korelācijas koeficientu pēc tabulām, ar varbūtību 0,95 tam atbilst kritiskā robeža 0,35. Empīriskā vērtība ir mazāka par aprēķināto, tāpēc jāsecina, ka ne vienmēr liels potenciālais tirgus apjoms nodrošina lielu pasažieru skaitu lidostā. Ar šo piemēru ir pierādīts arī apgalvojums, ka daži krasi atšķirīgi punkti var būtiski mainīt rezultātu.

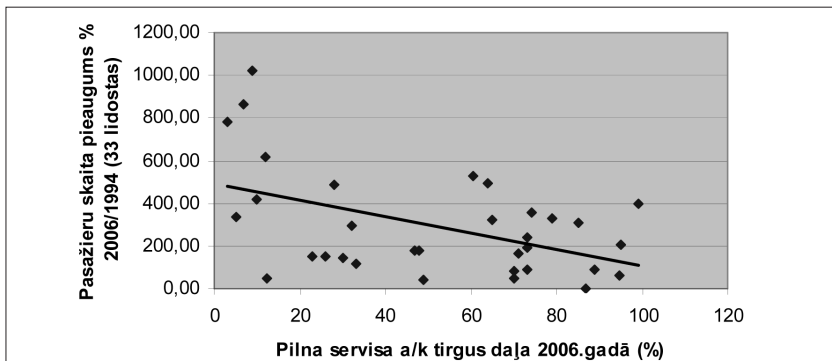
Aviosabiedrību tirgus daļa lidostā

Turpinot lidostu attīstības faktoru analīzi, autore aprēķinājusi iekšējo faktoru un pasažieru skaita pieauguma korelāciju. Plašākais iekšējais faktors ir aviosabiedrību tirgus daļa. Atsevišķi tiek aplūkots pilna servisa, zemo cenu un čartera aviosabiedrību, kā arī nacionālā pāravadātāja ietekme uz lidostu attīstību.

Vispirms autore analizē pilna servisa aviosabiedrību tirgus daļas 2006. gadā un pasažieru skaita pieauguma korelāciju. Autore uzskata, ka aviosabiedrību veidu kombinācija lidostā spēj ietekmēt pasažieru skaita pieaugumu ilgā laika periodā, tāpēc tiek aplūkots pasažieru skaita pieaugums 12 gadu periodā. Pilna servisa aviosabiedrību tirgus daļas un pasažieru skaita pieauguma korelācijas koeficients ir -0,4761. Visu kopas punktu izvietojums atspoguļots 6. attēlā.

Tabulētais korelācijas koeficients 31 brīvības pakāpei ir 0,34. Empīriskais rezultāts ir lielāks par aprēķināto, līdz ar to nulles hipotēzi noraida, un var uzskatīt, ka pilna servisa aviosabiedrību tirgus daļas lielums ietekmē pasažieru skaita

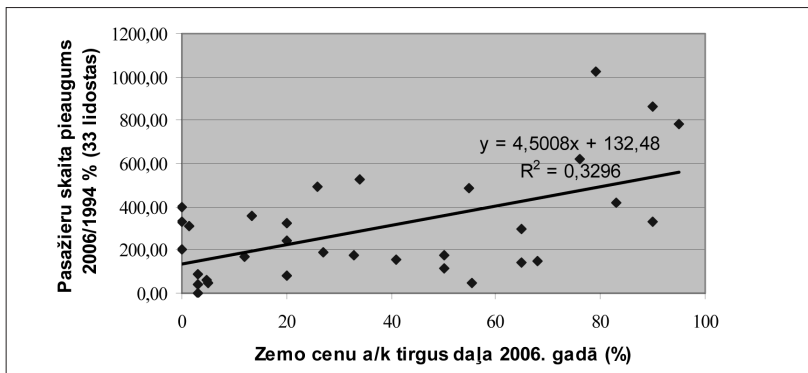
pieaugumu. Tikai šī ietekme ir negatīva – jo lielāka ir pilna servisa aviosabiedrību tirgus daļa lidostā, jo lēnāks ilgtermiņā ir pasažieru skaita pieaugums.



6. attēls. Pilna servisa aviosabiedrību tirgus daļas un pasažieru skaita pieauguma korelācija

Figure 6. Correlation between the market share of full service airlines and the increase of the number of passengers

Ja pilna servisa aviosabiedrību īpatsvars lidostā palēnina pasažieru skaita pieaugumu, tad likumsakarīga ir hipotēze, ka lielāka zemo cenu aviosabiedrību tirgus daļa rada lielāku pasažieru skaita pieaugumu. Pārbaudot šo hipotēzi 33 pētāmajās lidostās, tiek iegūts korelācijas koeficients 0,574 (7. att.).



7. attēls. Zemo cenu aviosabiedrību tirgus daļas un pasažieru skaita pieauguma korelācija

Figure 7. Correlation between the market share of low cost airlines and the increase of the number of passengers

Arī šo faktoru korelācijas koeficients pārsniedz pēc tabulām aprēķināto 0,34, un hipotēzi par zemo cenu aviosabiedrību pozitīvo ietekmi uz pasažieru skaita pieaugumu nevar noraidīt. Autore ir aprēķinājusi, ka gandrīz 33% pasažieru skaita pieauguma izskaidro zemo cenu aviosabiedrību klātbūtne tirgū. Uz to norāda determinācijas koeficients 0,3296. Regresijas vienādojums, savukārt, parāda, ka vienmēr būs pasažieru daļa, kas veiks aviācijas pārvadājumus, neraugoties uz lēto aviosabiedrību pārstāvēniecību lidostā, taču zemo cenu pārvadātāju tirgus

daļas palielināšanās par 1 % 12 gadu periodā izraisīs 4,5 % lielu pasažieru skaita pieaugumu. Salīdzinot aprēķinātos rezultātus ar reālo situāciju lidostās, šādi dati var tikt uzskatīti par pamatotiem.

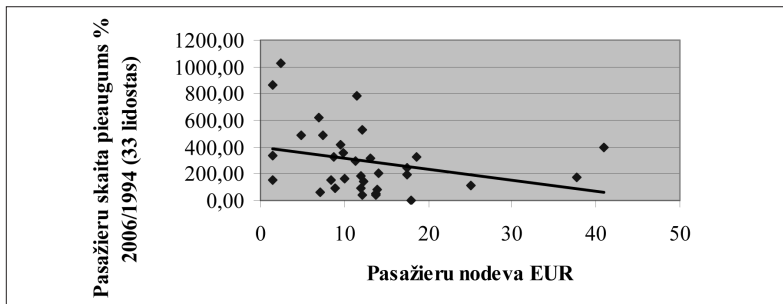
Zemo cenu aviosabiedrību pārstāvēniecībai lidostā ir pozitīva ietekme uz pasažieru skaita pieaugumu. Tomēr autores novērojumi liek domāt, ka īpaši izteikta šī ietekme ir pirmajos divos gados pēc darbības uzsākšanas. Lai statistiski pārbaudītu šo pieņēmumu, autore ir veikusi pasažieru skaita pieaugumu vidējo lielumu salīdzināšanu pirmajos divos zemo cenu darbības gados lidostā un pārējos gados. Pētījumā izmantoti dati par 30 lidostām, kurās aplūkotajā periodā darbību uzsākušas zemo cenu aviosabiedrības. Vidējais pasažieru skaita pieaugums desmit gadu periodā, izslēdzot divus zemo cenu aviokompāniju darbības uzsākšanas gadus, ir 9,22 %. Vidējais pasažieru skaita pieaugums divos pirmajos zemo cenu aviosabiedrību darbības gados ir 24,5 %. Vidējo lielumu salīdzināšanas rezultāts apstiprina autores apgalvojumu, ka straujāku pasažieru skaita pieaugumu izraisa pirmie divi zemo cenu aviosabiedrību darbības gadi lidostā.

Čartera aviosabiedrību un pasažieru skaita korelācijas koeficients ir $-0,306$, kas ir zemāks par aprēķināto $0,34$, tāpēc šī sakarība nav uzskatāma par statistiski nozīmīgu.

Līdzīgi arī nacionālās aviosabiedrības tirgus daļas lielumam nav būtiskas ietekmes uz pasažieru skaita pieaugumu, jo abu rādītāju korelācijas koeficients ir $0,2$.

Pasažieru nodevas

Viens no iekšējiem faktoriem, kas, pēc ekspertu vērtējuma, var ietekmēt pasažieru skaita palielināšanos, ir lidostas pakalpojumu cenas. Autore ir veikusi lidostas nodevu salīdzināšanu 33 pētījumā iekļautajās lidostās. Lidostas nodevas aviosabiedrība maksā par katru izlidojošo pasažieri, un tās tiek iekļautas aviobiļešu cenās. Dažkārt nodevas tiek piemērotas arī ielidojošajiem un tranzīta pasažieriem, taču autore veikusi izlidojošo pasažieru nodevu salīdzināšanu. Jo zemāka summa aviosabiedrībai ir jāmaksā lidostai par katru pasažieri, jo zemākas ir iespējamās aviobiļešu cenas, kas, savukārt, var izraisīt pasažieru skaita palielināšanos. 33 lidostu nodevu un pasažieru skaita pieauguma analīzē tiek iegūts korelācijas koeficients $-0,29$ (8. att.).



8. attēls. Pasažieru nodevas un pasažieru skaita pieauguma korelācija 33 lidostām

Figure 8. Correlation between the passenger tax and the increase of the number of passengers in 33 airports

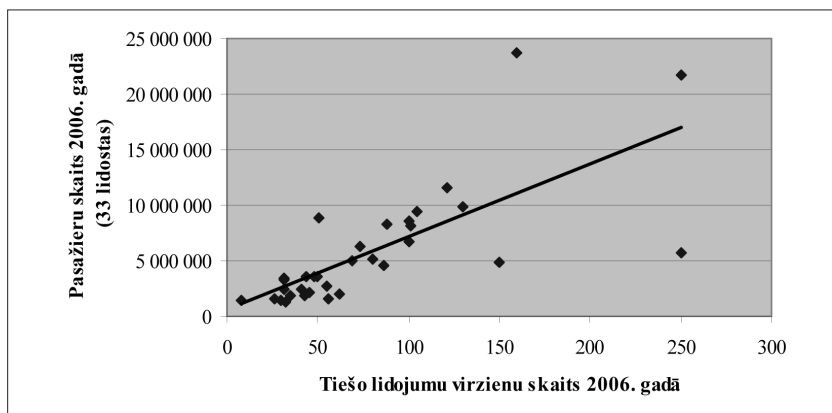
Divi no 8. attēlā redzamajiem punktiem ir atšķirīgi no pārējās kopas. Tie raksturo Londonas *City* un Edinburgas lidostas un no tālākas analīzes tiek izslēgti. 31 lidostu raksturo korelācijas koeficients – 0,49.

Pēc tabulām aprēķinātais korelācijas koeficients 29 brīvības pakāpēm ir 0,35. Tā kā empīrisko pētījumu ceļā iegūtais koeficients 0,49 ir krietni augstāks par aprēķināto, var apgalvot, ka zemāka lidostas nodeva veicina straujāku pasažieru skaita pieaugumu. Arī šajā gadījumā rezultātus būtiski ietekmē atšķirīgo vērtību iekļaušana vai izslēgšana no pētāmās kopas.

Pasažieru nodevas ir cieši saistītas ar iepriekš analizēto zemo cenu aviosabiedrību darbību. Lētās aviosabiedrības arī lidostās vēlas saņemt lētus pakalpojumus, tāpēc darbību neuzsāk, pirms tām tiek piedāvāta zema cena.

Lidojumu virzienu skaits

Pēdējais analizētais iekšējais faktors ir lidojumu virzienu skaits. Autore izvirza šādu hipotēzi: jo lielāks ir piedāvātais tiešo lidojumu virzienu skaits, jo lielāks ir pasažieru skaits lidostā. Šī hipotēze atbilst mārketinga modelim: lielāka piedāvājuma apstākļos palielinās arī pieprasījums. Pētāmajās lidostās autore salīdzinājusi pasažieru skaitu un tiešo lidojumu virzienu skaitu 2006. gadā. Tiek aprēķināts korelācijas koeficients 0,727 (9. att.).



9. attēls. Tiešo lidojumu virzienu un pasažieru skaita korelācija 33 lidostām

Figure 9. Correlation between direct flight destinations and the number of passengers in 33 airports

9. attēls atklāj trīs no kopas atšķirīgus punktus, kurus tālākajā analīzē autore neiekļauj. 250 lidojumu virzienu īpašnieces – Milānas un Hannoveres lidostas, kā arī Londonas *Stanstead* lidosta ar 160 lidojumu virzieniem no tālākās aplūkošanas tiek izslēgtas. Tiek iegūts korelācijas koeficients 0,775.

Ar varbūtību 0,95 pēc tabulām atrastais korelācijas koeficients 28 brīvības pakāpēm ir 0,36. Pētījumu rezultātā iegūtais rādītājs ir augstāks, tāpēc hipotēzi par tiešo lidojumu virzienu skaitu un pasažieru skaita savstarpējo saistību nevar noraidīt.

Secinājumi

Lidostu attīstības faktoru statistiskā analīze autorei ļauj secināt, ka vislielākā ietekme uz pasažieru skaita pieaugumu lidostās ir šādiem faktoriem:

- 1) daļēji atkarīgais ārējais faktors – ierobežojumu atcelšana. Valstu pievienošanās ES un līgumam par atvērtajām debesīm ir izraisījusi strauju pasažieru skaita pieaugumu. Ierobežojumu atcelšana un brīvais tirgus veicina jaunu aviosabiedrību ienākšanu lidostās un lidojumu virzienu skaita palielināšanos. Dalība ES padarījusi jaunās dalībvalstis atpazīstamākas, uzticamākas un līdz ar to arī nodrošinājusi lielāku ceļotāju interesi par tām, kas atspoguļojas kā straujš pasažieru skaita pieaugums lidostās pirmos gadus pēc valstu pievienošanās ES un līgumam par atklātajām debesīm;
- 2) iekšējais faktors – aviosabiedrības lidostā. Pilna servisa un zemo cenu aviosabiedrību tirgus daļa lidostā ietekmē pasažieru skaita svārstības. Pirmā neveicina pieaugumu, turpretim lēto pāravadātāju parādīšanās tirgū izraisa strauju pasažieru skaita palielināšanos, īpaši pirmajos divos gados pēc darbības uzsākšanas. Tas ir izskaidrojams ar lēto pāravadātāju piedāvātajām zemajām lidojumu cenām, kas padara lidošanu pieejamāku plašākai sabiedrības daļai, kā arī rada ienākošā tūrisma papildu plūsmu valstī;
- 3) iekšējais faktors – pievilcīgas cenas. Jo zemākas ir lidostu nodevas, jo izdevīgāk aviosabiedrībām ir uzsākt lidojumus uz šo lidostu. Tas īpaši attiecas uz zemo cenu aviokompānijām, kuru darbības pamatā ir pēc iespējas zemākas izmaksas un līdz ar to iespējami zemāka aviobiļešu cena. Bet mūsdienu konkurences apstākļos arī pilna servisa aviosabiedrības ir spiestas veidot taupīgu budžetu, un zemākas lidostu nodevas, īpašas atlaides vai citāds atbalsts var būt iemesls darbības uzsākšanai vai turpināšanai kādā lidostā;
- 4) iekšējais faktors – lidojumu virzienu skaits. Cilvēki labprāt izvēlas nokļūt galamērķī pēc iespējas ērtāk un ātrāk, tāpēc piedāvātais tiešo lidojumu virzienu skaits ietekmē pasažieru skaitu lidostās. Jo vairāk lidojumu virzienu tiek piedāvāts, jo lielāks ir ceļotāju skaits lidostā. Šis faktors gan darbojas arī pretēji – jo vairāk lidostā ir pasažieru, jo vairāk lidojumu virzienu aviosabiedrības piedāvā.

Pētījuma rezultāti nesakrīt ar ekspertu vērtējumu, kur kā nozīmīgākie tika minēti ārējie attīstības faktori. Lidostas pamata pakalpojumu piedāvājums – lidojumu virzienu skaits, aviosabiedrību izvēle un cenas – ir svarīgākie faktori, kas veido lidostas konkurētspēju un nosaka pasažieru skaita pieauguma ātrumu. Tomēr lidosta kā valsts infrastruktūras elements ir cieši saistīta ar kopējo valsts attīstību un dažādu institūciju sadarbību, tāpēc ilgtspējīga un veiksmīga attīstība var notikt labvēlīgas visu modeļi iekļauto faktoru ietekmes rezultātā.

LITERATŪRA

1. Airport Turnaround, Development & Management. Pieejams: <http://www.atlanticbridgeaviation.com/development.htm>

2. Blueprint for Success. *Airlines International*. IATA, Issue 05, December/January 2006/2007.
3. Chernochova, H. Where East Meets West. *International Airport Review*, 2006.
4. Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., Aiken, L. S. Applied Multiple Regression. *Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*, 3rd ed., 2003. Pieejams: <http://books.google.com>
5. Europe's airport leaders consider positive contribution of privatisation for future shape of the industry. *ACI*, June 2006. Pieejams: www.aci-europe.org
6. *King County International Airport Master Plan*. August 2001. Pieejams: http://www.metrokc.gov/airport/plan/masterplan_section_D.pdf
7. Knippenberger, U. *The hard factor: towards an integrated regional policy for airport development at Rhine-Main Airport, Frankfurt*. February 2006. Pieejams: http://www.planum.net/plenum/docs/articles/C/Knippenberger_fulltext.pdf
8. Mahon, A. Drawing Back the Iron Curtain. *Airlines International*, IATA. Issue 07, April-May 2007.
9. Rummel, R. J. *Understanding Correlation*. Pieejams: <http://www.mega.nu/ampp/rummel/uc.htm>

Summary

Due to the growing living standards and changing aviation market, the number of air travelers is steadily growing in the world. It forces airports to develop all the time. Some of them become airport cities with a wide supply of different services. The airport development depends on several external and internal factors. With the help of an expert survey and market research, the author of the article has determined the airport development factors. An interconnection model of the airport development factors is devised as a result of the research. With the help of statistical methods, the most important factors are detected. From the 12 analyzed factors only four are significant.

Keywords: development, factor, correlation, airport, passenger, connection model.

Knowledge-Based Society and Its Influence on Labour Market Development in Latvia

Uz zināšanām balstīta sabiedrība un tās ietekme uz darba tirgus attīstību Latvijā

Ieva Brence

University of Latvia
Aspazijas 5, Rīga, LV-1050
E-mail: *Ieva.Brence@lu.lv*

Labour markets have attracted increased attention regarding public policy issues and in research for a considerable time period. Nowadays their analysis is of special importance, taking into account the changing global environment – the development of knowledge society and the strategic goal set by the European Commission at the Lisbon European Council in March 2000 to become the most competitive and dynamic knowledge-based economy in the world by 2010, capable of sustainable economic growth with more and better jobs and greater social cohesion.

The aim of the paper is to analyse the characteristics of the conditions of knowledge society and their influence on the labour market, and to determine knowledge society development opportunities in Latvia.

Books, state planning documents, and internet resources form the basis for the theoretical research.

Keywords: knowledge society, labour market development, human resources.

1 Knowledge-Based Society Development. Changes in the Labour Market

For the last two hundred years, neo-classical economics has recognised only two factors of production: labour and capital. However, more and more often we hear that information and knowledge are replacing capital and energy as the primary wealth-creating assets, just as the latter two replaced land and labour 200 years ago. In addition, technological developments in the 20th century have transformed the majority of wealth-creating work from physical into knowledge-based work. Technology and knowledge are now the key factors of production [17].

Referring to the European Commission, the author distinguishes between two definitions – “Information Society”, a society in which low-cost information and information and communication technologies (ICT) are in general use, and “Knowledge(-based) Society” that stresses the fact that the most valuable asset is investment in intangible, human, and social capital and that the key factors are knowledge and creativity [18].

Nobody expected the fast changing environment even some years ago. It is proven by just a few examples [19]:

- “Everything that can be invented has been invented” (Charles H. Duell, Commissioner, U.S. Office of Patents, 1899);
- “I think there is a world market for maybe five computers” (Thomas Watson, Chairman of IBM, 1943);
- “Computers in the future may weigh no more than 1.5 tons” (Popular Mechanics, forecasting the relentless march of science, 1949);
- “There is no reason anyone would want a computer in their home” (Ken Olson, President, Chairman and founder of Digital Equipment Corp., 1977).

Even these few sentences reflect the fast changing environment and allow us to understand how unpredictable the future is.

We cannot be sure how the world will look like in 20 years. However, we can be certain that currently the world is moving towards knowledge-based society – society where knowledge, skills, information, and information technologies are of utmost importance. It drives us to changes – especially concerning human resources and labour market.

The concept of a knowledge society is not new. In 1945, F. A. Hayek wrote an article on “The Use of Knowledge in Society” [5], which dealt with the importance of knowledge.

In 1957, Peter Drucker, who for many is perhaps the father of the knowledge society, wrote: “productive work in today’s society and economy is work that applies vision and concepts – work that is based on the mind rather than the hand” [19].

The EU orientation towards information society begun with the document adopted in 1993 “Growth, Competitiveness and Employment: Challenges and Solutions for the XXI Century”. The document indicates the necessity to unify efforts of the public and private sector, to promote the use of information technologies and training on the use of new information technologies, to ensure quality telecommunication solutions available for all. Besides, the necessity for transparency and effectiveness in the public sector is emphasized in the document [12, 72].

Knowledge society brings new challenges to a country’s development. Let us mention just a few examples, related to changes in the labour market in terms of the conditions of knowledge society.

- In most developed countries, such as that of the EU, the greatest contributions to value-added and to GDP growth are no longer from land or capital or plant and equipment, or homogeneous, undifferentiated labour, but from knowledge, from the advanced human capital of the sort that knowledge workers possess [7, 1]. ICT were a major source of productivity growth during the 1990s in many developed countries. The diffusion of ICT has been argued to permanently change the rate of sustainable economic growth, and they have frequently been described as core technologies of the emerging knowledge-based economy [19]. It means that countries not rich in natural resources can still achieve considerable growth based on human

resources only. Kofi Annan has reflected the fact in one of his speeches: access to money is unevenly distributed in the world, but brains and ideas are more homogeneously distributed.

- Knowledge society influences labour market development. This new society presents great opportunities: it can mean new employment possibilities, more fulfilling jobs, new tools for education and training, easier access to public services, increased inclusion of disadvantaged people or regions [18].
- Knowledge society affects individuals and the way in which individuals work and live. People need particular skills to work effectively, the workplace and other structures need to be properly organised to take the greatest advantage of knowledge society [15, 1].
- The evidence from the OECD shows that the share of knowledge work in total employment has been growing since the mid-1990s at a more rapid rate than all other categories of employment. Indeed, in the OECD area for which data are available, the number of knowledge workers rose by 5.5 million between 1992 and 1999 – a full 30 percent of employment growth. Evidence also shows that, for the US at least, the wages of knowledge workers are higher than in other categories of work – and increasing more rapidly than those of other occupations [7, 1].
- The major driver of knowledge economy is not just education, but technology – the diffusion and use of information and communication technologies in particular. ICT greatly enable the growth of knowledge work. Knowledge society not only requires a facility to use ICT but also adaptation to new developments. Lifelong learning is essential. It is no doubt important that schools and universities provide a sound basis for everyone, but the companies providing employment increasingly need to devote an important part of their resources to ensure that employees are able to work with recent technological or organisational developments. This investment is today just as necessary as physical equipment [14, 3].
- Globalization – markets and products are more global. Products by Nike and Virgin are known the world over. Today, even resourcing is becoming global [19].
- Information/knowledge intensity – efficient production relies on information and know-how; over 70 percent of workers in developed economies are information workers; many factory workers use their heads more than their hands [19].
- In a technology-driven knowledge economy, some negative consequences can be anticipated. One of these might be called “time compression”. The ubiquity of information, the ubiquity of competition, and the mental effort required to develop knowledge products is beginning to put pressure on us, and this, in turn, is showing up in higher levels of stress. The European Foundation finds that Europeans who say they were working at higher speed were 48% of those surveyed in 1990, and 56% in 2000. Those who say they were working to ever tighter deadlines numbered 50% in 1990 and 60% in 2000. These are signs of challenges to the quality of work that are

worrisome [18] and the trend is supposed to be continuing in 2010 when the new survey will be carried out.

- At the same time, it should be noted that already over 10 million people in Europe benefit from the flexibility in time and place of “e-work”. This could increase to 30 million by 2010 [18].

Therefore, it pays to devote more to education and training and increase investments in human capital that will give return in future. The next chapters reflect on how these actions are implemented in the EU and Latvia.

2 Knowledge Society Development in the EU. Influence on the Labour Market

Knowledge society influences labour market development and institutional frameworks both in the EU and Latvia.

The institutional framework of the EU labour markets is already being reshaped in order to combine employability and adaptability with the basic conditions of security and citizenship. Labour market services are more focused on active employment policies, social protection systems – on activating social inclusion policies, and industrial relations and the social dialogue – on negotiating new trade-offs between flexibility and security. The reshaping should continue and be reinforced to ensure knowledge society improves the situation for everyone [14, 5].

The evolving knowledge economy has important implications for policy makers of local, regional, and national government as well as international agencies and institutions, e.g. [18]:

- traditional measures of economic success must be supplemented by new ones;
- economic development policy should focus not on “jobs created” but rather on infrastructure for sustainable “knowledge enhancement” that acts as a magnet for knowledge-based companies;
- regulations and taxation should be developed for information and knowledge trading at the international level, looking to future knowledge-based industries rather than traditional industries;
- market development should be stimulated through new forms of collaboration.

Besides, the European Commission considers the Internet and communication to be the major necessity to ensure working quality and effective living conditions and thus promote knowledge society.

The European Union’s e-Europe scheme is based on the premise that the Internet is essential to future economic growth, job creation and improvements in the quality of life – not only in Europe but across the globe [9, 7]. Already in November 1999, the European Commission put forward its “e-Europe” initiative precisely to manage this transition, both within the Union and in the candidate countries of Central and Eastern Europe. e-Europe aims to ensure that everyone in the European Union – every citizen, every school, every company, every administration – has access to

the new information and communication technologies and exploits them as fully as possible. That means, for example, using the Internet for a host of everyday activities, services, and products, such as education, government, health, culture, and entertainment [9, 3].

To set **policy goals regarding information society**, the European Commission has adopted the i2010 initiative, where it outlines three policy priorities [18]:

- to create an open and competitive single market for information society and media services within the EU. To support technological convergence with “policy convergence”, the Commission proposed: an efficient spectrum management policy in Europe (2005); modernisation of the rules on audiovisual media services (end of 2005); updating of the regulatory framework for electronic communications (2006); a strategy for a secure information society (2006); and a comprehensive approach for effective and interoperable digital rights management (2006/2007);
- to increase EU investment in research on information and communication technologies by 80%. Europe lags behind in ICT research, investing only € 80 per head as compared to € 350 in Japan and € 400 in the US. i2010 identifies steps to put more into ICT research and get more out of it, e.g. by trans-European demonstrator projects to test out promising research results and by better integrating small and medium sized enterprises in EU research projects;
- to promote an inclusive European information society. To close the gap between the information society’s “haves and have nots”, the Commission proposed: an Action Plan on the e-Government for citizen-centred services (2006); three “quality of life” ICT flagship initiatives (technologies for an ageing society, intelligent vehicles that are smarter, safer, and cleaner, and digital libraries making multimedia and multilingual European culture available to all) (2007); and actions to overcome the geographic and social “digital divide”, culminating in a European Initiative on e-Inclusion (2008).

The afore-mentioned examples lead to an obvious conclusion that human capital currently is considered to be the most important factor in the European Union. Therefore, much more attention should be devoted to learning and education – both education at schools and universities and life-long learning, provided not only by educational establishments but firms and organizations as well.

To promote knowledge and life-long learning, EU funds and other international donor resources are devoted.

The EU Structural Funds and especially the European Social Fund (ESF) finance a considerable number of measures and projects to enhance human capital. However, it should be noted that the ESF is not the only measure for promotion of the capacity of human resources. There are a number of other programs giving significant contribution – e.g. the European R&D Framework Programme, the Regional and Cohesion Funds, and the national resources as well.

The coming years will show how the funds will promote knowledge-based society development.

Regardless of the measures introduced, knowledge society and overall economic development in the EU is much poorer than in the USA, Japan, and even Australia. Statistical data reflect serious stagnation in several sectors; moreover – the gap is increasing year by year.

3 Knowledge Society Development in Latvia. Influence on the Labour Market

Latvia's economic development has achieved increase in the previous years (12.2 % of GDP in 2006, 10.3 % of GDP in 2007). Nevertheless, economic slowdown started in 2008; hence, the knowledge society development is of even bigger importance in Latvia – only people having competitive skills and knowledge will be able to survive in the globalised market.

Besides, it still cannot be reported that Latvia fulfils the knowledge society requirements.

According to the Lisbon Strategy, Latvia stressed the following objectives of special importance for 2005 [17]:

- activities related to knowledge-society development (promotion of scientific personnel mobility, investments in research and development, promotion of public-private partnership, creation of risk foundation);
- increase of financing for education and development of an appropriate education system (general and life-long learning);
- improvement of the commercial environment;
- improvement of labour force quality;
- decrease of poverty and social exclusion;
- necessity to link the Lisbon Strategy to Financial Perspective 2007–2013;
- improvement of the health system.

The objectives are of importance also today; however, frequently the documents have not been implemented into practice due to lack of financing.

In the National Development Plan (the main middle-term planning document of Latvia), the strategic goal has been set and the priorities related to the development of knowledge-based economy are stated. The priorities are oriented towards educated and creative personality, technological excellence of entrepreneurs, as well as the development of science and research.

Knowledge society requires highly qualified labour force able to deal with state-of-the-art technical developments, to use ICT, to be ready for innovations, be fluent in at least one of foreign languages but Russian, to be ready to adjust to conditions of flexible working time.

However, analyses of the situation with the Latvia's labour force often conclude that there are many risk groups in Latvia's labour market that find it difficult to fulfil the labour market requirements.

Knowledge society has been defined as one of the main objectives of the government, therefore a number of factors can be mentioned concerning Latvia's

involvement in conditions of knowledge-based society and the opportunities to increase knowledge-based society. Taking into account the limited space, only a limited amount of indicators are noted here.

- Knowledge society was determined as one of the perspectives both for the Structural Funds programming period (2004–2006) and in Financial Perspectives (2007–2013). Latvia has elaborated and adopted a number of state planning documents regulating development of knowledge-based society and increase in human resources capacity. However, lack of sufficient resources delay the implementation in practice.
- Latvia has successfully begun to use the European Union Structural Funds, including resources allocated for human capacity development.
- Other resources are also available in Latvia for promoting development of knowledge-based society; e.g., the UNESCO Medium-Term Strategy in Science sets forth three strategic objectives: (1) promoting principles and ethical norms to guide scientific and technological development and social transformation; (2) improving human security by better management of the environment and social change; (3) enhancing scientific, technical, and human capacity to participate in the emerging knowledge societies [22].
- By the number of students Latvia is in one of the first places in the world, comparing the number of students per 10 000 inhabitants (563 in the 2007/2008 academic year). Nevertheless, more than half of 130 000 students are studying social sciences. Besides, most of the students study in bachelor's programs. The number of students in master's and PhD programs is one of the lowest in the world [20].
- The number of computers and the Internet users is increasing year by year. According to the data of the Central Statistical Bureau of Latvia, 54.5% of inhabitants used computers and 52.2% used the Internet daily in 2007 compared to 36.4% and 27.3% in 2004, respectively [20].
- Total innovation expenditure of enterprises in the manufacturing sector has decreased from LVL 63.05 mill. in 2003 to LVL 48.76 mill. in 2006, in the services sector a decrease from LVL 36.56 mill. in 2003 to LVL 34.21 mill. in 2006 is reported [20].
- Ratio of turnover to the number of employees in innovative enterprises by kind of activity has decreased from 41.7% in 2003 to 31.6% in 2006 in the manufacturing sector and from 46.7% in 2003 to 45.0% in 2006 in the services sector [20].
- State planning documents also identify the problem of lack of understanding of the role of innovations in entrepreneurship, the low amount of private investments in research and development, the unsatisfactory cooperation among research, education, and production sectors, etc [1; 2; 3; 4].
- Since 1999, Latvia is a member of the World Trade Organisation, which allows to ensure more liberal trade regimes with the organisation's member states. According to statistics, although Latvia's export is increasing year by year – LVL 4.04 mill. in 2007 compared to LVL 2.150 mill. in 2004, import

of goods has increased to even bigger extent – LVL 7.782 mill. in 2007 compared to LVL 3.805 mill. in 2004. Thus, the trade balance of Latvia is still negative [20].

- The number of people that have finished life-long learning courses, although increasing year by year, is still comparatively low. The numbers of adults that have finished one of the courses have increased from 211 thousand in 1999 to 266 thousand in 2004 and to 394 thousand in 2007.
- The main factors hindering more efficient development of Latvia is the low productivity of the workforce sometimes remedied by longer working hours, thus influencing the private lives of the people. However, considering the competition level and the increase in globalization, Latvia should put serious efforts into increasing the human capacity [20].

The overall conclusion to be drawn is that Latvia is on its way towards knowledge society; however, there are still many obstacles towards its full implementation.

Despite increased investments in human capacity development, there are many people in Latvia who do not fulfil the minimum labour market requirements, and need much input into increasing their competitiveness in the labour market.

Conclusions

- 1) Knowledge society can be characterised as a comparatively new yet widely expanding phenomenon. Knowledge society can promote a country's development even if the country is not rich in natural resources – a factor considered to be the main wealth factor for many centuries. In the conditions of knowledge society, people and human resources form the main growth component.
- 2) The main factors considered to characterise knowledge society are globalisation, information/knowledge intensity, networking and connectivity; however, there are many more aspects that characterise knowledge society – a more educated and flexible workforce, more flexible working time, innovations, and more efficient solutions at company level.
- 3) The EU started to orientate towards knowledge society more than 10 years ago. Currently knowledge society forms the basis of planning documents both in the EU and its Member States.
- 4) A significant amount of the EU funds and other international donor resources are allocated to human capacity building and promotion of knowledge society. Nevertheless, the EU should make serious efforts to win the competition with the USA, Japan, and Australia in terms of knowledge society development.
- 5) In recent years, growth in labour market indicators can be observed in Latvia. Knowledge society development can also be observed in Latvia. Allocation of financing for improvement of the situation with knowledge society can be mentioned as a positive factor. Nevertheless, there are still many factors hindering it – the low number of students of technology, the negative trade balance, the low productivity of Latvia's labour force. Thus, Latvia should put efforts into increasing human resources capacity and, consequently, development of knowledge society.

- 6) Knowledge society development requires investments in human capacity development, e.g. involvement of more people in life-long education courses, increase of PhD students, increase of people using the Internet daily, overall, increase of the productivity of workers.

REFERENCES

1. Konkurētspējas un inovācijas ietvara programma 2007.–2013. gadam (spēkā kopš 2006. gada 29. novembra).
2. LR Ekonomikas ministrijas Komercedarbības konkurētspējas un inovācijas veicināšanas programma 2007.–2013. gadam (apstiprināta 2007. gada 26. jūnijā Ministru kabineta sēdē).
3. Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007.–2013. gadam (apstiprināts ar Ministru kabineta 2006. gada 4. jūlija noteikumiem Nr. 564 "Noteikumi par Latvijas Nacionālo attīstības plānu 2007.–2013. gadam").
4. Latvijas Nacionālā Lisabonas programma 2005.–2008. gadam (apstiprināta ar Ministru kabineta 2005. gada 19. oktobra rīkojumu Nr. 684).
5. *American Economic Review* XXXV, No. 4, September 1945, pp. 519–530.
6. Boļšakovs, S. *Inovatīvā darbība Latvijā*. Rīga : Jumava, 2008, 323 lpp.
7. Buttler, F. Remarks at the Conference "Social and Human Capital in the Knowledge Society: Policy Implications", Brussels, 28–29 October 2002.
8. David, P. A., Foray, D. *Economic Fundamentals of the Knowledge Society*. Oxford, 2001. <http://www-econ.stanford.edu/faculty/workp/swp02003.pdf>.
9. European Commission Directorate General Press and Communication. Towards a knowledge-based Europe. The European Union and the information society. European Commission: Brussels, October, 2002, 18 p.
10. Hollister, R., Goldstein, M. *Reforming Labor Markets in the East*. San Francisco, California: An International Center for Economic Growth Publications, 1994, 136 p.
11. *Labor, Employment, and Social Policies in the EU Enlargement Process. Changing Perspectives and Policy Options*. Edited by Funck B., Pizzati L. Washington D.C. : The World Bank, 2002, 406 p.
12. Latvia: Human Development Report, 1999. Rīga : UNDP, 1999, 131 p.
13. Salamon, M. *Industrial Relations. Theory and Practice* (3rd edition). London, New York : Prentice Hall, 1998, 589 p.
14. Some implications of human and social capital building in the knowledge society for employment and social inclusion policies. Brussels, EMPL/G3/LPW/RS/mb-D(02)73090, Conference Proceedings; Brussels, 28–29 October 2002.
15. Tuomi, I. The Future of Knowledge Management. Speech at the Conference "Social and Human Capital in the Knowledge Society: Policy Implications", Brussels, 28–29 October 2002.
16. Par Lisabonas stratēģiju – augsta līmeņa darba grupas ziņojumu. Pozīcija Nr. 2; Eiropas lietu birojs, 14.12.2004. 12 lpp.
17. Employment and Social Affairs. Knowledge Society Homepage, http://europa.eu.int/comm/employment_social/knowledge_society/index_en.htm (September 16 2008).

18. Commission launches five-year strategy to boost the digital economy. Press release, Brussels, 1 June 2005, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/i2010/docs/launch/i2010_press_release_en.doc (September 16 2008).
19. Available: <http://www.quotationspage.com/weblog/2005-08-26-239> (September 16 2008).
20. Available: <http://data.csb.lv> (September 16 2008).
21. Available: www.latvija-eiropa.gov.lv/doc/eib_jaun/ (September 16 2008).
22. Available: www.unesco.lv/eng/index/programmes/science.html (September 16 2008).

Kopsavilkums

Raksta mērķis ir izpētīt raksturīgākās uz zināšanām balstītas sabiedrības pazīmes un to ietekmi uz darba tirgus attīstību, kā arī noteikt šādas sabiedrības attīstības iespējas Latvijā.

Uz zināšanām balstītas sabiedrības izpēti ir jo īpaši svarīga, ņemot vērā 2000. gada Lisabonas samitā noteikto mērķi – līdz 2010. gadam Eiropas Savienībai kļūt par konkurētspējīgāko, dinamiskāko, uz zināšanām balstīto ekonomiku pasaulē, nodrošinot ilgtspējīgu ekonomisko attīstību, vairāk un labākas darba vietas, kā arī lielāku sociālo vienlīdzību.

Mērķa sasniegšanai noteikti šādi uzdevumi:

- *izpētīt uz zināšanām balstītas sabiedrības definīciju;*
- *noteikt uz zināšanām balstītas sabiedrības faktoru ietekmi uz darba tirgus attīstību;*
- *analizēt faktoros, kas ietekmē uz zināšanām balstītas sabiedrības attīstību Latvijā.*

Rakstā tiek secināts, ka uz zināšanām balstīta sabiedrība sastāv no vairākiem faktoriem, ne tikai informācijas un komunikācijas tehnoloģijām. Kaut gan Latvijā ir panākta virzība uz zināšanām balstītas sabiedrības nosacījumiem, joprojām būtu uzlabojama virkne rādītāju. Turklāt uz zināšanām balstītas sabiedrības ienākšana Latvijā varētu saasināt darba tirgus perspektīvas virknei Latvijas iedzīvotāju.

Atslēgvārdi: *zināšanu sabiedrība, darba tirgus attīstība, cilvēkresursi.*

Konkurētspējas potenciāla novērtējums Latvijas pārtikas uzņēmumos

The assessment of the potential for competitive advantage in Food Manufacturers of Latvia

Ilze Lapa

LU doktorante

SIA Unilever Baltic

Baznīcas iela 20/22, Rīga, LV-1010

E-pasts: ilze.lapa@unilever.com, tālr.67813470

Zināšanu ekonomikas apstākļos par nozīmīgu uzņēmuma resursu un konkurētspējas priekšrocības veidošanas avotu kļūst zināšanas, kas rada priekšnosacījumus zināšanās balstītas konkurētspējas koncepcijai. Mainoties tradicionālajam pārtikas ražošanas attīstības virzienam un pieaugot inovāciju un tehnoloģiju nozīmei uzņēmumu darbībā, arī pārtikas nozare transformējas no vēsturiskas apstrādes nozares par zināšanās balstītu nozari, tāpēc Latvijas pārtikas uzņēmumiem būtu jāpārskata pašreizējie konkurētspēju veidojošie faktori un to atbilstība mūsdienu konkurences videi. Raksta mērķis ir noteikt, vai Latvijas pārtikas uzņēmumos pastāv zināšanās balstītas konkurētspējas potenciāls, un piedāvāt iespējamus risinājumus konkurētspējas saglabāšanai un paaugstināšanai. Analīzei izmantoti autores Latvijas pārtikas uzņēmumos veiktās aptaujas dati.

Atslēgvārdi: zināšanās balstīta ekonomika, zināšanās balstīta konkurētspēja, pārtikas nozare, zināšanas, Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumi

Ievads

Uzņēmumu konkurētspēja un tās veidošana ir nozīmīgs vadībbzinātnes aspekts. Lai uzņēmumi varētu sekmīgi pastāvēt un veicināt savu attīstību, būtisks jautājums ir uzņēmumu konkurētspēja un to veidojošie faktori. Mainoties valsts ekonomiskajam stāvoklim un konkurences videi, veidojas jauni nosacījumi, kā uzņēmumiem sekmēt savu konkurētspēju saskaņā ar notiekošajām izmaiņām.

Mūsdienās uzņēmumu konkurētspējas galvenais virzītājspēks ir pieaugošā tehnoloģiju un inovāciju attīstība, kas nosaka arvien lielāku vajadzību pēc informācijas un zināšanām ekonomiskās sniegtspējas paaugstināšanā. Pasaulē veidojoties jaunam, augstāk organizētam sabiedrības tipam – informācijas sabiedrībai –, notiek pakāpeniska pāreja uz zināšanās balstītu sabiedrības organizācijas un ekonomikas modeli (17). Pāreju uz zināšanās balstītu ekonomiku ir veicinājuši gan globalizācijas ietekme uz ekonomiskajām darbībām, gan informācijas un zināšanu intensitāte ekonomiskajās darbībās. Ekonomikas deregulācija, globālo komunikāciju un tirdzniecības tarifu samazināšana veicinājušas relatīvi atvērtas ekonomiskās telpas izveidi, savukārt datu uzglabāšanas, lietošanas un pārraidīšanas iespējas zemās

izmaksas ir veicinājušas informācijas, zināšanu un tehnoloģiju lietošanu dažādos ekonomikas aspektos un palielinājis zināšanu izmantošanu (7, 2).

Vajadzība pēc arvien jaunām inovācijām, un tāpat arī pēc zināšanām, iezīmējusi jaunu – *zināšanās balstītu* – ekonomikas posmu (1, 253). Pāreja uz zināšanās balstītu ekonomiku ir mainījusi faktorus, kuri ietekmē uzņēmumu konkurētspēju. Atšķirībā no agrārās un industriālās ekonomikas posma, kad uzņēmumu konkurētspēju ietekmēja iespēja kontrolēt ražošanas faktorus, jaunās ekonomikas apstākļos uzņēmumu konkurētspēju ietekmēs pavisam citi faktori. Tradicionālie konkurētspēju veidojošie faktori joprojām ir aktuāli, tomēr tie vairs nenodrošina tikai konkurētspējīgo priekšrocību, bet kļūst par uzņēmuma saglabāšanas priekšnoteikumu. Konkurētspēju grūti sasniegt tikai kādā atsevišķā veidā – ar kvalitāti, efektivitāti, inovācijām vai pircēju vēlmju apmierināšanu, jo sasniegtie standarti ātri tiek imitēti un atdarināti no konkurentu puses. Arvien lielāka nozīme ir uzņēmuma nemateriālajiem resursiem (uzņēmuma kultūrai, tehnoloģiskām kompetencēm, attiecībām ar piegādātājiem), savukārt materiālie resursi (piemēram, iekārtas, ēkas, kapitāls) nepieciešami uzņēmuma funkcionēšanas nodrošināšanai (14, 17).

Lai uzņēmumi saglabātu un palielinātu savu konkurētspēju, tiem būtu sava darbība jāveido tā, lai veicinātu tādu faktoru esamību, kas sekmē uzņēmumu konkurētspējas veidošanu mūsdienu ekonomikas apstākļos.

1. Zināšanās balstītas konkurētspējas koncepcija

Tieši pieaugošā inovatīvās darbības nozīme un intelektuālo resursu izmantošana pievienotās vērtības veidošanā iezīmē pāreju no industriālās ekonomikas posma uz “zināšanās balstītu ekonomiku” (4, 253). Pieaugot nemateriālo resursu lomai konkurētspējas veidošanā, ieguldījumi nemateriālajos resursos kļūst nozīmīgāki nekā tradicionālās investīcijas. Arvien lielāka nozīme tiek piešķirta investīcijām, kas palielina uzņēmuma zināšanu bāzi un attīsta darbinieku mācīšanās spējas (10, 13).

Analizējot situāciju aprakstus menedžmenta literatūrā, var secināt, ka uzņēmumos aktuāls kļūst zināšanu veidošanas un izmantošanas process. Veiksmīgi un efektīvi uzņēmumi sāk atzīt, ka to izaugsmes un veiksmes pamatā ir spējas, kas veicina zināšanu iegūšanu, radīšanu un lietošanu (15, 16). Pētījumos parādās viedoklis, ka uz zināšanām balstīta uzņēmuma darbība ir atšķirīga no citu, tradicionāli organizētu, uzņēmumu darbības un veicina konkurētspējīgu priekšrocību (15, 1). T. Devenports (*T. H. Davenport*) un L. Praseks (*L. Prusak*) norāda uz zināšanām kā uz uzņēmuma vērtību, kurai nepieciešamas nepārtrauktas investīcijas un atbalsts (5, 65). Uzsverot zināšanu nozīmi uzņēmējdarbības vidē, K. Prahalads (*C. K. Prahalad*) ir deklarējis, ka tieši zināšanas veidos nākotnes atšķirīgo prasmi (11, 18). P. Drakers (*P. Druker*) ir norādījis, ka zināšanas kļūs par galveno ekonomikas resursu un, pēc viņa domām, vienīgo konkurētspējīgās priekšrocības avotu (7, 271).

Šādas izmaiņas raksturo pāreju uz “zināšanu laikmetu” (5, 62) un uz zināšanām balstītu konkurētspēju. Iezīmējas jauna tendence konkurētspējīgās priekšrocības veidošanā: uzņēmuma kontrolē esošās zināšanas un uzņēmums, kas sistemātiski un nepārtraukti rada un izmanto zināšanas savas darbības attīstīšanā un konkurētspējas veidošanā. Jāatzīst, ka koncepcija par zināšanām kā uzņēmuma resursu un

konkurētspējas avotu radīs nozīmīgu ietekmi uz tradicionālo vadības pieeju un veicinās paradigmu maiņu konkurētspējas veidošanā.

Notiekot pārejai uz zināšanās balstītu ekonomiku, iezīmējas jauna tendence konkurētspējas un tās priekšrocības veidošanā: uzņēmums kontrolē esošās zināšanas un sistemātiski un nepārtraukti rada un izmanto zināšanas savas darbības attīstīšanā un konkurētspējas veidošanā (14, 64). Uzņēmumos pieaug nepieciešamība pēc intelektuālā darba darītājiem un instrumentiem, kas veicina to motivāciju un ražīgumu (10, 172). Uzņēmuma iekšējā vide, kas veicina no konkurējošiem uzņēmumiem atšķirīgu zināšanu iegūšanu, radīšanu un lietošanu kompetenču izveidošanai, sekmē zināšanās balstītas konkurētspējas priekšrocības veidošanu (12, 106).

Lai uzņēmums radītu zināšanās balstītu konkurētspējas priekšrocību, tam jānosaka, kādas zināšanas nepieciešamas prasmju veidošanai, lai panāktu no konkurējošiem uzņēmumiem atšķirīgu kompetenču izveidošanu. Pielietojot zināšanas, uzņēmums var no konkurentiem atšķirīgā veidā izmantot resursus un spējas un nodrošināt atšķirīgu kompetentu darbību, tādējādi gūstot konkurētspējīgo priekšrocību. Balstoties uz iepriekšējo diskusiju, autore iesaka šādu zināšanās balstītas konkurētspējas priekšrocības definīciju: “Zināšanās balstīta konkurētspējas priekšrocība ir uzņēmuma konkurētspējas pārkums, kas sasniegts, ar pieejamiem resursiem un spējām mērķtiecīgi izmantot zināšanas atšķirīgas kompetences izveidošanā.”

2. Latvijas pārtikas nozare un tās attīstības tendences

Pēc iestāšanās Eiropas Savienībā Latvijas pārtikas uzņēmumiem ne tikai ir parādījušās lielākas iespējas savu produkciju realizēt ES dalībvalstīs, bet arī citu valstu pārtikas ražotāji var izmantot vienotā tirgus priekšrocības (16). Latvijas pārtikas nozare galvenokārt nodrošina iekšējo tirgu ar pārtikas izstrādājumiem, taču pēc Latvijas tirgus atvēršanas pārtikas uzņēmumiem jākonkurē ne tikai ārējos tirgos, bet arī iekšzemē. Latvijas pārtikas nozare, pirmkārt un galvenokārt, nodrošina vietējos iedzīvotājus ar dažādiem pārtikas produktiem, tomēr nozare ir nozīmīga ne tikai no ekonomiskā, bet arī no sociālā aspekta: tā dod nozīmīgu ieguldījumu nacionālās identitātes saglabāšanas, nodarbinātības, inovāciju attīstības un iedzīvotāju veselības līmeņa nodrošināšanas aspektos, tāpēc tās uzņēmumu konkurētspējas saglabāšana un paaugstināšana ir valstiski un tautsaimnieciski nozīmīgs jautājums.

Pārtikas apstrādes nozare ir viena no lielākajām un nozīmīgākajām Latvijas apstrādes rūpniecības nozarēm, un tās attīstība ir tautsaimnieciski svarīgs jautājums: pārtikas nozare ir vadošā nozare apstrādes rūpniecības produkcijas izlaides struktūrā (2006. gadā tā veidoja 26,7% no visas apstrādes rūpniecības produkcijas izlaides apjoma), tā veido gandrīz piekto daļu no Latvijas apstrādes rūpniecības pievienotās vērtības (2007. gadā – 18,2% no visas apstrādes rūpniecības pievienotās vērtības apjoma), pārtikas nozare ieņem pirmo vietu pēc nodarbināto skaita (2007. gadā pārtikas nozarē bija nodarbināti 20,4% no visas apstrādes rūpniecības strādājošiem), tādējādi nodrošinot visvairāk darbavietu apstrādes rūpniecībā (1; 2; 3).

Tomēr 2007. gadā pārtikas nozares īpatsvars kopējā rūpniecības pievienotās vērtības struktūrā samazinājies par 7 procentpunktiem salīdzinājumā ar 2004. gadu (1). Tas liecina, ka pārtikas nozarē pastāv zināmas grūtības (pieaug ražošanas

izmaksas, samazinās izauguma tempi u. c.) un tā atšķirībā no citām apstrādes nozarēm (kokapstrāde, gumijas, ķīmijas rūpniecība) neizmanto visas attīstības iespējas. Arī citu statistikas datu analīze norāda uz pastāvošām grūtībām nozarē: samazinās nozares ražošanas apmēri, pazeminās fiziskās ražošanas apjoms, samazinās produkcijas noiets vietējā tirgū, samazinās pārtikas izstrādājumu ar augstu pievienoto vērtību apjoms, samazinās arī pārtikas nozares uzņēmumu skaits.

Latvijas pārtikas nozares īpatsvars kopējā ES pārtikas nozares struktūrā ir neliels, tāpēc tās kā ES dalībvalsts konkurētspēju ietekmē kopējā ES pārtikas nozares konkurētspēja, procesi un tendences gan ES, gan pasaules pārtikas ražošanas nozarē. Pēdējo gadu laikā pārtikas nozari pasaulē un Eiropas Savienībā ir ietekmējušas šādas attīstības tendences:

- pieprasījums pēc tradicionālo izejvielu aizvietošanai, ko veicinājis pasaulē pieaugošais pārtikas preču patēriņš (īpaši tādās straujas attīstības valstīs kā Ķīnā, Indijā);
- pircēju paradumu un pieprasījumu maiņa attiecībā uz pārtikas ērtumu un veselīgumu, kā arī ētisku nosacījumu ietekme (piemēram, dzīvnieku labturība), kas veicina izmaksu pieaugumu;
- tehnoloģiju attīstība, kas sekmē esošo izejmateriālu efektīvāku izmantošanu un jaunu materiālu izmantošanu (tai skaitā biotehnoloģiju lietošana, kas vēl ir strīdīgs jautājums ES);
- inovācijas, kas veicina produkcijas diferenciāciju (16, 25).

Nozarē notiekošie procesi un tendences veicinājušas jaunas paradigmas rašanos: pārtikas nozares kā tradicionālās pārtikas produktu ražotnes attīstību par zināšanās balstītu apstrādes nozari. Šīs pārmaiņas būtiski var ietekmēt Latvijas pārtikas uzņēmumu konkurētspēju, tāpēc ražotājiem būtu jāanalizē to norise un savlaicīgi jāveic pasākumi, lai savu darbību veidotu atbilstoši nozares attīstības tendencēm.

Tā kā Latvijas pārtikas nozare sastāv galvenokārt no mazajiem un vidējiem uzņēmumiem (95,6% no visiem pārtikas ražošanas uzņēmumiem ir mazie un vidējie uzņēmumi (MVU)), tas daļēji izskaidro relatīvi zemo inovāciju līmeni nozarē (17). Tiek uzskatīts, ka pārtikas uzņēmumi darbojas nobriedušā vidē ar zemu tehnoloģisko nodrošinājumu, kurā ir ierobežotas pētniecības un attīstības iespējas un mazs patentu skaits. Lai gan šādu uzskatu atbalsta objektīvi priekšnosacījumi, kas saistīti ar MVU strukturālām iespējām, tomēr var atšķirīgi traktēt šos priekšnosacījumus piemērošanai pārtikas nozares uzņēmumiem atbilstoši nozares īpatnībām un MVU atšķirībām (ierobežotā ražošanas apjoma dēļ spēja ātrāk un elastīgāk adaptēt jaunās tehnoloģijas un metodoloģijas, “zināšanām draudzīgas” vides izveide, tehnoloģiju pārņemšana, motivācija apvienoties kopīgu projektu izstrādē u. c.), tāpēc var secināt, ka pretēji vispārpieņemtam apgalvojumam pārtikas nozarē nepastāv ierobežojumi inovāciju potenciālam tās uzņēmumu struktūras dēļ. MVU nodrošina 50,8% no Latvijas pārtikas nozares apgrozījuma (17), tāpēc nozares izaugsme būs atkarīga tieši no šo uzņēmumu spējas attīstīt savu darbību un saglabāt konkurētspēju atbilstoši nozares attīstības jaunā (zināšanās balstītā) virziena nosacījumiem.

Pārtikas nozares uzņēmumu nozīmīgums Latvijas ekonomikā ir daudz lielāks, nekā to ekonomiskie rādītāji, jo sektors ir svarīgs nodarbinātības un kulturālās

identitātes elements. Vienlaicīgi pārtikas nozares uzņēmumu inovatīvai darbībai ir ievērojams un konkrēts devums Latvijas sociālekonomisko problēmu risināšanā un sabiedrības dzīves kvalitātes uzlabošanā: sektora konkurētspējas veicināšana, nodarbinātības sekmēšana, produkcijas ietekme uz iedzīvotāju veselības un izdevumu līmeni. Vērtējot pēc tradicionālas pieejas, pārtikas uzņēmumu inovāciju potenciāls netiek pietiekami novērtēts, un tas var novest pie kopējās pārtikas nozares inovatīvās darbības kapacitātes nepareizas interpretācijas. Maldīgi spriedumi var sekmēt kļūdainu politisku lēmumu pieņemšanu inovāciju atbalsta prioritāšu noteikšanā, kas var samazināt vai pat pārtraukt pārtikas nozares, īpaši MVU, inovatīvās darbības atbalstu.

Lai nodrošinātu turpmāku Latvijas pārtikas uzņēmumu stabilu attīstību un to konkurētspējas pastāvīgu pieaugumu, uzņēmumiem jāveido pāreja no konkurētspējas modeļa, kas balstās pamatā uz mazkvalificēta darbaspēka izmantošanu un zemas pievienotās vērtības produkcijas ražošanu, uz inovatīvu (zināšanu) konkurētspējas modeli. Tādēļ Latvijas pārtikas ražotājiem savas darbības attīstīšanai mūsdienīgu ekonomikas apstākļos būtu jābalstās uz zināšanās pamatotu konkurētspējas koncepciju.

Nozares uzņēmumiem būtu jāpārskata pašreizējie konkurences priekšrocību veidojošie faktori un to atbilstība mūsdienīgu konkurences videi, kā arī jāplāno to atbilstība nozares attīstības tendencēm nākotnē. Kaut arī pēdējos gados Latvijā ir ievērojami palielināts finansējums zinātnei un inovācijai un ir ieviesti daudzi jauni atbalsta instrumenti, šīs aktivitātes vēl pašas par sevi negarantē, ka arī pārtikas nozarei izdosies sasniegt labus rezultātus tās konkurētspējas veicināšanā. Rezultāti būs atkarīgi no tā, cik lielā mērā uzņēmumi būs ieinteresēti mainīt savu attīstības virzienu un izmantot sniegto atbalstu. Neizprotot notiekošās pārmaiņas nozarē pasaulē, Latvijas pārtikas apstrādes uzņēmumu konkurētspēja samazināsies, kas var izraisīt ne tikai tās sašaurināšanos, bet pat atsevišķu apakšnozaru izzušanu. Rezultātā pieaugs Latvijas atkarība no ārvalstīs ražotas pārtikas, kuras cenu pieaugumu, drošību un ietekmi uz patērētāju veselību kontrolēt un ietekmēt būs grūti.

3. Latvijas pārtikas ražotāju aptauja un pētījuma rezultātu analīze

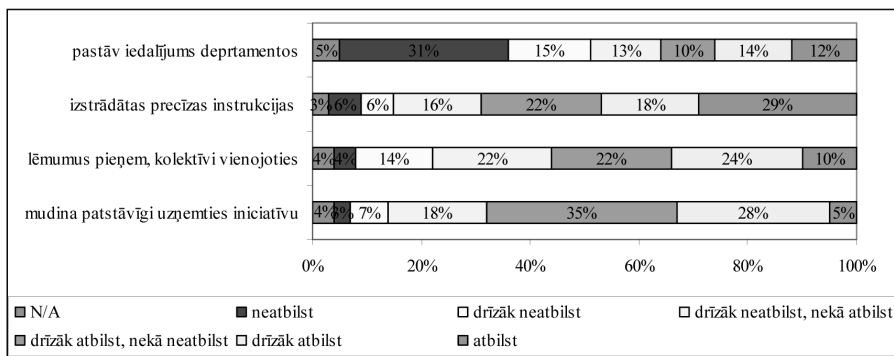
Lai novērtētu Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspējas potenciālu un izstrādātu virzienus tās paaugstināšanai atbilstoši zināšanās balstītas ekonomikas apstākļiem un nozares attīstības tendencēm, 2007. gadā autore veica pētījumu, aptaujājot Latvijas Republikā reģistrētos pārtikas ražotājus. Aptaujas anketas tika izsūtītas 516 uzņēmumiem. Pētījuma vajadzībām tika iegūta 121 anketa. Saņemto anketu skaits bija 23,5% no izsūtītajām anketām un 18,6% no ekonomiskā uzskaitē esošiem uzņēmumiem (pētījuma veikšanas laikā – 649), kas vērtējams kā labs rezultāts. Salīdzinot sasniegto izlasi pēc to darbības veida un lieluma ar statistikas datiem, jāsecina, ka, lai gan dažās grupās pastāv atšķirības, ir izdevies iegūt izlasi, kas visumā atbilst reālajam sadalījumam.

Aptaujā respondenti tika lūgti atbildēt uz 56 jautājumiem par pētāmās problēmas būtību. Tie bija sadalīti vairākās grupās. Uzņēmumiem bija jānovērtē kritēriji pēc sešu ballu (Likerta) skalas. Iegūtie dati tika analizēti, izmantojot statistiskās analīzes

metodes: respondentu novērtējums, datu grupēšana, vidējo lielumu aprēķināšana, grafiskā analīze u. c.

Lai novērtētu, vai Latvijas pārtikas ražotāji ir orientēti uz mūsdienu ekonomikas apstākļiem atbilstošu konkurētspēju veicinošu faktoru pielietošanu un vai tajos pastāv potenciāls zināšanās balstītas konkurētspējas veidošanai, anketā tika iekļauta jautājumu grupa, kurā tika ietverti apgalvojumi par respondentu uzņēmumos pastāvošās iekšējās sistēmas raksturojumu (struktūra, hierarhija, atalgojuma un motivēšanas sistēma, pilnvaru deleģēšana u. c.), darbinieku apmācības sistēmas raksturojumu (vajadzīgo prasmju un zināšanu ieguves, uzkrāšanas un izplatīšanas sistēma). Tieši iekšējā sistēma un tās elementu izkārtojums veido vidi, kas vai nu sekmē, vai traucē darbību un pielāgošanos apkārtējai videi. Tā kā uzņēmumiem jādarbojas zināšanās balstītas ekonomikas apstākļos un pārtikas nozare pārdzīvo transformēšanās posmu, tad iekšējās vides elementi jāvērtē pēc tā, kā tie veicina zināšanu veidošanu, uzkrāšanu un pielietošanu konkurētspējas palielināšanai.

Respondenti tika lūgti novērtēt apgalvojumus attiecībā uz uzņēmumos pastāvošo organizatorisko sistēmu, jo tās forma un modelis ietekmē zināšanu veidošanas un izplatīšanas vidi uzņēmumā. Aptaujas dalībniekiem bija jānovērtē, vai uzņēmumā pastāv iedalījums departamentos, kuri risina tikai katram noteiktu problēmu loku; vai uzņēmumos ir izstrādātas instrukcijas, kas precīzi reglamentē darbinieku rīcību; vai uzņēmuma darbību apspriež darbinieku vidū un lēmumus pieņem, kolektīvi vienojoties; vai dalībniekus mudina patstāvīgi pieņemt lēmumus un uzņemties iniciatīvu. Atbilžu iedalījums parādīts 1. attēlā.



1. attēls. Uzņēmumos pastāvošās organizatoriskās sistēmas novērtējums, N = 121

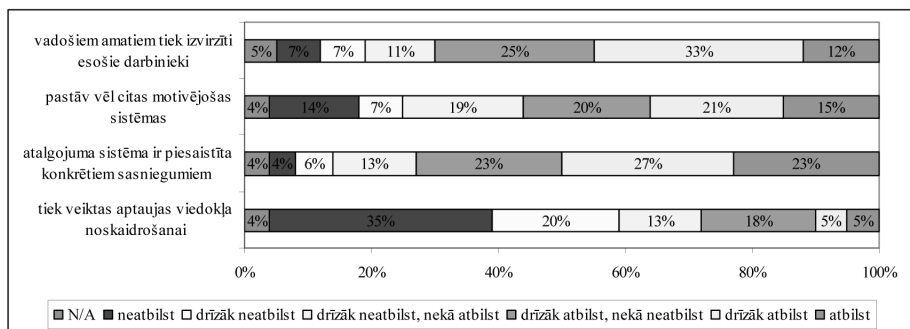
Figure 1. Assessment of the present organizational systems of the enterprises, N = 121

No respondentu atbildēm var secināt, ka tikai nelielā daļā uzņēmumu pastāv strikts iedalījums departamentos un nodaļās: to norādīja kopumā tikai 36% no respondentiem (vērtējums 4–6). Tātad darbinieki tiek iesaistīti dažādu jomu pienākumu veikšanā, un tas veicina viņu izpratni un zināšanas par uzņēmuma plašāku darbību un sekmē spēju pieņemt lēmumus neordinārās situācijās un atrast jaunus paņēmienus problēmu risinājumos. Tāpat kopumā 56% respondentu norādīja, ka uzņēmumos kolektīvi tiek apspriesta uzņēmumu darbība – tātad tiek atbalstīta domu un viedokļu apmaiņa. Arī lēmumu kopīga pieņemšana veicina darbinieku iesaistīšanos inovāciju radīšanas procesā.

Tomēr respondentu atbildes uz nākamajiem jautājumiem norāda uz pastāvošo birokrātisko organizatorisko modeli, kas dominē pārtikas uzņēmumos: lai gan kopumā lielākajā daļā uzņēmumu (68 % vērtējums 4–6) darbiniekus mudina pieņemt patstāvīgus lēmumus, pārliecinoši tas norādīts tikai 5 % uzņēmumu (vērtējums 6). Turpretim 29 % respondentu noteikti norādīja, ka uzņēmumos pastāv instrukcijas, kas reglamentē, tātad ierobežo, darbinieku rīcību, bet kopumā tāds vērtējums bija 69 % respondentu (vērtējums 4–6). Jāsecina, ka pārtikas uzņēmumos pastāv ierobežots jautājumu loks, kuros tiek pieļauta pilnvaru deleģēšana un kuros darbinieki var izrādīt iniciatīvu, piedāvāt risinājumus, jo lielākā daļa uzņēmuma darbību tiek reglamentētas.

Darbinieku vēlēšanos iesaistīties jaunu zināšanu un inovatīvu risinājumu radīšanā un ieviešanā veicina motivējoša un inovatīvos procesus atbalstoša iekšējā kultūras vide. Aptaujas dalībniekiem pēc sešu ballu sistēmas bija jānovērtē šādi apgalvojumi: vadošiem amatiem darbiniekus izvirza no esošo darbinieku vidus, uzņēmumā bez atalgojuma pastāv vēl citas motivējošas sistēmas, atalgojuma sistēma ir piesaistīta konkrētiem darbinieka sasniegumiem, uzņēmumā veic aptaujas vai anketēšanas, lai noskaidrotu darbinieku viedokli. Iegūtais novērtējuma sadalījums parādīts 2. attēlā.

2. attēlā redzams, ka lielākajā daļā uzņēmumu kopumā atalgojums ir piesaistīts sasniegtajiem rezultātiem (73 % vērtējums 4–6), kas var būt mērāmi ar dažādiem indikatoriem (apjoms, pieaugums, klientu skaits) un tātad var būt motivējoši jaunu paņēmieni un risinājumu meklējumiem un pielietošanai. 70 % respondentu kopumā norādīja, ka uzņēmumos vadošie darbinieki tiek izvirzīti no esošo darbinieku vidus. Tas liecina gan par pastāvošām karjeras iespējām uzņēmumos, kas var būt papildu motīvs darbiniekiem iesaistīties uzņēmuma darbības uzlabošanā, gan arī par zināšanu uzkrāšanu uzņēmumā, jo tiek turpināta jauno darbinieku izglītošana.



2. attēls. Personāla lomas un motivēšanas sistēmas novērtējums uzņēmumos, N = 121

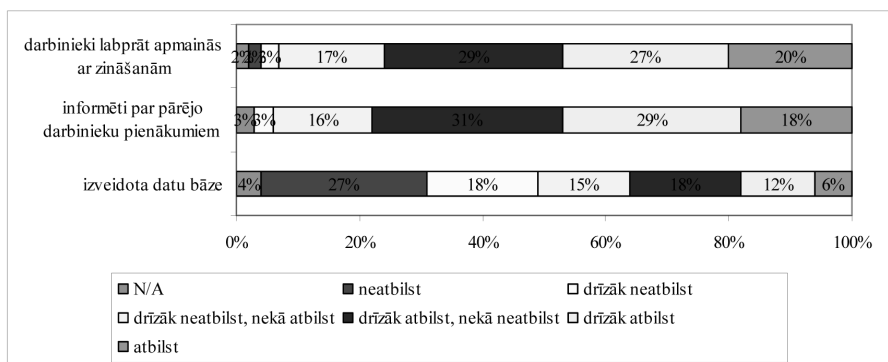
Figure 2. Assessment of the importance of personnel and the motivation system in the enterprises, N = 121

Tomēr respondentu atbildes norāda, ka pārtikas ražošanas uzņēmumos papildus atalgojumam salīdzinoši maz tiek izmantotas citas motivējošas sistēmas: kopumā tādas pastāv tikai 56 % uzņēmumu (vērtējums 4–6), bet noteikti to norādīja tikai 15 % respondentu (vērtējums 6). Tātad Latvijas pārtikas uzņēmumos bez atalgojuma

nepietiekami piemēro citas motivējošas sistēmas, kas nodrošina gan darbinieku ārējo motivāciju (atzinību un finansiālo ieinteresētību), gan iekšējo motivāciju (radoša atmosfēra, kolektīva saskarsmes veidošana un nostiprināšana, iespējas izmēģināt ko jaunu u. c.) un veicina ne tikai zināšanu radīšanu, bet arī radošu un kvalificētu darbinieku piesaisti uzņēmumam.

Lai gan no respondentu sniegtajiem novērtējumiem var secināt, ka Latvijas pārtikas uzņēmumu vairākumā motivācijas sistēmas pastāv, tomēr nevar apgalvot, ka tās ir lietderīgas un veicina uzņēmumu mērķu sasniegšanu. Tā kā pastāv dažādība starp indivīdiem un to motivējošiem faktoriem, ir konstatēts, ka dažādus cilvēkus motivē atšķirīgi faktori, pie tam, mainoties darbinieku individuāliem apstākļiem, mainās arī to motivācijas profils (7, 10). Tātad, lai motivējošās sistēmas būtu patiesi efektīvas un tiktu veicināta uzņēmuma konkurētspēja, būtu jāpiemēro motīvi, kas nozīmīgi šķiet konkrētā uzņēmuma darbiniekiem. Tomēr no respondentu vērtējuma redzams, ka tikai 28 % uzņēmumu tiek mēģināts noskaidrot darbinieku viedokli un vajadzības (vērtējums 4–6), bet tikai 5 % to norādīja pārliecinoši (vērtējums 6). Jāsecina, ka Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumos nepastāv regulāra prakse plānveidīgi izziņāt darbinieku viedokli. Sistemātiski noskaidrojot un analizējot darbinieku uzskatus, uzņēmumu vadība ne tikai iegūtu informāciju par konkrētos darbiniekus motivējošiem faktoriem, bet arī jaunas zināšanas, ko izmantot lēmumu pieņemšanai.

Lai veicinātu jaunrades procesus visa uzņēmuma līmenī, ir jārada jaunas zināšanas, jāizplata tās uzņēmuma iekšienē un jāpadara pieejamas izmantošanai, sistemātiski uzkrājot un apkopojot. Ja uzņēmumos pastāv iekšējā kultūra, kas veicina darbinieku savstarpēju komunikāciju un zināšanu apmaiņu, tad tiek sekmēta individuālo zināšanu sakopošana un kombinēšana, jaunu zināšanu radīšana, kā arī to pārveidošana uzņēmuma līmeņa zināšanās. Aptaujas dalībniekiem bija jānovērtē, vai to uzņēmumos darbinieki labprāt savstarpēji apmainās ar iegūto informāciju un zināšanām, vai visi strādājošie ir labi informēti par pārējo darbinieku veicamajiem pienākumiem un to specifiku un vai uzņēmumā ir izveidota visi pieejama datubāze, kurā apkopota noderīga ikdienas darbā izmantojama informācija. Novērtējumu sadalījums parādīts 3. attēlā.



3. attēls. Zināšanu apmaiņas un uzkrāšanas novērtējums uzņēmumos, N = 121

Figure 3. Assessment of exchange and accumulation of knowledge in the enterprises, N = 121

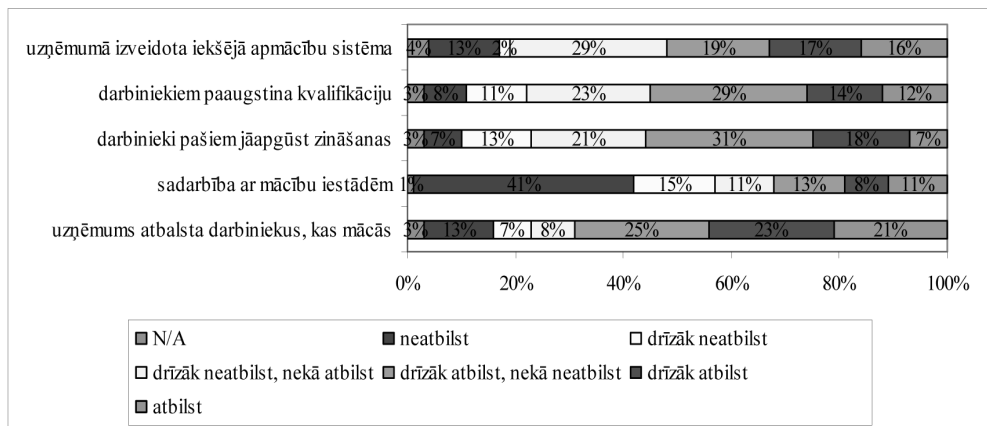
No atbilžu rezultātiem var secināt, ka lielākajā daļā uzņēmumu pastāv zināšanu apmaiņu un kombinēšanu veicinoši apstākļi: 78% aptaujas dalībnieku novērtē, ka darbinieki ir informēti par citu pienākumiem, tātad tie apmainās ar informāciju, kas palīdz kopīgu uzdevumu veikšanai. Kopumā 76% respondentu (novērtējums 4–6) norādīja, ka uzņēmumos darbinieki labprāt apmainās ar savām zināšanām, tātad notiek ne tikai zināšanu apmaiņas un izplatīšanas, bet arī pielietošanas process. Šī novērtējuma vidējais rādītājs statistiski nozīmīgi augstāks nekā visā izlasē (ar nozīmības līmeni 95%) ir uzņēmumiem, kas kā savas produkcijas konkurētspējas pamatu norādīja nemitīgu jauninājumu ieviešanu: tādu novērtējumu deva 87% no šīs grupas uzņēmumiem. Tātad var secināt, ka zināšanu apmaiņa darbinieku vidū veicina inovatīvo darbību pārtikas uzņēmumos.

60% no aptaujas dalībniekiem norāda, ka to uzņēmumos nepastāv vienota zināšanu krātuve (vērtējums 1–3) un tikai 6% apgalvo, ka viņu uzņēmumos tāda pastāv (vērtējums 6). Jāsecina, ka pārtikas ražošanas uzņēmumos nepietiekami notiek zināšanu apkopošana, uzkrāšana un uzglabāšana. Ja zināšanas tiek sistemātiski un mērķtiecīgi vāktas, apkopotas, uzglabātas un padarītas viegli pieejamas izmantošanai, tad šāda zināšanu krātuve kļūst par vērtīgu zināšanu avotu un uzņēmuma resursu. Turpretim, ja zināšanas, īpaši, ja tās ir konkurētspējas pamatā, pastāv tikai individuālā un nekodētā formā, tad pastāv risks, ka uzņēmums mazina vai pat zaudē savu konkurētspēju līdz ar atsevišķu darbinieku aiziešanu. Latvijas pārtikas uzņēmumos jāapzinās šis riska faktors un būtu jāveido uzņēmumam piederošo zināšanu aizsardzības pasākumi (kodēšana, uzkrāšana un nodošana citiem interaktīvas saskarsmes procesos u. c.), lai nodrošinātu savas konkurētspējas saglabāšanu.

Zināšanu iegūšana ir mācīšanās galarezultāts, tāpēc uzņēmumi, kuros plānveidīgi un sistemātiski tiek realizēts mācību process, ātrāk iegūst jaunas zināšanas un var tās izmantot patērētājiem vajadzīgu inovatīvu produktu un procesu veidošanā, tādējādi sekmējot savu konkurētspēju. Latvijas pārtikas ražotājiem tika lūgts novērtēt, vai to uzņēmumos ir izveidota apmācības sistēma, lai plānveidīgi attīstītu darbinieku kompetences, veicinātu zināšanu radīšanu un tādējādi sekmētu inovatīvo darbību un veicinātu konkurētspēju. Aptaujas dalībniekiem pēc sešu ballu sistēmas bija jānovērtē apgalvojumi attiecībā uz uzņēmumos pastāvošo mācību vidi: uzņēmumā ir izveidota iekšējā apmācību sistēma, lai plānveidīgi attīstītu darbinieku kompetences; darbiniekus regulāri nosūta profesionālās kvalifikācijas kursus; darbinieki paši ir atbildīgi par vajadzīgo prasmju vai zināšanu apguvi, kas tiem nepieciešama darba izpildei; uzņēmumam pastāv sadarbība ar mācību iestādēm; uzņēmums atbalsta darbiniekus, kas mācās. Iegūtais novērtējuma sadalījums parādīts 4. attēlā.

No atbilžu rezultātiem redzams, ka tikai nelielā daļā Latvijas pārtikas uzņēmumu ir izveidotas zināšanu veidošanas un iegūšanas sistēmas. Tā tikai 52% respondentu norāda, ka viņu uzņēmumos visumā pastāv iekšējā darbinieku apmācības sistēma (vērtējums 4–6), bet pārliecinoši to apgalvo tikai 16% (vērtējums 6). Ja uzņēmumā pastāv sistēma, kas ar iekšējo vai ārējo apmācības resursu palīdzību nodrošina sistemātisku darbinieku mācīšanos, tad tiek veicināta ne tikai atsevišķu indivīdu spēju un prasmju uzlabošana, bet arī nodrošināts uzņēmuma kolektīvs mācīšanās un zināšanu iegūšanas process. Tikai 55% uzņēmumu darbinieki tiek sūtīti kvalifikācijas paaugstināšanasursos, kas dod viņiem iespēju sekot līdzi attīstības tendencēm profesijā vai iegūt jaunas vispārējas zināšanas, ko izmantot savā darbā

(novērtējums 4–6). Tomēr noteikti šādu apgalvojumu vērtējuši tikai 12 % respondentu (vērtējums 6).



4. attēls. Uzņēmumos pastāvošās mācību vides novērtējums, N = 121

Figure 4. Assessment of the learning environment in the enterprises, N = 121

56 % aptaujas dalībnieku norāda, ka visumā darbinieki paši ir atbildīgi par savas profesionālās attīstības nodrošināšanu. Tātad uzņēmumi nevēlas ieguldīt papildu līdzekļus savu darbinieku apmācībā (vērtējums 4–6). Šī novērtējuma vidējais rādītājs statistiski nozīmīgi augstāks nekā visā izlasē (ar nozīmības līmeni 95 %) ir uzņēmumiem, kuru darbinieku skaits ir 1–9 un apgrozījums ir mazāks par 100 tūkst. Ls, t. i., mikrouzņēmumiem un mazajiem uzņēmumiem (tādu novērtējumu deva attiecīgi 78 % un 81 % no šo grupu uzņēmumiem). Tas būtu skaidrojams ar mazo uzņēmumu ierobežotajiem finanšu līdzekļiem, kā arī augsto darbinieku rotāciju, kas nestimulē darba devējus piedalīties individu apmācībā. Tā kā arī pašiem darbiniekiem var būt ierobežoti finanšu līdzekļi, tad valsts institūcijas konkurētspējas veicināšanas projektu ietvaros varētu nodrošināt pārtikas nozaru darbinieku bezmaksas kvalifikācijas paaugstināšanu atbilstoši mūsdienu nozares attīstības vajadzībām.

Pieaugot jaunu tehnoloģiju nozīmei pārtikas nozarē, pieaug arī vajadzība pēc kvalificētiem darbiniekiem. Aptaujā tika noskaidrots, ka 72 % uzņēmumu pastāv grūtības ar vajadzīgo darbinieku nokomplektēšanu (vērtējums 4–6), kā arī aptaujas dalībnieki komentāros norādīja, ka nespēj atrast atsevišķus atbilstošas specializācijas strādniekus, jo Latvijas izglītības iestādes tos nesagatavo. Tas sasaucas ar citos pētījumos iezīmētu problemātiku (20). Tomēr tikai 32 % respondentu norāda, ka viņu uzņēmumiem pastāv sadarbība ar mācību iestādēm, kurās tiek sagatavoti speciālisti uzņēmumu vajadzībām (vērtējums 4–6), bet 41 % norāda, ka šāda sadarbība noteikti nepastāv (vērtējums 1). Pētījums nedod skaidrojumu par iemesliem, kāpēc šāda sadarbība nepastāv, un tas būtu jānoskaidro turpmākajos pētījumos. Tomēr no aptaujas rezultātiem redzams, ka daļa uzņēmumu ir gatavi līdzdarboties darbinieku izglītošanā. 69 % respondentu norāda, ka uzņēmumi kopumā atbalsta savus darbiniekus kas mācās (vērtējums 4–6), pie kam noteikti to apgalvo 21 %

(vērtējums 6). 55 % no visiem aptaujas dalībniekiem arī apgalvo, ka viņu uzņēmumos tiek nodarbināti praktiskanti, kas pārstāv profesionālās mācību iestādes. Tomēr uzņēmumu iesaistīšanās speciālistu izglītošanā ir pasīva un, iespējams, atbalsts mācībās ir kāda no darbinieku motivēšanas formām, nevis mērķtiecīga zināšanu veidošana, un praktikantu nodarbināšana, kas saistīta ar katastrofālo darbaspēka trūkumu. Uzņēmumiem būtu aktīvi jāsadarbojas ar mācību iestādēm, jāskaidro savas vajadzības speciālistu sagatavošanā, jānodrošina to praktiskā sagatavošana. Pastāvot atgriezeniskajai saiknei starp uzņēmumiem un mācību iestādēm, uzņēmumi ne tikai dotu ieguldījumu speciālistu sagatavošanas virzienu noteikšanā, bet arī piesaistītu topošos speciālistus un nodrošinātu uzņēmumu ar kvalificētiem darbiniekiem, kuru zināšanas un praktiskās iemaņas atbilst mūsdienu nozares prasībām.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Mainoties ekonomikas attīstībai, mainās arī faktori, kas sekmē uzņēmumu konkurētspēju. Zināšanas kļūst par nozīmīgu uzņēmuma resursu un konkurētspējas priekšrocības veidošanas avotu, tāpēc veidojas koncepcija par zināšanās balstītu konkurētspēju.
2. Mainoties tradicionālajam pārtikas ražošanas attīstības virzienam un pieaugot inovāciju un tehnoloģiju nozīmei uzņēmumu darbībā, arī pārtikas nozare transformējas no vēsturiskas apstrādes nozares par *zināšanās balstītu nozari*. Pieaugot vajadzībai pēc arvien jauniem inovatīviem risinājumiem pārtikas ražotāju darbībā, palielinās zināšanu nozīme pārtikas uzņēmumu konkurētspējas saglabāšanā un veicināšanā.
3. Latvijas pārtikas nozare un tās uzņēmumi arī ir pakļauti vispārējām nozares attīstības tendencēm (pieprasījuma apjoma izmaiņas, ražošanas resursu sadārdzināšanās, izejvielu trūkums, mazumtirdzniecības ietekme, nepieciešamība pēc inovācijām u. c.), kas nosaka vajadzību pēc atbilstošu *papildu* faktoru izmantošanas konkurētspējas veicināšanā un inovatīvas darbības attīstībā.
4. Latvijas pārtikas uzņēmumos dominējošā organizatoriskā sistēma veicina darbinieku izpratni par uzņēmuma plašāku darbību (uzņēmumos ir zināma nākotnes vīzija, darbinieki tiek iesaistīti dažādu jomu pienākumu veikšanā un ir labi informēti par pārējo darbinieku pienākumiem), tomēr darbinieki nepietiekami tiek iesaistīti kopīgā lēmumu pieņemšanas procesā, kā arī pastāv ierobežots jautājumu loks, kurā tie var izrādīt iniciatīvu, tādējādi veicinot inovācijas uzņēmuma darbībā.
5. Latvijas pārtikas uzņēmumos nepietiekami tiek izmantoti instrumenti, kas veicinātu darbinieku motivāciju iesaistīties inovatīvā darbībā (lēmumu tiesības, pilnvaru deleģēšana u. c.). Lielākā daļā uzņēmumu netiek lietotas mūsdienīgas uz individuālu pieeju balstītas motivācijas sistēmas, kas sekmē un atbalsta intelektuālo un inovatīvo darbību.
6. Vairumā Latvijas pārtikas uzņēmumu netiek pietiekami veicināta darbinieku izglītošana un kvalifikācijas celšana, un līdz ar to pastāv ierobežojumi jaunu zināšanu veidošanai, inovatīvās darbības attīstīšanai un konkurētspējas palielināšanai uzņēmumos. Tikai nelielā daļā pārtikas uzņēmumu ir izveidota

iekšējā mācību sistēma, bet lielākā daļā uzņēmumu par jaunu zināšanu apgūšanu ir atbildīgi paši darbinieki. Lielākajā daļā uzņēmumu nepastāv iekšējās datubāzes vai portāli zināšanu uzkrāšanai un apmaiņai.

7. Lielākajā daļā uzņēmumu nenotiek sadarbība ar izglītības iestādēm, tātad nepastāv arī iespēja izskaidrot savas vajadzības, lai nodrošinātu esošo darbinieku pārkvalifikāciju un jaunu speciālistu sagatavošanu atbilstoši nozares attīstības tendencēm.
8. Lai veicinātu uzņēmumu konkurētspēju zināšanās balstītas ekonomikas apstākļos, Latvijas pārtikas ražotājiem atbilstoši pārtikas nozares attīstības tendencēm būtu jāveicina inovatīvas darbības attīstība uzņēmumos un tādēļ jāsekmē **jaunu zināšanu veidošana** un izmantošana pārtikas produkcijas un uzņēmējdarbības procesu nodrošināšanā.
9. Lai Latvijas pārtikas ražotāji varētu realizēt zināšanās balstīto darbību, attīstīt inovācijas un lietot jaunākās tehnoloģijas, uzņēmumiem būtu jāsekmē **darbinieku nepārtraukta zināšanu apgūšana**. Uzņēmumos jānodrošina daudzveidīgas saiknes ar informācijas, zināšanu un tehnoloģiju avotiem: jāveido iekšējās apmācības sistēmas, kas ietver iekšējo un ārējo mācību avotu izmantošanu, jāveicina semināru un konferenču apmeklēšana, jāatbalsta darbinieki, kas mācās u. c.
10. Nepieciešams pilnveidot uzņēmumu **iekšējo vidi un organizācijas procesus**, kas veicina zināšanu apguvi, apmaiņu un izmantošanu inovatīvajā darbībā (atbalstīt iniciatīvas un izsvērtu risku uzņemšanos, veicināt darbinieku izpratni par citu departamentu darbību, sekmēt darbinieku zināšanu apmaiņu, nodrošināt piekļuvi komunikāciju tehnoloģijām, izveidot iekšējās zināšanu datubāzes un portālus). Lai nodrošinātu inovatīvās darbības atbalstu un sadarbību no personāla puses, uzņēmumos sistemātiski jāveic aptaujas un pētījumi, lai analizētu darbinieku viedokli un apmierinātības līmeni.
11. Parādoties intelektuālo organizāciju īpatnībām pārtikas uzņēmumos, to vadībai kopā ar personālvadības struktūrvienībām **jāpārskata esošās darbinieku motivācijas sistēmas** un jāieieš uz intelektuālo organizāciju principiem balstīti papildu elementi, kas sekmē un atalgo zināšanu apguvi un lietošanu (darbinieku iesaistīšana lēmumu pieņemšanā, pilnvaru deleģēšana, darbinieku mācīšanās atbalsts, uz individuālām vajadzībām balstītas motivācijas sistēmas u. c.), kā arī palielina darba ražīgumu.
12. Uzņēmumiem būtu aktīvi **jāsadarbojas ar izglītības iestādēm**, jāskaidro savas vajadzības, lai nodrošinātu esošo darbinieku pārkvalifikāciju un jaunu speciālistu sagatavošanu atbilstoši nozares attīstības vajadzībām.

LITERATŪRA

1. *Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību*. LR Ekonomikas Ministrija. Rīga, 2007. decembris, 154 lpp.
2. *Latvijas lauksaimniecība un lauki 2007*. Latvijas Republikas Zemkopības ministrija. Rīga, 2008, 152 lpp.

