

LATVIJAS UNIVERSITĀTES  
RAKSTI

726. SĒJUMS

Ekonomika un  
vadības zinātne

SCIENTIFIC PAPERS  
UNIVERSITY OF LATVIA

VOLUME 726

Economics and  
Management

SCIENTIFIC PAPERS  
UNIVERSITY OF LATVIA

VOLUME 726

# Economics and Management

LATVIJAS UNIVERSITĀTES  
RAKSTI

726. SĒJUMS

# Ekonomika un vadības zinātne

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

**Redkolēģija:**

*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.*, asoc. prof. **Inta Ciemiņa** – LU Ekonomikas un vadības fakultāte

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

Prof. **Arilds Saeters** (*Arild Saeter*) – Agderes Universitāte (Norvēģija)

Prof. **Pēteris Blatners** (*Peter Blattner*) – Štrālzundes Universitāte (Vācija)

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

Prof. **Žans Dāvids Avenels** (*Jan David Avenel*) – Evrī Universitāte (Francija)

Redkolēģijas sekretāre – **Māra Sīle**, LU EVF doktorantūras programmu sekretāre

Latviešu teksta redaktore: **Gita Bērziņa**

Angļu teksta redaktore: **Māra Anteniške**

Maketu veidojis **Ludis Neiders**

Visi krājumā ievietotie raksti ir recenzēti.

Pārpublicēšanas gadījumā nepieciešama Latvijas Universitātes atļauja.

Citējot atsauce uz izdevumu obligāta.

© Latvijas Universitāte, 2008

ISBN 978-9984-45-019-3

## Satura rādītājs / Contents

<b>Ilze Āboliņa.</b> Pievienotās vērtības nodoklis fizisko personu saimnieciskajā darbībā / Value Added Tax on Natural Persons' Economic Activity	7
<b>Irīna Čurkina.</b> Mazas valsts vieta pasaulē globalizācijas laikmetā / The Place of a Small State in a Globalized World	15
<b>Eli Fel.</b> Efficient Consumer Response in Latvia / Efektīva patērētāju vajadzību novērtēšana	26
<b>Liene Freivalde.</b> Mūsdienu lidosta un tās stratēģiskās vadīšanas īpatnības / Contemporary Airport and the Peculiarities of Strategic Management	35
<b>Juris Imaks.</b> Rīgas siltumapgādes attīstības koncepcija 2006.–2016. gadam: situācijas analīze / The Concept of Heating Development of the City of Rīga 2006–2016: Analysis of the Situation	44
<b>Aina Joppe.</b> Nodokļu administrētāju darba specifika un motivēšana Latvijā / Tax Administrators in Latvia: Work Specifics and Motivation	48
<b>Raja Kočanova.</b> Stratēģiskās plānošanas satura izmaiņu nepieciešamība / The Necessity of Content Changes in Strategic Planning	60
<b>Jānis Krauklis.</b> Tirgus pētījumi internetā – ierobežojumi un risinājumi / Online Market Research – Limitations and Solutions	71
<b>Ilze Lapa.</b> Konkurences vides ietekme uz Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspēju un iespējamie risinājumi konkurētspējas paaugstināšanai / The Impact of a Competitive Environment on the Competitiveness of Food Manufacturers in Latvia and Possible Solutions to Increase Competitiveness	82
<b>Ilona Lejniece, Andris Rigerts.</b> Privātpersonas kredītspējas noteikšana / Assessment of Private Individual's Creditworthiness	97
<b>Tatjana Loginova.</b> Migrācijas procesi un iedzīvotāju nodarbinātība kopš Latvijas iestāšanās Eiropas Savienībā / Migration Processes and Employment of Latvia's Population since the Accession to the European Union	104
<b>Anita Ozoliņa.</b> Drošības faktoru loma tūrisma uzņēmuma komunikācijā ar klientu / The Role of Safety Factors in the Communication of Tourism Enterprises with the Clients	114
<b>Kristīne Pakalniete.</b> Reģionālo sabiedrības aptauju izmantošana ūdeņu ekosistēmu ekonomiskajā novērtēšanā / The Use of Regional Public Surveys for Economic Valuation of Aquatic Ecosystems	128