3. *Latvijas lauksaimniecība un lauki 2006*. Latvijas Republikas Zemkopības ministrija. Rīga, 2007, 152 lpp.
4. Archibugi, D., Lundvall, B. *The Globalizing Learning Economy*. Oxford: Oxford University Press, 2002, 307 p.
5. Bounfour, A., Edvinsson, L. (eds.) *Intellectual Capital for Communities: Nations, Regions, and Cities*. Amsterdam: Elsevier, 2005, 348 p.
6. Cortada, J. W. *21st Century Business: Managing and Working in the New Digital Economy*. London: Pearson Education, 2000, 254 p.
7. Dawson, S. *Analyzing Organizations*. London: Macmillan Press, 1996, 296 p.
8. Drucker, P. F. *Managing in a Time of Great Change*. New York: Penguin Putnam Inc., 1995, 372 p.
9. Houghton, J., Sheehan, P. *A Primer on the Knowledge Economy*. Centre for Strategic Economic Studies, 2000, 26 p.
10. Oster, S. M. *Modern Competitive Analysis*. New York: Oxford University Press, 1999, 434 p.
11. Prahalad, C. K. Managing Discontinuities: the Emerging Challenges. *Research Technology Management*, 1998, vol. 41, p. 14–22
12. Prusak, L. *Knowledge in Organization*. Newton: Butterworth-Heinemann, 1997, 262 p.
13. Shepherd, D., Wiklund, J. *Entrepreneurial small businesses: a resource-based perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2005, 258 p.
14. Shukla, M. *Competing through Knowledge: Building a Learning Organization*. New Delhi: Response Books, 1997, 334 p.
15. Staples, D. S., Greenaway, K., McKeen, J. D. Opportunities for Research about Managing the Knowledge-Based Enterprise. *Informational Journal of Management Reviews*, 2001, vol. 3, p. 1–19
16. Wijnands, J. H. M., Meulen, B. M. J., Poppe, K. J. *Competitiveness of the European Food Industry. An Economic and Legal Assessment*. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007
17. Karnītis, E. *Informācijas sabiedrība – iespējas ikvienam*. Latvijas konceptuāls pozīcijas dokuments ANO organizētā globālā informācijas sabiedrības sammita Paneiropas sagatavošanas konferences dalībvalstīm. Lejuplādēts 15.10.2006. <http://www.politika.lv/index.php?id=5590>
18. Centrālās Statistikas pārvaldes npublicētie dati (pēc autores pasūtījuma)
19. *CIAA benchmarking report 2007 update*. CIAA, Brussels, 2007, 26 p.
20. *Situācijas apzināšana pārtikas nozarē strādājošo un speciālistu nodarbinātībā, kadru profesionālajā sagatavošanā*. LPUF, 2006, 50 lpp.
21. *LPUF (2006) Pārtikas nozare Latvijā*. www.lpuf.lv
22. Autores pētījuma dati

Summary

In knowledge-based economy, knowledge becomes an important resource for an enterprise, a source of competitive advantage, thus creating a new concept of knowledge-based competitive advantage. New development trends have also transformed the food industry from a traditional manufacturing industry to a knowledge-based industry. Food manufacturers of Latvia have to assess the factors that determine their competitiveness,

and to evaluate the suitability of these factors for modern trends of the business environment. The aim of the paper is to determine whether there is a potential for knowledge-based competitive advantage in food manufacturers of Latvia, and to propose possible solutions to increase their competitiveness. The authors performs analysis based on the data of a survey of food manufacturers of Latvia.

Keywords: *knowledge-based economy, knowledge-based competitive advantage, food industry, knowledge, food manufacturers of Latvia.*

Teritorijas mārketinga kā teritorijas attīstības veicinātājs ***Territorial Marketing as a Tool for Promoting Territorial Development***

Ligita Āzena

Ekonomikas un kultūras augstskola
Lomonosova ielā 1–1, Rīga, LV-1019
E-pasts: ligita.azena@eka.edu.lv

Mūsdienās pasaulē un Latvijā vērojama tendence, ka teritorijas sacenšas savā starpā, kura un ar kādiem piedāvājumiem spēs pievilināt tūristus, noturēt iedzīvotājus, piesaistīt uzņēmējus un investorus utt. Lai šie pasākumi būtu efektīvi, nepieciešams izstrādāt attiecīgu attīstības plānu, veidot katrai teritorijai uz konkrētas sabiedrības vajadzībām orientētu stratēģiju. Šāda stratēģija prasa, lai tā tiktu izstrādāta katrai sabiedrības vai mērķtirgus grupai atsevišķi, precīzi nosakot atbilstošākos piedāvājumus un ar tiem saistītos pasākumus. Labākai stratēģijas nozīmes izpratnei ir nepieciešams izpētīt teorētiskās nostādnes par vietas mārketingu un tā pielietojuma iespējām. Mārketinga pieeja prasa, lai teritorija īpašu uzmanību pievērstu savu produktu attīstīšanai atbilstoši sabiedrības vajadzībām, izmantojot visus savus resursus un potenciālu. Lai mārketinga darbība būtu efektīvāka, teritorijas mārketinga ietvaros tiek izdalītas noteiktas mērķtirgus grupas: tūristi/apmeklētāji, vietējie iedzīvotāji/strādājošie, uzņēmējdarbība/ražošana, eksporta tirgus. Ņemot vērā, ka pieaug šobrīd pasaulē realizēto mārketinga kompleksa stratēģiju loma, tās izstrādājot ir jāsaista ar reālo situāciju, finansiālām un citām iespējām, iepriekš paredzot iespējamās problēmas.

Atslēgvārdi: teritorijas mārketinga, mārketinga, vieta, attīstība, stratēģija, mērķtirgus

Ievads

Mūsdienās pasaulē un Latvijā vērojama tendence, ka teritorijas sacenšas savā starpā, kura un ar kādiem piedāvājumiem spēs pievilināt tūristus, noturēt iedzīvotājus, piesaistīt uzņēmējus un investorus utt. Lai šie pasākumi būtu efektīvi, nepieciešams izstrādāt attiecīgu attīstības plānu, veidot katrai teritorijai stratēģiju, kas ir orientēta uz konkrētas sabiedrības vajadzībām. Šāda stratēģija prasa, lai tā tiktu izstrādāta katrai sabiedrības vai mērķtirgus grupai atsevišķi, precīzi nosakot atbilstošākos piedāvājumus un ar tiem saistītos pasākumus. Labākai stratēģijas nozīmes izpratnei ir nepieciešams izpētīt teorētiskās nostādnes par vietas mārketingu un tā pielietojuma iespējām.

Raksts mērķis – iepazīties ar teorētiskajām nostādnēm par teritorijas mārketingu un uz šī pamata pētīt, kāda ietekme teritorijas mārketingam varētu būt uz teritorijas attīstību.

Mērķa sasniegšanai risināti šādi uzdevumi:

- raksturot teritorijas mārketingu un mērķtirgus kategorijas,

- pētīt mūsdienu aktuālākos teritorijas mārketinga uzdevumus Eiropā,
- analizēt teritorijas mārketinga virzīšanas metodes un lietojamās stratēģijas pārejas ekonomikas laikā,
- apkopojot teorētiskās nostādnes, formulēt secinājumus.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu zinātnieku darbi, publikācijas medijos un autores novērojumi.

1. Teritorijas un teritorijas mārketinga būtība

Ar ko sākas teritorija? Parasti – ar dzīves vietu, skaistām atmiņām, tomēr teritorija – tā ir vieta. Neatkarīgi no lieluma mūsdienu apstākļos tai tiek pievienots tirgus termins – mārketinga. Katrai vietai vai teritorijai piemīt savas pilnveidošanās formas, unikālas un neatkārtojamās vietas, cilvēki un notikumi. Šajā apstākļā arī slēpjas galvenās atšķirības saimnieciskās, sabiedriskās un politiskās darbības jomās. Tāpēc galvenais uzdevums ir izpētīt un izanalizēt sabiedrības vajadzības un to apmierināšanas veidus, lai precīzi varētu veidot tādu teritoriju, kura būtu pievilcīga kādai konkrētai ieinteresētai iedzīvotāju vai sabiedrības daļai. Savukārt šī atziņa ir cieši saistīta ar mārketingu. **Mārketinga** ir ideju, preču un pakalpojumu koncepcijas plānošanas un īstenošanas process, cenu noteikšanas, reklamēšanas un izplatīšanas process, kura mērķis ir veicināt darījumus, kas apmierina individuālos un organizācijas mērķus (1, 17).

No mārketinga viedokļa, tā atziņu izmantošana var palīdzēt teritorijai piesaistīt tūristus, uzņēmējus un investorus, iedzīvotājus, kuriem šajā vietā dzīvot, mācīties un strādāt šķistu izdevīgi un varbūt pat prestiži. To var attiecināt kā uz lielām, tā mazām teritorijām.

Teritoriālā mārketinga būtība un veidi. Literatūrā ir atrodamas ļoti daudzas un dažādas teritoriālā mārketinga definīcijas. Vieni autori uzskata, ka reģionālais mārketinga tiek veidots reģiona līmenī, ņemot vērā attiecīgā reģiona specifiku. Savukārt citi akcentē uzmanību uz attiecīgās teritorijas, arī pilsētas, tēla veidošanu, lai piesaistītu uzņēmējus un iedzīvotājus.

Tomēr, lai pareizāk definētu **teritorijas mārketingu**, būtu nepieciešams precīzi formulēt, ka tas ir mārketinga, kas atbilst teritorijas iekšējo un ārējo objektu interesēm. Šajā kontekstā var noteikt, ka teritorijas uzmanības objekti ir konkrēti produkti, kas tiek piedāvāti gan attiecīgajā teritorijā, gan ārpus tās (4, 555).

Reģions, teritorija, vieta ir ģeogrāfiska vieta, kura piedāvā patērētājiem izmatot savas iespējas un resursus. Tomēr, lai varētu runāt par mārketinga pieeju, teritorijai būtu īpaša uzmanība jāpievērš savu produktu attīstīšanai atbilstoši iedzīvotāju vai citas ieinteresētās sabiedrības daļas – tūristu, uzņēmēju – vajadzībām, izmantojot visus savus resursus un potenciālu. Teritorijas produktos ieinteresētā sabiedrība vai tās daļa visproduktīvāk atspoguļo teritorijas mārketinga būtību. Ārējā sabiedrības daļa ir ieinteresēta teritorijas labklājības attīstībā, jo vēlas daļu no iegūtajiem labumiem (resursi, zināšanas, gatavie produkti, finanšu līdzekļi) izvest ārpus šīs teritorijas, lai gūtu personisku labumu vai labumu savam uzņēmumam. Iekšējā sabiedrības daļa saista savu labklājību (personisko un biznesa) ar teritorijas labklājību. No teritorijas viedokļa raugoties, abas šīs pozīcijas ir interesantas, bet atšķirīgai ir jābūt pieejai

katrai no šīm sabiedrības daļām (4, 556). Tātad tas nozīmē, ka jāveido atšķirīga mārketinga pieeja un stratēģija. **Stratēģija** – tas ir viss, kas dara produktu atšķirīgu un unikālu, un šo unikalitāti redz arī klienti. Tieši mārketingš virza stratēģiju (3, 19–20).

Tomēr jāņem vērā, ka noteiktos apstākļos abas šīs sabiedrības daļas var būt ieinteresētas teritorijas attīstībā vai, tieši pretēji, – neieinteresētas teritorijas attīstībā. Kādas ir sabiedrības intereses attiecībā pret teritoriju? Pārsvārā tās skar teritorijas konkurētspējas rādītāju efektīvu izmantošanu – pastāvīgu dzīvošanu, uzņēmējdarbību un īslaicīgu dzīvošanu. Konkrētāk analizējot, tas varētu būt tirgus lielums, pieprasījuma maksātspēja, infrastruktūras attīstība, kultūras, izglītības un veselības aprūpes iespējas un līmenis, izejvielu resursi un darbaspēks (profils, kvalifikācija, daudzums, izmaksas utt.) (4, 558).

Lai labāk izprastu katras sabiedrības daļas vajadzības, ir sīkāk jāizanalizē teritorijas mārketinga mērķtirgus kategorijas (sk. 1. tab.).

1. tabula
Table 1

Galvenās mērķtirgus grupas teritorijas mārketingā (3, 54)

The main target market groups for territorial marketing

Mērķtirgus grupas	Mērķtirgus raksturojums
1. Tūristi/ apmeklētāji	- Darījuma braucieni (konferences, tikšanās, iepazīšanās ar vietu, tirdzniecība) - Tūrisma un atpūtas braucieni
2. Vietējie iedzīvotāji/ strādājošie	- Profesionāļi - Kvalificēts vai nekvalificēts darbaspēks - Turīgi cilvēki - Investori - Uzņēmēji - Iedzīvotāji (gados vecāki un pensionāri)
3. Uzņēmējdarbība/ ražošana	- Uzņēmumi (vietējie) - Uzņēmumi (uz ārpakalpojumiem orientētie) - Uzņēmumi (ražošana)
4. Eksporta tirgus	- Citas teritorijas iekšējā tirgū - Starptautiskais tirgus

2. Teritorijas mārketinga mērķtirgus grupas

2.1. Tūristi vai apmeklētāji

Tūristu vai apmeklētāju skaits visā pasaulē pēdējos gados ir strauji audzis. To veicinājusi gan vienotas valūtas ieviešana, gan tūrisma attīstība pasaulē un Eiropā. Tūrisma attīstība notiek ne tikai ārpus valsts robežām, bet arī savas valsts teritorijā. Šis ir ļoti nozīmīgs ekonomiskais rādītājs, jo dod ievērojamus ieņēmumus un investīcijas noteiktā teritorijā, rada jaunas darba vietas, attīsta uzņēmējdarbību. Pasaulē un Eiropā ir teritorijas (pilsētas), kas pamatā nodarbojas tikai ar tūristu uzņemšanu, un vienīgie ienākumi tiek gūti tieši šajā nozarē. Šīs teritorijas nepārtraukti cīnās par savu

teritoriālo vērtību paaugstināšanu – tēla veidošanu, speciālo pasākumu plānošanu, infrastruktūras attīstīšanu utt.

Tūristu vai apmeklētāju tirgus sastāv no divām atšķirīgām tūristu grupām: uzņēmēji, kuri dodas darījumu braucienos, un tūristi, ceļotāji. Tāpēc teritoriju mārketinga speciālistiem ir jāveido pilnīgi atšķirīgas mārketinga stratēģijas. Darījumu braucienu mērķis ir piedalīties konferencēs vai pārrunās, iepazīt vietu, noslēgt darījumu. Tūristu mērķis ir vērot un iepazīties ar vietu vai apciemot radus, draugus (sk. 2. tab.).

Teritorijas attīstība saskaņā ar tūrisma attīstības koncepciju prasa no teritorijas mārketinga speciālistiem sistemātisku un ilgtermiņa mārketinga stratēģiju, kas orientēta uz vietējās teritorijas potenciālu un atšķirību noteikšanu. Galvenajai stratēģijas prioritātei ir jābūt orientētai uz precīzu un specifisku mērķtirgus noteikšanu, uz kuru teritorija virzīs visus resursus (3, 55). Teritorijai ir nepārtraukti jārada jauna vērtība. Tāpēc ir nepieciešams vērtības veidošanas process, kura laikā tiks radīta papildu atšķirība, ar kuru varēs iesaistīties uz precīzi noteiktu mērķtirgu. Jo mazāka teritorija, jo svarīgāk ir piedāvāt mērķtirgum kaut ko unikālu un neatkārtojamu.

2. tabula
Table 2

Specifiskās mērķtirgus grupas un atbilstošās piesaistes metodes (3, 57)

Specific target market groups and appropriate attraction methods

Tūristu vai apmeklētāju grupas	Piesaistes metodes
Sporta pasākumu cienītāji	Atbilstoša vieta, serviss
Informāciju tehnoloģiju cienītāji	Konferences, izstādes, serviss
Specifiskas interešu grupas	Atbilstoši produkti (tūrisms), infrastruktūra, serviss
Ģimenes ar bērniem	Atbilstoši produkti (tūrisms), infrastruktūra, serviss
Kultūras pasākumu cienītāji	Atbilstoša vieta, serviss

2.2. Vietējie iedzīvotāji un strādājošie

Ļoti nozīmīgs mērķtirgus katrai vietai ir vietējie iedzīvotāji un strādājošie. Nesenā pagātnē vairāk tika meklēts “lētais” darbaspēks vai nekvalificētais darbaspēks, bet šobrīd Eiropā ir notikusi prioritāšu maiņa. Tāpēc priekšroka tiek dota kvalificētam darbaspēkam, turīgiem un veselīgiem cilvēkiem, kuri varētu būt godīgi nodokļu maksātāji un kļūt par pastāvīgiem iedzīvotājiem noteiktā teritorijā.

Katras teritorijas svarīgs rādītājs ir nodokļi. Iedzīvotāji un strādājošie ir galvenie, bet atsevišķās vietās – vienīgie, nodokļu maksātāji.

Lai sasniegtu iecerēto mērķi, vietas izmanto dažādas stratēģijas un to formas. Eiropā ir zināmi gadījumi, kad vietas izmanto samērā savdabīgus paņēmienus, kā piesaistīt iedzīvotājus. Piemēram, Zviedrijas pilsētas Okselosunda (Oxelösund) izveidoja reklāmas saukli “Meklējam iedzīvotājus”. Galvenais stratēģijas virziens bija saistīts ar atbilstoša piedāvājuma izstrādi – izskatīgas un ērtas mājas dzīvošanai, augsta dzīves kvalitāte un skaidra vietas attīstības programma vietas pievilcības

uzlabošanai (3, 59). Analizējot šo piemēru, ir skaidrs, ka piesaistīt iedzīvotājus var tikai tajā gadījumā, ja vietas mārketingā ir ņemtas vērā potenciālā mērķtirgus prasības, dzīves stils un prasības apkārtējai videi. Šobrīd vislielākais akcents, piesaistot iedzīvotājus, tiek likts uz dzīvesvietas kvalitāti – svaigs gaiss, ērti mājokļi, izdevīga nokļūšana līdz lielajām pilsētām, infrastruktūras un tehnoloģiju attīstība. Skatoties uz mērķtirgu no segmentēšanas viedokļa, var redzēt, ka iedzīvotāji ir ģimenes. Tāpēc, izstrādājot mārketinga stratēģijas, ir jāņem vērā specifiskie ģimenes modeļi (2, 535–536):

- jaunas ģimenes bez bērniem;
- ģimenes ar maziem bērniem (līdz 6 g.) (pilna ligzda);
- ģimenes ar bērniem skolas vecumā un pusaudžu vecumā (7–12 un 13–19) (pilna ligzda);
- ģimenes ar pieaugušiem bērniem, kuri ir materiāli pastāvīgi (pilna ligzda);
- ģimenes, kurās bērni dzīvo atsevišķi (tukša ligzda).

Katrai mērķtirgus grupai ir savi specifiski raksturlielumi un attiecīgi arī specifiskas vajadzības. Tāpēc, piemēram, dažas pilsētas ceļ bērnudārzus un skolas, jo šajā vietā ir daudz ģimeņu ar maziem bērniem vai skolas vecuma bērniem un pilnas ligzdas ģimenes modelim ir svarīga izglītība uz vietas un atbilstoša kvalitāte. Turpretī tukšas ligzdas ģimenes modelim ir pilnīgi citas vajadzības un prasības attiecīgajā vietā.

2.3. Uzņēmējdarbība/ražošana

Trešā, ne mazāk svarīga, mērķtirgus grupa ir uzņēmējdarbība, ražošana un investīciju piesaiste. Šī ir viena no nozīmīgākajām mērķtirgus grupām, jo ir svarīgi nodrošināt iedzīvotājus ar darbu un darba vietām, tādējādi gūstot ienākumus no nodokļu iekasēšanas un samazinot bezdarba līmeni. Taču šis mērķtirgus ir visprasīgākais, un tas nepārtraukti paaugstina prasības attiecībā pret vietu un vietu mārketinga stratēģiju. Attīstoties uzņēmējdarbībai, pieaug prasības pret vietu un tās turpmāko attīstības stratēģiju. Pirms izdarīt vietas izvēli, tiek veikts rūpīgs pētījums par attiecīgajā vietā esošo darbaspēku, ražošanas izmaksām un apstākļiem, nodokļu lielumu un iespējamām atlaidēm, notiek nekustamā īpašuma vērtēšana u. tml. Eiropā tiek veidoti teritoriju reitingi, kuros tiek uzskaitīti visdažādākie parametri – ģeogrāfiskais, administratīvais, informācijas pieejamība, darbaspēka kvalifikācija, stratēģiskā atrašanās vieta, ražošanas un ekonomikas attīstība, publiskās pārvaldes efektivitāte, infrastruktūra u. c. (3, 63). Atsevišķos gadījumos var būt svarīgi arī uzņēmēju personiskie apsvērumi – personiskie kontakti (draugi), intereses (kultūra, sports, daba). Pamatojoties uz uzņēmējdarbības pieaugošajām prasībām, vietas mārketingus izmanto vairākas metodes uzņēmējdarbības piesaistei un noturēšanai. Gandrīz visās valstīs tiek organizēti investīciju semināri, tikšanās un prezentācijas ar prioritārām mērķtirgus grupām, tiek veidotas nekomerciālas organizācijas, gan nacionālie, gan reģionālie fondi investīciju piesaistei (3, 65).

Realizējot vietas mārketinga stratēģiju, ir svarīgi saprast, kā notiek lēmuma pieņemšanas process uzņēmējdarbībā par investīciju ieguldīšanu vai vietas izvēli. **Lēmuma pieņemšanas process** – tās ir darbības, kas vērstas uz preču un pakalpojumu

iegūšanu, lietošanu un izplatīšanu, ietverot lēmuma pieņemšanas procesu, kas bijis pirms pirkuma izdarīšanas (2, 38). Pats lēmuma pieņemšanas process (2, 133) sastāv no vairākiem posmiem.

1. Vajadzības apzināšana – starpības starp pašreizējo un vēlamo stāvokli izjušana (vēlēšanās stāvoklis) – stimulē un aktivizē lēmuma pieņemšanas procesu. Šī procesa sākuma avots ir vajadzības rašanās.
2. Informācijas meklēšana – savā atmiņā (iekšējā meklēšana) vai ārējās informācijas meklēšana (ārējā meklēšana).
3. Variantu novērtēšana pirms pirkuma – alternatīvu izvērtēšana no gaidāmā izdevīguma viedokļa un izvēles ierobežošana līdz par vislabāko atzītam variantam.
4. Pirkums – par vislabāko variantu atzītā produkta iegāde.
5. Lietošana – iegādātā produkta izmantošana.
6. Variantu novērtēšana pēc pirkšanas – novērtējums, kādā pakāpē iegūts apmierinājums no pirkuma vai pēcpirkuma pieredze.
7. Atbrīvošanās – atbrīvošanās no neizmantotā produkta vai tā neizmantotā pārpalikuma vai produkta pār pārdošana vai utilizācija.

Uzņēmēji vērtē vietu kā potenciālo “adresi”, izvērtējot dažādus faktorus, kas nosaka vietas pievilcību. Vietas pievilcības rādītāji tiek iedalīti divās grupās: stiprie un vājie faktori. Stipros faktorus var izmērīt ar objektīviem rādītājiem. Vājie faktori nepakļaujas mērījumiem, un tiem piemīt vairāk subjektīvs raksturs (3, 66; sk. 3. tab.). Vietas mārketinga stratēģijas izstrādē būtu nepieciešams izmantot šos faktorus kā orientējošus raksturlielumus, lai veidotu vietas pievilcību mērķtirgus grupas skatījumā.

3. tabula
Table 3

Pievilcības stiprie un vājie faktori (3, 65)

Strong and weak factors of attractiveness

Stiprie faktori	Vājie faktori
Ekonomiskā stabilitāte	Nišas noteikšana
Produktivitāte	Dzīves kvalitāte
Izmaksas	Darbinieku un strādnieku kvalifikācija
Attieksme pret īpašumu	Kultūra
Vietējie palīdzības dienesti	Personāls
Sakaru infrastruktūra	Menedžments
Stratēģiska ģeogrāfiskā atrašanās vieta	Profesionalitāte un sakaru uzturēšana ar tirgu
Atbalsta programmas	Uzņēmējdarbības iniciatīva
	Neparedzami, bet svarīgi faktori

Pastāv četri paņēmieni, kā nostiprināt un noturēt vietas ekonomisko bāzi (ar vietu saprotot noteiktu teritoriju).

1. Vietai ir jāsaglabā pastāvošā uzņēmējdarbība vai vēlamā uzņēmējdarbība. Tas kļūst aktuāli mūsdienās, kad darbojas uzņēmumi “bez saknēm”, kurus īpaši nesaista attiecīgā vieta. Tas ir saistīts ar robežu “nojaukšanu” un finansiālu izdevīgu pārcelšanos uz citu vietu. Lai varētu noturēt uzņēmumus, ir jābūt pastāvīgai komunikācijai ar tiem. Jāapzinās savas vietas iespējas, trūkumi un konkurētspējas iespējas ar citām vietām. Bieži vietas mārketinga veidotājiem pirmo reizi ir jāapzinās globālās konkurences nepieciešamība.
2. Vietai ir jāizstrādā palīdzības plāns un pakalpojumi pastāvošajai uzņēmējdarbībai un tās attīstībai. Aktīvi darbojoties tirgū, uzņēmums gūst ienākumus un nodrošina iedzīvotājus ar darba vietām, bet vietu – ar ekonomikas attīstību. Nepieciešams noteikt, kurus stipros un vājos faktorus vieta var ietekmēt, un izstrādāt atbilstošu piedāvājumu. Tas ir vietas pievienotās vērtības procesa izstrādes pamats.
3. Vietai ir jāatvieglo uzņēmējiem darbības uzsākšana. Sadarbībā ar ES fondiem tiek veidotas mazā un vidējā biznesa attīstības programmas. Tajās tiek iekļauta aģentūru veidošana uzņēmējdarbības atbalstīšanai un konsultēšanai, atbalsts finansiālā nodrošinājuma saņemšanai, sadarbības līgumu un kontaktu veidošana, atlaižu piemērošana u. c.

Vietai ir jācenšas piesaistīt stratēģiski nozīmīgus attīstības projektus, tādi projekti dod “blakus efektu” ar ekonomisku ieguvumu. Vieta veido nozīmīgus projektus vietas attīstībai un piesaista investorus, dažādus fondus un uzņēmējus (3, 66–71).

Šobrīd ir svarīgi rīkoties patstāvīgi un negaidīt citu palīdzību. Tirgus ekonomika prasa rīkoties ātri un atrast savu stilu. Tikai vietas visaptveroša stratēģija nesīs gaidītos un plānotos rezultātus.

2.4. Eksporta tirgus

Ceturtais mērķtirgus ir eksporta paplašināšana – spēja saražot vairāk produktu, kurus pirks citas teritorijas cilvēki un uzņēmumi, kā, piemēram, neliela pilsēta Boskopa Nīderlandē, kura ir viena no lielākajām ziedu eksportētājām visā Eiropā. Spēcīgu eksporta tēlu ir izveidojusi arī Milāna ar visā pasaulē slavenajiem modes namiem, tāpat arī Bavārija un Minhene ar kvalitatīvajiem auto ražošanas zīmoliem – *Audi* un *Mercedes* (3, 72–73).

Ir jāizvairās ražot standartam ražot standartam neatbilstošus produktus, jo tas var nepiesaistīt nepieciešamo uzmanību vai radīt pretēju efektu – antireklāmu. Jārēķinās, ka spēcīgs vietas tēls piesaista arī tūristus.

Eksporta stimulēšanai var izmantot dažādus instrumentus:

- 1) valsts un privātais sektors var apvienoties, lai izstrādātu vietas pozicionēšanas stratēģiju, kas veicinātu vietējā eksporta tirgus pozīciju nostiprināšanu;
- 2) vietējās pašvaldības varētu atvērt eksporta konsultāciju dienestus;
- 3) vietējās pašvaldības varētu finansiāli stimulēt uz eksportu orientētu darbību, piemēram, profesionālās izstādes;
- 4) vietējās pašvaldības varētu palīdzēt uzņēmumiem, kuri ir ieinteresēti darboties eksporta tirgū, piesaistīt atbilstošas kvalifikācijas darbiniekus utt. (3, 74–75).

3. Kādi šobrīd ir vietas mārketinga uzdevumi Eiropā?

Šobrīd ir ļoti lielas iespējas, lai attīstītu Eiropas vienoto un vislielāko tirgu pasaulē. Tāpēc teritorijas attīstībai ir svarīgi noteikt jaunus konkurētspējas radītājus. Stratēģiska tirgus plānošana ir nepārtraukts process, kas orientēts uz augošo pasaules tirgu, un pielāgošanās tā prasībām (5, 15). Šo pieeju var attiecināt arī uz Latvijas situāciju.

Pastāv pieci faktori, kas nosaka vietas mārketinga rezultātus.

1. Nepieciešamība pēc attiecīgās vietas pārākuma noteikšanas Eiropā. Teritorijas mārketinga pētnieks F. Kotlers uzskata, ka šobrīd visstiprākie vietas zīmoli atrodas tieši Eiropā, piemēram, tūristu iecienītā Parīze, auto ražošanas giganti Dienvidvācijas pilsētās, finanšu virtuozs Londonā (3, 15). Tie var būt saistīti gan ar tūrismu, gan ražošanu u. c., jo tieši Eiropā ir visbagātākais kultūras un vēstures mantojums. Pēc F. Kotlera domām, arī resursi ir vislielākie tieši Eiropā – darbaspēks, ēkas, būves u. c.
2. Termina “Eirozeme” (Euroland) parādīšanās un pāriešana uz vienotas valūtas ieviešanu. Tas nozīmē milzīga vienota tirgus izveidošanu un jaunu iespēju radīšanu atsevišķām teritorijām vai vietām.
3. Teritorijas kļūst atbildīgas par savu mārketingu. Nelielām vietām ir nepieciešams atrast stratēģiju, lai izceltos tirgū, kurā ir konkurenti. Pēc F. Kotlera domām, Eiropā konkurence ir vislielākā. Tāpēc uzvarēs, tas, kurš spēs radīt maksimālu mārketinga ietekmi uz tirgu un konkurentiem.
4. Informācijas tehnoloģiju un infrastruktūras integrācija mārketinga plānā. Strauja šo jomu attīstība ļauj mazām teritorijām veiksmīgi konkurēt ar lielajām teritorijām.
5. Iespējas vadīt komunikācijas procesu. Vietas mārketinga rada tēlu, tāpēc ir nepieciešami pasākumi, kuri to popularizētu un izplatītu informāciju. Jaunās tehnoloģijas ir atvieglājušas šo darbību, bet ir nepieciešamas zināšanas šo komunikāciju vadīšanā un pasākumi to integrācijai mārketinga plānā (3, 15–17).

Eiropā valda liela konkurence, tāpēc pieaug interese par vietas mārketinga stratēģijas izstrādi. Dažādi globālās ekonomikas attīstības faktori vēl vairāk stimulē vietu konkurences saasināšanos. Tāpēc teritorijām ir jāpaaugstina līmenis dažādās jomās, piemēram, izglītības sistēmā, eksporta jomā, un jāpievērš uzmanība citiem kritiskajiem faktoriem, lai atbilstoši atbildētu globālā tirgus izaicinājumam.

4. Teritorijas pārdošanas vai virzīšanas metodes

Sākot vietu vai teritoriju virzīt tirgū, ir jāpieņem daži svarīgi stratēģiski lēmumi. Pastāv četras svarīgas stratēģijas, lai piesaistītu tūristus, iedzīvotājus, strādājošos, uzņēmējus un palielinātu eksportu.

Teritorijas virzīšanas metodes ir šādas:

- 1) tēla mārketinga;
- 2) vietas pievilcības mārketinga;
- 3) infrastruktūras mārketinga;
- 4) cilvēku mārketinga.

Tēla mārketinga galvenais mērķis ir radīt, attīstīt un izplatīt sabiedrībā pieņemtu pozitīvu tēlu. Šī varētu būt vislētākā stratēģija, lai gan izmaksas ir atkarīgas no vietas esošā tēla un nepieciešamības to mainīt. Lētāka tā ir tāpēc, ka neprasa infrastruktūras radikālu pārkārtošanu un citu faktoru izmaiņšanu, vairāk tiek izmantoti esošie resursi.

Svarīgākie tēla mārketinga instrumenti ir komunikācijas pasākumi, kuri demonstrē teritorijas atvērtumu jauniem kontaktiem un stimulē tos labāk iepazīt teritoriju.

Pastāv vairāki stratēģijas veidi, atšķirīga ir tikai to lietošanas situācija un mērķis, kas ir jāsasniedz: pozitīvs tēls, vāji izteikts tēls, pārāk tradicionāls tēls, pretrunīgs tēls, jaukts tēls, negatīvs tēls, pārāk pievilcīgs tēls (4, 561–562).

Vietas pievilcības mārketinga nozīmē tādu pasākumu izstrādi, kuri attiecīgo vietu padara pievilcīgu noteiktai cilvēku grupai. Tas nozīmē arī vietas konkurētspējas paaugstināšanu, jo vietas pievilcība ir cieši saistīta ar tūrisma attīstību. Pievilcību var nodrošināt ar dabas vietu sakārtošanu, radot gājēju un velosipēdu, muzejus, vēsturiskās un tirdzniecības zonas, arhitektūras, kultūras un sporta attīstību utt. (4, 563).

Infrastruktūras mārketinga. Neviena mārketinga darbība tēla veidošanā nevar aizstāt darbības, kuras vērstas uz teritorijas sakārtošanu un attīstīšanu. Teritorijas mārketingā galvenais ir civilizētas tirgus attiecības tās teritorijā. Teritorijā ir jābūt ērti dzīvot, strādāt un attīstīties, tāpēc ir nepieciešams attīstīt dzīvojamo rajonu infrastruktūru, ražošanas zonas, tirgus infrastruktūru un atpūtas zonas.

Teritorijas realizē veselu kompleksu dažādu pasākumu – politiskus, tiesiskus, zinātniskus un citus pasākumus, kas orientēti uz darījumu, sociāli ekonomiskās un kultūras dzīves sakārtošanu atbilstoši infrastruktūrai. Lai realizētu infrastruktūras mārketingu, tiek izmantoti šādi instrumenti: izstādes, gadatirgi, tematiskie parki, kultūras un mākslas dienas, viesnīcu darbība un tūrisms, konferences, transports, banku sistēma, sakari, nodokļu politika, izglītības iestādes, kultūras, veselības aprūpes un sporta iestādes (4, 564).

Cilvēku mārketinga ir saistīts ar iedzīvotājiem un strādājošajiem. Katra teritorija pēc savas situācijas var noteikt attiecīgās vietas prioritāti – piedāvāt augsti kvalificētu darbaspēku vai ekonomiski izdevīgu lēto darbaspēku. Vai, gluži pretēji, ja teritorija ir pārapdzīvota vai tajā ir augsts bezdarba līmenis, – stimulēt iedzīvotāju pārcelšanos. Cilvēku mārketinga stratēģijas realizācijai tiek izmantotas dažādas pieejas, piemēram, slaveni cilvēki, enerģiski vietējie līderi, kvalificēti speciālisti, uzņēmīgi cilvēki, cilvēki, kuru pārcēlušies no citām vietām (4, 564).

5. Kādu stratēģiju izvēlēties?

Vai ir iespējams izvēlēties vienu stratēģiju un koncentrēties tās realizācijai ilgākā laika periodā, piemēram, 10–15 gadus? Labāk un pareizāk būtu realizēt mārketinga kompleksa stratēģijas, visu laiku ņemot vērā reālo situāciju, iespējamās problēmas, finansiālās un citas iespējas. Interesanti un noderīgi varētu būt A. Pankruhina izstrādātie ieteikumi.

Kas būtu teritorijai noderīgs pārejas ekonomikas laikā? Visvienkāršākais būtu izstrādāt kompleksu attīstības programmu, noteikt funkcionēšanas principus, infrastruktūras virzienus, konkurētspējas priekšrocības, parūpēties par draudzīgām attiecībām starp iedzīvotājiem un veidot publicitāti ar saukli: “Mēs esam labi, pie mums ir jauki, brauciet pie mums!”

Ja finansiālā situācija ir vāja, tad labāk veidot tādu tēlu, kas atbilst reālajai situācijai, atrast tās priekšrocības un piesaistīt atbilstošus interesentus un investorus. Vienmēr svarīgi ir vispirms parūpēties par saviem iedzīvotājiem un uzņēmējiem un tikai pēc tam domāt par tūristiem. Vislielākā tālākās attīstības garantija ir vietējie iedzīvotāji un uzņēmēji.

Situācijās, ja teritorijas nav tik finansiāli stipras un attīstītas, teritoriāli ir iespējams apvienoties. Vietas, kas apvienojas, var būt dažādas gan pēc attīstības līmeņa, gan mārketinga potenciāla (4, 566).

Darba autore šo tēmu turpinās pētīt promocijas darbā “Jaunākās mārketinga tendences un pašvaldību aktivitātes pakalpojumu sniegšanas pilnveidošanā”. Šī publikācija tiks iekļauta sadaļā “Vietas mārketinga attīstības kā pašvaldību konkurētspējas veicinātāja izpēte” un tiks papildināta ar praktisku pētījumu kādā no Latvijas teritorijām un pašvaldībām.

Secinājumi

Apkopojot pētījumu par teorētiskajām nostādnēm, var secināt:

- šobrīd vērojama tendence, ka teritorijas sacenšas, ar kādiem piedāvājumiem tās spēs noturēt iedzīvotājus, piesaistīt tūristus, uzņēmējus un investorus;
- mārketinga pieeja prasa, lai teritorija īpašu uzmanību pievērstu savu produktu attīstīšanai atbilstoši sabiedrības vajadzībām, izmantojot visus savus resursus un potenciālu;
- teritorijas mārketinga ietvaros tiek izdalītas noteiktas mērķtirgus grupas: tūristi/apmeklētāji, vietējie iedzīvotāji/strādājošie, uzņēmējdarbība/ražošana, eksporta tirgus;
- teritorijai jāveido atšķirīga mārketinga pieeja un stratēģija katrai mērķtirgus grupai;
- teritorijas attīstībai ir svarīgi noteikt teritorijas konkurētspējas radītājus;
- teritorijas virzīšanas metodes ir tēla mārketinga, vietas pievilcības mārketinga, infrastruktūras mārketinga, cilvēku mārketinga;
- pieaug mūsdienās pasaulē realizēto mārketinga kompleksa stratēģiju loma, saistot tās ar reālo situāciju, iespējamām problēmām, finansiālām un citām iespējām.

LITERATŪRA

1. Kotlers, F. *Mārketinga pamati*. Rīga: Jumava, 2006, 647. lpp.
2. Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W. *Consumer Behavior*. Philadelphia: The Dryden Press, 1999, 759. p.

3. Котлер, Ф., Асплунд, К., Рейн, И., Хайдер, Д. *Маркетинг мест*. Stockholm School of Economics in Saint Petersburg, 2005, 376 с.
4. Панкрухин, А. П. *Маркетинг*. Москва: Омега-Л, 2007, 654. с.
5. Траут, Дж. *Траут о стратегии*. Санкт-Петербург: Питер, 2005, 188. с.

Summary

Today the tendency that territories compete to attract tourists, retain inhabitants, attract businesses, etc, with the help of various offers can be seen in the whole world and in Latvia as well. A well-designed development plan, or to be more precise, strategy is required to ensure that these activities are effective. It is necessary to develop such a strategy for each separate target market group, identifying the most appropriate offers and activities. The theory on marketing of places and its application must be studied to achieve better understanding of the role of such strategies.

The purpose of this article is to analyse the theory on territorial marketing and carry out a research on the possible impact of territorial marketing on territorial development.

Works of foreign scientists, publications in the media and the author's observations have been used as the **methodological background** of this research.

From the viewpoint of marketing, the application of marketing findings may be of great assistance in attracting tourists, business people, and investors to a territory, as well as residents for whom it would be beneficial and prestigious to live, study, and work there. That refers to both large and small territories.

The target market categories of territorial marketing – tourists/visitors, local residents/working people, entrepreneurship/production, export markets – have to be analysed in more detail to achieve better understanding of the needs of each group of society.

At present in Europe the competition is stiff; therefore, the interest in the development of place marketing strategies increases. Some global economy development factors stimulate the aggravation of competition among places. For that reason, territories have to improve in several aspects, e.g. the education system and export, and focus on other critical factors in order to be ready to meet the challenges of the global market.

Before territories start promoting themselves in the market, a few strategic decisions have to be made. There are four main strategies to attract tourists, retain residents and business people, and to increase export. The territorial promotion methods to be applied are image marketing, place attraction marketing, infrastructure marketing, and people marketing.

The following conclusions can be drawn from the theoretical research:

- *today, both in the whole world and in Latvia, there is a tendency that territories compete to attract tourists, retain residents, attract businesses, etc, with the help of various offers;*
- *via the marketing approach, a territory has to focus on the development of its own products in line with the needs of its residents, making use of all its resources and potential;*
- *a territory has to develop a differentiated marketing approach and strategy for each target market group;*

- *there are the following target market categories – tourists/visitors, local residents/working people, entrepreneurship/production, export markets;*
- *it is essential for territorial development to set the competitiveness criteria of the territory;*
- *there are the following territorial promotion methods – image marketing, place attraction marketing, infrastructure marketing, and people marketing;*
- *at present complex marketing strategies are implemented in the whole world, taking into consideration the actual situation, possible problems, financial and other possibilities.*

Keywords: *territorial marketing, marketing, territory, development, strategy, target market.*

Lauksaimnieciskās ražošanas efektivitāti noteicošo faktoru analīze Latvijā un citās Eiropas Savienības valstīs

Comparative Analysis of Efficiency of the Agricultural Sector in Latvia and Other European Union Countries Based on the Data of the Farm Accountancy Data Network

Armands Vēveris

Latvijas Valsts Agrārās ekonomikas institūts
Struktoru iela 14, Rīga, LV-1039
E-pasts: armands@lvaei.lv

Lai panāktu Latvijas lauksaimniecības sektora konkurētspēju vienotajā Eiropas Savienības preču, pakalpojumu un darbaspēka tirgū, tam nepieciešama šai tirgus telpai atbilstīga efektivitāte. Šajā pētījumā autors veicis Latvijas un citu ES valstu lauku saimniecību ekonomisko rādītāju salīdzinošo analīzi ar mērķi novērtēt sektora efektivitāti ES tirgus kontekstā, atklāt stiprās un vājās vietas Latvijas lauksaimniecībā un formulēt galvenās risināmās problēmas. Darbā analizēti daudzveidīgi efektivitātes rādītāji un akcentētas vairākas jomas, kurās Latvija būtiski atpaliek no konkurējošām valstīm. Nobeigumā formulēti galvenie secinājumi un turpmāko pētījumu virzieni.

Atslēgvārdi: efektivitāte, ieņēmumi, izmaksas, pievienotā vērtība, ekonomiskais lielums.

Darbā izmantoto specifisko jēdzienu skaidrojums:

- 1) Eiropas lieluma vienība (ELV) – ekonomiskā lieluma mērvienība. 1 ELV atbilst 1200 eiro standarta bruto seguma (SBS). SBS ir produkcijas vērtība mīnus ražošanas tiešās izmaksas, novērtējot vietējās cenās. 2006. gadam šis rādītājs ir aprēķināts vidējās 2001.–2003. gada cenās.
- 2) Lauksaimniecības darba vienība (LDV) – darba patēriņa mērs. Tas atbilst 1 pilnu laiku nodarbinātajam gadā – 1840 sektorā nostrādātas stundas. Viena persona nevar pārsniegt 1 LDV, arī ja tiek strādāts vairāk.
- 3) Pievienotā vērtība – vērtība, kas radīta, izmantojot ražošanas faktorus (darbu, zemi, kapitālu, uzņēmumu), un veido šo faktoru īpašnieku ienākumus; arī neto pievienotā vērtība (NPV): produkcijas izlaide plus subsīdijas, mīnus ražošanas nodokļi, mīnus starppatēriņš, mīnus pamatlīdzekļu patēriņš.
- 4) Produkcijas izlaide – saražoto preču un pakalpojumu vērtība tirgus cenās.
- 5) Subsīdijas – šajā darbā tie ir valsts institūciju kārtējie maksājumi saimniecībām, kuri veido kārtējā gada ienākumus un ir saistīti ar lauksaimniecības aktivitātēm vai resursu izmantošanu (zeme u. c.), neieklaujot ieguldījumu subsīdijas.

Citi darbā lietotie saīsinājumi:

ES – Eiropas Savienība
Eurostat – Eiropas Savienības statistikas birojs
LVAEI – Latvijas Valsts Agrārās ekonomikas institūts
LIZ – lauksaimniecībā izmantojamā zeme
LLV – nosacītā liellopu vienība
SUDAT – Saimniecību uzskaites datu tīkls (angļu val. – FADN)

Vienlaikus ar Latvijas lauksaimniecības sektora pievienošanos ES tirgus telpai tam radušās gan jaunas iespējas, gan izaicinājumi. No vienas puses, kļuvuši pieejami ievērojami līdzekļi tehnoloģiju modernizācijai un darba produktivitātes paaugstināšanai, lielākoties izlīdzinājušās produktu cenas Latvijā un citās ES valstīs; kaut ar grūtībām, tomēr kļūst pieejami ES tirgi. Šajā laikā nozīmīgi pieaudzis lauksaimniecības ražojumu eksports [3]. No otras puses, nākas saskarties ar pieaugošu konkurenci, kas īpaši izpaužas apstākļos, kad tirgū ir piedāvājuma pārpalikums. Arī resursu cenas izlīdzinās un daļa no tām pat pārsniedz ES vidējo līmeni. Pēdējos gados būtiski sadārdzinājās darbaspēka un zemes cena [4].

Lai Latvijas lauksaimniecības sektors kļūtu konkurētspējīgs, tam jābūt pietiekami efektīvam. Sevišķi nozīmīgi tas ir kopējās lauksaimniecības politikas reformas kontekstā, kas paredz mazināt sektora aizsardzības pakāpi un padarīt to vairāk atkarīgu no tirgus [1]. Tādējādi kļūst aktuāls jautājums, kurš formulējams ļoti strikti – būt vai nebūt Latvijā tirgus orientētai lauksaimniecībai?

Lai uz to atbildētu, ir nepieciešams izvērtēt sektora efektivitāti pašlaik un tuvākajā laikā, kā arī novērtēt galvenās tendences. Šim nolūkam autors veicis pētījumu, kurā analizēti Latvijas un citu ES valstu lauku saimniecību ekonomiskie rādītāji dažādos griezumos un dinamikā.

Darba mērķis – novērtēt lauksaimniecības sektora efektivitāti ES tirgus kontekstā, atklāt stiprās un vājās vietas Latvijas lauksaimniecībā un formulēt galvenās risināmās problēmas efektivitātes paaugstināšanai.

Mērķa sasniegšanai ir veikti šādi uzdevumi: analizēts Latvijas lauku saimniecību ekonomiskais un fiziskais lielums, ieņēmumu un izdevumu apjoms un struktūra, nodarbinātības līmenis, saņemtās subsīdijas un neto pievienotā vērtība salīdzinājumā ar citām ES valstīm. Pētījumā izmantoti komerciālo saimniecību uzskaites datu tīkla (SUDAT) standartizētie rezultāti. Analīze veikta gan visam lauksaimniecības sektoram, gan trīs Latvijā nozīmīgākajiem specializācijas veidiem – laukaugu, piena lopkopības, kā arī cūkkopības un putnkopības saimniecībām.

Darbā izmantotas galvenokārt salīdzinošās analīzes un loģiski konstruktīvās analīzes metodes. Tas ietver secinājumus, kas izriet no veiktās analīzes materiāliem un radošās diskusijas.

Pētījumā apkopoti dati par Latviju un 15 citām ES dalībvalstīm: Beļģiju, Čehiju, Dāniju, Igauniju, Franciju, Ungāriju, Īriju, Lietuvu, Nīderlandi, Austriju, Poliju, Somiju, Zviedriju, Slovākiju un Lielbritāniju. Analizēti galvenokārt 2006. gada dati, jo par šo gadu pieejama jaunākā publiskotā informācija. Ir veikts arī salīdzinājums ar iepriekšējiem gadiem. Valstis atlasītas, izmantojot ES datu bāzē pieejamo informāciju, izslēdzot pundurvalstis un kontinenta dienvidos esošās valstis, kurās klimatiskie apstākļi un arī ražošanas nosacījumi būtiski atšķiras, salīdzinot ar Latviju.

Darba novitāte: pirmo reizi publiski pieejamos pētījumos lauksaimniecības sektora efektivitāte pētīta, izmantojot SUDAT datus, kas ļauj salīdzināt ekonomikas informāciju (ieņēmumus, izmaksas, bruto segumu, subsīdijas u. c.),

kas iegūta, izmantojot līdzīgu metodiku, turklāt iespējams analizēt arī specializētās saimniecības.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātnieku darbi, iepriekš veiktie pētījumi par valsts ekonomikas un tās sektoru efektivitāti, kā arī ES SUDAT metodika.

Analīzei izmantota skaitliskā informācija, kas lielākoties iegūta no *Eurostat* publiskās datu bāzes (2. datu avots sarakstā). Ja atsaucies darbā nav norādītas, izmantots 2. datu avots, turpretī, ja atsaucies ir norādītas, izmantoti citi datu avoti.

1. Saimniecību ekonomiskā lieluma un apjoma rādītāju analīze

Latvijas SUDAT kopā (kura aptver saimniecības, lielākas par 2 ELV [5]) ietverto saimniecību vidējais ekonomiskais lielums 2006. gadā sasniedza 11,1 ELV [2]. Salīdzinājumam – pētījumā ietvertajās ES valstīs šis rādītājs ir vidēji gandrīz četras reizes lielāks – 41,5 ELV. Dažādās valstīs šis rādītājs ir ļoti atšķirīgs un robežās no 8,1 ELV Lietuvā līdz pat 137,6 ELV Nīderlandē. Tomēr, salīdzinot ar Lietuvu, vēl tikai Polijā (10,2 ELV) vidējais ekonomiskais lielums ir mazāks nekā Latvijā. Attiecība starp vidējo ekonomisko lielumu Latvijā un mūsu kaimiņvalstī Igaunijā ir 1,5 reizes, ar Ungāriju – 1,7 reizes, ar Īriju – gandrīz 2 reizes, savukārt ar Somiju – 3,6 reizes. Pārējās aplūkotajās valstīs (sk. 1. tabulu) saimniecības ir ekonomiski vēl spēcīgākas, un piecās no tām, tajā skaitā arī ES jaunajās dalībvalstīs Slovēnijā un Čehijā, ELV vidēji pārsniedz 100. Šādas būtiskas atšķirības daļēji skaidrojamas gan ar atšķirīgu saimniecību struktūru (piemēram, Čehijā un Slovēnijā tās lielākoties ir bijušās lielsaimniecības, kas izmanto algotu darbaspēku), gan atšķirīgu cenu līmeni valstīs. Latvijā un citās jaunajās ES dalībvalstīs cenu līmenis bija zemāks nekā vecajās dalībvalstīs, tādēļ, lai sasniegtu līdzīgu ekonomisko lielumu, ir jāsarāž vairāk produkcijas.

Tomēr pētījumi atklāj, ka šie nav vienīgie faktori, kas nosaka zemāku ekonomisko lielumu. Analizējot ekonomiskā lieluma un saimniecību rīcībā esošo resursu attiecību, iegūstam visai niecīgos datus: Latvijā 2006. gadā uz vienu pilnu laiku nodarbināto (LDV) attiecas 4,3 ELV, taču aplūkotajās valstīs vidēji – 21,8 ELV, tātad piecas reizes vairāk. Līdzīgs stāvoklis ir zemes izmantošanā – uz 1 ha LIZ Latvijā attiecas 0,18 ELV, savukārt citās valstīs – 0,84 ELV. Tas nozīmē, ka ar vienādu zemes un darbaspēka ieguldījumu Latvijā iegūts vidēji piecas reizes mazāks bruto segums nekā citās aplūkotajās ES valstīs. Šie rādītāji vēl zemāki bija tikai Lietuvā (zemes izmantošanā – arī Igaunijā), taču pārējās valstīs, tostarp Polijā, apsteidz Latviju. Arī attiecinot bruto segumu uz nosacīto liellopu vienību skaitu (LLV), Latvijā tas ir divas reizes mazāks nekā vidēji citur – attiecīgi 0,52 un 0,97 ELV. Kopš 2004. gada šie rādītāji nav būtiski mainījušies, lai gan absolūtos skaitļos ir neliels kāpums. Iegūtie rezultāti ir vērtējami kā indikators, kas norāda, ka saimniecību resursu efektīva izmantošana Latvijā ir nopietna problēma, kuru vajadzēs risināt, lai nodrošinātu konkurētspējīgu lauksaimniecības sektoru.

Lai mazinātu atšķirīgas ražošanas struktūras radīto ietekmi un raksturotu stāvokli galvenajās apakšnozarēs, tika analizēti specializēto saimniecību dati trīs Latvijai raksturīgākajos specializācijas veidos – laukkopībā (graudaugu un eļļaugu

audzēšana), piena lopkopībā, kā arī cūkkopības un putnkopības specializācijā. Galvenie aplūkotie rādītāji ir apkopotī 1. tabulā.

Arī salīdzinot specializētās saimniecības, iegūstam līdzīgus rādītājus. Laukkopības saimniecību grupā (šajā apakšnozārē specializējušās aptuveni trešdaļa SUDAT aptverto saimniecību) ekonomiskais lielums Latvijā pārspēj Poliju, Lietuvu un nedaudz arī Igauniju, bet nozīmīgi atpaliek no pārējām valstīm. Taču, aplūkojot iesaistītos zemes un darba resursus, redzam gandrīz pretēju ainu. Latvijā ir trešais lielākais darbaspēka patēriņš (aiz Slovākijas un Čehijas, kurās raksturīgs augsts algotā darba īpatsvars pie daudzkārt lielākiem saimniekošanas apjomiem) un septītās lielākās LIZ platības šīs grupas saimniecībās (!). LIZ platības šīs grupas saimniecībās Latvijā ir 1,5–2 reizes lielākas nekā Somijā, Nīderlandē, Beļģijā, Austrijā un Īrijā. Taču iegūtais bruto segums uz 1 ha veido tikai vienu trešdaļu no valstu vidējā līmeņa – tas nedaudz apsteidz vienīgi Igauniju, ir vienā līmenī ar Lietuvu, bet nozīmīgi atpaliek no pārējām valstīm. Bruto segumu attiecinot uz nodarbinātības līmeni, Latvija apsteidz Poliju un Lietuvu, sasniedzot vidēji tikai 27% no citu valstu līmeņa un no Lielbritānijas, Beļģijas un Dānijas atpaliekot aptuveni desmit reizi.

1. tabula

Table 1

**Vidējie saimniecību lieluma rādītāji SUDAT saimniecībās 2006. gadā
(standartizētie rezultāti) [2]**

The average size of FADN farms in 2006 (standardized results)

Valsts	Vidēji visās saimn.	Laukaugu specializācija			Piena lopkopības specializācija				Cūkkopības un putnkopības specializācija		
	ELV	ELV	LDV skaits	LIZ (ha)	ELV	LDV skaits	LIZ (ha)	LLV skaits	ELV	LDV skaits	LLV skaits
Beļģija	97,7	76,3	1,38	56,0	75,4	1,52	42,7	80,8	114,7	1,52	385,3
Čehija	107,7	99,8	7,14	244,0	67,5	7,78	199,5	124,7	222,6	10,85	653,9
Dānija	101,0	50,7	0,92	62,8	161,8	1,97	99,5	164,6	318,5	3,21	656,2
Igaunija	16,4	13,1	1,77	103,7	27,9	5,77	181,1	91,0	-	-	-
Francija	74,7	80,7	1,66	99,3	60,5	1,70	70,2	80,0	95,6	1,80	368,2
Ungārija	18,2	18,3	1,47	62,2	54,3	4,59	96,3	77,9	37,4	3,08	156,5
Īrija	20,7	27,7	0,73	45,9	50,3	1,53	49,7	91,3	-	-	-
Lietuva	8,1	10,4	1,88	64,2	4,5	1,93	36,5	21,0	37,8	5,54	276,2
Latvija	11,1	13,7	2,31	84,4	8,8	2,46	55,6	27,9	186,0	19,75	645,7
Nīderlande	137,6	91,7	1,82	55,7	118,1	1,63	46,1	113,8	128,4	1,60	496,2
Austrija	29,4	32,6	1,22	47,2	24,1	1,69	30,7	27,5	45,1	1,49	84,7
Polija	10,2	9,3	1,81	24,8	8,9	1,77	17,1	16,7	17,9	1,72	43,1
Somija	40,4	23,4	0,72	56,3	51	2,05	43,9	36,0	100,2	1,99	173,0
Zviedrija	50,7	38,1	1,01	91,0	66,1	2,00	96,3	87,7	215,0	2,24	517,8
Slovākija	127,0	86,7	9,45	351,6	140,7	29,76	835,5	365,2	-	-	-
Lielbritānija	111,3	143,9	2,20	176,5	121	2,30	96,7	169,7	170,9	3,40	546,4
Vidēji	35,5	42,8	1,75	68,3	55,3	1,89	53,9	70,8	53,4	1,95	161,3

Otra būtiskākā specializācijas grupa Latvijā – piena ražošana, pie kuras pieder ceturta daļa saimniecību, uz kopējā ES fona izskatās vēl sliktāk. Šajā sektorā 15 % no pārējo valstu bruto seguma tiek radīts ar 1,3 reizes vairāk darbaspēka un par 3 % vairāk zemes, savukārt vidējais lopu skaits veido 40 % no citu valstu vidējā rādītāja. Līdz ar to bruto segums uz vienu nodarbināto veido tikai 12 % no vidējā rādītāja valstu grupā, uz LIZ platību – 15 %, savukārt uz liellopu nosacīto vienību – 40 %. Pēc šiem datiem, Latvija gan pārspēj Lietuvu, taču atpaliek no Polijas un citām valstīm (ar piebildi, ka Igaunijā pēdējie divi rādītāji ir vienā līmenī ar Latviju). Jāuzsver, ka vidējais lopu skaits, piemēram, Austrijā un Somijā ir tuvs Latvijas līmenim, taču iegūtais bruto segums – daudz lielāks.

Labāks stāvoklis ir cūkkopības un putnkopības saimniecību grupā, kuru skaits ir salīdzinoši neliels (mazāk nekā 1 % no visām, kuras aptver SUDAT), taču tās ir vislielākās. Šo saimniecību vidējais lielums (ELV) Latvijā 3,5 reizes pārsniedz citu valstu vidējo rādītāju, atpaliekot tikai no Dānijas un Čehijas. Tomēr darba patēriņš uz vienu ELV Latvijā ir būtiski augstāks, kaut arī atšķirība ir mazāka nekā citās specializācijās. Savukārt ELV uz vienu dzīvnieku Latvijā daudz neatpaliek no vidējā līmeņa (veido 87 % no tā). Tomēr nopietnākajiem konkurentiem – Dānijai, Polijai un Somijai – bruto segums uz vienu dzīvnieku ir par 50–100 % lielāks nekā Latvijā.

Tādējādi var secināt, ka **salīdzinoši mazāks ekonomiskais lielums Latvijā ir nevis mazāku saimniecību fiziskā lieluma dēļ, bet gan neefektīvākas resursu izmantošanas dēļ**, kas arī ir šā pētījuma objekts; **kā arī nelabvēlīgāku produkcijas/resursu cenu attiecību dēļ.**

2. Izmaksu apjoms un struktūra

Salīdzinot izmaksu līmeni Latvijā un citās ES valstīs, var secināt, ka uz vienu ekonomiskā lieluma vienību Latvijā ir krietni augstāks izmaksu līmenis. Latvijā tas par 71 % pārsniedz visu valstu vidējo rādītāju, turklāt šis rādītājs pieaug, jo pirms diviem gadiem tas bija 57 %. Arī izmaksu struktūra ir atšķirīga: Latvijā 73 % no kopējām izmaksām veido starppatēriņš. Vienīgi Polijā šis rādītājs ir par vienu procentpunktu augstāks, savukārt vidēji valstu grupā – 66 %. Ja aplūkojam starppatēriņa īpatsvaru izlaides vērtībā (bez subsīdijām), tas Latvijā sasniedz 76 % (2006. gadā), savukārt citās valstīs tas ir vidēji 64 %. Augstāks nekā Latvijā tas ir tikai Somijā, Slovākijā, Zviedrijā un Čehijā. Tas norāda uz augstu absolūto izmaksu līmeni Latvijā.

Analizējot izmaksu struktūru, atklājas, ka Latvijā lielāks ir tiešo izmaksu īpatsvars – tās veido 45,5 % no visu izmaksu vērtības, savukārt citās valstīs – tikai 37,6 %. Pastāvīgo izmaksu (*overheads*) īpatsvars Latvijā ir līdzīgs kā vidēji citur – 28 %, savukārt mazāku daļu izmaksu struktūrā veido nolietojums (13 % pret 16,5 %) un procentu maksājumi, bet darba algas – lielāku daļu (10,3 % pret 8,8 %). Tas norāda uz mazāku kapitāla, bet lielāku – darba ietilpību Latvijas saimniecībās.

Ievērojami augstāks īpatsvars nekā citās valstīs Latvijā ir lopbarības izmaksām, turklāt tieši ganāmajiem mājlopiem – 16,6 % no visām izmaksām Latvijā pret 8,8 % vidēji citur. Tiesa, Igaunijā un Lietuvā to īpatsvars ir vēl lielāks – 21 un 17 %. Tas liek domāt par tehnoloģiju ietekmi uz minētajām izmaksām. Tāpat neparasti augsts

ir enerģijas izmaksu īpatsvars, kas teju divreiz pārsniedz vidējo – 13,6% pret 7,3%. Tik augsts enerģijas izmaksu īpatsvars nav nevienā citā aplūkotajā valstī.

Vidējo līmeni pārsniedz ne tikai pieminētās, bet arī mēslojuma un sēklas izmaksas. Vairāk tas izpaužas laukaugu specializācijā, kur šīs izmaksas ir arī nozīmīgākas. Mēslojuma izmaksas Latvijā šajā specializācijā veido 13,5% no kopējām, savukārt citur – tikai 9,5%. Sēklas materiāla izmaksas – attiecīgi 9,1 un 6,5%.

Piena ražošanas saimniecībās lielākā problēma ir lopbarība, jo tās izmaksas Latvijā veido 38% no visām, turpretī citās valstīs – vidēji tikai 23,5% (vēl vairāk ir Lietuvā – 41%). Savukārt cūkkopības un putnkopības saimniecībās lopbarības patēriņš ir salīdzinoši efektīvāks – 45% izmaksu struktūrā Latvijā pret 53% vidēji, bet daudz vairāk tiek izmaksāts algās – Latvijā 17%, savukārt citās valstīs – 5,5% no izmaksu kopsummas.

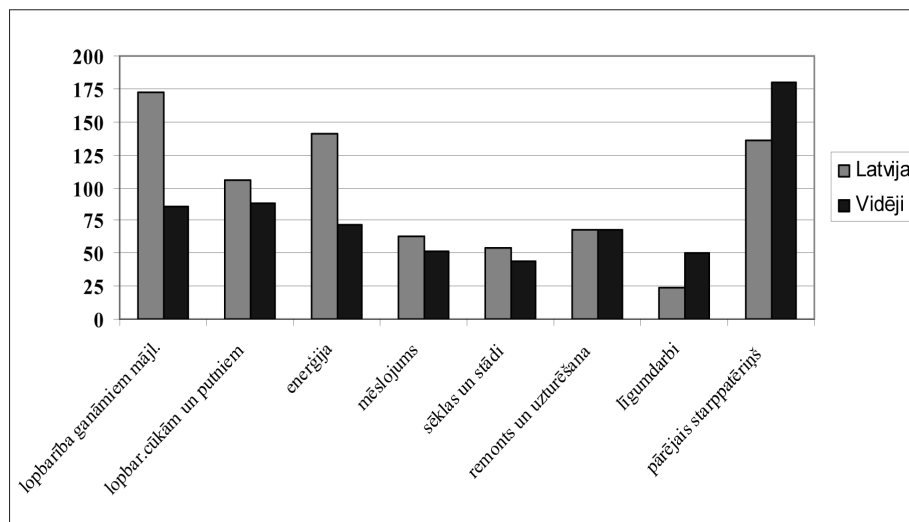
Īpaši liela problēma Latvijas saimniecībās ir augstas enerģijas izmaksas, jo to īpatsvars laukkopības un piena saimniecībās pārsniedz vidējo pat divas un vairākas reizes, turklāt cūkkopības saimniecībās – par 60%.

Savukārt līgumdarbu (lauksaimniecības pakalpojumu) īpatsvars Latvijā ir ievērojami mazāks nekā citviet.

Aplūkojot kopējo izmaksu īpatsvaru produkcijas izlaidē, atklājas, ka Latvijā tas divu gadu laikā palielinājies (par sešiem procentpunktiem) un 2006. gadā izmaksu vērtība pārsniegusi produkcijas vērtību par 4%. Tādējādi arī Latvija 2006. gadā kļuvusi par valsti, kurā ienākumi lauksaimniecībā kopumā tiek gūti tikai ar subsīdiu palīdzību. No aplūkotajām valstīm efektīvākās šajā ziņā ir Polija un Beļģija, kurās izmaksas veido tikai 80% no produkcijas vērtības, bet augstākais to īpatsvars ir Slovēnijā un Somijā – attiecīgi 156 un 135% (Slovēnijā tas strauji kāpis pēdējo divu gadu laikā). Salīdzinoši efektīva ir arī Lietuva (94%), bet Igaunijā līmenis ir līdzīgs kā Latvijā. Visās valstīs izmaksas veido vidēji 97% no izlaides vērtības.

Produkcijas izmaksu īpatsvars Latvijā pārsniedz citu valstu vidējo visās aplūkotajās specializācijās. Mazāka atšķirība ir piena saimniecībās (100% Latvijā pret 95,3% vidēji), taču laukkopībā tā sasniedz 111,6% pret 103%, savukārt cūkkopībā un putnkopībā – 99,3% pret 88,5%. Ir papildījusies pirms dažiem gadiem izteiktā prognoze, ka Latvija dažu gadu laikā var zaudēt konkurētspēju izmaksu pieauguma dēļ.

Dažu izmaksu posteņu īpatsvars produkcijas vērtībā parādīts 1. attēlā. Tajā redzams, ka vislielākie izmaksu zudumi saistīti ar lopbarības (īpaši ganāmajiem mājlopiem) un energoresursu izmantošanu. Šo divu resursu izmaksas uz produkcijas vienību divas reizes (!) pārsniedz citu valstu vidējos rādītājus. Arī, rēķinot uz nosacīto mājlopu vienību, lopbarības izmaksas Latvijā par 40% pārsniedz citu valstu līmeni (ieskaitot barību cūkām un putniem). Mēslošanas līdzekļu un sēklas izmaksas ir par 20% lielākas nekā citur, taču pārējo resursu un pakalpojumu patēriņā būtisku atšķirību nav. Daļu no tiem izmanto pat mazāk, piemēram, līgumdarbus. Pēdējais gan nebūtu uzskatāms par pozitīvu rādītāju, jo ekonomiskāk būtu izmantot vienu un to pašu tehniku un citus resursus vairākās saimniecībās, nevis katrā iegādāties savu.



Datu avots: autora aprēķini, izmantojot Eurostat datus

1. att. Dažu izmaksu līmenis uz 1000 eiro izlaides vērtību Latvijā un aplūkoto ES valstu grupā vidēji 2006. gadā (eiro)

Figure 1. The level of costs per 1000 euros of output value in Latvia and on average in the group of investigated EU countries in 2006 (euros)

Lopbarības un energoresursu neefektīvas izmantošanas dēļ provizorisks zaudējums (neiegūtā peļņa) visās Latvijas SUDAT saimniecībās lēšami ap 10% no izlaides vērtības, kas veido 22% no pašreizējās neto pievienotās vērtības (jeb 2500 latu gadā vidēji vienā saimniecībā). Šo zaudējumu novēršana būtiski tuvinātu Latvijas saimniecību ienākumus ES vidējam līmenim. Turklāt, kā rāda analīzes rezultāti, pastāv rezerves arī citu resursu efektīvākai izmantošanai (sēkla, mēslojums).

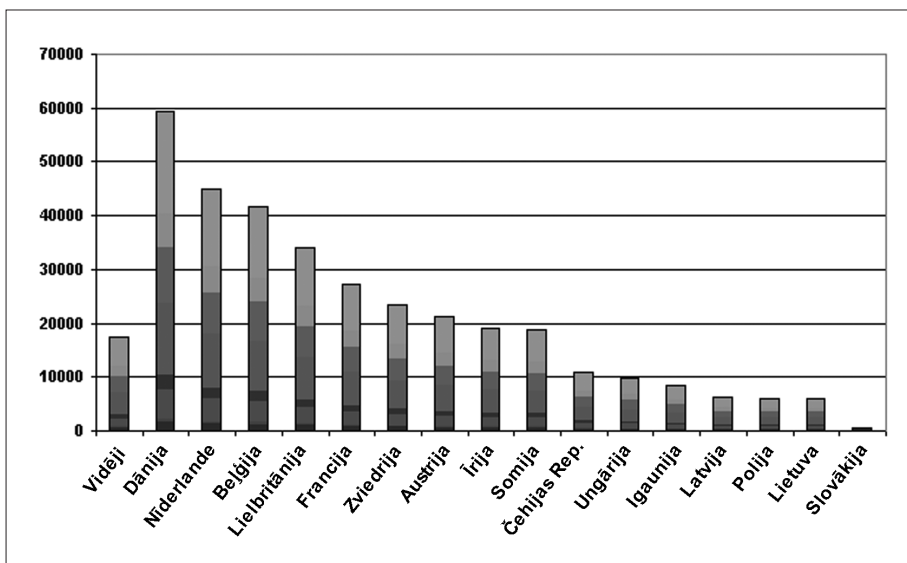
3. Ieņēmumi un neto pievienotā vērtība

Vidējā produkcijas izlaide Latvijas SUDAT saimniecībās 2006. gadā veidoja 34,9 tūkstošus eiro vienā saimniecībā (par 11% vairāk nekā 2004. gadā), taču šis līmenis veido tikai 42% no vidējā aplūkotajās ES valstīs. Vidējais ieņēmumu līmenis starp valstīm atšķiras ļoti nozīmīgi, un vienīgi divās aplūkotajās valstīs – Polijā un Lietuvā – tas ir zemāks nekā Latvijā. Atšķirīgas tendences vērojamas dažādās specializācijās: piena ražošanas saimniecības Latvijā ir relatīvi mazākas, turpretī cūkkopības un putnkopības – vidēji lielākas nekā citās valstīs.

Ražošanas intensitāte, mērot ar produkcijas apjomu uz vienu nodarbināto, Latvijā veido tikai 32% no vidējā. Šis rādītājs tikai nedaudz apsteidz Lietuvu un Poliju, taču no nākamās valsts – Slovākijas – atpaliek par 35% jeb ir par 7230 eiro mazāks uz vienu nodarbināto.

Biežāk lietotais efektivitātes rādītājs lauksaimniecībā ir neto pievienotā vērtība (NPV) un tās attiecība pret darba ieguldījumu. Latvijā NPV saimniecībā sasniedza vidēji 15,7 tūkstošus eiro, kas veido nepilnus 50% no vidējā rādītāja citās

aplūkotojās valstīs. Divu gadu laikā NPV Latvijas saimniecībās ir pieaugusi par trešdaļu un nozīmīgi tuvinājusies citu valstu vidējam līmenim. Piena saimniecībās NPV absolūtais apjoms Latvijā sasniedz 40% no ES aplūkoto valstu līmeņa, laukkopībā – 43 %, savukārt cūkkopības un putnkopības saimniecībās četras reizes pārsniedz vidējo rādītāju. Pēdējais skaidrojams ar lielsaimniecību izteiktu dominanti šajā sektorā Latvijā, turpretī daudzās ES valstīs, īpaši Polijā, noteicošās ir nelielas saimniecības.



Datu avoti: Eurostat un autora aprēķini

2. att. Neto pievienotā vērtība lauku saimniecībās (visi specializācijas veidi) uz vienu pilnu laiku nodarbināto 2006. gadā – SUDAT kopas standartizētie rezultāti, eiro gadā

Figure 2. The net value added per full-time work unit in agricultural farms (all types of specialization) in 2006, FADN standardized results, euros per year

Dati par neto pievienoto vērtību uz vienu nodarbināto visu specializāciju saimniecībās apkopoti 2. attēlā. Tajā redzam, ka Latvija, Lietuva un Polija ieņem vietas saraksta beigās, savukārt Igaunija ir nedaudz augstāk. Slovākijā 2006. gadā bija īpaša situācija nelabvēlīgo laika apstākļu dēļ, taču pārējo gadu rādītāji liecina, ka tas bijis izņēmums.

NPV zema līmenis uz vienu nodarbināto bijusi pastāvīga Latvijas lauksaimniecības problēma pēc neatkarības atjaunošanas. Arī pašlaik, ja salīdzinām ar citām valstīm, Latvijā šis rādītājs veido tikai 35 % no vidējā līmeņa. Tomēr nevar neievērot, ka divu gadu laikā panākts nozīmīgs kāpums – par sešiem procentpunktiem. Vislielākais NPV kāpums uz vienu pilnu laiku nodarbināto atzīmēts cūkkopībā un putnkopībā – gandrīz divas reizes; kāpums ir arī piena ražošanā, taču laukkopībā salīdzinājumā ar citām valstīm NPV līmenis nav audzis. Tas skaidrojams ar zemajām ražām Latvijā 2006. gadā.

2. tabula

Table 2

Neto pievienotā vērtība vidēji vienā SUDAT saimniecībā (lauksaimniecībā un pa specializācijām) 2006. gadā

The net value added in agriculture on average and by types of specialization, 2006 (in an average FADN farm)

Valsts	Vidēji lauksaimniecībā			Laukkopības specializācija		Piena lopkopības specializācija		Cūkkopības un putnkopības specializācija	
	NPV (eiro)	NPV/ LDV (eiro)	Subsīdiju īpatsvars NPV (%)	NPV (eiro)	NPV/ LDV (eiro)	NPV (eiro)	NPV/ LDV (eiro)	NPV (eiro)	NPV/ LDV (eiro)
Beļģija	78254	41571	26 %	70312	50899	59944	39523	89050	58451
Čehija	94026	10992	67 %	80538	11282	85538	10997	98790	9105
Dānija	86968	59464	35 %	49897	54343	134248	68176	248907	77450
Igaunija	25697	8390	63 %	14885	8424	48106	8335	-	-
Francija	51574	27168	54 %	50960	30673	38501	22657	61627	34170
Ungārija	18076	9939	57 %	17640	12016	58015	12637	25332	8236
Īrija	21159	19149	87 %	32490	44730	43375	28269	-	-
Lietuva	12530	6014	68 %	12835	6827	12631	6529	49286	8890
Latvija	15731	6158	79 %	14387	6231	17393	7077	166012	8406
Nīderlande	112397	44867	15 %	104337	57305	90169	55206	82867	51700
Austrija	33788	21353	60 %	38136	31321	32310	19163	41933	28200
Polija	10706	6028	46 %	11688	6456	12010	6784	15061	8767
Somija	27664	18881	148 %	15003	20708	34570	16902	49723	24967
Zviedrija	33696	23289	102 %	21384	21130	49775	24934	54535	24346
Slovākija	10241	581	109 %	17837	1888	20104	675	-	-
Lielbritānija	80595	33955	58 %	106559	48500	78921	34278	183042	53887
Vidēji	33103	17428	52 %	33540	20776	43046	23730	40429	19908

Datu avoti: Eurostat un autora aprēķini

Dati par neto pievienoto vērtību un tās apjomu uz pilnu laiku nodarbinātajiem galvenajos specializācijas virzienos apkopoti 2. tabulā. No šiem datiem izriet, ka arī specializētajās saimniecībās pievienotās vērtības līmenis nav būtiski augstāks, izņemot cūkkopības un putnkopības saimniecības, kur tas ir tuvs citu jauno ES dalībvalstu līmenim.

Salīdzinoši zema neto pievienotās vērtības līmenis uz vienu nodarbināto ir būtiska Latvijas problēma, jo tas tieši ietekmē lauksaimnieku ienākumus un sektora konkurētspēju. Turklāt SUDAT neaptver visas Latvijas lauku saimniecības, bet tikai aktīvāko daļu – no 2007. gadā kopumā uzskaitītajām 113,4 tūkstošiem saimniecību tikai 19170 jeb 19%. Saimniecības, kas atbilst SUDAT līmenim, Latvijā apsaimnieko ap 70% LIZ un veido 83% no visa standarta bruto seguma (kas aptuveni atbilst īpatsvaram ražotās produkcijas vērtībā) [6, 21]. Taču darbaspēka efektivitātē tajā ir daudz augstāka, tāpēc visā lauksaimniecības sektorā neto pievienotā vērtība uz vienu pilnu laiku nodarbināto, saskaņā ar LVAEI datiem, 2006. gadā bijusi tikai 2140 latu [7, 78] vai divas reizes mazāk nekā aplūkotajās SUDAT saimniecībās.

Būtisku vietu ES lauksaimnieku ieņēmumos veido subsīdijas. To līmenis aplūkotajās valstīs 2006. gadā bijis vidēji 21% no produkcijas vērtības tirgus cenās,

savukārt Latvijā – 36 %. Augstāks līmenis ir tikai Somijā un Īrijā, kur šis rādītājs pārsniedz 50 %. Savukārt Nīderlandē subsīdijas veido tikai 5 % no produkcijas vērtības. Lietuvā un Polijā minētais rādītājs ir tuvs Latvijai – 33–34 %, bet Igaunijā – zemāks.

Piena un laukkopības saimniecībās Latvijā subsīdiju līmenis pārsniedz 40 % (citās valstīs attiecīgi 22 un 29 %), bet cūkkopības un putnkopības saimniecībās subsīdiju līmenis ir neliels, turklāt Latvijā pat zemāks nekā citās valstīs – attiecīgi 3,9 un 4,6 % no produkcijas vērtības.

Būtisks indikators ir arī subsīdiju īpatsvars NPV. Latvijā tas ir ievērojami augstāks nekā citās valstīs vidēji (79 % pret 52 %), un tas liecina par sektora atkarību no subsīdijām. Otrajā tabulā redzams, ka trīs valstīs – Somijā, Zviedrijā un Slovēnijā – subsīdiju apjoms pārsniedz NPV, kas nozīmē, ka šajās valstīs visu neto pievienoto vērtību pilnībā veido subsīdijas.

Secinājumi un priekšlikumi

Salīdzinot SUDAT saimniecību ekonomiskos rezultātus ar citu valstu atbilstīgajiem rādītājiem, var izdarīt vairākus nozīmīgus secinājumus un sniegt rekomendācijas, ko var izmantot valsts politikas mērķu izstrādāšanai, lauksaimniecības sektorā nodarbināto praktiskam pielietojumam un arī turpmāku pētījumu veikšanai.

- Saimniecību ekonomiskā lieluma rādītāji Latvijā kopumā pārsniedz tikai divu valstu – Polijas un Lietuvas – rādītājus, vairumā gadījumu nozīmīgi atpaliekot no pārējām. Taču to nosaka nevis mazāks saimniecību fiziskais lielums, bet gan mazāk efektīva resursu izmantošana, jo uz zemes un darbaspēka vienību tiek saražots ievērojami mazāk produkcijas.
- Izmaksu attiecība pret produkcijas vērtību Latvijā ir nelabvēlīgāka nekā Polijā un Lietuvā, tāpēc samazinās Latvijas konkurētspēja arī attiecībā pret šīm valstīm. Izmaksu apjoms 2006. gadā Latvijā veidoja 104 % no produkcijas vērtības, turpretī aplūkotajās valstīs šis rādītājs bija vidēji 97 %. Vislielāko nelabvēlīgo ietekmi šajā jomā rada ganāmo mājlopu lopbarības un enerģijas augstās izmaksas, kuru īpatsvars produkcijas vērtībā divkārt pārsniedz atbilstīgo līmeni vidēji citās valstīs. Tāpat mēslojuma un sēklas materiāla izmaksas būtiski pārsniedz vidējo līmeni. Orientējošie zaudējumi šā iemesla dēļ lauksaimniecības komerciālajā sektorā Latvijā mērāmi aptuveni 2500 latu vidēji saimniecībā jeb 47 miljoni latu visā sektorā kopā (22 % no neto pievienotās vērtības).
- Vēl 2004. gadā Latvijas konkurētspēju sekmēja zemās kapitāla, zemes un darbaspēka izmaksas, kas daļēji kompensēja augstākas tiešās izmaksas. Taču pēdējos gados pirmās izmaksas strauji kāpušas, tāpēc šo priekšrocību Latvija zaudē. Tā, piemēram, 2006. gadā darba izmaksu īpatsvars Latvijā jau pārsniedza citu valstu vidējo līmeni. Sagaidāms, ka tendence turpināsies, jo kapitāla, zemes un darbaspēka cena joprojām atpaliek no ES vidējiem rādītājiem.
- Latvijā izmaksu segšanai tiek izmantotas subsīdijas, kuru līmenis uz ražotās produkcijas vienību Latvijā ir būtiski augstāks nekā ES valstīs vidēji un kopumā atpaliek tikai no Somijas un Īrijas. Tas liecina, ka subsīdiju samazināšanas gadījumā Latvijas lauksaimniecība ciestu vairāk.

- Neto pievienotā vērtība uz vienu pilnu laiku nodarbināto Latvijas lauksaimniecībā veido tikai 35 % no vidējā līmeņa, tomēr tai ir augoša tendence, jo pirms diviem gadiem tā veidoja tikai 29 %. Tomēr šis rādītājs (vidēji 4310 latu gadā) ir nepietiekams, lai nodrošinātu konkurētspējīgus ienākumus sektorā nodarbinātajiem. Tas liek kvalificētam un motivētam darbaspēkam aizplūst no sektora.
- Veiktās analīzes rezultāti ļauj secināt, ka svarīgākais virziens lauksaimniecības sektorā Latvijā ir efektīvas resursu izmantošanas veicināšana. ES datu analīze rāda, ka saimniecību fiziskais lielums vien nenodrošina to efektivitāti un augstus ienākumus. Vislielākās saimniecības ir Slovākijā, un tieši tur 2006. gadā bija viszemākie ienākumi. Tādēļ būtu jāturpina pētījumi, lai noskaidrotu saimniecību racionālo lielumu.
- Turpmāki pētījumi nepieciešami, lai detalizētāk izpētītu iemeslus salīdzinoši zemajiem efektivitātes rādītājiem un apzinātu to novēršanas iespējas. Potenciālie risinājumi ir kooperācijas un specializācijas veicināšana starp lauku saimniecībām, kas ļautu koncentrēt resursus, ieviest racionālākas tehnoloģijas, pirmām kārtām lopbarības sagatavošanā un izmantošanā, augsnes apstrādē, kas ļautu būtiski kāpināt resursu izmantošanas efektivitāti.

LITERATŪRA

1. Council Regulation (EC) No. 1782/2003 of 29 September 2003 // <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/consleg/2003/R/02003R1782-20060805-en.pdf>
2. FADN public database. European Commission // http://ec.europa.eu/agriculture/rica/dwh/index_en.cfm
3. Latvijas ārējā tirdzniecība. Ceturkšņa biļeteni. Centrālā statistikas pārvalde, Rīga, 2005.–2006.
4. Latvijas statistikas ikmēneša biļeteni. Centrālā statistikas pārvalde, Rīga, 2004.–2008. gads.
5. Lauku saimniecības darba ekonomiskās analīzes rezultāti 2006. Rīga, LVAEI, 2007, 209 lpp.
6. Lauku saimniecību struktūra Latvijā 2007. gadā. Centrālā statistikas pārvalde, Rīga, 2008. 73 lpp.
7. Vēveris, A., Krieviņa, A. *Latvijas lauksaimniecības ekonomiskais kopaprēķins 2006–2007*. LVAEI, Rīga, 2007. 78 lpp.

Summary

In the conditions of the European Union single market of commodities, services, and labour, the matter of production competitiveness on the European scale is very important for the Latvian agriculture. Besides, due to the reform of the Common Agricultural Policy, the question actually is whether to let the market-oriented business of agriculture in Latvia be or not.

The objective of the article is to reveal the strengths and weaknesses of the Latvian agriculture, to estimate the efficiency of agricultural production in Latvia. It is done

through analysis and comparison of various economic indicators in the farms of Latvia and other EU countries using the data of the Farm Accountancy Data Network.

The research was performed with the methods of statistical analysis, comparative analysis, and logical constructive analysis.

The article reveals that the comparatively bad economic indicators of farms of Latvia are not mainly the result of the farms being smaller but of a less effective use of resources. The article also identifies the problems most crucial to agricultural policy-making and further studies.

Keywords: *efficiency, income, expenditure, value added, economic size.*

Visaptverošās kvalitātes pārvaldības modelis publiskajā un privātajā sektorā

The Total Quality Management Model in the Private and Public Sector

Zane Driņķe

SIA "Antti"

Jersikas iela 12/14, Rīga, LV-1003

Biznesa augstskola "Turība"

Graudu iela 68, Rīga, LV-1058

E-pasts: zane.drinke@kesko.fi

Rakstā analizētas visaptverošās kvalitātes vadības modeļa pielietojuma priekšrocības privātajā un publiskajā sektorā un aplūkoti populārākie kvalitātes vadības sistēmas standarti un modeļi. Kā galvenie konkurētspēju ietekmējošie faktori tiek apskatīti Visaptverošās kvalitātes pārvaldes modeļa elementi un vērtēšanas kritēriji, lai uzsvērtu to efektivitāti un veicinātu izpratni vadības līmenī. Rakstā tiek noteiktas galvenās problēmas, kuras pastāv valsts pārvaldē kvalitātes ieviešanas procesos ierēdņu neizpratnes un vadības motivācijas trūkuma dēļ. Kvalitātes vadības sistēmas pasaulē tiek vērtētas kā efektīvas konkurētspējas palielināšanai privātajā sektorā.

Rakstā izmantota grafiskā, analīzes un salīdzinošā pētījuma metode.

Darba nobeigumā izdarīti secinājumi un izvirzīti priekšlikumi par kvalitātes vadības sistēmas ieviešanu privātajā un valsts sektorā kā instrumentu, kas nodrošina efektīvu vadību, un faktoru, kas ietekmē konkurētspējas palielināšanu.

Raksta mērķis ir analizēt visaptverošās kvalitātes pārvaldības modeļa ieviešanas priekšrocības privātajā un valsts sektorā kā vadības instrumentu konkurētspējas palielināšanai un finanšu un personāla resursu optimizācijai.

Atslēgvārdi: visaptverošā kvalitātes pārvalde, ISO, kvalitāte, konkurētspēja, sistēmisks.

Privātuzņēmumu, publiskās pārvaldes iestāžu (valsts un pašvaldību), sabiedrisko organizāciju un privātpersonu izpratne par kvalitāti un kvalitatīvi paveiktu darbu ir atšķirīga, un tas rada neuzticības gaisotni, nedrošības izjūtu kopīgas sadarbības uzsākšanā un īstenošanā. Tajā pašā laikā kvalitāte tiek uzskatīta par produkta vai pakalpojumu īpašību kopumu, kas nosaka tā iespēju apmierināt iepriekš noteiktas prasības. Mūsdienu globalizācijas apstākļos kvalitātes izpratne un kvalitātes vadība ir kļuvusi par neatņemamu biznesa pasaules un nu jau arī publiskās pārvaldes sastāvdaļu. Katra pašvaldība savā darbā ievieš atšķirīgus modernos vadības principus, lai nodrošinātu pašvaldības funkciju izpildi un kvalitatīvāku iedzīvotāju apkalpošanu: vienas pieturas aģentūras, klientu apkalpošanas centrus, informācijas centrus, elektronisko dokumentu vadību, dažādas kvalitātes vadības sistēmas (KVS),

kā arī – atbilstīgas ISO 9001:2000 vai integrēto kvalitātes vadības sistēmu, kas atbilst ISO 9001:2000 un ISO 14001:2004 prasībām. Kopumā jāsecina, ka organizāciju vadībām nav pietiekamu zināšanu par kvalitātes vadības sistēmu un izpratnes par organizāciju pašvērtējuma ieguvumiem. Raksta mērķis ir analizēt visaptverošās kvalitātes vadības modeļa pielietojuma priekšrocības privātajā un publiskajā sektorā. Darbā tiek apskatīti populārākie kvalitātes vadības sistēmas standarti un modeļi. Modeļiem un standartiem ir dažādi vērtēšanas kritēriji un principi, taču tiem ir vienots mērķis – atbalstīt konkurētspējīgu, sabalansētu un ilgtspējīgu organizācijas attīstību.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi:

- analizēt visaptverošās kvalitātes vadības elementus un pielietošanas iespējas organizācijā;
- kvalitātes vadības sistēmu ieviešanas tendences Latvijā un pasaulē;
- ISO standartu ieviešana valsts sektorā.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātnieku darbi, mūsdienu autoru darbi un publikācijas periodikas izdevumos “Kapitāls” un “Kvalitāte”, kas sniedz ieskatu jaunākajā informācijā par tendencēm kvalitātes vadības sistēmu jomā un informē par novitātēm kvalitātes vadībā, Latvijas Kvalitātes asociācijas publicētie dati un pārskati, kā arī Starptautiskās standartizācijas uzņēmuma veiktā statistika un pētījumi.

1. Visaptverošā kvalitātes vadība (TQM – Total Quality Managment)

Mūsdienu izpratni par kvalitāti nosaka visas kvalitātes izpausmes formas, un to pieņemts saukt par visaptverošu kvalitāti. Klientu vēlmi apmierināšana kļūst par svarīgāko kvalitātes rādītāju, un tagad neviens vairs neapšaubā, ka kvalitāte ir veselīgas konkurences priekšnoteikums. Pirms 50 gadiem tika izstrādāti TQM principi. Mūsdienu intensīvās konkurences un ekonomiskās, sociālās depresijas apstākļos mazo un vidējo uzņēmumu iespējas izdzīvot samazinās. Tas nozīmē, ka ir jāpievērš uzmanība iekšējo procesu sakārtošanai un darbību optimizēšanai. Savukārt valsts sektorā ir nepieciešams veidot vienotu vadības sistēmu. TQM piedāvā vadības elementus, kuri ir iestrādāti dažādās kvalitātes vadības sistēmās un standartos. Bet, pirms ieviest kādu no vadības sistēmām, ir jāveic organizācijas pašnovērtējums. Japāna bija pirmā, kas parādīja visai pasaulei, ko var panākt samērā īsā laika posmā, izmantojot TQM uzņēmējdarbībā visu norišu sakārtošanai. Vairākas šīs nozares tādā veidā aizsteidzās priekšā vadošajiem pasaules uzņēmumiem, rosinot arī tos īstenot kvalitātes sistēmas savos uzņēmumos. Tātad kvalitātes statusu nosaka patērētāju un klientu attieksme pret piedāvātajām lietām un pakalpojumiem. Vēl joprojām pasaulē turpinās diskusija par kvalitātes jēdzienu, tā piepildījumu un realizācijas iespējām organizācijās. Latvijā kvalitātes jēdziens un izpratne vadības līmenī ir neskaidra un neviennozīmīgi vērtēta.

Pēc autores veiktā pētījuma, aptaujājot 150 organizācijas vadītājus, Latvijā tikai daļa mazo un vidējo uzņēmumu ir veikuši pašnovērtējumu. Tas izskaidrojams

ar zināšanu trūkumu par pašnovērtējuma elementiem. Lai veiktu organizācijas pašnovērtējumu, nepieciešams analizēt šādus TQM elementus.

1. **Klienta viedoklis.** Kvalitāte sākas ar klienta vajadzību izprašanu un beidzas ar šo vajadzību piepildīšanu. Laba komunikācija starp klientu un piegādātāju ir galvenais aspekts visaptverošai kvalitātes sasniegšanai. Uzņēmumam ir jāizveido atbilstīga sistēma klientu atsauksmju apkopošanai. Svarīgi ir definēt komunikācijas kanālus visām organizācijas darbībā ieinteresētajām pusēm. Valsts sektoram ir jāpanāk, ka tiek nodrošināta vide nemitīgu dialogu uzturēšanai, tādējādi sekmīgi palielinot pārvaldības efektivitāti.
2. **Kvalitāte, uzticamība un labā slava.** Kvalitāte ir atbilstīga klientu prasību izpilde, un tā neaprobežojas tikai ar produkta vai pakalpojuma funkcionālo īpašību adekvātu atveidošanu. Uzticamība ir produkta vai pakalpojuma spēja nepārtraukti izpildīt klienta vēlmēs atbilstīgā līmenī. Uzņēmumi var iepriecināt savus klientus, nepārtraukti izpildot (vai pārsniedzot) visas prasības, tādējādi iegūstot izcilu reputāciju un klienta lojalitāti. Šo sistēmas elementu ir iespējams realizēt ar tiešā mārketinga metodēm. Īpaši organizācijas krīzes laikā katra tiešā mārketinga vajadzībām iztērētā vienība sniedz daudz lielāku atdevi, jo komunikācija ar klientu kopumā ir mazāk intensīva un vienlaikus netiek pazaudēts kontakts ar klientu.
3. **Kvalitātes ķēdes.** Uzņēmumā ir vairāki iekšējie piegādātāji un klienti. Viņi savstarpēji veido tā saucamās *kvalitātes ķēdes* – visa uzņēmuma kvalitātes pilnveidošanas pamatu. Jebkurš ķēdes posms ir svarīga kvalitātes nodrošināšanas procesa daļa. Kvalitāti nodrošina visu ķēdes posmu veiksmīga vadīšana.
4. **Projektēšana.** Projektēšana un atbilstība ir divi atsevišķi, savstarpēji cieši saistīti kvalitātes aspekti. Projektēšanas procesa kvalitāte ir rādītājs tam, cik labi produkts vai pakalpojums ir projektēts atbilstīgi noteiktajām prasībām. Atbilstības kvalitāte ir apjoms, kādā produkts vai pakalpojums atbilst projektētajam.
5. **Procesu un preventīvās darbības.** Darāmais ir process, kura būtība ir sākuma datu (*input*) veiksmīga pārveide par vēlamu rezultātu (*output*). Jebkurā uzņēmumā ir pamatdarbības procesi, kuri ir veiksmīgi jāizpilda, lai realizētu uzņēmuma misiju un sasniegtu noteiktos mērķus. Galvenais elements efektīvā kvalitātes vadībā ir pārdomātas preventīvās sistēmas izveidošana, kas atbalsta uzņēmuma procesus.
6. **Uzņēmuma un augstākās vadības apņemšanās.** Visiem uzņēmuma darbiniekiem ir jāstrādā kopā, īstenojot kvalitātes pilnveidošanas iniciatīvas, jo kvalitāte neattiecas tikai uz, piemēram, pakalpojuma sniedzējiem vai augstāko vadību. Jebkurš ir iesaistīts organizācijas procesu optimizācijā. [7, 33]

Kvalitātes analītiķu Džona Oklenda (*John Oakland*) un Lesa Portera (*Les Porter*) pilnveidotais TQM modelis ietver sevī visus kvalitātes aspektus. TQM modelī procesi ir galvenā saite starp visiem uzņēmuma elementiem, sākot ar plānošanas veicinātājiem (vadības vadlīnijas, stratēģiskā partnerība un resursu pieejamība) līdz pat darbiniekiem, kas strādā pie produkta galarezultāta izveidošanas vai pakalpojuma sniegšanas. Četri elementi – darbinieki, sniegums, process un plānošana – ir būtiski

kvalitatīva produkta izveidošanā un pakalpojuma sniegšanā, turklāt veido pilnveidotā TQM modeļa struktūras pamatu. “Plānošana – politiku un stratēģiju izveidošana un attīstīšana, atbilstīgas sadarbības izveidošana un nepieciešamo resursu plānošana, kā arī projektēšanas procesa kvalitātes nodrošināšana; sniegums – snieguma mērīšanas struktūras izveidošana – pašnovērtēšanas veikšana, iekšējie auditi, pārskati un etalonu noteikšana; procesi – izpratne, vadība, projektēšana un pārprojektēšana, kvalitātes vadības sistēma un nepārtraukta pilnveidošanās; darbinieki – cilvēkresursu vadīšana, iekšējās kultūras maiņa, darbs komandā, savstarpējā komunikācija, inovācijas un apmācība.” [10, 15] Visu šo elementu sasaiste kopā un veiksmīgas ieviešanas nodrošināšana, protams, ir atkarīga no efektīvas vadības un stingras apņemšanās. TQM modeļa pamats ir jāstiprina ar apņemšanos izpildīt klientu prasības, jaunās stratēģijas izskaidrošanu un komunicēšanu, kā arī uzņēmuma iekšējās kultūras izmaiņšanu visaptverošās kvalitātes sasniegšanai.

Mūsdienās visaptverošās kvalitātes vadības sistēma ir kļuvusi par filozofiju, šīs sistēmas devīze ir kvalitāte katrā darbībā. “TQM pielietojums norāda organizācijas attīstības, kvalitātes vadības izpratnes un korporatīvās kultūras līmeni. Šīs kvalitātes filozofijas pirmsākumi meklējami Japānā, kur uzskata, ka viens no kvalitātes pamatiem ir izglītība. TQM filozofijas devīze ir “Pirms sākam gatavot lietas, mēs veidojam cilvēkus!” [10, 15] TQM galvenokārt vērsta uz ārējo klientu, iekšējo klientu un arī uz sabiedrības vajadzību līdzsvarošanu un procesu vadību, kurā ir iesaistīti attiecīgie darbinieki, lai panāktu vēlamu rezultātu. Visaptverošās kvalitātes īpašības norāda uz to, ko var sagaidīt, realizējot visaptverošās kvalitātes modeli organizācijā. Dž. Džurāns min TQM raksturīgākās īpašības: “Pareiza rīcība pirmajā reizē; konsekventa orientācija uz klientu; kopīga vīzija, ko atbalsta viss personāls (ar vīziju saprotot organizācijas paziņojumu par vēlamu stāvokli, ko organizācija cenšas sasniegt); nepārtraukti uzlabojumi, kas vērsti uz ilglaicīgu pastāvēšanu; uzticēšanās darbiniekiem un to pilnvarošana lēmumu pieņemšanā; inovāciju atbalstīšana.” [12, 24] Faktiski visaptveroša kvalitātes vadība ir organizācijas kultūra, kuru raksturo šādi principi:

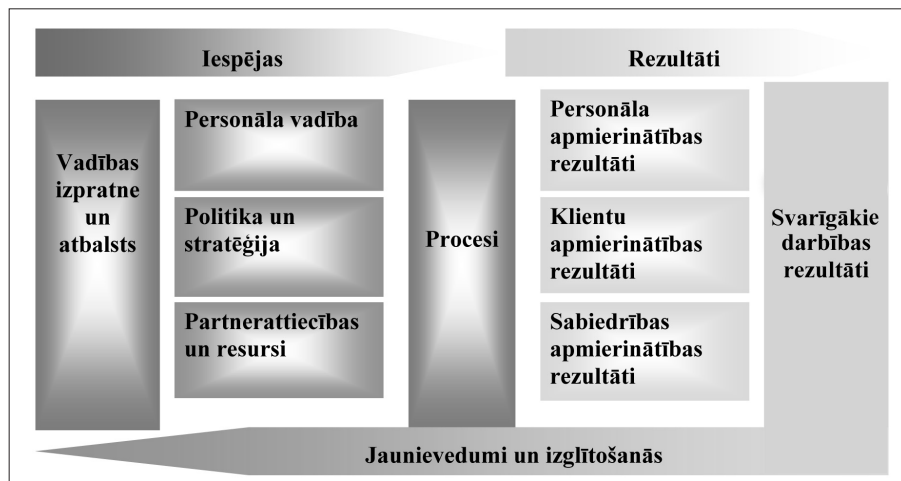
- 1) augstākās vadības ieinteresētība nepieciešamās kvalitātes līmeņa sasniegšanā;
- 2) organizācijas darbības fokusēšana uz ārējo un iekšējo klientu;
- 3) personāla apzināta līdzdalība kvalitātes pilnveidošanā un nepārtrauktā uzlabošanā;
- 4) personāla izglītība;
- 5) procesu pieeja – uz faktiem par darbību balstīta procesu vadība;
- 6) uz faktiem balstītu lēmumu pieņemšana.

Autore secina – ja organizācijas darbība tiek balstīta uz iepriekšminētajiem principiem, tā nodrošina kvalitatīvu darbību un rada kvalitatīvu produktu vai pakalpojumu. Esošajā kvalitātes modeļu pieeju pārpilnībā ir svarīgi nenovirzīties no pamatprincipiem. Uz TQM bāzes ir izveidotas daudzas organizāciju kvalitātes vadības sistēmas un standarti, tāpēc tas piedāvā pamatotu un pārdomātu veidu, kā uzņēmumiem un organizācijām darboties dažādu nozaru tirgos.

2. Kvalitātes vadības sistēmu raksturojums Latvijā un pasaulē

Balstoties uz visaptverošas kvalitātes vadības principiem, pasaulē ir izstrādāti vairāki kvalitātes vadības modeļi un standarti, kuru mērķis ir izcilība darbībā. Izcilības modeļi un kvalitātes standarti ir veidoti kā praktiski instrumenti, lai palīdzētu organizācijām tuvu izcilas organizācijas līmenim, vispusīgi izvērtējot faktisko situāciju, apzinot vājās un stiprās puses un veicinot uzlabojumus un pilnveidošanos. Savukārt kvalitātes balvām tiek piešķirta nozīmīga loma kvalitātes nodrošināšanā un konkurētspējas paaugstināšanā. Latvijā katru gadu tiek izsludināts konkurss par Kvalitātes Balvas iegūšanas iespējām, tomēr šī balva līdz šim nav guvusi popularitāti.

Pēc ISO ieviešanas organizācija var izvēlēties sev piemērotāko pilnveidošanās instrumentu: *Investors in Excellence* jeb Investīcijas izcilībā (IiE), Eiropas publiskās pārvaldes administrācijas izstrādāto kopējās novērtēšanas sistēmas modeli (CAF), kas ir balstīts uz EFQM – Eiropas Kvalitātes fonda izstrādāto izcilības modeli. Pētījuma autore izvēlas aplūkot kopējās novērtēšanas sistēmas modeli valsts pārvaldē (saīsinājumā CAF – *Common Assessment Model*), jo tas ir radīts publiskai pārvaldei un ir izmantojams nacionālā, reģionālā un vietējās pārvaldes līmenī. Autore piedāvā šā modeļa vērtēšanas elementus izmantot arī privātajā sektorā. Uzskatāmi CAF modeli var attēlot ar shēmas palīdzību (sk. 1. attēlu).



1. attēls. Kopējās novērtēšanas sistēmas modelis [8, 8]

Figure 1. Total Assessment System Model

No 1. līdz 5. punktam priekšnosacījumi ir iekļauti Priekšnosacījumu panelī, kur atspoguļoti priekšnosacījumu kritēriji. Tie nosaka, ko organizācija dara un kādas pieejas tā izmanto, lai sasniegtu vēlamos rezultātus. Jāatzīst, ka priekšnosacījumu kritēriji balstās uz pieņemumu, ka darbinieki, procesi, partnerība un to vadība ir nepieciešama, lai iestāde sasniegtu rezultātus. Priekšnosacījumu kritēriji atspoguļo

valsts pārvaldes uzdevumu – kalpot sabiedrībai. Organizācijām ir svarīgi izvērtēt modeļa kritērijus, lai optimizētu savus resursus, kuri turpinājumā ir aprakstīti.

1. **Vadība un līderība** – kritērijs skaidri norāda, ka iestādes vadītājam ir jābūt vienlaikus arī līderim, kurš formulē un īsteno misiju, vīziju un vērtības, kas nepieciešamas organizācijas ilgtermiņa attīstībai. Līderis ir arī tas, kas nodrošina saikni starp organizāciju un politiķiem. Šis kritērijs ļauj aplūkot iestādes vadītāja darbību divās dimensijās – iekšējā dimensija ir vērsta uz organizācijas vadības sistēmas izveidošanu un darbinieku motivēšanu, savukārt ārējā dimensija saistās ar vadītāja pienākumiem sadarboties ar ieinteresētajām pusēm, kas ir citas publiskās pārvaldes iestādes nevalstiskās organizācijas un interešu grupas).
2. **Stratēģija un plānošana** – norāda uz to, cik efektīvi iestāde ievieš tās misiju un vīziju. Šajā kritērijā ietilpst jautājumi gan par ieinteresēto pušu vajadzību noskaidrošanu, gan par inovāciju un iestādes reorganizācijas nepieciešamību.
3. **Cilvēkresursu vadība** – cilvēki ir jebkuras organizācijas vislielākā vērtība, tāpēc veids, kā darbinieki sadarbojas un rīkojas ar organizācijas resursiem, nosaka organizācijas veiksmi. Šis kritērijs sevī iekļauj arī attiecības starp vadību un darbiniekiem, kuras jābalsta uz šādiem principiem: produktīva komunikācija starp dažādiem organizācijas līmeņiem, darbinieku motivēšana, pilnvarošana un droša darba vide.
4. **Partnerattiecības un resursi** – kritērijs, kurš ļauj apskatīt gan organizācijas darbības ārējo, gan iekšējo dimensiju. Ārējā dimensija ir partnerattiecības ar klientiem un iedzīvotājiem kopumā. Savukārt iekšējā dimensija ir organizācijai vajadzīgi tradicionālie resursi – finanses, tehnoloģijas, infrastruktūras, lai nodrošinātu efektīvu funkcionēšanu.
5. **Procesi** – kritērijs aptver jautājumus, kā organizācija identificē, vada un uzlabo tās galvenos procesus, kuri ir vērsti uz funkciju izpildi. Galvenais aspekts ir procesu vadība, lai realizētu iestādes stratēģiju un politiku, kas pilnībā apmierinātu klientu un citu ieinteresēto pušu vajadzības un radītu papildu vērtību. Šis kritērijs paredz gan visu iedzīvotāju, gan organizācijas klientu iesaisti procesu uzlabošanā un pievērš uzmanību inovācijām un modernizācijai. Minētā kritērija atslēgvārdi ir procesi un uz klientu fokusēti pakalpojumi. Šā kritērija izpildē svarīga ir procesu savstarpējā vadība. Jāpiebilst, ka organizācijas darbības procesam ir nepieciešams tā definētājs un realizētājs, uzraudzība, pārskats, mērījumi, ieviešana un izpratne, ieguldījums mērķa sasniegšanā, kas norāda, ka procesam, kas ir dokumentēts, bet nav realizējams, nav nekādas nozīmes, jo ir jābūt procesam un sistēmas izpratnei.

No 6. punkta visi kritēriji ir iekļauti Rezultātu novērtēšanas panelī. “Rezultātu kritēriji ir cieši saistīti ar priekšnosacījumu kritērijiem un “cēloņu – seku” analīzi. Piemēram, plānošanas vai resursu izmantošanas kļūdas nekur nezūd, tās izpaužas rezultātos.” [8, 10]

6. **Ar klientiem/iedzīvotājiem saistītie rezultāti** – kritērijs vērtē gan iedzīvotāju apmierinātības rādītājus, gan iestādes veiktos pasākumus, kas ir fokusēti uz iedzīvotāju līdzdalības palielināšanu iestādes darbā un arī uz iestādes sabiedriskā tēla uzlabošanu.

7. **Ar darbiniekiem saistītie rezultāti** – raksturo iestādes darbinieku apmierinātību, motivāciju un izpildījumu. Šajā kritērijā organizācijai ir jāiesniedz dati un fakti gan par darbinieku vispārējo apmierinātību, gan par darbinieku apmierinātību ar organizācijas vadības sistēmu un darba apstākļiem.
8. **Ar sabiedrību saistītie rezultāti** – rezultāti, kurus organizācija sasniedz attiecībā uz vietējās, nacionālās un pārnacionālās kopienas gaidu un vajadzību apmierināšanu. Šis kritērijs var iekļaut organizācijas ieguldījumu arī šādos jautājumos: dzīves kvalitāte, vide un globālo resursu saglabāšana.
9. **Galvenie darbības rezultāti** – aptver gan organizācijas iekšējos, gan ārējos rezultātus. Iekšējie rezultāti ietver organizācijas pilnveidošanu un vadības darba rezultātus: veiktās aktivitātes, prasme iesaistīt organizācijas darbā ieinteresētās puses, arī procesu izpildījums un finanšu rezultāti. Savukārt ārējie rezultāti pievērš uzmanību tam, cik lielā mērā organizācija ir sasniegusi definētos mērķus un darbojusies, ievērojot izmaksu lietderības principus. [8, 9]

Izvērtējot CAF modeļa dažādos kritērijus, pozitīvie aspekti ir vairāki. Pirmkārt, CAF tiek izmantots visās ES dalībvalstīs, tādējādi, veicot pašnovērtējumu, organizācijai ir iespējams sevi salīdzināt ar līdzīgām organizācijām citās dalībvalstīs. Salīdzināšanas principa izmantošana, kuru sauc arī dažkārt par salīdzināšanu ar labāku pieredzi, ļauj organizācijai identificēt jau sasniegto un noteikt sasniedzamos mērķus. Šis aspekts ir sevišķi būtisks un dod iespēju salīdzināt savu veikumu ar citām pašvaldībām Eiropā. Otrkārt, CAF var pielietot visās publiskā sektora organizācijās – nacionālā, reģionālā un vietējās pārvaldes līmenī. Treškārt, CAF izmantošana organizācijai neuzliek par pienākumu tā vadlīnijas ieviest visā organizācijā. CAF ir piemērojams arī atsevišķai organizācijas struktūrvienībai vai filiālei. Ceturtkārt, lai arī CAF ir veidots uz EFQM bāzes, tas ir vieglāk izmantojams nekā EFQM modelis un var tikt lietots kā starta pozīcija ceļā uz EFQM izcilības modeli. Piektkārt, CAF ir balstīts uz regulāru darbu un nepārtrauktu pilnveidošanos, kas faktiski nozīmē organizācijai nepārtraukti domāt par CAF kritērijiem. Šis aspekts vienlaikus ir jāuzskata arī par negatīvu, jo dažkārt pastāvējis darbs kļūst par rutīnu un zūd sākotnējais entuziasms. Par pozitīvu aspektu vēl jāmin arī tas, ka CAF vienlīdz būtisku nozīmi piešķir gan tam, kā darbinieki uztver iestādi, gan tam, kā iestādi vērtē ieinteresētās puses, klienti un sabiedrība kopumā. Analizējot CAF negatīvos aspektus, jāmin, ka vērtējumam var būt subjektīva ietekme. Latvijā atšķirībā no citām Eiropas valstīm pašnovērtējums tiek veikts, ja tiek ieviests kāds no ISO standartiem vai atbalsta sistēmām.

CAF ir modelis, kura izmantošanai nav nepieciešamas priekšzināšanas par kvalitātes vadību. Respektīvi, CAF var izmantot gan organizācijas, kurām šis modelis ir pirmā iepazīšanās ar kvalitātes vadību, gan organizācijas, kuras jau izmantojušas citus modeļus. Jāsecina, ka privātai, publiskās pārvaldes vai nevalstiskai organizācijai ir iespējas izvēlēties sev piemērotāko vadības sistēmas modeli un ieviest to kā praktisku un efektīvu darbības pilnveidošanas instrumentu. Darba autore, kura ir aplūkojusi vairāku kvalitātes vadības sistēmu vadlīnijas un nosacījumus, atzīst, ka svarīgs ir nevis vadības sistēmas nosaukums vai jaunās modes tendences, bet gan tas, kādas pozitīvas izmaiņas tas var radīt iestādes darbības procesos, kas dotu labāku pakalpojumu kvalitāti, efektīvu komunikāciju un apmierinātus klientus.

Būtiskas ir arī citas ieinteresētās puses, kuru attiecības, raksturojot Dž. Gruniga un T. Hanta vārdiem, ir “divvirzienu simetriskais modelis, kura mērķis ir savstarpējas izpratnes veidošana. Simetrija tiek sasniegta starp informācijas sūtītāju un saņēmēju. Divvirzienu simetriskajā modelī ir iekļauta atgriezeniskā saite. Tas balstās uz dialogu”. [1, 26]

Kopš 1996. gada Latvijā tiek ieviestas dažādas kvalitātes vadības sistēmas, no kurām populārākās redzamas 1. tabulā.

1. tabula

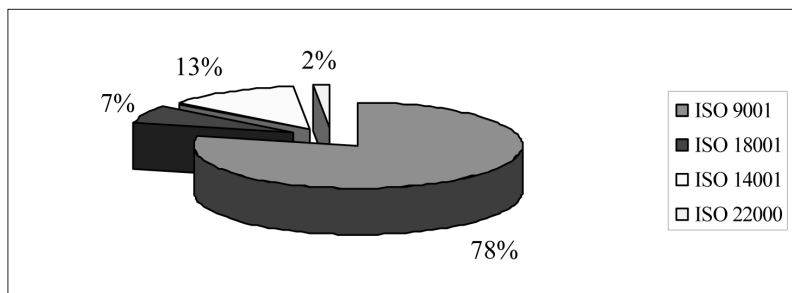
Table 1.

No 1995. līdz 2008. gadam Latvijā populārākās kvalitātes vadības sistēmas [3]

The most popular quality management systems in Latvia from 1995 to 2008

ISO 9001:2000	Kvalitātes pārvaldības sistēma
ISO 14001:2004	Vides pārvaldības sistēma
OHSAS 18001:1999	Darba vides un arodveselības pārvaldības sistēma
ISO 22000:2005	Pārtikas nekaitīguma un drošuma sistēma

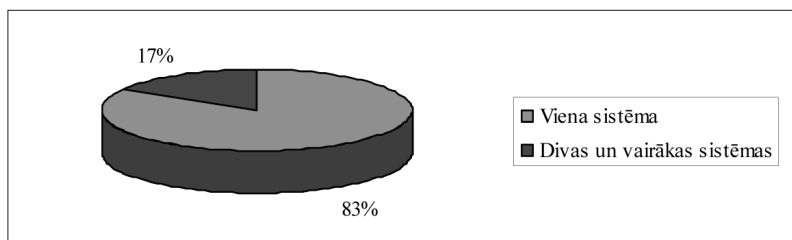
Latvijā vislielākais īpatsvars ir ISO 9001:2000 sistēmas standartam (sk. 2. attēlu).



2. attēls. Kvalitātes vadības sistēmu iedalījums Latvijā, procentos [3]

Figure 2. *Quality Management Systems in Latvia, %*

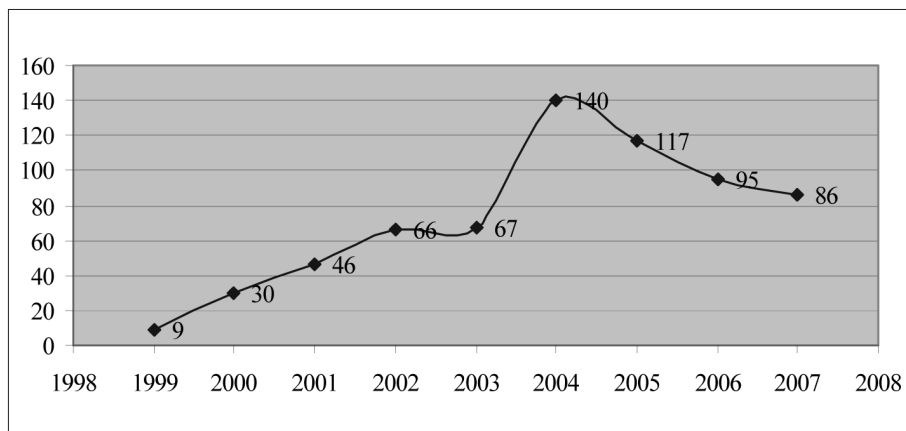
Arvien biežāk uzņēmumi izvēlas ieviest integrētās vadības sistēmas – vienā sistēmā iestrādātas divu vai vairāku sistēmu prasības (sk. 3. attēlu).



3. attēls. Visu Latvijā sertificēto uzņēmumu integrētā vadības sistēma [3]

Figure 3. *Integrated management systems in all certified companies of Latvia*

Tātad Latvijā ir tendence ieviest dažādus kvalitātes vadības sistēmu standartus, un šo sistēmu sertifikācijas daudzums katru gadu palielinās. 4. attēlā redzams, kā ik gadu pieaug organizāciju skaits, kuras ievieš kādu no ISO standartiem.

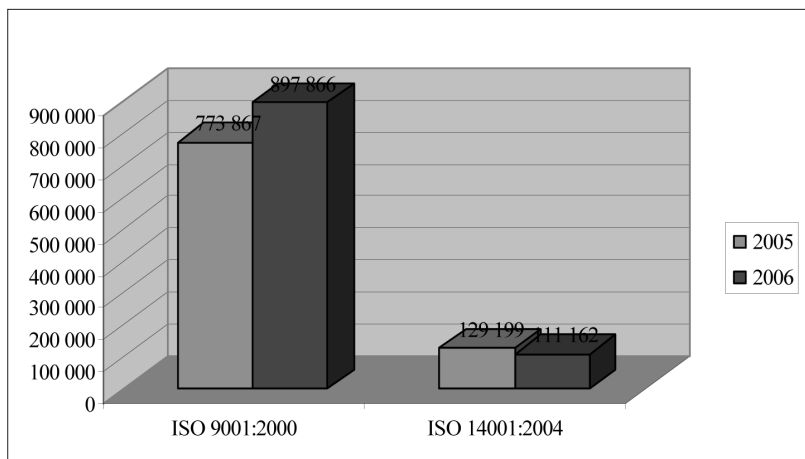


4. attēls. ISO ieviešanas dinamika Latvijā [3]

Figure 4. ISO introduction dynamics in Latvia

Līdz 2008. gada pirmajam pusgadam, pēc Latvijas Kvalitātes asociācijas datiem, Latvijā bija 642 sertificēti uzņēmumi. Šāds skaits ir samērā mazs, ņemot vērā mazo un vidējo uzņēmumu skaita īpatsvāru, kā arī valsts pārvaldes iestāžu kopējo skaitu.

Analizējot 4. attēlu, jāsecina, ka kopš 2004. gada tendence sertificēties ir mazinājusies. Tāpēc ir svarīgi analizēt tos faktorus organizācijā, kas ir par iemeslu šādai negatīvai tendencei.



5. attēls. Sertificēto uzņēmumu skaits pēc ISO 9001 un ISO 14001 pasaulē 2005/2006 [2]

Figure 5. The number of companies certified according to ISO 9001 and ISO 14001 worldwide, 2005/2006

Mūsdienās pastāv robeža starp publisko un privāto sektoru. Protams, katrai no abām pusēm ir savs mērķis – privātais sektors strādā, lai gūtu maksimālu peļņu, publiskais sektors – lai apmierinātu pieaugošās patērētāju vajadzības. Lai notiktu valsts sektora organizāciju tuvināšanās privātajam sektoram, arvien vairāk tiek izmantoti uzņēmējdarbības principi un metodes.

Pašlaik pasaulē nav vienota standarta, ko viennozīmīgi varētu piemērot visām organizācijām. Tas ir arī pozitīvs fakts, jo tiek dota iespēja organizācijām patstāvīgi izvēlēties, kādu modeli ieviest savā struktūrā. Tomēr visa pamatā ir augstākās vadības ieinteresētība procesa norisē. Ja iniciatīvu neizrādīs organizācijas vadība, nebūs redzamu rezultātu.

Vislielākais reģistrēto ISO sertifikātu skaits ir desmit pasaules valstīs: Ķīnā, Itālijā, Japānā, Spānijā, Lielbritānijā, ASV, Vācijā, Indijā, Francijā un Austrālijā. Kā redzams 5. attēlā, lielākais īpatsvars no visām kvalitātes vadības sistēmām pasaulē ir Vides pārvaldības standartam (ISO 14001:2004) un Kvalitātes vadības standartam (ISO 9001:2000).

3. Kvalitātes vadības sistēmas ieviešana valsts sektorā

Latvijā ir izstrādāti daži pasākumi, ieteikumi un programmas nacionālās kvalitātes nodrošināšanai, tomēr privātajā un valsts sektorā šo sistēmu adaptācija notiek lēni.

1995. gadā Ministru kabinets izdeva rīkojumu par Kvalitātes nodrošināšanas nacionālās programmas Koordinācijas padomes izveidošanu, par kuras dalībniekiem noteica visas kvalitātes nodrošināšanā iesaistītās valsts pārvaldes iestādes – ministrijas, zinātnes un izglītības pārstāvjus. Izveidotās padomes priekšsēdētājs bija Ekonomikas ministrijas valsts sekretārs, un viņa pienākumos ietilpst izstrādāt kvalitātes nodrošināšanā iesaistītā personāla apmācību plānus, mācību programmas, kvalifikācijas reģistrācijas prasības un citus ar mācībām saistītus jautājumus. [3]

1999. gadā Civildienesta pārvalde izstrādāja “Konceptiju iedzīvotājiem sniedzamo pakalpojumu kvalitātes uzlabošanai valsts un pašvaldību institūcijās” (“Informācijas un pakalpojumu centru” ieviešana. [4] Tās sagatavošanas mērķis – uzlabot valsts pārvaldes iestāžu darbību, ņemot vērā iedzīvotāju vajadzības un vēlmes, nosakot par prioritāti pakalpojumu kvalitātes paaugstināšanu.

2000. gadā apstiprināta koncepcija “Par kvalitātes vadības sistēmu ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs”. [5] Tās mērķis bija nodrošināt valsts pārvaldes iestāžu procedūru pilnveidošanu, veicinot kvalitātes vadības sistēmu ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs.

Koncepcijā iekļauti arī ierosinājumi par neefektīvo un birokrātisko vadības procedūru novēršanu. Tajā uzsvērts, ka nepieciešams ieviest kvalitātes vadības sistēmu un informācijas un pakalpojumu centrus, kā arī nodrošināt personāla attīstību. Lai novērstu pienākumu dublēšanos un likvidētu neraksturīgus pienākumus, nepieciešams veikt iestāžu darbības analīzi un auditu.

Autore norāda, ka svarīgi, lai visi valsts programmās izvirzītie mērķi tiktu piepildīti jau pašos pamatos – katras atsevišķas iestādes līmenī, tāpēc ir būtiski, lai tajās tiktu ieviesta efektīva kvalitātes vadības sistēma.

2001. gada 4. decembrī Ministru kabinets izdeva noteikumus Nr. 501 “Noteikumi par kvalitātes vadības sistēmas ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs”, kuros noteikts, ka kvalitātes vadības sistēma ir iestādes plānots pasākumu kopums iestādes darba organizācijas sistematizēšanai, lai īstenotu tiesību aktos noteiktās prasības un citos vadības dokumentos noteiktos mērķus. [6]

Raksta autore norāda, ka līdz 2008. gadam pasaulē un arī Latvijā nav radīts vienots standarts, ko varētu viennozīmīgi piemērot visām valsts pārvaldes iestādēm. Tomēr šāda vienota visaptveroša kvalitātes sistēma, modelis būtu efektīvs vadības instruments, lai nodrošinātu konkurētspējas palielināšanos Eiropā un vietējā tirgū, kā arī uzlabotu valsts pārvaldes darbu. 2. tabulā var aplūkot iespējamās priekšrocības un trūkumus atšķirīgu kvalitātes sistēmas modeļu ieviešanas gadījumā un vienotas kvalitātes vadības sistēmas gadījumā. Lai īstenotu šādas sistēmas izstrādāšanu un ieviešanu, būtu nepieciešams izglītojošs darbs Latvijas augstskolās un pieejama informācija par tendencēm pasaulē. Šādu informatīvo un analīzes darbu būtu jāveic Latvijas Kvalitātes asociācijai un nozaru asociācijām.

2. tabula

Table 2.

**Priekšrocības un trūkumi, ieviešot atšķirīgus vai vienotus kvalitātes modeļus
[izstrādājusi raksta autore]**

*Advantages and disadvantages of introduction
of different or uniform quality models*

Ieviešot atšķirīgus kvalitātes vadības sistēmu modeļus un pasākumus atbilstīgi iestāžu specifikai	Ieviešot vienotu kvalitātes vadības sistēmu, nosakot tās ieviešanas pamatprasības un kritērijus
Priekšrocības	
Vieglāk piemērot dažāda veida organizācijām	Vienoti principi un pieeja kvalitātes vadības sistēmām valsts pārvaldes iestādēs
Kvalitātes nodrošināšana katrā no nozarēm, specifikācijas ievērošana	Vienoti skaidrojošie un deklarētie dokumenti
	Vienota apmācību sistēma
Trūkumi	
Dažādas prasības dažādām iestādēm, nav iespējams salīdzināt un novērtēt iestāžu darbību	Valsts pārvaldes iestādēm ir ļoti dažādas funkcijas un juridiskais statuss, kā dēļ var būt apgrūtināši ieviest vienotu modeli dažādās iestādēs
Nepieciešams izstrādāt vairākus skaidrojošos materiālus par dažādiem modeļiem, kas savukārt prasīs papildu līdzekļus no valsts budžeta	Iespējams, ka iestādes vēlas ieviest augstākus kvalitātes kritērijus nekā vispārnoteiktie visām iestādēm
Nepieciešams organizēt vairākus mācību kursus par dažādiem modeļiem	

Ministru kabineta noteikumos Nr. 501 “Noteikumi par kvalitātes vadības sistēmas ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs” un 2001. gada 11. decembrī pieņemtajos ieteikumos Nr. 1 “Ieteikumi kvalitātes vadības sistēmas ieviešanai valsts pārvaldes

iestādēs” ir teikts, ka kvalitātes vadības sistēma ieviešama saskaņā ar Latvijas nacionālajā standartā LVS EN ISO 9001 “Kvalitātes vadības sistēmas. Prasības” noteiktajām prasībām. Tātad Latvijā valsts pārvaldes iestādēm kvalitātes vadības sistēma ir jāievieš pēc vienotiem, ISO standartā noteiktiem pamatprincipiem, kas 1. tabulā ir vienotas sistēmas ieviešanas gadījums. Minētie Ministru kabineta noteikumi un ieteikumi paredz vienotu kārtību un pamatprasības kvalitātes vadības sistēmas ieviešanai valsts pārvaldes iestādēs.

Pašlaik daudzas organizācijas ir sākušas lietot kvalitātes vadības instrumentus savā darbībā vai plāno to darīt. Kaut arī kvalitātes vadības sistēmas ieviešana ir brīvprātīgs pasākums un dažas organizācijas uzskata, ka tām nav vajadzīga kvalitātes sistēma, jo to nosaka likumdošana, valsts pārvaldes iestādēm tomēr jāņem vērā, ka tās strādā reglamentētajā jomā un klients – visa sabiedrība – ir tiesīgs prasīt noteiktu pakalpojumu sniegšanas kvalitāti. Apkopojot analizēto, var secināt, ka Ministru kabineta noteikumos Nr. 501 “Noteikumi par kvalitātes vadības sistēmas ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs” un ieteikumos Nr. 1 “Ieteikumi kvalitātes vadības sistēmas ieviešanai valsts pārvaldes iestādēs” noteikta kvalitātes vadības sistēmas atbilstība tikai ISO 9001:2000 standartam, taču būtu lietderīgi izstrādāt katrai nozarei atbilstīgus standartus, paredzot vienotu sistēmisku pieeju. Vērtējot 2008. gada ekonomisko lejupslīdi pasaulē, Latvijai ir iespēja definēt valsts kvalitātes mērķus un politiku, kas palīdzētu atjaunot tautsaimniecības augšupeju. Kvalitātes sistēmu ieviešana valsts pārvaldē nozīmētu finanšu optimizāciju. Savukārt personālu ar nepieciešamo kvalifikāciju ir iespējams piesaistīt no privātā sektora vai apmācīt esošos darbiniekus. Šādām apmācībām būtu ilgtermiņa efektivitāte.

Secinājumi un rekomendācijas

- Kvalitātes izpratnei ir būtiska nozīme konkurētspējas palielināšanai gan valsts, gan privātajā sektorā.
- Lai nodrošinātu nepārtrauktu attīstību, organizācijām nepieciešams veikt pašnovērtējumu, izmantojot TQM filozofiju un CAF vērtēšanas metodoloģiju.
- Autore uzskata, ka kvalitātes nodrošināšana ir viens no svarīgākajiem faktoriem krīzes apstākļos un tautsaimniecības veicināšanā.
- Pēc 50 gadiem Japāna ir pierādījusi savu izcilību ražošanā un valsts sektorā, kas nozīmē, ka dažādas kvalitātes vērtēšanas sistēmas ir efektīvas.
- Pasaulē palielinās uzņēmumu skaits, kas ievieš dažādas kvalitātes vērtēšanas sistēmas, tomēr Latvijā tas norit lēni. Kā piemēru ražošanas efektīvai nodrošināšanai var minēt 10 pasaules valstis, kurās ir vislielākais kvalitātes vērtēšanas sistēmu sertifikātu skaits. Tas nozīmē, ka pareizi ieviesta sistēma strādā efektīvi un nodrošina ilglaicīgu attīstību.
- Latvijā visvairāk ir mazo un vidējo uzņēmumu, tāpēc nepieciešams pievērst uzmanību pašnovērtējuma efektivitātei un veicināt ieviest kvalitātes vērtēšanas sistēmu.
- Latvijas Kvalitātes asociācijai ir jāveic apmācības un izskaidrojošais darbs par dažādu sistēmu priekšrocībām un iespējām optimizēt uzņēmumu resursus.

- Latvijā valsts sektors ir sācis ieviest kvalitātes vērtēšanas sistēmu, tomēr izpratne un efektivitāte nav vērojama. Šāda tendence skaidrojama ar to, ka nav izpratnes par modeļa ieviešanas efektivitāti un nav precīzi definēts organizācijas kvalitātes mērķis. Būtu nepieciešams izstrādāt un ieviest vienotu sistēmas modeli, kura pamatā būtu TQM elementi, precīzi definētos kvalitātes mērķi un uzdevumus.
- Nodrošinot kopējo kvalitātes vadību Latvijas vidē, tiek panākta vienota izpratne par organizācijas mērķiem, un tas veicina valsts darbošanos starptautiskajā vidē.

LITERATŪRA

1. Barrie, G. Dale. *Managing Quality*. 4th Edition. Oxford : Blackwell Publishing Ltd., 2002. p. 519
2. International Organization for Standardization. Pieejams: <http://www.iso.org>.
3. Latvijas Kvalitātes asociācija. Pieejams: <http://www.lka.lv>
4. Konceptija "Iedzīvotājiem sniedzamo pakalpojumu kvalitātes uzlabošanai valsts un pašvaldību institūcijās "Informācijas un pakalpojumu centru" ieviešana". Rīga : Valsts civildienesta pārvalde, 1999.
5. Konceptija "Par kvalitātes vadības sistēmas ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs". Rīga : Valsts civildienesta pārvalde, 2000.
6. Ministru kabineta noteikumi Nr. 501 "Noteikumi par kvalitātes vadības sistēmas ieviešanu valsts pārvaldes iestādēs", 04.12.2001.
7. Pētījums par Latvijas kvalitātes nodrošināšanas politikas attīstības veicināšanu. Rīga : Latvijas Universitāte, 2006. 89 lpp.
8. Pildavs, J. *Kvalitātes vadīšanas teorijas pamati*. Rīga : Kamene, 2004, 56 lpp.
9. Putnis, J. ISO 9001:2000 standarta interpretācija. *Kvalitāte*. Nr. 1/2001, 3 lpp.
10. Reinholde, I. Kopējās novērtēšanas sistēma valsts pārvaldē. *Kvalitāte*. 2002, Nr. 2., 8., 10. lpp.
11. Vanags, E., Vilka, I. *Pašvaldību darbība un attīstība*. Rīga : LU Akadēmiskais apgāds, 2005. 384 lpp.
12. Veinberga, S. *Publiskās attiecības PR, teorija un prakse*. Rīga : Zvaigzne ABC, 2004. 327 lpp.
13. <http://www.mk.gov.lv/lv/valsts-parvaldes-politika/kvalitates-vadibas-sistema/Kvalitates-vadibas-modeli/caf/>

Summary

The aim of the article is to analyse advantages of the total quality management model in the private and public sector. The article examines the most popular quality management system standards and models. These models and standards set different assessment criteria and principles, but they have a single aim – to support competitive, balanced, and prospective corporate development. To achieve this aim, the tasks are to analyse total quality management elements and their application potential in an entity, Latvian and European tendencies in introduction of quality management systems, introduction of ISO standards in the public sector.

At the moment there is no single standard that can be equally applied to all business entities. It is a positive fact because business entities can choose which model to introduce. However, the state governments are very interested in the process. If managers of an entity do not show initiative, there will be no results. The author also examines the advantages and disadvantages of uniform and different quality management systems.

Finally, the conclusions and suggestions part proposes introduction of quality management systems in the private and public sector as an instrument for ensuring effective governance as well as a factor that increases competitiveness.

Keywords: *Total Quality Management, ISO, quality, competitiveness, systemic.*

Privātā un sabiedriskā kapitāla nozīme Latvijas ekonomikas izaugsme

Contribution of Private and Public Capital to Economic Growth of Latvia

Oļegs Krasnopjorovs

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Matemātiskās ekonomikas katedra
Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: olegkrasn@inbox.lv

Raksta mērķis – novērtēt privātā un sabiedriskā kapitāla nozīmi Latvijas ekonomikas izaugsme, izmantojot ražošanas funkcijas dažādās specifiskācijas. Tika noskaidrots, ka abiem kapitāla veidiem ir pozitīva un statistiski nozīmīga ietekme uz izaugsmi, turklāt privātajam kapitālam ir pozitīva ietekme arī uz darba ražīgumu. Darbā konstatēts, ka laikposmā no 1995. līdz 2008. gadam Latvijas ekonomikas izaugsmes dzinējspēki bijuši privātā kapitāla uzkrāšana un kopējā faktoru produktivitāte, turklāt arī darbaspēka un sabiedriskā kapitāla ieguldījums bijis pozitīvs. Straujš IKP pieauguma tempu samazinājums, sākot no 2007. gada beigām, galvenokārt saistīts ar kopējo faktoru produktivitātes negatīvu devumu ekonomikas izaugsme.

Atslēgvārdi: ražošanas funkcija, privātais kapitāls, sabiedriskais kapitāls, ekonomikas izaugsme, kopējā faktoru produktivitāte.

Trīs gadu laikā (2005.–2007.) Latvija bija viena no Eiropas Savienības līderēm ekonomikas pieauguma tempu ziņā. Šobrīd, salīdzinot ekonomikas pieauguma tempu rādītāju 2008. gada otrajā ceturksnī ar 2007. gada trešo ceturksni, Latvija ir ES līdere ekonomikas pieauguma tempa krituma ziņā. Tajā pašā laikā ekonomikas ražošanas kapacitāte turpināja nozīmīgi pieaugt, jo 2008. gada pirmajā pusgadā, salīdzinot ar iepriekšējā gada atbilstīgo periodu, nodarbināto skaits pieauga par 4,5%, valdības izdevumi kopējā pamatkapitāla veidošanai nominālā izteiksmē¹ pieauga vairāk nekā par 40%. Turklāt, lai gan privāto investīciju apjoms reālajā izteiksmē samazinājies, to īpatsvars iekšzemes kopproduktā saglabājās augsts (virs 27%), kas norāda, ka tās joprojām būtiski pārsniedz amortizāciju un privātā kapitāla līmenis turpina pieaugt.

Darba mērķis ir novērtēt privātā un sabiedriskā kapitāla nozīmi Latvijas ekonomikas izaugsme, izmantojot ražošanas funkcijas dažādās specifiskācijas.

¹ Dati par valdības izdevumiem kopējā pamatkapitāla veidošanai reālajā izteiksmē nav pieejami. Tie tika novērtēti darba gaitā.

Mērķa sasniegšanai tika izvirzīti šādi uzdevumi:

- novērtēt privātā un sabiedriskā kapitāla dinamiku Latvijā laikposmā no 1995. gada pirmā ceturkšņa līdz 2008. gada otrajam ceturksnim;
- izvēlēties veiksmīgāko ražošanas funkcijas specifiku no zinātniskajā literatūrā aprakstītajām;
- novērtēt iekšzemes kopprodukta elastību attiecībā pret dažādiem ražošanas faktoriem – kopējo kapitālu, privāto kapitālu, sabiedrisko kapitālu, darbaspēku, kā arī kvantitatīvi novērtēt kopējās faktoru produktivitātes lomu Latvijas ekonomikas izaugsmē;
- novērtēt atšķirīgo ražošanas faktoru devumu Latvijas ekonomikas izaugsmē pēdējo 13,5 gadu laikā un it īpaši pēdējā gada laikā.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir Latvijas Bankas veiktie Latvijas ražošanas funkcijas novērtējumi, ārvalstu zinātnieku darbu par sabiedriskā kapitāla nozīmi ekonomikas izaugsmē analīze, kā arī autora praktiskā pētījuma rezultāti. Pētījumā pirmo reizi Latvijas ražošanas funkcija tika novērtēta, nodalot privāto un sabiedrisko kapitālu, tāpēc vairumu no pētījumā iegūtiem secinājumiem var salīdzināt tikai ar ārvalstu pētījumos veiktajiem citu valstu ražošanas funkcijas novērtējumiem.

1. Privātā un sabiedriskā kapitāla loma ekonomikas izaugsmē

Pēdējos 20 gados valsts ražošanas funkcijas novērtēšanai tiek pievērsta pastiprināta uzmanība, un vairāki autori iesaka iedalīt fizisko kapitālu privātajā un sabiedriskajā. Privātais kapitāls ir privāto uzņēmumu uzkrātās investīcijas (bruto pamatkapitāla veidošana), atskaitot amortizāciju. Tie iekšzemes uzņēmumu nefinanšu investīcijas, gan ārvalstu uzņēmumu tiešās investīcijas. Savukārt sabiedriskais kapitāls ir uzkrātie valsts konsolidētā kopbudžeta bruto ieguldījumi pamatkapitālā, atskaitot amortizāciju. Abi kapitāla veidi ir naudas izteiksmē un tika novērtēti bāzes cenās.

Līdz šim netika rasta nepārprotama atbilde uz jautājumiem, vai sabiedriskais kapitāls ir statistiski nozīmīgs ekonomikas izaugsmes faktors un vai tas ir produktīvāks par privāto kapitālu. Atkarībā no ražošanas funkcijas formas, pieņēmumiem par atdevi no mēroga un izmantotajiem datiem dažādi autori guva atšķirīgus secinājumus. Piemēram, saskaņā ar vairāku autoru atzinumiem sabiedriskais kapitāls ir viens no ekonomikas izaugsmes dzinējspēkiem un tas ir pat produktīvāks nekā privātais kapitāls [10], turklāt tas pozitīvi ietekmē privātā kapitāla uzkrājumu [8]. Turpretī citi autori uzsver, ka iekšzemes kopprodukta elastība pret sabiedrisko kapitālu ir tuva nullei un nav statistiski nozīmīga [7], vai arī to, ka sabiedriskā kapitāla loma ekonomikas izaugsmē var būt nenovērtēta, jo pastāv cieša korelācija starp sabiedrisko kapitālu un kopējo faktoru produktivitāti [9]. Tajā pašā laikā jaunākajos pētījumos uzsvērts, ka ienākumu elastība pret sabiedrisko kapitālu var mainīties ar laiku, un tiek piedāvātas neparametrisku ražošanas faktoru elastības novērtēšanas metodes [6].

Ražošanas funkcija apraksta iekšzemes kopprodukta (Y) dinamiku atkarībā no kapitāla (K) un darbaspēka (L) dinamikas. Kopējā faktoru produktivitāte aptver

visus citus faktorus, kas ietekmē ekonomikas izaugsmi, un parasti tiek raksturota kā tehniskais progress. Tehniskais progress visbiežāk tiek pieņemts par eksogēnu un ir atkarīgs tikai no laika perioda. Pētījumā tika novērtētas astoņas ražošanas funkcijas specifikācijas, kas iegūtas no citu autoru pētījumiem, ar mērķi izvēlēties vislabāko un piemērotāko Latvijai.

Visbiežāk tiek novērtēta šāda ražošanas funkcija:

$$\ln Y = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 t + \hat{\alpha}_K \ln K + \hat{\alpha}_L \ln L, (1)$$

kur $\hat{\alpha}_K$ – novērtētā iekšzemes kopprodukta jeb ienākumu līmeņa elastība pret kapitālu,

$\hat{\alpha}_L$ – novērtētā iekšzemes kopprodukta elastība pret darbaspēku,

t – laiks,

$\hat{\beta}_0$ – pozitīvā konstante, kas atspoguļo novērtēto valsts tehnoloģiskā stāvokļa sākotnējo līmeni,

$\hat{\beta}_1$ – tehniskā progressa novērtētais devums ekonomikas izaugsmē vidēji vienā laika periodā, procentu punktos.

Empīriskos pētījumos visbiežāk tiek izmantots pieņēmums par nemainīgo atdevi no mēroga kopā no kapitāla un darbaspēka ($\alpha_K + \alpha_L = 1$). Saskaņā ar šo pieņēmumu, abu ražošanas faktoru izlietojumam pieaugot par 1% un tehnoloģiskam līmenim paliekot nemainīgam, iekšzemes kopprodukts palielinās tieši par 1%. Savukārt, pieaugot tikai viena ražošanas faktora izlietojumam, IKP palielinās mazāk nekā proporcionāli:

$$\ln Y = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 t + \hat{\alpha}_K \ln K + (1 - \hat{\alpha}_K) \ln L (2)$$

Salīdzinot 1. un 2. vienādojumu, var noskaidrot, vai ierobežojums par nemainīgo atdevi no mēroga ir saistošs Latvijas gadījumam. Zinātniskajā literatūrā dažreiz tiek atzīmēts, ka mazai atvērtai ekonomikai varētu būt pozitīva atdeve no mēroga [4, 28].

1. vienādojumā var paplašināt fiziskā kapitāla līmeni, dalot to privātajā (K_p) un sabiedriskajā (K_G):

$$\ln Y = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 t + \hat{\alpha}_{KP} \ln K_p + \hat{\alpha}_{KG} \ln K_G + \hat{\alpha}_L \ln L, (3)$$

kur $\hat{\alpha}_{KP}$ – novērtētā iekšzemes kopprodukta elastība pret privāto kapitālu;

$\hat{\alpha}_{KG}$ – novērtētā iekšzemes kopprodukta elastība pret sabiedrisko kapitālu.

Saskaņā ar pieņēmumu pēc nemainīgās atdeves no mēroga kopumā no privātā kapitāla, sabiedriskā kapitāla un darbaspēka iegūstam:

$$\ln Y = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 t + \hat{\alpha}_{KP} \ln K_P + \hat{\alpha}_{KG} \ln K_G + (1 - \hat{\alpha}_{KP} - \hat{\alpha}_{KG}) \ln L \quad (4)$$

Daži autori [9] izmanto pieņēmumu, ka ienākumu līmenim ir nemainīga atdeve no mēroga attiecībā pret privātiem ražošanas faktoriem, savukārt sabiedriskais kapitāls ir papildu ražošanas faktors, kas nodrošina pozitīvu atdevi no mēroga kopumā, respektīvi:

$$\ln Y = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 t + \hat{\alpha}_{KP} \ln K_P + \hat{\alpha}_{KG} \ln K_G + (1 - \hat{\alpha}_{KP}) \ln L \quad (5)$$

Vairāku pētījumu autori [9, 43] uzsver, ka sabiedriskam kapitālam ir cieša korelācija ar kopējo faktoru produktivitāti, līdz ar to empīriski starp šiem rādītājiem pastāv multikolinearitāte. Lai no tās izvairītos, būtu jānovērtē šāds regresijas vienādojums:

$$\ln Y = \hat{\beta}_0 + \hat{\alpha}_{KP} \ln K_P + \hat{\alpha}_{KG} \ln K_G + (1 - \hat{\alpha}_{KP} - \hat{\alpha}_{KG}) \ln L \quad (6)$$

Zinātniskos pētījumos citi autori pieņem, ka tehniskais progress ir fiziskā kapitāla uzkrāšanas “mācīšanās darot” (*learning by doing*) ārējais apstāklis [10, 7], un ražošanas funkciju iesaka novērtēt šādi:

$$\ln \frac{Y}{L} = \hat{\beta}_0 + \hat{\alpha}_{KP} \ln \left(\frac{K_P}{L} \right) + \hat{\alpha}_{KG} \ln \left(\frac{K_G}{L} \right) + \hat{\alpha}_L \ln(L) \quad (7)$$

7. vienādojuma alternatīvā specifikācija (bez ārējiem apstākļiem) iekļauj eksogēnu tehnisko progresu, kas ir atkarīgs tikai no laika perioda [10, 7]:

$$\ln \frac{Y}{L} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 t + \hat{\alpha}_{KP} \ln \left(\frac{K_P}{L} \right) + \hat{\alpha}_{KG} \ln \left(\frac{K_G}{L} \right) + \hat{\alpha}_L \ln(L) \quad (8)$$

2. Izmantotie dati

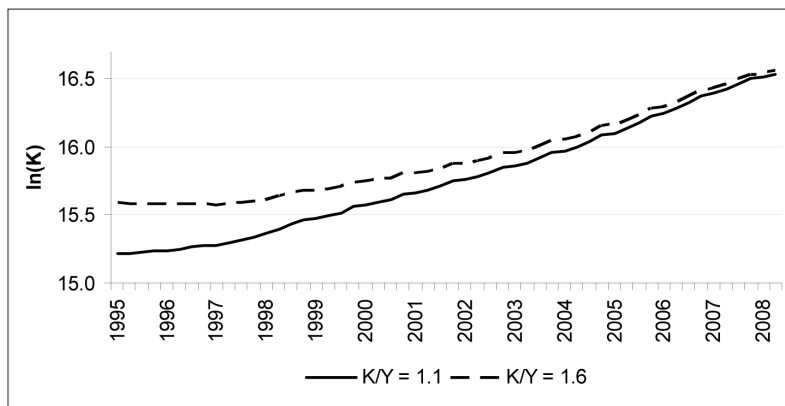
Pētījumā tika izmantoti ceturkšņa dati laikposmā no 1995. gada pirmā ceturkšņa līdz 2008. gada otrajam ceturksnim, tādējādi novērojumu skaits ir 54. Nominālie rādītāji (iekšzemes kopprodukts un kapitāls) tika izmantoti reālajā izteiksmē (2000. gada cenās). Uzkrātā kapitāla līmeņa dati nav pieejami, līdz ar to tas tika novērtēts, pieņemot, ka kapitāla līmenis katra ceturkšņa beigās (K_{t+j}) ir vienāds ar uzkrātā kapitāla līmeni ceturkšņa sākumā (K_t), pieskaitot investīcijas I_t ,

(kopējā pamatkapitāla veidošana, nacionālo kontu kods P51) un atskaitot amortizāciju ($\delta \cdot K_t$):

$$K_{t+1} = (1 - \delta) \cdot K_t + I_t \quad (9)$$

Empīriskajos pētījumos tiek lietotas atšķirīgas amortizācijas normas (δ) vērtības. Parasti tiek izmantota amortizācijas norma 2% ceturksnī, kas ir aptuveni 8% gadā [2], un 2,5% ceturksnī, kas ir aptuveni 10% gadā [12]. Pētījumā tika izmantoti abi amortizācijas normas rādītāji un iegūtie rezultāti ir līdzīgi. Rakstā parādīti rezultāti ar amortizācijas normu 2,5% ceturksnī.

Saskaņā ar nacionālo kontu datiem kapitāla līmenis 1994. gada beigās bija ap 4,1 miljardu latu, kas ir 1,1 reizi augstāks par iekšzemes kopproduktu. Pamatojoties uz Dadhana un Zahedi kapitāla līmeņa novērtējumu valstīs ar dažādu attīstības līmeni [5, 7], šādi kapitāla attiecību pret IKP varētu interpretēt kā samērā zemu. Līdz ar to tika apskatīts arī alternatīvs kapitāla sākotnējais līmenis (6 miljardi latu, kapitāla attiecība pret IKP šajā gadījumā ir 1,6). Kā redzams 1. attēlā, kapitāla sākotnējais līmenis praktiski neatstāj iespaidu uz to pašreizējo līmeni, bet gan uz to dinamiku, īpaši laika rindas sākumā.

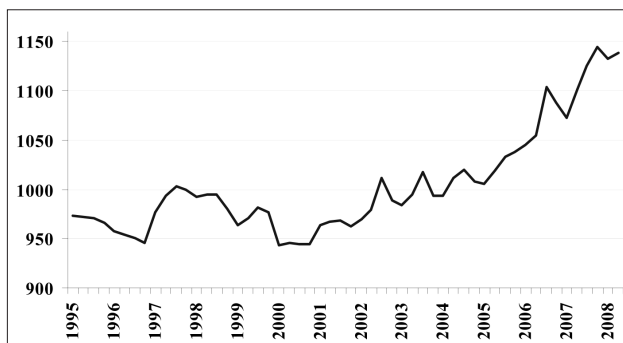


Avots. Autora aprēķins

1. att. Novērtētais fiziskais kapitāls Latvijā 1995.–2008. gadā

Figure 1. Physical capital estimates for Latvia, 1995–2008

Pētījumā tika pieņemts, ka darbaspēka apjoms ir vienāds ar nodarbināto skaitu. Darbaspēka apsekojuma dati ir pieejami tikai kopš 2002. gada, tāpēc pētījumā tika izmantots nodarbināto skaits pēc nacionālo kontu metodoloģijas (pieejams kopš 90. gadu sākuma). Nodarbināto skaits netika izlīdzināts pēc darbinieku izglītības ilguma un nostrādāto stundu skaita, jo ceturkšņa dati par šiem rādītājiem nav pieejami un saskaņā ar Pasaules Bankas pētījumu [12] šie efekti var dzēst viens otru. 2. attēlā redzams, ka nodarbināto skaits nozīmīgi pieaudzis tikai pēdējo trīs gadu laikā.



Datu avots. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde un Eurostat

2.att. Nodarbināto skaits Latvijā saskaņā ar nacionālo kontu metodoloģiju, tūkstošos

Figure 2. Employment in Latvia according to National Accounts methodology, thousands

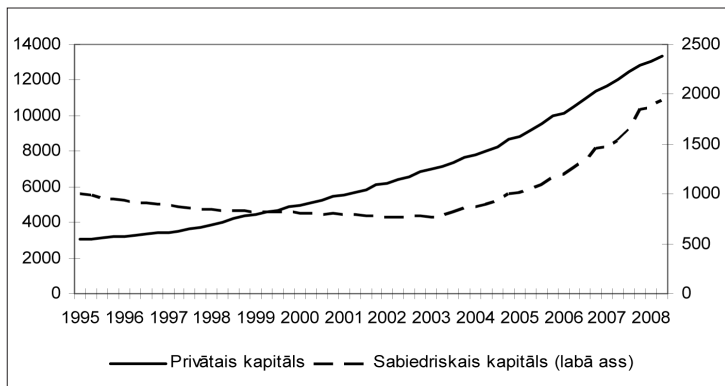
Lielākā problēma, novērtējot sabiedriskā kapitāla līmeni, bija datu nepietiekamība: valsts konsolidētā kopbudžeta izdevumi kopējai pamatkapitāla veidošanai ir pieejami tikai kopš 1999. gada un vienīgi nominālā izteiksmē. Turklāt privātā un sabiedriskā kapitāla dinamika ir atkarīga no pieņēmuma par sākotnējo sabiedriskā kapitāla īpatsvaru kopējā fiziskā kapitālā.

Pētījumā sabiedriskā kapitāla novērtējums tika iegūts šādi.

1. No pieejamām kopējām tīrām investīcijām (pamatkapitāla veidošanas; 1995. gada pirmais ceturksnis – 2008. gada otrais ceturksnis) un valsts sektora tīrām investīcijām, kas ir pieejami kopš 1999. gada pirmā ceturkšņa (abi rādītāji ir nominālā izteiksmē) tika iegūts valsts sektora tīro investīciju īpatsvars no 1999. gada pirmā ceturkšņa līdz 2008. gada otrajam ceturksnim. Pēc tam tika kalibrēts valsts sektora investīciju īpatsvars 1995.–1998. gadā, pieņemot, ka īpatsvars dotajā ceturksnī ir vienāds ar vidējo īpatsvaru četros nākamajos ceturkšņos (slidošā vidējā metode). Iznākumā 1995. gada pirmajā ceturksnī tika iegūts valsts sektora tīro investīciju īpatsvars 6,0%, kas ir reāls rezultāts.
2. Laikposmā no 1995. gada pirmā ceturkšņa līdz 2008. gada otrajam ceturksnim bija pieejama kopējo tīro investīciju laika rinda reālā izteiksmē. Izmantojot privātā un valsts sektora īpatsvarus, kas iegūti 1. solī, tika aprēķinātas valsts sektora un privātā sektora investīcijas 1995.–2008. gada reālajā izteiksmē.
3. Tika pieņemts, ka 1994. gada ceturtajā ceturksnī valsts sektora īpatsvars uzkrātā pamatkapitālā bija vienāds ar 1/4, kas ir tuvs nodarbināto skaita īpatsvaram sabiedriskajā sektorā šajā periodā.² Tika arī pieņemts, ka amortizācijas likme privātajam un valsts kapitālam ir vienāda ar 2,5% ceturksnī. Privātajam un

² Nodarbināto skaits sabiedriskajā sektorā par 1994. gadu nav pieejams, turpretī ir pieejams nodarbināto skaits tautsaimniecības sektoru dalījumā. Tāpēc tika pieņemts, ka sabiedriskais sektors pamatā sastāv no šādiem NACE sektoriem: L (valsts pārvalde), M (izglītība), N (veselības aprūpe) un O (pārējie pakalpojumi).

sabiedriskajam kapitālam akumulācijas 9. vienādojums tika novērtēts atsevišķi. Iegūtie rezultāti uzkrātajam kapitāla apjomam ir redzami 3. attēlā.



Avots. Autora aprēķins

3. att. Privātā un sabiedriskā kapitāla novērtējums Latvijai 1995.–2008. gadā, miljonos latu

Figure 3. Private and public capital estimates for Latvia, 1995–2008, million lats

3. attēlā redzams, ka līdz 2002. gada vidum valsts kapitāla līmenis samazinājās: investīciju īpatsvars valdības izdevumu struktūrā bija zems un tās nekompensēja nolietojumu. Kopš 2003. gada spēcīgais ekonomikas pieaugums un pirmsstrukturālo/strukturālo ES fondu pieejamība veicināja valsts kapitāla pieaugumu. 2008. gada otrā ceturkšņa beigās valsts kapitāls pārsniedza sākotnējo līmeni 1,9 reizes, savukārt privātā kapitāla apjoms nemiņīgi auga un 13,5 gadu laikā palielinājās 4,4 reizes. To dinamiku pozitīvi ietekmēja arī ārvalstu tiešo investīciju ieplūde, īpaši pēdējos gados. Šāda valsts un privātā kapitāla dinamika izskatās reāla, tādējādi pieņemumu par sākotnējo valsts kapitāla īpatsvaru var uzskatīt par apmierinošu. Jāatzīmē, ka, šādi novērtējot valsts kapitālu, netiek ņemtas vērā strukturālas izmaiņas (piemēram, privatizācija).

3. Latvijas ražošanas funkcijas novērtējums

Pētījumā tika novērtēti ražošanas funkciju vienādojumi (1.–8.) un apkopotī iegūtie rezultāti. Kā redzams 1. tabulā, pieņēmums par nemainīgo atdevi no mēroga nav saistošs Latvijas ražošanas funkcijas gadījumam, tādējādi turpmākā analizē tas būtu vēlams pieņēmums [7]. Šajā tabulā redzams, ka iekšzemes kopprodukta elastība pret kapitālu ir vienāda ar 0,347, respektīvi, palielinot kapitāla līmeni par vienu procentu, iekšzemes kopprodukts pieaugs par 0,347%. Iekšzemes kopprodukta elastība pret kapitālu ir tuva 1/3 arī citos pētījumos [12]. Latvijas Bankas pētījumos tā ir nedaudz zemāka, piemēram, Stikuts [2] ieguva ienākuma elastību pret kapitālu, vienādu ar 0,225, savukārt Meļihovs un Dāvidsons [1] – vienādu ar 0,303. Par iemeslu tam varētu būt atšķirīgs novērošanas periods, piemēram, ja novērtējam 2. vienādojumu 1995.–2004. gada izlasē, ienākuma elastība pret kapitālu ir vienāda ar 0,250. Arī, izmantojot alternatīvo kapitālu līmeni (t. i., pieņemot, ka sākotnējā kapitāla attiecība pret ienākumu bija nevis 1,1, bet 1,6), iekšzemes kopprodukta

elastība pret kapitālu ir novērtēta zemākā līmenī (0,227). Tomēr, pamatojoties uz Akaike un Švarca informācijas kritērijiem, priekšroka tika dota 2. vienādojumam, kur sākotnējā kapitāla attiecība pret ienākumu vienāda ar 1,1. Jāatzīmē, ka visi koeficienti ir nozīmīgi pie 99% ticamības līmeņa.

1. tabula

Table 1

IKP elastība pret kapitālu un darbaspēku
GDP elasticity to capital and labour

	(1)	(2)	(2) alternatīvais kapitāla līmenis
$\hat{\beta}_0$	3,918 (0,0003)	3,934 (0,0000)	4,845 (0,0000)
$\hat{\alpha}_K$	0,347 (0,0004)	0,347 (0,0003)	0,227 (0,0006)
$\hat{\alpha}_L$	0,656 (0,0000)	<u>0,653</u>	<u>0,773</u>
$\hat{\beta}_1$	0,0067 (0,0047)	0,0067 (0,0043)	0,0111 (0,0000)
Regresijas standartnovirze	0,0248	0,0245	0,0248
Determinācijas koeficients	0,9928	0,9928	0,9926
Durbina–Vatsona statistika	1,63	1,63	1,65
Akaike informācijas kritērijs	-4,49	-4,53	-4,50
Švarca informācijas kritērijs	-4,34	-4,42	-4,39

Avots. Autora aprēķins

p – vērtības ir dotas iekavās; koeficienti, kas tika iegūti netieši no pārējiem koeficientiem, ir pasvītroti.

Latvijas ražošanas funkcijas novērtējumi tika turpmāk paplašināti, atsevišķi izdalot privāto un sabiedrisko kapitālu (3.–6. vienādojums). 2. tabulā redzams, ka nav apstiprinājusies hipotēze par pozitīvu atdevi no mēroga attiecībā pret visiem ražošanas faktoriem, jo 3. vienādojuma ienākumu elastību pret dažādiem ražošanas faktoriem summa ir mazāka par vienu. Pieņemums par nemainīgu atdevi no mēroga attiecībā pret privātiem ražošanas faktoriem būtiski neietekmēja ienākumu elastību pret sabiedrisko kapitālu (salīdzinot 4. un 5. vienādojuma rezultātus). Turklāt pretstatā citu autoru atzinumiem kopējā faktoru produktivitāte ir cieši korelēta nevis ar sabiedrisko kapitālu, bet gan ar privāto kapitālu, tādējādi 6. vienādojumā, kur kopējā faktora produktivitāte nebija iekļauta, būtiski pieauga ienākumu elastība attiecībā pret privāto kapitālu (no 0,294 līdz 0,554). Salīdzinot 4. un 6. vienādojuma rezultātus, balstoties uz informācijas kritērijiem, tika dota priekšroka 4. vienādojumam.

Jāuzsver, ka privātais kapitāls statistiski nozīmīgi un pozitīvi ietekmē darba ražīgumu, savukārt sabiedriskais kapitāls darba ražīgumu neietekmē (7. un 8. vienādojums). Turklāt nevienam no kapitāla veidiem nepiemīt “mācīšanās darot” ārējais efekts, jo 7. vienādojumā iegūtie ienākumu elastības novērtējumi pret privāto un sabiedrisko kapitālu nav augstāki kā 8. vienādojumā.

Jāsecina, ka visticamākos novērtējumus Latvijas gadījumā iegūst no tiem vienādojumiem, kuri visplašāk tiek apskatīti zinātniskajā literatūrā. Pieņemot, ka fiziskais kapitāls ir homogēns, vislabākais ir 2. vienādojums, savukārt, iedalot fizisko kapitālu privātajā un sabiedriskajā, – 4. vienādojums.

2. tabula

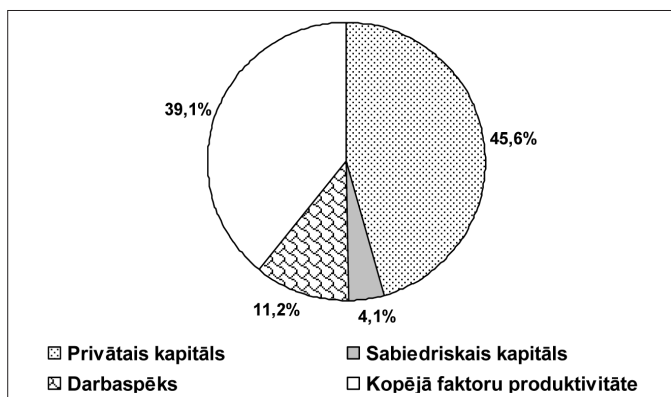
Table 2

IKP elastība pret privāto kapitālu, sabiedrisko kapitālu un darbaspēku
GDP elasticity to private capital, public capital, and labour

	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
$\hat{\beta}_0$	5,431 (0,0973)	4,074 (0,0002)	3,588 (0,0015)	1,937 (0,0000)	-0,658 (0,0000)	-0,721 (0,0000)
$\hat{\alpha}_{KP}$	0,222 (0,2811)	0,294 (0,0183)	0,320 (0,0121)	0,554 (0,0000)	0,530 (0,0000)	0,587 (0,0000)
$\hat{\alpha}_{KG}$	0,072 (0,1056)	0,055 (0,0112)	0,048 (0,0123)	0,065 (0,0035)	-0,005 (0,8343)	0,006 (0,8368)
$\hat{\alpha}_L$	0,576 (0,0087)	0,651	0,680	0,381	0,475	0,407
$\hat{\beta}_1$	0,009 (0,1218)	0,007 (0,0354)	0,006 (0,0658)			-0,001 (0,4237)
Regresijas standartnovirze	0,026	0,025	0,025	0,026	0,026	0,026
Determinācijas koeficients	0,992	0,992	0,992	0,992	0,989	0,989
Durbina–Vatsona statistika	1,57	1,57	1,57	1,42	1,52	1,50
Akaike informācijas kritērijs	-4,40	-4,43	-4,43	-4,38	-4,39	-4,37
Švarca informācijas kritērijs	-4,22	-4,29	-4,28	-4,27	-4,28	-4,22

Avots. Autora aprēķins

Sareizinot 4. vienādojumā iegūtos koeficientus ar attiecīgā ražošanas faktora vidējo pieauguma tempu, iegūst dotā ražošanas faktora vidējo devumu Latvijas ekonomikas izaugsmē. 4. attēlā redzams, ka pēdējo 13,5 gadu laikā Latvijas ekonomikas izaugsmei bijuši divi dzinējspēki – privātais kapitāls (45,6%) un kopējā faktoru produktivitāte (39,1%), turklāt arī darbaspēka un valsts kapitāla ieguldījums bijis pozitīvs.

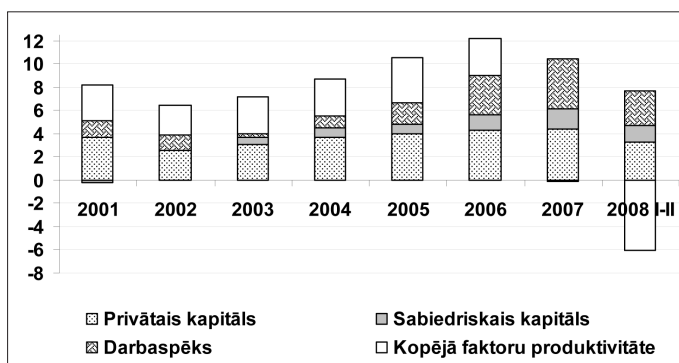


Avots. Autora aprēķins

4. att. Privātā kapitāla, sabiedriskā kapitāla, darbaspēka un kopējo faktoru produktivitātes ieguldījums Latvijas ekonomikas izaugsmē 1995.– 2008. gadā, procentos

Figure 4. Contribution of private capital, public capital, labour, and total factor productivity to economic growth of Latvia, 1995–2008, %

Jāuzsver, ka ekonomikas izaugsmes palēninājumu kopš 2007. gada beigām nevar izskaidrot ar ražošanas faktoru izmantoto daudzumu – gan kapitāla līmenis, gan nodarbinātība turpināja būtiski pieaugt. Turpretī kopējās faktoru produktivitātes devums pirmo reizi kopš 1998. gada bija negatīvs. Ir grūti iedomāties negatīvo tehnisko progresu, tāpēc viens no tā iemesliem varētu būt ražošanas resursu (iekārtu un darbaspēka) izmantošanas intensitātes sarukums ekonomiskās lejupslīdes dēļ (sk. 5. att.).



Avots. Autora aprēķins

5. att. Privātā kapitāla, sabiedriskā kapitāla, darbaspēka un kopējo faktoru produktivitātes ieguldījums Latvijas ekonomikas izaugsme 2001.–2008. gadā, procentu punktos

Figure 5. Contribution of private capital, public capital, labour, and total factor productivity to economic growth of Latvia, 2001–2008, percentage points

Jāuzsver – ja Latvijas ražošanas funkciju novērtējam laikposmā līdz 2007. gada trešajam ceturksnim, privātais kapitāls ir 1,1–1,4 reizes produktīvāks nekā sabiedriskais. Pievienojot nākamos trīs ceturkšņus, privātā kapitāla relatīvā produktivitāte pieaug attiecīgi līdz 2,0, 3,5 un 5,2, iekšzemes kopprodukta elastībai samazinoties pret sabiedrisko kapitālu un pieaugot pret privāto. Tādējādi var norādīt, ka pēdējā gada laikā valsts kapitāla loma ekonomikas izaugsme samazinājās, bet privātā kapitāla – pieauga, tātad, lai ekonomika ātrāk atkoptos, būtu svarīgi piesaistīt tieši privātās investīcijas. Tomēr, lai novērtētu šo efektu kvantitatīvi, būtu jāturpina pētījums, Latvijas ražošanas funkcijas novērtēšanai izmantojot neparametriskas metodes. Vienlaikus turpmākos pētījumos būtu jālieto arī citi paņēmieni, kas novērtē privātā un sabiedriskā kapitāla lomu ekonomikas izaugsme, – izmaksu funkcijas novērtējumus, vektora autoregresijas modeļus, daudzfaktoru regresijas un strukturālus ekonometriskus modeļus.

Secinājumi un priekšlikumi

- Novērtējot privātā un sabiedriskā kapitāla līmeni Latvijā laikposmā no 1995. līdz 2008. gadam, tika secināts, ka kopējā fiziskā kapitāla uzkrāšanas ziņā Latvijas ekonomikas attīstību var iedalīt divos posmos. Pirmajā posmā (1995.–2002.) privātā kapitāla līmenis auga, kamēr sabiedriskā kapitāla līmenis samazinājās.

Otrajā posmā (kopš 2003. gada) palielinājās gan privātais, gan sabiedriskais kapitāls, turklāt sabiedriskais kapitāls pieauga straujāk.

- Novērtējot Latvijas ražošanas funkciju, tika secināts, ka ierobežojums par nemainīgu atdevi no mēroga nav saistošs Latvijas gadījumam. Pieņemot fizisko kapitālu par homogēnu, iekšzemes kopprodukta elastība pret kapitālu ir 0,35, savukārt pret darbaspēku – 0,65. Tehniskā progresa dēļ iekšzemes kopprodukts vidēji pieauga par 0,7% ceturksnī. Šie rezultāti ir līdzīgi citu autoru aprēķiniem.
- Atsevišķi nodalot privāto un sabiedrisko kapitālu, tika secināts, ka gan privātā, gan sabiedriskā kapitāla uzkrāšanai ir pozitīva un statistiski nozīmīga ietekme uz ekonomikas izaugsmi. Privātais kapitāls ir produktīvāks par sabiedrisko kapitālu, un tā relatīvā produktivitāte būtiski pieaugusi pēdējā gada laikā. Novērtētā ienākumu elastība pret privāto kapitālu ir 0,29, pret sabiedrisko kapitālu – 0,06 un pret darbaspēku – 0,65. Pretstatā citu autoru pētījumiem tika konstatēts, ka kopējā faktoru produktivitāte cieši korelējas nevis ar sabiedrisko kapitālu, bet gan ar privāto. Tika arī secināts, ka privātais kapitāls paaugstina darba ražīgumu tieši, savukārt sabiedriskajam kapitālam nav ietekmes uz darba ražīgumu un neviens no diviem kapitāla veidiem nepaaugstina darba ražīgumu caur kopējo faktoru produktivitāti (nepastāv “mācīšanās darot” ārējais apstākļis).
- Latvijas ekonomikas izaugsmei laikposmā no 1995. līdz 2008. gadam bijuši divi dzinējspēki – privātais kapitāls un kopējā faktoru produktivitāte, turklāt arī darbaspēka un valsts kapitāla ieguldījums bijis pozitīvs. Straujo ekonomikas izaugsmes tempa samazinājumu kopš 2007. gada beigām var izskaidrot ar kopējo faktoru produktivitātes negatīvo devumu (pirmo reizi pēdējos desmit gados), kas varētu būt saistīta ar ražošanas faktoru izmantošanas intensitātes samazinājumu ekonomikas lejupslīdes dēļ. Privātā kapitāla loma pēdējā gada laikā nozīmīgi pieaugusi, tādējādi, lai ekonomika ātrāk atkoptos, jāsekmē tieši privāto investīciju pieaugums.
- Lai novērtētu IKP elastības izmaiņas attiecībā pret privāto un sabiedrisko kapitālu laikā, turpmākos kvantitatīvos pētījumos ražošanas funkciju jānovērtē ar neparametriskām metodēm. Turklāt privātā un sabiedriskā kapitāla lomu ekonomikas izaugsmē, kas iegūta no ražošanas funkcijas novērtējumiem, būtu vēlams pārbaudīt, izmantojot citas ekonometriskas metodes – izmaksu funkcijas novērtējumu, vektora autoregresīvo modeli, daudzfaktoru regresijas analīzi un strukturālus ekonometriskus modeļus.

LITERATŪRA

1. Meļihovs, A., Dāvidsons, G. *Ražošanas progresa un cilvēkkapitāla nozīme Latvijas tautsaimniecības izaugsmes nodrošināšanā*. Latvijas Bankas pētījums, 1/2006. 31 lpp. Pieejams: <http://www.bank.lv/lat/main/all/pubrun/petijumi/2006/> [citēts 10.05.2008]
2. Stikuts, D. *Latvijas faktiskā un potenciālā ražošanas apjoma starpības: aprēķins un lietojums*. Latvijas Bankas pētījums, 2 / 2003. 24 lpp. Pieejams: <http://www.bank.lv/lat/main/all/pubrun/petijumi/2003/> [citēts 01.06.2008]
3. Barro, R. *Government spending in a simple model of endogenous growth*. NBER pētījums #2588, 1988. 39 p. Pieejams: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=273578 [citēts 05.05.2008]

4. Bradley, J., Morgenroth, E. *A Study of Macro-Economic Impact of the Reform of EU Cohesion Policy*. The Economic and Social Research Institute. Ireland, 2004. 153 p. Pieejams: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/macro_impact.pdf [citēts 03.04.2005]
5. Dadkhan, K. M., Zahedi, F. *Simultaneous estimation of production functions and capital stocks for developing countries*. Review of Economics and Statistics, Vol. 68, 1986. p. 443–451. Pieejams: <http://ideas.repec.org/a/tpo/restat/v68y1986i3p443-51.html> [citēts 01.02.2008]
6. Henderson, D. J., Kumbhakar, S. C. *Public and Private Capital Productivity Puzzle: A Nonparametric Approach*. State University of New York at Binghamton, 2005. 25 p.
7. Holtz-Eakin, D. *Public-sector Capital and the Productivity Puzzle*. Review of Economics and Statistics, Vol. 76, 1994. p. 12–21. Pieejams: <http://www.nber.org/papers/w4122.pdf> [citēts 02.03.2008]
8. Khadharoo, J., Seetanah, B. *New evidences on the link between public capital and economic growth from a small island economy*. University of Mauritius, 2000. 22 p. Pieejams: <https://www.gtap.agecon.purdue.edu/resources/download/2410.pdf> [citēts 02.04.2008]
9. Macdonald, R. *An Examination of Public Capital's Role in Production*. Statistics Canada – Catalogue No. 11F0027Mn no. 050, 2008. 49 p. Pieejams: <http://ideas.repec.org/p/stc/stcp5e/2008050e.html> [citēts 05.05.2008]
10. Naqvi, N. *Is Public Capital More Productive than Private Capital? Macroeconomic Evidence from Pakistan, 1965–2000*. University of Durham, 2003. 23 p. Pieejams: <http://www.dur.ac.uk/economics/wp/wp0303.pdf> [citēts 05.05.2008]
11. Sturm, J.-E., Kuper, G. H., Haan, J. *Modelling government investment and economic growth on a macro level: a review*. CCSO pētījums #29, 1996. 38 p. Pieejams: <http://www.eco.rug.nl/ccso/ccsoseries/ccso29.pdf> [citēts 05.05.2008]
12. World Bank EU-8 Quarterly Economic Report *The Baltic Growth Acceleration: Is It Sustainable?* 2005.
13. Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes dati. Pieejami: <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=355>

Summary

The purpose of this article is to estimate the contribution of private and public capital to economic growth of Latvia in the period between 1995 and 2008 using the production function approach. Due to lack of capital formation data, both private and public capital stocks were estimated. It was found that both private and public capital have positive and statistically significant impact on economic growth, private capital is more productive than public capital, and that private capital has positive direct effect on labour productivity while public capital has not. It was shown that the main driving forces of economic growth of Latvia in the period between 1995 and 2008 were private capital formation and total factor productivity; moreover, the contribution of labour and public capital was also positive. A sharp GDP growth deceleration since the end of 2007 is almost fully attributable to the negative contribution of total factor productivity to economic growth (for the first time in 10 years), while GDP elasticity increased to private capital but decreased to public capital. Hence, increase in private capital is essential for faster economic recovery.

Keywords: *production function, private capital, public capital, economic growth, total factor productivity.*

Uzņēmumu pārņemšana un apvienošana kā iespējamie risinājumi Latvijas uzņēmumiem *Merger and Acquisition as Possible Solutions for Latvia's Companies*

Kaspars Mucenieks

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: kasparsmucenieks@inbox.lv

Pasaule pārdzīvo ekonomisko un finanšu krīzi. Konkurences pieaugums Latvijas uzņēmumiem liek pielāgoties jaunajām tirgus prasībām, un, lai izvairītos no iespējamā bankrota, uzņēmējiem jāmeklē labākie risinājumi. Pēdējo gadu laikā ir bijis vērojams aktivitātes pieaugums uzņēmumu apvienošanā un pārņemšanā. Konkurence liek uzņēmumiem apvienoties un cīnīties par lielāku tirgus daļu.

Raksta mērķis ir aplūkot uzņēmumu pārņemšanu un apvienošanu Latvijas tautsaimniecībā un noskaidrot iespējamus uzņēmumu pārdošanas modeļus. Lai noskaidrotu Latvijas uzņēmumu stratēģiskos plānus, tika veikta uzņēmumu anketēšana.

Atslēgvārdi: uzņēmuma pārdošana, pārņemšana, apvienošana, saplūšana, konkurence, izpētīt, īpašas nozīmes pirkšanas uzņēmumi.

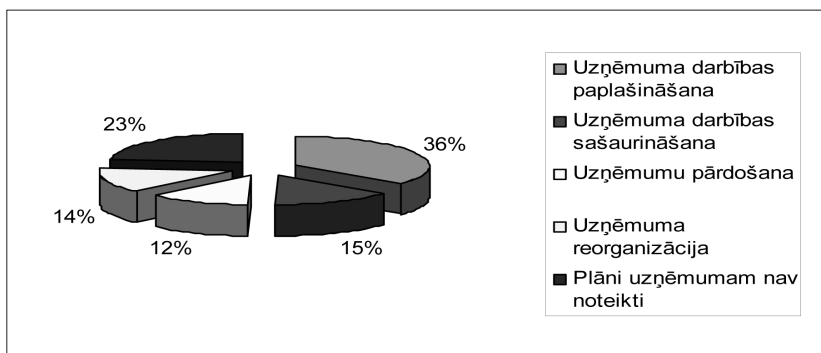
Uzņēmumu apvienošana un pārņemšana tiek izmantota kā uzņēmumu attīstības instruments. Pasaulē uzņēmumi nepārtraukti attīstās un meklē lielākas ekonomiskās sistēmas un plašākus tirgus, turklāt uzņēmumu apvienošana un pārņemšana kļūst arvien populārāka un izplatītāka. Pašreizējie ekonomiskie procesi valstī ietekmē uzņēmumu pirkšanas un pārdošanas biznesu. Uzņēmuma ekonomiskos rādītājus var būtiski uzlabot, pārdodot mazāk svarīgos biznesa virzienus vai apvienojoties ar kādu citu uzņēmumu, pašu kapitālu aizvietojoj ar ilgtermiņa parādu, kā arī paaugstinot vadības ieinteresētību uzņēmuma komercdarbības rezultātos. Latvijas uzņēmumiem konkurences palielināšanās liek domāt par iespējām attīstīties nākotnē. Būtisks faktors, kas ietekmē uzņēmumu apvienošanu Latvijā, ir iestāšanās Eiropas Savienībā. Latvijā faktiski visās nozarēs uzņēmumi ir ļoti mazi ne tikai Eiropas, bet pat vietējā mērogā. Lielākā daļa uzņēmumu pēc Eiropas Savienības standartiem drīzāk atbilst nevis mazajam uzņēmumam, bet gan mikrouzņēmumam. Pēdējā gada laikā daudzi Latvijas uzņēmēji ir sapratuši, ka apvienošanās ir uzņēmuma izaugsmes forma.