<b>Vita Pilsuma.</b> Centrālās bankas darbību raksturojošo rādītāju salīdzinājuma iespējas: Eiropas Centrālo banku sistēmas piemērs / The Possibilities of Comparison of Central Bank Performance Indicators: the Case of the European System of Central Banks	142
<b>Astrīda Rijkure.</b> Latvijas autoceļu uzturēšanas problēmas / Problems of Road Maintenance in Latvia	158
<b>Antra Sakne.</b> Veselības aprūpes organizāciju vadības modelis / Health Care Organization Management Model	168
<b>Olga Sergejeva.</b> Revīzijas būtiskuma prioritāte neatkarīgas revīzijas procesā / Priority of Auditing Materiality in Independent Auditing Procedure	175
<b>Iluta Skrūžkalne.</b> Mārketinga virzītājspēku ietekmes modelēšana uz patērētāju vērtīgumu / Modelling the Impact of Marketing Drivers on Customer Lifetime Value	184
<b>Normunds Šlīte, Signe Bāliņa.</b> Konverģences procesa un nekustamā īpašuma tirgus attīstības ietekme uz makroekonomiskajiem rādītājiem Latvijā / The Influence of Convergence Process and the Real Estate Market Development on the Macroeconomic Indicators of Latvia	199
<b>Ieva Šnīdere.</b> Inflācijas ietekme uz tautsaimniecību un inflāciju ierobežojošie pasākumi Latvijā / The Impact of Inflation on the National Economy of Latvia and Inflation Restriction Measures	213
<b>Oļegs Tkačevs.</b> Fiskālās politikas ilgtspējas jēdziens un novērtēšanas iespējas / The Sustainability of Fiscal Policy: Definition and Assessment	223
<b>Kristīne Vītola.</b> Latvijas dzīvojamā fonda modelēšana ar fundamentāliem rādītājiem / A Model of the Housing Fund of Latvia: A Fundamental Approach	234
<b>Elmārs Zakulis.</b> Latvijas banku sistēmas pakļautība procentu likmju riskam / Exposure of Latvian Banking System to Interest Rate Risk	244
<b>Irina Zujeva.</b> Ekonomisko faktoru tiešā un netiešā ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību / The Direct and Indirect Impact of Economic Factors on the Health of the Population of Latvia	251

## **Pievienotās vērtības nodoklis fizisko personu saimnieciskajā darbībā**

### **Value Added Tax on Natural Persons' Economic Activity**

**Ilze Āboliņa**

Latvijas Universitātes  
Ekonomikas un vadības fakultāte  
Grāmatvedības institūts  
Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050  
E-pasts: *ilze.abolina@lu.lv*

Raksts izstrādāts, pamatojoties uz Latvijas Republikas likumiem un citiem normatīvajiem dokumentiem. Raksta mērķis ir izpētīt pievienotās vērtības nodokļa piemērošanas prasības fizisko personu saimnieciskajā darbībā un novērtēt pievienotās vērtības nodokļa 18% likmes atbilstību mākslas darbu pārdošanas ieņēmumiem.

Lai saimnieciskās darbības veicēji darbotos vienlīdzīgos tirgus ekonomikas apstākļos, māksliniekiem, kuri nav reģistrējuši savu saimniecisko darbību, tā tomēr būtu jāreģistrē. Ņemot vērā direktīvā noteikto, Latvijai jāpārskata pievienotās vērtības nodokļa normatīvo aktu prasības un mākslas darbu pārdošanas ieņēmumiem jāpiemēro samazinātā 5% pievienotās vērtības nodokļa likme. Autore socioloģiskā pētījumā konstatējusi, ka pievienotās vērtības nodokli budžetā maksā tikai 3% aptaujāto mākslinieku.