Pēc uzņēmumu pārņemšanas un iegādes darījumu pieauguma, kas tika piedzīvots no 2004. līdz 2007. gadam, 2008. gadā vērojama tendence, ka saistībā ar negatīvām

izmaiņām globālajos finanšu tirgos uz nenoteiktu laiku tika apturēti daudzi jau iepriekš sākti darījumi. Ņemot vērā Latvijas ekonomikas attīstības negatīvās tendences, arī vietējo darījumu skaits ir būtiski samazinājies. Var novērot situācijas, ka uzņēmumi nespēj piemēroties mainīgajiem tirgus apstākļiem.

Šā darba mērķis – ar anketēšanas palīdzību noskaidrot Latvijas uzņēmumu plānus 2008. gadam. Darba uzdevums – analizēt uzņēmumu sniegtās atbildes un noskaidrot uzņēmumu ilgtermiņa plānus.

Uzņēmumu apvienošanās un pārņemšanas veicinošie faktori ir konkurences pieaugums, tirgus sašaurināšanās, tehnoloģisko pārmaiņu noteiktā neskaidrība, patēriņa cenu krišanās un pārāk liela darbības aktivitāte tirgū. Uzņēmumu apvienošanās un pārņemšanas nolūks ir uzlabot uzņēmuma saimniecisko darbību, novēršot tā likvidāciju. Iemesli uzņēmumu apvienošanās un pārņemšanas darījumiem var būt dažādi: labākas iespējas piesaistīt papildkapitālu, labākas iespējas sadalīt risku, samazināt nodokļu slodzi, uzlabot konkurētspēju un nepieciešamība ievērot likuma prasības [7]. Uzņēmuma pārdošanas iemesls var būt arī uzņēmuma modernizācija, ražošanas pārstrukturizācija vai stratēģiskā kursa maiņa. Konkurenci sekmē gan dažādu tirgu apvienošanās, gan tirgus globalizācijas procesi. Arī eiro ieviešana ir veicinājusi konkurences pastiprināšanos Latvijā. Iestāšanās Eiropas Savienībā 2004. gada maijā pavēra Latvijai iespējas darboties globālajā tirgū. Tas veicināja straujas ekonomiskas izmaiņas, kā arī mudināja uzņēmumus pārvērtēt savu izmainīto darbības vidi. Pēdējo gadu laikā uzņēmumi ir sasnieguši ievērojamus rezultātus mācoties, piemērojoties un attīstoties tirgus ekonomikas apstākļos. Tajā pašā laikā, cenšoties izdzīvot tikko izveidotās ekonomikas apstākļos, daudziem uzņēmumiem ir grūtības ieviest efektīvākas darbības metodes un piemēroties nepārtrauktajām izmaiņām biznesa vidē. Pašlaik vienā un tajā pašā tirgū sacenšas vietējie un starptautiskie uzņēmumi, konkurējot savā starpā par tirgus daļas palielināšanu. Uzņēmumu izaugsme un tirgus daļas palielināšanās ir izraisījusi sīvu konkurenci.



1. att. Latvijas uzņēmumu darbības plāni 2008. gadā

Figure 1. Action plans of Latvia's companies for 2008

Avots. Sastādījis autors

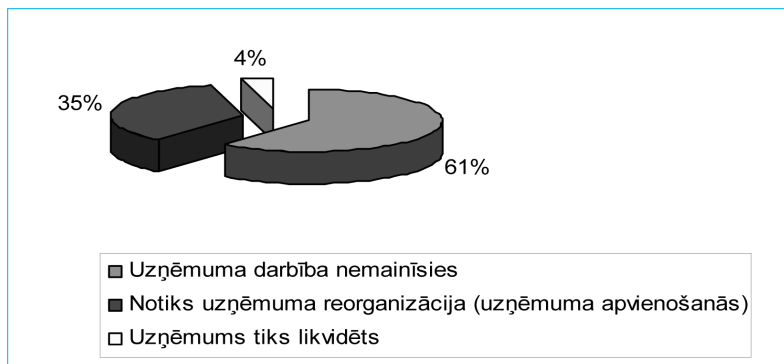
Source. Composed by author

No 2007. gada novembra līdz 2008. gada jūlijam autors veica 317 dažādu Latvijas nozaru uzņēmumu anketēšanu. Aptaujā piedalījās 317 respondenti. 34,2%

respondentu ir ražošanas uzņēmumi, 9,2% – būvniecības uzņēmumi, 45,8% – pakalpojumu sniedzēji, 10,8% – citu nozaru uzņēmumi. 76,4% aptaujāto ir mazie uzņēmumi, 16,8% – vidējie un 6,8% – lielie uzņēmumi. 8,6% respondentu darbojas mazāk nekā vienu gadu, 22,4% – 1–3 gadus, 34,8% – 3–5 gadus, 18,8% – 5–10 gadu un 9,4% ilgāk nekā 10 gadu.

Aptaujātie uzņēmumi norāda, ka tiem ir grūtāk konkurēt salīdzinājumā ar uzņēmumiem Igaunijā un Lietuvā, jo Latvijas valdībai neizdodas izstrādāt un satvināt uzņēmējdarbības nosacījumus tā, lai visās Baltijas valstīs tie būtu līdzīgi.

2008. gadā ir palielinājies to uzņēmēju skaits, kuri vēlas pārdot savus uzņēmumus, jo ekonomikas lejupslīdes dēļ viņi nav spējīgi saviem spēkiem saglabāt uzņēmumu rentabilitāti. Tas savukārt nozīmē, ka pārdodamo uzņēmumu cena ir mazāka un pārdošanas noteikumi elastīgāki, kas var izraisīt jaunu ārvalstu investoru ienākšanas vilni Latvijā. Ja visus iepriekšējos gadus lielākā daļa uzņēmumu apvienošanās un iegādes darījumi bija saistīti ar nekustamo īpašumu tirgu, tad 2008. gadā darījumu skaits šajā tirgū ir krasi samazinājies, toties aug darījumu skaits pakalpojumu un ražošanas jomā. Iepriekšējos gados strauji augošā tirgū bija vieglāk pelnīt, jo pieprasījums pārsniedza piedāvājumu un zemākas izmaksas ļāva Latvijā ražot un sniegt preces un pakalpojumus lētāk nekā Rietumeiropā.



2. att. Uzņēmuma stratēģiskie darbības plāni nākamajiem diviem gadiem

Figure 2. Strategic plans of companies for the next two years

Avots. Sastādījis autors

Source. Composed by author

Pēc aptaujas datiem var secināt – 61% no aptaujātajiem uzņēmumiem apstiprināja, ka uzņēmuma darbība nemainīsies. 35% aptaujāto uzņēmumu plāno veikt reorganizāciju, kas var izpausties kā uzņēmuma pārdošana, apvienošanās, pārņemšana vai saplūšana. Tikai 12 uzņēmumi jeb 4% no aptaujātajiem apstiprināja, ka plāno uzņēmumu likvidēt, ja nemainīsies vai pasliktināsies tirgus apstākļi.

Uzņēmumu apvienošanās un iegādes darījumos ir beidzies laiks, kad pārdevēji diktēja savus noteikumus un bija iespējams pārdot uzņēmumus par augstu cenu un pārdevējiem ļoti draudzīgiem noteikumiem, piemēram, bez jebkādam garantijām. Ekonomikas lejupslīdes laikā uzņēmumu iegādē Latvijā vērojama pircēju pozīciju pastiprināšanās, tāpēc uzņēmuma pārdevējiem jāreķinās ar salīdzinoši lielākām

pirceju prasībām. Pircēju mazāku elastību izskaidro arī tas, ka, ņemot vērā situāciju globālajos tirgos un tepat Latvijā, bankas daudz rūpīgāk izvērtē pircēju izvēlētos iegādes darījumus, pirms piešķirt finansējumu. Tas savukārt nozīmē, ka pārdevējiem jāpieliek lielākas pūles, lai darījumā aizsargātu savas intereses, kam nepieciešama arvien rūpīgāka darījuma taktikas plānošana no pārdevēju puses.

Patlaban daudzi uzņēmēji, kas izvēlas savus uzņēmumus pārdot, cenas noteikšanā pamatojas uz 2007. gada rādītājiem, nerēķinoties ar ekonomikas lejupslīdi. SIA "BaltCapManagement Latvija" investīciju menedžeris Jānus Skutelis atzīst, ka viņa pārstāvētais uzņēmums saņem katru mēnesi aptuveni desmit līdz piecpadsmit uzņēmumu pārdošanas piedāvājumus par summu virs trīs miljoniem eiro, turklāt mazāka apjoma piedāvājumu skaits ir vēl lielāks. Kā atzīst SIA "BaltCapManagement Latvija" pārstāvis, daudzos pārdošanas piedāvājumos prognozes aizvien ir ļoti optimistiskas, kas ir balstītas uz iepriekšējo gadu darbības rezultātiem. Daudzi uzņēmēji, kas mēģina pārdot uzņēmumu, balstās uz 2007. gada datiem, kad bija būtiska peļņa, taču 2008. gadā tie ir kritušies vismaz uz pusi. Tas nozīmē, ka arī uzņēmuma vērtība ir uz pusi samazinājusies. Latvijas uzņēmumiem būtu nepieciešams padomāt ne tikai par savu uzņēmumu, bet arī paskatīties apkārt uz konkurentiem vai piegādātājiem un klientam, pārdomāt, ar kuriem būtu vislielākā sinerģija, un veidot lielākus uzņēmumus, jo tādā veidā pašreizējos apstākļos iespējams palielināt savu biznesa vērtību [8].

Drīzumā uzņēmumu iegādes darījumi varētu tikt veikti, lai izvairītos no bankrota procesa. Vairāki vietējie uzņēmumi varētu mēģināt apvienoties, lai izdzīvotu jaunajos tirgos apstākļos. Ilgākā termiņā motivācija darījumiem varētu tuvoties attīstīto tirgu pieredzei: piekļuve zināšanām, jaunām tehnoloģijām un vadības komandai, ātrāks veids, kā sasniegt vēlamo tirgus daļu, konkurences samazināšana, izpērkot konkurentu. Galvenie priekšnosacījumi veiksmīgam darījumam: ļoti pamatīga sagatavošanās, ātrs, koncentrēts process, profesionāla, motivēta vadības komanda un aktīvs pārdošanas process [1].

Sākot domāt par uzņēmuma pārdošanu, vispirms vajadzētu veikt mājasdarbus. Ja uzņēmumā jau ir profesionāla vadības komanda, būs jāvienojas ar to par kompensāciju/bonusu veiksmīgas pārdošanas gadījumā. Ja šādas komandas nav, jāpiesaista nepieciešamie speciālisti. Vadības komandai tad būtu uzdevums atrisināt īstermiņā paveicamās lietas, piemēram, beigušos līgumu pārskatīšana, aizdevumu/aizņēmumu dzēšana ar saistītām pusēm. Pat ja visi priekšnosacījumi ir ievēroti un darījums ir izvests līdz pat parakstīšanai, veiksmīgs iznākums nav garantēts. Arvien biežāk ir novērojams, ka investori nespēj vienoties par nepieciešamo banku finansējumu un tāpēc var pašas beigās pieprasīt cenas samazinājumu. Otrs iemesls ir būtiski negatīvi tirgus apstākļi, kas liek investoriem vēlreiz pārdomāt iecerētā pirkuma lietderību. No finansējuma problēmas var izvairīties, jau agri pārdošanas procesā prasot finansējuma pieejamības apliecinājumu. Otra problēma ir risināma, maksimāli ātri veicot pārdošanas procesu.

Uzņēmumu apvienošana vai pārņemšana ir sarežģīts un dārgs process, kurš var ilgt vairākus mēnešus (bieži nesasniedzot vēlamo rezultātu) [3].

Pastāv pieci uzņēmuma kapitāldaļu pārdošanas veidi.

1. **Visa uzņēmumam vienlaicīga pārdošana citam uzņēmumam**

Uzņēmuma īpašnieki saprot, ka uzņēmumam vislielākā vērtība būs, to pārdodot kopumā, nevis pa atsevišķām paketēm. Tāpēc bieži tiek meklēts līdzīga profila uzņēmums, kam pārdodamais uzņēmums būs pievilcīgs no finanšu, tirgus daļas vai kādiem citiem vērtības aspektiem.

2. **Īpašniekam esošo kapitāldaļu pārdošana uzņēmuma vadībai vai pārējiem īpašniekiem**

Jau sākot sadarbību, parasti tiek aprēķināta iespējamā atpirkšanas shēma, nosakot cenas aprēķināšanas metodiku, pēc kuras uzņēmuma īpašniekam būtu tiesības atpirkt sava partnera daļu. Ņemot vērā panākto vērtības pieaugumu un nākotnes iespējas, uzņēmuma īpašniekam ir izdevīgi atpirkt partnera daļas, lai turpinātu vērtības pieaugumu vēl kādu laiku (2–3 gadus), līdz pieņem lēmumu par 100 % uzņēmuma pārdošanu.

3. **Kapitāldaļu pārdošana citam finanšu investoram**

Ja uzņēmuma īpašnieks atsakās pirkt partnera ieguldījumu, tad uzņēmuma līdzīpašnieks savu daļu paketi var piedāvāt riska kapitālistam, kas būtu ieinteresēts ienākt uzņēmumā, lai īstenotu uzņēmuma vērtības paaugstināšanas stratēģiju.

4. **Uzņēmuma kotēšana fondu biržā un akciju pārdošana ar fondu biržas starpniecību**

Situācijā, kad uzņēmums ir ieguvis plašu publicitāti un atpazīstamību un ir sagaidāma interese no daudzu investoru puses, ir ieteicams apsvērt iespēju sākt uzņēmuma akciju kotāciju biržā. Šajā gadījumā vispirms būs nepieciešams iegūt akciju sabiedrības juridisko statusu, ja līdz šim uzņēmums būs bijis sabiedrība ar ierobežotu atbildību. Sākot kotāciju biržā, ir iespējams realizēt jebkuru akciju paketi, tomēr akciju cenas regulēs tirgus jeb investoru pieprasījums, līdz ar to pastāv iespēja nesaņemt tik lielu cenu par savu ieguldījumu, kā piedāvājot 100 % kapitāla daļu kādam stratēģiskajam investoram. Tomēr ieguldījuma pārdošanas process ir vieglāks un ieguldījums ir ievērojami likvidāks.

5. **Neveiksmīgas darbības gadījumā – uzņēmuma likvidācija**

Ja uzņēmuma īpašniekam nav izdevies sekmīgi attīstīt biznesu, jo kompānijas izvirzītie plāni ir bijuši pārāk ambiciozi un dažādu faktoru dēļ nesasniedzami, komersanti var lemt par uzņēmuma likvidāciju [5].

Pārdošanā ar izsoles palīdzību var piesaistīt lielāku potenciālo uzņēmuma pircēju loku. Pārdevēji parasti izvēlas pārdot uzņēmumus izsoles ceļā vairāku iemeslu dēļ. Izsoles gadījumā cena, ko pārdevēji saņem par uzņēmumu, parasti ir lielāka nekā tad, ja uzņēmums pārdots bez izsoles. Tas ir galvenokārt tāpēc, ka potenciālie pircēji, lai sagatavotu saistošu cenas piedāvājumu, ir ieguldījuši diezgan ievērojamus naudas un laika resursus un, lai tie neizrādītos veltīgi, baidoties no konkurentu piedāvājumiem, ir gatavi piedāvāt par uzņēmumu lielāku cenu nekā tad, ja uzņēmums tiktu pārdots bez izsoles un procesā būtu tikai viens pircējs. Pastāvīgā konkurence starp izsoles dalībniekiem ļauj būtiski nepieņemtās cenā un citos nosacījumos.

Lai gan izsole nozīmē lielāku publicitāti par iespējamo darījumu, jo ir vairāk procesā iesaistīto personu, šāda veida publicitātei bieži ir pozitīva ietekme, proti, ir iespējams apzināt un piesaistīt tādas potenciālos pircējus, par kuriem bez izsoles,

iespējams, uzņēmuma pārdevēji neuzzinātu. Un vairāk potenciālo pircēju nozīmē lielāku izvēli pārdevējiem un potenciāli lielāku uzņēmuma pārdošanas cenu. Lai gan, no vienas puses, izsole parasti nozīmē lielāku publicitāti par potenciālās uzņēmuma pārdošanas faktu, no otras puses, tieši izsoles gadījumā nereti iespējams nodrošināt lielāku uzņēmumam būtiskās informācijas konfidencialitāti.

Praksē diezgan bieži ir sastopami gadījumi, kad pārdevēji procesu uzsāk ar vienu potenciālo pircēju, tas veic uzņēmuma izpēti (iegūst pilnu informāciju par uzņēmumu), bet tad darījums nenotiek un pārdevēji sāk procesu no sākuma ar citu potenciālo pircēju, kuram tiek sniegta pilnīga informācija par uzņēmumu. Izsoles gadījumā iespējams samazināt to uzņēmumu un personu skaitu, kuras saņem pilnīgu informāciju par uzņēmumu, jo parasti tiek rīkotas kvalifikācijas kārtas, kad potenciālie pircēji, pamatojoties uz pārdevēju sniegtu minimālu informāciju par uzņēmumu, iesniedz sākotnējos piedāvājumus un pārdevēji izvēlas sev vēlamos pircējus, kuru sākotnējais piedāvājums ir pieņemams [6]. Pilnīga informācija par uzņēmumu tiek sniegta tikai tiem potenciālajiem pircējiem, kuri varētu iesniegt vislabākos piedāvājumus uzņēmuma pirkšanai.

Kā izsoles trūkumu var minēt izsoles izmaksas, jo uzņēmuma pārdevējam jāiegulda salīdzinoši daudz lielāks darbs un izmaksas pārdošanas procesa organizēšanā, kas parasti ietver arī konsultantu algošanu izsoles rīkošanai, jo pārdevējiem pašiem parasti pietrūkst gan laika, gan nepieciešamās ekspertīzes. Ja pārdevēji fiksētu ieguldījumus, kas izdarīti, vairākkārt veicot pārdošanas procesu ar vienu pircēju, bieži izrādītos, ka izmaksas ir tādas pašas vai līdzīgas. Izsoles gadījumā pārdošanas process aizņemtu mazāk laika. Tā kā parasti izsoli pārdevējiem palīdz organizēt profesionāli konsultanti, kuri pārdošanas procesā piedalās no sākuma līdz beigām, izsoles gadījumā tiek nodrošināta labāka pārdevēju interešu aizsardzība.

Latvijas ekonomikā radusies sen nepieredzēta situācija – ekonomikas pieaugums šobrīd strauji bremzējas galvenokārt tāpēc, ka ir mainījies patērētāju noskaņojums. Ir labi zināms, ka pārāk straujajai izaugsmei var sekot korekcija un iekšzemes kopprodukta pieaugums var īslaicīgi nonākt otrpus ilgtspējīga pieauguma tempa līknes. Pēc vairāku ekspertu domām, Latvijā ekonomikas ilgtermiņa pieauguma potenciāls ir 6–8% gadā, bet laikposmā no 2005. līdz 2007. gadam tas bija vidēji 10,9%. Šo lēcieni veidoja unikāla apstākļu kombinācija gan ekonomikas pieprasījuma, gan piedāvājuma dēļ. Pieprasījuma galvenais faktors bija nekustamā īpašuma tirgus.

Vairāki eksperti atzīst, ka Latvijas uzņēmumiem būtu jāapvienojas, lai tie kļūtu stiprāki. Kā biežāk nosauktie uzņēmumu apvienošanās un iegādes veicinošie faktori ir šādi: konkurences pieaugums; tirgus sašaurināšanās; tehnoloģisko pārmaiņu noteiktā neskaidrība; patēriņa cenu krišanās; pārāk liela darbības aktivitāte pamattirgū. Tos vietējos uzņēmumus, kas nespēs vai nevēlēsies konsolidēties, nākotnē pārpirks ārzemnieki.

Uzņēmumu apvienošanās rada vairākas priekšrocības – izmaksu samazināšanos, lielākas iespējas veikt ieguldījumus tehnoloģijās un attīstībā, konkurētspējas uzlabošanos.

Pēdējā laikā pasaulē pieaugusi SPAC (*Special Purpose Acquisition Company* – tulkojumā no angļu valodas “īpašas nozīmes pirkšanas uzņēmumi”) jeb īpašas

nozīmes pirkšanas uzņēmumu popularitāte. Pēdējos gados SPAC popularitāte pasaulē ir strauji augusi līdz ar plaša loka investoru vēlmi investēt salīdzinoši riskantās investīcijās ar augstām atdeves likmēm. SPAC ir viens no investīciju veidiem, kurš dod šādu iespēju ļoti plašam investoru lokam un ļauj publiskajos akciju tirgos nonākt dažādu tirgus segmentu uzņēmumiem, kuri dažādu iemeslu dēļ nespēj to izdarīt [2].

Šobrīd SPAC kā investīciju instruments ir piedzīvojis savu atdzimšanu ASV. Ir sagaidāms, ka vienlaikus ar globālo tirgu attīstību šie uzņēmumi kļūs par populāru investīciju instrumentu pasaulē gan iekšējos, gan starptautiskos uzņēmumu pirkšanas un pārdošanas tirgos. Turklāt it īpaši tas var notikt, veicot investīcijas jaunattīstības valstīs, kuru uzņēmumi sasnieguši zināmu attīstības cikla stadiju, pamatojoties uz SPAC vieglo pieejamību un augsto likviditāti.

SPAC ir juridiskas struktūras, ar kuru palīdzību plašs investoru loks var piedalīties uzņēmumu pirkšanas vai apvienošanas darījumos privātā kapitāla tirgū. Sākotnēji SPAC kapitāls tiek izveidots ar *čaulas* uzņēmuma – juridiskas struktūras bez eksistējoša biznesa – kotāciju biržā, kuras laikā jaunizveidotā uzņēmuma akcijas, apvienotas vienā vienībā, tiek pārdotas investoriem. SPAC mērķis ir privāta uzņēmuma pirkšana, veicot tā kotāciju publiskajā akciju tirgū. Investori var pārņemt īpašumā interesējošo uzņēmumu un pāris gadu perspektīvā atvieglotā veidā atgūt ieguldīto kapitālu ar atdevi. Lielākā daļa koncentrējas uz specifisku industriju vai ģeogrāfisko tirgu, tomēr ir arī SPAC ar daudz plašāku investīciju piedāvājumu. Visbiežāk SPAC investē tikai vienā mērķuzņēmumā [2].

12–18 mēnešus pēc SPAC kotēšanas akciju tirgū tā vadībai ir pienākums vienoties un parakstīt nodomu protokolu par kāda uzņēmuma pirkšanu vai apvienošanu ar to. Ja īpašas nozīmes pirkšanas uzņēmumi nespēj veikt darījumu 24 mēnešu laikā, fonds tiek likvidēts. SPAC fondiem, kuri investē citos reģionos, piemēram, Ķīnā, šis termiņš var būt no 30 līdz 36 mēnešiem. Jebkuram lēmumam jāgūst vairākuma SPAC akcionāru atbalsts. Lielākajā daļā gadījumu pietiek ar 20–40 % akcionāru balsu, lai apturētu investīciju projektu un likvidētu fondu. Salīdzinot ar privātā kapitāla fondiem, SPAC ir caurspīdīgāki, jo tos regulē attiecīgās jurisdikcijas publiskā tirgus regulācijas komisija. Turklāt pretēji privātā kapitāla fondiem SPAC spēj īsākos termiņos piesaistīt investīciju kapitālu, jo pieejamība publiskajos tirgos (augsta likviditāte) piesaista pastiprinātu investoru interesi. Kopumā uzņēmumu īpašniekiem SPAC atvieglo veiksmīgu iziešanu no biznesa, jo, pirmkārt, publiskā kotācija ir sarežģīts process un, otrkārt, efektīvizē pārdošanas procesu, jo fonds tiek radīts ar nodomu veikt investīcijas limitētos termiņos. Taču ir arī negatīvi aspekti – SPAC kotācijas brīdī darbojas bez konkrēta biznesa plāna un vienīgie tā aktīvi ir nauda. Turklāt tiem ir augstas komisiju maksas – vidēji 10 % investīciju bankai par piesaistīto kapitālu un līdz pat 20 % no peļņas SPAC menedžmentam. Arī plašais akcionāru loks var apgrūtināt SPAC lēmumu pieņemšanu. Vēl viens faktors – SPAC, kuriem neizdodas veikt investīciju, beidz savu pastāvēšanu ar negatīvu atdevi. Pastāv publiskā akciju tirgus regulācijas riski uzņēmuma pirkšanas un apvienošanās procesos. Gadu gaitā palielinās SPAC vidējā darījumu summa – 2004. gadā tā bija 40,4 miljoni ASV dolāru, bet 2007. gadā tā jau sasniegusi 284,2 miljonus ASV dolāru [8].

SPAC izveidošana iespējama arī Latvijā, atzīst vairākums ekspertu. Pirmkārt, jāmin fakts, ka Latvijas investori var piedalīties to veidošanā, kuru, piemēram, iespējams izveidot alternatīvajā tirgū *First North* vai jebkurā citā piemērotā akciju tirgū, kura regulācija ir pietiekami elastīga, lai varētu kotēt SPAC. Viens no iemesliem, kas varētu veicināt SPAC izaugsmi Latvijā, ir vietējo investoru kapitāla apjoms salīdzinājumā ar ārvalstu investoriem. Lai veiksmīgi spētu piedalīties uzņēmuma pirkšanas procesos ar salīdzinoši nelielu kapitāla daudzumu, viena no iespējamām alternatīvām būtu SPAC veidošana. Tomēr liela nozīme kapitāla piesaistē un veiksmīgā kotācijā būtu gan SPAC menedžmenta kompānijas, gan investīciju bankas reputācijai. Kā negatīvos faktorus SPAC izaugsmei Latvijā var minēt investoru pieredzi, likviditātes trūkumu, kā arī salīdzinoši mazo ekonomiku, kura, iespējams, nespētu dot adekvātas vietējā tirgus investīciju iespējas. Tomēr SPAC var tikt veidots vietējā tirgū, bet paredzēts investīcijām starptautiskos tirgos. Līdz ar to var prognozēt, ka tuvākajos gados līdztekus privātā kapitāla attīstībai Baltijas valstīs tiks veidoti alternatīvi risinājumi, tostarp, iespējams, SPAC veida struktūras.

Ja uzņēmuma īpašnieks vēlas pārdot savu uzņēmumu, risinājums būtu to pārdot tā augstākā līmeņa vadītājiem. Pirmkārt, uzņēmuma īpašniekam būtu emocionāls gandarījums, ka uzņēmums nonāks drošās rokās un agrākā komanda turpinās iesākto attīstības kursu. Otrkārt, bieži vien tas ir ērtākais un vienkāršākais veids, kā salīdzinoši ātri atrast uzņēmumam pircēju. Treškārt, uzņēmums paliek pašmāju uzņēmēju rokās, kas nozīmē, ka arī esošie uzņēmuma darbinieki daudz pozitīvāk attieksies pret pārdošanas faktu. Ceturtkārt – bieži vien tieši šādā veidā esošie uzņēmuma īpašnieki savu biznesu var pārdot par augstāko cenu, jo esošie uzņēmuma vadītāji vislabāk pārzina konkrētā biznesa specifiku un jūt uzņēmuma attīstības potenciālu.

Uzņēmuma pārdošanas modelis – līdzšinējie īpašnieki pilnībā vai daļēji pārdod uzņēmumu tā esošajiem uzņēmuma pārstāvjiem, kas savukārt uzņēmuma akciju vai kapitāla daļu izpirkšanai piesaista ārēju līdzfinansējumu – korporatīvo finanšu darījumos tiek saukts par *Management Buyout* (MBO). MBO ir pasaulē plaši izplatīts un populārs uzņēmumu pārdošanas modelis. Latvijā uzņēmumu pārdošanā MBO modelis tiek izmantots reti. Varbūt var runāt par 2–4 šāda veida darījumiem gadā, turklāt tie norisinās salīdzinoši mazos un vidējos uzņēmumos. Kā vienu no potenciālajiem skaidrojumiem var minēt profesionālas uzņēmumu valdes un menedžmenta trūkumu, jo parasti mazo un vidējo uzņēmumu vadītāji ir arī to īpašnieki, finanšu piesaistes instrumentu nepārzināšanu, kā arī menedžmenta bailes riskēt. Kā veiksmīgus MBO piemērus Latvijā var minēt poligrāfijas ražotāju SIA “Krauklītis” un personālvadības risinājumu kompāniju “Fontes Latvija” [9].

MBO izpildei ne mazāk svarīgs faktors ir atrast pietiekami ambiciozus menedžmenta pārstāvjus. Vadītāju (potenciālo īpašnieku) ieguvumi no MBO ir vairāki, piemēram, daudz mazāk risku un ievērojama laika ekonomija salīdzinājumā ar sava biznesa uzsākšanu un attīstīšanu no nulles, kā arī iespēja uzreiz realizēt savu vīziju par uzņēmuma nākotni, jo nav noslēpums, ka ne vienmēr vadītāju un akcionāru domas saskan.

Latvijas tirgū notiek apvienošanās un pārpirkšanas darījumi, taču tie lielākoties ir tādi, kuros vietējie uzņēmēji pārdod kapitāldaļas, nevis pērk tās no ārzemju uzņēmumiem. To varētu skaidrot ar faktu, ka šeit cilvēki ir konservatīvāki, viņiem

īpaši nepatīk uzņemties lielu risku. Uzņēmumi, kas tiek pārdoti ārzemju pircējiem, ir diezgan lieli – virs 10 miljoniem eiro, un, ja vajadzētu iekarot jaunu tirgu un tur attīstīties, nepieciešams atkal ieiet 3–5 gadu ciklā. Tas nozīmē, ka nepieciešamas investīcijas, turklāt pastāv risks, kas arī attur daudzus uzņēmējus. Prognozējams, ka pēc 3–5 gadiem finanšu investori, kas ieguldījuši Latvijā un sekmīgi attīstījuši uzņēmumus, tos sāks pārdot, un tad nāks jauns vilnis un investori piesaistīs jau cita veida – lielos stratēģiskos investorus – gan no Eiropas, gan Skandināvijas. Iespējams, ka Latvijā vairākas nozares varētu tikt pārpirkas, līdzīgi kā pagājušā gadsimta 90. gados skandināvi izpirka Latvijas bankas.

Arvien biežāk Latvijas uzņēmēji domā dažādos virzienos, piemēram, nevis pārdot, bet pašiem pirkt uzņēmumu Lietuvā, Krievijā. Kopš iestāšanās Eiropas Savienībā visiem Latvijas uzņēmumiem, kas ir nozaru līderi, jādomā Baltijas mērogos. Nākotnē tie uzņēmēji, kas spēs redzēt šo lielāko spēles laukumu, arī pieņems lēmumus pirkt vai pārdot. No vienas puses, Latvija atrodas NATO un Eiropas Savienībā, no otras – joprojām ir saglabājusi saikni ar Krieviju. Šajā gadījumā Latvija ir abpusējās kontroles teritorija un nodrošina gan tikšanās vietu, gan teritoriju uzņēmēju pirmajiem soļiem jaunā tirgū.

Latvija nav ne lielvalsts, ne ievērojams spēlētājs globālajā tirgū, taču tā ir spēks, ar kuru jārēķinās. Mūsu valstij ir iespējas radīt biznesa kodolu, kas spēj nodrošināt radošus prātus un veidot pamatu turpmākai biznesa ekspansijai. Spilgts piemērs ir latviešu kompānija ELKO, kas nodarbojas ar šķietami parastu biznesu – tirgojas ar datortehniku un piedāvā servisa pakalpojumus – Latvijā ir vairāk nekā simts šādu uzņēmumu. Tomēr ELKO ir top trijniekā Austrumeiropā, viņu gada apgrozījums pārsniedz miljardu eiro. Protams, Latvija un Baltija nav tāda mēroga tirgus, kur var pārdot lielos apjomos, bet tā var veidot lielā biznesa kodolu. Šajā gadījumā kodols ir latviešu uzņēmums, kas ir spējis kļūt par vienu no trīs lielākajiem uzņēmumiem Austrumeiropā.

Secinājumi

1. Vairākums aptaujāto Latvijas uzņēmumu uzskata, ka tuvākajos divos gados būtiskas izmaiņas viņu uzņēmumos nenotiks.
2. 35 % aptaujāto Latvijas uzņēmumu plāno veikt uzlabojumus uzņēmuma darbībā, veicot tā reorganizāciju.
3. Ir paredzama uzņēmumu konsolidācija, jo mazajiem uzņēmumiem ir grūtāk konkurēt Baltijā un citās Eiropas valstīs.
4. Uzņēmumu pārdošana ar izsoles palīdzību ir pārdevēja iespēja saņemt labāko piedāvājumu par uzņēmuma iegādi.
5. Pasaulē pieaug īpašas nozīmes pirkšanas uzņēmumu popularitāte, kuru veiksmīgi varētu izmantot arī Latvijas apstākļos.
6. Latvijā ir plašas iespējas pieaugt tādām uzņēmuma pārdošanas modelim, kur līdzšinējie īpašnieki pilnībā vai daļēji pārdod uzņēmumu tā esošajiem uzņēmuma pārstāvjiem, kas savukārt uzņēmuma akciju vai kapitāla daļu izpirkšanai piesaista ārēju līdzfinansējumu jeb *Management Buyout*.

7. Būtisku uzmanību potenciālie uzņēmuma ārvalstu investori pievērš tam, kāds ir Latvijas kredītreitings un cik lētu naudu Latvijas valsts spēj aizņemties. Ja risks palielinās, investoru risku novērtējumam ir tendence pieaugt, un tas ir spiediens uz uzņēmuma vērtību. Savukārt dati par uzņēmumu, nozares izaugsmi un konkurētspēju var kalpot par faktoriem sarunās, lai cenas mēģinātu pacelt.
8. Pastāv pieci uzņēmuma kapitāldaļu pārdošanas veidi: visa uzņēmuma vienlaicīga pārdošana citam uzņēmumam; īpašniekam esošo kapitāldaļu pārdošana uzņēmuma vadībai vai pārējiem īpašniekiem; kapitāldaļu pārdošana citam finanšu investoram; uzņēmuma kotēšana fondu biržā un akciju pārdošana ar fondu biržas starpniecību; uzņēmuma likvidācija.

LITERATŪRA

1. Bartlett, J. W. *Equity finance: venture capital, buyouts, restructurings and reorganizations*. New York : Wiley, 1995. 399 p.
2. Berk, J. B. *Corporate finance*. Boston : Pearson Addison Wesley, 2007. 1034 p.
3. Bierman, H. Jr. *The capital budgeting decision: economic analysis of investment projects*. 8th edition. New York : Macmillan Publishing Company, 1993. 591 p.
4. Eliasson, C. *Corporate entrepreneurship: a longitudinal study of determinants and consequences of resource recombination in existing organizations*. Jonköping : Jonköping International Business School, 2004. 117 p.
5. Koch, R. *Managing without management: a post-management manifesto for business simplicity*. London : Nicholas Brealey Publishing, 1996. 248 p.
6. Ogden, J. P. *Advanced corporate finance: policies and strategies*. Upper Saddle River : Prentice Hall, 2003. 702 p.
7. Strebel, P. *Breakpoints: how managers exploit radical business change*. Boston : Harvard Business School Press, 1992. 262 p.
8. <http://www.db.lv/Default2.aspx> "Dibināti, lai pirktu citus" (30.09.2008.)
9. <http://www.diena.lv/lat/business/hotnews/finance> "Kā kļūt par īpašnieku" (30.09.2008.)

Summary

The aim of the paper is to describe possible solutions for Latvia's companies in times of global financial and economic crisis. A lot of merger and acquisition work is done in the short period of time between a deal that is brought to a buyer's attention and the signing of the letter of intent. It is important that buyers and sellers calculate the potential purchase price using a number of different techniques. Motivating factors for mergers and acquisitions are competition, a limited market, technology changes, and prices of goods. Competition is promoted by the market. A low price does not always facilitate business and neither does buying an expensive trophy division.

Keywords: company, merger, acquisition, buying, competition research, special purpose acquisition company (SPAC).

Review of the Fundamental Role of Anthropological Insights in Leadership Studies

Atziņas par antropoloģiskās izpratnes lomu līderisma pētniecībā

Claudio Andrés Rivera

PhD student

Business Consultant, AWA, Euromonitor International, Universidad Austral

Grēdu St 4a, 6th Floor, Riga, Latvia, LV-1019

E-mail: *claudio@sseriga.edu.lv*

Review of the Fundamental Role of Anthropological Insights in Leadership Studies is a review of literature which aims to focus on the academic debate about the significant role of classic anthropological theories in leadership research and practice. The author gathers recent literature references concerning the relevance of anthropological knowledge for leadership. Furthermore, he develops the concepts of system of values and self-knowledge, underpinning the author's ideas with those of recent researchers of modern leadership. Finally, the author outlines some alternative avenues for further research and practice.

Keywords: leadership, anthropology, values, self-knowledge, trust.

1 Introduction: Challenges of the Development of Leadership Theory

There is a hopeful and even growing trend in research on leadership and other business and economics areas toward taking into consideration the need for a deeper understanding of human nature, and conducting more integral and contextualized research (e.g. Cheney, 1983; Cummings, 1996; Mintzberg, 1989; Morris, 1997). Specifically in the leadership area, the concepts of system of values and servanthood have acquired increasing attention, giving evidence that traditional frameworks focused on psychological and biological theories turn out to become insufficient. Moreover, perhaps a consequence, the prestige of a large portion of literature concerning these fields, and particularly in leadership, is quite low. As the journal *Administrative Science Quarterly* states, “the dialectic and reversals of emphases in this area very nearly rival the tortuous twists and turns of child-rearing practices” (quoted in Bennis, 1994, 39).

As a starting point of this paper, I argue that since Burns (1978) with his transformational leadership theory, values have taken a central place in leadership and since Collins [12], through his remarkable research and *level 5 leadership* model, humility and self-knowledge have become the strongholds of executive development. Values and self-knowledge resurrected the role of philosophy in further leadership research.

This paper is a review of literature which aims to focus on this academic debate, trying to answer the following research questions: *what is the role of classic anthropological theories in recent leadership publications and research? How much contribution we could expect them to give, especially to the issues of values and self-knowledge?*

The author chose two concepts, the *Tao* and the *Law of the Gift*, as aggregators of the different ideas gathered in this text. First, it stands to practical reason: categorize the information and in that way make smoother reading and further theoretical and experimental research. Second, the author chose these concepts purposely for the following reasons:

- both concepts touch essential issues concerning values (*Tao*) and self-knowledge (*Law of the Gift*);
- both concepts have been created, as they are used in this paper, by two modern and prestigious writers: C. S. Lewis and Karol Wojtyła;
- the author has not found studies on leadership that would have analysed the life and writings of these great figures;
- in both writers we perceive the essential influence of the great realistic philosophers, those whose tradition is enrooted in Aristotle, Plato, and Aquinas; they have become the pillars because of which anthropology writings are influencing leadership academia.

In the next part (*Leadership Research Needs Anthropology as Foundation*), the author reviews recent literature references concerning the relevance of anthropological knowledge for leadership, in Part 3 and Part 4, the author develops the concepts of system of values and self-knowledge, underpinning the author's ideas with recent modern leadership authors, and in Part 5, the author outlines some alternative avenues for further research and practice.

2 Leadership Research Needs Anthropology as Foundation

Seeking a Holistic Approach

A question that could arise at this point is why to search for a new basis of leadership when so many modern theories fill libraries and workshops. "There are numerous leadership theories; in only the past 50 years, there have been as many as 65 different classifications of leadership dimensions." (Fleishman et al., 1991, quoted in Sydänmaanlakka, 2003, 40)

The answer is quite straightforward. Leadership is a complex issue that requires a holistic analysis, and the body of relevant publications has serious limitations to fulfill this need. For example, as Sydänmaanlakka [39] asserts in his review of literature, the *trait approach* does not "delimit a definitive list of leadership traits" [39, 44], the *style approach* "has failed to find a universal style of leadership that could be effective in almost every situation" [39, 46], and the *contingency theory* "fails to explain fully, why individuals with certain leadership styles are more effective in some situations than in others" [39, 48]. There is a need for unifying approaches which prevail over the fragmented theories we perceive today. The main

characteristics of these unifying approaches are that they are actionable, integrated, and contextualized (Kodish, 2006).

I quote a few reasons Sydänmaanlakka mentions to justify his search for a new model of leadership.

- The models we are using now in practice are old and have been developed mainly during the sixties and seventies. Maybe the last true invention was the transformational leadership by Burns (1978).
- Present theories are usually very fragmented; we have to go beyond fragmented theories.
- We should add to our rational thinking also emotional and spiritual components; go beyond rational management.

Burns made a substantial step toward a holistic notion of leadership with his masterpiece *Leadership* (1978). Thirty years after its publication, it is still one of the most widely read books on this area. Burns used psychology as the academic tool for getting into his studies. He said in an interview: "I found psychology had a lot more to say about the universals of leadership." (Sorenson, 2002) A contemporary of Burns clearly complements this idea: "[T]he endless accumulation of empirical data has not produced an integrated understanding of leadership." (James Hunt, quoted in Sorenson, 2002)

The Potential Role of Anthropology

If it is worth the effort of building new models for leadership, the next question is whether we could develop them without a solid anthropological touch.

Based on a very good review of literature, Stout (2001) characterizes as a leader the person who has a "governing *vision*" [37, 52] that should be moved by a passion to make this vision happen; a solid foundation of *values* which are "what a person considers important and what they want out of life" [37, 52]; *wisdom*, which is the capacity to manage the knowledge in the correct way and time; *courage*, which "is a product of character that results when challenges are faced rather than avoided" [37, 55]; the necessary *trust* to enforce the authority; and the communication skills termed "*voice*" by Stout "to transmit the force of their ideas to others" [37, 58].

The aforesaid vision, values, wisdom, courage, trust, and voice constitute the foundation capital of a leader, and are the backbone of the leadership processes. Such key components hardly could be understood and explained without a deep acquaintance with the innermost features of human nature. "In scholarly circles, the term leadership studies has often been used to connote a rather narrow corpus of social science analyses, chiefly from the fields of social psychology and management science. Such studies have contributed mightily to our understanding of leadership, yet they are limited in scope and purpose...Our view of leadership is that it is a universal component of the human condition." (Wren et al., 2004, Preface)

Many alternatives are possible in order to obtain this awareness of the human condition. For example, Bennis speaks about the necessity of a wide range of experiences to support leadership development and mentions "broad and continuing education, idiosyncratic families, extensive travel and/or exile, a rich private life,

and key associations with mentors and groups” [4, 74]. John Henry Newman in his famous *The Idea of the University* emphasizes the necessity of diversifying as much as possible the range of knowledge experiences by, for example, encouraging the exchange of ideas between teachers and professors of different areas.

Among these intellectual experiences I want to give special attention to the classic western philosophers who first delved into anthropological matters with a scientific perspective. “The philosophers of the centuries, from Plato and Aristotle to the present day, have left us the equivalent of a huge bank account of wisdom that we can draw on for a wealth of insight applicable to both business and the rest of life. We can invest this intellectual capital in our own careers and experiences and reap tremendous returns of new wisdom as a result.” (Tom Morris, 1997, ix)

We need to get into the great philosophers of all times to get the answer to such questions. The great Spanish philosopher Leonardo Polo says that “there is a rigorous scientific knowledge about the human being...and this is the one that has been framed by Aristotle as philosophical ethics” (J. A. Perez Lopez, p. 14). What we need is to develop along with Aristotelian influence what in *Nicomachean Ethics* is named philosophical wisdom, “the knowledge of universals and of what follows from them” [24, 460].

Aristotle defines wisdom as something that people have when “they can see what is good for themselves and what is good for men in general”. It clearly needs moral and technical knowledge, but it is *context dependent* (Gint, 2007) and shapes the single most important governing attitude: prudence.

Prudence makes leaders “essentially pragmatic in means, if not in ends. Determining precisely what *phronesis* (practical wisdom) consists of might also be represented by these elemental questions:

- Where are we going?
- Is this desirable?
- What should be done?
- Who gains and who loses?” [19, 2007]

Are we getting too obscure and outside the scope of management theory? The well-known IESE professor J. A. Pérez López would say he certainly has not been the first, and will not be the last, that at the time of developing scientific knowledge in the field of management will be forced to explore more and deeper problems about the human being and their core motivations for acting.

If we do not seek leadership models with solid anthropological foundations, it is likely we will end up dealing only with certain clever, even manipulative techniques and, using the terminology of Argyris (1957), “bureaucratic/pyramidal values” rather than humanistic ones. As Argyris points out, in that way managers keep the “employees immature” [39, 43], and we will be far from developing those dynamic and flexible organizations we dream of. “To perceive the working of leadership in social causation as motivational and volitional rather than simply as *economic* or *ideological* is to perceive not a lineal sequence of stimulus-response *sets* or *stages*, not even a network of sequential and cross-cutting forces, but a rich and

pulsating stream of leadership-followership forces flowing through the whole social process.” [36]

Yes, anthropology matters and particularly in those topics where a restricted perspective of the human nature could lead to serious mistakes: the building of a system of values and self-knowledge. In the next two parts I will succinctly explain what both concepts imply and their impact on leadership research and practice.

3 The Tao: Understanding Transcendental Verities in Order to Develop a System of Values

The Tao: Enduring Standards

The author borrows the concept of Tao from C. S. Lewis. In one of the greatest pieces of literature, *The Abolition of Man*, speaking about the existence and value of objective truth, he incorporates the concept of *Tao*. He means by *Tao* “the doctrine of objective value, the belief that certain attitudes are really true, and others really false, to the kind of thing the universe is and the kind of things we are”. He concludes “if the *Tao* falls, all his own conceptions of value fall with it. Not one of them can claim any authority other than that of the *Tao*”. In order to accept the concept of Tao, we should agree that values are, as Russell (2006) defines them, “enduring standards”. Tao is what Covey calls “inviolable principles natural laws in the human dimension”. The elements of the Tao, values, do not pass with either time or technology or other factors for change.

What are these values which compose the Tao? What is the role they play in leadership and organizations? According to Edgeman [17, 95], “core values are rivets in human history, having played pre-eminently in the rise and fall of corporations, economies and nations”. The value culture of an organization can affect the amount of risk that decision makers are willing to undertake (Deal and Kennedy, 1982). March (1994) indicated that decision making which includes several people involves increased complexity. In these situations, he stipulated that “beliefs are important” and “trust and loyalty are both valued and scarce”.

The Role of Values in Leadership

In order to understand the relevance of values in leadership, I consider that the first step should be to set the focus of the study of leadership more on the relationship between the leader and follower than on the conditions of the leader, as an important portion of literature does. In that sense, leadership becomes a mutual influential relationship [9] with different grades of value added. Cardona asserts that the higher or lesser value of this relationship will greatly depend on the behavioral patterns and values of the leader. Several other writers have stated that personal values have very significant effects on leader-follower relationships (Burns, 1978; Deal and Kenedy, 1982; Kouzes and Posner, 1993).

How do values affect the relationship between the leader and follower? Quoted in Russel, England and Lee (1974), seven ways in which values affect leaders' attitudes are identified.

- 1) Values affect leaders' perceptions of situations.
- 2) Leaders' values affect the solutions they generate regarding problems.
- 3) Values play a role in interpersonal relationships.
- 4) Values influence perception of individual and organizational successes.
- 5) Values provide a basis for differentiating between ethical and unethical behavior.
- 6) Values affect the extent to which leaders accept or reject organizational pressures and goals.
- 7) Personal values may also affect managerial performance.

The author would even emphasize with Huey (1994) that as with the loss of relevance of formal authority in modern organizations, leaders must derive their influence from values. In addition, the failure to establish new levels of trust can impede the success of organizational changes (Heckscher et al., 1994). Empowerment of members of an organization also grows out of a trusting environment. It reflects the leadership values of equality and love [34].

Edgeman [17], making reference to a recent survey of European CEOs and key personnel, says that the executives identified as principles for excellence in business and performance *continuous improvement, commitment to creativity, customer focus, continuous learning, focus on facts*, and *empowerment*. A reflexive reading of these principles could give margin to argue that behind the exercising of these key principles we need the sustained development of a strong set of values. As Edgeman states, the principles *continuous learning* and *focus on facts* are congruent with "relentless pursuit and love of the truth".

Although it is true that the central place of values in leadership is not a 20th century discovery, we should recognize in Burns the moment when ethics recover its position throughout his *transformational leadership theory* [39, 66]. "For transformational leadership to be "authentic", it must incorporate a central core of moral values." (Bass and Steidlmeier, 1999, p. 210) The concept of value in transformational leadership is so important that certain authors are starting to distinguish between authentic transformational leaders and *pseudo-transformational leaders* based on their ethical background [9].

Only Right Values Matter

The aforesaid gives us a few more insights on why values have taken an important role in academia, particularly in leadership [34, 1]. The next question on the table is how do we define values? Or even more important, how do we define good values? If values influence the relationship between the leader and his followers (Russell, 2006; Burns, 1978; Deal and Kennedy, 1982; Kouzes and Posner, 1993; De Pree, 1992), if values add to or reduce the "added value" of this interaction, then it is extremely important to define value-added-creator values, which are those that are *always* positive for both leader and follower.

Russell defines values as "core beliefs – the underlying thoughts that stimulate human behavior" and quoting Rokeach says that values "are enduring standards that collectively form the value systems of our lives". Values are never absent from

organizations and people; however, “organizational values, as well as personal values, may be good or bad” (Malphurs, 1996). As a consequence, leadership academia should put effort into discovering those factors that promote good values and those that restrain them. Kuczmarski and Kuczmarski (quoted in Russel, 2001, 1) specified examples of those factors:

- 1) family and childhood experiences;
- 2) conflict events which evoke self-discovery;
- 3) major life changes and experiential learning;
- 4) personal relationships with “important” individuals (p. 43).

If leadership academia helps to understand how values are created, leaders will be able to clarify and understand their own belief systems in order to transmit good organizational values to others (Anderson, 1997; Bennis, 1989; Kouzes and Posner, 1995; Malphurs, 1996). Organizations will follow certain moral patterns if their leaders do it before (Russell, 2006; Anderson, 1997; Bennis, 1989; Kouzes and Posner, 1995; Malphurs, 1996).

However, are there values which always positively affect any party in a relationship? Covey (1990) called for a principle-centered leadership. He argued that effective leadership is “predicated upon certain inviolate principles – natural laws in the human dimension” (p. 18). The goal, in his opinion, is to align internalized values with correct transcendent principles. And then transcendent absolute principles or verities start playing a key role. These verities, we could agree, are far from being popular in modern relativist times. “It is difficult to propose specific values without analyzing the dilemma between natural law and cultural relativism.” (Cardona, 2000, 201) Values based on those principles compose what we call the *Tao* of any person and any organization, and eventually could lead towards organization effectiveness and, using old philosophic terminology, personal fulfilment.

The fundamental motivation for leadership should be a desire to serve (Baggett, 1997; Batten, 1997; Block, 1993; Briner and Pritchard, 1998; Covey, 1990; De Pree 1997; Fairholm, 1997; Gaston, 1987; Greenleaf, 1977; Kouzes and Posner, 1993; Manz, 1998; Oster, 1991; Pollard, 1996; Rinehart, 1998; Snodgrass, 1993; Snyder et al., 1994). However, how many managers become leaders because they *really* want to serve? Russell says that the personal values of servant leaders distinguish them from other leader types (Russell, 2000, 76).

Values determine the quality of the leaders, transcendental verities determine the quality of values.

4 The Law of the Gift: Understanding Human Nature in Order to Make an Effective System of Values

Values as an issue in leadership and management do not make sense if, firstly, we do not understand that we do not always behave in the way we think it is correct, in the way of our values. According to the research conducted at the University of Virginia (Bennis, 1994, 56), the motivations of managers at the time of getting involved in education are, first, a need to learn new things and, second, “a sense of role”, the need to reduce the perceived difference between what they are and what

they should be. The first reason is more related to managerial skills, the second to leadership skills. Business education should help people understand the difference between what Argyris named “theory-in-use” and “espoused theory” [2, 152], meaning, what the people say the rules of their actions are and what the real rules behind their behavior are. Leadership and management academia has a mission of reducing the gap between values and deeds.

Discovery of the real motivations, the real values behind our behavior is the core of what is called self-knowledge. As Chester Barnard says, quoted by J. A. Pérez López, we always implicitly have our own fundamental questions and answers and they spring up in our action. Our action is heavily bound to our deepest thoughts. Peter Drucker would say “I no longer teach the management of people at work, which was one of my important courses, because I no longer think that learning how to manage other people, especially subordinates, is the most important thing for executives to learn. I am teaching, above all, **how to manage oneself**” [32, 1].

I started making reference to the research of Collins [12]. He points out as one of the main and unexpected findings of his research that *humility* is one of the most important characteristics of the executives of all those corporations which have become great. Humility is, in the end, adequate perception of reality. “The first responsibility of a leader is to define reality.” [5, 106] And *ourselves* are the first reality to be perceived and defined adequately.

This definition of ourselves should start with the first fundamental truth: we always act according to our will and our purpose: we always do the things we want. Following Karol Wojtyła’s (1979) thoughts, we say that we need to identify what is proper of human action, of *actus humanus*; and he said it is “purpose and deliberateness”, and it “is the decisive factor in the inherent essence of action as well as for its separateness from the acting of any other subject that is not a person” [40, 25]. Our companies are after all “communities of persons with all that entails” [32, 5].

Deliberateness

Karol Wojtyła says that we need to acknowledge the philosophical content of “human act” and “voluntary act” in order to grasp the essential issues of human behaviour. “It is only man’s deliberate acting that we call an “act” or “action”.” [40, 25] Discussing motivation, we can reduce human motivation to mechanics and psycho-sociological aspects, reflecting an incomplete conception of man, a man whose deeds would be predictable all the time; the task of the researcher will be no more than distinguishing the cause-effect relationships in human behavior. However, if we get into the classic philosophical tradition, to which Aristotle and Thomas Aquinas have substantially contributed, we will discover a non-rational and non-biological component in human action, specifically called the *faculty of will*. It clearly means in simple terms that a person could do things that from a positivist perspective could be considered irrational.

For this reason, learning and teaching leadership is more about improving the people as such rather than teaching leadership techniques. “In fact, the process of

becoming a leader is much the same as the process of becoming an integrated human being. For the leader, as for any integrated person, life itself is the career.” [4, 4]

Improving ourselves as people means, after all, being better in our actions, but if we understand, as it was said before, that our acting is conditioned by our will, we need to shape correctly the drivers of this faculty, upgrading our internal world, meaning our thoughts, our motivations, and our desires.

There are authors that state that “managers are not always true to themselves. Sometimes, in a vain attempt to live up to organizational norms and expectations, their behaviours go against the grain of their own values.” [33, 1] I think that in the end this “compromising” of values displays the order, the scale, of their values. But it does not contradict the notion that we always act according to our beliefs, whatever they are and in which order they are put. Actually, Ruderman says, based on a research of high-achieving women, that one of the characteristics of authenticity between life and values is the “acceptance of the necessity for choices and trade-offs in life”. If there is an order, in the end higher-ranked values will determine our actions.

Purpose

Purpose is the reason, the objective, and the aim of our behaviour. Certainly we can choose our purpose, but the question is if there is a purpose that suits any person for the reason of being a person. Here is the essential question connected with self-knowledge: what is the purpose that best fits anyone of us?

Servant leadership theories might have the key answer: serve others. “The very concept of servant leadership is based on the values of humility and respect for others.” [34, 81] This is also what Karol Wojtyła conceived as the *law of the gift*: there is inside any person a capability of and a need for giving him/herself to others. According to Karol Wojtyła, individualism fosters the isolation of any individual, limiting participation and socialization.

There is a strong connection between the “science of the self” and the *law of the gift*. A wrong image of ourselves, which usually tends to be inflated, cannot agree over time with reality [24] and inevitably sets a distance to others, preventing us from needing our workmates or being available for them.

Managers pass by. In any moment, in any point of time, they leave their positions and companies. If a manager keeps that in mind, a sense of responsibility could help to make decisions which serve rather than decisions that only serve themselves. Collins [12] says that overwhelmed leaders have the I-don’t-care-what-happens-after-me attitude. On the contrary, those who lead their mandates in a more responsible way take care of the future and at the same time do not go up too fast, they become great in “a consistent and gradual move rather than a quantum leap” [24, 454].

This individualism and concentration on ourselves, and therefore systematic negation of the *law of the gift*, has triggered what is called the “Me Generation” with its more important feature: narcissism. “The narcissist is an idolater, though not of himself, but of the idealized, untarnished image he has of himself. He has abundant self-esteem and remarkable self-confidence, but very little self-knowledge. Or rather, his self-esteem is overinflated, pathologically swollen by the grandiose idea of himself

that he has created and that he nourishes with other people's acknowledgment of his success. He has an unrealistic opinion of his own importance and personal abilities, and is unaware of his own limitations and weaknesses." [32, 3]

The "Me Generation" lives up to a utopian vision of the individual. Executives used to have in their mind a sort of ideal *me*, and they started from there to build their career and working plans. Humility, instead, makes us to start from our real selves and from "what would be good in the situation" [19]. The same happens in whole companies, organizations, and even states. Humility is perhaps the most important input into the development of wisdom and its virtue prudence, because as Gadamer says, "there are no rules governing the reasonable use of rules" [19], and it cannot be taught, it rather must be learnt with experience and real perception of our weaknesses and strengths.

Summarizing, if we want to make effective a system of values in our companies and teams, we certainly need to take into account that

- a) companies or teams are after all communities of persons, meaning that the employees work voluntarily, deliberately, based on their personal values and beliefs;
- b) there is a purpose that is common to any person, to any employee: to serve and respect others. Real self-knowledge brings any person to fully understand this inner law.

5 Conclusions: Avenues for Research and Training

"Despite all the investment in leadership development – estimated at 120 million pounds in 2005 in the UK alone (Benchmark Research, 2006), and between USD 15 billion and USD 50 billion for the world (Arts Council England, 2006; Rockwood, 2006)" [19], it looks as there are claims that still further improvements are expected in leadership academia and practice.

Leadership academia has the challenge of conducting, as Kodish [24] states, "research intended to be actionable, integrated and contextualized". How could we reach this ideal of leadership research and academia? Anthropology seems to be able to give clues in that sense, especially through further exploration of values and self-knowledge. However, there is a barrier, or rather, a challenge scholars should face – that is the fact that "rarely is anthropological questioning comfortable" [22, 496].

That has been the focus of this paper. Using selected review of literature, the author explained the main reasons behind the need for using anthropology by leadership academia even though it is neither an easy task nor a popular one. "Anthropologists have the ability to see what's always been there, but has gone unnoticed – what others have failed to see or comprehend because they stopped looking too soon." [23, 18]

The author presents three suggestions for training and research as an epilogue to this paper.

- *Business schools and other institutions connected with leadership training should start analysing to what extent anthropology constitutes an essential part of their agenda.*

Prof. Ribera from IESE wrote: "In that respect, business schools would do well to pay more attention to anthropology and make it part of their curriculum. That would be entirely consistent with the vision of those schools that seek to differentiate themselves through their conception of the company as a community of persons, with all that entails." [32, 5]

Anthropology could play a key role in the development of *practical wisdom*, a keystone in decision making process that neither management theory nor management practice could substitute.

- *Self-knowledge should become a core factor in executive training.*

Just for instance, on the website of one of the leading leadership training academies, Center of Creative Leadership, we can read: "We believe that self-knowledge is the single most important factor in the practise of leadership. Becoming more acutely aware of one's strengths and weaknesses is a type of "unfreezing" which leads to setting goals and taking action to improve..." (CCL website, 2006) Jones says that in a study of 132 participants of a program run by the Center of Creative Leadership in Brussels in 2002, 75 per cent said that they learned more about themselves than anything else and only 1 per cent said that they learned how to better influence others [3, 4].

Furthermore, there is a need for advising executives how to deal with the image they create of themselves and their companies, which usually is far from the reality. Among the main reasons [24] we could find the unfortunately generalized narcissist behaviour characterized by the attachment to our ego, the obsession toward image building, and the "metaphor-based leadership" which has been too fashionable in business press and education.

- *Research on leadership should try to introduce quantitative measures which could help to understand and implement more straightforward research in corporate environments.*

As Edgeman says, "progress toward systemic leadership and, by implication, BPE (business and performance excellence) can be made through appeal to the familiar adage that *what gets measured is what gets done*".

REFERENCES

1. Alreck, P. L., Settle R. B. *The Survey Research Handbook. Guidelines and Strategies for Conducting a Survey*. 2nd Edition. United States of America : McGraw-Hill Companies, INC. 1995.
2. Argyris, C. (1975) Teaching smart people how to learn. In: *Business Classics: fifteen key concepts for managerial success*. Harvard Business School, ed. Boston : Harvard Business School Publishing. 1998, p. 148–158.
3. Ascalon, M., Van Velsor, E., & Wilson, M. (2004) *LDP Impact Study: Report to Participants*. Greensboro, NC : Center for Creative Leadership.
4. Bennis, W. *On becoming a leader*. Cambridge : Perseus Books. 1994.

5. Bennis, W., Goldsmith J. *Learning to lead. A workbook on becoming a leader*. London: Nicholas Brealey Publishing. 1997.
6. Berglas, S. (2002) The very real dangers of executive coaching. In: *Harvard Business Review on Leadership at the Top*. Harvard Business School, ed. Boston : Harvard Business School Publishing. 2003, p. 55–71.
7. Bryman, A., Bell E. *Business Research Methods*. Oxford : Oxford University Press. 2003.
8. Buchanan, D. and Huczynski A. *Organizational Behaviour. An introductory text*. 5th Edition. Hertfordshire (UK) : Prentice Hall. 2004.
9. Cardona, P. Transcendental leadership. *The Leadership & Organization Development Journal*, 21/4 (2000), 201–206.
10. CEEMAN – Annual Conference. *Transformational Leadership: The Challenge for Management Development in Central and Eastern Europe*. Riga : CEEMAN. 1998.
11. Cheney, G. (1983) The Rhetoric of Identification and the Study of Organizational Communication, *Quarterly Journal of Speech* 69: 143–158.
12. Collins, J. *Good to great: Why some companies make the leap – and others don't*. New York : Harper. 2001.
13. Collins, J. C., Porras J. I. (1975) Building your company's vision. In: *Business Classics: fifteen key concepts for managerial success*. Harvard Business School. Boston : Harvard Business School Publishing, 1998, p. 131–143.
14. Cummings, S. (1996) Back to the Oracle: Post-modern Organization Theory as a Resurfacing of Pre-modern Wisdom, *Organization* 3: 249–266.
15. Deal, J. J., De Pinto R. *Presentation: Differences in the Developmental Need of Managers at Multiple Levels*. Center of Creative Leadership (website). 2004. Accessed: 14 March 2006. www.ccl.org/leadership/pdf/community/siop2004emerging.pdf
16. Drucker, P. *Training & Development*, September 1998.
17. Edgeman, R. L., Scherer F. Systemic leadership via core value deployment. *The Leadership & Organization Development Journal* 20/2 (1999), 94–98. Downloaded from <http://lea.sagepub.com> on February 15, 2008.
18. Friedman, S. D., Christensen P., and Degroot J. Work and life: the end of the zero-sum game. In: *Harvard Business Review on Work and Life Balance*. Harvard Business School, ed. Boston : Harvard Business School Publishing, 2000, p. 1–31.
19. Grint, K. (2007) Learning to lead: can Aristotle help us to find the road to wisdom. Sage Publications, Vol. 3 (2): 231–246. Downloaded from <http://lea.sagepub.com> on February 15, 2008. DOI: 10.1177/1742715007076215.
20. Harker, M. and Sharma B. Leadership and the company turnaround process. *The Leadership & Organization Development Journal* 21/1 (2000), 36–47. MCB University Press, 2000.
21. Hill, C. W., Jones G. R. *Strategic Management – An Integrated Approach*. 6th Edition. Boston : Houghton Mifflin Company. 2004.
22. Jones, A. Leading Questions: Developing what? An Anthropological Look at the Leadership Development Process Across Cultures. *Leadership* 2006; 2: 481. 2006. Sage Publications. Downloaded from <http://lea.sagepub.com> on February 15, 2008.
23. Kelley, T. (2005) *The Ten Faces of Innovation*. New York : Currency Books.

24. Kodish, S. The paradoxes of leadership: The contribution of Aristotle. *Leadership* 2006, 2: 451. Sage Publications. Downloaded from <http://lea.sagepub.com> on February 15, 2008.
25. Kotter, J. P. *A force for change. How leadership differs from management*. New York : The Free Press. 1990.
26. Kotter, J. P., Schlesinger L. A. Choosing strategies for change. *Harvard : Harvard Business Review*. March-April 1979. 106–114.
27. Lynch, R. *Corporate Strategy*. 3rd Edition. Harlow : Pearson Education Limited. 2003.
28. Mintzberg, H. *Mintzberg on Management: Inside Our Strange World of Organizations*. New York: Free Press. 1989.
29. Morris, T. *If Aristotle Ran General Motors: The New Soul of Business*. New York : Henry Holt. 1997.
30. Newman, J. H. The idea of the University. In *Essays, English and American, with Introductions, Notes and Illustrations*. New York, P. F. Collier & Son [c. 1910]. Harvard classics; No. XXVIII. Downloaded from <http://www.fordham.edu/halsall/mod/newman/newman-university.html> on 18 January 2006.
31. Perez, L., Antonio J. *Teoría de la acción humana en las organizaciones. La acción personal*. Madrid : Rialp. 1991.
32. Ribera, A. *Self-Management: self-knowledge, self-control and self-esteem*. Technical Note. June 2005. IESE.
33. Ruderman, M. N. and Rogolsky S. Getting real: How to lead authentically. *LIA*, Volume 21, No. 3. July-August 2001, 3–7.
34. Russell, R. The role of values in servant leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 22/2 (2001), 76–83. MCB University Press.
35. Senge, P. M. *The fifth discipline. The art & practice of the learning organization*. 1st Paperback Edition. New York : Doubleday. 1994.
36. Sorenson, G. *An intellectual history of leadership studies: the role of James MacGregor Burns*. December, 2002. Downloaded from: http://www.academy.umd.edu/scholarship/cas1/articles/sorenson_apsa.htm
37. Stout, L. *From Mystery to Mastery*. Rīga : Stockholm School of Economics in Riga. 2001.
38. Swanson, R. A., Holton E. F. III (eds.) *Human Resource Development. Research Handbook. Linking Research and Practice*. San Francisco : Berret-Koehler Publishers, Inc. 1997.
39. Sydänmaanlakka, P. *Intelligent leadership and leadership competencies. Developing a leadership framework for intelligent organizations*. HUT Industrial Management and Work and Organisational Psychology. Dissertation Series No. 4. Helsinki University of Technology, Helsinki, Finland. 2003.
40. Wojtyła, K. *The Acting Person: A Contribution to Phenomenological Anthropology*. Translated by Andrzej Potocki. New York : Springer Publishing Company, 1979.

Kopsavilkums

Atziņas par antropoloģiskās izpratnes lomu vadības pētniecībā ir zinātniskās literatūras apskats, kura mērķis ir pievērst uzmanību akadēmiskajām diskusijām par klasisko antropoloģijas teoriju nozīmīgumu līderības pētniecībā un praksē. Autors ir savācis, apkopojis un analizējis jaunākās zinātniskās atziņas, turklāt skaidrojis

jēdzienus, ko angļu valodā apzīmē ar terminiem system of values (vērtību sistēma) un self-knowledge (zināšanas par sevi kā personību; pašizvērtējums; pašizziņa). Lai savas atziņas pamatotu, autors izmantojis jaunākos mūsdienu ievērojamāko pētnieku darbus šajā jomā. Turklāt rakstā ir iezīmēti daži alternatīvi virzieni turpmākajiem līderisma pētījumiem un praksei.

Raksta sākumā autors norāda – pēc tam, kad Bērns (1978) publicēja savu līderisma teoriju (transformational leadership theory), kuras centrā bija vērtības, un jo īpaši kopš 2001. gada, kad zinātniskajā apritē nonāca Kolinsa (Collins) ievērojamais pētījums un piecu līmeņu vadības modelis, īpaša uzmanība tiek pievērsta pazemības un pašizziņas pētīšanai. Šie aspekti kļuva par spēcīgu vadības teorijas un prakses attīstības balstu. Savukārt tas, ka vērtību un sevis izzināšanas jautājumi tika izvirzīti priekšplānā, līderisma pētniecībā noveda pie filozofijas vadošās lomas atjaunošanas.

Atslēgvārdi: *vadība, antropoloģija, vērtības, pašizziņa, uzticība.*

Kravas autotransporta darbības izmaksu modelis *The Cost Model for Cargo Road Transport*

Dainis Ozoliņš

Scania Credit AB filiāle Latvijā
Tīraines iela 13, Rīga, LV-1058
E-pasts: dainis.ozolins@scania.lv

Pētījumā apkopotas atziņas par kravas autotransporta darbības izmaksām. Autors aplūkojis iemeslus, kas veido kravas autotransporta darbības izmaksas, un problēmas, kas saistītas ar šo izmaksu posteņu izpēti, kā arī dažādus zinātnieku viedokļus šajā sakarā. Balstoties uz pētījuma rezultātiem, autors izstrādājis kravas autotransporta darbības izmaksu modeli un guvis atziņu – lai arī konkrētais modelis atspoguļo kravas autotransporta darbības izmaksas, tomēr tam ir arī nepilnības, kas galvenokārt saistītas ar vairāku mainīgo dinamikas trūkumu.

Raksta mērķis – izpētīt kravas autotransporta darbības izmaksu modelēšanas iespējas un izveidot atbilstīgu modeli.

Atslēgvārdi: kravas autotransports, izmaksas, faktori, mijiedarbība, izmaksu modelis.

Vienlaikus ar vispārēju ekonomikas lejupslīdi arī ar autotransportu pārvadājamo kravu apjoms ir būtiski samazinājies, tāpēc mūsdienu autotransporta darbība ir izaicinājumiem pilna. Autotransporta uzņēmumi piedzīvo konkurences saasināšanos apstākļos, kad izmaksas ir būtiski augušas, bet ienākumi palikuši nemainīgi vai pat samazinājušies, tātad šo uzņēmumu peļnītspēja ir ievērojami kritusies. Turklāt kravas autotransporta vienību skaits pašlaik tirgū atbilst ekonomiskās izaugsmes augstākajam punktam, kas nozīmē, ka tirgus ir pārsātināts ar kravas automašīnām, par ko liecina būtiskais cenu kritums kravas automašīnu otrreizējā tirgū. Neraugoties uz to, prasības pārvadājumu savlaicīgai un punktuālai veikšanai nav mazinājušās. Tāpēc pašlaik, autotransporta uzņēmumu izdzīvošanas brīdī, pastāvēt spēs vienīgi tie uzņēmumi, kas būs spējīgi nodrošināt par ienākumiem mazākas izmaksas ne tikai ilgtermiņā, bet arī īstermiņā, jo uzņēmumu dzīvotspēju iedragājuši arī novēloti maksājumi par veiktajiem pārvadājumiem, kas iztukšo autotransporta uzņēmumu apgrozāmos līdzekļus un pakļauj riskam uzņēmumu pastāvēšanu. Tādējādi kravas autotransporta uzņēmumu vadītājiem ir ne tikai jāmeklē labāk un stabilāk apmaksātus kravu pārvadājumus, bet arī iespējas ietaupīt un samazināt kopējās darbības izmaksas.

Raksta mērķis – izpētīt un analizēt kravas autotransporta darbības izmaksas, izveidot šo izmaksu modeli un, pamatojoties uz pētījumu rezultātiem, sniegt priekšlikumus kravas autotransporta izmaksu problēmu risināšanai.

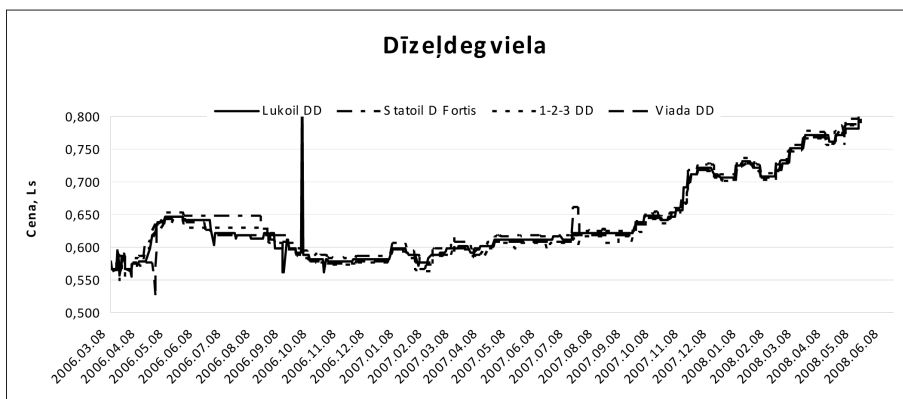
Mērķa sasniegšanai risināmie **uzdevumi** – raksturot kravas autotransporta darbības izmaksu būtību un novērtēt to ietekmi uz kravas autotransporta uzņēmumu ilgtspējīgu pastāvēšanu, izpētīt dažādu autoru viedokļus par kravas autotransporta uzņēmumu izmaksu svārstību raksturīgākajiem cēloņiem un ietekmējošiem faktoriem, apkopot autora veiktā kravas autotransporta darbības izmaksu modeļa testēšanas rezultātus un, pamatojoties uz secinājumiem, sniegt priekšlikumus kravas autotransporta uzņēmumu darbības problēmu risināšanai.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātnieku darbi, zinātnisko konferenču un semināru materiāli, kā arī autora praktiskā pētījuma rezultāti.

1. Faktori, kas ietekmē kravas autotransporta darbības izmaksas

Kravas autotransporta darbības izmaksas ir tiešā veidā saistītas ar pamatlīdzekļa – kravas automašīnas ekspluatēšanu. Britu zinātnieks K. Batons (*K. Button*) uzskata, ka tiešās jeb transporta izmaksas visbiežāk, tomēr ne vienmēr, ir finanšu izmaksas, kas rodas, iegādājoties faktoru pakalpojumus tirgū, piemēram, darbaspēka izmaksas, kapitāla procenti, degvielas izmaksas [2, 66]. Autors uzskata, ka galvenie izmaksu posteņi, kas ietekmē kopējās kravas autotransporta darbības izmaksas, ir šādi:

- 1) degvielas izmaksas;
- 2) finansējuma izmaksas;
- 3) kravas automašīnas nolietojums;
- 4) kravas automašīnas vadītāja atalgojums;
- 5) remonta un apkopju izmaksas;
- 6) apdrošināšanas izmaksas;
- 7) riepu maiņas izmaksas;
- 8) autotransporta nodokļi un nodevas.



1. attēls. Dīzeldegvielas mazumtirdzniecības cenas laikposmā no 2006. gada marta līdz 2008. gada jūlijam [1]

Figure 1. Retail prices of diesel from March 2006 to July 2008

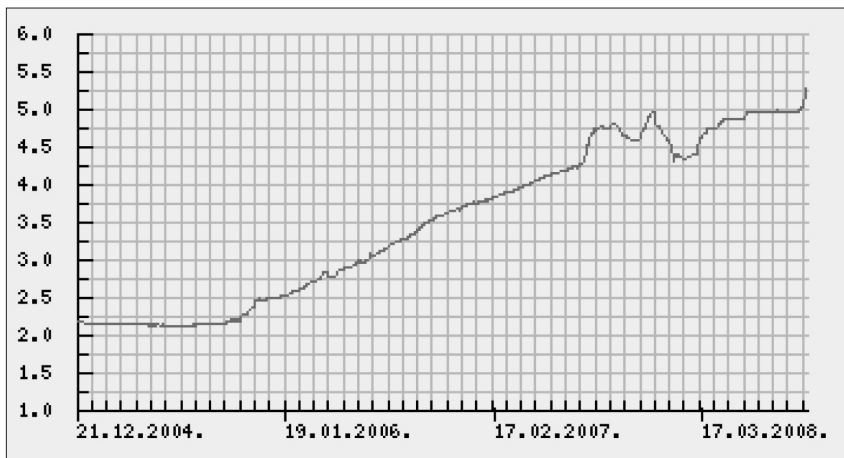
Runājot par degvielas izmaksām, jāuzsver, ka tās laika gaitā ir ļoti augušas. 1. attēlā atspoguļotas četru degvielas mazumtirgotāju dīzeļdegvielas cenas laikposmā no 2006. gada marta līdz 2008. gada jūlijam.

Attēlā redzams, ka degvielas mazumtirdzniecības cenas apskatāmajā periodā ir kopumā palielinājušās no 58 santīmiem par litru 2006. gada martā līdz pat 85 santīmiem par litru 2008. gada jūlijā. Tātad dīzeļdegvielas cena šajā laikposmā pieaugusi par 47%. Degvielas izmaksas veido ievērojamu daļu kravas autotransporta uzņēmumu izmaksu, tāpēc degvielas cenu svārstības būtiski ietekmē šo uzņēmumu kopējo izmaksu līmeni. Degvielas cenas svārstās atkarībā no situācijas pasaules naftas tirgū, kas nozīmē, ka degvielas izmaksas ir eksogēns jeb ārējais mainīgais, kurš mainās neatkarīgi no kravas autotransporta darbības. Galvenais izaicinājums saistībā ar svārstīgajām degvielas cenām ir salīdzinoši neelastīgie kravas autopārvadājumu tarifi, kuri mainās atkarībā no izmaksu izmaiņām ar salīdzinoši lielu nokavēšanos. Nokavēšanās galvenokārt skaidrojama ar faktu, ka pieprasījums pēc kravas autotransporta pakalpojumiem ir elastīgs, proti, kravas autotransporta pakalpojumu sniedzēju savstarpējā aizvietojamība ir ļoti augsta, jo kravas autotransporta sniegtie pakalpojumi ir faktiski vienādi. Viens no sadarbības veidiem ir ilgtermiņa sadarbība, tāpēc gadījumos, kad kāds autotransporta uzņēmums ir noslēdzis terminētu sadarbības līgumu, arī izmaksu pieauguma gadījumā nepārprotami jāpilda līguma saistības. Protams, dažos gadījumos tiek paredzētas pārvadājumu tarifu korekcijas atkarībā no degvielas cenu izmaiņām, tomēr īstermiņā izdevumi, kas saistīti ar degvielas cenu pieaugumu, tāpat jāuzņemas autotransporta uzņēmumiem. Viens no risinājumiem, ko autotransporta uzņēmumi mēdz īstenot, lai samazinātu degvielas izmaksas, ir savas degvielas cisternas uzturēšana. Degvielas cisternas, kas sertificētas un uzstādītas atbilstīgi spēkā esošajām normām, ļauj iepirkt degvielu vairumā un to uzglabāt, tādējādi autotransporta uzņēmumiem paveras iespēja iegādāties degvielu lētāk, proti, par vairumtirdzniecības cenu.

Lielāko daļu kravas automobiļu firmas iegādājas izpirkuma nomā jeb finanšu līzīngā vai kredītā, tāpēc finansējuma izmaksas, proti, procenti veido būtisku autotransporta uzņēmumu darbības izmaksu daļu. Pārsvārā finansējuma iespēja tiek izmantota jaunu kravas automašīnu iegādei, kas tiek attaisnota ar jaunu kravas automašīnu būtiski zemākām dīkstāvēm un remonta izdevumiem. Kravas pārvadājumi ar autotransportu ir faktiski elastīgākais kravas pārvadājumu veids, tāpēc prasības pret kravas autotransporta darbību ir ļoti augstas. Tas nozīmē, ka uzņēmumi nevar atļauties riskēt ar kravas automašīnu dīkstāvēm tehnisku problēmu dēļ, kas kravas autotransporta uzņēmumam var nozīmēt soda sankcijas no kravas saņēmēja vai ekspeditora puses. Turklāt, ņemot vērā daudz augstākos remonta izdevumus Rietumeiropas valstīs, kā arī stingrās ceļu policijas prasības attiecībā pret automašīnu tehnisko stāvokli "vecajā" Eiropā, kravas automašīnu tehniskās problēmas kravas autotransporta uzņēmumam var izmaksāt ļoti dārgi. Vienlaikus ar jaunu ekoloģisko normu ieviešanu kravas automašīnu ražošanā kravas automobiļiem, kas atbilst augstākiem ekoloģiskajiem standartiem, ir atvieglota iebraukšana un pārvietošanās daudzās valstīs un piemērotas atlaides maksas ceļu izmantošanai.

Lielākā daļa kravas automašīnu ir finansētas eiro (EUR) valūtā ar mainīgu procentu likmi, proti, trīs mēnešu EURIBOR (*Euro Interbank Offered Rate* jeb eiro starpbanku piedāvātā likme) kā bāzes likmi un finanšu iestādes likmes pievienoto

daļu, kas veido aizņēmuma kopējo procentu likmi. Likmes mainīgās daļas dinamika laikposmā no 2004. gada 1. janvāra līdz 2008. gada 1. oktobrim parādīta 2. attēlā.



2. attēls. Trīs mēnešu EURIBOR likme laikposmā no 2004. gada 1. janvāra līdz 2008. gada 1. oktobrim [4]

Figure 2. 3-month EURIBOR rate from January 1, 2004, to October 1, 2008

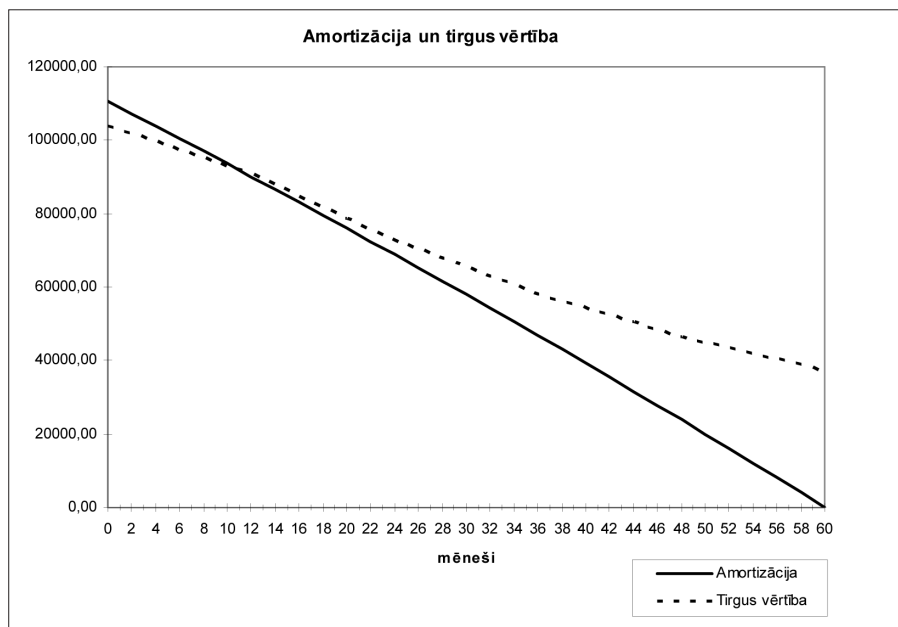
Attēlā redzams, ka EURIBOR likme ir bijusi stabila 2% līmenī līdz 2005. gada septembrim, tomēr pēc tam vērojama tendence augt, līdz EURIBOR likme pat pārsniedz 5%. Neņemot vērā katra uzņēmuma likmes pievienoto daļu, faktiski likme ir izaugusi par trim procentpunktiem, un tas atkarībā no parāda apmēra ir ietekmējis kravas autotransporta uzņēmumu izmaksu līmeni. Lai ilustrētu finansējuma izmaksu izmaiņas absolūtā izteiksmē, pieņemsim iedomātu piemēru – jauns kravas seglu vilcējs un puspiekabe kopsummā par 130 tūkstošiem eiro, ieskaitot PVN, finansēti finanšu līzīngā ar 15% pirmo iemaksu un līzīnga termiņu 60 mēneši jeb pieci gadi. Ja pieņemsim, ka likmes pievienotā daļa ir 2%, tad attiecīgi 2004. gada sākumā kopējā procentu likme veidotu nosacītus 4%, savukārt 2008. gada vidū – nosacītus 7%. Veicot vienkāršus finanšu aprēķinus, varam secināt, ka ikmēneša līzīnga maksājums 2004. gada sākumā būtu 2035 eiro, savukārt 2008. gada vidū – 2188 eiro. Tātad atšķirība mēneša griezumā būtu 153 eiro, kas nozīmē maksājuma pieaugumu par 7,5%. Jāpiebilst, ka aprēķins veikts vienam kravas automašīnas sastāvam, tātad lielāka autoparka gadījumā šāds izmaksu absolūtais pieaugums būtu jāreizina ar kravas automašīnas sastāvu skaitu. Autors uzskata, ka kravas autotransporta uzņēmumiem vajadzētu izmantot nevis finansējuma iespējas ar mainīgu procentu likmi, bet gan fiksētu procentu likmi, kas īstermiņā ir dārgāka par mainīgo, tomēr ilgtermiņā pasargā uzņēmumu no nevēlamām procentu likmju izmaiņām. Turklāt Latvijas tirgū būtu ieviešams Rietumeiropā salīdzinoši populārais operatīvais līzings vai noma arī komerctransportam – līzīnga periodā transportlīdzeklis tiek nomāts, bet tā beigās tiek atdots līzīnga devējam, kurš to pārdod atpircējam par atlikušo vērtību, kas saskaņota, noslēdzot operatīvā līzīnga darījumu. Autors uzskata, ka operatīvā līzīnga priekšrocības ir šādas:

- 1) ar finanšu līzīngu salīdzinoši mazāki līzīnga ikmēneša maksājumi;

- 2) izslēgts atlikušās vērtības risks;
- 3) iespēja uzreiz gūt peļņu no kravas autotransporta darbības.

Pašlaik komerctransporta operatīvais līzings Latvijas tirgū praktiski netiek piedāvāts, taču īpaši apstākļos, kad kravas autotransporta uzņēmumiem strauji aug izmaksas, tas ir viens no iespējamiem risinājumiem galvenokārt tāpēc, ka, salīdzinot ar finanšu līzingu, operatīvajā līzīngā ir mazāki ikmēneša maksājumi. Tas ļauj gūt peļņu uzreiz, nevis gaidīt līdz līzīnga perioda beigām, kad kravas automašīna tiks izpirkta un pārdota par atlikušo vērtību, kas bieži vien ir arī kravas autotransporta uzņēmuma peļņa. Šādā gadījumā pastāv kravas automašīnas atlikušās vērtības risks, kas ir tieši atkarīgs no situācijas kravas automašīnu otrreizējā tirgū.

Kravas automašīnas nolietojums kā izmaksu postenis nodrošina autoparka atjaunošanu, faktiski uzkrājot šos līdzekļus uzņēmumā ar mērķi nodrošināt autoparka ilgtspējīgu darbību. No naudas plūsmas viedokļa šie līdzekļi paliek uzņēmumā, tomēr ļoti svarīgi ir tos tik tiešām arī uzkrāt, lai uzņēmumam būtu iespējas nomainīt transportlīdzekli pret jaunu vai vajadzības gadījumā segt kādas neparedzētas izmaksas. Pēc Latvijā pieņemtās prakses pamatlīdzekļu gada nolietojums ir 20%, un pēc lineārās metodes kravas automašīnas sastāva nolietojuma grafiks parādīts autora izstrādātajā 3. attēlā, par pamatu ņemot iepriekš finansējuma izmaksu sakarā aplūkoto piemēru.



3. attēls. Kravas automašīnas sastāva nolietojums un tirgus vērtība

Figure 3. Amortization and market value of a cargo vehicle

Attēlā atspoguļots jau minētais nolietojuma algoritms pēc lineārās metodes – 20% nolietojuma gadā, kas paredz nolietojumu līdz nulles līmenim piektā gada beigās. Šāds nolietojuma algoritms tiek lietots arī finanšu līzīnga grafikā. Kā redzams

attēlā, amortizācijas grafiks sākas ar vērtību 110500. Tas nozīmē, ka 15 % sākotnēji jau ir atskaitīti kā līzings pirmā iemaksa, tālāk līkne lineāri dilst ar tempu 20 %, līdz sasniedz nulles līmeni.

Otrā līkne – tirgus vērtība – parāda autora improvizētu kravas automašīnas sastāva vērtības kritumu ar šādiem apsvērumiem. Pirmkārt, autors pieņem, ka jauna kravas automašīna uzreiz pēc iegādes zaudē 20 % no sākotnējās vērtības, kas grafikā attēlots, tirgus vērtības līknei sākoties pie 104000 atzīmes. Otrkārt, kravas automašīna zaudē vēl 10 % pirmo divpadsmit mēnešu laikā, tātad 70 % no kravas automašīnas sastāva sākotnējās vērtības jeb 91000. Autors pieņem arī, ka līkne eksponenciāli dilst pēc funkcijas $y = 114008^{-0,0354x}$. Tas nozīmē, ka pēc divdesmit četriem mēnešiem sastāva vērtība būs 56 %, pēc trīsdesmit sešiem mēnešiem – 45 %, pēc četrdesmit astoņiem – 36 %, savukārt pēc sešdesmit mēnešiem – 29 % no sākotnējās vērtības.

Abas attēlotās līknes krustojas pie vērtības 91000, kas atbilst 12 mēnešu periodam. Tādējādi var secināt – veicot 15 % pirmo iemaksu, var sagaidīt, ka atlikusī vērtība pietuvosies tirgus vērtībai pēc gada un turpmāk pakāpeniski attālināsies no tās. Izteikti tirgus vērtības pārsvaru pār atlikušo vērtību var novērot pēc diviem gadiem, bet būtisku atšķirību – tikai pēc trim gadiem. Tas nozīmē, ka aplūkotajā piemērā līzings objekta atlikušās vērtības risks visaugstākais ir pirmajā un otrajā gadā, savukārt līzings objektu pārdot ir lietderīgi tikai pēc trim gadiem. Tāpat jāatceras, ka, maksājuma grafikam sākoties, uzņēmums ir ieguldījis 15 % – pirmo iemaksu.

Pēc Latvijā pieņemtās grāmatvedības kārtības kravas automašīnas kā pamatlīdzekļus iespējams amortizēt līdz ar līzings grafiku, bet ne agrāk. Tāpēc gadījumā, ja līzings grafiks pārsniedz piecus gadus, arī amortizācijas norma kļūst mazāka par 20 % un līzings objekta atlikusī vērtība pietuvojas tirgus vērtībai vēl lēnāk. Tomēr uzņēmumiem atļauts amortizēt kravas automašīnas lēnāk, nekā tiek izpildīts līzings grafiks, kas faktiski nozīmē iespēju samazināt uzņēmuma izmaksas. Autors uzskata, ka uzņēmumiem būtu jālieto tradicionālais amortizācijas algoritms un tikai nepieciešamības gadījumā jāsamazina amortizācijas norma, jo tādā gadījumā uz uzņēmuma pleciem gulstas līzings objekta atlikušās vērtības papildu risks. No otras puses, ieteicams apsvērt iespēju ieguldīt lielāku pirmo iemaksu, lai mazinātu atlikušās vērtības risku, kas krīzes apstākļos var izšķirt jautājumu par uzņēmuma pastāvēšanu.

Kravas automašīnas vadītāja atalgojums ir viens no izmaksu posteņiem, kas arī ir būtiski audzis pēdējo piecu gadu laikā, tomēr par šo tendenci var spriest, tikai balstoties uz novērojumiem, jo gandrīz visi kravas automašīnu vadītāji saņem minimālo algu un diemžēl viņu patiesie ienākumi nav oficiāli. Tam par iemeslu kalpo fakts, ka autotransporta uzņēmumi, mēģinot samazināt izmaksas, ietaupa uz nodokļu rēķina, kas būtu jāmaksā no oficiālajiem un patiesajiem autovadītāju ienākumiem un kas tādējādi ievērojami palielinātu autotransporta uzņēmumu izmaksas. Līdz ar neatkarības atgūšanu Latvijā kravas autovadītāja profesija starptautiskajos autopārvaļījumos bija salīdzinoši ļoti labi apmaksāta, jo jau 90. gados šādi autovadītāji pelnīja ap 400 latu. Laikam ritot, šis atalgojums pieauga un faktiski pietuvojās Rietumeiropas līmenim, kas pašlaik veido 700 līdz 1000 latu atkarībā no padarītā darba. Vienīgā atšķirība salīdzinājumā ar Rietumeiropas valstīm

ir tāda, ka Latvijā autovadītāju ienākumi lielākoties nav oficiāli un tāpēc autovadītāji ir sociāli neaizsargāti. Zināms arī, ka vairāki šīs profesijas pārstāvji strādā par kravas autotransporta vadītājiem ārvalstu uzņēmumos. Ekonomiskās izaugsmes apstākļos, kad arī pārvaldājamo kravu apjoms bija būtiski lielāks, trūka labu kravas automašīnu vadītāju, tāpēc radās prasības pēc augstāka atalgojuma, tomēr tagad, kad novērojama ekonomikas lejupslīde, darba tirgū kravas automašīnu vadītāju ir pietiekami daudz un ir novērojama pat algu samazināšanās tendence, kas nepārprotami atslogo uzņēmuma izmaksas [6.1].

Lai arī cik kravas automašīnas vadītājs būtu produktīvs kā darbinieks, tomēr pastāv Eiropas Savienības noteikti ierobežojumi, kas paredz darba un atpūtas režīmu ar mērķi nepieļaut kravas automašīnu vadītāju pārgurumu un satiksmes negadījumus. Tādējādi kravas automašīnas vadītājs 24 stundu periodā drīkst strādāt, proti, braukt 8 stundas, bet 16 stundas viņam ir jāatpūšas. Tātad kravas automašīna tiek noslogota tikai par 33 %, jo atpūtas periodā tai jāstāv. Lai vienu kravas automašīnu noslogotu pilnībā, teorētiski ar to būtu jābrauc trim šoferiem, kas cits pēc cita varētu strādāt 24 stundas diennaktī. Lai arī teorētiski šāds variants ir iespējams, tomēr vairākās Rietumeiropas valstīs kravas automašīnām aizliegts pārvietoties nakts laikā. Turklāt satiksmes noteikumi paredz, ka braucošā kravas automašīnā vienlaikus var atrasties tikai divi cilvēki – tieši tik daudz, cik kravas automašīnā ir tam speciāli paredzēti sēdekļi. Jāatceras arī, ka vairāk nekā viena autovadītāja gadījumā uzņēmumam palielinās atalgojuma izmaksas, tāpēc katram uzņēmumam individuāli jāizvērtē vajadzība pēc papildu autovadītājiem. Praksē visbiežāk novērots, ka kravas automašīnu vada viens autovadītājs, tomēr ir sastopami piemēri arī ar diviem un pat trim autovadītājiem. Jāpiebilst gan, ka pastāv iespēja ne tikai nodarbināt vairākus kravas automašīnas vadītājus, bet arī pārkāpt darba un atpūtas režīmu ar dažādiem tehniskiem līdzekļiem, kas faktiski nozīmē, ka autovadītāji brauc pārguruši un var izraisīt nopietnus satiksmes negadījumus.

Autovadītājus ir iespējams piesaistīt arī no citām valstīm, piemēram, Moldovas, kas ļauj samazināt atalgojuma izmaksas, tomēr tas ir saistīts ar papildu formalitātēm un izmaksām ārvalsts pilsoņu iekārtošanai darbā, kā arī joprojām aktuāls ir jautājums par materiālo atbildību. Kravas automašīna ir salīdzinoši dārgs pamatlīdzeklis, tāpēc uzņēmuma vadītājam uzmanīgi jāizvēlas, kam to uzticēt, jo pastāv risks, ka tā var tikt bojāta vai krava var nenonākt paredzētajā galapunktā, kas transporta uzņēmumam var radīt būtiskus zaudējumus.

Remonta un apkopju izmaksas ir izmaksu postenis, kas tieši atkarīgs no kravas automašīnas tehniskā stāvokļa, proti, jaunām kravas automašīnām salīdzinājumā ar vecākām remonta izmaksas ir krietni zemākas vai to nav vispār. Turklāt, kā jau iepriekš minēts, autotransporta uzņēmums nevar atļauties iespējamās tehniskās problēmas kravas pārvaldājumu veikšanas laikā, jo tas prasa lielus neparedzētus izdevumus. Protams, arī vecākas kravas automašīnas, kas tiek uzturētas pienācīgā tehniskā stāvoklī, var veikt kravas pārvaldājumus, tomēr tādā gadījumā jārēķinās ar salīdzinoši augstākiem remonta izdevumiem. Viens šā jautājuma aspekts ir remonta izmaksas, tomēr vēl svarīgāka ir kravas automašīnas maksimāla noslodze, jo ar remontiem saistītas dīkstāves laikā netiek gūti ienākumi, kas arī faktiski nozīmē izmaksas.

No otras puses, uz vecāku kravas automašīnu ekspluatāciju bieži vien neattiecas finansējuma izmaksas, jo tās, iespējams, izpirktas vai arī nopirktas skaidrā naudā, tāpēc remonta un dīkstāvju izmaksas ir jāsalīdzina ar finansējuma izmaksām jaunai automašīnai, ņemot vērā arī veiktos ieguldījumus automašīnu iegādei un atlikušās vērtības aplūkotā perioda beigās. Turklāt svarīgs faktors ir arī kravas automašīnas degvielas patēriņš, kas vecākām automašīnām tomēr ir lielāks, ņemot vērā tehnoloģiju attīstību. Jaunākas automašīnas atbilst augstākām ekoloģiskajām normām, tāpēc uz tām attiecas vairāki atvieglojumi, kas arī būtiski ietekmē izmaksas.

Autors uzskata, ka apdrošināšanas izmaksas, ar kurām sastopas kravas autotransporta uzņēmumi un kuras attiecas uz kravas autotransporta izmaksām, pārsvarā ir

- 1) OCTA jeb obligātā civiltiesiskās atbildības apdrošināšana kravas automašīnām,
- 2) KASKO jeb brīvprātīgā civiltiesiskās atbildības apdrošināšana kravas automašīnām,
- 3) CMR jeb kravu apdrošināšana.

OCTA un KAKSO izmaksas kravas autotransportam, tāpat kā vieglajam autotransportam, ir būtiski palielinātas. Tam par iemeslu ir strauji pieaugušais automobiļu skaits Latvijā, kā dēļ biežāk notiek satiksmes negadījumi. Turklāt, palielinoties darba algām un ražošanas faktoru cenām kopumā, augušas arī remonta izmaksas, kas jāsedz apdrošinātājam.

Jāpiemin salīdzinoši nesen ieviestā *Bonus–Malus* (atlaide–piemaksa) sistēma, kas droši braucošajiem ļauj ietaupīt uz apdrošināšanas atlaižu rēķina, bet nedroši braucošajiem liek piemaksāt. Vairāku satiksmes negadījumu izraisīšanas gadījumā OCTA izmaksas atkarībā no apdrošināšanas kompānijas var pieaugt vairākas reizes, kas nozīmē lielākas izmaksas kopumā. Drīzumā paredzēts *Bonus–Malus* sistēmu piesaistīt arī KASKO cenu veidošanā, tāpēc droša braukšana kravas autopārvadātājiem kļūs aizvien būtiskāka.

OCTA sedz trešajai personai radītos zaudējumus, tāpēc autotransporta uzņēmumi ir ieinteresēti apdrošināt OCTA ar iespējami mazākām izmaksām. Lētāka OCTA apdrošināšana atsevišķu apdrošināšanas kompāniju piedāvājumā var nozīmēt arī to, ka avārijas izraisīšanas gadījumā apdrošināšanas kompānija vērsas ar prasību regresa kārtībā pret polises turētāju, kas ir pretrunā ar Latvijas likumdošanu un apdrošināšanas koncepciju kopumā, tomēr vienīgais risinājums ir neizvēlēties šādu apdrošināšanas kompāniju pakalpojumus, jo pretējā gadījumā apdrošināšanasņēmējs sevi pakļauj iespējamam tiesvedības riskam ar apdrošināšanas kompāniju, kurā būs jāapstrīd apdrošināšanas kompānijas prasība.

Turpretī, izvēloties KASKO apdrošināšanu, autotransporta uzņēmumi bieži vien ņem vērā apdrošināšanas kompānijas reputāciju, apdrošināšanas segumu, segtos riskus un to apmēru, kā arī, protams, apdrošināšanas izmaksas, jo KASKO gadījumā apdrošinātie pilnas iznīcības, zādzības un bojājumu riski tiešā veidā attiecas uz iespējamām autotransporta uzņēmuma izmaksām. Tādējādi var secināt, ka KASKO apdrošināšanas gadījumā ne vienmēr izšķirīgas būs tieši apdrošināšanas izmaksas.

CMR apdrošināšana ir faktiski arī obligāta, lai pasargātu pārvadātāju vai autotransporta uzņēmumu no iespējamām izmaksām saistībā ar kravas bojājumiem. Jāpiebilst, ka CMR apdrošināšanai paredzēts maksimālais lielums, kuru pārsniedzot kravas papildus jāapdrošina. Vēl eksistē TIR apdrošināšana, ekspeditora civiltiesiskā apdrošināšana un pārvadātāja atbildības apdrošināšana, kā arī citas. Atkarībā no kravas vērtības un iespējamajiem riskiem tiek attiecīgi izvērtēti, cik lielā mērā un kāda apdrošināšana jānodrošina. Ne vienmēr visas apdrošināšanas izmaksas jāuzņemas kravas autotransporta uzņēmumam, tāpēc katram uzņēmumam apdrošināšanas izmaksas var atšķirties.

Autors izceļ riepu maiņas izmaksas atsevišķi no remonta un apkopes izmaksām, jo riepu stāvoklis nav tieši atkarīgs no kravas automašīnas tehniskā stāvokļa un faktiski riepas jāmaina pēc individuāla grafika atbilstīgi to nodilumam. Tajā pašā laikā riepu maiņas izmaksas veido pietiekami būtisku autotransporta izmaksu daļu. Pie salīdzinoši lielajiem kravas automašīnu noskrējieniem tieši riepas ir tās, kas dilst visstraujāk. Atkarībā no ražotāja un riepu modeļa kravas automašīnu riepas ir paredzētas lielākiem vai mazākiem noskrējieniem un tāpēc attiecīgi vairāk vai mazāk maksā. Riepu kvalitāte nosaka, cik daudz degvielas kravas automašīna patērēs, ņemot vērā rītes pretestību, kā arī garantē kravas automašīnas drošību uz ceļa. Vairāki autotransporta uzņēmumi izvēlas riepas mainīt saviem spēkiem un tādējādi ietaupa servisa izmaksas.

Kravas automašīnu darbība ir tieši saistīta ar vairākiem nodokļiem un nodevām, proti, dabas resursu nodokli, transportlīdzekļa reģistrācijas valsts nodevu un transportlīdzekļu ikgadējo nodevu, kā arī citiem, piemēram, maksu par maksas ceļu izmantošanu (tā saucamo Eirovinjeti).

2. Kravas autotransporta darbības izmaksu modelis

Parasti izmaksas tiek iedalītas pastāvīgajās jeb fiksētajās un mainīgajās. Kā norāda zinātnieks N. Sprancmanis, pastāvīgās izmaksas ir atkarīgas no autotransporta uzņēmuma lieluma, tā materiāltehniskā nodrošinājuma un ritošā sastāva specifikācijas. Pastāvīgās izmaksas ir, piemēram, amortizācijas atskaitījumi, proti, nolietojums. Tās ir nevis atkarīgas no automobiļu noskrējiena, bet gan fiksētas laikā. Turpretim mainīgās izmaksas kravas autotransporta darbībā ietver sevī degvielas izmaksas, tehnisko apkopju un remonta izmaksas, kā arī riepu nodiluma un remonta izmaksas. Turklāt mainīgās izmaksas ir atkarīgas no noskrējiena un tiek rēķinātas uz 1 km nobraukuma. Tādējādi autotransporta izmaksas pilnībā neatbilst izmaksām, kas saistītas ar pārvadājuma pakalpojuma veikšanu, jo autotransporta izmaksas parasti mēra tonnkilometros, nostrādātajās stundās, retāk – nobraukuma kilometros vai pastāvīgā maršrutā pārvadātajās tonnās [5, 159].

Autora izstrādātais kravas autotransporta darbības izmaksu modelis paredz iepriekš apskatīto, viņaprāt, modelī iekļaujamo gan pastāvīgo, gan mainīgo izmaksu posteņu attiecināšanu pret kravu automašīnu nobraukto distanci mēneša griezumā. Ienākumu daļu bieži vien rēķina attiecībā pret nobraukto distanci, tāpēc ienākumu un izmaksu salīdzināšanas nolūkā autors izvēlējies šādu pieeju. Turklāt visi minētie izmaksu posteņi ir faktiski pietuvināti uzņēmuma peļņas vai zaudējumu pārskata ražošanas izmaksu postenim, kas ļauj novērtēt uzņēmuma bruto peļņu, tāpēc šāda

pieeja ļauj objektīvi novērtēt kravas autotransporta izmaksas un salīdzināt tās ar ienākumiem.

Autora rīcībā ir vēsturiski dati par divu svarīgāko izmaksu posteņu dinamiku, proti, degvielas cenu maiņām un finansējuma izmaksām, pārējos mainīgos autors pieņem par konstantiem un aprēķina pēc turpinājumā aplūkotas metodikas. Ņemot vērā autora rīcībā esošos datus, aptverts laikposms no 2006. gada 15. marta līdz 2008. gada 15. jūnijam. 1. tabulā autors sniedzis degvielas cenu un finansējuma izmaksu kopsavilkumu.

1. tabula
Table 1

**Degvielas cenas un finansējuma izmaksas laikposmā
no 2006. gada 15. marta līdz 2008. gada 15. jūnijam [1, 4]**
Costs of fuel and financing from March 15, 2006, to June 15, 2008

Laiks/Faktors	Degviela, EUR/l un LVL/l		Finansējuma izmaksas, %
2006-03-15	0,842	0,592	4,704
2006-04-15	0,841	0,591	4,764
2006-05-15	0,919	0,645	4,885
2006-06-15	0,911	0,640	4,961
2006-07-15	0,896	0,630	5,090
2006-08-15	0,886	0,623	5,219
2006-09-15	0,852	0,599	5,333
2006-10-15	0,833	0,585	5,494
2006-11-15	0,822	0,578	5,593
2006-12-15	0,827	0,581	5,679
2007-01-15	0,852	0,599	5,745
2007-02-15	0,838	0,589	5,815
2007-03-15	0,857	0,602	5,893
2007-04-15	0,857	0,602	5,970
2007-05-15	0,871	0,612	6,063
2007-06-15	0,867	0,609	6,147
2007-07-15	0,894	0,628	6,209
2007-08-15	0,885	0,622	6,451
2007-09-15	0,884	0,621	6,730
2007-10-15	0,915	0,643	6,691
2007-11-15	1,006	0,707	6,576
2007-12-15	1,009	0,709	6,948
2008-01-15	1,040	0,731	6,558
2008-02-15	1,024	0,720	6,342
2008-03-15	1,090	0,766	6,606
2008-04-15	1,083	0,761	6,753
2008-05-15	1,151	0,809	6,859
2008-06-15	1,218	0,856	6,958

Modeļa ilustrācijai par pamatu tiek ņemts jau iepriekš apskatītais piemērs ar kravas automašīnas sastāvu. Autors pieņem nosacītu gada nobraukumu 144 tūkstoši

kilometru, kas veidojas no pieņēmumiem, ka kravas automašīna veic vidēji 600 kilometru dienā un mēnesī strādā 20 dienu.

Degvielas izmaksas autors aprēķina, pieņemot, ka vidējais kravas automašīnas degvielas patēriņš uz 100 nobrauktajiem kilometriem ir 32 litri dīzeļdegvielas. Degvielas izmaksas tiek aprēķinātas pēc autora izstrādātās 1. formulas.

$$D = \frac{M \times C \times d}{12}, \quad (1)$$

kur D – degvielas izmaksas, LVL,

M – gada nobraukums, km,

C – vidējais kravas automašīnas degvielas patēriņš uz 100 kilometriem,

d – degvielas cena par litru, LVL.

Līzinga vai kredīta maksājumus pēc izplatītās vienādo maksājumu formulas aprēķina pēc 2. formulas [3, 103].

$$A = \frac{i \times P \times (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}, \quad (2)$$

kur A – ikmēneša līzinga vai kredīta maksājums,

P – līzinga objekta atlikusī vērtība, atņemot pirmo iemaksu,

i – mēneša procentu likme (gada procentu likme/12),

n – regulāro ikmēneša maksājumu skaits,

i – gada vai mēneša procentu likme.

Kravas automašīnas ikmēneša nolietojumu var aprēķināt, izmantojot jau aprēķināto ikmēneša līzinga maksājumu, proti, atņemot no ikmēneša maksājuma procentus pēc šādas formulas [3, 103]:

$$N_{ni} = A - P_{ni} \times i, \quad (3)$$

kur N_{ni} – i -tais nomas maksājums,

P_{ni} – i -tā atlikusī vērtība,

i – mēneša procentu likme.

Vienkāršības labad autors modelī apvieno finansējuma izmaksas jeb procentus ar nolietojumu, kas kopsummā pēc būtības atbilst līzinga vai kredīta maksājumam (A), pie nosacījuma, ka līzinga vai kredīta pamatsumma dilst vienādi ar uzņēmumā pieņemto nolietojuma tempu.

Kravas automašīnas vadītāja atalgojumu autors pieņem par 900 EUR (630 LVL) neto, no kuriem 200 EUR (140 LVL) tiek maksāti oficiāli, bet 700 EUR (490 LVL) – neoficiāli. Vienkāršības labad autors pie oficiāli maksājamiem 140 LVL pievieno 25% ienākuma nodokli kā papildu izmaksas, kas rodas autotransporta uzņēmumam.

Remonta un apkopju izmaksas autors aprēķina, pieņemot, ka tiek ekspluatēts jauns kravas automašīnas sastāvs, kuram faktiski nepieciešamas tikai apkopes, bet

remonta izmaksas nav vispār vai ir minimālas. Pēc ražotāja apkopotiem datiem kravas automašīnas apkopes izmaksas vidēji veido 0,05 EUR (0,035 LVL) par kilometru, no kuriem 0,035 EUR (0,025 LVL) attiecināmi uz vilcēju, savukārt 0,015 EUR (0,010 LVL) – uz puspiekabi [6.2].

Apdrošināšanas izmaksas autors pieņem kā fiksētu maksu, kas nosacīti veido 5000 EUR (3500 LVL) jeb 3,85% no sākotnējās objektu vērtības, kas sevī ietver KASKO un OCTA kopējās izmaksas. Turklāt autors ņem vērā kravas apdrošināšanas izmaksas 2600 EUR (1827 LVL) [6.3].

Aprēķinot riepu maiņas izmaksas, autors pieņem, ka ikvienas riepas resurss paredzēts vidējam nobraukumam 250 tūkstoši kilometru un ka kravas automašīnas sastāvam ir 12 riepas – 6 vilcējam un 6 puspiekabei, savukārt vienas riepas cena ir vidēji 300 EUR (211 LVL). Šie pieņēmumi balstīti uz *Scania Credit* datiem par kravas autopārvadātāju vidējām izmaksām [6.2].

Nodokļi un nodevas, pēc autora pieņēmuma, attiecīgi veido 700 EUR (490 LVL), kuros ir iekļauta transportlīdzekļu ikgadējā nodeva un izdevumi par maksas ceļiem. Arī šie pieņēmumi balstīti uz *Scania Credit* datiem par kravas autopārvadātāju vidējām izmaksām [6.4].

Balstoties uz iepriekšminēto, autors izstrādājis kravas autotransporta darbības izmaksu modeli.

$$C_{km} = \frac{D + A + S + R + I + T + N}{M}, \quad (4)$$

kur C_{km} – kravas autotransporta darbības izmaksas, EUR(LVL)/km,

D – degvielas gada kopējās izmaksas, EUR (LVL),

A – līzings vai kredīta gada maksājums, ieskaitot procentus, EUR (LVL),

S – kravas automašīnas vadītāja kopējās gada atalgojuma izmaksas, EUR (LVL),

R – remontu un apkopju kopējās gada izmaksas, EUR(LVL),

I – apdrošināšanas kopējās gada izmaksas, EUR (LVL),

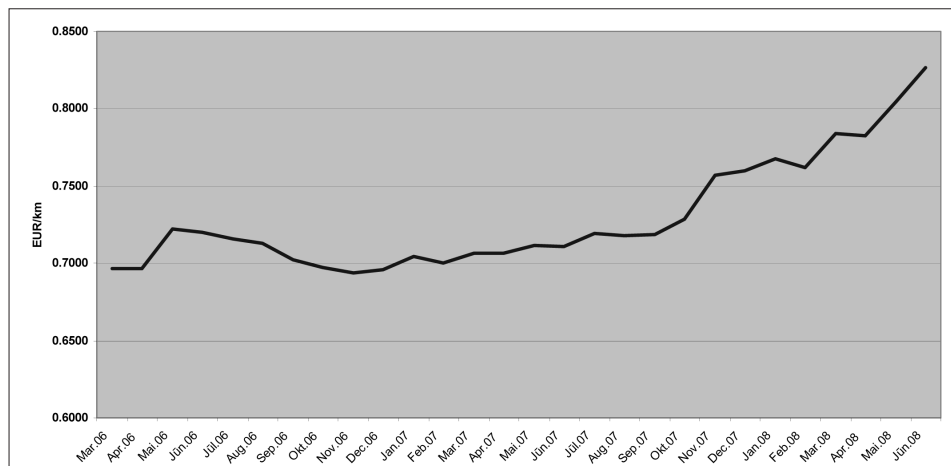
T – nodokļi un nodevas gadā kopā, EUR (LVL),

N – riepu maiņas kopējās gada izmaksas, EUR (LVL),

M – gada nobraukums, km.

Kravas autotransporta darbības izmaksas, kas aprēķinātās pēc 4. formulas, atspoguļotas 4. attēlā.

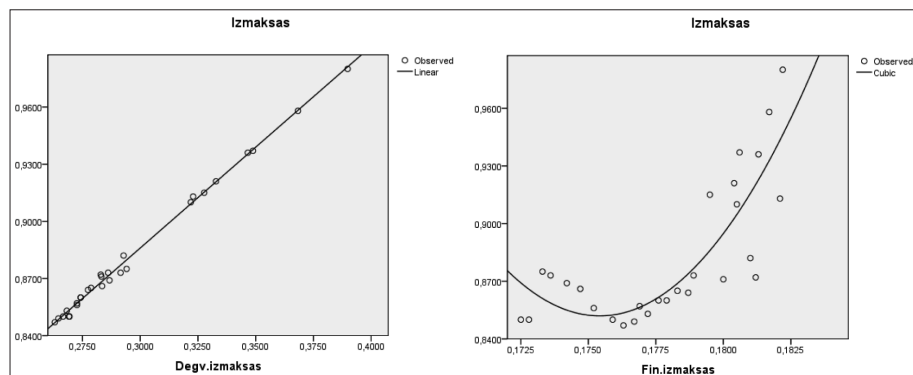
Autoram ir zināma divu svarīgāko mainīgo – degvielas izmaksu un finansējuma izmaksu – dinamika, tāpēc viņš ir izstrādājis modeli, kurš parāda minēto divu mainīgo savstarpējo sakarību ar kopējām kravas autotransporta darbības izmaksām. Modelis nepārprotami pilnvērtīgāks kļūst ar katru mainīgo, kuram iespējams izpētīt dinamiku laikā. Taču galvenā modeļa nepilnība ir statistisko datu trūkums attiecībā uz novērotajām kravas autotransporta izmaksām, tāpēc autors ir aprēķinājis šīs izmaksas, izmantojot divus galvenos mainīgos un pieņemot pārējos par konstantiem.



4. attēls. Kravas autotransporta darbības izmaksas

Figure 4. Costs of cargo road transport

5. attēlā autors apkopojis abu svarīgāko mainīgo sakarības ar kopējām kravas autotransporta darbības izmaksām. Abas sakarības ir statistiski nozīmīgas – degvielas izmaksām un kopējām izmaksām autors atradis lineāru sakarību, savukārt finansējuma izmaksām un kopējām izmaksām – kubisku sakarību. Uz kopējo izmaksu fona degvielas sakarības interpretācija ir, ka degvielas izmaksu izmaiņas par vienu vienību maina arī kopējās izmaksas par vienu vienību, savukārt finansējuma izmaksu izmaiņas par vienu vienību faktiski maina kopējās izmaksas trīs reizes.



5. attēls. Degvielas un finansējuma izmaksu sakarība ar kopējām kravas autotransporta izmaksām

Figure 5. Relationship between fuel and financing costs and the total costs of cargo road transport

Kā redzams attēlā, sakarības ir izteiktas, tomēr, lai arī starp abiem mainīgajiem, proti, degvielas izmaksām un finansējuma izmaksām (līzings maksājumiem), autors nav konstatējis korelatīvas saites, tomēr modeļa nepilnīguma dēļ šīs sakarības nevar tikt viennozīmīgi interpretētas.

Pētot abu mainīgo – degvielas izmaksu un finansējuma izmaksu – ietekmi uz izmaksām kopumā, autors konstatēja, ka degvielas izmaksu izmaiņas par 0,943 vienībām maina kopējās izmaksas par vienu vienību, pārējiem mainīgajiem paliekot konstantiem, savukārt finansējuma izmaiņas par 0,083 vienībām maina kopējās izmaksas par vienu vienību, pārējiem mainīgajiem paliekot konstantiem, proti, $C_k = 0,943D + 0,083F + 0,408$. Kā redzams, modelī ir arī salīdzinoši liela neizskaidrotā novirze jeb konstante (0,408), kas attiecas uz modelī pieņemtajiem konstantajiem mainīgajiem.

Autors secina, ka viņa izstrādātajam kravas autotransporta darbības izmaksu modeļa piemēram ir vairāki trūkumi.

1. Modelis nav pilnvērtīgs un nevar tikt pilnībā statistiski novērtēts, jo nav pieejami statistiskie dati par kravas autotransporta darbības izmaksām, proti, kopējām izmaksām uz 1 km.
2. Trūkst vairāku mainīgo dinamikas.
3. Modelis nav paredzēts gadījumam, kad nobraukums ir 0, proti, nenotiek kravas pārvadājumi.
4. Autors ilustrējis iedomātu piemēru, kas ir tuvināts praksei un attiecas uz starptautisko kravas autopārvadājumu veikšanu ar vienu jaunu vilcēju un puspiekabi, tomēr modelim būtu jāapkopo vairāki novērojumi, tostarp ar lietotu tehniku un dažādu darbības specifiku, lai attēlotu likumsakarības.
5. Nav ņemtas vērā vēsturiskās kravas automašīnu sastāvu cenas.

Secinājumi un priekšlikumi

- Galvenie izmaksu posteņi, kas ietekmē kravas autotransporta darbības izmaksas: degvielas izmaksas, finansējuma izmaksas, kravas automašīnas nolietojums, kravas automašīnas vadītāja atalgojums, remonta un apkopju izmaksas, apdrošināšanas izmaksas, riepu maiņas izmaksas, autotransporta nodokļi un nodevas.
- Dīzeļdegvielas cena ir pieaugusi par 47% laikposmā no 2006. gada marta līdz 2008. gada jūlijam, kas būtiski ietekmējis kopējās autotransporta uzņēmumu izmaksas. Risinājums, kas ļauj samazināt degvielas izmaksas, ir degvielas iepirkšana vairumā par vairumtirdzniecības cenām, taču tam nepieciešams uzturēt savu degvielas cisternu degvielas glabāšanai.
- Trīs mēnešu EURIBOR likme, kas nosaka lielākās daļas aizņēmumu svārstības, ir izaugusi no 2% līmeņa 2004. gada janvārī līdz 5% līmenim un to pārsniegusi 2008. gada decembrī. Lai ilgtermiņā pasargātu autotransporta uzņēmumu no finansējuma izmaksu svārstībām, jāizvēlas finansējums ar fiksētu procentu likmi.
- Kravas automašīnas kā pamatlīdzekļi parasti tiek nolietoti uzņēmuma bilanci piecos gados attiecīgi ar gada nolietojuma normu 20%, kas ļauj kravas automašīnas līzinga atlikušajai vērtībai pietuvoties tirgus vērtībai jau pēc gada kopš iegādes brīža. Iespējams nolietojuma normu samazināt un tādējādi pagarināt nolietojuma grafiku, kas nav īsāks par līzinga termiņu, tomēr tādējādi

autotransporta uzņēmums tiek pakļauts lielākam līzīngā objekta atlikušās vērtības riskam. Ar lielāku pirmo iemaksu un straujāku nolietojuma grafiku iespējams samazināt līzīngā objekta atlikušās vērtības risku, tomēr nepieciešamības gadījumā pastāv iespēja nolietojuma grafiku pagarināt.

- Kravas automašīnas vadītāju atalgojums ir faktiski sasniedzis Eiropas Savienības vidējo līmeni, proti, 700–1000 LVL neto mēnesī, tomēr lielākā daļa šī atalgojuma tiek izsniegta, apejot nodokļu maksu, ar mērķi ietaupīt uz nodokļu rēķina. Pašreizējos apstākļos, kad darba tirgū ir pietiekams autovadītāju piedāvājums, autovadītāju atalgojumam vairs nav tendences augt un atsevišķos gadījumos tas tiek samazināts.
- Remonta un apkopju izmaksas jaunām automašīnām bieži vien nozīmē tikai apkopju izmaksas, jo remonts tiek veikts pēc garantijas nosacījumiem. Turpretī lietotām automašīnām, kas biežāk ir iegādātas skaidrā naudā vai jau izpirktas līzīngā, remonta izmaksas jāsalīdzina ar jaunas automašīnas līzīngā izmaksām un kopējiem ieguldījumiem, lai noteiktu vienas vai otras automašīnas lietošanas lietderīgumu.
- Apdrošināšanā ieviestā *Bonus–Malus* sistēma var būtiski palielināt autotransporta uzņēmuma apdrošināšanas izmaksas, kas tiešā veidā atkarīgas no cilvēciskā faktora, proti, kravas autotransporta vadītāja. Ja vadītājs pastāvīgi izraisa satiksmes negadījumus, pazeminās *Bonus–Malus* un būtiski pieaug apdrošināšanas izdevumi, tāpēc ļoti svarīgi ir kravas automašīnas uzticēt pieredzējušiem un uzticamiem kravas autovadītājiem.
- Kravas automašīnu riepu maiņas izmaksas skatāmas atkarībā no riepu ekspluatācijas perioda jeb noskrējiena kilometros, turklāt tās izceļamas atsevišķi, jo nav tieši saistītas ne ar vienu citu no izmaksu posteņiem. Riepu maiņas izmaksas var samazināt, ja autotransporta uzņēmums pats veic riepu maiņu.
- Saistībā ar kravas autopārvadājumu veikšanu autotransporta uzņēmumi sastopas ar dažādu nodokļu un nodevu maksājumiem, tostarp ar maksu par maksas ceļiem jeb Eiroviņjeti.
- Lai arī parasti saistībā ar kravas autotransporta darbību tiek nodalītas pastāvīgās un mainīgās izmaksas, autors izstrādājis izmaksu modeli, kas aptver gan pastāvīgās, gan mainīgās izmaksas, pietuvinot to kopumu peļņas vai zaudējumu aprēķina ražošanas izmaksu posteņiem, lai objektīvi varētu spriest par uzņēmuma bruto peļņu salīdzinājumā ar ienākumiem, kas aprēķināti uz nobraukuma vienu kilometru.
- Veicot aprēķinus, autors secinājis, ka kravas autotransporta uzņēmumu darbības izmaksas laikposmā no 2006. gada marta līdz 2008. gada jūlijam ir svārstījušās, proti, augušas no 0,6966 EUR/km līdz 0,8266 EUR/km, tātad pieaugušas par 18,6%, ņemot vērā divu galveno mainīgo – degvielas un finansējuma – izmaksu svārstības, bet pārējiem mainīgajiem paliekot nemainīgiem.
- Autors konstatē sakarības starp degvielas izmaksām un kopējām izmaksām, kā arī finansējuma izmaksām un kopējām izmaksām, kas ir statistiski nozīmīgas, tomēr nav viennozīmīgi interpretējamas modeļa trūkumu dēļ.

- Izvērtējot degvielas un finansējuma izmaksu ietekmi uz kopējām izmaksām, autors konstatējis, ka tā ir statistiski nozīmīga un rezultāti interpretējami, tomēr paliek samērā lielas neizskaidrotās novirzes, kas attiecas uz mainīgajiem, kas pieņemti par nemainīgiem.
- Izvērtējot izstrādātā izmaksu modeļa nepilnības, autors konstatējis, ka trūkst statistiskās informācijas par uzņēmumu darbības izmaksām pēc vienotas metodikas. Lai praktiski novērtētu katra mainīgā ietekmi uz izmaksām, nepieciešama arī katra mainīgā dinamika. Turklāt modelis nav paredzēts gadījumam, kad pārvadājumi netiek veikti. Autors secina, ka modeļa labākai izmantošanai jāapkopo dažādi novērojumi par kravas autotransporta darbību, kas apkopotu gan jaunu automašīnu ekspluatāciju ar līzinga nosacījumiem, gan lietotu un vecāku automašīnu ekspluatāciju bez līzinga nosacījumiem, bet attiecīgi ar lielākiem remonta izdevumiem. Tāpat nepieciešami piemēri no dažādas specifikas kravu autopārvadājumiem, ko autors plāno iegūt, aptaujājot vairākus kravas autotransporta uzņēmumus.

LITERATŪRA

1. Ekonomikas ministrija [Elektroniskais resurss]/Statistika. Pieejams: www.em.gov.lv, 2008. g. 25. aug.
2. Button, J. Kenneth *Transport economics*, 2nd edition. Cheltenham : Edward Elgar Publishing Limited, 2003. 269 p.
3. Jaunzeme, M. *Finanšu matemātika*. Rīga : Turība, 2004. 152 lpp.
4. SEB banka [Elektroniskais resurss]/Naudas tirgus indeksi. Pieejams: www.seb.lv, 2008. g. 5. okt.
5. Sprancmanis, N. *Transporta pakalpojumu ekonomika un organizācija*. Rīga : RTU, 2001. 280 lpp.
6. Scania Credit AB nepublicētie materiāli: pārskats par kravas automašīnu vadītāju vidējo atalgojumu; pārskats par remonta un apkopju vidējām izmaksām; pārskats par vidējiem apdrošināšanas tarifiem kravas autopārvadātājiem; klientu aptaujas dati par vidēji nomaksātajiem kravas autotransporta nodokļiem un nodevām.

Summary

The paper provides conclusions regarding cargo road transport operation – in particular, the costs and factors behind it. Factors influencing the operation costs of road transport companies are analysed and the model of costs is worked out. The author focuses on the problem of increasing costs of road transport operation and the main reasons behind the increase. Based on the devised model, the author concludes that road transport has suffered badly in terms of increased costs due to a significant increase in fuel prices and financing costs, and based on the conclusions arising from the paper, the author also offers suggestions to improve the situation.

Keywords: road transport, costs, factors, relationship, cost model.

Sievietes vadītājas teorijā un praksē dzimumu līdztiesības kontekstā

Women as Leaders in Theory and Practice in the Context of Gender Equality

Agate Zaķe

Tieslietu ministrija
Projektu departaments
Brīvības bulvāris 36, Rīga, LV-1536
E-pasts: *agate.zake@inbox.lv*

Lai gan vadošos amatos strādājošo sieviešu īpatsvars ministrijās un arī sieviešu pašvaldību vadītāju īpatsvars Latvijā salīdzinoši ir visaugstākais Eiropas Savienībā, tomēr vērojamas noslāņošanās tendences. Piemēram, sievietes biežāk ir vadītājas mazākās (pēc iedzīvotāju skaita, pēc teritorijas, pēc IKP uz vienu iedzīvotāju utt.) pašvaldībās, bet lielākās un ekonomiski nozīmīgākās pašvaldības (lielās pilsētas) vada vīrieši. Ministrijās visbiežāk sievietes ieņem nodaļu vadītāju vai vietnieku amatus, salīdzinot ar vīriešu īpatsvaru departamentu direktoru un valsts sekretāru amatos. Līdzīga situācija ir vērojama Saeimā un Ministru kabinetā.

Raksta mērķis – teorētiski analizēt dzimumu līdztiesības jautājumu attiecībā uz sievietēm vadošos amatos un politikā, kā arī novērtēt reālo situāciju, izmantojot gan autores, gan citos pētījumos gūto informāciju, un izstrādāt priekšlikumus situācijas uzlabošanai dzimumu līdztiesības aspektā Latvijā vadītāju līmenī.

Atslēgvārdi: dzimumu līdztiesība, feminisms, sieviete, vadošs amats, publiskā pārvalde.

Eiropas Komisijas ziņojums “Sievietes un vīrieši vadošos amatos 2007. gadā – situācijas un tendenču analīze” vēsta, ka sievietēm Eiropā vēl joprojām nav pietiekami pieejami vadošie amati politikā un uzņēmējdarbībā. Pašlaik Eiropas Savienībā 24 % parlamentāriešu ir sievietes (salīdzinājumā ar 16 % pirms desmit gadiem), un līdzīgs iedalījums valda ministru posteņos. Vadošajos uzņēmumos privātajā sektorā joprojām 9 no 10 valdes locekļiem un 2 no 3 uzņēmumu vadītājiem ir vīrieši. Ziņojums tika publicēts zīmīgā – Starptautiskajā sieviešu – dienā, 2008. gada 8. martā, un ar to tika pieteikts jauns Eiropas tīkls, kas apvieno sievietes vadošos amatos un kura darbību paredzēts sākt 2008. gada laikā.

“Sieviešu skaits vadošos amatos pieaug pārāk lēni. Ja mums ir svarīgas demokrātiskās vērtības, mēs nevaram atstāt pusi iedzīvotāju ārpus lēmējstruktūrām,” ir teicis iespēju vienlīdzības komisārs Vladimirs Špidla. “Dzimumu vienlīdzība nāk par labu arī uzņēmējdarbībai. Ja mēs vēlamies būt konkurētspējīgi pasaules mērogā, mūsu ekonomikai ir pilnībā jāizmanto visi pieejamie talanti. Ir jāmaina situācija uz visiem laikiem!” [8]

Ziņojumā redzams, ka valstu parlamentos sieviešu joprojām ir mazāk nekā kritiskā masa – 30 %, ko uzskata par nepieciešamu, lai sievietes varētu patiesi ietekmēt politiskos lēmumus. Eiropas Parlaments, kurā darbojas 31 % sieviešu, tikai nedaudz pārsniedz šo kritisko skaitli. Dalībvalstu ministru posteņos vīrieši skaitliski pārspēj sievietes, vidēji veidojot proporciju 3 pret 1 (24 % sieviešu, 76 % vīriešu).

Arī ekonomisko lēmumu pieņemšanā sieviešu līdzdalība ir pārāk maza. Visu 27 ES dalībvalstu centrālo banku vadītāji ir vīrieši. Eiropā nedaudz vairāk par 44 % nodarbināto ir sievietes, bet tikai 32 % no viņām tiek uzskatītas par vadītājām (izpilddirektore, direktore, mazo uzņēmumu vadītāja). Sieviešu nelielā līdzdalība vadošajos amatos ir vēl mazāka lielajos uzņēmumos.

Sieviešu situācija ir ievērojami uzlabojusies ES dalībvalstu pārvaldes iestādēs, kurās pašlaik sievietes ieņem gandrīz 33 % amatu divos augstākajos hierarhijas līmeņos salīdzinājumā ar aptuveni 17 % 1999. gadā. Tajā pašā laikposmā no 14 līdz gandrīz 20 % ir paaugstinājies arī sieviešu skaits līdzīgajos amatos ES iestādēs, lai gan vēl joprojām ir daudz darāmā, lai uzlabotu šo situāciju [8].

Raksta mērķis – teorētiski analizēt dzimumu līdztiesības jautājumu attiecībā uz sievietēm vadošos amatos un politikā, kā arī novērtēt reālo situāciju, izmantojot gan autores, gan citus pētījumus, un, pamatojoties uz iegūto informāciju, izstrādāt priekšlikumus situācijas uzlabošanai dzimumu līdztiesības aspektā Latvijā vadītāju līmenī.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi – analizēt jaunas atziņas sieviešu līdztiesības teorijā, aplūkojot jaunākos zinātniskos rakstus šajā nozarē un salīdzinot ar autores līdz šim apskatītajām teorijām. Novērtēt sieviešu situāciju vadošos amatos publiskajā pārvaldē un politikā, balstoties uz statistikas datiem un pētījumiem. Salīdzināt sieviešu un vīriešu darba algu dažādās nozarēs.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātnieku darbi, starptautiskie statistikas dati, zinātnisko konferenču un semināru materiāli, kā arī autores pētījumu rezultāti.

1. Jaunas atziņas teorijās par sieviešu vietu vadošos amatos publiskajā pārvaldē

Galvenā pamatdoma attiecībā uz sievietēm politikā un vadošos amatos feminisma skatījumā ir nevis uzskats, ka tās būtu labākas (kaut gan tas bieži vien ir vērojams), bet gan cīņa, lai sievietēm būtu tādas pašas iespējas sabiedrībā kļūt par vadītājām kā vīriešiem [5, 69]. Feminisma teorija aptver literatūru, sociālo, kultūras vai politikas teoriju, jo ir nevis viena noteikta teorija, bet gan daudz dažādu teoriju kopums.

Kas ir feminisms mūsdienās – psiholoģiska rakstura savas identitātes noskaidrošanas jautājums vai politiskas dabas jautājums, saistīts ar abu dzimumu attiecībām [12, 702]? Vai varbūt abi?

Feminisma idejas nekādā mērā nav saistītas ar vīriešu ienīšanu, kā tas nereti tiek pārprasts, feminisms iestājas par pārmaiņām sabiedrībā, par attieksmes maiņu pret sievieti. Sieviete nav jāizturas vai jāģērbjas kā vīrietim, lai viņa būtu vienlīdzīga. Sieviete nav jābūt fiziski tikpat stiprai kā vīrietim, tāpat kā visi vīrieši nav vienādi spēcīgi.

Sieviešu vēsture kā definējama joma sevi pieteikusi pēdējos divdesmit gados. Neskatoties uz atšķirībām piešķirto līdzekļu un sekotāju skaita daudzumā, tās vietas mācību programmās, kā arī statusa ziņā, ko tai piešķir universitātes un sabiedrība kopumā, sieviešu vēsture neapšaubāmi ir iesakņojusies daudzās pasaules daļās [15, 205].

Feministiskajai teorijai krietni sen jau piemīt poststrukturālām teorijām raksturīga “dubultā apziņa”. Tiek uzskatīts, ka feministiskā pētniecība vienlaikus ir gan vēsturisko un kultūras varas attiecību un ideoloģisko struktūru definēta, tātad radusies to iekšienē, gan dislocējas ārpus tām vai uz to robežlīnijas. Feminisms ir sabiedriska kustība, kuras pirmsākumi rodami gan Apgaismības laika jūsmībā par brīvību un vienlīdzību, gan apzinot, atmaskojot un kritizējot Apgaismības pārstāvētās varas zināšanu līmeni [1, 12]. Feministiskās teorijas jomu var raksturot ne tikai kā sagrāves projektu un radīšanas projektu dialogu, bet arī kā dažādās vēsturiskās situācijās radušos viedokļu maiņu.

20. gadsimta 60. un 70. gadu feministiskajā kritikā, kas vērsta pret vīriešu varu, kļuva svarīgi atkārtoti jēdzieniskot dzimumu, nodalīt dzimumu/dzimti (*sex/gender*). Tajā tika apšaubīts dzimumu iedalījuma dabiskums, savstarpēji nodalot t. s. bioloģisko (anatomiski fizioloģisko) un sociālo (vēsturiski un kultūras producēto) dzimumu [1, 14]. Ar šā iedalījuma palīdzību feministes kopš 20. gadsimta 70. gadiem ir izvirzījušas argumentus pret sievietes eksistenciālo otršķirību un pret varas hierarhiju.

Feministiskā analītiskā pieeja starptautisko attiecību laukam norāda, ka vienlīdzīgas attiecības starp vīriešiem un sievietēm konkrēto valstu iekšienē var ietekmēt šo valstu uzvedību un intereses arī starptautiskajās attiecībās. Feministiskā pieeja atšķirībā no tradicionālajām metodēm uzsver, ka starpvalstu procesiem jātiek skatītiem saistībā ar valstu iekšējām varas struktūrām, tostarp dzimumu hierarhijām [16, 14]. Tajā pašā laikā starptautiskie ekonomiskie un politiskie procesi ne tikai ietekmē sievietes kā objektus, bet arī sievietes kā aktīvi subjekti un līdzdalībnieces piedalās un garantē dažādo starpvalstu attiecību attīstību.

Runājot par sieviešu lomu un vietu dažādās valstīs, nopietni jāanalizē segregācijas jautājums. Valstis mēdz iedalīt “augstas segregācijas” un “zemas segregācijas” valstīs attiecībā uz dzimumu līdztiesību, ko galvenokārt nosaka sieviešu attiecība parlamentā, valdībā, vadošos amatos un algu atšķirība pa dzimumiem [4, 290]. Tādējādi redzams, ka dzimumu iedalījums dažādos amatos gan publiskajā pārvaldē, gan politikā un valdībā ir viens no priekšnosacījumiem valsts tēla uzlabošanai un nostiprināšanai.

Autores pētījumā (veikts 2006. gada augustā par sievietēm pašvaldību vadītājām un 2008. gada februārī par sievietēm vadošos amatos ministrijās) uz jautājumu, vai respondentes ir saskārušās ar diskrimināciju (kas ir cieši saistīta ar feminisma teorijās noteikto), lielākoties viņas atbildēja, ka dzimumdiskriminācija attiecībā pret dzimumu Latvijā nepastāv [19, 38]. Tomēr anketu un interviju turpmākie jautājumi atklāja, ka gandrīz katra respondente ir saskārusies ar “īpašu” attieksmi tieši dzimuma dēļ.

Jāuzsver, ka teorētiskās zināšanas sievietēm Latvijā par savām tiesībām ir zemas, bieži vien feminisma idejas tiek minētas kā negatīvs piemērs, nevis kā iespēja sievietēm apzināties savas iespējas.

2. Sievietes vadošos amatos publiskajā pārvaldē, politikā un zinātnē

Latvijā sieviešu īpatsvars no visa iedzīvotāju skaita ir 54 %, pilsētās sieviešu skaits procentuāli ir 55 %, savukārt laukos – 52 %. 2006. gadā ES aptuveni viena trešdaļa vadītāju (arī mazos un vidējos uzņēmumos) bija sievietes, Latvijā – pat 41 %. Savukārt 2007. gadā vidēji ES valstīs parlamentos strādāja viena ceturtdaļa sieviešu, viena ceturtdaļa ministru bija sievietes. Gandrīz puse sieviešu ir Zviedrijas parlamentā (47 %), Somijā (42 %), Nīderlandē (39 %) un Dānijā 37 %, vismazāk to ir Maltā – 9 %. Ministru vidū Somijā 60 % ir sievietes, Zviedrijā – 45 %, Spānijā – 41 %. Savukārt neviena ministre sieviete nav Rumānijā, bet Grieķijā un Slovākijā to īpatsvars ir 6 % [9].

Situācija Latvijā dzimumu līdztiesības jomā atsevišķos aspektos ir daudz labāka nekā citās Eiropas valstīs, tomēr ir nepieciešami vairāki gadi, lai līdztiesības jautājumi kļūtu aktuāli plašākai sabiedrībai. Atšķirībā no Dānijas, kur dzimumu līdztiesības jautājumu risina daudzas valsts institūcijas un tam tiek veltīts daudz līdzekļu un laika, Latvijā tas pagaidām notiek tikai kampaņveidā. Dānijā jau gadiem tiek risināts dzimumu līdztiesības jautājums, rīkotas kampaņas, liels solis uz priekšu tika sperts 1999. gadā, kad Dānijā tika radīta dzimumu līdztiesības ministra vieta.

Dānijā par savām tiesībām galvenokārt cīnās sievietes. Jau 1899. gadā izveidota nevalstiska organizācija – Sieviešu padome, kas apvieno aptuveni 50 organizāciju: sieviešu klubus, arodbiedrības, politiskās partijas, tālākizglītības centrus, reliģiskās organizācijas u. c. Padome sniedz sievietēm konsultācijas un palīdz iekļauties uzņēmējdarbībā, pārrauga sieviešu nodarbinātību, cīnās pret vardarbību ģimenēs un sieviešu tirdzniecību, aktualizē sieviešu veselības jautājumus un ģimenes vērtības. Viens no Sieviešu padomes spēcīgākajiem sabiedrotajiem ir finanšu iestāde “Nykredit”, kas 1995. gadā izstrādāja īpašu programmu, lai veicinātu sieviešu vēlmi gūt izaugsmi karjerā, ieņemot arī vadošus amatus, jo tobrīd tikai 14 % uzņēmumā nodarbināto sieviešu strādāja vadošos amatos. Kompānija vēlas panākt, lai visos amatos sieviešu un vīriešu attiecība būtu 50 % pret 50 %, kas radītu uzņēmumam labāku tēlu. Lai šo mērķi sasniegtu, uzņēmums izstrādājis īpašu stratēģiju. Kompānija paredz, ka jau 2010. gadā augstākajos vadošajos posteņos būs 25 % sieviešu, savukārt struktūrvienību vadītāju vidū viņu varētu būt pat 40 %. Dānijā sievietēm ir grūti izvirzīties vadošos amatos, viņas vairāk strādā vidējā līmenī. Iespējamais iemesls ir daņu sieviešu neuzdrīkstēšanās pieteikties vadošajiem amatiem. Dānijā arī žurnālistikā dominē vīrieši – gan vadošos amatos, gan rakstošo vidū. Arī avižu slejās galvenokārt parādotes vīriešu foto un jūtams vīriešu skatījums uz daudzām lietām, tāpēc dzimumu līdztiesības jautājums tiek aktualizēts arī žurnālistikā [3].

Kopš 1962. gada sievietes neapšaubāmi ir ielauzušās Zviedrijas politiskajā dzīvē gan nacionālajā, gan pašvaldību līmenī. Augsti izglītotu cilvēku vidū, un tie veido plašsaziņas līdzekļu elites lielāko daļu, vīriešu un sieviešu līdztiesība tiek uzskatīta par pašsaprotamu. Akadēmiskajā pasaulē sieviešu un dzimtes pētījumi ir integrēti vispārējā kultūrā. Tātad varētu sacīt, ka pastāv plašsaziņas līdzekļu un akadēmiskā

elite, kura gan politiskajā, gan akadēmiskajā dzīvē uzrauga dzimumu līdzsvaru. Reizēm plašsaziņas līdzekļiem ir pat vadošā loma, pieprasot dzimumu līdzsvaru. Pētījumā “Zviedrijas biznesa sieviešu vadītāju tēls plašsaziņas līdzekļos”, kurš tika veikts pēc Biznesa un politikas pētījumu centra pasūtījuma un publicēts 2002. gadā, plašsaziņas līdzekļu pētniece Marija Endstrēma atklāj, ka dažu laikrakstu biznesa lapas īpaši izceļ vadītājas sievietes un izdara spiedienu uz biržā kotētajiem uzņēmumiem, lai tie palielinātu sieviešu ietekmi savās valdēs un augstākajā vadības līmenī [14].

Plašsaziņas līdzekļu interese par biznesa sievieti vadošos amatos nes gan labumu, gan ļaunumu. Tomēr nevar nepamanīt, ka tiek nopietni ietekmēts sabiedrības viedoklis, pieprasot, lai vadošos amatos būtu vairāk sieviešu, tieši tāpat kā plašsaziņas līdzekļi daudzus gadus centās panākt, lai Zviedrijas politiskās partijas sievietēm ierādītu augstākus kārtas numurus savos vēlēšanu sarakstos, kas rada lielākas iespējas tikt ievēlētām. Kampanu “Vairāk sieviešu politikā”, kura daudzus gadus tika rīkota pirms katrām vēlēšanām, ierosināja viena no vecākajām Zviedrijas sieviešu tiesību organizācijām – Fredrikas Brēmeres asociācija, kas darbojas kopš 1884. gada. Taču šai kampanijai nebūtu bijis nekādas ietekmes, ja plašsaziņas līdzekļi nebūtu atbalstījuši tās prasības [14].

2008. gada 31. martā Latvijas Universitātē notika seminārs “Sievietes zinātnē Ziemeļvalstīs un Baltijas valstīs. Izaicinājumi un iespējas”, kura gaitā noskaidrojās, ka šobrīd Ziemeļvalstīs, tas ir, Dānijā, Somijā, Islandē, Norvēģijā, Zviedrijā, kā arī Grenlandes, Farēru salu un Ālandu salu teritorijās, pastāv trīsdesmit pieci centri, kas nodarbojas ar sieviešu studijām un dzimtes pētījumiem [2]. Viens no galvenajiem šķēršļiem integrētai pieejai dzimumu līdztiesības īstenošanai Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs ir vienotu datu trūkums par dzimumsastāvu zinātnē visos līmeņos.

Lai gan zinātnieku vidū jaunajās Eiropas Savienības (ES) valstīs ir lielāks sieviešu skaits nekā vecajās ES valstīs, dziļāka ekonomiskā analīze atklāj, ka sievietes relatīvi lielākā skaitā ir pārstāvētas valstīs ar vismazāko zinātniskās pētniecības jomā iesaistīto cilvēku kopējo skaitu, kas atklājies Eiropas Komisijas iniciētās ENWISE (*Enlarge Women In Science to East*) ekspertu grupas pētījumā [2]. Vadošajos amatos zinātņu akadēmijās un universitātēs sievietes ir mazākumā.

“Vēstures griežos, 90. gadu sākumā, daudzi Latvijas zinātnieki apsvēra iespēju atteikties no darba zinātnē. Arī man bija šāda izšķiršanās, taču vēlme darboties zinātnē ņēma virsroku,” atzīst biedrības “Latvijas sievietes zinātnē” valdes locekle Sandra Edīte-Bērziņa. Lielais sieviešu īpatsvars Latvijas zinātnieku vidū – 52% ierindo Latviju vienā no pirmajām vietām Eiropas Savienībā un norāda, ka mūsu zinātnieces ir augsti kvalificētas [18].

Lai gan zinātnieku vidū jaunajās ES dalībvalstīs ir lielāks sieviešu skaits nekā esošajās ES dalībvalstīs, dziļāka ekonomiskā stāvokļa analīze ir atklājusi, ka sievietes relatīvi lielākā skaitā ir pārstāvētas valstīs ar vismazāko zinātniskās pētniecības jomā iesaistīto cilvēku kopējo skaitu. Šeit sievietes ilgstoši veidojušas augsti kvalificēta darbaspēka vairākumu, tāpēc pastāv lielāka iespēja sieviešu zinātnieču darbam zinātnietilpīgās jomās, noskaidrojusi ENWISE ekspertu grupa. Dzimumsastāvs dažādās pētniecības un attīstības nozarēs, kā arī zinātnes jomās atšķiras, turklāt

sieviešu pārstāvniecība konkurentsējīgās, labi finansētās pētniecības un attīstības jomās irniecīga, savukārt kā cilvēkresursu “rezerve” sievietes ir iesaistītas lielākoties slikti finansētās jomās, kas cīnās par savu pastāvēšanu [18]. Arī zinātņu akadēmijās un universitātēs sievietes vadošajos amatos joprojām ir mazākumā.

Sieviešu pārsvars ir vērojams augstskolu pedagogiskajā personālā (54%), taču viņas ieņem zemākos akadēmiskos amatus. Turklāt, lai gan universitātes personāla sieviešu līdzdalība ir līdzvērtīga, tendence ieņemt vadošos akadēmiskos amatus vīriešiem ir trīs reizes lielāka nekā sievietēm [18].

2007. gada 7. novembrī LIEDRA (Eiropas pašvaldību asociācija dzimumu līdztiesībai) rīkotajā starptautiskajā konferencē Eiropas Parlamentā dažādu līmeņu (Eiropas, nacionālā, vietējā, NVO) pārstāvji izklāstīja viedokli par iespējām veicināt sieviešu līdzdalību politikā un darba tirgū. Galvenais secinājums ir, ka aktīvāku sieviešu līdzdalību jāveicina ne tikai vadošajos amatos vietējā mēroga politikā un uzņēmējdarbībā, bet arī ES līmenī, attiecinot to uz ES iestādēm, piemēram, Eiropas Parlamentu un ES Reģionu komiteju, kur sieviešu pārstāvība ir samērā niecīga un ļoti tālu no 50 % pret 50 % [11]. Norvēģija ir viena no valstīm, kas ieviesusi dzimumu pārstāvības kvotas sabiedrības pārvaldē. Somijā, Zviedrijā un Norvēģijā ir augstākie rādītāji sieviešu līdzdalības jomā pašvaldību (reģionu) pārvaldē, arī Latvijai šeit ir salīdzinoši augsti rādītāji.

Kā pozitīvs piemērs sieviešu dalībai publiskajā pārvaldē jāmin ASV, kas ir sasniegusi augstus rezultātus, tomēr arī tur vēl joprojām nepieciešama mērķtiecīga darbība dzimumlīdztiesības principu nostiprināšanā. Salīdzinot statistikas datus pirms 50 gadiem un tagad, var secināt, ka sievietes ieņem arvien augstākus amatus [17, 61.–74.].

Savukārt Igaunijā plašsaziņas līdzekļu organizāciju vadošajos amatos ir tikai aptuveni 20 % sieviešu, arī politikas atspoguļojums notiek lielākoties caur “vīrišķo prizmu” – politikā pašlaik procentuāli vairāk darbojas vīrieši, līdz ar to arī plašsaziņas līdzekļos lielākoties tiek atspoguļots šis dzimums, kas attiecīgi ietekmē arī potenciālā elektorāta viedokli kārtējās vēlēšanās. Kā risinājums tika piedāvāts ieviest saistošu prasību normatīvajos aktos – ievērot dzimumu līdzsvara principus plašsaziņas līdzekļu organizācijās [11].

Autores veiktajā pētījumā konstatēts, ka sievietēm ir veicams sarežģītāks ceļš, lai nokļūtu vadošos amatos, jo pastāv dažādi šķēršļi, piemēram, stereotipi un dzimumdiskriminācija.

Gan autores darbs, gan citās valstīs veiktie pētījumi pierāda, ka situācija vadošos amatos saistībā ar dzimumiem vēl ir jāpildinveido, lai gan vairākās valstīs, īpaši Ziemeļeiropā, situācija ir manāmi uzlabojusies.

3. Sieviešu un vīriešu darba algu salīdzinājums

2007. gadā apritēja 50 gadu kopš Dzimumu vienlīdzības likuma Eiropā, un laika gaitā tam papildus nākušas klāt 13 direktīvas. Jau 1957. gadā tika noteikts, ka vīriešiem un sievietēm nepieciešams saņemt vienādu atalgojumu par vienu un to pašu darbu [10]. Vienlīdzīgas darba samaksas princips vīriešiem un sievietēm par tādu pašu vai vienādas vērtības darbu nav ierobežots tikai gadījumos, kad vīrieši

un sievietes vienlaikus veic tādu pašu vai vienādas vērtības darbu pie tā paša darba devēja.

Pēc Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvaldes gadagrāmatas 2007 datiem, vīriešu un sieviešu mēneša vidējā bruto samaksa 2006. gadā vidēji bijusi vīriešiem – Ls 296 mēnesī, bet sievietēm Ls 244, kopš 1995. gada procentuālā atšķirība algu samaksās ir pat palielinājusies: 1995. gadā vīrieši saņēma Ls 93, bet sievietes – Ls 73 [13, 279].

Lielākajā daļā ES valstu vīriešu algas vēl joprojām ir augstākas visās nodarbinātības grupās. Starpība starp sieviešu un vīriešu atalgojumu ir sevišķi izteikta algotu darbinieku vidū, bet uzņēmējām un pašnodarbinātajām ir nedaudz lielākas izredzes saņemt ienākumus, kas tuvojas vīriešu ienākumu līmenim. Atalgojuma atšķirība daļēji tiek skaidrota ar faktu, ka vīrieši biežāk uzņemas lielāku darba slodzi, kamēr sievietes biežāk nekā vīrieši ir nodarbinātas mazāk par 40 stundām nedēļā. Tas savukārt saistīts ar nevienlīdzīgo ģimenes darbu sadali, kas sievietēm, salīdzinot ar vīriešiem, liek vairāk iesaistīties mājas darbu veikšanā un/vai bērnu aprūpē. Taču arī līdzīgas darba slodzes gadījumā ir vērojams vīriešu atalgojuma pārsvars [6]. Dažādi datu avoti atspoguļo atšķirīgu vīriešu un sieviešu neto algas starpības dinamiku ilgākā laika periodā, tāpēc nav izdevies novērot skaidru ilgtermiņa tendenci.

Dzimumu algu atšķirības visvairāk ietekmējis abu dzimumu darbinieku nevienmērīgais iedalījums profesiju grupās, tautsaimniecības nozarēs, kā arī sabiedriskajā un privātajā sektorā. Sākot ar 20. gadsimta vidu, īpaši feminizētajās nozarēs – izglītība, veselības un sociālā aprūpe – darba algu līmenis ir viens no viszemākajiem. Savukārt maskulinizētajās nozarēs algu līmenis ir viens no visaugstākajiem. Tas tiek pamatots ar atziņu, ka visbiežāk tieši maskulinizētās nozares, piemēram, būvniecība vai mežizstrāde, ir ienesīgākas jeb vairāk pelnošas nekā, piemēram, no valsts budžeta finansētā medicīna vai izglītība [6].

Gandrīz puse pētījuma “Dzimumu līdztiesības aspekti darba tirgū 2005 – 2006” aptaujāto darba devēju uzskata, ka vispār vīrieši mēdz saņemt lielāku atalgojumu par to pašu darbu, bet sievietes piekrīt strādāt par zemāku algu, kaut gan lielākā daļa no tiem savos uzņēmumos noliedz jebkādu nevienlīdzību, nosakot algas. Pētījumā iegūtais situācijas skaidrojums liecina, ka slēpto diskrimināciju darba algu noteikšanā ietekmē dažādi faktori. Pirmkārt, algu caurspīdību mazina uzņēmumos pastāvošās amatu kategorijas, kur gan iepriekš tiek noteikts fiksēta lieluma atalgojums, taču tam ir minimālā un maksimālā robeža. Tādējādi noteiktajā kategorijā atalgojumu var variēt un lēmums par minimālās vai maksimālās attiecīgās kategorijas algas piešķiršanu paliek darba devēja un darba ņēmēja savstarpējās vienošanās ziņā. Turklāt privātajos uzņēmumos un arī valsts civildienestā netiek izpausti vai publiskoti algu saraksti, tāpēc darbinieks var nebūt informēts par kolēģa atalgojuma lielumu. Arī šādā situācijā algu noteikšanas principi ir tikai un vienīgi darba devēja ziņā un ir iespējams noteikt atšķirīgu samaksu, ņemot vērā katra darbinieka prasības un uzņēmuma intereses [6].

Dzimumsastāvs atšķiras dažādās pētniecības un attīstības nozarēs un zinātnes jomās, turklāt sieviešu pārstāvniecība konkurētspējīgās, labi finansētās pētniecības un attīstības jomās irniecīga. Ekspertu grupa atklājusi, ka sievietes kā cilvēkresursu

“rezerve” ir iesaistītas lielākoties slikti finansētās jomās, kas cīnās par savu pastāvēšanu [2].

Kāpēc gan sievietēm būtu jāstrādā “ar atlaidi”? Šis jautājums īpaši aktualizēts Apvienotajā Karalistē, kur dzimumu līdztiesības nevalstiskā organizācija par attiecīgo jautājumu ir īstenojusi plaša mēroga iedarbīgu kampaņu [11]. Jāatgādina, ka atšķirības darba atalgojuma līmenī atsaucas arī uz pensiju līmeni un nereti arī ietekmē nabadzības rādītājus.

Balstoties uz statistiku par izglītības iegūšanu, var secināt – sievietes nereti ir aktīvākas, līdz ar to izglītības procesā viņas iegūst salīdzinoši vairāk zināšanu un prasmju, kas veido potenciālu, kurš netiek izmantots pilnībā. Kādas Anglijas pašvaldības vadītāja pat aprēķinājusi, ka, aktīvāk iesaistot sievietes uzņēmējdarbībā, pašvaldība ik gadu papildus iegūtu aptuveni 70 miljonus mārciņu. Tāpēc pašvaldība izveidojusi īpašu organizāciju “Enabling Choices”, kas strādā ar dzimumu līdztiesības jautājumiem, veic pētījumus un veicina sieviešu iesaistīšanos uzņēmējdarbībā [11].

Izteikta dzimumu nevienlīdzība vērojama nodarbinātībā: dažos darba veidos sievietes ir pārstāvētas pārāk lielā skaitā, citos – pārāk mazā, salīdzinot ar kopējo darbu skaitu, kuros viņas strādā. Visbiežāk sievietes darbojas aprūpes, audzināšanas un pakalpojumu sniegšanas jomā. Vīrieši parasti dominē profesiju skalas abos galos: augstākajā vadībā un profesijās, kurās nepieciešams fizisks darbs. Kopumā sievietes pelna mazāk nekā vīrieši. Vīriešiem, kas ir nodarbināti pilnu darba laiku, ienākumu līmenis visbiežāk ir no vidēja līdz augstam vai ļoti augstam, un 70 % ir augsti ienākumi. Sievietēm, kas ir nodarbinātas pilnu darba laiku, ienākumi retāk ir iekļaujami ļoti augstu ienākumu kategorijā, jo tikai 47 % sieviešu tie ir augsti. Sievietēm, kas strādā nepilnu darba laiku, darbs vēl biežāk ir zemāk apmaksāts nekā vīriešiem, kas strādā nepilnu darba laiku (78 % sieviešu un 6 % vīriešu) [20].

ES nedaudz vairāk par vienu no pieciem vīriešiem, kas nodarbināti pilnu darba laiku (23 %), ir jāpilda konkrēti uzraudzības pienākumi, salīdzinot ar tikai 15 % sieviešu, kas nodarbinātas pilnu darba laiku. Varētu teikt, ka trīs ceturtdaļas darbaspēka vada vīrieši. Sievietes visbiežāk vada citas sievietes [20]. Sievietes vadītājas un darbu uzraudzes visbiežāk sastopamas organizācijas hierarhijas zemākajās pakāpēs.

Ilga darbalaika rādītāji sievietēm un vīriešiem ir atkarīgi no profesiju prasībām un normām. Vīriešu dominējošo stāvokli vadošajos amatos palīdz uzturēt nosacījums, ka šādos amatos parasti ir ilgs darbalaiks, kas bieži ir asociāla parādība. Turklāt administratīvajos un profesionālajos amatos, ko ieņem sievietes, tām ir mazāk patstāvības nekā vīriešiem šajā nodarbinātības līmenī [20].

Līdzīga situācija ir pedagoģiskajā darbā – aptuveni 70 % skolotāju ES valstīs pamatskolās ir sieviešu (Latvijā 86 %), bet augstākajās mācību iestādēs strādā aptuveni 60 % vīriešu (izņemot Latviju, kur arī augstākajās mācību iestādēs 58 % ir sieviešu, neskaitot vadošos amatus) [9].

Autores pētījumos atklājās, ka darba samaksa sievietēm un vīriešiem, piemēram, pašvaldību vadītājiem, būtiski atšķiras. Vīrieši bieži vien pieprasa augstāku atalgojumu, par ko lemj domes deputāti, savukārt sievietēm vadītājam ir kauns prasīt sev lielāku atalgojumu par to pašu darbu.

Lai mainītos situācija saistībā ar dzimumu atalgojumu, vēl tāls ceļš ejams visā ES.

Secinājumi un priekšlikumi

- Lai veicinātu dzimumu vienlīdzību vadošos amatos, būtiska nozīme ir pasākumiem valsts līmenī. Eiropas Komisija šos pasākumus atbalsta, apkopojot, analizējot un izplatot salīdzinošus datus par pastāvošajām problēmām sievietēm un vīriešu vienlīdzībā, jo īpaši izmantojot datu bāzi par sievietēm un vīriešiem vadošos amatos. Komisija 2008. gadā veidoja Eiropas tīklu, kas plāno apvienot sievietes vadošos amatos, lai veicinātu pieredzes un labas prakses apmaiņu visu Eiropas Savienības dalībvalstu starpā.
- Nepieciešams veikt noteiktas izmaiņas likumdošanā, piemēram, ieviešot kvotas amatu sadalē vai algu izmaksas attiecībās, kā arī organizēt vairāk informatīvo kampaņu sociālās kompetences paaugstināšanai.
- Lai efektīvāk strādātu ar dzimumlīdztiesības jautājumiem, dzimtes pētījumiem jāpievērš lielāka uzmanība ne tikai nacionālā, bet arī reģionālā un Eiropas Savienības līmenī.
- Galvenais šķērslis integrētai pieejai dzimumu līdztiesības īstenošanā ir vienotu datu trūkums par dzimumsastāvu zinātnē visos hierarhijas līmeņos. Valsts līmenī jāsystematizē dati par dzimumu iedalījumu un pastāvīgi jāvērtē sievietes situācija zinātnē, lai veicinātu dzimumu līdztiesību gan privātajos, gan valsts zinātniskās pētniecības institūtos.
- Jāpilda Eiropas Savienības iniciatīvas (direktīvas utt.), kurās uzsvērtā dzimumu līdztiesība un kuru rekomendācijas un prasības dalībvalstīm ir jāievēro, ierosinot par šo prasību nepildīšanu ieviest sodus, līdzīgi kā, piemēram, par Eiropas Savienības vides prasību nepildīšanu.
- Jāuzrauga dzimumu līdztiesības ietekme uz straujajām pārmaiņām jaunajās dalībvalstīs, lai nepieļautu lielāku dzimumu nevienlīdzības risku.
- Skandināvijas pašvaldības varētu uzņemt pašvaldību pārstāvjus no dzimumu līdztiesības jautājumos mazāk attīstītajām valstīm un organizācijām.
- “Budžets jāveido caur dzimumu prizmu” (*“gender budgeting”*), kas nodrošina caurskatāmību un atspoguļo reālo dzimumu līdztiesību finanšu izteiksmē – t. i., tiek aprēķinātas katra pašvaldības īstenotā pasākuma izmaksas (budžeta pozīcijas) no dzimumu līdztiesības aspekta – izvērtējot, cik maksā dzimumu līdztiesības principu ievērošana vai neievērošana.
- Nepieciešami vertikālo segregāciju ierobežojoši pasākumi, tostarp atbalsts darba un ģimenes dzīves saskaņošanai, un stingrāki vīrsstundu vai nenormētā darba ierobežojumi vadošajiem darbiniekiem.
- Tā kā īpašuma sektoram ir būtiska loma darba algas atšķirībās starp vīriešiem un sievietēm, dzimumu algu starpības samazināšanai ir nepieciešams celt atalgojumu sabiedriskajā sektorā, piemēram, izglītībā un medicīnā strādājošajiem.
- Dzimumu līdztiesības politika ir jāpaplašina, lai atklātu veidus, kā veicināt dzimumu līdztiesību neapmaksātā slodzē mājsaimniecībā, ko joprojām bieži uzņemas sievietes. Jāatrod risinājums, lai saīsinātu garās pilna darba laika stundas un izveidotu taisnīgāku apmaksātā un neapmaksātā darbalaika modeli.

- Lai nepieļautu nevienlīdzību sieviešu nodarbinātībā, jāpalielina nepilna laika darba kvalitāte, jāuzlabo tādu darbu apmaksa un statuss, kuros dominē sievietes, kā arī jāpalielina sieviešu pārstāvība augstākajos vadošajos un administratīvajos amatos.

LITERATŪRA

1. *Atslēgvārdi: desmit soļi feminisma pētniecībā*. Rīga : LU DzSC, 2002, 309 lpp.
2. Balcare, K. Par vienlīdzīgu akadēmisko sabiedrību. *Universitātes Avīze*. 01.04.2008. Pieejams: <http://www.lu.lv/laikraksts/zinatne/248/index.html>.
3. Baranovska, I. Dānijā ir pat dzimumu līdztiesības ministrs. *Latgales Laiks*. 28.04.2006. Pieejams: <http://www.latgaleslaiks.lv/lv/2006/4/28/28392>
4. Blackburn, R., Jarman, J. "Gender Occupations". Exploring the Relationships between Gender Segregation and Inequality, *International Sociology*, Volume 21, Number 2, March 2006, 289–315; 323 p.
5. Bronfen, E., Kavka, M. (eds.) *Feminist consequences: theory for the new century*. New York : Columbia University Press. 2001. 468 p.
6. *Dzimumu līdztiesības aspekti darba tirgū 200 –2006*, FACTUM & BISS, Pieejams: http://www.darbatirgus.gov.lv/doc_upl/Secinajumi_galaDzl.PDF
7. *Dzimumu līdztiesības aspekti darba tirgū*. Veicējs: RS Group, Vadītāja: Dr. soc. Brigita Zepa. Periods: 27/07/2005 – 26/03/2007.
8. Eiropas Komisijas ziņojums "Sievietes un vīrieši vadošos amatos 2007. gadā – situācijas un tendenču analīze". Publicēts Briselē 06.03.2008. Pieejams: http://ec.europa.eu/latvija/news/press_releases/2008_03_06_lv.htm.
9. *ES Eurostat News Release*, STAT/08/32, Issued by: Eurostat Press Office, Tim Allen, Louise Corselli-Nordblad, 6 March 2008. Pieejams: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=STAT/08/32&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
10. *Gender equality law in the European Union*. European Commission, 2007.
11. Gržibovska, E. *Kāpēc sievietēm būtu jāstrādā "ar atlaidi"?* Konferences "Sieviešu līdzdalības iespēju veicināšana darba tirgū un politikā" secinājumi. Publicēts: Latvijas Pašvaldību savienības mājas lapā, 08.11.2007. Pieejams: http://www.lps.lv/sablons_a.php?k=113&lang=lv&s1=2&id=51&pid=4
12. Reviews: Gender matters, *International Sociology*, Volume 23, Number 5, September 2008, 791 p.
13. *Latvijas Statistikas gadagrāmata 2007*, Rīga : Latvijas Republikas Centrālās statistikas pārvalde, 2007. 564 lpp.
14. Lenrota, A. *Zviedru mediji – sargsuņi arī dzimumu līdztiesībai*. Publicēts portālā www.politika.lv 18.01.2005. Pieejams: <http://www.politika.lv/index.php?id=6751>.
15. *Mūsdienu feministiskās teorijas: antoloģija*. Rīga : Jumava, 2001. 464. lpp.
16. *Par agru? Par vēlu? Feministiskās idejas, konteksti, pieejas*. Rīga : LU DzSC, 2001, 148. lpp.
17. Rubin, M. Women in the American Society for Public Administration: Another Decade of Progress but still a Way to Go. *Public Administration Review*, January/February 2000, Volume 60, Number 1, 82 p.

18. *Sievietes zinātnē Ziemeļvalstīs un Baltijas valstīs. Izaicinājumi un iespējas*. Publicēts Ziemeļu Ministru padomes biroja Latvijā mājas lapā, 07.10.2008. Pieejams: http://www.norden.lv/archive/archive_events/113.
19. Zaķe, A. *Evaluation of gender equality in local governments of Latvia*. Viešoji politika ir administravimas, Lietuva, 2007, 115 p.
20. Ziņojums *Darba apstākļi Eiropas Savienībā: dzimumu perspektīva*. Pieejams: <http://www.eurofound.europa.eu/publications/htmlfiles/ef07108.htm>; Ceturtā *Pārskata par darba apstākļiem Eiropā* ziņojums un pārskata datu analītisks papildpētījums. Pieejams *Eiropas Darba apstākļu uzraudzības centra* tīmekļa vietnē: <http://www.eurofound.europa.eu/ewco/surveys/>, Sara Riso, informācijas sadarbības koordinatore, skatīts 03.10.2008.

Summary

The article provides an insight into and evaluation of problematic issues of gender equality in public administration in Latvia. The purpose of this article is to draw attention to the theoretical and practical aspects of gender equality issues based on feminism theories and an explanation of problems related to gender equality. The paper also examines foreign experience related to strengthening of gender equality and Latvia's practice in dealing with gender equality problems. Finally, to improve the situation of women in leading public positions in Latvia, the author offers recommendations and possible solutions.

Keywords: gender equality, feminism, woman, leading position, public administration.

Personāla vadības novērtēšanas metodes un to lietošana Latvijas organizācijās

Human Resource Management Evaluation Methods and Their Usage in Large Organizations of Latvia

Līga Peiseniece

Banku augstskola

Vadībzinību katedra

E-pasts: liga.peiseniece@ba.lv

Laikā, kad ikvienu uzņēmumu tieši vai pastarpināti ietekmē pasaules un Latvijas ekonomiskās svārstības, uzņēmumiem arvien vairāk jāizvērtē savas darbības un arī vadības funkciju efektivitāte. Ja uzņēmums vēlas pastāvēt ilgstoši, tam ir nepieciešams novērtēt un uzlabot visas vadības sistēmas, arī personāla vadību. Personāla vadības pētnieki ir atklājuši vairākas personāla vadības novērtēšanas metodes.

Raksta **mērķis** – izpētīt un analizēt personāla vadības novērtēšanas metodes, apzināt personāla vadības vērtēšanas praksi Latvijā un, pamatojoties uz pētījumu rezultātiem, formulēt ieteikumus personāla vadības darba pilnveidei.

Raksta sagatavošanas gaitā analizēti ārvalstu pētnieku darbi par personāla vadības novērtēšanas metodēm un Latvijā publiski pieejamā informācija par Latvijas uzņēmumos lietotajām personāla vadības novērtēšanas metodēm. Galvenā uzmanība pievērsta personāla vadības novērtēšanas metožu apskatam.

Veicot pētījumu, autore secinājusi – publiski ir pieejama informācija, ka Latvijas uzņēmumi galvenokārt izmanto šādas personāla novērtēšanas metodes: mērķorientēta personāla vadība, darbinieku attieksmes pētījumi, personāla vadības audits, personāla vadības galveno indikatoru metode, personāla vadības izmaksu monitorings un personāla vadības reputācijas pētījumi. Lielākā daļa no šiem pētījumiem ir saistīti ar personāla vadības lietderību un tikai neliela daļa – ar personāla vadības efektivitāti.

Atslēgvārdi: personāla vadība, novērtēšanas metodes, efektivitāte, lietderība.

Ikvienu uzņēmuma attīstībā būtiski ir cilvēku, finanšu, materiālie un informācijas resursi. Tā kā finanšu, materiālo un informācijas resursu radīšanu, izmantošanu un pilnveidošanu nodrošina uzņēmuma personāls, tad par vienu no būtiskākajām uzņēmuma vadības sastāvdaļām uzskatāma personāla vadība. Tā nodrošina atbilstīga personāla atlasīšanu, motivēšanu un attīstību, lai veiksmīgi darbotos uzņēmuma funkcionālās jomas: mārketinga, ražošanas/pakalpojumu organizēšana, finanšu vadīšana, vadības informācijas sistēmas, loģistika u. c.

Laikā, kad ikvienu uzņēmumu tieši vai pastarpināti ietekmē pasaules un Latvijas ekonomiskās svārstības, uzņēmumiem arvien vairāk jāizvērtē savas darbības un arī

vadības funkciju efektivitāte. Ņemot vērā, ka personāla izmaksas uzņēmumos bieži vien veido to lielāko daļu, līdz pat 70 %, ikvienai organizācijai būtu jāapzinās, ka mērķtiecīgs personāla resursu nodrošināšanas finanšu līdzekļu izlietojums un tā analīze var būt viens no būtiskākajiem uzņēmuma konkurētspējas faktoriem.

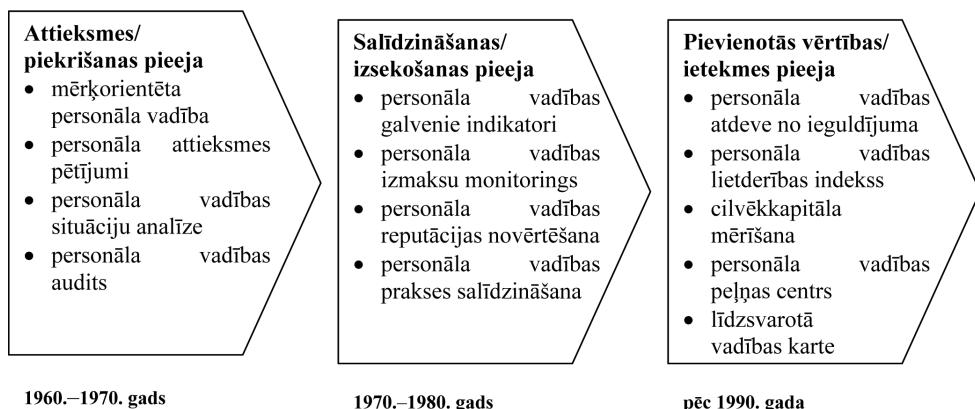
Raksta mērķis – izpētīt un analizēt personāla vadības novērtēšanas metodes, apzināt personāla vadības vērtēšanas praksi Latvijā un, pamatojoties uz pētījumu rezultātiem, formulēt ieteikumus personāla vadības darba pilnveidei.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi – raksturot personāla vadības novērtēšanas metodes, to galvenās priekšrocības un trūkumus, izpētīt dažādu autoru viedokļus par personāla vadības novērtēšanas metožu pielietojšanas lietderīgumu un analizēt publiski pieejamo informāciju par personāla vadības novērtēšanas metožu lietošanu Latvijā.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu zinātnieku darbi par personāla vadības novērtēšanas metodēm un publikācijas Latvijas laikrakstos un žurnālos, kas atspoguļo Latvijas uzņēmumos lietotās personāla vadības novērtēšanas metodes.

Personāla vadības novērtēšanas metodes

Personāla vadība kā zinātniska disciplīna pastāv nedaudz vairāk kā 50 gadu [35, 16], tāpēc arī personāla vadības novērtēšanas metodes ir attīstījušās pakāpeniski, cita citu pilnveidojot. Attīstot personāla vadību praksē un teorijā, radās nepieciešamība novērtēt personāla vadības un tās funkciju efektivitāti un lietderību. Kā atzīst Džons Bratons (*John Bratton*) [6, 430], personāla vadības novērtējums attiecas uz procedūrām un procesiem, kā mērīt, novērtēt un paziņot personāla vadības prakses pievienoto vērtību organizācijā.



1. attēls. Personāla vadības novērtēšanas pieejas laikposmā no 1960. gada līdz mūsdienām [27, 10]

Figure 1. Approaches to human resource management evaluation for the time period of 1960 to present

Visaptverošu pārskatu par personāla vadības novērtēšanas metodēm sniedzis Džeks Filipss (*Jack J. Phillips*). Viņš atzinis [26, 33], ka pagājušā gadsimta 40.–50. gados

personāla vadības funkcijas kļuva likumīgas un kļuva par svarīgu organizācijas daļu. Praktiķi un zinātnieki sāka pētīt to novērtēšanas veidus un ieguldījumu. Jau 70. gados personāla vadības novērtēšana kļuva par vienu no Personāla vadības departamenta (*Society for Human Resources Management – SHRM*) darba sastāvdaļām. 80. gadu sākumā šis departaments identificēja personāla novērtēšanas procesu kā vienu no desmit speciālām jomām personāla vadībā. Novērtēšana personāla vadībā tika atzīta kā viena no galvenajām personāla vadības funkcijām līdztekus šādām funkcijām: apmācība un attīstība, personāla nokomplektēšana, atalgošana un darba attiecības.

Veicot pētījumus, Džeks Filipss guvis atziņu, ka novērtēšanas metožu attīstību personāla vadībā var iedalīt trīs laikposmos un katrs no tiem ir raksturīgs ar savu pieeju personāla vadības funkcijām. Attīstoties personāla vadības novērtēšanai, tika meklēts personāla vadības ieguldījums uzņēmuma sasniegumos. 1. attēlā atspoguļota personāla vadības novērtēšanas pieeju attīstība no 1960. gada līdz mūsdienām.

Laikposmā no 1960. līdz 1970. gadam lietoto personāla vadības novērtēšanas pieeju Džeks Filipss [27, 10] nosaucis par attieksmes/piekrišanas pieeju. Minētajā laikā tika lietotas un attīstījās šādas pazīstamas metodes: mērķorientēta personāla vadība (*Management by Objectives*), darbinieku attieksmes pētījumi (*Employee Attitude Surveys*), personāla vadības situāciju analīze (*Case Studies*) un personāla vadības audits (*HR Auditing*).

Mērķorientēta personāla vadība

Izmantojot mērķorientētu personāla vadību (*Management by Objectives*), personāla departaments izvirza specifiskus mērķus un novērtē sniegumu, salīdzinot ar šiem mērķiem. Mērķi tiek izvirzīti, lai sasniegtu noteiktu pakāpi vai uzlabotu kādu personāla vadības jomu noteiktā līmenī. Personāla mainības, darbinieka prombūtnes, apmierinātības ar darbu, darbinieku veselības un kompensācijas izmaksas ir izmērāmas un tiek uzskatītas par vairāku personāla vadības funkciju mērķiem. Pēc autores domām, šai metodei ir vairākas priekšrocības. Pirmkārt, tiek veiktas mērķtiecīgas personāla vadības darbības, otrkārt, ir iespēja novērtēt šīs darbības, nosakot to veiksmes un neveiksmes cēloņus. Tomēr metodei ir būtisks trūkums – mērķu sasniegšanu ietekmē un var traucēt gan uzņēmuma iekšējie, gan ārējie faktori. Lai izmantotu šo metodi, ir jābūt noteiktiem personāla vadības mērķiem ar konkrētiem izpildes kritērijiem, apkopotiem datiem, kas atspoguļo mērķa sasniegšanu, kā arī prasmei interpretēt datus.

Darbinieku attieksmes pētījumi

Vairākas organizācijas personāla vadības novērtēšanai izmanto darbinieku attieksmes pētījumus. Tie atspoguļo, kāda ir darbinieku attieksme pret organizāciju kopumā, un mēģina sasaistīt darbinieka attieksmi ar organizācijas sniegumu. Attieksmes pētījumos tiek noskaidrots, kāda ir darbinieku attieksme pret šādiem darba aspektiem: motivatori, darba saturs, izaugsmes iespējas, attiecības ar kolēģiem un tiešo vadītāju, darba devēja tēls, darba process, informācijas aprīte, darba apstākļi un citiem. Attieksmes pētījums ir vērsts uz darbinieku izjūtām un pārliecību par viņu darbu un organizāciju. Darbinieku viedokļi var tikt izmantoti, lai noteiktu specifiskas

problēmu jomas, darbinieku vajadzības vai izvēles un atklātu personāla vadības jomas, kuras personāls novērtē pozitīvi un kuras – negatīvi. Kā atzīst Roberts Matis (*Robert L. Mathis*) [20, 99], daži darba devēji veic darbinieku attieksmes pētījumus regulāri (piemēram, katru gadu), kamēr citi to dara neregulāri. Tomēr Džeks Filipss [28, 4] apgalvo – vairāki pētījumi ir pierādījuši, ka organizācijas, kas veic darbinieku attieksmes pētījumus, gūst lielāku peļņu nekā organizācijas, kas to neveic. Šīs metodes priekšrocības ir iespēja veikt salīdzinošu pētījumu dažādos laika periodos un analizēt dažādu darbinieku grupu attieksmi par noteiktiem darba aspektiem.

Konkrēto personāla vadības situāciju analīze

Cita metode, kā novērtēt personāla vadības programmas veiksmi, ir prezentēt rezultātus kā gadījumu analīzi iepriekš izvēlētai auditorijai. Šīm gadījumu analīzēm ir būtiska vērtība personāla vadības procesu pilnveidē un tās neprasa augstas izmaksas. Tās ir attīstījušās, lietojot datus par personāla vadības sniegumu, atsevišķu personu reakciju vai intervējot dalībniekus, kuri ir iesaistīti personāla programmās vai pakalpojumos. Metodes priekšrocība – atsevišķi kvalitatīvi rādītāji liecina par gadījuma veiksmi vai neveiksmi. Tomēr šai metodei ir arī trūkums – bieži situācijas analīze var būt subjektīva, ja gadījumu novērtē iesaistītās personas.

Personāla vadības audits

Metode – personāla vadības audits – ir pētniecisks, analītisks un salīdzinošs process, kas mēģina atspoguļot personāla vadības funkciju lietderību. Pēc Marka Spoginardi (*Mark Spoginardi*) [30, 105] definīcijas personāla vadības audits ir sistematisks pētījums, kurā tiek savākti, veidoti un pamatīgi analizēti dati ilgākā periodā, parasti viena gada laikā, aizvietojot ikdienas formālos un neformālos ziņojumus. Savukārt Džeks Filipss [28, 5] uzsver, ka statistisko atskaišu un pētījuma datu attīstībā un izmantošanā personāla vadības audits mēģina novērtēt, cik labi personāla vadības aktivitātes ir izveidotas. Personāla vadības auditēšana nodrošina nepieciešamos pamatdatus, lai varētu veikt darbības, kas uzlabo personāla vadības sniegumu. Tomēr Džeks Filipss [28, 5] atzīst – kaut gan personāla vadības auditam ir daudz priekšrocību, tam ir arī būtisks trūkums – audits nesniedz drošu un ticamu novērtējumu personāla vadības ieguldījumam organizācijas darbībā.

20. gadsimta 70. gados personāla vadības pētnieki un speciālisti sāka lietot jaunas personāla vadības novērtēšanas metodes, kuras Džeks Filipss [27, 10] nosaucis par salīdzināšanas/izsekošanas pieeju. Tā sevī iekļauj šādas metodes: personāla vadības galvenie indikatori (*HR Key Indicators*), personāla vadības izmaksu monitorings (*HR Cost Monitoring*), personāla vadības reputācijas novērtēšana (*HR Reputation*), personāla vadības prakses salīdzināšana (*Competitive HR Benchmarking*.)

Personāla vadības galveno indikatoru metode

Personāla vadības galveno indikatoru metode tiek bieži lietota personāla vadības praksē. Bieži tiek lietots arī kvantitatīvo rādītāju kopums – nelaimes gadījumu biežums, darbinieku prombūtnes biežuma rādītājs, personāla mainības rādītājs u. c.

Kā norāda Džeks Filipss [28, 6], galvenie rādītāji tiek noteikti šādās jomās:

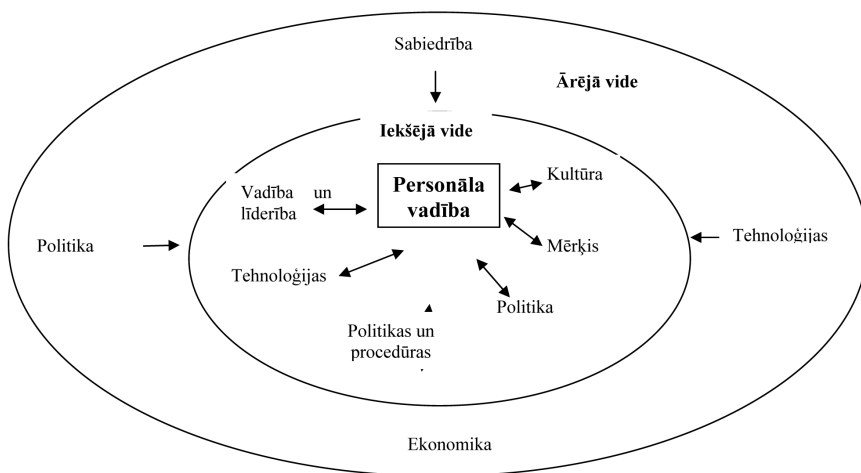
- nodarbinātība,
- kompensāciju administrēšana,
- dažādība,
- darbinieku labumi,
- apmācība un attīstība,
- darba vide/drošība,
- darba izpilde,
- darba attiecības,
- karjeras izaugsme,
- vispārējā efektivitāte.

Organizāciju visbiežāk lietotais personāla vadības novērtēšanas rādītājs ir personāla mainības rādītājs. Pēc Rozas Hausas (*Rose Howse*) [9, 47] domām, personāla mainība bieži ir pirmais mērījums, ko organizācijas vadība prasa, kad tā apsver iespēju iegūt resursus jaunu programmu īstenošanai un raugās, vai izmaiņas ir bijušas veiksmīgas. Savukārt Roberts Matis [20, 96] apgalvo, ka, pētot ASV lielos un vidējos uzņēmumos, tika atrasta saistība starp labo personāla vadības praksi, samazinātu personāla mainību un darbinieku produktivitātes pieaugumu. Ņemot vērā iepriekšminētos aspektus, personāla mainības rādītājs ir uzskatāms par būtisku personāla vadības lietderības rādītāju, ko ir lietderīgi noteikt dažādām darbinieku grupām. Tomēr Veins Kaskio un Džons Bodro (*Wayne F. Cascio, John W. Boudreau*) [7, 10] uzskata, ka personāla mainību ir būtiski aprēķināt tur, kur tā ir ļoti augsta vai kur personāla mainība attēlo nozīmīgu risku ieņēmumiem vai kritiskiem organizācijas resursiem (piemēram, kad darbinieks aizejot paņem līdzī klientus vai kad viņam ir unikālas zināšanas, kuras nevar viegli radīt no jauna). Tomēr tas nenozīmē vienkārši biežāk ziņot par personāla mainības rādītājiem. Šajā situācijā personāla mainības mērīšanu vajadzētu precīzi fokusēt uz problēmu. Ja personāla mainība saistīta ar risku zaudēt pamatprasmes, personāla mainības rādītājus vajadzētu noslāņot, lai atšķirtu tieši šīs prasmes no citām. Ja pastāv risks pazaudēt klientus darbinieku aiziešanas dēļ, personāla mainību vajadzētu nevis fokusēt uz prasmju atšķirībām, bet gan noteikt personāla mainību, saistot to ar risku zaudēt klientus. Līdz ar to var apgalvot, ka it kā šķietami vienkārša personāla vadības rādītāja aprēķināšana jāveic mērķtiecīgi.

Pēc šā raksta autores domām, galvenie rādītāji var tikt aplūkoti dažādos laikposmos, lai noteiktu personāla resursu un to vadības attīstības tendences. Tomēr galvenokārt iepriekšminētie rādītāji izmantojami, lietojot citas personāla vadības novērtēšanas metodes, piemēram: mērķorientēta personāla vadība, personāla vadības audits.

Personāla vadības izmaksu monitoring

Kā atzīst Džeks Filipss [28, 6], viena no personāla vadības snieguma novērtēšanas metodēm ir noteikt personāla vadības izmaksas un lietot tās salīdzinājumā ar izmaksu standartiem. Dažas organizācijas salīdzina šīs izmaksas ar citām iekšējām izmaksām. Džeks Filipss [28, 6] iesaka šo salīdzināšanu veikt ar citām līdzīgām organizācijām.



2. attēls. Personāla vadības konteksts [5, 26]

Figure 2. The context of human resource management

Organizāciju monitorēto personāla vadības izmaksu piemēri

- Nodarbinātība:
 - Izmaksas, kas saistītas ar viena darbinieka pieņemšanu darbā,
 - adaptācijas izmaksas.
- Apmācība un attīstība:
 - ar vienu strādājošo saistītās izmaksas,
 - kopējās izmaksas kā procenti no darba algas fonda.
- Labumi:
 - izmaksas kā procenti no darba algas fonda,
 - viena strādājošā veselības aprūpes izmaksas.
- Kompensācija:
 - kompensācijas izmaksas kā procenti no administratīvām izmaksām,
 - kopējās kompensāciju izmaksas.
- Godīga nodarbinātība:
 - ar vienu sūdzību saistītās izmaksas,
 - tiesāšanās izmaksas.
- Darba attiecības:
 - ar vienu sūdzību saistītās izmaksas,
 - streiku izmaksas.

- Drošība un veselība:
 - nelaimes gadījumu izmaksas,
 - naudas sodu izmaksas.
- Personāla vadība kopumā:
 - personāla vadības izmaksas kā procenti no administratīvajām izmaksām,
 - personāla mainības izmaksas.

Džeka Filipsa ierosinājums veikt izmaksu salīdzināšanu ar citām līdzīgām organizācijām, pēc autores domām, nav atbalstāms, jo, ņemot vērā, ka personāla vadību ietekmē gan iekšējā, gan ārējā vide, personāla vadības izmaksas līdzīgās organizācijās ietekmēs atšķirīgi faktori. 2. attēlā atspoguļoti faktori, kas ietekmē personāla vadību. Pēc autores uzskatiem, līdzīgas organizācijas varētu būt ar darbību konkrētā nozarē, uzņēmuma struktūru, tomēr katrā no šiem uzņēmumiem strādā kompetences un attieksmes ziņā atšķirīgi darbinieki, kuru rīcība un uzvedība ietekmē personāla vadību un tās izmaksas.

Personāla vadības reputācijas novērtēšana

Daži personāla vadības profesionāļi ir ierosinājuši, ka personāla vadības funkciju lietderība varētu būt vērtēta, balstoties uz atgriezenisko saiti no klientiem. Šajā gadījumā personāla vadības klienti ir uzņēmuma vadība, akcionāri, dažādu līmeņu vadītāji, darbinieki un personas, kam nav darba tiesisko attiecību ar konkrēto uzņēmumu. Kā atzīst Hannons un Milkovičs (*Hannon, Milkovich*) [12], personāla vadības reputācija atspoguļo personāla vadības filozofijas, politikas un prakses novērtējumu. Pēc Jo un Maklīna (*Joo, Mclean*) [14, 245] uzskatiem, pozitīva korporācijas un personāla vadības reputācija ir darba tirgus informācijas avots, kas var samazināt organizācijas personāla atlases, apmācības un ar personāla mainību saistītās izmaksas. Jo un Maklīns pētījumos pierādījuši, ka personāla vadības reputācija ir daļēji vidutājs attiecībās starp personāla vadības praksi un uzņēmuma finanšu rezultātiem, kā arī attiecībās starp nodarbinātajiem darbiniekiem un finanšu rezultātiem. Autori ir izstrādājuši konceptuālu modeli, kas atspoguļo saistību starp biznesa stratēģiju, personāla vadības praksi, nodarbinātajiem, personāla vadības reputāciju un finanšu rezultātiem.

Daudzas organizācijas kā personāla vadības novērtēšanas metodi izmanto personāla vadības salīdzināšanu. Vairākas organizācijas ir attīstījušas galvenos rādītājus, kas raksturo personāla vadības rezultātus. Džeks Filipss atzīst, ka rādītāji tiek salīdzināti ar citām organizācijām, kas tiek uzskatītas par organizācijām ar vislabāko praksi noteiktā industrijā [28, 8].

Parasti visbiežākie salīdzināšanas personāla vadības rādītāji ir

- kopējā darba samaksa kā procenti no tīrajiem ienākumiem pirms nodokļu nomaksas,
- vadības vakanču aizpildīšanas rādītājs, veicot iekšējo atlasi (procentos),
- pārdošanas rezultāti saistībā ar vienu strādājošo,
- labumi kā procenti no darba samaksas [8].

Parasti organizācijas, sākot salīdzināšanu, zina salīdzināšanas mērķus. Dažas redz salīdzināšanu kā vienīgi procesu salīdzināšanu, lai nodrošinātu funkcionālu līdzību ar citām kompānijām. Citas to uzskata par mācīšanās procesu, kādā veidā var uzlabot kopējo personāla vadības efektivitāti.

Sākot ar pagājušā gadsimta 90. gadiem, personāla vadības pētnieki ir izstrādājuši un attīstījuši personāla vadības novērtēšanas metodes, kuras Džeks Filipss nosaucis par pievienotās vērtības/ietekmes pieeju – personāla vadības atdeve no ieguldījuma (*Return on investment*), personāla vadības lietderības indekss (*HR Effectiveness Index*), cilvēkkapitāla mērīšana (*Human Capital Measurement*), personāla vadības peļņas centrs (*HR Profit Center*), līdzsvarotā vadības karte (*Balanced Scorecard*).

Personāla vadības atdeve no ieguldījuma

Pēc Džeka Filipsa domām, vispārliciecināšākā pieeja personāla vadības novērtēšanā ir salīdzināt personāla vadības programmu izmaksas ar labumiem, kas gūtas no tām. No ieguldījumiem gūtas atdeves novērtēšanas process ir veiksmīgs personāla vadības jomā, it īpaši apmācībā un attīstībā, kvalitātes, tehnoloģiju un pārmaiņu vadībā. Atdeve no ieguldījumiem tiek veidota, ieņēmumus dalot ar ieguldījumiem vai tiros ieguvumus dalot ar izmaksām [28, 9].

Personāla vadības lietderības indekss

Dažas organizācijas ir mēģinājušas izveidot vienu saliktu personāla vadības lietderības indeksu. Pirmo šāda veida indeksu attīstīja un lietoja uzņēmums “*General Electric*” pagājušā gadsimta 50. gados. Šis darbinieku attiecību indekss tika balstīts uz astoņiem indikatoriem, kas savākti, pamatīgi studējot darbinieku uzvedību. Starp šiem rādītājiem bija prombūtne, pirmreizējās ārsta pārbaudes, atlaišanas, sūdzības un streiki. Vēlāk jau modernāka pieeja tika izmantota, attīstot un testējot personāla vadības lietderības indeksu (*Human Resources Effectiveness Index – HREI*). Studijas, iekļaujot 71 organizāciju no astoņiem industrijas segmentiem, deva papildus empīriskus pierādījumus saistībai starp personāla vadību un organizācijas darbību.

Šajā pētījumā lietošanai tika identificēti seši personāla vadības snieguma rādītāji:

- personāla vadības izmaksas pret kopējām administratīvajām izmaksām;
- kopējais atalgojums pret kopējām administratīvajām izmaksām;
- kopējās labumu izmaksas pret kopējām administratīvajām izmaksām;
- apmācību un attīstības izmaksas pret kopējām administratīvajām izmaksām;
- darba kavējumu biežuma rādītājs;
- personāla mainības rādītājs [2, 9].

HREI attēloja sešu rādītāju salikumu. Indekss daudziem uzņēmumiem šķita pievilcīgs, jo to bija vienkārši aprēķināt un viegli saprast, tomēr tas nav zinātniski pamatots un turpmākajos pētījumos un arī praksē tas netiek izmantots.

Cilvēkkapitāla mērīšana

Cilvēkkapitāla mērīšana mēģina kvalificēt darbinieku vērtību kā aktīvus uzņēmumā un mērīt tās uzlabojumus vai izmaiņas, izmantojot standarta

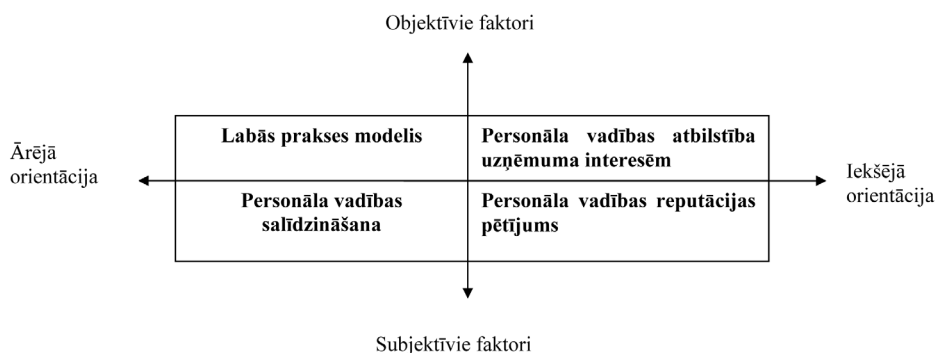
grāmatvedības principus [28, 10]. Tā ir grāmatvedības principu paplašināšana, saskaņojot izmaksas, ieņēmumus un organizācijas datus, lai komunicētu būtisku personāla vadības informāciju finanšu terminos. Lai gan cilvēkkapitāla mērīšana ir guvusi popularitāti, tā tiek arī daudz kritizēta. Norit diskusijas par trīs jautājumiem – vai tiešām cilvēki ir aktīvi; kā izmaksas vajadzētu kapitalizēt un kāda metode ir visatbilstošākā, lai noteiktu darbinieku vērtību. Ņemot vērā šo diskusiju, metode nav pietiekami teorētiski attīstījusies.

Personāla vadības peļņas centrs

Saskaņā ar dažu teorētiķu un praktiķu uzskatiem jaunākā no personāla vadības novērtēšanas metodēm ir personāla vadība kā peļņas centrs [28, 10]. Šī metode pieprasa izmaiņas uzskatos – no uzskata, ka personāla vadības struktūrvienība ir kā izmaksu centrs, kas tikai tērē finanšu līdzekļus, uz uzskatu, ka personāla vadība ir investīcija, kas var sniegt atbalsta ieguldījumu un dažbrīd kalpot kā peļņas centrs. Pieaugot investīcijām personāla vadībā, darbinieku kompetenču attīstībā un personāla vadības programmās pieaug arī organizācijas sniegums. Kā vēl viens peļņas gūšanas veids minams personāla vadības struktūrvienības sniegtie pakalpojumi citām organizācijām.

Personāla vadības līdzsvaroto rādītāju karte

Bekers, Huselids un Ulrihs (*Becker, Huselid, Ulrich*) 2001. gadā izstrādāja personāla vadības līdzsvaroto rādītāju karti. Tā tika radīta ar mērķi vadības praksi veidot saskaņā ar organizācijas mērķiem un novērtējot radīto vērtību un izmaksas. Šī koncepcija veicina praktiķu izpratni par to, kā, piemēram, jauna atalgojuma sistēma un pārdošanas prasmes netieši varētu ietekmēt patērētāju kvalitātes uztveri, servisu un peļņu. Kartes veidošana un lietošana pieprasa gan kvalitatīvus, gan kvantitatīvus rādītājus, lai pieņemtu lēmumus.



3. attēls. Perspektīvu karte personāla vadības lietderības novērtēšanai [11, 59].

Figure 3. A map of perspectives for evaluation of HRM effectiveness

Vairākas no šeit apskatītajām personāla vadības metodēm var saistīt ar personāla vadības lietderību, kas bieži tiek definēta kā pareizo lietu identificēšana un darīšana. Stefans Gibs (*Stefan Gibb*), apkopojot dažādu autoru viedokļus par personāla

vadības novērtēšanu, ir secinājis, ka ar personāla vadības lietderību saistāmas četras metodes un tās var iekļaut vienotā modelī [11, 59]. Modelis apvieno šādas metodes: labās prakses modeļi, personāla vadības atbilstību uzņēmuma interesēm, personāla vadības reputācijas pētījumu un personāla vadības salīdzināšanu. Stefans Gibs šo modeļi izveidojis, aplūkojot personāla vadības lietderību divās dimensijās, no kurām viena ir vērsta uz iekšējiem vai ārējiem standartiem un otra – uz objektīviem vai subjektīviem faktoriem. 3. attēlā redzama perspektīvu karte, kas ļauj novērtēt personāla vadības lietderību.

Metodes, kurās ir koncentrēta uzmanība uz mērķu sasniegšanu un vienlaikus lietderīgu resursu izmantošanu, ir uzskatāmas par metodēm efektivitātes novērtēšanai. Kombinējot metodes – mērķorientēta personāla vadība, galveno rādītāju metode un izmaksu kontrole, iespējams novērtēt dažu personāla vadības funkciju efektivitāti. Viena no visatbilstošākajām personāla vadības efektivitātes novērtēšanas metodēm ir personāla vadības līdzsvaroto vadības karte. Tomēr šīs metodes lietošanas sekmīgumu nosaka vairāki priekšnoteikumi – uzņēmuma augstākās vadības zināšanas un izpratne stratēģiskajā vadīšanā, izstrādāti uzņēmuma mērķi – finanšu, klientu, procesu un personāla perspektīvā, kas izteikti ar etalonrādītājiem, un sistemātiska kvalitatīvo un kvantitatīvo datu uzskaitē un analīzē.

Ņemot vērā, ka Latvijas uzņēmumos personāla vadība mūsdienā izpratnē aizsākusies tikai pagājušā gadsimta 90. gadu sākumā, arī personāla vadības novērtēšana kā funkcija ir pamazām ienākusi personāla speciālistu ikdienā. Nākamajā nodaļā aplūkots, kādas metodes tiek lietotas Latvijas uzņēmumos personāla vadības novērtēšanai.

Latvijā lietotās personāla vadības novērtēšanas metodes

Latvijā nav veikts pētījums par to, kādas ir biežāk lietotās personāla vadības metodes, tāpēc šobrīd par šo tematu dati nav pieejami. Tomēr netiešas norādes par šīm metodēm var gūt, analizējot rakstus presē. Tajos uzņēmumi ir atklājuši datus par personāla vadības procesiem un to izmaksām.

Tā, piemēram, viens no biežāk lietotajiem lielumiem, kas raksturo Latvijas organizāciju personāla vadību, ir personāla mainība. Šo rādītāju biežāk dara sabiedrībai zināmu valsts institūcijas. Piemēram, 2006. gadā Finanšu ministrijā personāla mainība bija 14% [31], Valsts ieņēmumu dienesta struktūrās – arī 14% [21], savukārt 2007. gadā Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienestā – 6,3% [13]. Apkopojošu informāciju par personāla mainības tendencēm civildienestā laikposmā no 1996. līdz 2002. gadam veidojusi Valsts civildienesta iestāde, un sabiedrības pārstāvjiem Valsts civildienesta iestādes mājas lapā ir pieejama informācija, ka šajā laikposmā personāla mainība civildienesta iestādēs bijusi no 6 līdz 10% [34]. Nav zināms, kāpēc Valsts civildienesta iestāde pārstājusi analizēt un arī publicēt datus par personāla mainību civildienestā, tomēr kā pozitīvu tendenci var minēt – 2007. gadā, lai novērtētu ministriju un citu centrālo valsts iestāžu darbību, tika pieņemti Ministru kabineta noteikumi “Noteikumi par ministriju un citu centrālo valsts iestāžu programmu un apakšprogrammu rezultatīvajiem rādītājiem 2007. gadam”, kur vairāku iestāžu viens no darbības rezultatīvajiem rādītājiem bija personāla mainība [3].

Turpretī par personāla mainību privātajos uzņēmumos oficiāla informācija netiek publiskota. Kā uzņēmumu var minēt interviju 2003. gadā, kurā “Latvijas mobila telefons” (LMT) personāla vadības direktore Žozita Beresņeva, stāstot par personāla vadības mainības nozīmi organizācijā, atklājusi, ka LMT 11 gadu darbības laikā personāla mainība ne reizi nav pārsniegusi 5% [19].

Vēl viens rādītājs, kuru daži uzņēmumi piemin preses relizēs un intervijās, ir personāla izmaksas. Presē galvenokārt tiek minētas personāla izmaksu izmaiņas kādā laikposmā. Tā, piemēram, 2008. gadā “GE Money Bank”, sniedzot ziņas Latvijas nacionālajā ziņu aģentūrā LETA [10] par veikto reorganizāciju bankā, min, ka izmaiņu dēļ bankā 2008. gada pirmajā pusē salīdzinājumā ar 2007. gada pirmo pusi personāla izmaksas pieaugušas par 40%, bet, salīdzinot ar 2007. gada beigām, – vidēji par 15%. Savukārt telekomunikāciju aparātūras izstrādāšanas un ražošanas uzņēmums AS “SAF Tehnika” 2007. gadā realizēja kompānijas izmaksu samazināšanas plānu, kura gaitā kopējās personāla izmaksas samazinātas par 22%, bet darbinieku skaits – par 12% [29]. Daži uzņēmumi, sniedzot informāciju par personāla izmaksām, tās izsaka procentuāli no visām uzņēmuma izmaksām. Piemēram, 2006. gadā Bērnu klīniskās universitātes slimnīcas personāla izmaksas bija aptuveni 65 procenti no visām slimnīcas izmaksām gadā [16].

Informāciju par personāla izmaksām sniedz uzņēmumu gada pārskati. Saskaņā ar likuma “Gada pārskatu likums” 13. pantu izmaksas ietver personāla izmaksas (atlīdzība par darbu, pensijas no uzņēmuma līdzekļiem, valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas, pārējās sociālās nodrošināšanas izmaksas) [2]. Savukārt likuma “Konsolidēto gada pārskatu likums” 28. pants nosaka, ka pārskatā jānorāda konsolidācijā iesaistīto sabiedrību darbinieku vidējais skaits pārskata gadā iedalījumā pa kategorijām, ar pārskata gadu saistītās personāla izmaksas [1]. Likumā iekļautajam formulējumam “pārējās sociālās nodrošināšanas izmaksas” nav sniegts skaidrojums, tāpēc šajās izmaksās pēc uzņēmuma vadības ieskatiem var tikt iekļauti dati par mācību, komandējumu, dzīvības un veselības apdrošināšanas u. c. izmaksām. Likums neaizliedz iepriekšminētās izmaksas norādīt atsevišķi pa pozīcijām un atspoguļot administrācijas izdevumus. Ņemot vērā, ka gada pārskatu informācija ir publiski pieejama, uzņēmēji pārskatos iekļauj tikai likumā noteikto informāciju, papildus nepubliskojot personāla izmaksās iekļauto sastāvdaļu atšifrējumu. Tādējādi konkurenti negūst plašu informāciju par uzņēmuma iekšējiem procesiem.

Personāla mainības un personāla izmaksu rādītāji bieži tiek izmantoti kā rezultatīvie rādītāji personāla vadības novērtēšanas metodē – mērķorientēta personāla vadība. Kā pozitīvs piemērs minama Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūras iniciatīva izstrādāt savas darbības stratēģiju 2007.–2010. gadam, nosakot mērķus – samazināt personāla mainību katru gadu par 2%, 2010. gadā sasniedzot 8% [33].

Tomēr, lai novērtētu, cik šie rādītāji ir augsti vai zemi, viens no būtiskiem šķēršļiem ir vienotas metodikas trūkums personāla mainības un personāla izmaksu aprēķināšanai.

Latvijā plaši tiek pielietotas personāla vadības novērtēšanas metodes – darbinieku attieksmes un personāla apmierinātības pētījumi. Šīs metodes tiek izmantotas vidējos un lielos uzņēmumos, kur uzņēmuma vadītājam ikdienā nav tiešas komunikācijas ar darbiniekiem un nav iespēju pārrunāt personāla vadības problēmas. Kā piemērs

minama 2005. gadā uzņēmuma “Lattelekom” mājas lapā publicētā ziņa presei: “ir veikts plašs darbinieku apmierinātības pētījums, kurā tika izzināta darbinieku apmierinātība ar darba vidi, darba apstākļiem un saturu, kā arī noskaidroti darbinieku ieteikumi darba efektivitātes pilnveidošanai. Aptaujā piedalījās 1517 darbinieki (51 % no visiem “Lattelekom” darbiniekiem), un darbinieku vidējais apmierinātības rādītājs ir 4,1 balle (5 ballu skalā)” [32]. Savukārt lai visos svarīgajos jautājumos darbinieku viedokli uzzinātu savlaicīgi, visā plašsaziņas līdzekļu, tirgus un sociālo pētījumu aģentūras TNS tīklā, arī Latvijā, katru gadu tiek veikts darbinieku apmierinātības pētījums *Look Inside*. Pēc šī pētījuma katrā TNS uzņēmumā tiek apspriesti rezultāti un izveidots darbības plāns uzrādīto faktoru risināšanai [15]. Tā kā līdz šim Latvijā vēl nav ticis veikts darbinieku apmierinātības pētījums ar vienotu metodi, kas ļautu uzņēmumiem salīdzināt savus rādītājus ar vidējo nozarē un Latvijā, līdz ar to iegūstot derīgāku informāciju resursu pielietojuma plānošanai, personāla vadības konsultāciju uzņēmums “Eiro personāls” laikposmā no 2007. gada jūlija līdz 2008. gada jūlijam veicis darbinieku apmierinātības pētījumu, kurā aicinājis piedalīties ieinteresētos Latvijas uzņēmumus [22].

Kā vēl viens būtisks personāla vadības novērtējums uzskatāms pētījums par uzņēmuma personāla vadības reputāciju. Par tādu uzskatāms arī Latvijā veiktais pētījums par labāko darba devēju. Tā 2006. gadā TNS veiktajā darba ņēmēju aptaujā par labāko darba devēju tika atzīts uzņēmums “Latvijas mobilais telefons” [17]. Savukārt no 2005. gada laikraksta “Diena” izdevuma “Lietišķā Diena” un “Nords Porter Novelli” ikgadējā veidotajā reputācijas topā ceturto gadu pēc kārtas par līderi ir kļuvusi AS “Hansabanka”, kura tika atzīta arī par labāko darba devēju [25]. Lai godinātu uzņēmīgākos un sociāli atbildīgākos darba devējus un izceltu darba devēju nozīmi, kā arī to ieguldījumu reģionu attīstībā, 2008. gadā Latvijas Darba devēju konfederācija ir aicinājusi vienkopus žūrijas komisijā valsts un pašvaldību atbildīgo institūciju pārstāvjus, nacionālā līmeņa sociālos partnerus, pašvaldību domju vadītājus, reģionālo un nozaru uzņēmēju biedrību vai darba devēju organizāciju pārstāvjus. Komisija par labāko darba devēju 2008. gadā Latgalē atzinusi AS “Daugavpils lokomotīvu remonta rūpnīca” [18].

Par labās personāla vadības prakses paraugiem uzskatāmi uzņēmumi, kuri par augstu personāla vadības sniegumu ir ieguvuši profesionālās asociācijas – Latvijas Personāla vadīšanas asociācijas (LPVA) Gada balvu. Balvas mērķis ir popularizēt personāla vadību un veicināt labvēlīgu konkurētspēju Latvijas uzņēmumos, organizācijās un iestādēs, ieviešot personāla vadības pamatprincipus un kritērijus. 2000. gadā LPVA balvu saņēma AS “Latvijas krājbanka”, 2001. gadā – AS “DATI”, 2002. gadā – SIA “Latvijas mobilais telefons”, 2003. gadā – VAS “Latvijas Valsts meži” un 2004. gadā – SIA “Polar Bek Daugava”, 2008. gadā – AS “Severstal’lat” [24].

Rezumējot rakstā aplūkotās teorētiskās nostādnes un Latvijas uzņēmumos izmantotās personāla vadības novērtēšanas metodes, var secināt, ka Latvijā personāla speciālisti visbiežāk izmanto galveno rādītāju metodi, darbinieku attieksmes un apmierinātības pētījumus, izmaksu monitoringu un personāla vadības reputācijas pētījumus. Savukārt galveno rādītāju metodi, darbinieku attieksmes un apmierinātības pētījumus, izmaksu monitoringu uzņēmumi galvenokārt izmanto iekšējai lietošanai un datus nepublicē plašai sabiedrībai. Lai attīstītu dažādu personāla vadības novērtēšanas lietojumu Latvijā, nepieciešams detalizētāk izpētīt, kādas metodes tiek

lietotas, kādi ir šo metožu lietošanas veicinošie un kavējošie faktori un kādas ir šo metožu lietošanas attīstības perspektīvas Latvijas uzņēmumos.

LITERATŪRA

1. LR likums "Konsolidēto gada pārskatu likums". *Latvijas Vēstnesis*. 2006. g. 8. nov., Nr. 178 (3546).
2. LR likums "Par uzņēmumu gada pārskatiem". *Ziņotājs*. 1992. g. 12. nov., Nr. 44.
3. Ministru kabineta noteikumi Nr. 258 "Noteikumi par ministriju un citu centrālo valsts iestāžu programmu un apakšprogrammu rezultatīvajiem rādītājiem 2007. gadam". *Latvijas Vēstnesis*. 2007. g. 20. apr., Nr. 65 (3641).
4. "SAF Tehnikas" akciju cena šonedēļ nokritusies zem četriem latiem. *LETA*. 2007. g. 20. aug.
5. Bloisi, W. *An Introduction to Human Resource Management*, The McGraw-Hill Companies, 2007. 486 p.
6. Bratton, J., Gold, J. *Human Resource Management: Theory and Practice*, 2003. 430 p.
7. Cascio, W. F., Boudreau, J. W. *Investing in People. Financial Impact of Human Resources Initiatives*, Pearson Education, 2008, 324 p.
8. Compose Your Company to These Performance-Management Benchmarks. *IOMA's Pay for Performance Report*, 1998.
9. Effective HR Measurement Techniques, Society for Human Resource Management, 2001. 171 p.
10. "GE Money Bank" reorganizācijas dēļ strādā ar Ls 1,891 miljona zaudējumiem. *LETA*. 2008. g. 24. jūl.
11. Gibb, S. Evaluating HRM effectiveness: the stereotype connection, *Employee Relations*, Vol. 22. No.1, 2000. 58–75 p.
12. Hannon, J. M., Milkovich, G. T. The effect of human resource reputation signals on share prices: An even study. *Human Resource Management*, Vol. 35 (3), 1996. 405–424 p.
13. IeM norāda uz kritisko situāciju VUGD. *LETA*, 2008. g. 10. jūl.
14. Joo, B., Mclean, G. Best Employer Studies: A Conceptual Model from a Literature Review and a Case Study. *Human Resource Development Review*, Vol. 5, No. 2, 2006. p. 228–257.
15. Kārkliņa, D. Atklāti par darba lietām. *Diena (Karjeras Diena)*, 2007. g. 29. dec.
16. Klišāne-Bērziņa, I., Harmsena, K. Nacionālo bibliotēku uzcelsim. Bet nākamie lasītāji guļ slimnīcā..., *Neatkarīgā Rīta Avīze*, 2004. g. 24. apr.
17. Labākais darba devējs LMT, *Diena*, 2006. g. 16. nov.
18. LDDK labākais darba devējs Latgalē – "Daugavpils lokomotīvu remonta rūpnīca", *LETA*, 2008. g. 3. okt.
19. Lai darbinieki risinātu, nevis radītu problēmas, *Neatkarīgā Avīze (Biznesa Laiks)*, 2003. g. 2. jūl.
20. Mathis, R. L. *Human Resource Management*, South-Western Pub., 2000. 657 p.
21. Neapmierinoša atalgojuma, karjeras iespēju trūkuma un citu iemeslu dēļ darbu VID pērn atstājuši 769 darbinieki, *LETA*, 2007. g. 6. febr.
22. Nestere, L. Algas paaugstinājums nerada ilgu darba produktivitāti, *Neatkarīgā Rīta Avīze Latvijai*, 2007. g. 2. apr.

23. Padomi personāla izmaksu samazināšanā, *Dienas Bizness*, 2008. g. 6. aug.
24. Pasniegs Gada balvu par sasniegumiem personāla vadības jomā, *LETA*, 2008. g. 25. jan.
25. Pētījums: Vislabākā reputācija ir “Hansabankai”, “Laimai” un “Lido”, *LETA*, 2008. g. 6. jūn.
26. Phillips, J. J. Accountability in Human Resource Management, Butterworth Heinemann, 1999. 342 p.
27. Phillips, J. J. Proving the Value of HR: How and Why to Measure ROI, Society for Human Resource Management, 2005. 208 p.
28. Phillips, J. J., Stone, R. D., Phillips, P. P. The Human Resources Scorecard. Measuring the Return on Investment. Butterworth Heinemann, 2001. 518 p.
29. “SAF Tehnikas” akciju cena šonedēļ nokritusies zem četriem latiem, *LETA*, 2007. g. 20. aug.
30. Spoginardi M. Conducting a Human Resources Audit – A Primer, *Employee Relations Law Journal*, Vol. 23, 1997.
31. Vincevs, A. Finanšu ministrijā pussimts vakanču, *Latvijas Avīze*, 2007. g. 12. mar.
32. Darbinieku apmierinātības pētījums palīdzēs pilnveidot “Lattelekom” darbu (pieejams www.wifi.lv/Lattelecom_grupa/preses_telpa/pazinojumi_presei/?lvc_action=news&action=news&object_id=2885)
33. Valsts Sociālās apdrošināšanas aģentūras darbības stratēģija 2007.–2010. gadam (pieejams: www.vsaa.lv/vsaa/content/?cat=8295)
34. http://www.vcp.gov.lv/data/file/Personala_mainiba_1996_2002.pdf
35. Vorončuka, I. *Personāla vadība*, Rīga : Latvijas Universitāte, 1999. 267 lpp.

Summary

At a time when each organization is affected directly or implicitly by the global and national economic fluctuations, an increasing number of organizations are forced to assess the efficiency of their organization and of several management functions. If an organization wants to exist for a long time, it needs to evaluate and improve all management systems, including the system of human resources management.

Researchers on human resources management have developed several methods of evaluating human resources management. The purpose of this paper is to describe these methods and to characterize the advantages and disadvantages of each of them.

After a review of publicly available information on organizations in Latvia, the author has found out that they use such methods of evaluation of human resources management as Management by Objectives, Employee Attitude Surveys, HR Auditing, HR Key Indicators, HR Cost Monitoring, HR Reputation. Only a few of the methods are connected with HRM efficiency; others support effectiveness of human resources management.

Keywords: *human resources management, methods of evaluation, efficiency, effectiveness.*

Kultūras tūristu uzvedība un apmierinātība Latvijā *Behaviour and Satisfaction of Cultural Tourists in Latvia*

Aija van der Steina

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
E-pasts: aijavandersteen@hotmail.com

Ilze Medne

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
E-pasts: ilze.medne@lu.lv

Raksta mērķis – atspoguļot kultūras tūristu uzvedības un apmierinātības līmeņa pētījuma rezultātus un, pamatojoties uz tiem, sniegt ieteikumus kultūras tūristu piesaistei Latvijā.

Šajā rakstā tiek atspoguļoti ārvalstu kultūras tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti. Pētījuma laikā, 2007. gadā, tika veikta tūristu aptauja, iesaistot 989 respondentus. Autoru veiktais lietišķais pētījums liecina, ka, izvēloties Latviju par ceļojuma galamērķi, kultūras faktorus kā noteicošos izvēlē norādījuši 64 % aptaujāto ārvalstu tūristu.

Balstoties uz kultūras faktoru nozīmību ceļojuma galamērķa izvēlē, tūristi tika iedalīti trīs grupās: uz kultūru neorientētie tūristi, kultūrorientētie un īstie kultūras tūristi. Pētījumā noskaidrots, kāda ir ārzemju kultūras tūristu uzvedība Latvijā, vai novērojamas ceļojumu uzvedības un sociodemogrāfisko rādītāju un apmierinātības līmeņa atšķirības starp iedalītajām grupām. Balstoties uz pētījuma rezultātiem, izteikti priekšlikumi Latvijas kā kultūras tūrisma ceļojumu galamērķa tirgvedības aktivitātēm.

Atslēgvārdi: kultūras tūrisms, kultūras tūristi, tūristu uzvedība, patērētāju apmierinātība.

Latvijā pēdējo piecu gadu laikā bija vērojams straujš ienākošā tūrisma pieaugums, sasniedzot pat 23 % pieaugumu gadā (ārvalstu tūristu skaits pieaudzis no 0,54 milj. 1999. gadā līdz 1,65 milj. 2007. gadā) [14]. Galvenie ienākošā tūrisma attīstību veicinošie faktori ir zemo izmaksu lidsabiedrību iesaistīšanās tirgū un iestāšanās Eiropas Savienībā (ES), kas veicinājusi žurnālistu un ārvalstu iedzīvotāju interesi par jauno ES dalībvalsti. 2007. gadā ienākošā tūrisma pieaugums (13 %) ir bijis aptuveni divas reizes mazāks nekā iepriekšējos trīs gados, kas liecina par tirgus piesātinājumu. Šī tendence liek secināt, ka Latvijas tūrisma nozarei vairāk uzmanības ir jāpievērš tieši tirgvedības aktivitātēm, kas vērstas gan uz esošo mērķa tirgu piesaistīšanu, gan jaunu iegūšanu. Tūrisma tirgu nākotne ir atkarīga no tūrisma vietu (*destination*) spējas piedāvāt augstas kvalitātes produktus, kas atbilst starptautisko tūristu mainīgajām vēlmēm, vajadzībām un pieprasījumam. Daudzas valstis, īpaši Centrāleiropā un Austrumeiropā, kultūras tūrisma uzskata par vienu no tūrisma attīstības iespējām,

ņemot vērā ne tikai kultūras tūrisma pieaugošo pieprasījumu Eiropā un pasaulē, bet arī to, ka kultūra un tūrisms ir viens no nacionālās identitātes komponentiem. 2000. gadā Pasaules Tūrisma organizācija (ANO PTO) norādīja, ka kultūras motivācijas stimulē izvēlēties ceļojumu aptuveni 10% starptautisko ceļotāju [13].

Autoru veiktās ārzemju tūristu aptaujas dati liecina, ka 64% no visiem aptaujātajiem ārzemju tūristiem Latvijas kā tūrisma vietas izvēlē svarīgs ir bijis tieši kultūras mantojums. Taču jāatzīst, ka Tūrisma attīstības valsts aģentūrai (TAVA) kā tūrisma vietas mārketinga organizācijai nav atbilstīgas kultūras tūrisma attīstības stratēģijas un līdzšinējā tūrisma attīstība ir notikusi pašplūsmā. Lai nākotnē varētu veiksmīgi apmierināt arī kultūras tūristu vēlmes un vajadzības, vispirms ir jāpārzina šo tūristu ceļošanas uzvedība, demogrāfiskie raksturlielumi un apmierinātības līmenis.

Pētījuma mērķis bija izpētīt kultūras tūristu uzvedību un apmierinātības līmeni Latvijā un, pamatojoties uz gūtajiem rezultātiem, sniegt ieteikumus, lai veiksmīgāk piesaistītu kultūras tūristus.

Mērķa sasniegšanai izvirzītie uzdevumi: raksturot kultūras tūristus un to tipus Latvijā; raksturot tūristu apmierinātības nozīmi tūristu piesaistē; raksturot tūristu apmierinātības novērtēšanas metodes un novērtēt ārzemju kultūras tūristu apmierinātību Latvijā; sniegt priekšlikumus Latvijas kā kultūras tūrisma ceļojuma galamērķa tirgvedības pasākumiem.

Pētījuma metodoloģiskais pamats. Pētījuma pamatā ir autoru veiktā ārzemju tūristu aptauja sadarbībā ar Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūru (TAVA). Tā tika īstenota Latvijā laikposmā no 2007. gada jūlija līdz decembrim. Respondentu izvēlē izmantota nevarbūtiskās izlases tipisko gadījumu metode. Aptauja tika veikta, izmantojot anketas angļu, vācu un krievu valodā, kuras veidoja 28 jautājumi, t. sk. 22 jautājumi ar izvēles variantiem, viens atvērtais jautājums un pieci jautājumi ar Likerta skalu (*Likert scale*).

Tika iegūtas 989 derīgas aptaujas anketas. Anketu apstrādē un datu analīzē izmantota statistikas programma SPSS.

1. Literatūras apskats

1.1. Kultūras tūrisms un kultūras tūristi

Lai arī pēdējos desmit gados daudzi pētnieki ir pievērsušies kultūras tūrisma izpētei, vēl joprojām nav vienota viedokļa par to, kas tiek saprasts ar jēdzienu `kultūras tūrisms` [3, 38]. Kultūras tūrisma definēšanā tiek izmantotas dažādas pieejas: uz tūrisma balstītās (*Mc Intosh, Goeldner, 1990; Zeppel, 1992; Goodrich, 1997 u. c.*), uz motivāciju balstītās (*Silberberg, 1995; Richards, 1996 u. c.*), uz pieredzi jeb pieredzējumu (*experience*) (*Blackwell, 1997; Schweitzer, 1999 u. c.*) un darbību balstītās definīcijas (*Richards, 1996; Goodrich, 1997; Miller, 1997; Jamieson, 1994 u. c.*) [6, 3]. ANO PTO kultūras tūrisma definē šādi: "Kultūras tūrisms ietver tās kultūras aktivitātes un pieredzi (*experiences*), kas piesaista apmeklētājus un uzlabo (*enhance*) viņu apmeklējumu." [13] T. Silberbergs (*Silberberg, 1995*), balstoties uz motivāciju, kultūras tūrisma definē šādi: "...apmeklējumi, ko veic personas, kas nedzīvo tūrisma vietā un kuru motivāciju pilnībā vai daļēji nosaka interese

par šīs kopienas, reģiona, grupas vai institūcijas vēsturisko, mākslas, zinātnes vai dzīvesveida /kultūras mantojuma piedāvājumu” [11, 361].

Ņemot vērā, ka pastāv atšķirīgs kultūras tūrisma definējums, nepastāv vienots viedoklis arī par to, kuri tūristi pieskaitāmi pie kultūras tūristiem. B. Makkerčers (*Mc Kercher*) norāda, ka daudzos pētījumos galvenokārt kultūras tūristu definējums balstās uz darbību (piedalīšanos kultūras aktivitātēs), neņemot vērā ceļošanas motivācijas [7, 30]. G. Ričardss, apkopojot kultūras tūristu uzvedības pētījumus, uzver, ka lielākā daļa līdzšinējo kultūras tūristu raksturojumu galvenokārt ir balstīti uz pētījumiem kultūras/mantojuma piesaistēs (gan objektos, gan pasākumos), pieņemot, ka visi šo kultūras piesaistu apmeklētāji ir kultūras tūristi, turklāt šiem pētījumiem ir bijuši dažādi mērķi [10, 32–35]. Kā norāda B. Makkerčers un du Krosa (*Mc Kercher & du Cros*), šādi pētījumi aplūko kultūras tūrisma tirgu “kā nediferencētu, pieņemot, ka visi kultūras tūrisma piesaistu apmeklētāji ir tūristi, kuru ceļošanas motivācijas pamatā ir kultūras faktori un kuri meklē dziļu pieredzi (*deep experience*)” [8, 46]. T. Silberga, G. Ričardsa un B. Makkerčera pētījumi apliecina, ka ir atšķirības starp tiem tūristiem, kuru tūrisma vietas izvēli nosaka kultūras tūrisma aktivitātes (piesaistes), un tiem tūristiem, kuriem kultūras aktivitātes nav tik nozīmīgas vai vispār neietekmē tūrisma vietas izvēli [11, 361–365; 9; 7, 29–31].

Dažādos kultūras tūristu uzvedības pētījumos ir rodams dažnedažāds kultūras tūristu iedalījums. Piemēram, G. Ričardss kultūras tūristus klasificējis pēc tā, vai kultūras motīvi ir primāri vai sekundāri, iedalot kultūras tūristus “īpašajos” (*specific*) un “parastajos” (*general*) (*Richards*, 1996). Savukārt Makkerčers, pētot tūristus Honkongā, pēc kultūras motīvu nozīmes ceļojuma galamērķa izvēlē un pieredzējuma dziļuma kultūras tūristus iedalījis piecās grupās: mērķtiecīgais (*purposeful*), ievērojamu vietu apmeklētājs (*sightseeing*), nejaušais (*serendipitous*), paviršais (*casual*) un gadījuma (*incidental*) kultūras tūrists [7, 46]. B. Makkerčers arī norāda, ka ikvienā tūrisma vietā kultūras tūristu tipi atšķiras un to ietekmē šādi faktori: tūrisma vietas pozīcija tūrisma tirgū, tūrisma vietas kā kultūras tūrisma galamērķa tēls, kā arī piesaistīto tūristu tips.

1.2. Tūristu kā patērētāju apmierinātības nozīme tūristu piesaistē

Tūristu apmierinātība ir nozīmīga veiksmīgam tūrisma vietas (*destination*) mārketingam, jo tā ietekmē gan galamērķa izvēli, gan tūrisma produktu un pakalpojumu patēriņu, gan lēmumu par atgriešanos tajā.

Sociālpсихologi, mārketinga un patērētāju uzvedības pētnieki pēdējās desmitgadēs ir vispusīgi nodarbojušies ar patērētāju apmierinātības un neapmierinātības pētījumiem. Šo pētījumu rezultātā ir radušās daudzas apmierinātības jēdziena definīcijas, kuras balstās uz pirkuma (*Oliver, Swan*, 1989), pēcpirkuma (*Fornell*, 1992, *Westbrook, Reilly*, 1983, *Churchill, Suprenant*, 1982), patēriņa (*Oliver*, 1992, 1997, *Cadotte, Woodruff, Jenkins*, 1987, *Westbrook*, 1987, *Swan, Trawick, Carroll*, 1980) vai pēcpatēriņa (*Tse, Wilton*, 1988, *Swan, Trawick, Carroll*, 1980) novērtējumu, kas izpaužas pozitīvā, neitrālā vai negatīvā attieksmē pret konkrēto produktu vai pakalpojumu [2, 5–8].

Kaut gan nianses ir dažādas, tās visas pamatos koncentrējas uz vienu galveno aspektu: klientu apmierinātība parāda atbilstību starp subjektīvi gaidāmo un

patiesi piedzīvoto vēlmju un vajadzību apmierinājumu, kuru sniedz produkti vai pakalpojumi.

Nozīmīgi pētījumi ir veikti arī, lai noskaidrotu patērētāju apmierinātības līmeņa ietekmi uz patērētāju turpmāko uzvedību. Visvairāk pētītā patērētāju apmierinātības izpausme ir lojalitāte, kura ietver trīs virzienus: patērētāju veiktos atkārtotos pirkumus, kas attiecas uz konkrēto produktu, papildu pirkumus, kas attiecas uz tā paša piedāvātāja citiem produktiem un produktu tālāk ieteikšanu citiem potenciālajiem patērētājiem (reklāma “no mutes mutē”). Patērētāju apmierinātības un lojalitātes savstarpējā pozitīvā ietekme ir nepārprotami pierādīta dažādu tautsaimniecības nozaru un jomu empīriskajos pētījumos (*Oliver*, 1988, 1989, *Woodruff*, *Cadotte*, *Jenkins*, 1983 u. c.) [4, 29–38], tostarp arī tūrismā (*Braun*, 1993 [1, 306], *Kozak*, *Rimington*, 2000 [5, 260–269]). Tūristi mēdz atkārtoti ierasties vietās, kur saņemtie pakalpojumi un gūtie iespaidi ir radījuši apmierinājumu (atkārtotie pirkumi). Viņi izvēlas atkārtoti tā paša tūroperatora citus produktus, ja ceļojums ir noritējis veiksmīgi (papildu pirkumi). Tūristi pēc atgriešanās no ceļojuma parasti dalās iespaidos ar saviem radiem, draugiem un paziņām – pozitīva ceļojuma pieredze un apmierinātība ar izmantotajiem pakalpojumiem ļoti bieži kalpo par ierosinātāju doties ceļojumā uz vietām, par kurām dzirdētas apmierinātu ceļotāju atsauksmes (tālāk ieteikšana). Tādējādi apmierināts patērētājs tūrismā kļūst arī par uzticamu bezmaksas reklāmas līdzekli gan tūrisma vietām, valstīm un reģioniem, gan konkrētiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem.

2. Pētījuma apraksts un rezultāti

Aptaujā tika iesaistīti 989 ārzemju ceļotāji, kuri patstāvīgi aizpildīja aptaujas anketas. Respondentu iedalījums pa valstīm: 20 % ceļotāju no Vācijas, 11 % – no Lielbritānijas, 6 % – no Zviedrijas, 5 % – no Lietuvas, 5 % – no Igaunijas, 4 % – no Somijas, 4 % – no Krievijas u. c. valstīm.

Balstoties uz iepriekšminēto T. Silberberga kultūras tūrisma definīciju, ceļotāji tika iedalīti trīs grupās: īstie kultūras tūristi, kultūrorientētie un uz kultūru neorientētie tūristi. Iedalījums tika veikts, izmantojot atbildes uz aptaujas jautājumu: cik svarīgs bija kultūras mantojums, izvēloties Latviju par ceļojuma galamērķi?

Pie kultūrorientētu tūristu grupas tika pieskaitīti tie, kuru atbilde bija “diezgan svarīgi (3)”, savukārt pie īsto kultūras tūristu grupas – ja atbildes atradās robežās “svarīgi (4) – ļoti svarīgi (5)”. Savukārt tūristi, kuri deva atbildes “pilnīgi nesvarīgi (1)” – “diezgan mazsvarīgi (2)”, tika pieskaitīti uz kultūru neorientētiem tūristiem.

Iedalījums tikai pēc kultūras faktoru nozīmes, izvēloties ceļojumu galamērķi, neņemot vērā pieredzi (dalību) kultūras tūrisma aktivitātēs, šajā pētījumā ir pilnīgi pietiekams, jo galvenais mērķis ir noskaidrot to kultūras tūristu uzvedību, kurus iespējams piesaistīt tūrisma vietai ar atbilstīgām tirgvedības aktivitātēm.

No visiem aptaujātajiem ceļotājiem īstie kultūras tūristi ir 15 % ($n = 148$), uz kultūru orientētie tūristi veido 48,5 % ($n = 480$), turpretī uz kultūru neorientētie – 17,5 % ($n = 176$), savukārt 19 % ($n = 185$) respondentu atbilde uz iepriekšminēto jautājumu bija “nevaru atbildēt”.

2.1. Tūristu sociodemogrāfiskais un ceļošanas uzvedības raksturojums

G. Ričardss ATLAS pētījumā noskaidrojis, ka kultūras tūrisma aktivitātes piesaista vairāk sievietes, kultūras tūristi ir gados jauni cilvēki, viņi ir izglītotāki, lielākajai daļai šo tūristu ir salīdzinoši lieli ienākumi. Turklāt kultūras tūristi tūrisma vietā pavada ilgāk nekā trīs nakts. Visbiežāk izmantotās naktsmītnes ir viesnīcas (33%) un populāra ir uzturēšanās pie radiem un draugiem (19%). Vairāk nekā puse kultūras tūristu ceļojumu organizē paši, savukārt 1/3 izmantojusi starpniekus transporta un/vai naktsmītnes izvēlē. Lielākā daļa kultūras tūristu ceļo kopā ar partneri vai ģimeni [10, 31–54].

Kā rāda autoru pētījums (1. tab.), kultūras faktori Latvijas kā ceļojuma galamērķa izvēlē ir noteicošie tieši sievietēm.

1. tabula

Table 1

Kultūras tūristu sociodemogrāfiskie rādītāji Latvijā
Sociodemographic characteristics of cultural tourists

	Visi respondenti n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorientētie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Dzimums				
sieviete	47,0	41,0	48,6	50,0
vīrietis	53,0	59,0	51,4	50,0
Vecums				
15–19	4,2	4,8	5,6	3,9
20–25	13,8	19,2	11,2	14,4
26–30	16,7	14,4	22,4	18,3
31–35	14,4	16,2	15,4	13,4
36–40	12,0	11,4	11,9	11,0
41–45	6,4	4,8	2,8	6,9
46–50	7,6	9,0	7,0	5,4
51–55	8,4	7,2	9,1	8,2
56–65	10,7	6,6	9,8	13,4
65+	5,9	6,6	4,9	5,2
Mājsaimniecības ienākumi mēnesī (netto)				
Līdz 500 eiro	9,2	9,2	10,9	10,0
500–1000 eiro	11,9	9,2	10,9	12,9
1000–1500 eiro	13,5	9,9	16,0	14,5
1500–2000 eiro	13,2	12,8	13,4	14,7
2000–2500 eiro	13,2	13,5	14,3	13,4
2500–3000 eiro	8,6	9,2	10,1	6,3
3000–3500 eiro	6,0	5,7	7,6	5,0
3500 eiro <	24,3	30,5	16,8	23,2

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Isto kultūras tūristu vidū puse ir sievietes, kultūras orientēto tūristu vidū 47% ir sievietes, savukārt to tūristu vidū, kuriem kultūras faktori nav svarīgi, sievietes veido tikai 41%. Latvijas kultūras tūristu vecuma profilā nav īpašu atšķirību starp grupām. Attiecībā uz mājāsaimniecību ienākumiem mēnesī Latvijas gadījumā neapstiprinās apgalvojums, ka kultūras tūristi ir ar relatīvi lielākiem ienākumiem. Novērojama tieši pretēja situācija – uz kultūru neorientēto ceļotāju vidū ir lielāki ienākumi (31% ienākumi ir lielāki nekā 3500 eiro).

Pētījums rāda (2. tab.), ka uzturēšanās ilgums Latvijā gan īstajiem kultūras, gan kultūrorientētajiem tūristiem ir augstāks nekā uz kultūru neorientētiem tūristiem. Aptuveni 40% kultūras tūristu uzturas Latvijā 3–4 dienas, savukārt 25% – 5–7 dienas. Minētie rādītāji liecina, ka šīs grupas Latvijas situācijā ir ļoti atraktīvas, jo viens no svarīgiem ekonomiskajiem mērķiem ir palielināt tūristu uzturēšanās ilgumu, tādā veidā palielinot kopējos ienākumus no tūrisma.

Īstie kultūras tūristi un kultūrorientētie tūristi vairāk ceļo pāros (*couple*) vai kopā ar draugiem. Savukārt uz kultūru neorientētie tūristi vairāk ceļo kopā ar draugiem vai individuāli.

2. tabula
Table 2

Kultūras tūristu uzturēšanās ilgums Latvijā un ceļojuma forma
Cultural tourists by length of stay in Latvia and by travel party

	Visi respondenti n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorientētie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Uzturēšanās ilgums				
1 diena	10,8	16,2	10,1	4,8
2 dienas	15,8	23,1	8,8	12,2
3–4 dienas	34,1	23,7	36,5	40,4
5–7 dienas	22,1	19,7	25,7	24,6
8–14 dienas	9,8	7,5	12,8	10,5
14 dienas <	7,4	9,8	6,1	7,4
Ceļo:				
viens	22,0	32,4	14,9	14,8
ar draugiem	31,9	33,5	29,1	36,5
ar partneri	33,3	23,3	41,9	37,5
ģimene ar bērniem	11,3	7,4	13,5	13,5
organizētā tūristu grupā	5,8	6,8	5,4	4,6

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Naktsmītnes un transporta izvēlē īpašas atšķirības starp grupām nav novērojamas.

Pamatmotivācija ceļojumiem (*main purpose*) īstajiem kultūras un kultūrorientētajiem tūristiem īpaši neatšķiras (3. tab.). Gan īsto kultūras tūristu, gan kulturorientēto tūristu galvenais iemesls ir pavadīt atvaļinājumu vai nedēļas nogali (71%). Savukārt tūristiem, kuri nav orientēti uz kultūras tūrismu, galvenā

pamatmotivācija ir atvaļinājuma pavadīšana (30%), darījumu brauciens (24%) un 15% nedēļas nogales pavadīšana.

Plānojot ceļojumu, aptuveni pusei īsto kultūras un kultūrorientēto tūristu bija cita ceļojuma galamērķa alternatīva, kas izskaidrojams ar līdzīgu tūrisma pakalpojumu piedāvājumu Lietuvā un Igaunijai, kā arī citos ceļojuma galamērķos Austrumeiropā. Savukārt visas trīs Baltijas valstis (*trip to the three Baltic States*) apceļo aptuveni 1/3 īsto kultūras un kultūrorientēto tūristu un tikai 1/5 uz kultūru neorientēto tūristu. Šis fakts būtu jāņem vērā, veidojot kopējās Baltijas valstu tirgvedības aktivitātes.

3. tabula
Table 3

**Kultūras tūristu ceļošanas pamatmotivācijas Latvijā
un ceļojuma galamērķa alternatīvas**
Cultural tourists by purpose of trip and destination alternatives

	Visi respondenti n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorien- tētie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Ceļojuma pamatmotivācija				
Atvaļinājuma pavadīšana	46,3	29,5	56,8	55,0
Nedēļas nogale	14,4	15,3	14,9	16,0
Vienas dienas ekskursija	4,6	6,3	0,7	5,4
Darījumu brauciens	14,3	23,9	8,1	6,9
Studiju ceļojums	6,1	6,3	3,4	6,9
Veselības/rehabilitācijas tūrisms (spa)	0,5	1,7	0,7	0,2
Draugu, radu apmeklējums	5,2	8,0	6,8	4,2
Sports	1,3	1,1	1,4	1,0
Iepirkšanās	0,3	0,6	0	0,2
Tranzīts	4,0	2,3	6,1	1,9
Citi	3,1	5,1	1,4	2,3
Vai bija ceļojuma galamērķa alternatīva?				
Jā	43,7	32,2	47,9	48,6
Nē	56,3	67,8	52,1	51,4
Latviju izvēlējās ...				
Kā vienīgo ceļojuma galamērķi	53,9	62,5	52,7	52,5
Ceļojums uz visām trim Baltijas valstīm	23,4	15,9	23,0	26,8
Kā daļa no ceļojuma + Lietuva	7,5	10,2	6,8	6,7
Kā daļa no ceļojuma + Igaunija	8,1	5,1	8,8	8,4
Cits	4,4	6,3	8,8	5,6

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Pieņemot lēmumu doties ceļojumā uz Latviju (4. tab.), svarīgs informācijas avots – reklāma “no mutes mutē” – ir gan īstajiem kultūras (35%), gan kultūrorientētajiem

tūristiem (37%). Uz kultūru neorientētajiem tūristiem reklāmas “no mutes mutē” svarīgums ir zemāks. Nozīmība lēmuma pieņemšanā norāda, ka svarīgi ir sekot kultūras ceļotāju apmierinātības rādītājiem, nodrošinot tūristu vēlmi un vajadzību apmierināšanu. Īsto kultūras un kultūrorientēto tūristu lēmumu pieņemšanā nozīmīga loma ir arī informācijai internetā un tūrisma ceļvežiem.

4. tabula
Table 4

Informācijas avoti, kas ietekmē kultūras tūristu ceļošanas (uz Latviju) lēmumu
Information sources which inspired cultural tourists to take a trip to Latvia

	Visi respondenti n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorientētie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Kas ietekmēja Latvijas izvēli?				
Iepriekšējā vizīte	20,3	21,0	20,9	19,8
Reklāma “no mutes mutē”	30,5	26,7	37,2	35,2
Tūrisma ceļvedis	16,3	8,0	16,2	22,9
Raksts avīzē/žurnālā	6,2	5,1	8,8	6,3
TV/Radio raidījums	3,8	1,7	4,1	5,4
Reklāma avīzēs/ žurnālos	2,0	2,8	2,0	2,1
Latvijas tūrisma reklāma TV	1,8	4,0	2,0	1,5
Informācija internetā	23,6	16,5	27,0	25,8
Tūroperatoru katalogi	6,1	5,7	7,4	6,7
Oficiālā tūrisma informācija	3,0	1,7	2,7	4,0
Viesnīcu bukleti	1,3	0	2,7	1,3
Tūrisma aģentūras ieteikums	2,1	3,4	0,7	2,3
Tūrisma izstādes	1,7	1,7	2,0	1,9
Citi	28,9	36,9	31,1	22,7

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Galvenie kultūras faktori, kas ietekmēja īsto kultūras tūristu izvēli apmeklēt Latviju kā tūrisma vietu, bija Rīga kā kultūras kopums, arhitektūra (Jugendstils, koka arhitektūra – *Art Nouveau, wooden*), muižas un pils un kultūras un etnogrāfiskie pasākumi (4. tab.) Kultūrorientētajiem tūristiem jau mazāk svarīgi bija iepriekšminētie kultūras aspekti. Savukārt, lai arī uz kultūru neorientētie tūristi norādījuši, ka tūrisma vietas izvēlē nav svarīgs kultūras mantojums, tomēr ceļojuma galamērķa izvēli ietekmēja kultūras tūrisma piesaistes. Pētījums rāda, ka tomēr kultūras tūrisma tirgvedības aktivitātes jāveic arī uz tām tūristu grupām, kurām pamatmotivācija nav kultūra, jo arī viņu lēmumu par ceļojuma galamērķa izvēli ietekmē kultūras faktori. Ceļojuma laikā īstie kultūras tūristi un kultūrorientētie tūristi ir aktīvāki un aktīvāk piedalās ne tikai kultūras tūrisma, bet arī cita veida aktivitātēs, piemēram, pastaigās dabā, riteņbraukšanā, dabas baudīšanā, klusuma un miera baudīšanā (5. tab.).

5. tabula

Table 5

**Kultūras faktoru nozīme ceļojumu galamērķa izvēlē un
kultūras tūristu izmantotās aktivitātes Latvijā**

Importance of cultural factors in the choice of Latvia and activities during the trip

	Visi respondenti n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorientē- tie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Kuri kultūras faktori ietekmēja Latvijas kā ceļojuma galamērķa izvēli?				
Pilsēta kā kultūras kopums	58,8	35,2	57,4	77,5
Jugendstila arhitektūra	26,8	15,3	25,0	36,3
Koka arhitektūra	22,0	13,1	16,2	30,8
Pilis, muižas	32,4	18,8	33,1	43,5
Kultūras un etnogrāfiskie pasākumi	17,6	13,1	11,5	25,2
Citi	11,5	14,2	14,2	6,9
Kādās aktivitātēs piedalījās ceļojuma laikā?				
Pilsētas apskates ekskursijas	75,2	59,1	78,4	88,5
Pārgājieni/pastaigas dabā	40,1	31,3	48,0	47,9
Peldēšanās/sauļošanās	21,4	19,9	23,6	24,6
Braucieni ar divriteni	11,6	10,2	12,8	13,1
Slēpošana (ziemā)	1,4	0,6	1,4	1,7
Dabas baudīšana	37,8	25,6	45,3	46,5
Klusuma/miera baudīšana	26,4	20,5	33,8	30,6
Rehabilitācija/labjūte	11,6	10,2	14,9	12,5
Populārāko objektu apmeklējums	45,1	31,8	49,3	58,1
Atpūta ar bērniem	10,2	9,7	10,1	1,9
Vietējā dzīves stila iepazīšana	24,1	23,3	22,3	28,3
Kultūras mantojuma iepazīšana	36,3	20,5	37,8	49,0
Gastronomiskais piedāvājums	41,0	34,7	43,2	49,4
Nakts dzīve/izklaides	24,4	26,1	26,4	25,2
Relaksācija	24,9	23,9	34,5	25,8
Aktīvā atpūta	9,9	14,8	12,2	9,4
Citi	10,0	23,9	6,1	3,5

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Lai gan uz kultūru neorientētiem tūristiem kultūras mantojums nav svarīgs nosacījums tūrisma vietas izvēlē, arī viņi apmeklē kultūras tūrisma piesaistes. Vairāk nekā puse ir piedalījušies pilsētas ekskursijās (*city sightseeing*), 32% apmeklējuši galvenās piesaistes, 23% iepazīnušies ar vietējo iedzīvotāju dzīves stilu un 21% – ar kultūras mantojumu (*cultural heritage*).

Aptuveni 70% īsto kultūras tūristu, 64% kultūrorientēto un 59% uz kultūru neorientēto tūristu Latvijā ieradušie pirmo reizi (6. tab.).

6. tabula

Kultūras tūristu Latvijas apmeklējumu biežums, atgriešanās potenciāls un reklāma “no mutes mutē”

Travelling frequency to Latvia and word of mouth of cultural tourists

	Visi respondenti n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorientētie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Apmeklējumu biežums				
Pirmo reizi	64,4	59,3	63,6	69,5
Atkārtoti (2–4 reizes)	22,6	19,1	27,3	21,0
Atkārtoti (4 un vairāk reizes)	13,0	21,6	9,1	9,5
Vai atgriezīsies Latvijā?				
Jā, noteikti	44,5	45,8	44,0	45,7
Iespējams, ka jā	36,7	33,1	44,0	36,4
Iespējams, ka nē	7,6	9,6	4,3	8,0
Noteikti ne	1,2	3,6	0	0,6
Grūti atbildēt	10,1	7,8	7,8	9,3
Vai ieteiks citiem Latviju kā ceļojuma galamērķi?				
Jā	62,7	50,0	64,3	69,3
Iespējams, ka jā	27,1	29,3	30,8	24,8
Iespējams, ka nē	3,3	7,3	2,8	2,2
Noteikti ne	1,3	3,7	0	0,6
Grūti atbildēt	5,6	9,8	2,1	3,0

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Lielāks pirmreizējo apmeklējumu īpatsvars ir tieši īsto kultūras tūristu vidū, kas norāda uz lielāku atkārtoto apmeklējumu un tālākieieikšanas potenciālu. 94 % kultūras tūristu, 95 % kultūrorientēto un 79 % uz kultūru neorientēto tūristu norādīja, ka noteikti vai iespējams atgriezīsies Latvijā. Gan īsto kultūras, gan kultūrorientēto tūristu vidū ir arī stingrāka tālāk ieteikšanas pozīcija.

2.2. Kultūras tūristu apmierinātība

Pētījumā tika noskaidrots tūristu apmierinātības līmenis, izmantojot Likerta skalu diapazonā no “ļoti neapmierināts” – 1 līdz “ļoti apmierināts” – 5.

Tūristu apmierinātība ar pakalpojumu un cenas atbilstību caurmērā augstāka ir tūristiem ar izteiktāku orientāciju uz kultūras tūrismu (7. tab.).

Arī izvērtējot atsevišķas ceļojuma pazīmes, visapmierinātākie ar pakalpojumu un cenu atbilstību ir kultūras tūristi (vērtējums diapazonā no 3,55 līdz 4,19). To, ka uz kultūru vairāk orientētie tūristi ir tolerantāki attiecībā pret pakalpojumu un cenas atbilstību, var vērtēt kā pozitīvu parādību, jo šo tūristu īpatsvars kopējā tūristu apjomā ir nozīmīgs. Tomēr tūrisma pakalpojumu piedāvātājiem to vajadzētu uztvert kā pagaidu “handikapu”, jo pasaulē tūristu prasīgums attiecībā pret cenas atbilstību pakalpojumu īpašībām, tostarp kvalitātei, pieaug.

7. tabula

Table 7

Tūristu apmierinātība ar pakalpojuma un cenas atbilstību Latvijā*Satisfaction with the price and quality of services in Latvia*

Ceļotāju grupas Ceļojuma pazīmes	Visi tūristi n = 989	Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176	Kultūrorientē- tie tūristi n = 148	Īstie kultūras tūristi n = 480
Naktsmītnes	3,70	3,35	3,73	3,86
Ēdināšana	3,81	3,43	3,7	4,03
Muzeji	3,81	3,16	3,86	3,93
Pasākumi	3,77	3,15	3,79	3,97
Dabas parki	3,99	3,19	4,08	4,19
Aktīvās atpūtas centri	3,67	3,4	3,68	3,80
Preces/suvenīri	3,36	2,81	3,32	3,55
Vidējais apmierinātības līmenis	3,72	3,24	3,73	3,9

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Būtisks aspekts tūristu apmierinātības pētījumos ir tūristu vērtību skalas noskaidrošana, lai pēc apmierinātības līmeņa noteikšanas varētu objektīvi interpretēt iegūtos rezultātus un izvēlēties pareizākās apmierinātības vadīšanas stratēģijas, jo dažādiem tūrisma piedāvājuma/produkta elementiem klienta uztverē var būt atšķirīga nozīme jeb vērtība.

Pētījumā ar Laikerta skalas palīdzību diapazonā no “pilnīgi nesvarīgi” – 1 līdz “ļoti svarīgi” – 5 tika noteikta dažādu ceļojuma pazīmju vērtība un atbilstīgais apmierinātības līmenis (8. tab.).

8. tabula

Table 8

Dažādu ceļojuma pazīmju svarīgums un apmierinātības līmenis ar tiem ceļojuma laikā Latvijā*The importance of and satisfaction level with different aspects of the trip to Latvia*

Ceļotāju grupas Ceļojuma pazīmes	Visi tūristi n = 989		Uz kultūru neorientētie tūristi n = 176		Kultūrorientēti tūristi n = 148		Īstie kultūras tūristi n = 480	
	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.
Naktsmītnes	3,83	3,75	3,42	3,26	3,9	3,83	4,00	3,89
Ēdināšana	3,64	3,83	3,15	3,36	3,69	3,83	3,86	4,01
Sabiedriskais transports	3,34	3,62	2,94	3,08	3,49	3,72	3,42	3,80
Laika apstākļi	3,57	3,50	3,14	3,06	3,57	3,68	3,78	3,80
Pludmale	2,99	3,63	2,38	2,96	3,11	3,83	3,07	3,79
Dabas baudīšana	3,71	3,93	2,8	3,25	3,88	4,08	3,98	4,09
Miera baudīšana	3,53	3,75	2,85	3,17	3,76	4,0	3,68	3,85
Veselīga pārtika	3,81	3,80	3,52	3,22	3,65	3,8	4,01	4,02
Veselības uzlabošana	2,79	3,48	2,62	3,0	2,52	3,55	2,88	3,65

Ceļojuma pazīmes	Ceļotāju grupas		Visi tūristi n = 989		Uz kultūru neorientēti tūristi n = 176		Kultūrorientēti tūristi n = 148		Īstie kultūras tūristi n = 480	
	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.	Svar.	Apm.
Skaistumkopšana	2,16	3,22	2,03	2,86	2,16	3,48	2,19	3,39		
Brīvdienas kopā ar bērniem	2,15	3,12	2,08	2,77	2,04	3,09	2,26	3,39		
Sporta aktivitātes	2,64	3,41	2,32	3,14	2,79	3,52	2,7	3,57		
Velotūrisms	2,60	3,30	1,95	2,83	3,0	3,54	2,71	3,46		
Galveno tūristu piesaistes objektu apmeklēšana	3,80	3,98	2,85	3,24	3,71	3,89	4,18	4,23		
Vietējā dzīves veida iepazīšana	3,62	3,50	3,03	3,08	3,66	3,63	3,87	3,64		
Vietējo tradīciju iepazīšana	3,18	3,38	2,48	3,06	3,15	3,26	3,37	3,51		
Komunikācija ar vietējiem iedzīvotājiem	3,46	3,30	2,97	3,0	3,59	3,4	3,58	3,37		
Kultūras izziņāšana	3,32	3,64	2,36	2,98	3,09	3,68	3,69	3,88		
Izklaide	3,23	3,63	3,07	3,33	3,28	3,63	3,29	3,77		
Iepirkšanās	3,11	3,57	2,92	3,22	3,0	3,54	3,20	3,71		
Drošība	3,88	3,93	3,5	3,58	3,66	3,91	4,13	4,07		

Avots: 2007. gadā autoru veiktie ārzemju tūristu uzvedības un apmierinātības pētījuma rezultāti

Veiktais pētījums parāda, ka Latvijas tūrisma piedāvājumā ir vairākas vājās vietas – ceļojumu pazīmes, kuru nozīmīgumu tūristi vērtē augstāk, nekā sniedzas atbilstīgais apmierinātības līmenis: naksmītnu piedāvājumā, vietējā dzīves veida iepazīšanas iespējās, kā arī komunikācijā ar vietējiem iedzīvotājiem. Pēdējās divas vairāk izteiktas tieši kultūras un kultūrorientētajiem tūristiem, kas norāda uz nepieciešamību veidot tūrisma produktus, kuri dotu iespēju iepazīties ar vietējo dzīvesveidu, komunicējot ar vietējiem iedzīvotājiem. Savukārt naksmītnu piedāvājuma novērtējums pierāda efektīvākas pakalpojumu kvalitātes vadīšanas sistēmas ieviešanas nepieciešamību, kurā centrālo vietu ieņemtu klientu apmierinātības monitorings ar mērķi pilnīgāk apmierināt tūristu vēlmes un vajadzības.

Ceļojuma pazīmju nozīmīguma un tūristu apmierinātības līmeņa savstarpējās attiecības analīzē bieži izmanto regresijas analīzi un t. s. klientu apmierinātības portfeli jeb matricu [12, 119].

Klientu apmierinātības matricā izmanto divas dimensijas:

- atsevišķu piedāvājuma/produkta pazīmju relatīvo nozīmi jeb svarīgumu klienta vērtību skalā,
- tūristu apmierinātības līmeni attiecībā uz tām pašām pakalpojumu pazīmēm.

Apakšējais kreisais segments ietver tās pakalpojumu pazīmes, kuras tūristiem ir vismazāk svarīgas. Šajā segmentā ir pieļaujama zemāka tūristu apmierinātība.

Apakšējais labais segments, tāpat kā iepriekšējais, ietver tūristiem mazāk svarīgās produkta pazīmes, tomēr šeit esošās pazīmes būs saņēmušas augstāku apmierinātības vērtējumu. Šajā segmentā iespējams atrast potenciālu ekonomijai, jo šeit ieguldītās izmaksas ne vienmēr tiek pienācīgi novērtētas.

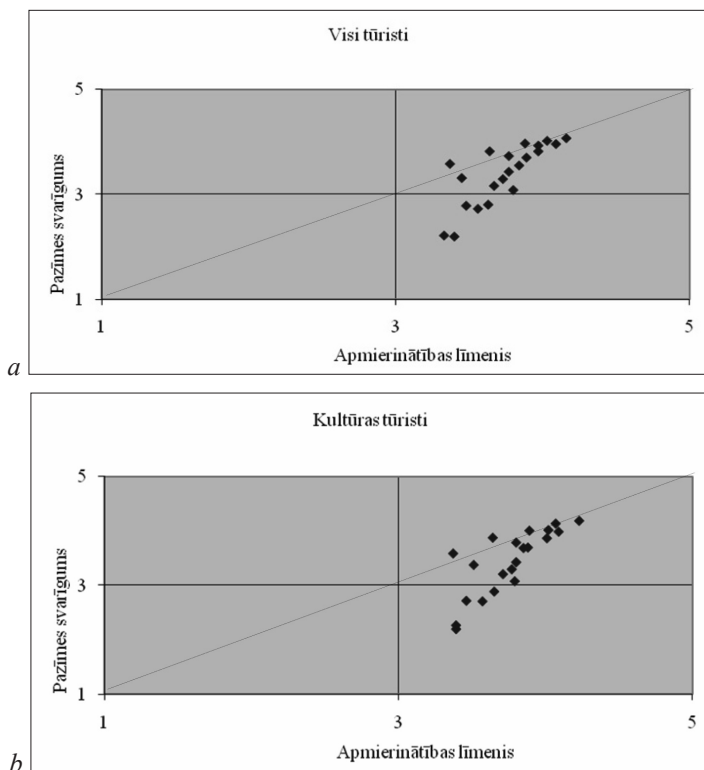
Augšējais kreisais segments ietver tās piedāvājuma/produkta pazīmes, kuru nozīme tūristu apmierinātības nodrošināšanā ir neapšaubāma. Zems apmierinātības līmenis šajā segmentā ir uzskatāms par vājo punktu, kura novēršana ir uzskatāma par stratēģisko prioritāti.

Augšējais labais segments arī ir ar augstu nozīmīgumu tūristu vērtību skalā. Kombinācijā ar augsto apmierinātības līmeni tas parāda produkta stiprās puses, kas var kalpot par konkurences priekšrocībām uzņēmumiem vai tūrisma vietām. Stratēģijā būtu nepieciešams šīs priekšrocības jeb stiprās puses atbalstīt un akcentēt, piedāvājot konkrēto produktu klientiem.

Kopumā ideālam pakalpojumu apmierinātības novērtējumam būtu jāizvietojas zonā no augšējā labā uz apakšējo kreiso stūri.

Attēlojot grafiski iegūtos pētījumu rezultātus, redzams, ka gan ārzemju tūristiem kopumā, gan kultūras tūristiem novērtējums izvietojas labās puses augšējā un apakšējā segmentā, kas ir vērtējams pozitīvi (1. att.).

Rezultātiem ir tendence izvietoties gar novilkto diagonāli, kas atbilst vēlamajam.



1. attēls. Dažādu ceļojuma pazīmju svarīgums un apmierinātības līmenis ar tiem ceļojuma laikā Latvijā (a – visi tūristi, b – kultūras tūristi)

Figure 1. The importance of and satisfaction level with different aspects of the trip to Latvia (a – all tourists, b – cultural tourists)

Kopumā tūristu apmierinātības līmenis Latvijā ir vērtējams kā viduvējs, jo vairumā ceļojuma pazīmju tas svārstās robežās no 3 līdz 4, kas parāda nepieciešamību turpināt pētīt ārzemju ceļotāju vēlmes un vajadzības, kā arī veikt nepieciešamos uzlabojumus piedāvājumā.

Secinājumi un priekšlikumi

Pastāvot dažādiem kultūras tūrisma definējumiem, nav vienotas izpratnes par šo tūrisma veidu un kultūras tūristu uzvedības īpatnībām. Kultūras tūrisma pieaugošā pieprasījuma apstākļos tirgus nepārzināšana sarežģīt ne tikai kultūras tūrisma attīstības, bet arī tirgvedības plānošanu tūrisma vietās.

Pētot kultūras tūristu uzvedību un iedalot kultūras tūristu tipus, neattaisnojās pētījumā izmantotais iedalījums tikai pēc ceļojuma motivācijas, jo kultūras tūristu piesaistes mazāk intensīvi, bet tomēr izmanto arī uz kultūru neorientētie tūristi. Tāpēc turpmākajos kultūras tūristu uzvedības pētījumos ieteicams izvēlēties šādus kritērijus: kultūras faktora nozīme ceļojuma galamērķa izvēlē un dalība ar kultūras tūrisma saistītajās aktivitātēs.

Pētījums parāda, ka Latvijas situācijā īstajiem kultūras tūristiem un kultūrorientētiem tūristiem nav būtiskas atšķirības vecuma struktūrā, naktsmītnes un transporta izvēlē. Šo grupu tūristi ilgāk uzturas tūrisma vietā, aptuveni pusei no tiem ir ceļojuma galamērķa alternatīva, nozīmīgākie informācijas avoti ir reklāma “no mutēs mutē”, internets un ceļveži. Ceļojuma laikā šie tūristi ir aktīvāki ne tikai kultūras tūrisma piesaistu, bet arī citu tūrisma resursu izmantošanā. Kultūras tūristu vidū lielāks īpatsvars ir sievietēm, un šie tūristi pārsvarā ceļo pāros.

Piesaistot īstos kultūras tūristus un uz kultūru orientētos tūristus, kā arī plānojot tūrisma vietas un tūrisma uzņēmumu mārketinga aktivitātes, jāņem vērā šīs tūristu uzvedības īpatnības. Atbilstīgas tirgvedības aktivitātes jāplāno arī attiecībā uz kultūru neorientētiem tūristiem, jo, kā pierāda pētījums, arī šie tūristi izmanto kultūras tūrisma piesaistes un atsevišķi kultūras faktori ietekmē tūrisma vietas izvēli.

Kopumā tūristu apmierinātības līmenis Latvijā ir vērtējams kā viduvējs, bet kultūras tūristiem tas ir nedaudz augstāks. Uz kultūru vairāk orientētie tūristi ir tolerantāki attiecībā pret pakalpojumu un cenas atbilstību. Tomēr tūrisma pakalpojumu piedāvātājiem to vajadzētu uztvert kā pagaidu “handikapu”, jo pasaulē tūristu prasīgums attiecībā pret cenas atbilstību pakalpojumu īpašībām, tostarp kvalitāti, pieaug. Tas parāda nepieciešamību turpināt pētīt ārzemju ceļotāju vēlmes un vajadzības, kā arī veikt nepieciešamos uzlabojumus piedāvājumā.

Šis pilotāžas pētījums apstiprina apgalvojumu par kultūras tūristu uzvedības atšķirībām dažādās tūrisma vietās. Tas nozīmē, ka Latvijā nepieciešami sistemātiski tūristu uzvedības pētījumi, kas identificētu ne tikai kultūras tūristu, bet arī citu tūristu tipu uzvedības specifiskās iezīmes.

LITERATŪRA

1. Braun, O. L. Reiseentscheidung. Hahn H., Kagelmann H. J. (Hg.) *Handbuch der Tourismus psychologie und soziologie*. München, 1993. S. 306.

2. Giese, J. L., Cote, J. A. Defining Consumer Satisfaction Academy of Marketing Research Review, Vol. 01, 1–34.
3. Hughes, H. Culture and tourism: A framework for further analysis. *Managing Leisure*, 7 (3), 2002. 164–175.
4. Kaiser, M. O. *Erfolgsweg Kundenzufriedenheit: Dimensionen und Messmöglichkeiten*. Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2005. S. 29–38.
5. Kozak, M., Rimmington, M. Tourist Satisfaction with Mallorca (Spain) as an Off-season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*. Vol. 38, No. 3, 2000. 260–269.
6. Makkerčers, B., Du Krosa, H. *Kultūras tūrisms*. Rīga : Neputns, 2007. 280 lpp.
7. McKercher, B. Towards a Classification of Cultural Tourists. *International Journal of Tourism Research* 4, 2002. 29–38.
8. McKercher, B., Du Cros, H. Testing a Cultural Tourism Typology. *International Journal of Tourism Research* 5, 2003. 45–58.
9. Richards, G. The scope and significance of cultural tourism. *Cultural Tourism in Europe*. CAB International, Wallingford, 2001. p. 19–46.
10. Richards, G. *Cultural Attractions and European Tourism*. Cambridge, MA, USA : CABI Publishing, 2001, p. 269.
11. Silberberg, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management* 16 (5), 1995. p. 361–365.
12. Schneider, W. Kundenzufriedenheit: Strategie, Messung, Management. Landsberg/Lech: Moderne Industrie, 2000. S. 119.
13. WTO. Tourism 2020 Vision. Volume 7: Global Forecast and Profiles of Market Segments. Madrid, 2001.
14. Pieejams: Tūrisma statistika. www.data.csb.gov.lv (2008. gada 5. jūlijs)

Summary

According to the results of the research, the cultural factors are the most important factors in choosing Latvia as a destination for 64% of all incoming tourists. This study focuses on consumer behaviour research with an aim to better understand the behavior of cultural tourists in Latvia. A research on the behavior of tourists focusing on the motivation of foreign visitors, the resources and services they use in Latvia, as well as their satisfaction level, has been carried out for the first time. Self-completion questionnaires distributed to 989 tourists visiting Latvia 2007 were used in the research. As a result of the research, a profile of behaviour of cultural tourists was made. It helps the Destination Marketing Organizations (DMOs) to choose more effective strategies regarding the destination target market and competition. The results of the research enable to draw conclusions significant for the marketing planning activities.

Keywords: cultural tourism, cultural tourists, tourist behaviour, customer satisfaction.

Valsts parāda vērtspapīru veidi Dienvidamerikā *Types of Government Debt Securities in South America*

Ivars Avotiņš

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Finanšu katedra
Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: *Ivars_@apollo.lv*

Lai noskaidrotu un analizētu konkrēta reģiona ietekmi uz valsts parādu vērtspapīru sistēmu, ir apzinātas vairākas valsts parādu vērtspapīru sistēmas dažādos reģionos. Šajā darbā Latvijas valsts aizņemšanās tiesības pēc mērķa, veida un formas tiek salīdzinātas ar vairākām Dienvidamerikas un pēc ekonomiskā viedokļa ar šo reģionu saistītām valstīm. Lai arī sākotnēji varētu šķist, ka atšķirības ir nozīmīgas, veicot analīzi, gūti secinājumi, ka daudzos aspektos Latvijā ir iespējams pilnveidot valsts parāda vērtspapīru sistēmu, ņemot vērā Dienvidamerikas valstu pieredzi.

Atslēgvārdi: parāda sistēma, parāds, valsts aizņemšanās, vērtspapīri, vērtspapīru veidi.

Valsts aizņemšanās tiesības dažādās pasaules valstīs vienmēr ir bijis aktuāls temats. Neatkarīgi no valstiskā attīstības līmeņa ir daudz iemeslu, kuru dēļ var būt nepieciešams piesaistīt papildu līdzekļus valsts ekonomisko, sociālo vai politisko mērķu sasniegšanai un realizācijai.

Raksta mērķis – izpētīt un analizēt valsts vērtspapīru sistēmas, modeļus un veidus Dienvidamerikas valstīs un, pamatojoties uz pētījumu rezultātiem, sniegt rekomendācijas Latvijas modeļa uzlabošanai un pilnveidošanai.

Mērķa sasniegšanai risināmie uzdevumi – raksturot valsts parāda vērtspapīru struktūru un uzbūvi un, pamatojoties uz secinājumiem, sniegt rekomendācijas Latvijas valsts vērtspapīru sistēmas uzlabošanai.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir starptautisku organizāciju apkopojumi, Dienvidamerikas valstu normatīvie akti, zinātnisko konferenču un semināru materiāli, kā arī dokumentu pētīšana, novērtēšana, dokumentācijas analīzes un autora praktiskā pētījuma rezultāti.

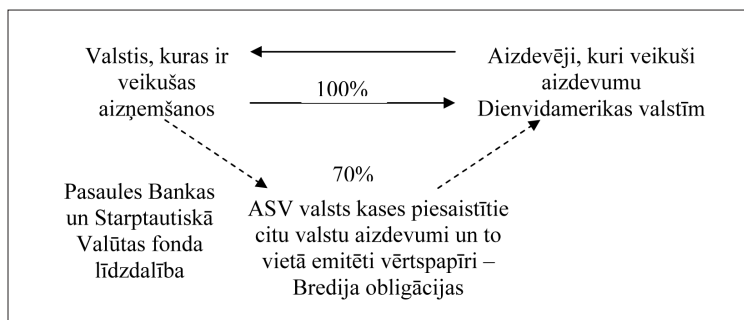
1. Reģionālie parāda vērtspapīri

Lai arī par valsts parāda vērtspapīru attīstītākajiem reģioniem var uzskatīt Ziemeļameriku un Eiropu, tomēr nepieciešamība pēc finanšu līdzekļiem ir vērojama visos kontinentos, un saistībā ar dažādiem ekonomiskajiem cikliem, reģionālajiem faktoriem un cilvēku attieksmes faktoriem tieši ne attīstītāko valstu pieredze var

būt nodēriģa Latvijas ekonomisko un citu mēŗķu realizēšanā, kā arī finanŗu resursu piesaistē. Ņemot vērā, ka ir vērtspapīri, kuru emisijā ir piedalījuŗās vairākas valstis no viena reģiona, tie var tikt klasificēti kā reģionālie parāda vērtspapīri. Vieni no ŗādiem parāda vērtspapīriem ir Bredija obligācijās, kuras nosauktas par godu ASV kādreizējam valsts kases vadītājam Nikolasam Bredijam (*Nicholas Brady*).

ŗi pēc 1982. gada krīzes, kas skāra Dienvidamerikas aizņemtā kapitāla refinansēšanas problēmas, varēja secināt, ka daudzas valstis nespēs atdot savus parādos un sāksies globāla krīze [7]. Lai to novērstu, vairākas valstis sāka mainīt savus aizņemtā kapitāla līdzekļus pret līdzdalību dažādos valsts uzņēmumos, atdodot valstiskas nozīmes uzņēmumus privātīpaŗumā. Taŗu bija arī tādas valstis, kas nevarēja norēķināties ne tikai par pamatsummu, bet arī veikt procentu samaksu. Pēc autora domām, nozīmīgākais iemesls bija saistīts ar parāda vērtspapīru un aizņēmumu būtiskāko atŗķirību – spēju parāda vērtspapīrus pārdot citām personām un grūtībām to izdarīt ar aizņēmumu. Ievērojot vēlmi pirms termiņa atgūt aizdotos līdzekļus, jo īpaŗi pirms krīzes, kad pastāv aizdomas par parāda neatdoŗanu, būtiska ir konkrēto parādu novirŗīšana investoriem, kuriem ir riskantāks investīciju portfelis nekā parastajam aizdevējam. Strukturāli ŗī aizņemŗšanās un tās veidoŗšanās process parādīts 1. attēlā.

Lai arī ir zināmi daudzi gadījumi, kad ir notikusi līdzīga iejauķšanās, tomēr ŗo parāda vērtspapīru veida nozīmīgums ir tieŗi saistīts ar to apmēru, jo Dienvidamerikas valstis, kuras izmantoja attiecīgo vērtspapīru veidu, ir Argentīna, Brazīlija, Kostarika, Dominikāna, Ekvadora, Meksika, Filipīnas un Urugvaja [3]. Tas apliecina, ka gadījumā, ja ir veiksmīgs starpnieķs, kredīts var tikt pārvērstš par parāda vērtspapīru un var tikt sāķta tā otrreizēja tirdzniecība, kaut arī jāpiebilst, ka parasti ŗādu starpniecības pakalpojumu parāda vērtspapīru vērtība tika samazināta par 30 līdz 35 % no sāķtotņējā kredīta vērtības.



1. attēls. Bredija obligāciju aizņemŗšanās sistēma [5]

Figure 1. The system of Brady bonds

Tomēr līdzīgi Bredija obligāciju risinājumam bija iespējama arī alternatīva, proti, nezaudējot 30–35 % no parāda vērtspapīru vērtības, kas tika nodroŗināts, pagarinot parāda vērtspapīru atmaksas termiņu. ASV valdībai iesaistoties, tika emitētas HH sērijās 30 gadu parādzīmes, kurām bija droŗas institūcijas – ASV valsts kases – garantija, ka aizdotā nauda tiks atmaksāta, taŗu tas netiks veikts sāķtotņēji noteiktajā

termiņā. Tādā veidā, vienlaikus nodrošinot garantiju un pagarinot atmaksas termiņu, tika mēģināts kļiedēt šaubas un uztraukumu par naudas neatgūšanu.

Ir vairākas valstis, kurās valdība nav vienīgā, kas emitē valsts parāda vērtspapīrus, jo emisiju var veikt valsts centrālā banka. Turklāt vairākās valstīs šīs emisijas tiek veiktas ar mērķi tikai attīstīt finanšu tirgu un radīt vērtspapīrus, kurus vēlāk būtu iespējams izmantot valsts monetārās politikas mērķu sasniegšanā un realizācijā. Vairākās Dienvidamerikas valstīs ir bijušas situācijas, kad valdība ir emitējusi parāda vērtspapīrus, bet centrālajai bankai mērķu sasniegšanai ir bijusi nepieciešamība veikt papildu emisijas. Lai arī šādas situācijas ir bijušas, tomēr tiek uzskatīts, ka šādas emisijas parasti samazina viena emitenta (valsts vai centrālās bankas) emitēto vērtspapīru vērtību un likviditāti. Lai nebūtu iespējama šāda likviditātes nenodrošināšana, valdībai vajadzētu efektīvāk sadarboties ar centrālo banku un nodalīt tikai iegūtās naudas apkalpošanu, kaut arī tas daļēji samazinātu šo divu tirgus dalībnieku nošķirtību vienam no otra. Ņemot vērā, ka valstis ir dažādas, 1. tabulā ir atspoguļoti valstu centrālo banku parāda vērtspapīru veidi un to termiņi.

1. tabula

Table 1

Valstu centrālo banku parāda vērtspapīri un to procentuālais īstermiņa un ilgtermiņa iedalījums [2, 5]

Debt bonds issued by national central banks and their classification according to maturity date

Valsts nosaukums	Termiņa amplitūda	Īstermiņa vērtspapīru procentuālais apjoms
Argentīna	Līdz 18 mēnešiem	100
Brazīlija	91 diena	100
Čīle	No 30 dienām līdz 20 gadiem	37
Peru	No 18 nedēļām līdz 1 gadam	100
Venecuēla	Līdz 1 gadam	100

No attēlā redzamās tabulas var secināt, ka tikai Čīle izmanto ilgtermiņa valsts parāda vērtspapīrus, savukārt Argentīnā tas ir iespējams, bet netiek īstenots.

2. Valsts parāda vērtspapīri Argentīnā, Brazīlijā, Peru un Meksikā

Argentīnā nozīmīgs ir parāda vērtspapīru mērķis, tā emitents un iemesls, kāpēc šāds vērtspapīrs ir nepieciešams, kā arī rezultāts. Argentīnā valsts parāds radās lielākoties saistībā ar valsts pasūtījumu, sociālo sistēmu, eksporta, reģionālo pašvaldību un darbaspēka kompensāciju prasībām, kuras vajadzēja segt no valsts budžeta, taču tajā trūka līdzekļu.

Standartizēti Argentīnā ir divi ilgtermiņa obligāciju paveidi, kas tiek iedalīti pēc valūtas, proti, ASV dolāros un vietējā valūtā. Regulāri tiek veiktas visu termiņu vērtspapīru emisijas ar mērķi refinansēt valsts parādu un nodrošināt budžeta deficīta segšanu, jo valstiski ir nozīmīgi garantēt bezdeficīta budžetu, īstenojot deficīta pakāpenisku dzēšanu [4].

Emitējot ilgtermiņa obligācijas ASV dolāros un nacionālajā valūtā, emitents var būt Buenosairesas autonomija, turklāt noteikumi ir līdzīgi Latvijā emitētajām obligācijām. Liela daļa obligāciju tika emitētas 1991. gadā, veicot parāda restrukturizāciju, kā arī dažu institūciju pārņemšanai no privātiem uzņēmējiem un likvidējamo institūciju vienreizējām, bet lielām kompensācijām.

Konkrētu nosacījumu gadījumā provincēm ir tiesības emitēt 10 gadu obligācijas ar noteiktu attīstības mērķi un atmaksas skaidru pamatojumu. Līdztekus arī reģionālajām valdībām ir noteikti fondi, kas veicina līdzvērtīgu attīstību valstiskā līmenī un kuri pēc rūpīgas izvērtēšanas un pamatojuma var veikt parāda vērtspapīru emisiju valsts vārdā.

Brazīlijā nesen ir notikušas pārmaiņas, jo agrāk naudu valstij sākotnējā tirgū varēja aizdot tikai bankas un citi nozīmīgu finanšu resursu īpašnieki vai pārvaldītāji. Katra banka varēja izteikt piecus piedāvājumus, katru par noteiktu cenu un noteiktā apjomā. Izsoļu organizētāji arī noteica zemāko cenu, par kādu vērtspapīri vēl tiek pārdoti. Pēdējā laikā tiek attīstīta jauna sistēma, kura iepriekšējos uzskatus ir mainījusi. Valdība ir sapratusi, ka valsts pārvaldē ir nozīmīgi iesaistīt privātpersonas, un, lai to veicinātu, tiek radīta jauna programma *Tesouro Direto*. Šīs programmas darbības gaitā valsts parāda vērtspapīrus var tiešā veidā iegādāties katrs pilsonis, atverot sev kontu valsts kasē [1, 77]. Sistēma savu pirmo emisijas darījumu veica 2005. gada janvārī, un kopš tā laika valsts vērtspapīri ir arvien izplatītāki un populārāki.

Līdz 1992. gadam Brazīlija centās piesaistīt dažādus resursus un tika izdomāti dažādi parāda vērtspapīru veidi, kurus piedāvāja tirgum. Laikposmā no 1992. līdz 1998. gadam tika veiktas Bredija obligāciju emisijas, kuras līdz tam dažādos vērtspapīrus apvienoja līdzīgos, kā arī daļa tika atpirkti. Kaut gan tika veikti iepriekšminētie pasākumi, šobrīd Brazīlijā ir vērojama valsts parāda palielināšanās.

Mūsdienās ir sastopamas tikai Brazīlijas investīciju obligācijas, kuras nav lielā skaitā, kā arī valsts parāda vērtspapīri un obligācijas [9]. Brazīlija ir valsts, kas veikusi ļoti veiksmīgu ārējā parāda pārstrukturizēšanu, turklāt lielākā daļa valsts parāda vērtspapīru tiek turēti iekšzemē, ko veic daudzas privātpersonas.

Salīdzinājumā ar citām Dienvidamerikas valstīm Peru valsts parāda vērtspapīri vairs nav sastopami. Lai arī 2002. gadā Peru ārējais parāds bija sasniedzis vairāk nekā 17% no iekšzemes patēriņa, tomēr tika veikta reforma, kuras rezultātā salīdzinoši īsā laikposmā pakāpeniski ārējais parāds tika samazināts, jo tika uzskatīts par nevēlamu valstiskajai attīstībai – bija jāmaksā ne tikai pamatsumma, bet arī procenti. Tajā pašā laikā joprojām pastāv valsts kases obligācijas, kuras ir iespējams emitēt, ja rodas nepieciešamība. Peru mērķis valsts parāda vērtspapīru emisijām vienmēr ir bijis budžeta deficīta finansēšana.

Daudzviet Meksika tiek pieskaitīta pie Dienvidamerikas valstīm, ievērojot valodas un iedzīvotāju īpatnības. Meksika ir valsts ar ne tik spēcīgu ekonomiku, kura bieži tiek uzskatīta nevis par attīstības valsti, bet par trešās pasaules valsti. Valsts vērtspapīru tirgu ir ietekmējusi gan vēsture, gan valsts attīstība kopumā. Līdzīgi kā daudzas citas valstis, arī Meksika izmanto finanšu resursu aizņemšanās iespējas ārvalstīs, taču valstij diezgan bieži ir izsmeltas visas aizņemšanās iespējas, turklāt aizņemtā nauda ir iztērēta, tāpēc atkārtoti rodas nepieciešamība pēc jauniem finanšu

resursiem. Ir bijuši gadījumi, kad, nespējot segt regulārās saistības, tiek emitēti jauni vērtspapīri, un iznākumā valsts kļūst maksātnespējīga.

Jau pagājušā gadsimta 70. gados Meksika, balstoties uz savām naftas rezervēm, palielināja valsts parādu, un jau 1980. gadā radās nepieciešamība parādu pārstrukturizēt, kas atkārtojās 1982. gadā. Tas arī tika darīts, un daļa no parāda tika norakstīta, savukārt daļa tika pagarināta uz augstiem procentiem.

Neraugoties uz dažādiem centieniem stabilizēt ekonomiku, laikposmā no 1994. līdz 1995. gadam notika dramatiskākā krīze valsts vēsturē – “Tekilas krīze” [6]. Krīzes galvenais iemesls bija Meksikas peso (MXN) piesaiste ASV dolāram ar pārvērtētu valūtas kursu. Izsīkstošās ārvalstu rezerves un tekošā konta deficīts izraisīja strauju MXN vērtības samazinājumu ļoti īsā laikā, kā dēļ valsts vairs nevarēja atmaksāt iepriekš iegūto lielo ASV dolāru parādu. Iznākumā tika izveidots mainīgais valūtas kurss, daļēji sabalansēta makroekonomiskā politika, un šajā gadījumā tika norakstīti kārtējie aizņēmumi, kā arī Starptautiskais Valūtas fonds un ASV piešķīra jaunus aizdevumus.

Kādu laiku pēc krīzēm Meksikā vērtspapīri tika emitēti tikai ar mērķi segt līdzšinējā parāda refinansēšanu un valsts budžeta nepieciešamībām. Kongress noteica un joprojām nosaka apjomu, kādā procentuālajā daudzumā no iekšzemes kopprodukta drīkst veikt aizņēmuma palielinājumu. Tagad Meksikā ir pieejami vairāku veidu valsts parāda vērtspapīri.

Vērtspapīru veidi, kas tiek tirgoti Meksikā kopš 1995. gada

- Īstermiņa parādzīmes – vērtspapīrs ar termiņu līdz vienam gadam, kas tiek pārdots ar diskontu un kura mērķis ir tikai valsts parāda finansēšana vai refinansēšana.
- Vidēja termiņa un ilgtermiņa obligācijas ar līdzvērtīgu mērķi kā citām reģiona valstīm – to uzdevums ir valsts budžeta deficīta segšana un valsts esošā parāda refinansēšana.
- Ar patērētāju cenu indeksu saistīti valsts parāda vērtspapīri, jo pēc “Tekilas krīzes” vairs nebija tik vienkārši veikt emisiju vienīgi par noteiktu kupona likmi.
- 1996. gada 30. maijā tika radītas jauna veida obligācijas UDIBONO un jauna vienība UDI (nauda, ierēķinot inflāciju). Tika pieņemts, ka 1995. gada 1. janvārī 1UDI = 1MXN. Tas tika darīts ar mērķi pagarināt vērtspapīru atpirkšanu un samazināt procentu izmaksas par parāda vērtspapīriem. Šos vērtspapīrus fiziskas personas var iegādāties tikai attālināti, izmantojot banku vai brokeru sabiedrību pakalpojumus. Kopš 2006. gada šos vērtspapīrus emitē ar atmaksas termiņu 20 un 30 gadi, kas ir nozīmīgi Meksikas ekonomikai.
- Viens no valsts veidiem piesaistīt investorus bija emitēt Bondes182 vērtspapīrus ar pamatdomu izmaksāt kuponu pēc katrām 182 dienām. Termiņš var būt 182 dienas reiz jebkurš skaitlis. Vērtspapīri ir saistīti ar mainīgo procentu likmi tirgū un inflāciju. Ja noteiktajā periodā sešu mēnešu mainīgā procentu likme ir lielāka par inflāciju, tad izmaksā šo kupona likmi,

bet, ja mazāka, tad izmaksā inflācijas apjomu. Šis vērtspapīrs ir nozīmīgs finanšu līdzeklis ekonomikā, jo valsts ir ieinteresēta sekot līdzi inflācijai un procentu likmēm tirgū – ja rodas krīze, valsts cieš vienus no lielākajiem zaudējumiem.

Apzinot iepriekš aprakstīto, var salīdzināt, kurās valstīs un kādiem mērķiem tiek izmantoti valsts parāda vērtspapīri, kas ir atspoguļots autora apkopotā 2. tabulā.

2. tabula
Table 2

Mērķi, kādiem emitē valsts parāda vērtspapīrus
Goals of issuance of government debt securities

	Latvija	Argentīna	Brazīlija	Čīle	Meksika
Tiek emitēti valsts parāda vērtspapīri	+	+	+	+	+
Valsts parāda vērtspapīri pilda budžeta deficīta segšanas funkciju	+	+	+	-	+
Īpašas valsts parādzīmes rezidentiem	-	-	-	-	-
Valsts parāda vērtspapīri pilda ārvalstu rezervju funkciju	-	+	+	+	-
Kopā “+”	2	3	3	2	2
Kopā “-”	2	1	1	2	2

Lai arī valsts parāda vērtspapīri ir nozīmīgs finanšu instruments gan fiskālās, gan monetārās politikas realizācijā, tomēr var secināt, ka Latvijā tiek izmantots ierobežots valsts parāda vērtspapīru skaits ar ierobežotiem mērķiem, taču arī analizētajās Dienvidamerikas valstīs valsts parāda vērtspapīri varētu tikt izmantoti efektīvāk.

3. Latvijā izmantojamā Dienvidamerikas valstu pieredze

Līdzīgi kā Latvijā, arī Dienvidamerikā ir maza pieredze iedzīvotāju finanšu stabilitātes nodrošināšanā, jo ir ierobežots skaits valstu, kurās tiek piedāvāts iegādāties vērtspapīrus, kuru maksājums ir saistīts ar patērētāju cenu indeksu. Tas parāda, ka cilvēki, iespējams, nav ieinteresēti vai arī valstis nevēlas stabilizēt inflāciju, piedāvājot investīciju veidus, kuros naudas ieguldījumi un uzkrātie procenti tiktu koriģēti ar inflācijas indeksu.

Vairākās valstīs ir sastopamas investīciju vai cita veida aģentūras, kuras veicina valsts ekonomiku un kurām ir tiesības emitēt vai izvirzīt parāda vērtspapīru emisijas ar mērķi ieguldīt šo naudu valstiska vai reģionāla mēroga projektos, kas ir nepieciešami attīstībai. Saistībā ar Eiropas Savienības fondu līdzekļu ieplūdi Latvijā var secināt, ka pagaidām šāds naudas piesaistes veids nav aktuāls, bet, mainoties ekonomiskajai vai ģeopolitiskai situācijai, tas var būt nepieciešams.

Izvērtējot reģionālo valdību parādu rašanās veidus un mērķus, var secināt, ka Latvijā ir noteikta veida kredīti valsts uzņēmumiem un pašvaldībām, kuri netiek klasificēti kā valsts parādi, bet kuru būtība atbilst valsts investīciju mērķu realizēšanai. Lai arī valsts parāds Latvijā nav liels, tomēr, vērtējot to uz vienu iedzīvotāju saskaņā

ar autora apkopoto 3. tabulu, var secināt, ka tas varēja būt mazāks. Līdzīgi var vērtēt valsts parāda pieaugumu laikposmā no 1996. līdz 2005. gadam un secināt, ka gan Latvija, gan Dienvidamerikas valstis savas parādsaistības ir attīstījušas tieši pēdējos gados, turklāt ekonomiskās izaugsmes apstākļos. No tā izriet, ka ir diezgan daudz līdzību un maz atšķirību starp Latviju un apskatīto valstu grupu, lai gan ģeogrāfiskais izvietojums ir ļoti atšķirīgs.

Lai arī pasaules līmenī efektīvākās sistēmas vienmēr ir bijušas tās, kuras ir mainījušās līdzī laikam, tomēr var secināt, ka Latvijas valsts parāda vērtspapīru sistēma ir piedzīvojusi attīstību tikai pagājušā gadsimta 90. gados, bet kopš tā laika ir notikusi vienīgi tās funkcionēšana un uzturēšana. Līdzīgi tas ir arī vairākās citās Dienvidamerikas valstīs, bet nozīmīgi būtu attīstīt un pilnveidot šo sistēmu kā no ieguldītāju piesaistes, tā vērtspapīru veidu un mērķu daudzveidības viedokļa.

3. tabula

Table 3

Atlikušais valsts parāds (biljonos ASV dolāru) un iedzīvotāju skaits miljonos [8]

Remaining government debt (in billions of USD) and population in millions

	Parāds uz vienu iedzīvotāju 2005	Iedzīvotāju skaits	1993	1996	1999	2002	2005
Argentīna	1693	41	18,20	42,0	64,20	79,50	69,40
Brazīlija	328	192	1,0	45,8	47,0	54,0	62,9
Čīle	219	16	0,3	0,0	0,5	2,0	3,5
Kolumbija	291	45	0,4	1,9	5,6	10,7	13,1
Kostarika	525	4	0,6	0,6	0,9	1,6	2,1
Dominikāna	44	9	0,0	0,5	0,5	1,0	0,4
Ekvadora	300	14	0,0	6,0	6,2	4,0	4,2
Meksika	461	103	36,1	50,5	59,9	50,9	47,5
Trinidāda un Tobāgo	700	1	0,3	0,3	0,6	0,7	0,7
Urugvaja	1700	3	1,1	1,50	2,3	3,9	5,1
Venecuēla	792	26	17,4	17,1	15,2	14,4	20,6
Latvija	950	2	x	0,7	0,4	1,3	1,9

Aplūkojot 3. tabulu, var secināt, ka Latvijai ir trešais lielākais parāds uz vienu iedzīvotāju. Tiek uzskatīts, ka, salīdzinot ar Eiropas Savienību un Ziemeļameriku, Latvijai ir ļoti mazs parāds, bet kritēriji parāda piešķiršanai var būt dažādi un iedzīvotāju skaits parasti nav nozīmīgākais, jo svarīga ir to maksāspēja un iekšzemes kopprodukts. Var secināt, ka nākamo gadu laikā Latvijai tiks aizdoti lieli finanšu resursi, lai arī pagaidām to efektīva izmantošana nav iespējama sakarā ar struktūrfondu investīcijām nozīmīgākajos projektos. Turklāt būtu efektīvi aizņemties ilgtermiņa projektu realizēšanai, lai ilgtermiņā varētu atpelnīt ieguldījumus. Vienlaikus nozīmīgi būtu iepriekš atrast projektus, kuros ir nepieciešamība investēt.

Pagaidām būtisks ir fakts, ka Latvijā aizņēmumu veic Valsts kase, sadarbojoties ar Finanšu ministriju, un šī sistēma, pēc autora domām, nebūtu jāmaina.

Secinājumi un priekšlikumi

- Ikvienai no valstīm, kuru valsts parāda vērtspapīri tika apskatīti, ir noteikta saistība ar starptautiskām organizācijām, un parāda tirgus ir saskaņots tieši ar tām. Līdzīgi var secināt, ka pagājušā gadsimta 80. gados ir piedzīvota reģionālā krīze, kuras seku mazināšanā ir piedalījušās starptautiskas organizācijas un citu valstu valdības. Gandrīz katrai Dienvidamerikas valstu valdībai ir izstrādāts Pasaules Bankas dokuments, kurā ir apkopots, kādi var būt vērtspapīri un kādā veidā tiek veikti citi valsts pārvaldes nosacījumi. Latvijā pagaidām ir bijusi pietiekami stabila situācija, lai nebūtu nepieciešamības pēc šādas iejaukšanās.
- Lai arī Brazīlija un Latvija ir būtiski atšķirīgas, tomēr abās valstīs ir nozīmīgi iesaistīt privātpersonas valsts vērtspapīru iegādē un veidot sadarbību ar tām. Latvijā tas ir kļuvis aktuāls saistībā ar aizņemtā kapitāla trūkumu ekonomikā. To var darīt vairākos veidos, un viens no tiem, ņemot vērā Brazīlijas pieredzi, ir izveidot valstiska līmeņa vērtspapīru depozitāriju, ar kura starpniecību mājtsaimniecības varētu iegādāties valsts parāda vērtspapīrus, pēc tam saņemot atpakaļ ieguldījuma summu kopā ar procentiem.
- Izvērtējot parāda rašanās teorētiskos aspektus, var secināt, ka liela apjoma parāda piesaistei ir daudz efektīvāk emitēt vērtspapīru un nepiesaistīt aizņēmumus. Vērtspapīru emisijā parasti savus piedāvājumus iesūta vairāki pretendenti, ja tās mērķis un procentu likmes ir pieņemamas. Savukārt kredītu izsniedz tikai viena persona, atsevišķos gadījumos organizējot sindicēto kredītu, apkopojot vairāku aizdevēju līdzekļus.
- Bredija obligāciju nepieciešamību Dienvidamerikas valstīs var skaidrot ar to, ka nav vēlams pārāk liels valsts kredīta apjoms, kuru būtu grūti nodot citām personām. Parasti, ja ir kredīts un tas tiek nodots kā ķīla, var pastāvēt kā operacionālais, tā krāpnieciskais un maksātnespējas risks. Lai novērstu šīs grūtības, ir pamats uzskatīt, ka tika radīti valsts parāda vērtspapīri un iespēja tos tirgot ir viena no nozīmīgākajām aizņemtā un aizdotā kapitāla tirdzniecības iespējām. Latvijā ir veiksmīgi veiktas parāda vērtspapīru emisijas, kā dēļ nav problēmu, kas varētu būt saistītas ar parāda tirdzniecību otrreizējā tirgū.

LITERATŪRA

1. The World Bank. Payments and securities clearance and settlement systems in Brazil, 2004. 77 p.
2. Hawkins, J. Central bank securities and government debt, 2004. 5 p.
3. Pieejams: http://en.wikipedia.org/wiki/Brady_Bonds. (2008. g. 12. okt.)
4. Pieejams: <http://gmm.mecon.gov.ar/pdf/metod-arg-ing.pdf>. (2008. g. 3. okt.)
5. Pieejams: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/eb/BradyBondFig.png>. (2008. g. 8. okt.)
6. Pieejams: <http://www.bank.lv/lat/print/?66963> (2008. g. 22. sept.)

7. Pieejams: <http://www.emta.org/emarkets/emarketsmainframe.html>. (2008. g. 5. okt.)
8. Pieejams: http://www.iadb.org/res/ipes/2007/charts/tb5_2.cfm (2008. g. 7. okt.)
9. Pieejams: www.tesouro.fazenda.gov.br/english/public_debt/downloads/Special_External_Debt_Operations.pdf. (2008. g. 11. sept.)

Summary

Analysis of government debt securities, their structure and models of financing in different countries all over the world has always been important. Such research process is very comprehensive, and this publication gives an insight into the government debt securities of the countries located in South America.

Keywords: *debt, government loans, securities, system of loans, types of securities.*

Stratēģiskās plānošanas satura izmaiņas mūsdienu pārmaiņu apstākļos

Content Changes in Strategic Planning in Contemporary Conditions of Change

Raja Kočanova

Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: raja.kocanova@latvenergo.lv

Mūsdienu laikmets radījis jaunus priekšnoteikumus ekonomikai. Jaunā ekonomika balstās uz zināšanām un modernajām tehnoloģijām, kas ļauj uzņēmējdarbībai noritēt kibertelpā. Pateicoties jaunajām tehnoloģijām, tiek nojauktas politiskās barjeras, uzņēmējdarbībā tiek iesaistīti jauni dalībnieki, radikāli mainās konkurences apstākļi. Tiek izdalīti 10 faktori, kas būtiski ietekmē saimniekošanu un tiek virzīti uz to, ka mainās stratēģiskā plānošana saimnieciskām sistēmām/organizācijām. Visā plānošanas sistēmā iekļaujas jauns elements – korporatīvā sociālā atbildība (KSA). KSA pasaulē tiek izmantota, lai izvairītos no nekomerciāliem riskiem, panāktu plašāku pieeju investīciju resursiem un nodrošinātu ilgtspējīgu attīstību ekoloģiskajā, ekonomiskajā un sociālajā jomā. KSA jautājumi ir kļuvuši tik aktuāli, ka pārsniedz korporatīvā līmeņa robežas. Pašreiz gandrīz visās attīstītajās valstīs KSA jautājumi tiek risināti augstā valstu līmenī, savukārt valdību līmenī tiek izstrādātas stratēģijas un to realizācijas pasākumi. Autore aplūkojusi KSA aktivitātes attīstītajās Eiropas un Amerikas valstīs, pētījusi, kā izplatās KSA idejas Latvijas apstākļos, un analizējusi valsts aktīva atbalsta nepieciešamību KSA ideju izpratnei un attīstībai.

Atslēgvārdi: stratēģiskā plānošana, korporatīvā vadīšana, korporatīvā sociālā atbildība, ieinteresētās puses, konkurences apstākļi, sociālā un ekoloģiskā drošība.

21. gadsimts tiek raksturots ar izteiktu pārmaiņu situāciju. Notiek darba satura dažādas pārmaiņas, un uzņēmumiem jābūt gataviem strādāt tā, lai izmantotu situāciju savā labā – jāmainās līdzī laimam. Šādos apstākļos izdzīvos pārmaiņu līderi. Jaunais laikmets radījis arī jaunus priekšnoteikumus ekonomikai. Tā balstās uz zināšanām un modernajām tehnoloģijām, kas kļuvušas par pamatu visai mūsdienu sabiedrībai. Jaunā uzņēmējdarbība notiek kibertelpā, un šī telpa ir elektronisks starpnieks, kurš nav saistīts ar ģeogrāfisko tirgu. Šādos apstākļos notiek izmaiņas organizācijās un mainās arī cilvēku uztvere un sabiedriskie sakari.

Pateicoties modernajām tehnoloģijām, tiek nojauktas politiskās barjeras, uzņēmējdarbībā tiek iesaistīti jauni dalībnieki un radikāli mainās konkurences apstākļi. Galvenā īpatnība – šīs pārmaiņas skar gan atsevišķus uzņēmumus, gan

valstis. Valdības lēmumu ietekmes spēks un iespēja iedarboties uz virtuālo pasauli mazinās, jo darbība kļūst arvien nemanāmāka.

Dažādiem pētniekiem ir atšķirīgi uzskati par faktoriem, kuri ietekmē saimniekošanu jaunajā gadsimtā. Zinātnieki arī atšķirīgi klasificē šos faktorus. Šā raksta autore piedāvā izdalīt desmit būtiskākos faktorus.

Intensīvs tehnoloģiju varenības pieaugums. Informācijas tehnoloģijām (IT) un informācijas sistēmām ir noteicošā loma. Tās ir kļuvušas par katra indivīda ikdienu, tāpēc dominē arī ekonomikā, veidojas tīkla ekonomika [7]. IT ieviešana ietekmē arī tirgus apstākļu maiņu. Mainās organizāciju hierarhiskā uzbūve, daudzi uzņēmumi arvien biežāk izmanto ārējā tirgus iespējas, iegulda virtuālajā integrācijā un paplašina ražošanas kooperēšanos [5].

Tirgus konkurences apstākļu maiņa. Vadišanas jaunievedumu globalizācija. Tīklu ekonomikā darbības principi būtiski atšķiras no Ādama Smita izteiktā atzinuma, ka “ikviens indivīds nemitīgi sasprindzina spēkus, lai rastu visizdevīgāko veidu, kā izmantot savā rīcībā esošo kapitālu, lai kāds tas arī būtu. Patiesībā viņš domā par savu, nevis sabiedrības labumu. Izvērtējot iespējas gūt personīgu labumu, viņš, dabīgi, secina, ka izdevīgi izvēlēties tādu nodarbošanos, kas nes vislielāko labumu sabiedrībai” [8]. Kopīgā tīkla pamatā ir savstarpēji izdevīgu attiecību izveidošana un kopīgiem spēkiem tiek paaugstināts darba ražīgums, tādējādi gandrīz katram uzņēmumam tiek radītas iespējas gūt panākumus.

Fundamentāla ekonomikas pāreja no ražošanas ar dabas resursu izmantošanu uz zināšanām balstītām tehnoloģijām. Industriālajā laikmetā valdīja masveida produkta ražošanas ekonomika, kura balstījās uz standartizētu rūpniecisko ražošanu ar dabas resursu izmantošanu. Jaunās ekonomikas ražošanas izaugsme arvien vairāk balstās uz informācijas tehnoloģijām, kas dod iespēju attīstīt “elastīgas” ražotnes, kad preču un pakalpojumu piedāvātā klāsta paplašināšanās neprasa lielu ražošanas izmaksu palielināšanu. Intelektuālais īpašums kļūst par jauno nemateriālo zeltu un gūst virsroku pār matēriju.

Kontroles zaudēšana pār virtuālo finanšu sistēmu un tās sekām. Jaunajā laikmetā augstu tiek vērtētas informācijas un intelektuālās vērtības. Visās tautsaimniecības nozarēs īpašums kā taustāma vērtība kļūst arvien maznozīmīgāks vai arī izzūd pavisam. Mainās arī naudas nozīme, tā dematerializējas. Kibertelpas ekonomika ir radījusi jaunas tehnoloģijas, kas palīdz sabiedrībai atbrīvoties no skaidras naudas izmantošanas. Globālajā ekonomikā nauda kļūst par tīru informācijas vienību un var strauji pārvietoties pasaules mērogā, zibenīgā ātrumā šķērsojot valstu robežas.

Ģeopolitiskās situācijas izmaiņas. Mūsdienu ekonomiskā realitāte apliecina, ka konkurence kļūst globāla. Visi konkurē ar visiem. Austrumeiropā ir izveidojušās vairāk nekā 20 jaunas valstis, piemēram, Baltkrievija, Ukraina, Gruzija, Latvija, Lietuva un Igaunija, kas tiecas uz izaugsmi, vēlas būt tikpat bagātas kā rietumvalstis, un tas rada jaunus konkurences apstākļus. Arī Āzijas valstis – Japāna, Indija, Singapūra, Honkonga, Vjetnama, Indonēzija – vēlas dzīvot pēc rietumvalstu parauga un lietot Rietumu labumus. Materiālās vērtības, kas tradicionāli tiek uzskatītas par rietumu pasaulei raksturīgām, kļūst tikpat nepieciešamas un saprotamas arī citu kultūru tautām. Organizācijas, produkti un pakalpojumi kļūst arvien vienveidīgāki

visā pasaulē. Lai varētu konkurēt jaunajā globālajā tirgū, vairs nepietiek ar preces kvalitāti, nepieciešams nodrošināt pievilcīgu dizainu, noteiktas garantijas, zīmolu un finansējumu.

Valdību noriets. Jaunajā laikmetā mainās arī nacionālo valstu statuss. Valdības ir saistītas ar ģeogrāfisku atrašanās vietu un pilda katras valsts kontrolēšanas un pārvaldes funkciju. Ar ģeogrāfisko atrašanās vietu saistītās politiskās institūcijas zaudēs savu nozīmi, kad liela daļa komerciālās un sabiedriskās dzīves pārcelsies uz nemateriālo kibertelpu.

Tautsaimniecības nozaru un sektoru tuvināšanās. Robežas starp nozarēm kļūst arvien nemanāmākas. Uzņēmējdarbība kļūst internacionāla, datorizēta, mazinās valsts ietekme, kas dod iespēju darboties dažādās nozarēs. Zūd arī preču un pakalpojumu robežas. Ļoti bieži patērētājiem tiek piedāvāta pakete ar sakomplektētu pakalpojumu, piemēram, finanšu sektorā. Nozaru saplūšanas apstākļos uzņēmumi izmanto vadīšanas metodes, kas tiek lietotas valsts sektorā, savukārt valsts pārņem uzņēmējdarbības jomā izmantojamās metodes.

Jaunas uzņēmējdarbības organizatoriskās formas gan iekšienē, gan uzņēmumu savstarpējā sadarbībā. Teorētiski jaunās informācijas tehnoloģijas nodrošina iespēju pārraudzīt visus vadīšanas procesus no viena centra, bet praktiski pasaules ekonomiskajā vidē dominē lielās korporācijas. Puse pasaules tirdzniecības attiecas uz transnacionālajām korporācijām. Pēc Ričarda Paskala atzinuma, “globālās kompānijas ir jaunās impērijas, kuras valda pasaulē” [6]. Lielajām korporācijām pieder kapitāls – finansiālās vērtības, ēkas un iekārtas – materiālais nodrošinājums un cilvēki – nemateriālās vērtības, bet vecās tradicionālās struktūras jaunajā ekonomikā darbojas neelastīgi un kļūst neefektīvas.

Kultūras, ekoloģisko un sociālo faktoru politiskās nozīmes paaugstināšana. Daži zinātnieki akadēmiskajās aprindās izsaka domu, ka mūsu tradicionālais īpašuma jēdziens ir novecojis. Taču piekļuves attiecību teorija vēl nav pilnīgi izstrādāta un notiek diskusijas par to, ka nākamajos gadu desmitos pilnīgi mainīsies sabiedriskās attiecības, globālajai ekonomikai pārejot no tirgiem uz tīkliem, no ģeogrāfiskās atrašanās vietas uz kibertelpu un no industriālā uz kultūras kapitālismu.

Pārmaiņu ātruma, sarežģītības un neprognozējamības pieaugums. Spēja organizēt darbu – tā ir māksla sasniegt izcilus rezultātus ar parastās struktūras un esošo darbinieku palīdzību. Mūsdienās radoša pieeja organizatorisko jautājumu risināšanā nozīmē radīt apstākļus nepārtrauktai radošu ideju plūsmai, nevis vienvēidīgu izstrādājumu ražošanai. Jaunā laikmeta organizāciju konkurence balstās uz zināšanām, kas strauji attīstās un pilnveidojas. Panākumus nosaka tas, cik organizācija ir elastīga jaunu zināšanu un metožu apguvē un cik ātri spēj pielāgoties strauji mainīgajai videi.

Analizējot minētos faktorus, autore izdara vairākus secinājumus.

1. Ekonomiskā realitāte pierāda, ka konkurence kļūst globāla. Visi konkurē ar visiem. Zūd “vecās” pasaules nozīme, vērojamas jaunās ekonomiskās kārtības rašanās, bet zinātnieku vidē nav skaidra priekšstats, kā mainīsies situācija, nav izstrādātas prognozes, nav izpētīts, kā veidosies attiecības starp veco un jauno pasauli.

2. Lai veiksmīgi darbotos paplašinātā ģeogrāfiskajā tirgū ar plaša patēriņa precēm, ir nepieciešams kontrolēt izejmateriālus, ražošanas procesu un pārdošanu. Organizācijas ar hierarhiski veidotu struktūru labi darbojas stabilā tirgus vidē, bet nespēj orientēties, kad šī stabilitāte zūd. Turpretī tikli ir elastīgi un labi piemēroti jaunās globālās ekonomikas mainīgajam raksturam. Kooperēšanās un sadarbība jaunajos apstākļos ļauj partneriem daudz ātrāk reaģēt uz ārējās vides izmaiņām.
3. Doma par sabiedrības vienotību un lojalitāti pret savu valsti tika uzskatīta par nacionālās pašapziņas veidošanās priekšnoteikumu, bet nākotnē neizdosies saglabāt šo ideju, neraugoties uz to, ka pašreizējos – krīzes – apstākļos valsts iedzīvotāji konsolidējas un sagaida atbildīgu rīcību tieši no savas valdības.
4. Konkurētspējīgas ekonomikas priekšnoteikums ir spēcīga sabiedrība, jo tajā valda savstarpēja uzticēšanās. Šādā sabiedrībā veidojas sociālais kapitāls, kur cilvēki rada un izmanto kopīgas vērtību sistēmas, ar kurām viņi vēlas saskaņot savu dzīvi.
5. Mūsdienu apstākļos nozari dēvē par darbības veidu. Nozaru saplūšana rada problēmas arī vadīšanā. Ja nav precīzi nosakāma darbības vide, praktiski nav iespējams noteikt, kā to vadīt.
6. Mainās uzņēmējdarbības vide, tā kļūst nenoteiktāka un sarežģītāka, elektroniskie tīkli piedāvā gandrīz neierobežotas komunikēšanās iespējas. Patērētāju prasības aug, tirgus pilnveidojas un kļūst arvien efektīvāks, daudzas hierarhijas zūd, savukārt organizācijas specializējas, tāpēc ir jāmeklē jauni risinājumi un pieejas, kā jāmainās organizāciju vadīšanas un stratēģiskās plānošanas principiem.

Minētie faktori nosaka, ka organizāciju darbības mērķi mainās, tie kļūst arvien vairāk vērsti uz sabiedrību, bet daudzas organizācijas to neievēro. Tāpēc stratēģiskās plānošanas nozīme uzņēmējdarbības vadīšanā pieaug un nepieciešamas izmaiņas stratēģiskās plānošanas saturā.

Pēc autores domām, veicot stratēģisko plānošanu jaunās ekonomikas apstākļos, ir nepieciešams attīstīt korporatīvo sociālo atbildību. Organizācija tirgus ekonomikas apstākļos darbojas kā atvērta sistēma, un to ietekmē dažādi faktori. Konkurences pastiprināšanās ārējā un iekšējā tirgū prasa no organizācijām iekšējās un ārējās organizatoriskās vides optimizāciju, lai maksimāli efektīvi tiktu izmantotas visas iekšējās iespējas un samazināti draudi. Šo procesu lielā mērā ietekmē sadarbība ar ieinteresētajām pusēm, kuras ietekmē organizāciju darbību vai tiek no tām ietekmētas. Reaģējot uz jaunajiem izaicinājumiem, uzņēmumiem ir nepieciešams apgūt šo nepierasto uzņēmējdarbības aspektu.

KSA visā pasaulē tiek izmantota, lai izvairītos no nekomerciālajiem riskiem, panāktu plašāku pieeju investīciju resursiem un nodrošinātu ilgtspējīgu attīstību ekoloģiskajā, ekonomiskajā un sociālajā jomā. Daudzas organizācijas neizprot sadarbības nozīmi ar ieinteresētajām pusēm, darbības caurspīdīguma palielināšanas svarīgumu un mūsdienu vadības paņēmieni izmantošanas nepieciešamību uzņēmējdarbības ilgtspējīgas attīstības veicināšanai.

Korporatīvās sociālās atbildības jautājumi ir kļuvuši tik aktuāli, ka pārsniedz korporatīvā līmeņa robežas. Pašreiz gandrīz visās attīstītajās valstīs KSA jautājumi tiek risināti augstā valsts līmenī, savukārt valdību līmenī tiek izstrādātas stratēģijas KSA jomā un to realizācijas pasākumi.

KSA jēdziens ir ļoti plašs un tam nav vienas vispārīgas definīcijas. Pēc Eiropas Komisijas definīcijas “korporatīvā sociālā atbildība ir koncepcija, kas apliecina, ka kompānijas savā darbībā rēķinās ar sociāliem un vides aspektiem un ka to sadarbība ar saviem partneriem/ieinteresētajām pusēm ir balstīta uz brīvprātības principa”. Pēc Pasaules Bankas skaidrojuma korporatīvā sociālā atbildība ir politikas un darbības virzienu komplekss, kas saistīts ar vērtībām, galvenajām ieinteresētajām pusēm un izpilda likumdošanas prasības, kā arī ievēro sabiedrības un apkārtējās vides intereses un ir centrēta uz uzņēmējdarbības ilgtspējīgu attīstību. Šīs definīcijas robežas nav noteiktas, un katrs interesents izmanto to pēc savas sapratnes un vajadzības, bet no tā, kāds saturs tiek ielikts KSA jēdzienā, ir atkarīgas attiecības starp valsti, uzņēmējdarbību un pilsoņu sabiedrību.

Atkarībā no valsts regulēšanas prakses veidojas dažādi KSA modeļi. Daudzi autori nosaka KSA modeļus pēc tā, vai organizācijas vērtē savu ieguldījumu sabiedrības attīstības labā patstāvīgi vai arī oficiālās un neoficiālās institūcijas veic sabiedrības interešu saskaņošanu un turpmāk šīs intereses pārveidojas obligātajās prasībās uzņēmējdarbībai. Pēc D. Mattena un Gž. Muna terminoloģijas KSA modeļi tiek iedalīti “atvērtajās” (ASV) un “slēgtajās” (Eiropa) formās [3]. Turklāt tiek aplūkoti trīs galvenie KSA modeļi: amerikāņu, kontinentālais un britu modelis.

KSA amerikāņu modeļa galvenā īpatnība – organizācijas nosaka aktivitātes šajā virzienā un maksimāli patstāvīgi novērtē savu sabiedrisko ieguldījumu. Šis modelis paredz sociālo investīciju likumīgu veicināšanu ar nodokļu atvieglojumiem. Ar sociālajām investīcijām saprot materiālos, tehnoloģiskos, pārvaldes, finanšu un citus uzņēmuma resursus, kas tiek izmantoti sociālajām programmām pēc vadības lēmuma, savukārt programmas ir izstrādātas, ievērojot galveno iekšējo un ārējo ieinteresēto pušu vajadzības sabiedrībai izdevīgajās jomās, prognozējot to, ka organizācija stratēģiski iegūs sociālo un ekonomisko efektu.

KSA modelis kontinentālajā Eiropā darbojas tā, ka vislielākajā mērā regulēšanu veic valsts. A. Kreins un D. Mattens [2] akcentē minēto divu modeļu īpatnības pēc šādiem kritērijiem: ekonomiskā, juridiskā, ētiskā organizāciju atbildība un to labdarības akcijas [1]. Ekonomiskā atbildība ASV, piemēram, saistīta ar modernākajiem korporatīvās vadīšanas principiem, tiek praktizēta patērētāja pienācīga atbalstīšana un viņa aizsardzība. Turklāt Eiropā par pamatu ekonomiskai atbildībai uzskata ar likumdošanu noteiktās robežas, piemēram, 35 stundu darba nedēļa, virsstundu darba regulēšana. Juridiskās atbildības jomā likumdošanā noteiktās prasības pret uzņēmējdarbību ir minimālas pirmajā no minētajiem modeļiem un ļoti precīzi definētas otrajā.

Organizācijas ētiskās atbildības pakāpi Amerikas Savienotajās Valstīs nosaka ar to, cik lielu atbalstu korporācija sniedz vietējai sabiedrībai, bet Eiropā augstu sociālās aizsardzības līmeni sasniedz piespiedu kārtā – ar augstiem nodokļiem.

Labdarību ASV organizācijas saprot kā plašu jēdzienu, kas ietver mākslas, kultūras un pat augstākās izglītības jomu. Turklāt Eiropas valstīs ar augstu nodokļu līmeni minēto virzienu finansēšana notiek valsts mērogā.

KSA britu modelis ietver abu minēto modeļu elementus, un to var raksturot šādi – valsts un civilās institūcijas lielā mērā ir iesaistītas sabiedrisko interešu saskaņošanā un atbalsta labākās aktivitātes. Kopumā britu modelim ir raksturīga KSA sektora aktīva attīstība konsultāciju jomā, pastiprināta finanšu sektora uzmanība KSA projektiem (tiek akcentēta tendence sociāli atbildīgās investēšanas fondu skaita palielināšanai), pastiprināta plašsaziņas līdzekļu interese, tiek organizēti dažnedažādi mācību kursi par KSA. Svarīgi ir arī tas, ka valdība aktīvi iesaistās KSA attīstībā, veidojot valsts un privātā sektora partnersabiedrības izglītības jomā, līdzfinansējot projektus, piemērojot nodokļu atvieglojumus, atbalstot idejas par nacionālo standartu atbilstību starptautiskajiem standartiem u. tml. [4]. Valdības aktīvā loma izpaužas to organizāciju atbalstīšanā, kuras akcentē savu darbību sociālajā un vides aizsardzības jomā, kā arī savstarpējās attiecībās ar personālu. Daudzi likumdošanas akti paredz nodokļu atvieglojumus tām organizācijām, kas darbojas sociāli aktīvi un ievēro lietiskās ētikas principus, it īpaši enerģijas un otreizējo resursu izmantošanā. Turklāt uzņēmēji paši iniciē KSA projektu realizāciju un tādējādi tiek ievērots brīvprātības princips.

Likumīgas formas KSA Eiropā sāka iegūt ar Zaļās grāmatas izdošanu 2001. gadā, savukārt 2003. gada maijā tika izdota direktīva par KSA, kurā akcentēts brīvprātības princips [10]. Aktivitātes, kuras veic uzņēmumi, ir katram uzņēmumam vienreizīgas, tāpēc nevar izveidot vienu noteiktu darbības modeli, jo katram uzņēmumam ir atšķirīga pieredze noteiktos tirgos. Uzņēmuma darbības vieta, tā izmēri, uzņēmuma struktūra, tam pieejamie finanšu resursi, tirgi un nozares priekšnoteikumi rada atšķirības pieejās.

Starptautiskā Darba devēju organizācija iestājas par KSA attīstību ar inovāciju procesa palīdzību, un tas liecina, ka KSA ir dinamiska daudzdimensiju koncepcija, kura pielāgojas izmaiņām ekonomikā, politikā, sociālajos un vides apstākļos. Jo tikai inovāciju procesā organizācijas var rast labākos veidus, kā sniegt atbalstu sabiedrības vajadzībām, vienlaikus reaģējot uz izmaiņām tirgū. Katram uzņēmumam jābūt iespējai brīvi īstenot KSA programmas tik lielā mērā, cik tas uzņēmumam ir iespējams.

LR Labklājības ministrijas dokumentos ir definēti KSA uzdevumi Latvijai un arī noteikts, ka nav vienas konkrētas KSA pieejas, kas derētu visiem uzņēmējiem un sabiedrībai kopumā. Tieši organizācijas vislabāk zina, kā iesaistīt uzņēmumā, piegādes ķēdēs un citos ar organizācijas darbību saistītos procesos KSA iniciatīvas. Brīvprātības principa ievērošana KSA ieviešanā un tā popularizēšanā ir būtisks iniciatīvas pamats.

Pēc aģentūras “A. W. Olsen & Partners” 2007. gadā veiktā pētījuma rezultātiem par korporatīvo sociālo atbildību Latvijas finanšu pakalpojumu jomā ir secināts, ka Latvijas finanšu pakalpojumu sniedzēji, kas atbilst uzņēmēju viedoklim arī citās nozarēs, bieži vien jauc korporatīvo sociālo atbildību ar labdarību; viņi lielākoties uzskata, ka šādas darbības iznākumus nav iespējams izmērīt; kā arī uzskata sociālo

atbildību par lielo uzņēmumu priekšrocību; savukārt patērētāji ir gatavi piemaksāt par sociāli atbildīgu filozofiju, jo uzskata to par uzņēmuma stabilitātes garantu [11].

Pētījums parādīja, ka Latvijā ir nepieciešams informēšanas un izglītošanas darbs uzņēmēju vidū. KSA mūsu valstī vēl ir attīstības sākuma stadijā, taču pēdējos gados tiek vērota dinamika. Ir svarīgi, lai attīstība notiktu korekti, lai uzņēmēji pareizi saprastu KSA ideju un atbilstīgi to realizētu. Latvijas uzņēmējiem ir svarīgi redzēt labus KSA piemērus. Būtu lietderīgi, ja valsts institūcijas uzņemtos iniciatīvu plaši apspriest publiskajā telpā jautājumu par atdeves un efektivitātes mērīšanu no KSA rīcības. Šobrīd uzņēmēji vairāk orientējas uz pašu izjūtām, nevis uz kādiem objektīviem datiem, kas arī traucē izprast jautājumu dziļāk un saskaņot darbību ar vairāku ieinteresēto pušu prasībām, nevis tikai ar darbiniekiem un klientiem. Iespējams, ka, redzot labas prakses piemērus, arī patērētāji kļūs izglītotāki šajā jautājumā un izvirzīs KSA idejai atbilstīgākas prasības, kā arī pozitīvi ietekmēs uzņēmēju priekšstatus par KSA.

Kopš 2001. gada Latvijā darbojas ANO Globālā līguma kustība, un 2005. gadā Latvijas Darba devēju konfederācija kļuva par šīs iniciatīvas koordinatori. Kustībā ir iesaistījušies Latvijas uzņēmumi, atbalstot un pieņemot par ētisko pamatu savai darbībai galvenos līguma principus, kas saistīti ar cilvēktiesībām, darba tiesībām, apkārtējo vidi un vērsti pret korupciju un kukuļdošanu uzņēmējdarbībā.

Lai korporatīvās sociālās atbildības vērtības tiktu efektīvāk ieviestas uzņēmējdarbības praksē, ir nepieciešams ideoloģiskais un praktiskais atbalsts no valsts puses. Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (*Organization for Economic Cooperation and Development*, OECD) izpētīja metodes, kuras dalībvalstīs izmanto, lai ietekmētu iniciatīvas KSA jomā. Tika atklātas šādas ietekmes jomas: stimulēšana, ko veicina likumdošana un regulēšana, nevalstisku organizāciju aplikšana ar nodokļiem, ieguldījums ekspertīzes jautājumos par tiesisku normu ievērošanu, ētiskās un politiskās darbības saistībā ar nemateriālo kapitālu [12].

Rietumvalstīs ir izveidojušies trīs atsevišķi subjekti, kuri ietekmēja KSA koncepcijas un praksi un darbojas arī pašreiz: valsts (valdība), sabiedrība (arī nevalstiskās organizācijas) un uzņēmējdarbība. Laika gaitā tie izveidojuši savdabīgu kustīgu kompromisu. Latvijā valsts nav izvirzījusi nekādas prasības pret uzņēmējdarbību saistībā ar tās sociālo atbildību. Savukārt civilā sabiedrība nav izveidojusies tā, lai spētu definēt savas vajadzības uzņēmējdarbībai. Tādējādi KSA elementi parādās spontāni un tādā izpausmē, kā to saprot katra organizācija. Ekonomiskajam un ekoloģiskajam aspektam uzmanība tika pievērsta minimāli, bet sociālajā aspektā KSA realizācija tiek saprasta tikai kā labdarība. Turklāt galvenais faktors, kas rosina pieņemt lēmumu, ir emocionālais.

Nemot par pamatu Pasaules Bankas speciālistu izstrādātās rekomendācijas [13], autore definē galvenos soļus, ko valstij jāspēj, lai stimulētu KSA attīstību.

- **Valdībai būtu jāatzīst KSA svarīgums un jāpārlicina uzņēmēji par tās priekšrocībām.** Svarīgi būtu, lai valdība atzīst KSA priekšrocības, kas veicina uzņēmējdarbības un valsts konkurētspējas paaugstināšanu un demonstrē savus uzskatus, publiski paužot pozitīvu attieksmi pret uzņēmumiem, kuri ievieš KSA koncepciju. Turklāt valdība var piedalīties procesā iniciatora un līdera lomā, kā arī parādīt sevi kā piekritēju un labvēli KSA idejām. Labāka efekta sasniegšanai

iespējams izmantot dažādus informatīvos un sabiedriskos pasākumus, piemēram,

- izstrādāt oficiālu nacionālo mājas lapu, lai informētu par valsts iniciatīvām un programmām KSA jomā;
- organizēt apaļā galda apspriedes, lai veicinātu valsts stratēģijas izstrādi KSA jomā, iesaistot šajā darbā uzņēmējus;
- atbalstīt (publiska apbalvošana) organizācijas, kuras aktīvi ievieš KSA idejas; tas nodrošinās uzskatāmu piemēru citām organizācijām;
- noteikt nacionālo interešu loku KSA jomā, organizējot konsultācijas ar uzņēmēju un nekomerciālo organizāciju līderiem; tas palīdzēs labāk izprast uzdevumus un izmantot vairākas idejas un pieredzi savstarpējā dialogā un sadarbībā.

Eiropas valstīs šādas aktivitātes jau ir sāktas. 2000. gada martā Eiropas Savienības (ES) samītā tika noteikts stratēģisks mērķis – 2010. gadā pārvērst Eiropu par sociāli un ekonomiski visplaukstošāko pasaules reģionu. ES izstrādāja speciālu aicinājumu par KSA, rosinot uzņēmējdarbību “uzņemties savu lomu cīņā pret sociālo nevienlīdzību, par investīcijām cilvēkos un tādu uzņēmējdarbības vadīšanas metožu izplatīšanu, ar kurām Eiropa nopelnīs”. Pateicoties Eiropas organizācijas “CSR Europe” un Kopenhāgenas centra starpniecībai, lietišķajās aprindās tapa iniciatīva – kampaņa par ilgtspējīgu izaugsmi un humanitāro progresu, kas bija kā mēģinājums mobilizēt uzņēmējdarbību organizēt ieinteresēto pušu dialogu un attīstīt inovāciju un partnerības praksi. 2005. gads Eiropā tika pasludināts par Biznesa sociālās atbildības gadu un īpaša uzmanība tika pievērsta korporatīvās sociālās atbildības mērogam un ietekmei [9].

1994. gadā Dānijas sociālo jautājumu ministrs sāka kampaņu “Mūsu kopējās rūpes” ar mērķi pievērst uzņēmējdarbības uzmanību korporatīvai sociālai atbildībai. Tās pamatā bija ideja, ka rūpes par sociālās labklājības nodrošināšanu vairs nav tikai valsts uzdevums, bet darboties šajā virzienā ir nepieciešams arī darba devējiem, pilsoņiem un vietējām sabiedrībām. Fakts, ka valdība nosauca KSA par vienu no prioritārajiem attīstības virzieniem, paaugstināja sabiedrisko interesi un sabiedrības informētību par uzņēmējdarbības lomas palielināšanos, stimulēja partnerattiecības starp valsts un privātā sektora organizācijām, kā arī veicināja tradicionālo pretrunu pārvarēšanu starp sociālajām un ekonomiskajām organizācijām [9].

- **Uzņēmējdarbības un civilās sabiedrības rosināšana un atbalstīšana dalībai KSA aktivitātēs.** Šajā virzienā ir iespējams veidot kopuzņēmumus, organizēt KSA resursu centru, izmantot dažādu nozīmīgu projektu finansēšanas iespējas, organizēt sociālās integrācijas attīstības konsultatīvās padomes. Lai ieinteresētu mazos un vidējos uzņēmumus iesaistīties KSA attīstības procesā, no valsts puses ir nepieciešama iniciatīva iekļaut KSA stratēģiskajos plānos, radīt jaunas priekšrocības, piemēram, vieglāku pieeju resursiem, valsts pasūtījumu piešķiršanu, papildu publicitāti.
- **Noteikumu un dokumentu izstrāde,** kas būtu piemēroti organizāciju ieguldījuma mērīšanai ilgtspējīgas attīstības jomā. Domājams, ka valsts sadarbībā ar uzņēmējdarbības apvienību un sabiedrisko organizāciju pārstāvjiem

varētu piedalīties tādu parametru noteikšanā, pēc kuriem organizācijas brīvprātīgi sniegtu atskaites par savas darbības KSA jomu un ilgtspējīgas attīstības ētisko pusi. Valdībai ir jāuzņemas aktīva loma KSA ideju virzīšanā un dialoga veicināšanā starp ieinteresētajām pusēm. Tas palīdzētu rast optimālus risinājumus ilgtspējīgai attīstībai. Praktiski ir nepieciešams valdības vispārējais ierosinājums, kas tālāk tiktu pieņemts nozarēs un darbības virzienos.

Daži KSA teorētiķi un praktiķi izsaka šaubas, ka brīvprātīgie kodeksi un atskaites nebūs efektīvi, ja nebūs valsts uzraudzības. Savukārt daudzas valdības mēģina meklēt kompromisu starp noteikumu kodeksa brīvprātīgu ievērošanu un valsts stimulēšanas sistēmu. Līdzsvars starp brīvprātību un piespiedu kārtību dažādās valstīs tiek panākts atšķirīgi. Piemēram, Kanādā, tāpat kā vairumā attīstīto valstu, oficiālā līmenī nav sperti soļi attiecībā pret KSA, bet tiek novērota ietekme no privātā sektora un nekomerciālajām organizācijām, kas piespiež valsti atbalstīt un virzīt uzņēmumu iniciētās aktivitātes KSA jomā. Kaut gan līderis KSA uzdevumu un problēmu noteikšanā ir privātais sektors un valstij pagaidām ir pasīva loma, pastāv mehānismi un instrumenti, kuri vada uzņēmējdarbības sociālās atbildības attīstību. No tiem galvenie ir šādi:

- ilgtspējīgās attīstības nozaru stratēģijas, kuru mērķis ir radīt visu valsti aptverošas programmas un noteikumus, lai progress un ekoloģiskās inovācijas būtu saskaņā ar ekonomisko attīstību;
- “klubs C” (*“Klub C”*), vairāku ministriju pārstāvju starpresoru komiteja, kura pastāvīgi organizē diskusijas par uzņēmējdarbības sociālās atbildības jautājumiem;
- Kanādas uzņēmumu un ieinteresēto pušu stimulēšanas kārtība [9].

Lielbritānijā, kas viena no pirmajām sāka apgūt KSA koncepcijas un kur vadošā loma ir bijusi Tirdzniecības un Rūpniecības ministrijai un Starptautiskās attīstības ministrijai, 2000. gada martā tika dibināts ministra amats KSA jautājumos. Šāds postenis tika radīts pirmo reizi Eiropā un tam ir divi galvenie mērķi: nodrošināt, lai uzņēmējdarbība pieņemtu KSA un valsts darbība tiktu koordinēta uzņēmējdarbības sociālās atbildības jomā starp lielajiem, vidējiem un mazajiem uzņēmumiem. Turklāt tika organizēta speciāla darba grupa, kuras uzdevums bija uzlabot aktivitāšu koordinēšanu uzņēmējdarbības sociālās atbildības jomā, informācijas apmaiņu un rīcības saskaņošanu [9].

Nīderlandē arī ir pievērsta uzmanība KSA jautājumu regulēšanai no valsts puses. Stabili rezultātu nodrošināšanai KSA programmām ir nepieciešams panākt uzņēmējdarbības un valsts interešu saskaņotību. Sadarbības process starp valsts un privāto sektoru var sarežģīties institucionālo, organizatorisko un kultūru atšķirību dēļ. Lai uzlabotu sadarbības kvalitāti, Nīderlandes valdība nodibināja starpnozaru komisiju KSA jautājumos, kura koordinē dažādu nozaru aktivitātes, organizē nacionālā mēroga diskusijas, atbalsta uzņēmumu, vietējo varas iestāžu un sociālo organizāciju kopīgās aktivitātes. Pēc autores domām, šāds modelis ir piemērots arī Latvijas apstākļiem un koordinatora lomu varētu pildīt valdības izveidotā speciālā starpnozaru komisija.

- **Atskaišu normatīvās bāzes attīstība.** Atskaišu standarti un reitingi dod iespēju kvantitatīvi un kvalitatīvi novērtēt organizāciju darbības KSA jomā un kalpo par

pamatu salīdzinošai analīzei. Ar to tiek stimulēta sacensības izjūta un tādējādi arī sociāli atbildīgas darbības aktīva attīstība. Šajā sakarā kļūst nepieciešama valdības iesaistīšanās arī tādos pasākumos, kuri vērsti uz atskaišu metodoloģijas un reitingu piešķiršanas kārtības uzlabošanu gan nacionālajā, gan starptautiskajā līmenī. Piemēram, Dānijas Sociālā ministrija izstrādāja Sociālo indeksu, kas nodrošina iespēju salīdzināt, cik lielā mērā uzņēmumi iesaistījušies ar KSA saistītā darbībā. Ministrija atbalsta sociālās atskaites un auditu valsts uzņēmumos un iestādēs, kuras turpmāk varētu izmantot arī uzņēmējdarbībā.

Lielbritānijas Tirdzniecības un rūpniecības ministrija izstrādāja speciālu KSA veltītu interneta mājas lapu, kuras mērķis ir popularizēt idejas par sociālās un ekoloģiskās atbildības nepieciešamību un svarīgumu uzņēmējdarbības vidē, kā arī paust viedokli par piekrišanu stingrākiem korporatīvās vadības standartiem [9].

Arī Latvijas valdībai ir jāspēr pirmais solis, izstrādājot līdzīgu mājas lapu ar definētiem KSA mērķiem, jēdzieniem un saturu. Standartu, atskaišu un citu saistošo dokumentu izstrādi jāveic speciāli izveidotai darba grupai, kurā tiktu iesaistīti valsts, uzņēmējdarbības un sabiedrības pārstāvji.

- **Konsultācijas ar uzņēmējiem, nevalstiskajām organizācijām un citām grupām un atbalsts koalīciju veidošanā.** Piemēram, Lielbritānijas Starptautiskās attīstības ministrija kļuvusi par partneri – dibinātāju starpnozaru organizācijai *“Ethical Trading Initiative”* (ETI), kas apvieno nevalstiskās, komerciālās organizācijas, arodbiedrības un valdību. ETI mērķis ir izstrādāt metodes, kā izmantot uzņēmējdarbības pozitīvo ietekmi uz ražotājiem, piegādātājiem un darbiniekiem attīstības valstīs.

Pašreiz svarīgi ir rast risinājumu jautājumam par to, ka, neiejaucoties ekonomiskās darbības jomā, valstij ir jāuzņemas jauna regulēšanas loma, lai garantētu tirgus darbību sabiedrības labā. Valsts regulēšanas procesā nepieciešams attaisnot sabiedrības gaidas korporatīvās uzvedības jomā, kā arī nodrošināt tās vajadzības sociālās un ekoloģiskās drošības jautājumos. Pasaules Bankas speciālisti akcentē, ka KSA procesu regulēšanā no valsts puses jāņem vērā šādi svarīgi aspekti – regulējošo institūciju pilnvaras (normas un stimulēšana), tiesību avoti, tiesību izmantošanas spējas un regulēšanas kvalitāte [13].

Mūsdienu ekonomiskajos apstākļos KSA kļūst par standartu attīstītājai korporatīvajai vadībai, veicinot tādu organizāciju rašanos, kas ir kā atvērtas sistēmas. KSA, pateicoties interešu konfliktu regulēšanai ārējā un iekšējā vidē, nodrošina stabilitāti un ieinteresēto pušu iesaistīšanu stratēģisku lēmumu pieņemšanā. Kopumā KSA var uzskatīt par sistemātisku darbību, kura veicina organizācijas interešu saskaņošanu ar ārējo un iekšējo pušu interesēm, kā arī uzņēmumu ilgtspējīgu attīstību.

Pēc autores uzskatiem, Latvijai ir nepieciešama oficiāla valsts politika un stratēģija KSA jomā, kā arī aktīvs valsts atbalsts gan deklarāciju, gan materiālās stimulēšanas formā. Izpildītāja funkciju var veikt nekomerciālās organizācijas, kuras daļēji finansētu valsts, piemēram, Latvijas Darba devēju konfederācija, kas ir ANO Globālā līguma kustības koordinatore Latvijā.

Secinājumi un priekšlikumi

- Mūsdienu ekonomiskajos apstākļos KSA kļūst par standartu attīstītajai korporatīvajai vadībai.
- Valstij ir jāuzņemas jauna – iniciatora – loma, lai garantētu tirgus darbību sabiedrības labā kopumā.
- Valsts regulēšanas procesā nepieciešams attaisnot sabiedrības gaidas korporatīvās uzvedības jomā, kā arī nodrošināt tās vajadzības sociālās un ekoloģiskās drošības jautājumos.
- Latvijai ir nepieciešama oficiāla politika un stratēģija KSA jomā.

LITERATŪRA

1. Carroll, A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 1991, July-August.
2. Crane, A., Matten, D. *Business Ethics – a European Perspective*. Oxford University Press, 2004.
3. Matten, D., Moon, J. “Implicit” and “Explicit” CSR: A Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe. Habish, A., Jonker, J., Wegner, M., Schmidpeter, R. (eds.) *CSR Across Europe*. Germany : Springer, 2004.
4. Moon, J. CSR in the UK: an Explicit Model of Business-Society Relations. Habish, A., Jonker, J., Wegner, M., Schmidpeter, R. (eds.) *CSR Discovery*. Germany : Springer, 2004.
5. Nordström, K., Ridderstrale, J. *Funky Business Forever*. Stockholm School of Economics, Bookhouse Publishing, 2007.
6. Pascale, R. *Management on the Edge*. London : Viking, 1990.
7. Rifkins, D. *Jaunās ekonomikas laikmets*. Jumava, tulk. no angļu val., 2004.
8. Smith, A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Vol. 1, ed. Edwin Cannon. London : Methuen, 1961.
9. Government and Corporate Social Responsibility, an Overview of Selected Canadian, European and International Practices, April 2001.
10. <http://www.lm.gov.lv>
11. <http://www.olsen.lv>
12. <http://www.oecd.org>
13. <http://vle.worldbank.org>.

Summary

This century has brought new preconditions for contemporary economics. The new economics is based on knowledge and modern technologies, business activities take place in cyberspace; due to the new technologies, political barriers are destroyed, new players enter the business environment, and the conditions of competition change dramatically. 10 specific factors that considerably influence management of economy are singled out. All the factors result in change of strategic planning of business systems/ organizations. A new element is incorporated within all the planning system – Corporate Social Responsibility (CSR). CSR is used worldwide in order to avoid non-commercial

risks, obtain wider access to investment resources, and insure sustainable ecological, economic, and social development. The issues related to CRS have become topical, exceeding corporate barriers.

At present in developed countries all the issues related to CSR are solved at national level, whereas new strategies and policies are developed and implemented by the governments.

The author has examined CRS activities in developed European countries and the development of CRS ideas in Latvia and analysed the necessity of governmental support to develop and understand CRS ideas.

Keywords: *strategic planning, corporate management, corporate social responsibility, concerned parties, social and ecological safety.*

Augstākās izglītības finansēšanas struktūra virzībā uz Latvijas stratēģiskajiem mērķiem *The Structure of Financing of Higher Education and Long-Term Development Strategy of Latvia*

Ludmila Paņina

Daugavpils Universitāte
Sociālo zinātņu fakultāte
Ekonomikas katedra

Parādes iela 1-331, Daugavpils, LV-5400

E-pasts: *ludmila.panina@du.lv*

Zināšanas arvien vairāk kļūst par vienu no sabiedrības attīstības pamatfaktoriem, tāpēc izglītības nozīme mūsdienu pasaulē pastāvīgi pieaug. Izglītības komponente ir indivīda, uzņēmuma, pilsētas un reģiona konkurētspējas obligāta sastāvdaļa. Izdevumi izglītības mērķiem ir investīcijas, kas var veicināt ekonomisko izaugsmi, paaugstināt ražīgumu, sekmēt personīgo un sociālo attīstību un mazināt sociālo nevienlīdzību. Augstākās izglītības pētnieki uzsver, ka pašreizējais izglītības finansējums vairs neatbilst izglītības pakalpojumu nepieciešamajai kvalitātei. Apstākļos, kad valsts budžeta līdzekļi ir ierobežoti un nepietiekami, par svarīgāko nosacījumu augstskolu finansēšanas procesā kļūst nepieciešamība piesaistīt papildus privātos līdzekļus un finanšu resursu izmantošanas optimizācija.

Par izaicinājumu šobrīd kļūst izmaksu sadalījuma optimālās robežas, jaunu finansēšanas mehānismu ieviešana, kas spēj nodrošināt Latvijas augstākās izglītības konkurētspēju globālajā tirgū un pieejamību visiem sabiedrības locekļiem. Šā mērķa īstenošanai ir jālīdzsvaro augstākās izglītības finansēšanas struktūra un jānodrošina finansēšanas sistēmas caurspīdīgums visiem sistēmas dalībniekiem. Tādējādi ir jāizstrādā, jāpielāgo un jāievieš jauni investēšanas modeļi un mehānismi augstākās izglītības finansēšanas sistēmā.

Raksta mērķis – veikt Latvijas augstākās izglītības finansēšanas struktūranalīzi un izstrādāt praktiskus priekšlikumus Latvijas augstākās izglītības finansēšanas modeļa pilnveidošanai, kas savukārt varētu veicināt augstskolu darbības un studiju procesa kvalitātes uzlabošanu.

Atslēgvārdi: augstākās izglītības finansēšanas avoti, augstākās izglītības finanšu diversifikācija, augstākās izglītības finansēšanas modelis, augstākās izglītības finansēšanas struktūra, privāto resursu ieguldījums augstākajā izglītībā.

Raksta mērķis ir veikt Latvijas augstākās izglītības finansēšanas struktūranalīzi un izstrādāt praktiskus priekšlikumus Latvijas augstākās izglītības finansēšanas modeļa pilnveidošanai, kas savukārt varētu veicināt augstskolu darbības un studiju procesa kvalitātes uzlabošanu.

Mērķa sasniegšanai rakstā tiek risināti šādi uzdevumi:

- 1) izanalizēt Latvijas augstākās izglītības finansēšanas struktūru, tās īpatnības un salīdzināt to ar citu Eiropas valstu augstākās izglītības finansēšanas pieredzi;
- 2) izstrādāt rekomendācijas augstākās izglītības finansēšanas modeļa pilnveidošanai Latvijā.

Šajā darbā veiktajos aprēķinos tika izmantota UNESCO, OECD, Pasaules Bankas izglītības komisijas, *Eurydice* un *Eurostat* (EUI) starptautiski salīdzināmā metodoloģija un definīcijas. Pētījuma pamatā ir Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrijas oficiālās statistikas analīze, līdz šim veikto pētījumu, komentāru un priekšlikumu apkopojums, ārvalstu pieredzes izpēte, kā arī normatīvo aktu un plānošanas dokumentu apskats augstākās izglītības un valsts stratēģiskās attīstības jomā.

Mūsdienu ekonomiskā izaugsme ir balstīta uz inovācijām. Savukārt inovācijas pieprasa spējas radīt jaunas zināšanas, taču dot cilvēkam zināšanu kopumu un iemācīt viņu radīt jaunas zināšanas nacionālā mērogā var tikai izglītības sistēma. Zināšanas arvien vairāk kļūst par vienu no sabiedrības attīstības pamatfaktoriem, tāpēc izglītības loma un nozīme mūsdienu pasaulē pastāvīgi pieaug. Izglītības sistēmas spēju apmierināt personības un sabiedrības prasības pēc augstvērtīgiem izglītības pakalpojumiem nosaka valsts ekonomiskās un garīgās attīstības perspektīvas. UNESCO atskaites dati liecina, ka neviens cits faktors neatstāj tik nozīmīgu iespaidu uz ekonomisko attīstību kā izglītība [14]. Pasaules Bankas veidotajā izglītības attīstības stratēģijā minēts, ka investīcijas augstākajā izglītībā ir virzītas uz demokrātiskas sabiedrības un zināšanām balstītas ekonomikas veidošanos un ir attīstības stratēģijas svarīga komponente [4, 107].

Latvijas stratēģisko mērķu pamats – cilvēkresursu attīstība

Lai nodrošinātu sabiedrības un tās tautsaimniecības attīstību, būtisks nosacījums ir cilvēkresursu attīstība. Izglītota un zinoša sabiedrība kļūst par valsts iekšējās un ārējās drošības garantu. Zināšanu pārvaldība, koordinēta un virzīta to radīšana, uzkrāšana, izplatīšana un lietošana kā komplekss process kļūst par ekonomikas un sociālās dzīves pamatu, aptverot visu valsti un sabiedrību [7, 5]. Pretstatā daudzām valstīm, kurām ir iespēja izvēlēties vairākus attīstības ceļus vai kombinēt tos, mūsu valstij nav alternatīvas ceļam uz zināšanu ekonomiku [8, 6]. Tādējādi Latvijas attīstības pamatā ir jābūt sabiedrības spējai radīt jaunas zināšanas un tās izmantot tautsaimniecības attīstībai un vispārējā dzīves līmeņa celšanai. Zināšanu sasaiste ar kapitālu, tehnoloģijām un darbaspēku, to arvien pieaugošais īpatsvars ikvienā produktā un darbībā stabilizē zināšanu ekonomiku Latvijā.

Izglītības sistēmas turpmākie izdevumi atbilst izglītības attīstības ilgtermiņa mērķiem, kas nosaka nepieciešamību nodrošināt izglītības kvalitāti, pieejamību un izmaksu efektivitāti. Jaunās ekonomikas stabilizēšanās mūsdienu globalizētajā tautsaimniecības sistēmā ir būtisks valsts konkurētspējas paaugstināšanas faktors. Jaunās ekonomikas pamatnosacījums ir augstākās izglītības kvalitāte (materiālās bāzes, augstskolu personāla atalgojuma kvalitāte u. c.) un pieejamība (atbilstīgu budžeta finansēto vietu skaits un studiju maksas lielums un piemērotība), kas

nenoliedzami ir saistīta ar esošo augstākās izglītības finansēšanas pietiekamību un finanšu izlietošanas efektivitāti. Pašreizējā situācijā tieši finansiālais nodrošinājums ir viens no augstākās izglītības efektivitātes stūrakmeņiem.

Augstākās izglītības pētnieki uzsver, ka pašreizējais izglītības finansējums vairs neatbilst izglītības pakalpojumu nepieciešamajai kvalitātei. Tāpēc ir jāizstrādā, jāpielāgo un jāievieš jauni investēšanas modeļi un mehānismi augstākās izglītības sistēmā. Jaunākās augstākās izglītības finansēšanas pieejas tiek vērstas uz jaunas materiāli tehniskās bāzes izveidi, akadēmiskā personāla kvalifikācijas celšanu un jauno izglītības tehnoloģiju ieviešanu. Šīs pieejas ir vērstas uz resursu izmantošanas efektivitāti, ņemot vērā gan darba tirgus prasības, gan orientāciju uz pasniedzēju darba produktivitāti un studējošo motivāciju.

Latvijas augstākās izglītības finanšu resursi

Lai celtu izglītības kvalitāti un kopumā uzlabotu augstākās izglītības sistēmas stāvokli, ir nepieciešami ievērojami papildu līdzekļi. Sakarā ar to, ka pieprasījums pēc izglītības aug un kļūst arvien daudzveidīgāks, valdībai ir jānodrošina, lai piedāvātās izglītības iespējas būtu adekvātas reālajām, dinamiskajām vajadzībām un ieguldītie līdzekļi sniegtu vislielāko atdevi.

1. tabula
Table 1

Latvijas augstākās izglītības finansēšanas likumdošanas normu salīdzinājums [1, 3]

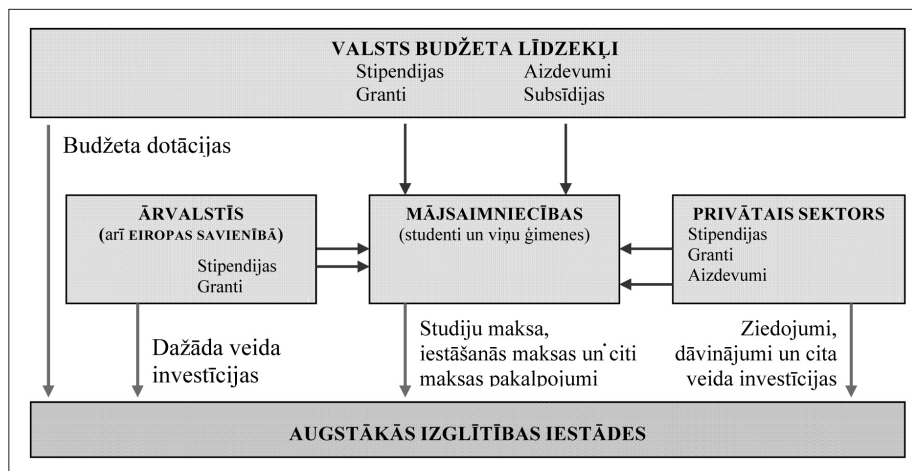
The legislation of financing of higher education in Latvia

<i>Augstskolu likums</i>	<i>Likumprojekts Augstākās izglītības likums</i>
Augstskolas finansē to dibinātāji. Valsts augstskolu finanšu resursus veido valsts pamatbudžeta līdzekļi un arī citi ienākumi, ko augstskolas gūst, veicot darbību savās satversmēs noteikto mērķu realizācijai. Augstskolai ir tiesības saņemt un izmantot banku, citu kredītiestāžu, kā arī organizāciju un fizisko personu ziedojumus un dāvinājumus. Augstskolai ir tiesības saņemt un izmantot banku un citu kredītiestāžu kredītus (77. p.).	Augstākās izglītības institūcijas finanšu resursus veido 1) valsts budžeta dotācija augstākās izglītības programmu īstenošanai, 2) ieņēmumi no studiju maksas un citiem maksas pakalpojumiem, 3) valsts budžeta dotācija zinātniskās darbības bāzes nodrošinājumam, programmu un projektu īstenošanai, 4) ieņēmumi no zinātnisko projektu un citu līgumdarbu izpildes, 5) ārvalstu finanšu līdzekļi, 6) juridisko un fizisko personu ziedojumi un dāvinājumi, 7) banku un citu kredītiestāžu kredītlīdzekļi, 8) citi finanšu resursi (90. p.).
Valsts dibinātās augstskolas saņem šādu finansējumu: 1) no valsts pamatbudžeta izglītībai; 2) no maksas par studijām; 3) no līdzekļiem, kas paredzēti noteiktu mērķu realizācijai (78. p.).	

1995. gadā pieņemtais “Augstskolu likums” noteica, ka augstskolas Latvijā finansē to dibinātāji [3]. Gandrīz visās valsts augstskolās līdztekus valsts budžeta finansētajām pilna laika studiju vietām pastāv maksas studiju vietas. Augstāko izglītību nepilna laika studiju programmās var iegūt tikai par maksu. Tāpat augstākā izglītība par maksu iegūstama juridisko personu dibinātajās augstskolās. Valsts

nosaka tikai par budžeta līdzekļiem izglītojamo studentu skaitu. Maksas studentu skaitu nosaka pašas augstskolas. Jaunais likumprojekts “Augstākās izglītības likums” paredz plašāku un skaidrāku resursu avotu struktūru. Turklāt likumprojekts paredz, ka valsts institūcijas, pašvaldības un privātpersonas, maksājot no to rīcībā esošajiem līdzekļiem, ir tiesīgas slēgt līgumus ar augstākās izglītības institūcijām par noteiktu speciālistu sagatavošanu vai pētījumu veikšanu [1] (sk. 1. tabulu).

Apkopojot tabulā redzamos datus, var secināt, ka Latvijas izglītības iestāžu saņemtā finansējuma avoti ir valsts budžets, fizisko un juridisko personu līdzekļi, kā arī ārvalstu palīdzība (sk. 1. attēlu). Jaunajā likumprojektā apvienotas kā vecās, tā arī jaunās finansēšanas pieejas. Jaunās pieejas tiek balstītas uz konkurētspējīga tirgus mehānismiem, kas piesaista līdzekļus no vairākiem avotiem. Šobrīd ir jārunā par to, kādas ir šo izmaksu sadalījuma optimālās robežas, kādi finansēšanas mehānismi var nodrošināt vislabāko Latvijas augstākās izglītības konkurētspēju globālajā tirgū un pieejamību visiem sabiedrības locekļiem.

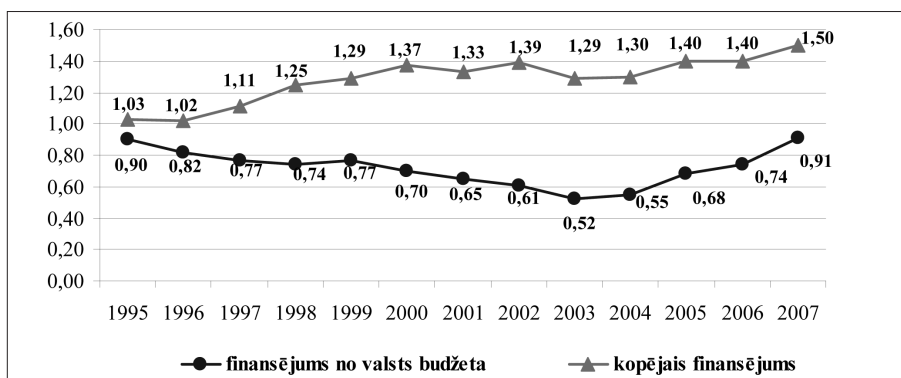


1. attēls. Latvijas augstskolu finansējuma shēma [veidojusi autore]

Figure 1. The scheme of financing of higher education in Latvia

Izdevumi izglītības mērķiem ir investīcijas, kas var veicināt ekonomisko izaugsmi, paaugstināt ražīgumu, sekmēt personīgo un sociālo attīstību un mazināt sociālo nevienlīdzību. Attiecinot izdevumus augstākās izglītības vajadzībām pret iekšzemes kopprodukta (IKP) lielumu, var redzēt šīs jomas prioritātes pakāpi valstī. Augstākās izglītības kopējais finansējums valsts un juridisko personu dibinātajās augstskolās 2006. gadā bija 158,9 miljoni latu, kas veidoja 1,4% no valsts IKP (sk. 2. attēlu). Kopējā augstskolu ienākumu summa kopš 1995. gada reālajās cenās ir pieaugusi 5,9 reizes jeb par 132,2 miljoniem latu. Te jāpiemin, ka valsts budžeta izdevumu daļa, kas atvēlēta augstākajai izglītībai, pastāvīgi pieaug. Tomēr strauja studējošo skaita pieauguma apstākļos šis pieaugums nespēja nodrošināt pat valsts finansējuma īpatsvara (kopējā augstākās izglītības finansējuma apjomā) stabilitāti, un valsts finansējuma daļa līdz pat 2004. gadam pakāpeniski samazinājās: desmit

gadu laikā (kopš 1995. gada) valsts finansējuma daļa saruka no 76,4 līdz 49,1 % 2004. gadā, savukārt absolūtajos skaitļos finansējuma apjomi ir pieauguši 3,7 reizes (no 26,7 miljoniem latu 1995. gadā līdz 99,3 miljoniem latu 2004. gadā). Tādējādi arī valsts budžeta iespējas nodrošināt pietiekamu finansējuma apjomu tik straujām pārmaiņām augstākās izglītības nozarē bija ierobežotas. Tomēr 2005. gadā finansējums no valsts budžeta ir ievērojami palielinājies un sasniedzis 60,5 miljonus latu (49%). Salīdzinot ar iepriekšējo gadu (40,8 miljoni latu), valsts finansējuma lielums palielinājies par 48,3%. Iznākumā ir būtiski pieaudzis valsts budžeta līdzekļu īpatsvars IKP (0,68%). Pieauguma tendence saglabājas arī 2006. un 2007. gadā, kad valsts finansējums augstākajai izglītībai palielinājās atbilstīgi par 23,1 un 51,5 miljoniem latu un 2007. gadā sasniedza 0,91 % no IKP.



2. attēls. Augstākās izglītības kopējā un valsts finansējuma īpatsvars Latvijas IKP 2000.– 2007. gadā, procentos [9, 134]

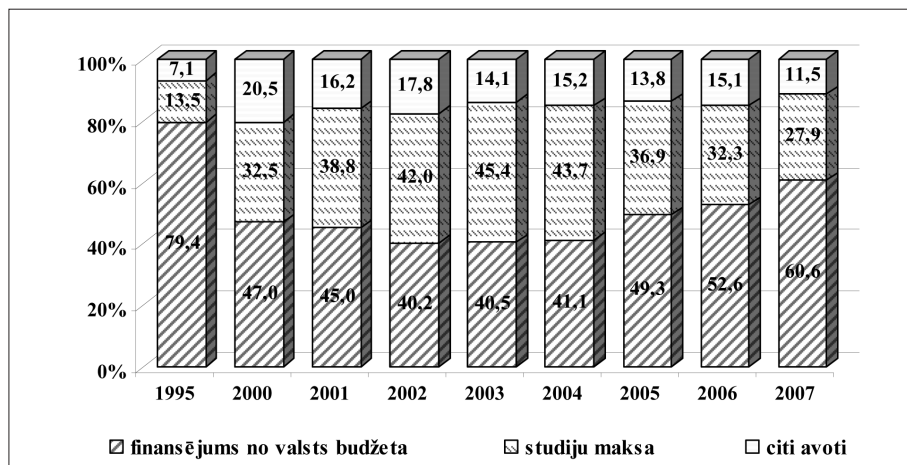
Figure 2. The share of total and state finance of higher education in Latvia in 2000–2006 (percentage of GDP)

Var secināt, ka 2005. gads ir bijis pagrieziena punkts augstākās izglītības finansēšanā, kad valsts budžeta un ES struktūrfondu finansējuma pieauguma dēļ augstākās izglītības finansējuma īpatsvars ir uzrādījis izteikti augošu tendenci.

Finansēšanas struktūra dažādās ES valstīs ievērojami atšķiras. Piemēram, Skandināvijas valstīs (Dānija, Zviedrija, Norvēģija) augstākās izglītības izdevumu pamatdaļu sedz valsts. Šajās valstīs valsts augstākās izglītības mērķiem iedala vairāk nekā 2% no IKP [5]. Savukārt Latvija ir to valstu vidū, kur augstākās izglītības finansējums no valsts līdzekļiem ir viens no zemākajiem – 0,91 % no IKP. Šis rādītājs it kā neliecina par situācijas kritiskumu, jo, piemēram, Lielbritānijā valsts augstākās izglītības izdevumu īpatsvars IKP ir tikai 0,82% [5], taču jāņem vērā nelielais Latvijas IKP lielums salīdzinājumā ar Lielbritānijas IKP. Var secināt, ka Latvijā valsts budžeta līdzekļu apjoms, kas pienākas augstākajai izglītībai, nav pietiekams. Ievērojot izglītības, arī augstākās, prioritāro nozīmi Latvijā, gadījumos, kad IKP ir salīdzinoši neliels (absolūtajos skaitļos), prioritārajām nozarēm atvēlētajam izdevumu īpatsvaram jābūt lielākam.

Latvijas augstākās izglītības finansēšanas struktūra

Aplūkojot augstākās izglītības finanšu avotu struktūru, var konstatēt, ka finansēšanas īpatsvars no valsts avotiem ir samazinājies no 79,4% (21,2 miljoni latu) kopējā finansējuma apjoma 1995. gadā līdz 60,6% (127,5 miljoni latu) 2007. gadā. Par kompensāciju tik kardinālām augstskolu budžeta izmaiņām var uzskatīt finanšu resursu pieaugumu no mācību maksas iekasēšanas (no 13,5 līdz 27,9%) un citiem avotiem (no 7,1 līdz 11,5%). Turklāt šis apgalvojums attiecas vienīgi uz proporcionālu resursu avotu sadalījumu un nenožīmē finansējuma absolūtā lieluma samazinājumu (reālajās cenās) nevienā no ieņēmumu sadaļām (sk. 3. attēlu).



3. attēls. Augstskolu finansējuma avotu struktūra 2000.–2006. gadā (procentos no kopējā finansējuma) [9, 133]

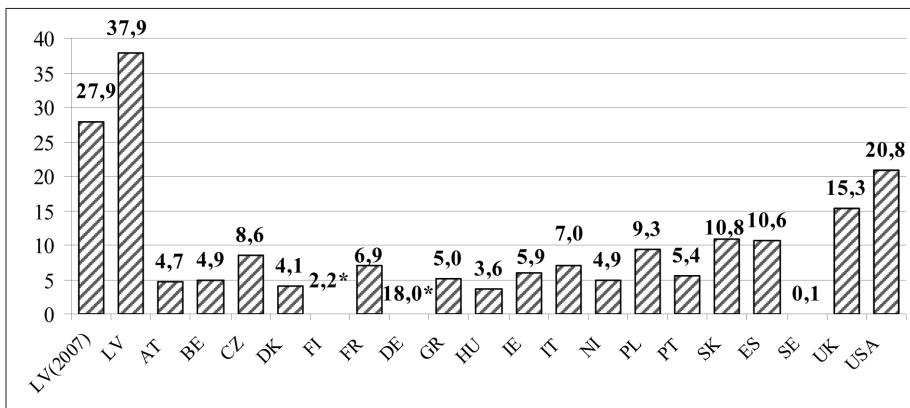
Figure 3. The structure of the sources of finance for higher education in Latvia (percentage of total finance)

Kaut gan vērojama pozitīva tendence – pieaug valsts atvēlētais finansējums, tomēr valsts finansējuma īpatsvars veido tikai pusi no augstākās izglītības kopfinansējuma. Vēl joprojām viens no nozīmīgākajiem augstākās izglītības finansēšanas resursiem ir studiju maksas iekasēšana no studējošajiem. Jāuzsver arī, ka kopš 1995. gada to studentu skaits, kas augstāko izglītību ieguva par valsts budžeta līdzekļiem, pakāpeniski samazinājās. Tādējādi valsts finansē arvien mazāk studiju vietu un studentu skaita īpatsvars, kas mācās par valsts budžeta līdzekļiem, sarucis no 55% 1995. gadā līdz 27% 2007./2008. studiju gadā. Kopumā kopš 1995. gada studentu skaits augstskolās pieaudzis trīs reizes no 39,2 tūkstošiem līdz 127,1 tūkstotim, bet par budžeta līdzekļiem studē tikai par 50% vairāk studējošo.

Tādējādi var secināt, ka mājāsaimniecību iesaistīšanās augstākās izglītības finansēšanā ir jau noticis fakts. Piemēram, 2004. gadā studiju maksas ieņēmumu īpatsvars augstākās izglītības finansēšanā veidoja 43,4%, kas pat nedaudz pārsniedza finansējumu no valsts budžeta – 40,8%. Atskatoties uz augstākās izglītības finansēšanas struktūru Latvijā un salīdzinot to ar ES dalībvalstu augstākās izglītības finansēšanas struktūru, var secināt, ka studējošo un viņu ģimeņu ieguldījums

augstākās izglītības finansēšanā Latvijā ir ļoti nozīmīgs un turpmākais tā pieaugums bez speciālu mehānismu ieviešanas var radīt nelabvēlīgas sekas valsts tautsaimniecībā un iedzīvotāju labklājības nodrošināšanā.

Līdzekļu daļa, kas ienāk no mājsaimniecību budžeta, ievērojami atšķiras valstu vidū: no mazāk par 1 % Dānijā, Somijā un Norvēģijā līdz 50 % Austrālijā, Japānā un ASV, un pat 80 % – Korejā [5, 7] (sk. 4. attēlu).



* Somijai un Dānijai – viss privātais finansējums kopā

4. attēls. Mājsaimniecību īpatsvars kopējā augstskolu finansējumā Latvijā un ES dalībvalstīs 2005. gadā, procentos [5]

Figure 4. The share of households in finance for higher education in Latvia and the EU Member States in 2005, percentage

Studiju maksas ieviešana un tās būtisks palielinājums apstākļos, kad auga arī studentu skaits, protams, veicināja augstskolu ieņēmumu daļas pieaugumu. Tomēr jāņem vērā, ka augstākās izglītības iegūšana sniedz zināmus labumus ne tikai indivīdiem – studentiem, bet arī privātajam sektoram un sabiedrībai kopumā. Turklāt jau šobrīd studiju maksa veido gandrīz 1/3 no augstākās izglītības kopējā finansējuma, ņemot vērā citus tiešos (iestāšanās maksa) un netiešos (transports, kancelejas preces u. c.) izdevumus, mājsaimniecības jau tagad sedz vairāk nekā pusi no kopējiem augstākās izglītības izdevumiem. Tas ir viens no augstākajiem rādītājiem ES dalībvalstu vidū.

Iepriekšminētais liecina, ka mājsaimniecību izdevumi augstākajai izglītībai ir ļoti lieli salīdzinājumā ar Eiropas vidējo rādītāju. Vēl vairāk situāciju sarežģī Latvijas iedzīvotāju zemā maksātspēja, vidusslāņa neesamība, no vienas puses, un vispārējais ažiotažs pieprasījums pēc augstākās izglītības pakalpojumiem, no otras puses.

Pēc Latvijas iestāšanās ES 2004. gadā izglītības un zinātnes attīstībai ir pieejami arī ES struktūrfondu – Eiropas Sociālā fonda (ESF) un Eiropas reģionālās attīstības fonda (ERAF) – līdzekļi. Periodā līdz 2013. gadam augstākās izglītības institūcijās plānoti ievērojami struktūrfondu ieguldījumi. Plānotais atbalsts zinātnei no ES struktūrfondu šajā periodā ir 237,2 miljoni latu, savukārt augstākajai izglītībai – 170,0 miljoni latu. Tādējādi augstākās izglītības finansēšanai (pārsvarā

augstskolu studiju programmu uzlabošanai un akadēmiskā personāla kompetences pilnveidošanai (kopā – 69,7 miljoni latu) un augstākās izglītības infrastruktūras modernizēšanai – 102,3 miljoni latu) tiks novirzīti vidēji 24,3 miljoni latu gadā, proti, aptuveni 15 % no esošā kopfinansējuma jeb gandrīz trešdaļa no ikgadējā valsts ieguldījuma. Kopumā struktūrfondu ieguldījumi augstākās izglītības attīstībā Latvijā ir vērtējami kā nozīmīgi un valsts izaugsmi veicinoši [16].

Vienīgā problēma ir saistīta ar pārāk zemo uzņēmējdarbības subjektu piedalīšanos gan augstākās izglītības finansēšanā, gan studiju programmu veidošanā, realizācijā un novērtēšanā. Biznesa vides pārstāvju piedalīšanās augstākās izglītības finansēšanā, respektīvi, uzņēmumu un augstskolu sadarbība speciālistu sagatavošanas procesā, ne tikai palīdzēs atrisināt augstskolu finansiālās grūtības, bet arī nodrošinās speciālistu kvalitātes piemērotību darba tirgus prasībām. Latvijā ir vērojamas dažas no šīs sadarbības formām, tomēr vēl aizvien tiek pielietots pārāk maz sadarbības veidu un sadarbības apjomi nav nozīmīgi. Pašlaik Latvijā biznesa struktūras nepilnīgi izmanto augstskolu potenciālu un iespējas, lai sagatavotu nepieciešamos speciālistus un veiktu kopējos līgumdarbus, kas iznākumā nevairo vietējo uzņēmumu konkurētspēju. Savukārt augstskolām ir liegts arī finansiālais atbalsts no uzņēmējdarbības, kas neļauj augstskolām pilnvērtīgi attīstīties un celt pakalpojumu kvalitāti. Problēmas svarīgākie iemesli galvenokārt ir saistīti ar abu pušu nepietiekamo informētību, likumdošanas bāzes nepilnībām un savstarpējās sadarbības pieredzes trūkumu. Iznākumā tas negatīvi ietekmē arī visas sabiedrības attīstību gan no sociālā, gan ekonomiskā aspekta.

Latvijas augstākās izglītības finansēšanas struktūras pilnveidošanas iespējas

Pašreizējā situācijā Eiropas valstis meklē jaunus modeļus augstākās izglītības jauktajai finansēšanai. Galvenais uzdevums ir atrast optimālu valsts un privātā finansējuma samēru, lai valsts ar savu iejaukšanos spētu ne tikai koriģēt izglītības pakalpojumu tirgus nepilnības, bet arī nodrošinātu izglītības pakalpojumu pieejamību plašiem iedzīvotāju slāņiem. Turklāt, veidojot un pielāgojot jauno finanšu ekonomisko mehānismu, jāņem vērā gan nozares ārējie (izglītības nozares attīstības saskaņošana ar valsts ekonomiku kopumā), gan iekšējie faktori.

Pašlaik ir jāveido tāds augstākās izglītības finansēšanas modelis, kas ņems vērā Latvijas īpatnības un starptautisko pieredzi šajā jomā. Tādējādi, lai neciestu augstākās izglītības kvalitāte, pirmkārt, ir jāmeklē papildu avoti un jāievieš adekvāti augstskolu budžeta papildināšanas mehānismi, proti, augstskolām ir jādod iespēja rast nepieciešamo finansējumu un arī jāpiedāvā risinājumi augstākās izglītības finansēšanas mehānisma pilnveidošanai, lai piešķirtos resursus varētu lietot pēc iespējas optimāli. Valsts izdevumu daļas samazinājums augstākās izglītības finansēšanā Latvijas ekonomikā ir globālās tendences – līdzinvestēšanas mehānismu no mājāsaimniecībām, biznesa struktūrām un valsts paplašinātās izmantošanas – izpausme. Likumsakarīgi, ka līdzinvestēšanas attīstība ir jānodrošina ar piemērotiem, jauniem, mērķtiecīgiem un selektīviem finansēšanas mehānismiem.

Izglītības eksperti uzsver, ka privāto finansējumu nedrīkst izmantot par līdzekli, kas aizstātu valstu nepietiekamos līdzekļus. Tāda prakse var radīt līdzekļu

nelietderīgu tērēšanu, nekonsekvenci, nevienlīdzību un draud ar augstākās izglītības pieejamības mazināšanos. Valsts līdzekļiem ir jānodrošina vienlīdzība un sociālā solidaritāte. Tādējādi optimālākā finansējuma shēma ir daudzveidīgu finansēšanas avotu izmantošana, par augstākās izglītības sistēmas finansēšanas pamatu atstājot valsts ieguldījumu.

Viss iepriekšminētais liecina, ka ir jāizveido stratēģija un rīcības virzieni galvenokārt valsts līmenī, lai panāktu augstākās izglītības finansēšanas mehānisma pilnveidošanu un ieviešanu Latvijā. Ilgtermiņa stratēģijas saturā ir jābūt investīciju plāniem, papildu resursu piesaistīšanas shēmām, kā arī jāidentificē augstākās izglītības finansēšanas programma un politika, kas sekmēs privātā kapitāla piesaisti. Latvijā ir jāizveido pietiekami elastīgs augstākās izglītības finansēšanas modelis, ņemot vērā esošo un potenciālo studentu vēlmes un intereses, sabiedrības intereses un privātā sektora vajadzības un iespējas. Tāpēc sākotnēji ir jānodrošina, lai augstākās izglītības sistēma studējošajiem, nodokļu maksātājiem, uzņēmumiem un organizācijām būtu caurspīdīga, elastīga, paredzama un taisnīga.

Esošais augstskolu finansējuma modelis neatbilst jaunajiem izaicinājumiem un uzdevumiem, ko augstākajai izglītībai izvirza zināšanu ekonomika. Galvenās prioritātes Latvijas augstākās izglītības finansēšanas efektivitātes turpmākai uzlabošanai varētu būt šādas.

- **Finansēšanas apjoma optimizācija un valsts finansējuma stabils pieaugums (atbilstīgi studējošo skaita pieaugumam, ekonomiskajai situācijai valstī un kvalitātes nodrošināšanas vajadzībām).**

Lai saglabātu valsts vadošo nozīmi augstskolu attīstībā, pakāpeniski jāpalielina augstākās izglītības finansējums no valsts budžeta. Tas nodrošinātu augstākās izglītības kvalitāti un pieejamību. Lai to sasniegtu, bija jāpalielina pašreizējais finansējums no valsts budžeta gadā par aptuveni 3 miljoniem latu – līdz 2006. gadam un par aptuveni 1,3 miljoniem latu – līdz 2011. gadam [2]. Tādējādi līdz 2010. gadam tiek plānots paaugstināt valsts budžeta dotāciju augstākajai izglītībai līdz 1,4% no IKP un piesaistīt privāto finansējumu 1,0–1,4% apjomā no IKP, respektīvi, kopējam finansējumam jābūt ap 2,5% no IKP [18].

- **Augstskolu finanšu avotu diversifikācija, plašāk iesaistot uzņēmējdarbības, NVO, fondu un ārvalstu resursus.**

Lai palielinātu augstskolu finanšu elastību un neatkarību no viena avota, ir jāpiesaista daudzveidīgi finansēšanas avoti. Jaunas finansēšanas pieejas balstās uz konkurētspējīgiem tirgus instrumentiem, kas ļauj piesaistīt resursus no vairākiem avotiem. Pāreja no valsts finansējuma augstākajā izglītībā uz diversificēto nevalstisko finanšu avotu izmantošanu ir vērojama kā globāla tendence daudzās pasaules valstīs. Acīmredzot privātā kapitāla piesaiste strauji paplašina augstskolu finansēšanas iespējas un instrumentāriju.

Samazinot atkarību no kāda viena finansēšanas avota, tiek mazināts potenciālais risks šā avota slēgšanas vai līdzekļu samazināšanas gadījumā. Tomēr augstskolu finanšu ienākumu diversifikācija ir saistīta arī ar dažām problēmām. Tas ir saistīts ar atkarību no resursu ieguldītājiem un prasa no augstskolām ņemt vērā finansētāju intereses un organizēt papildu mehānismus šo resursu organizēšanai, tērēšanai un

pamatošanai. Tāpēc augstskolām jāievieš jaunas organizatoriskas sistēmas, stingri iezīmējot savas saimnieciskās darbības robežas, kas nebūtu pretrunā ar augstskolas misiju un lomu, kā arī jānosaka tie darbības veidi, kas iziet ārpus šīm robežām.

- **Latvijas apstākļiem piemērotu privāto resursu ieguldīšanas mehānismu un instrumentu izstrāde un pielāgošana.**

Lai palielinātu privāto līdzekļu apjomu augstākās izglītības sektorā un formalizētu to kanālus, jāizveido privātās investēšanas mehānismi ar dažādu finanšu instrumentu palīdzību, kas ļautu sadalīt izdevumus laikā, mazinātu kārtējo finanšu slogu uz mājsaimniecībām un būtu adekvāti iedzīvotāju maksātspējai un sociālajiem apstākļiem.

- **Augstākās izglītības stratēģijas un likumdošanas pilnveidošana.**

Pašlaik nepastāv vienots dokuments, kas nosaka augstākās izglītības finansēšanas stratēģiju un modeli, bet esošie dokumenti ne vienmēr ir savstarpēji saskaņoti. Savukārt likumdošanas nepilnības neveicina jauno finanšu mehānismu un finansēšanas instrumentu ieviešanu un izmantošanu Latvijā.

- **Augstskolu efektivitātes paaugstināšanas stimulu pilnveidošana.**

Lai nodrošinātu resursu tērēšanas efektivitāti, jāoptimizē augstskolu resursu piešķiršanas un izlietošanas kārtība. Esošais finansējuma modelis neveicina kvalitātes paaugstināšanu, jo tas nav orientēts uz rezultātu.

Pāreja no tiešām finansēšanas metodēm uz netiešajām valsts subsīdiju, kredītu, grantu un nodokļu atvieglojumu veidā ir pretstatā budžeta vietu finansēšanai. Neskatoties uz to, ka vairumā valstu valsts investīcijas joprojām ir pamatfinansēšanas avots, šie līdzekļi pašlaik tiek ieskaitīti ar citu kanālu starpniecību.

Augstākās izglītības piedāvājumam gan inerces, gan investīciju trūkuma dēļ šobrīd raksturīga nepietiekama spēja reaģēt uz tautsaimniecības attīstības vajadzībām, taču uz studentu pieprasījumu orientētā augstākā izglītība pielāgojas darba tirgus vajadzībām. Studējošo un uzņēmējdarbības iesaistīšanās studiju procesa finansēšanā rosina viņu interesi un prasību pieaugumu iegūstamās izglītības kvalitātei, kas paaugstinās studiju atdevi un studiju procesa efektivitāti. Tādējādi tiks veicināta konkurence augstskolu vidū, kas augstākās izglītības sektorā sekmēs kvalitāti un stimulēs augstskolu darbības efektivitātes pieaugumu.

Nepieciešamība izstrādāt jaunu privāto resursu piesaisti ir saistīta ar zemu iedzīvotāju ienākumu līmeni un nepieciešamību piedāvāt ērtākas un izdevīgākas uzkrāšanas shēmas, jo patlaban Latvijas iedzīvotāji nespēj segt studiju maksas apjomu pilnībā. Tādējādi primārais uzdevums ir tieši izglītības privātās finansēšanas mehānismu attīstība.

Nobeigumā jāpiebilst, ka autore piedāvā tikai dažus risinājumus augstākās izglītības finansēšanas modeļa uzlabošanai, kas ļautu novērst vienu no svarīgākajiem konkurētspējīgas augstākās izglītības sistēmas attīstības kavēšanas iemesliem – finansējuma nepietiekamību. Citu valstu pieredze liecina, ka absolūti ideāls modelis neeksistē. Taču situācija Latvijā nav unikāla un jāmēģina pārvarēt grūtības, pārņemot citu valstu pieredzi, modelējot savus risinājumus, tādējādi veidojot mūsu valstij piemērotāko augstākās izglītības finansēšanas modeli.

Secinājumi

Pārmaiņas mūsdienu sabiedrībā un tautsaimniecībā izvirza jaunas prasības izglītības sistēmai. Tai jābūt kvalitatīvai, izdevumu ziņā racionālai un vienādi pieejamai katram Latvijas iedzīvotājam. Pārmaiņas augstākās izglītības finansēšanā noteica vajadzība pēc papildu līdzekļiem, lai augstskolas varētu studentiem nodrošināt kvalitatīvu izglītību, jo, palielinoties kopējam studējošo skaitam, samazinājās viena studējošā izglītošanai atvēlēto līdzekļu apjoms. Galvenās tendences augstākās izglītības finansēšanā ir šādas:

- Augstākās izglītības finansēšanas modeļu attīstības pamattendence ir saistīta ar valsts orientētās finansēšanas sistēmas aizstāšanu ar jauktu finansēšanas sistēmu, kurā līdzekļus iegulda gan izglītības pakalpojumu sniedzēji, gan patērētāji.
- Latvijas augstākās izglītības kopējais finansējums 2007. gadā ir 210,4 miljoni latu, kas veido 1,5% no valsts iekšzemes kopprodukta. Kopš 2005. gada būtiski palielinājies finansējums no valsts budžeta. Tomēr arī privāto līdzekļu ieguldījums augstākajā izglītībā absolūtos skaitļos turpina palielināties. 2007. gadā privātie līdzekļi augstākās izglītības finansēšanā bija 58,8 miljoni latu, kas veido 27,9% no augstākās izglītības kopējā finansējuma. Līdzekļu daļa, kas ienāk no māsaimniecību budžeta, ievērojami atšķiras valstu vidū: no mazāk par 1% Dānijā, Somijā un Norvēģijā līdz 50% Austrālijā, Japānā un ASV, un pat 80% – Korejā.
- Latvijā māsaimniecību izdevumi augstākajai izglītībai ir ļoti lieli salīdzinājumā ar ES vidējo rādītāju. Vēl vairāk situāciju sarežģī Latvijas iedzīvotāju zemā maksātspēja, no vienas puses, un vispārējais pieprasījums pēc augstākās izglītības pakalpojumiem, no otras puses. Lai šī situācija neradītu negatīvas sekas, īpaši ilgstošā periodā, ir jāizstrādā tāda finanšu mehānismu sistēma, kas būtu ērta un pievilcīga studējošajiem, apmierinātu augstskolu vajadzības, būtu izdevīga un piemērota biznesa struktūru interesēm (uzņēmējiem un darba devējiem).

Augstākās izglītības finansēšanas reformu galvenais mērķis ir nodrošināt augstākās izglītības sektoru ar nepieciešamo finansējuma apjomu, izmantojot efektīvākas metodes un mehānisms. Jāuzsver, ka, vienīgi pilnveidojot augstākās izglītības finansēšanas modeli, var sasniegt pozitīvus rezultātus jau drīzumā: samazināt finanšu slogu uz māsaimniecībām, optimizēt augstskolu budžetus un panākt augstākās izglītības ilgtspējību un atbilstību visu tajā iesaistīto pušu vajadzībām.

LITERATŪRA

1. Augstākās izglītības likuma projekts. Pieejams: www.aic.lv/rp/Latv/PROT/20060829/20060714_ail_projekts_iesniegtais.doc
2. Augstākās izglītības un augstskolu attīstības nacionālā koncepcija periodam līdz 2010. gadam (akceptēta Ministru kabineta komisijas sēdē 2001. gada 16. jūlijā). Pieejama: http://www.aip.lv/kocept_doc_nac-kocep.html.
3. Augstskolu likums (pieņemts LR Saeimā 02.11.1995.).
4. Constructing Knowledge Societies: New Challenges for Tertiary Education. The World Bank, Washington, D.C., 2002, The International Bank for Reconstruction and

- Development / The World Bank, 1818 H Street, NW, p. 107. Pieejams: http://194.84.38.65/files/esw/files/constr_eng.pdf (sk. 11.12.2006.)
5. Education at a Glance, 2007, OECD Indicators. Paris : OECD.
 6. Higher Education Governance in Europe : Policies, Structures, Funding and Academic Staff. Brussels : Eurydice. 2008. Pieejams: <http://www.eurydice.org/portal/page/portal/Eurydice/showPresentation?pubid=091EN>
 7. Izglītības attīstības pamatnostādnes 2007.–2013. gadam. Rīga, 2006.
 8. Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007.–2013. gadam. Rīga, 2006.
 9. Pārskats par Latvijas augstāko izglītību 2006. gadā (skaitļi, fakti, tendences). Izglītības un zinātnes ministrija, Augstākās izglītības un zinātnes departaments. Pieejams: <http://www.izm.gov.lv/default.aspx?tabID=16&lang=1&id=1329>
 10. Private Household Spending on Education & Training (Project Report) Pieejams: http://europa.eu.int/comm/education/doc/reports/index_en.html
 11. Projects in “Economics of Education” Study on “The Financing of Higher Education in Europe”, Volume 1, European Commission, Directorate General of Education and Culture, December 2004. http://europa.eu.int/comm/education/policies/2010/studies/financing1_en.pdf
 12. Vossensteyn, J. J. Fiscal stress, worldwide trends in higher education finance, NASFAA Journal of Student Financial Aid, Vol. 34, No. 1, 2004. p. 39–55. <http://www.nasfaa.org/annualpubs/journal/Vol34n1/Vossensteyn.pdf>
 13. What do societies invest in education? Public versus private spending. UNESCO Institute for Statistics – UIS/FS/07/04, 2007.
 14. Курбатова, М. В. Проблемы становления системы частного инвестирования в высшее профессиональное образование. М. В. Курбатова, Н. П. Дудченко *Университетское управление: практика и анализ*. № 3 (26). 2003. с. 61–68. Pieejams: [http://umj.usu.ru/unimgmt/?base=mag/0026\(03-2003\)&xsl=showArticle.xslt&id=a07&doc=../content.jsp](http://umj.usu.ru/unimgmt/?base=mag/0026(03-2003)&xsl=showArticle.xslt&id=a07&doc=../content.jsp)
 15. Data Collection on Education Systems (UOE 2004 Data Collection). Paris : OECD, 2006. Pieejams: <http://www.oecd.org/dataoecd/32/53/33712760.pdf>
 16. 2007.–2013. gada ES struktūrfondu atbalsts augstākajai izglītībai un zinātnei. Izglītības un zinātnes ministrija, 2008. gada 28. maijā.
 17. К обществам знаний. Всемирный доклад Юнеско, Юнеско 2005. Pieejams: http://www.unesco.kz/publications/ci/2005/05-World_Report_on_knowledge_societies_RUS.pdf (sk. 11.12.2006.)
 18. Augstākās izglītības, zinātnes un tehnoloģiju attīstības vadlīnijas 2002.–2010. gadam. Pieejams: http://www.aip.lv/koccept_doc_vadlinijas.htm (sk. 16.12.2006.)

Summary

This article gives a detailed review of the aspects of financing of higher education. After Latvia had regained its independence, various radical changes were made in the economy. Significant changes were also made in the system of the state higher education that demanded additional financial capital.

In spite of the fact that the state allocates more and more funding (at least in absolute numbers) for higher education, the amount of money is insufficient to satisfy the augmenting financial needs of this sphere. They are mainly connected with the rising number of students, depreciation and non-compliance of infrastructure with the modern, changing environment, and the requirements of information society, as well as with the

necessity to raise the quality of higher education. Due to lack of finance in the state budget, the usual way out is to attract private investment.

The aim of the article is to describe the funding system of higher education in Latvia, paying special attention to the analysis and evaluation of the international experience of financing of higher education, as well as to make practical suggestions for the development of the schemes and mechanisms of financing of higher education in Latvia.

Keywords: *resources of finance for higher education, diversification of finance for higher education, model of financing of higher education, structure of financing of higher education, private expenditures in higher education.*

Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamikas analīze

Analysis of the Dynamics of Retail Interest Rates

Vija Mičūne

Latvijas Banka
K. Valdemāra iela 2a, Rīga, LV-1050
E-pasts: Vija.Micune@bank.lv

Rakstā analizēta mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu procentu likmju dinamika Latvijā laikposmā no 2004. gada janvāra līdz 2008. gada augustam, izmantojot korelāciju analīzi, kā arī kļūdu korekcijas modeļa pamatformu un dažas asimetriskās formas. Darbā identificētas mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju analīzei visatbilstošākās naudas tirgus procentu likmes. Pētījumā konstatēts, ka saikne starp mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm un naudas tirgus procentu likmēm Latvijā ir cieša, bet atšķirīga dažādiem kredītu un noguldījumu veidiem. Dažām mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm dinamiku labāk raksturo kāda no asimetriskajām kļūdu korekcijas modeļa formām.

Atslēgvārdi: procentu likmes, robežizmaksu modelis, asimetriska dinamika, banku tirgus, monetārās politikas transmisija, kļūdu korekcijas modelis.

Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamika zinātniskajā literatūrā ir plaši apskatīta, ņemot vērā kredītu un noguldījumu lomu tautsaimniecībā. Banku noteiktās procentu likmes iespaido mājsaimniecību un uzņēmumu lēmumus, cik daudz aizņemties un kādu daļu no to rīcībā esošiem finanšu līdzekļiem noguldīt. Lēmumi par kredītiem un noguldījumiem nosaka mājsaimniecību patēriņu un uzņēmumu investīcijas, kas ietekmē inflāciju un tautsaimniecības attīstību kopumā. Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes iespaido arī banku peļņas rādītājus.

Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes visbiežāk analizētas, aplūkojot, kāda ietekme uz tām ir tirgus procentu likmēm vai centrālo banku noteiktajām procentu likmēm. Monetārās politikas kontekstā šāda analīze nepieciešama, jo monetārās politikas instrumenti parasti ir veidoti ar mērķi iespaidot īstermiņa naudas tirgus procentu likmes. Savukārt mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās likmes, kas iznākumā nosaka patēriņu un investīcijas, ir atkarīgas gan no tā, kā izmaiņas īstermiņa naudas tirgus likmēs ietekmēs ilgāka termiņa tirgus procentu likmes, gan no finanšu iestāžu cenu veidošanas prakses. Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes tiek analizētas arī mikroekonomikas kontekstā, pētot tirgus cenu noteikšanas mehānismu.

Bieži vien tiek pieņemts, ka izmaiņas tirgus procentu likmēs uzreiz atspoguļojas mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajās procentu likmēs. Tomēr empīrisko pētījumu rezultāti, piemēram, *DeBondt* [1], *Mojon* [2], *Egert*, *Cuaresma* un *Reininger* [3], parādījuši, ka šāds pieņēmums var būt maldīgs. Banku procentu likmes var pielāgoties naudas tirgus procentu likmju izmaiņām ar zināmu laika nobīdi – turklāt dažādām valstīm, dažāda veida finanšu iestādēm, kredītiem un noguldījumiem to pielāgošanās ātrums un apmērs var atšķirties. Pilnīgāka un ātrāka pielāgošanās parasti tiek saistīta ar efektīvāku monetāro politiku.

Raksta mērķis ir izpētīt mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu procentu likmju dinamiku Latvijā laikposmā no 2004. gada janvāra līdz 2008. gada augustam, īpašu uzmanību pievēršot saiknei starp mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm un tirgus procentu likmēm.

Lai sasniegtu mērķi, tika izvirzīti šādi uzdevumi: izvēlēties mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju analīzei vispiemērotākās tirgus procentu likmes, novērtēt tirgus procentu likmju ilgtermiņa un īstermiņa ietekmi uz dažāda veida kredītu un noguldījumu procentu likmēm un izvērtēt, vai tirgus procentu likmēm raksturīga asimetriska ietekme uz analizēto procentu likmju dinamiku.

Pētījuma metodoloģiskais pamats ir ārvalstu un Latvijas zinātnieku darbi, normatīvie akti par kredītu un noguldījumu procentu likmēm un Latvijas Bankas mājas lapā publicētie procentu likmju statistikas dati. Praktiskajā pētījumā ir izmantotas dažādas mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamikas analīzes metodes: korelāciju analīze, kļūdu korekcijas modeļa pamatforma un divas asimetriskās formas.

1. Procentu likmju dinamikas analīzes būtība un metodoloģija

Viena no pieejām, analizējot mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes, ir novērtēt to saikni ar tirgus procentu likmēm (skatīt, piemēram, *DeBondt* [1], *Egert* un *MacDonald* [4]). Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju ilgtermiņa attiecību ar tirgus procentu likmi izsaka šādā formā:

$$BL_t = \mu + \gamma \cdot TL_t + u_t, \quad (1)$$

kur BL ir mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktā procentu likme, TL – tirgus procentu likme, u – novirze no ilgtermiņa līdzsvara. Parametrs μ mēra mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes uzcenojumu. Tas parāda, par cik procentu punktiem mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegtā kredītu procentu likme (no mājsaimniecībām un uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu procentu likme) noteikta virs (zem) tirgus procentu likmes. Parametrs μ ir pozitīvs mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegto kredītu gadījumā. Parametrs γ nosaka, cik lielā mērā tirgus procentu likme ietekmē mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes ilgtermiņā. Parametrs parāda, par cik procentu punktiem mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktā procentu likme mainās ilgtermiņā attiecībā pret tirgus procentu likmes izmaiņām. Parametra γ sagaidāmā vērtība ir pozitīva.

Atbilstīgi robežizmaksu modeļa pieņēmumiem, ja banku tirgū pastāv perfekta konkurence un pilnīga informācija, tad mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm ilgtermiņā pilnībā jāpiemērojas robežizmaksām – atbilstīgajām tirgus procentu likmēm. Parametra γ vērtībai 1. vienādojumā jābūt skaitlim viens. Ja tirgum raksturīga nepilnīga konkurence vai asimetriskas informācijas problēma, tad mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes ilgtermiņā nepiemērojas atbilstīgajām tirgus likmēm pilnībā un parametra γ vērtība ir mazāka par skaitli viens.

Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes nepielāgojas pārmaiņām tirgus procentu likmē uzreiz. Pat ja īstermiņa procentu likmes pielāgojas ātri, vidēja termiņa un ilgtermiņa procentu likmes var reaģēt lēni, jo tās lielākoties nosaka tirgus dalībnieku gaidas par īstermiņa tirgus procenta likmju attīstību nākotnē. Arī kredītu un depozītu atlikumiem procentu likmes pielāgojas pakāpeniski, jaunajiem kredītiem un depozītiem aizstājot vecos. Tādējādi 1. vienādojums var tikt interpretēts tikai kā ilgtermiņa attiecība starp mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm un tirgus procentu likmēm.

1. vienādojumā parametra γ vērtība mājsaimniecībām izsniegto kredītu procentu likmēm var pārsniegt skaitli viens, ja bankas visām mājsaimniecībām un uzņēmumiem nepiemēro vienlīdz lielas procentu likmes. Piemēram, lai kompensētu risku, augsta riska kredītņēmējiem tiek piemērotas augstākas procentu likmes nekā zema riska kredītņēmējiem.

Papildus nepilnīgai konkurencei tirgū zinātniskajā literatūrā (piemēram, Sharpe [5], DeBondt [1], Hannan un Berger [6], Mojon [2], Lowe un Rohling [7], Weth [8], Berstein un Fuentes [9] darbos) ir minēti arī citi iemesli, kāpēc mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes ilgtermiņā nepielāgojas izmaiņām tirgus likmē pilnībā – viens pret vienu:

- augstas fiksētas izmaksas, kas nepieciešamas, lai izmainītu cenu;
- augstas izmaksas, kas nepieciešamas, lai pārietu no vienas bankas uz citu;
- nenoteiktība, kā naudas tirgus procentu likmes attīstīsies nākotnē, pielāgošanās izmaksas un iespējamais tirgus daļas zaudējums, kas var rasties, pielāgojoties īslaicīgām, pārejošām tirgus likmju izmaiņām, rosina bankas veikt lielākas, bet ne tik biežas izmaiņas mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajās procentu likmēs;
- iespēju trūkums aizvietot kredītus un depozītus ar līdzvērtīgiem pakalpojumiem;
- finanšu tirgus struktūra – tirgus segmentācija un banku koncentrācija;
- specifiskas banku iezīmes, piemēram, banku lielums, likviditāte, ilgtermiņa attiecības ar klientiem, klientu veidi un kredītportfeļa risks.

Lielākajā daļā pētījumu, kuros modelēta mājsaimniecībām un uzņēmējiem noteikto procentu likmju dinamika (piemēram, Heffernan [10], Winker [11], DeBondt [1], Cottarelli un Kourelis [12], Tieman [13], DeBondt at al [14], Heffernan, Fuentes [15], Sørensen un Werner [16], Berstein, Fuentes [9], Horváth, Krekó, Naszódi [17] darbos), ir izmantots kļūdu korekcijas modelis. To var lietot

pie nosacījuma, ka pētāmo likmju laika rindas ir integrētas ar kārtu viens ($BL_t \sim I(1)$, $TL_t \sim I(1)$) un starp tām pastāv kointegrācijas sakarība.

Pētījumu autori likmēm bieži izmanto šādu kļūdu korekcijas modeļa pamatformu (piemēram, šādi autori: *DeBondt* [1], *Cottarelli un Kourelis* [12], *Tieman* [13]):

$$\Delta BL_t = \alpha + \lambda \cdot \hat{u}_{t-1} + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t, \quad (2)$$

kur visi mainīgie atbilst iepriekš sniegtajam definējumam, Δ ir pirmās kārtas differences operators, α – konstante, λ – kļūdas korekcijas koeficients jeb mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto likmju pielāgošanās ātrums to ilgtermiņa vērtībām, $\hat{u}_{t-1}$ – vienu periodu novēlojušās līdzsvara kļūdas elementa vērtība, β_0 – mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju tūlītēja pielāgošanās tirgus procentu likmes izmaiņām, savukārt ε_t – novirze no īstermiņa līdzsvara.

2. vienādojumā $\hat{u}_t$ definēts šādi:

$$\Delta BL_t = \alpha + \lambda \cdot \hat{u}_{t-1} + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t, \quad (3)$$

kur $\hat{\mu}$ un $\hat{\gamma}$ ir ar 1. vienādojumu noteiktās regresijas novērtētie parametri. Parametrs λ , ja līdzsvara kļūdas elements ir statistiski nozīmīgs, parāda, cik lielu daļu no mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes nobīdes no tās ilgtermiņa vērtības var izslēgt nākamā perioda laikā.

Parametra λ sagaidāmā vērtība ir negatīva. Novēlošanās ilgumu, kurā mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktā procentu likme pilnīgi piemērojas tās ilgtermiņa līdzsvara vērtībām, aprēķina pēc formulas:

$$(1 - \beta_0)/|\lambda| \quad (4)$$

Vairākos darbos (piemēram, *DeBondt et al* [14], *Heffernan, Fuertes* [15], *Sørensen un Werner* [16], *Berstein, Fuentes* [9], *Horváth, Krekó, Naszódi* [17]) 2. vienādojums ir paplašināts, iekļaujot tajā atkarīgā mainīgā diferencu novēlotās vērtības un neatkarīgā mainīgā diferencu novēlotās vērtības:

$$\Delta BL_t = \alpha + \sum_{k=0}^K \beta_k \cdot \Delta TL_{t-k} + \sum_{l=1}^L \chi_l \cdot \Delta BL_{t-l} - \lambda \cdot \hat{u}_{t-1} + \varepsilon_t, \quad (5)$$

kur $k(0,1,2,..., K)$, $l(1,2,..., L)$ ir lagu skaits, savukārt χ_l ir mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju lagu parametrs, kas raksturo īstermiņa dinamiku. Vienādojuma labajā pusē līdzās līdzsvara kļūdas elementa novēlotajai vērtībai ir iekļautas atkarīgā mainīgā diferencu novēlotās vērtības, kā arī neatkarīgā mainīgā difference un tās novēlotās vērtības tādā kombinācijā, kas dod vislielāko statistisko nozīmīgumu izveidotajam modelim. Atkarīgā mainīgā diferencu novēlotās vērtības, kā arī neatkarīgā mainīgā difference un tās novēlotās vērtības atspoguļo neatkarīgā mainīgā īstermiņa svārstības, savukārt līdzsvara kļūdas novēlotā vērtība parāda tā piemērošanos ilgtermiņa līdzsvaram.

Empīrisko pētījumu autori, analizējot mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto likmju dinamiku, izmanto ne tikai simetriskās modeļa formas, bet arī dažāda veida asimetriskās formas. Analizējot mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju piemērošanās asimetriskās īpašības, pamatā izdala zīmes asimetriju (*sign asymmetry*) un lieluma asimetriju (*size asymmetry*).

Zīmes asimetrija nozīmē, ka mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes piemērošanās ātrums tās ilgperioda līdzsvara vērtībai atkarīgs no tā, vai pētāmā likme novirzās virs tās ilgperioda līdzsvara vērtības vai zem. Zīmes asimetrija parāda, vai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes pielāgojas izmaiņām tirgus procentu likmē līdzīgi, kad tās ir “pārāk lielas” salīdzinājumā ar ilgtermiņā prognozēto vērtību un kad tās ir “pārāk mazas”. Tiek pieņemts, ka nepilnīgas konkurences apstākļos finanšu iestādes ir motivētas pielāgot mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes to ilgtermiņa vērtībām ātrāk, ja tās ir zem ilgtermiņa vērtībām. Piemēram, virs tirgus procentu likmēm pievienotām procentu likmēm sarūkot zem to ilgtermiņa vērtībām, finanšu iestādes būs ieinteresētas pievienotās likmes paaugstināt ātrāk. Turpretim, pievienotām procentu likmēm pārsniedzot to ilgtermiņa vērtības, finanšu iestādēm nepilnīgas konkurences apstākļos var būt izdevīgi pievienotās procentu likmes samazināt ilgākā laika periodā.

Lieluma asimetriju var novērot, kad mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes piemērošanās ātrums tās ilgperioda līdzsvara vērtībai ir atkarīgs no tā, cik liela ir pētāmās procentu likmes novirze no tās ilgperioda līdzsvara vērtības. Tiek pieņemts, ka lielāku līdzsvara kļūdu gadījumā mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes ātrāk piemērojas to ilgtermiņa līdzsvara vērtībai. Procenta likmju lieluma asimetriju var novērot, ja, piemēram, finanšu iestādes lielāku tirgus procentu likmju izmaiņu gadījumā straujāk maina mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes.

Empīriskajos pētījumos, kuros ņemta vērā līdzsvara kļūdas zīmes asimetrija (piemēram, *Newmark*, *Sharpe* [18], *Scholnick* [19] darbos), piemērota kāda no kļūdu korekcijas modeļa pamatformām, sadalot līdzsvara kļūdas elementa laika rindu divās laika rindās atkarībā no tā, vai līdzsvara kļūdas elements ir pozitīvs (u^+) vai negatīvs (u^-). Piemēram, *Scholnick* [19] modelē līdzsvara kļūdas asimetriju, balstoties uz 2. vienādojumā definēto kļūdu korekcijas modeļa pamatformu:

$$\Delta BL_t = \alpha + \lambda_1 \cdot u_{t-1}^+ + \lambda_2 \cdot u_{t-1}^- + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t, \quad (6)$$

kur λ_1 ir kļūdas korekcijas koeficients, ja līdzsvara kļūdas elements ir pozitīvs, λ_2 ir kļūdas korekcijas koeficients, ja līdzsvara kļūdas elements ir negatīvs, savukārt līdzsvara kļūdas u_{t-1} laika rinda ir sadalīta divās pozitīva u_{t-1}^+ un negatīva u_{t-1}^- līdzsvara kļūdas elementa laika rindās, balstoties uz šādiem nosacījumiem:

$$\begin{aligned} u_{t-1}^+ &= \hat{u}_{t-1}, \text{ ja } \hat{u}_{t-1} > 0 \\ u_{t-1}^- &= 0, \text{ ja } \hat{u}_{t-1} < 0 \end{aligned} \quad (7)$$

un

$$\begin{aligned} u_{t-1}^- &= \hat{u}_{t-1}, \text{ ja } \hat{u}_{t-1} < 0 \\ u_{t-1}^- &= 0, \text{ ja } \hat{u}_{t-1} > 0 \end{aligned} \quad (8)$$

Ja tiek apskatīta lieluma asimetrija attiecībā pret līdzsvara kļūdas izmaiņām, parasti tiek definēts šāds mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju asimetriskais modelis:

$$\Delta BL_t = \alpha + \lambda_3 \cdot u_{t-1}^L + \lambda_4 \cdot u_{t-1}^M + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t, \quad (9)$$

kur λ_3 ir kļūdas korekcijas koeficients, ja līdzsvara kļūdas elements ir liels, λ_4 ir kļūdas korekcijas koeficients, ja līdzsvara kļūdas elements ir mazs, savukārt līdzsvara kļūdas u_{t-1} laika rinda ir sadalīta divās liela u_{t-1}^L un maza u_{t-1}^M līdzsvara kļūdas elementa laika rindās, balstoties uz šādiem nosacījumiem:

$$\begin{aligned} u_{t-1}^L &= \hat{u}_{t-1}, \text{ ja } |\hat{u}_{t-1}| > \theta \\ u_{t-1}^L &= 0, \text{ ja } |\hat{u}_{t-1}| < \theta \end{aligned} \quad (10)$$

un

$$\begin{aligned} u_{t-1}^M &= \hat{u}_{t-1}, \text{ ja } |\hat{u}_{t-1}| < \theta \\ u_{t-1}^M &= 0, \text{ ja } |\hat{u}_{t-1}| > \theta \end{aligned} \quad (11)$$

10. un 11. vienādojumā θ ir līdzsvara kļūdas lieluma sliekšnis – skaitlis, ar kuru tiek salīdzinātas līdzsvara kļūdas, lai noteiktu, vai tās ir lielas vai mazas. Lai pierādītu, ka mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās likmes pielāgojas izmaiņām tirgus likmē asimetriski, aplūkotajiem asimetriskajiem kļūdu korekcijas modeļiem jāpierāda, ka λ_1 atšķiras no λ_2 un λ_3 atšķiras no λ_4 . Lai to izdarītu, empīrisko pētījumu autori visbiežāk veic *Wald* statistisko testu.

2. Izmantotie dati un modeļu novērtēšanas rezultāti

2.1. Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes

Pētījumā izmantoti Latvijas Bankas mājas lapā pieejamie procentu likmju mēneša dati laikposmā no 2004. gada janvāra līdz 2008. gada augustam dažādiem mājsaimniecībām un uzņēmumiem latos izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu veidiem. Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dati ir iedalīti piecās grupās:

- 1) mājsaimniecībām izsniegtie mājokļa kredīti,
- 2) mājsaimniecībām izsniegtie patēriņa kredīti,

- 3) uzņēmumiem izsniegtie kredīti,
- 4) no mājsaimniecībām piesaistītie noguldījumi,
- 5) no uzņēmumiem piesaistītie noguldījumi.

Apskatītie kredītu un noguldījumu veidi aptver lielāko daļu no banku piedāvātā pakalpojumu klāsta, un šāds iedalījums atbilst pieejamo kredītu un noguldījumu likmju un apjomu statistisko datu iedalījumam.

Lai gūtu plašāku ieskatu par mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamiku, apskatītas gan no jauna izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu procentu likmes, gan dažāda termiņa kredītu un noguldījumu atlikumu likmes. Zinātniskajā literatūrā analizētas abu veidu likmes, arī Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs esošās (piemēram, *Sander* un *Kleimeiern* [20], *Tieman* [13] darbos). Mājsaimniecībām un uzņēmumiem kārtējā mēnesī izsniegtos kredītus un piesaistītos noguldījumus raksturo no jauna izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu procentu likmes. To dinamiku svarīgi analizēt, lai varētu spriest par pastāvošo situāciju un attīstības tendencēm kredītu un noguldījumu tirgū. Mājsaimniecībām un uzņēmumiem kopumā, arī iepriekšējos mēnešos, izsniegto kredītu neatmaksāto daļu un arī kopumā piesaistītos noguldījumus raksturo atlikumu procentu likmju dinamika. Atlikumu procentu likmju dinamikas analīze papildina no jauna izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu procentu likmju dinamikas analīzi un ir būtiska centrālo banku monetārās politikas izpētē.

Pētījumā visiem kredītu veidiem apskatītas no jauna izsniegto kredītu mainīgās procentu likmes un procentu likmes ar fiksācijas periodu līdz vienam gadam, kā arī procentu likmes visiem noguldījumu veidiem ar termiņu līdz vienam gadam. Mājsaimniecībām no jauna izsniegtajiem patēriņa kredītiem un mājokļa iegādei izsniegtajiem kredītiem izmantotas arī procentu likmes ar fiksācijas periodu no viena līdz pieciem gadiem. Apskatītās no jauna izsniegto kredītu un no jauna piesaistīto noguldījumu procentu likmes raksturo vairāk nekā 90% no jauna izsniegto kredītu un noguldījumu.

Šajā darbā pētītas arī mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegto kredītu atlikumu procentu likmes dažāda termiņa kredītiem: mājsaimniecībām mājokļa iegādei izsniegtajiem kredītiem ar termiņu no viena līdz pieciem gadiem un termiņu, ilgāku par pieciem gadiem, mājsaimniecībām izsniegtajiem patēriņa un pārējiem kredītiem ar termiņu līdz vienam gadam un termiņu no viena līdz pieciem gadiem, uzņēmumiem izsniegtajiem kredītiem ar termiņu līdz vienam gadam, termiņu no viena līdz pieciem gadiem un termiņu, ilgāku par pieciem gadiem. Savukārt no mājsaimniecībām un uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu atlikumam procentu likmes apskatītas noguldījumiem ar termiņu līdz vienam gadam. Kredītu atlikumu un noguldījumu atlikumu procentu likmju dati izvēlēti atkarībā no tā, cik izplatīts ir noteikta termiņa kredīts vai noguldījums.

1. tabulā raksturoti izmantotie mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu procentu likmju dati un sniegti pētījumā turpmāk lietotie apzīmējumi.

1. tabula

Table 1

Mājsaimniecībām un uzņēmumiem izmantoto noteikto procentu likmju apraksts*Description of the used retail interest rates*

Apzīmējums	Kredīta veids	Likmes fiksācija	Kredīta termiņš
Mājsaimniecībām izsniegtie mājokļa kredīti			
MKJ1	Jaunie kredīti ar mainīgo likmi un likmes fiksāciju līdz vienam gadam	Mainīgā un līdz 1 gadam	Visi
MKJ2	Jaunie kredīti ar likmes fiksāciju no viena līdz pieciem gadiem	1–5 gadi	Visi
MK2	Kredītu atlikumi ar termiņu no viena līdz pieciem gadiem	Visas	1–5 gadi
MK3	Kredītu atlikumi ar termiņu, ilgāku par pieciem gadiem	Visas	>5 gadiem
Mājsaimniecībām izsniegtie patēriņa kredīti			
PKJ1	Jaunie kredīti ar mainīgo likmi un likmes fiksāciju līdz vienam gadam	Mainīgā un līdz 1 gadam	Visi
PKJ2	Jaunie kredīti ar likmes fiksāciju no viena līdz pieciem gadiem	1–5 gadi	Visi
PK1	Kredītu atlikumi ar termiņu līdz vienam gadam	Visas	<1 gadu
PK2	Kredītu atlikumi ar termiņu no viena līdz pieciem gadiem	Visas	1–5 gadi
Uzņēmumiem izsniegtie kredīti			
UKJ1	Jaunie kredīti ar mainīgo likmi un likmes fiksāciju līdz vienam gadam	Mainīgā un līdz 1 gadam	Visi
UK1	Kredītu atlikumi ar termiņu līdz vienam gadam	Visas	<1 gadu
UK2	Kredītu atlikumi ar termiņu no viena līdz pieciem gadiem	Visas	1–5 gadi
UK3	Kredītu atlikumi ar termiņu, ilgāku par pieciem gadiem	Visas	>5 gadiem
No mājsaimniecībām piesaistītie noguldījumi			
PNJ1	Jaunie termiņnoguldījumi ar termiņu līdz vienam gadam.	Visas	<1 gadu
PN1	Termiņnoguldījumu atlikumi ar termiņu līdz vienam gadam	Visas	<1 gadu
No uzņēmumiem piesaistītie noguldījumi			
UNJ1	Jaunie termiņnoguldījumi ar termiņu līdz vienam gadam	Visas	<1 gadu
UN1	Termiņnoguldījumu atlikumi ar termiņu līdz vienam gadam	Visas	<1 gadu

2.2. Tirgus procentu likmes izvēle

Zinātniskajā literatūrā, piemēram, *DeBondt* [1] darbā, norādīts, ka, apskatot mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamiku saistībā ar tirgus procentu likmēm, jāizmanto procentu likmes ar salīdzināmiem termiņiem. Lai atrastu vispiemērotāko naudas tirgus procentu likmi, vairāki empīrisko pētījumu autori, piemēram, *Sørensen* un *Werner* [16], *DeGraeve*, *DeJonghe* un *Vennet* [21], kā arī *Sander* un *Kleimeier* [20], izmanto *DeBondt* [1] ieteikto pieeju un veic korelāciju analīzi. Šīs analīzes mērķis ir noteikt, kurai no tirgus procentu likmēm ir visstiprākā saikne ar mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm, un tādējādi izdalīt vispiemērotāko tirgus likmi.

Arī šajā pētījumā veikta korelāciju analīze, lai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju analīzei izvēlētos piemērotāko tirgus procentu likmi. Apskatīti mēneša vidējie RIGIBOR naudas tirgus procentu likmju dati dažādiem termiņiem – uz nakti, vienu dienu, vienu nedēļu, vienu mēnesi, trīs mēnešiem, sešiem mēnešiem, deviņiem mēnešiem un vienu gadu, kā arī dati par valdības desmit gadu obligācijas likmēm. Iegūtie rezultāti attēloti 2. tabulā, kur katrai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajai procentu likmei parādīti korelācijas koeficienti ar dažāda termiņa tirgus procentu likmēm un noteikta vispiemērotākā naudas tirgus procentu likme ar maksimālo korelācijas koeficientu. Katram procentu likmju pārim norādīts maksimālais korelācijas koeficients pie dažādām naudas tirgus vērtībām – kārtējā mēneša un novēlotajām – un izmantotās naudas tirgus procentu likmes novēlošanās koeficients.

2. tabula

Table 2

Procentu likmju korelācijas koeficienti

Correlation coefficients of interest rates

	Tirgus procentu likmes termiņš									Tirgus procentu likme
	nakts	diena	1N	1 M	3 M	6 M	9 M	12 M	ilgt.	
Mājsaimniecībām izsniegtie mājokļa kredīti										
MKJ1	0,732 (2)	0,738 (2)	0,751 (2)	0,852 (1)	0,948 (1)	0,959 (0)	0,961 (0)	0,954 (0)	0,794 (6)	9 mēnešu RIGIBOR
MKJ2	0,6275 (6)	0,632 (6)	0,649 (2)	0,761 (2)	0,880 (1)	0,900 (1)	0,904 (1)	0,907 (1)	0,804 (6)	1 gada RIGIBOR
MK2	0,761 (2)	0,768 (2)	0,786 (2)	0,880 (2)	0,962 (2)	0,975 (1)	0,969 (1)	0,9615 (2)	0,716 (1)	6 mēnešu RIGIBOR
MK3	0,769 (2)	0,777 (2)	0,794 (2)	0,884 (2)	0,956 (1)	0,961 (1)	0,951 (1)	0,941 (1)	0,850 (5)	6 mēnešu RIGIBOR
Mājsaimniecībām izsniegtie patēriņa kredīti										
PKJ1	0,615 (1)	0,622 (1)	0,636 (1)	0,716 (1)	0,813 (1)	0,849 (1)	0,863 (0)	0,876 (0)	0,798 (0)	1 gada RIGIBOR
PKJ2	0,665 (5)	0,658 (5)	0,666 (5)	0,722 (5)	0,768 (5)	0,789 (5)	0,796 (5)	0,799 (5)	0,770 (4)	1 gada RIGIBOR

	Tirgus procentu likmes termiņš									Tirgus procentu likme
	nakts	diena	1N	1 M	3 M	6 M	9 M	12 M	ilgt.	
PK1	0,610 (4)	0,616 (4)	0,628 (4)	0,716 (4)	0,825 (3)	0,874 (3)	0,900 (2)	0,919 (2)	0,843 (0)	1 gada RIGIBOR
PK2	0,587 (2)	0,592 (2)	0,605 (2)	0,694 (2)	0,821 (1)	0,882 (1)	0,908 (1)	0,931 (0)	0,881 (0)	1 gada RIGIBOR
Uzņēmumiem izsniegtie kredīti										
UKJ1	0,791 (0)	0,799 (0)	0,819 (0)	0,899 (0)	0,936 (0)	0,918 (0)	0,893 (0)	0,878 (0)	0,763 (4)	3 mēnešu RIGIBOR
UK1	0,779 (2)	0,786 (2)	0,804 (2)	0,899 (2)	0,973 (1)	0,973 (1)	0,957 (1)	0,944 (1)	0,810 (5)	3 mēnešu RIGIBOR
UK2	0,775 (2)	0,782 (2)	0,800 (2)	0,901 (2)	0,984 (1)	0,986 (1)	0,971 (1)	0,954 (1)	0,785 (5)	6 mēnešu RIGIBOR
UK3	0,757 (2)	0,765 (2)	0,782 (2)	0,880 (1)	0,974 (1)	0,985 (1)	0,977 (1)	0,967 (1)	0,823 (5)	6 mēnešu RIGIBOR
No mājsaimniecībām piesaistītie noguldījumi										
PNJ1	0,663 (1)	0,666 (1)	0,686 (6)	0,776 (6)	0,897 (1)	0,934 (1)	0,948 (1)	0,952 (1)	0,849 (5)	1 gada RIGIBID
PN1	0,692 (6)	0,702 (6)	0,726 (7)	0,830 (7)	0,927 (6)	0,954 (6)	0,960 (6)	0,967 (6)	0,832 (7)	1 gada RIGIBID
No uzņēmumiem piesaistītie noguldījumi										
UNJ1	0,831 (0)	0,840 (0)	0,862 (0)	0,928 (0)	0,970 (0)	0,954 (0)	0,933 (0)	0,905 (0)	0,712 (5)	3 mēnešu RIGIBID
UN1	0,668 (1)	0,673 (1)	0,687 (1)	0,782 (2)	0,922 (1)	0,964 (1)	0,980 (1)	0,986 (1)	0,828 (3)	1 gada RIGIBID

Avots. Autores aprēķini pēc Latvijas Bankas datiem, 2008.

Ja apskata no jauna izsniegtos kredītus ar mainīgo procentu likmi un procentu likmi ar fiksācijas periodu līdz vienam gadam, kā arī dažāda termiņa kredītu atlikumus, mājsaimniecībām izsniegtajiem mājokļa kredītiem un uzņēmumiem izsniegtajiem kredītiem vispiemērotākās tirgus procentu likmes ir RIGIBOR trīs un sešu mēnešu likme. Tas ir likumsakarīgi, ņemot vērā, ka šī termiņa naudas tirgus procentu likmes ir visplašāk piemērotas kredītiem ar mainīgo procentu likmi. Mājsaimniecībām mājokļa iegādei no jauna izsniegtajiem kredītiem ar procentu likmes fiksācijas periodu no viena līdz pieciem gadiem vislabāk atbilst viena gada RIGIBOR naudas tirgus procentu likmes. Analizējot mājsaimniecībām izsniegtos patēriņa kredītus – gan no jauna izsniegtos ar procentu likmes fiksāciju līdz vienam gadam un ar procentu likmes fiksāciju no viena līdz pieciem gadiem, gan kredītu

atlikumus ar termiņu līdz vienam gadam un termiņu no viena līdz pieciem gadiem, visizdevīgāk izmantot RIGIBOR viena gada procentu likmi.

Apskatot no uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu likmju korelācijas ar dažāda veida tirgus procentu likmēm, skaidri redzams, ka no uzņēmumiem piesaistīto jauno noguldījumu likmju dinamiku vislabāk izskaidro RIGIBID trīs mēnešu tirgus likme. Savukārt no uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu atlikumiem likmju attīstību vislabāk raksturo RIGIBID viena gada likme. Analizējot no māsaimniecībām piesaistīto noguldījumu likmes jaunajiem noguldījumiem un noguldījumu atlikumiem, vislabāk piemērot RIGIBID viena gada procentu likmi.

2.3. Ilgtermiņa attiecības novērtējums

Lai varētu izmantot kļūdu korekcijas modeli, jāpārbauda, vai tiek izpildīti vairāki priekšnosacījumi. Pirmkārt, apskatīto māsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju un naudas tirgus procentu likmju laika rindām jābūt integrētām ar kārtu viens. Lai pārbaudītu, vai tiek izpildīts šis priekšnosacījums, bija izmantots *Augmented Dickey-Fuller* tests. Otrais priekšnosacījums paredz, ka starp apskatītajām māsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm un tirgus procentu likmēm pastāv kointegrācijas sakarība. Lai to noskaidrotu, tika novērtēts 1. vienādojums un pārbaudīts, vai novērtētā novirze no ilgtermiņa līdzsvara, kas definēta 3. vienādojumā, ir stacionāra.

Veicot nepieciešamos testus, var secināt, ka šajā pētījumā apskatītie māsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dati un tirgus procentu likmju dati atbilst abiem priekšnosacījumiem. Tāpēc, novērtējot 1. vienādojumu, var raksturot ilgtermiņa attiecību starp dažāda veida māsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm un tirgus procentu likmēm. Šajā pētījumā 1. vienādojums tikai novērtēts, izmantojot vienkāršo kvadrātu metodi. Gūtie rezultāti atainoti 3. tabulā.

Iegūtās R^2 vērtības ir augstas un sasniedz pat 96,6% no uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu atlikumu likmēm, kas nozīmē, ka ilgtermiņā tirgus procentu likmes svārstības izskaidro nozīmīgu daļu māsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dispersijas. Lielākoties visiem apskatītajiem kredītu un noguldījumu veidiem konstante un tirgus likme ir statistiski nozīmīga, vērtējot tās pēc atbilstīgajām t -statistikas vērtībām.

Kopumā no jauna izsniegto kredītu un no jauna piesaistīto noguldījumu procentu likmes ilgtermiņā pielāgojas tirgus procentu likmei gandrīz pilnīgi, par ko liecina novērtētie tirgus likmes koeficienti, kas ir salīdzinoši lieli un tuvi skaitlim viens. Savukārt kredītu un noguldījumu atlikuma procentu likmes ilgtermiņā mazāk reaģē uz naudas tirgus procentu likmes izmaiņām.

Salīdzinājumā ar dažādiem kredītu veidiem tirgus procentu likme ilgtermiņā ietekmē banku noteikto procentu likmi visspēcīgāk māsaimniecībām no jauna izsniegtajiem mājokļa kredītiem – tirgus likmes koeficienti no jauna izsniegtajiem mājokļa kredītiem ir 0,703 un 0,780. Māsaimniecībām no jauna izsniegtajiem patēriņa kredītiem saikne starp māsaimniecībām noteiktajām procentu likmēm un naudas tirgus procentu likmēm ir augsta kredītiem ar procentu likmes fiksācijas periodu līdz vienam gadam.

3. tabula
Table 3

Ilgtermiņa attiecības novērtējums
Assesment of long-time relationship

Novērtētais 1. vienādojums: $BL_t = \mu + \gamma \cdot TL_t + u_t$								
	Tirgus likme	Konstante μ			Parametrs γ			R²
		koef.	s	t-stat.	koef.	s	t-stat.	
Mājsaimniecībām izsniegtie mājokļa kredīti								
MKJ1	9 M	3,359	0,290	11,567	0,780	0,045	17,227	0,846
MKJ2	12 M	4,472	0,368	12,155	0,703	0,057	12,392	0,740
MK2	6M	5,274	0,195	27,075	0,439	0,032	13,900	0,782
MK3	6M	5,014	0,258	19,414	0,440	0,042	10,497	0,671
Mājsaimniecībām izsniegtie patēriņa kredīti								
PKJ1	12 M	9,121	0,514	17,732	1,050	0,079	13,241	0,765
PKJ2	12 M	15,971	0,283	56,404	0,258	0,044	5,911	0,393
PK1	12 M	8,322	0,476	17,492	0,866	0,073	11,810	0,721
PK2	12 M	10,820	0,458	23,629	0,631	0,071	8,947	0,597
Uzņēmumiem izsniegtie kredīti								
UKJ1	3 M	4,326	0,203	21,332	0,585	0,035	16,861	0,840
UK1	3 M	4,520	0,239	18,945	0,695	0,041	17,008	0,843
UK2	6 M	4,294	0,186	23,079	0,657	0,030	21,776	0,898
UK3	6 M	4,935	0,151	32,623	0,407	0,025	16,570	0,836
No mājsaimniecībām piesaistītie noguldījumi								
PNJ1	12 M	0,559	0,187	2,996	0,798	0,035	22,496	0,798
PN1	12 M	1,883	0,291	6,468	0,626	0,055	11,308	0,626
No uzņēmumiem piesaistītie noguldījumi								
UNJ1	3 M	0,588	0,135	4,344	0,793	0,028	27,901	0,935
UN1	12 M	0,730	0,115	6,373	0,854	0,022	39,165	0,966

Avots. Autores aprēķini pēc Latvijas Bankas datiem, 2008.

Līdzīgi kā mājsaimniecībām izsniegtiem kredītiem, arī noguldījumiem – kā no mājsaimniecībām piesaistītajiem, tā no uzņēmumiem piesaistītajiem – banku noteiktās likmes ilgtermiņā tikai daļēji pielāgojas tirgus likmes izmaiņām. Abiem apskatītajiem noguldījumu veidiem tirgus likmes koeficients ir ievērojams. No mājsaimniecībām piesaistītajiem noguldījumiem un no uzņēmumiem piesaistītajiem noguldījumiem viena procentu punkta tirgus likmes pieaugums ilgtermiņā izraisa bankas noteiktās likmes pieaugumu vidēji par 0,6–0,9 procentu punktiem.

2.4. Kļūdu korekcijas modeļa pamatformas novērtējums

Lai varētu izdalīt, cik lielā mērā mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes pielāgojas tirgus procentu likmju izmaiņām tajā pašā laikposmā un cik

lielu daļu no iepriekšējā perioda novirzes no ilgtermiņa līdzsvara noslēdz nākamajā, tika novērtēta kļūdu korekcijas modeļa pamatforma. Šim nolūkam izmantota 2. formula. Lai papildus aprēķinātu laika perioda ilgumu, kurā māsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktā procentu likme pilnīgi piemērojas tās ilgtermiņa līdzsvara vērtībām, izmantota 4. formula. Iegūtie rezultāti atainoti 4. tabulā.

4. tabula
Table 4

Pamata kļūdu korekcijas modeļa novērtējums

Assesment of the basic error correction model

Novērtētais 2. vienādojums: $\Delta BL_t = \alpha + \lambda \cdot \hat{u}_{t-1} + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t$									
	Tirgus likme	Parametrs λ			Parametrs β_0			R^2	Pielāgošanās laiks: $(1 - \beta_0)/ \lambda $
		koef.	s	t-stat.	koef.	S	t-stat.		
Mājsaimniecībām izsniegtie mājokļa kredīti									
MKJ1	9 M	-0,303	0,096	-3,173	0,761	0,131	5,790	0,484	1
MKJ2	12 M	-0,746	0,123	-6,054	0,233	0,237	0,982	0,441	1
MK2	6M	-0,192	0,051	-3,773	0,267	0,042	6,352	0,620	4
MK3	6M	-0,114	0,042	-2,713	0,319	0,046	6,939	0,594	6
Mājsaimniecībām izsniegtie patēriņa kredīti									
PKJ1	12 M	-0,209	0,081	-2,563	0,415	0,218	1,900	0,145	3
PKJ2	12 M	-0,449	0,100	-4,488	-0,217	0,147	-1,472	0,287	3
PK1	12 M	-0,156	0,059	-2,633	0,119	0,145	0,820	0,122	6
PK2	12 M	-0,062	0,036	-1,701	-0,062	0,036	-1,701	0,068	17
Uzņēmumiem izsniegtie kredīti									
UKJ1	3 M	-0,853	0,137	-6,227	0,632	0,094	6,714	0,608	1
UK1	3 M	-0,380	0,055	-6,872	0,249	0,045	5,563	0,659	2
UK2	6 M	-0,466	0,076	-6,110	0,284	0,060	4,764	0,720	2
UK3	6 M	-0,211	0,054	-3,882	0,250	0,035	7,171	0,658	4
No mājsaimniecībām piesaistītie noguldījumi									
PNJ1	12 M	-0,291	0,095	-3,074	0,623	0,137	4,535	0,432	1
PN1	12 M	-0,117	0,028	-4,262	0,061	0,061	1,004	0,333	8
No uzņēmumiem piesaistītie noguldījumi									
UNJ1	3 M	-0,872	0,142	-6,152	0,879	0,082	10,688	0,701	1
UN1	12 M	-0,382	0,084	-4,521	0,526	0,076	6,962	0,643	1

Avots. Autores aprēķini pēc Latvijas Bankas datiem, 2008.

Novērtētajā 2. vienādojumā tirgus procentu likmes difference ir statistiski nozīmīga lielākajai daļai no māsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegtajiem kredītiem un

no mājsaimniecībām un uzņēmumiem piesaistītajiem noguldījumiem. Tādējādi var secināt, ka lielākajai daļai kredītu un noguldījumu veidu starp mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm un tirgus procentu likmēm pastāv skaidri izteikta saistība ne vien ilgtermiņā, bet arī īstermiņā. Apskatot iegūtos rezultātus, var secināt, ka Latvijā mājsaimniecībām un uzņēmējiem noteiktās procentu likmes pārmaiņām tirgus procentu likmē nepielāgojas uzreiz pirmā perioda laikā, par ko liecina koeficients β_0 , kas ir mazāks par vienu.

No 3. tabulas pēdējās kolonnas redzams – lai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes pilnīgi pielāgotos izmaiņām tirgus procentu likmēs, pielāgošanās laiks no jauna izsniegtajiem kredītiem vai no jauna piesaistītajiem noguldījumiem parasti ir no viena līdz trim mēnešiem. Kredītu veidiem, kuriem raksturīga procentu likmes piesaiste naudas tirgus procentu likmēm, procentu likmes izmaiņām naudas tirgus procentu likmēs pielāgojas viena vai divu mēnešu laikā. Savukārt mājsaimniecībām no jauna izsniegtajiem patēriņa kredītiem tās pielāgojas vidēji trīs mēnešu laikā. No jauna izsniegtajiem noguldījumiem procentu likmes pilnībā pielāgojas izmaiņām tirgus procentu likmē tā paša mēneša laikā.

Laiks, kas nepieciešams, lai kredītu un noguldījumu atlikumu likmes pielāgotos pārmaiņām tirgus likmē, ir daudz ilgāks nekā no jauna izsniegtajiem kredītiem un noguldījumiem. Tas lielākajā daļā gadījumu ir robežās no viena līdz sešiem mēnešiem. No visiem aplūkotajiem kredītu un noguldījumu atlikumu veidiem likmes pielāgojas visātrāk – viena līdz četrus mēnešu laikā – uzņēmumiem izsniegtajiem kredītiem un no tiem piesaistītajiem noguldījumiem.

2.5. Kļūdu korekcijas modeļa asimetriskās formas novērtējums

Lai izpētītu, vai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto likmju dinamikai piemīt asimetriskas īpašības, novērtētas kļūdu korekcijas modeļa zīmes asimetrijas forma un lieluma asimetrijas forma. Par pamatu novērtējumam ņemti šādi vienādojumi: 6.–9., lai pārbaudītu zīmes asimetriju, un 9.–11., lai pārbaudītu lieluma asimetriju.

Pārbaudot zīmes asimetriju, līdzsvara kļūdas laika rinda u tiek sadalīta divās laika rindās u^+ un u^- atkarībā no tā, vai līdzsvara kļūdas periods ir pozitīvs vai negatīvs. Testējot lieluma asimetriju, līdzsvara kļūdas laika rinda u tiek sadalīta divās laika rindās u^L un u^M atkarībā no tā, vai līdzsvara kļūdas elements pārsniedz lieluma sliekšni θ vai ir zemāks par to 10. un 11. vienādojumā. Katram no kredītu un noguldījumu veidiem izvēlēts savs lieluma sliekšnis, jo augstākām procentu likmēm raksturīgas lielākas līdzsvara kļūdas svārstības, savukārt zemākām procentu likmēm – mazākas svārstības. Lieluma sliekšnis θ izvēlēts tā, lai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajai procentu likmei trešdaļa no visiem līdzsvara kļūdas novērojumiem būtu par to lielāki.

Lai pārbaudītu zīmes asimetriju, tiek testēta hipotēze par koeficientu λ_1 un λ_2 vienādību: $H_0 : \lambda_1 = \lambda_2$. Savukārt, lai pārbaudītu lieluma asimetriju, tiek testēta hipotēze par koeficientu λ_3 un λ_4 vienādību: $H_0 : \lambda_3 = \lambda_4$. Par hipotēžu ticamību spriests pēc *Wald* testa F-statistikas varbūtību vērtībām. Novērtētās *Wald* testa F-statistikas varbūtību vērtības dažādiem kredītu un noguldījumu veidiem atainotas 5. tabulā.

5. tabula

Table 5

Asimetrisku kļūdu korekcijas modeļu novērtējums

Assesment of asymmetric error correction models

	Zīmes asimetrija						Lieluma asimetrija					
	Novērtētais 6. vienādojums: $\Delta BL_t = \alpha + \lambda_1 \cdot u_{t-1}^+ + \lambda_2 \cdot u_{t-1}^- + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t$						Novērtētais 9. vienādojums: $\Delta BL_t = \alpha + \lambda_3 \cdot u_{t-1}^L + \lambda_4 \cdot u_{t-1}^M + \beta_0 \cdot \Delta TL_t + \varepsilon_t$					
	Parametrs λ_1		Parametrs λ_2		$H_0 : \lambda_1 - \lambda_2$		Parametrs λ_3		Parametrs λ_4		$H_0 : \lambda_3 - \lambda_4$	
	koef.	s	koef.	s	Wald F-st. varb.	$H_0 :$ +/-	koef.	s	koef.	s	Wald F-st. varb.	$H_0 :$ +/-
Mājsaimniecībām izsniegtie mājokļa kredīti												
MKJ1	-0,083	0,232	-0,569	0,272	0,303	+	-0,329	0,124	-0,257	0,169	0,741	+
MKJ2	-1,187	0,193	-0,075	0,262	0,006	-	-0,872	0,134	-0,268	0,261	0,044	-
MK2	-0,013	0,106	-0,453	0,130	0,034	-	-0,176	0,063	-0,220	0,081	0,660	+
MK3	-0,069	0,086	-0,372	0,114	0,020	-	-0,098	0,051	-0,144	0,071	0,594	+
Mājsaimniecībām izsniegtie patēriņa kredīti												
PKJ1	-0,072	0,139	-0,411	0,185	0,230	+	-0,256	0,091	-0,014	0,187	0,254	+
PKJ2	-0,456	0,224	-0,443	0,182	0,971	+	-0,476	0,113	-0,344	0,220	0,593	+
PK1	-0,132	0,137	-0,174	0,110	0,846	+	-0,186	0,072	-0,087	0,111	0,462	+
PK2	-0,071	0,122	-0,058	0,060	0,939	+	-0,066	0,041	-0,040	0,101	0,821	+
Uzņēmumiem izsniegtie kredīti												
UKJ1	-0,630	0,248	-1,108	0,274	0,287	+	-0,962	0,153	-0,437	0,303	0,130	-
UK1	-0,142	0,115	-0,624	0,118	0,024	-	-0,490	0,059	-0,107	0,092	0,001	-
UK2	-0,402	0,133	-0,533	0,136	0,556	+	-0,467	0,081	-0,178	0,127	0,009	-
UK3	-0,013	0,112	-0,503	0,154	0,050	-	-0,180	0,071	-0,260	0,089	0,487	+
No mājsaimniecībām piesaistītie noguldījumi												
PNJ1	-0,578	0,209	-0,073	0,169	0,130	-	-0,256	0,091	-0,014	0,187	0,032	-
PN1	-0,061	0,049	-0,182	0,053	0,165	+	-0,186	0,072	-0,087	0,111	0,786	+
No uzņēmumiem piesaistītie noguldījumi												
UNJ1	-0,838	0,268	-0,898	0,226	0,882	+	-0,760	0,141	-1,803	0,380	0,012	-
UN1	-0,452	0,157	-0,297	0,181	0,598	+	-0,466	0,096	-0,157	0,156	0,093	-

Avots. Autore aprēķini pēc Latvijas Bankas datiem, 2008.

No 5. tabulā atainotajiem datiem redzams, ka mājsaimniecībām izsniegto mājokļu kredītu procentu likmēm ir tendence ātrāk pielāgoties tirgus procentu likmes pārmaiņām, ja to novērotā vērtība ir mazāka nekā ilgtermiņa vērtība. Savukārt, ja tā ir lielāka, pielāgošanās var nebūt tik ātra. Uzņēmumiem izsniegto kredītu procentu likmēm un no uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu procentu likmēm vairāk raksturīga lieluma asimetrija. Lielām tirgus procentu likmes svārstībām uzņēmumiem noteiktās procentu likmes pielāgojas mazākā mērā un ātrāk nekā mazām. Patēriņa kredītu procentu likmēm nav raksturīga zīmes vai lieluma asimetriska dinamika.

No uzņēmumiem piesaistīto noguldījumu procentu likmes pielāgojas izmaiņām tirgus procentu likmē vienlīdz ātri, ja to novērotās vērtības ir virs un zem ilgtermiņa vērtības. Taču to dinamika ir atšķirīga lielu un mazu tirgus procentu likmju svārstību gadījumā. No mājsaimniecībām piesaistīto noguldījumu atlikumu procentu likmēm nav raksturīga asimetriska dinamika. Savukārt no mājsaimniecībām piesaistīto jauno noguldījumu procentu likmes pielāgojas izmaiņām tirgus procentu likmē ātrāk, ja to novērotās vērtības ir virs ilgtermiņa vērtības un lielāku tirgus procentu likmju izmaiņu gadījumā.

Secinājumi un priekšlikumi

Darbā analizēta mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamika Latvijā laikposmā no 2004. gada janvāra līdz 2008. gada augustam. Analīzē izmantotas dažādas metodes, tostarp veikta korelācijas analīze ar tirgus procentu likmēm, novērtēts pamata kļūdu korekcijas modelis un tā zīmes un lieluma asimetrijas formas.

Galvenais faktors, kas nosaka privātpersonām un uzņēmumiem noteikto likmju dinamiku, ir naudas tirgus procentu likme, kas uzskatāma par banku finanšu resursu piesaistes izmaksām. Apmērs, kādā mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās likmes piemērojas izmaiņām tirgus procentu likmē ilgtermiņā, dažāda veida kredītu un noguldījumu procentu likmēm ir atšķirīgs. Tomēr kopumā tas ir salīdzinoši liels un vairākiem kredītu un noguldījumu veidiem tuvojas skaitlim viens. Vislielākā mērā izmaiņām tirgus procentu likmē piemērojas mājsaimniecībām izsniegto mājokļa kredītu procentu likmes.

Būtiski, ka daudzas mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes pielāgojas tirgus procentu likmes izmaiņām uzreiz – tajā pašā mēnesī. Vidējais laiks, kas nepieciešams, lai mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes no jauna izsniegtajiem kredītiem vai no jauna piesaistītajiem noguldījumiem pilnīgi pielāgotos izmaiņām tirgus procentu likmēs, parasti ir no viena līdz trīs mēnešiem. Laiks, kas nepieciešams, lai kredītu un noguldījumu atlikumu likmes pielāgotos izmaiņām tirgus likmē, ir daudz ilgāks.

Dažām no mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajām procentu likmēm raksturīga asimetriska pielāgošanās forma tirgus procentu likmes izmaiņām.

Veikto pētījumu var turpināt vairākos virzienos

1. Būtu interesanti turpināt analīzi, apskatot, kā izmaiņas mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktajās procentu likmēs atspoguļojas mājsaimniecībām

- un uzņēmumiem izsniegto kredītu un piesaistīto noguldījumu apjomos un kā savukārt izmaiņas kredītu un noguldījumu apjomos ietekmē makroekonomiskos rādītājus – iekšzemes kopprodukta un inflāciju.
2. Pētījumu var paplašināt, izmantojot citas zinātniskajā literatūrā aprakstītās kļūdu korekcijas modeļa asimetriskās formas.
 3. Var novērtēt, kā mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamiku dažādiem kredītu un noguldījumu veidiem ietekmē banku darbību raksturojoši rādītāji, jo īpaši – banku riski. Analīze sniegs ieskatu, vai tirgus procentu likmes ietekme uz mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteikto procentu likmju dinamiku atšķiras dažādām, pēc noteiktiem kritērijiem iedalītām banku grupām.
 4. Būtu lietderīgi paplašināt analīzi, izpētīt arī eiro valūtā izsniegto kredītu vai piesaistīto noguldījumu procentu likmes.
 5. Var izpētīt mājsaimniecībām un uzņēmumiem izsniegto procentu likmju uzcelojumu virs tirgus procentu likmēm un to ietekmējošus faktoros, tostarp banku darbības riskus.
 6. Mājsaimniecībām un uzņēmumiem noteiktās procentu likmes pēc būtības var uzskatīt kā izsniegto kredītu vai piesaistīto noguldījumu līdzekļu cenas. Līdz ar to šajā pētījumā izmantotās analīzes metodes var tikt pielietotas arī datiem par jebkuru citu produktu vai pakalpojumu cenām un izmaksām, tādējādi izpētīt cenu noteikšanas praksi kādā ekonomikas sektorā.

LITERATŪRA

1. DeBondt, G. Retail Bank Interest Rate Pass-Through: New Evidence at the Euro Area Level. *European Central Bank Working Paper*, April 2002, N 136.
2. Mojon, B. Financial Structure and the Interest Rate Channel of ECB Monetary Policy. *ECB Working Paper*, 2000, N 40.
3. Egert, B., Cuaresma, J. C., Reininger, T. Interest Rate Pass-Through in Central and Eastern Europe: Reborn from Ashes Merely to Pass Away? *William Davidson Institute Working Paper*, 2006, N 851.
4. Egert, B., MacDonald, R. Monetary Transmission Mechanism in Transition Economies: Surveying the Surveyable. *Magyar Nemzeti Bank Working Paper*, May 2006, N 2006/5.
5. Sharpe, S. A. The Effects of Consumer Switching Costs on Prices: A Theory and Its Applications to the Bank Deposit Market. *Review of Industrial Organization*, 1997, vol. 1, N 12, p. 79–94.
6. Hannan, T. H., Berger A. N. The Rigidity of Prices: Evidence from the Banking Industry. *The American Economic Review*, September 1991, vol. 81, N 4, p. 938–945.
7. Lowe, P., Rohling, T. Loan Rate Stickiness: Theory and Evidence. *Reserve Bank of Australia Research Discussion Paper*, June 1992, N 9206.
8. Weth, A. M. The Pass-Through from Market Interest Rates to Bank Lending Rates in Germany. *Economic Research Centre of the Deutsche Bundesbank Discussion Paper*, March 2002, N 11/02.
9. Berstein, S., Fuentes, R. Is There Lending Rate Stickiness in the Chilean Banking Industry? *Banco Central de Chile Working Paper*, August 2003, N 218.

10. Heffernan, S. A. Modelling British Interest Rate Adjustment: An Error Correction Approach. *Economica*, 1997, vol. 64, issue 254, p. 211–231.
11. Winker, P. Sluggish Adjustment of Interest Rates and Credit Rationing: An Application of Unit Root Testing and Error Correction Modelling. *Applied Economics*, 1999, vol. 31, p. 267–277.
12. Cottarelli, C., Kourelis, A. Financial Structure, Bank Lending Rates and Transmission Mechanism of Monetary Policy. *IMF Staff Papers*, 1994, vol. 41, N 4, p. 587–623.
13. Tieman, A. Interest Rate Pass-Through in Romania and Other Central European Economies. *IMF Working Paper*; 2004, N 211.
14. DeBondt, G., Mojon, B., Valla, N. Term Structure and the Sluggishness of Retail Bank Interest Rates in Euro Area Countries. *European Central Bank Working Paper*, September 2005, N 518.
15. Heffernan, S. A., Fuertes, A. Bank Heterogeneities in the Interest Rate Transmission Mechanism. *Cass Business School Research Paper*, 2006.
16. Sørensen, C., Werner, T. Bank Interest Rate Pass-Through in the Euro Area: A Cross Country Comparison. *European Central Bank Working Paper*, January 2006, N 580.
17. Horváth, C., Krekó, J., Naszódi, A. Interest Rate Pass-Through: the Case of Hungary. *National Bank of Hungary Working Paper*, 2004, N 8.
18. Neumark D., Sharpe S. Market Structure and the Nature of Price Rigidity: Evidence from the Market for Consumer Deposits. *Quarterly Journal of Economics*, May 1992, vol. 107, p. 657–680.
19. Scholnick, B. Interest Rate Asymmetries in Long-Term Loan and Deposit Markets. *Journal of Financial Services Research*, 1999, vol. 16, N 1, p. 5–26.
20. Sander, H., Kleimeier, S. Convergence in Eurozone Retail Banking? What Interest Rate Pass-Through Tells Us about Monetary Policy Transmission, Competition and Integration. *Limburg Institute of Financial Economics Working Paper*, March 2003, N 03009.
21. DeGraeve, F., DeJonghe, O., Vennet, R. V. Competition, Transmission and Bank Pricing Policies: Evidence from Belgian Loan and Deposit Markets. *Faculty of Economics and Business Administration Working Paper*, Ghent University (Belgium), September 2004, N 04/261.

Summary

The article analyzes the dynamics of retail credit and deposit interest rates in Latvia during the time period from January 2004 to August 2008 by means of correlation analysis, as well as the basic form and several asymmetric forms of the error correction model. The article identifies the most appropriate money market interest rates for the analysis of retail interest rates. The data is used to show that there is a close connection between retail interest rates and money interest rates in Latvia, but it differs for various types of credit and deposit. The dynamics of some retail interest rates could be better characterized by the asymmetric error correction model.

Keywords: interest rates, marginal cost model, asymmetric dynamics, bank market, transmission of monetary policy, error correction model.

LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI. 744. sējums
EKONOMIKA UN VADĪBAS ZINĀTNE

LU Akadēmiskais apgāds
Baznīcas iela 5, Rīga, LV-1010
Tālr.: 67034535

Iespiests SIA "Latgales druka"
Baznīcas iela 28, Rēzekne, LV-4601
Tālr./fakss: 64625938