**Atslēgvārdi:** pievienotās vērtības nodoklis, saimnieciskā darbība, fiziskas personas.

Par fiziskas personas saimniecisko darbību ir uzskatāma jebkura darbība, kas vērsta uz preču ražošanu, darbu izpildi, tirdzniecību un pakalpojumu sniegšanu par atlīdzību. Saimnieciskā darbība ietver arī ar uzņēmuma līguma izpildi saistīto darbību, profesionālo darbību, nekustamā īpašuma apsaimniekošanu, komercaģenta, māklera un individuālā komersanta darbību, kā arī fiziskās personas īpašumā esošā individuālā uzņēmuma (arī zemnieku un zvejnieku saimniecības) darbību. Profesionālā darbība ir jebkura neatkarīga profesionālu pakalpojumu sniegšana ārpus darba tiesiskajām attiecībām, t. sk. mākslinieka darbība (1).

No mārketinga viedokļa mākslas darbi tiek attiecināti uz prestižām precēm, kuru realizācijas procesā jāņem vērā būtiskas nianse, kā mākslinieka vārds, radošā darbībā pavadītie gadi, vietējās un starptautiskās izstādes, atzinības un novērtējumi. Mākslas darbs ir viens no mākslinieka pašizteikšanās veidiem, tas kā jebkura prece radīts ar mērķi, lai mākslinieks to pārdotu un gūtu ienākumus. Ņemot vērā mākslinieku radošās darbības specifiku, tā saskaņā ar likumu „Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” tiek noteikta kā saimnieciskā darbība, un ienākumiem, kuri tiek gūti no saimnieciskās darbības, tiek piemēroti nodokļi, t. sk. pievienotās vērtības nodoklis.

## Fiziska persona – PVN maksātāja

Reģistrējot savu saimniecisko darbību, fiziska persona, t. sk. mākslinieks, var izvēlēties reģistrēties arī ar pievienotās vērtības nodokli apliekamo personu reģistrā. Saskaņā ar likumu „Par pievienotās vērtības nodokli” par apliekamiem darījumiem Latvijā uzskatāmi:

- 1) preču piegāde, arī pašpatēriņš;
- 2) pakalpojumu sniegšana, arī pašpatēriņš;
- 3) preču imports.

Savukārt par apliekamiem darījumiem Eiropas Savienības teritorijā uzskatāmi šādi darījumi:

- 1) preču iegāde, arī preču pārvietošana no citas Eiropas Savienības dalībvalsts uz Latviju savas saimnieciskās darbības nodrošināšanai;
- 2) preču piegāde, arī preču pārvietošana no Latvijas uz Eiropas Savienības dalībvalsti savas saimnieciskās darbības nodrošināšanai;
- 3) jaunu transportlīdzekļu iegāde Eiropas Savienības teritorijā.

Fiziska persona, kura nav reģistrējusies ar pievienotās vērtības nodokli apliekamo personu reģistrā, seko līdzī saviem darījumiem, kas apliekami ar pievienotās vērtības nodokli. Ja

- a) ar nodokli apliekamo darījumu piegāžu un sniegto pakalpojumu kopējā vērtība iepriekšējo 12 mēnešu laikā ir sasniegusi vai pārsniegusi Ls 10 000, 30 dienu laikā jāreģistrējas ar pievienotās vērtības nodokli apliekamo personu reģistrā;
- b) preču iegāde Eiropas Savienības teritorijā bez nodokļa kārtējā kalendārā gadā sasniedz vai pārsniedz Ls 7000, 30 dienu laikā jāreģistrējas ar pievienotās vērtības nodokli apliekamo personu reģistrā. Pēc reģistrācijas fiziska persona var brīvprātīgi izstāties no reģistra ne agrāk kā pēc diviem gadiem no reģistrācijas dienas (3).

Normatīvie akti paredz fiziskām personām – māksliniekiem reģistrēt savu saimniecisko darbību, bet nenosaka laika perioda ierobežojumu un ieņēmumu summas apmēru autoratlīdzības saņemšanai, kuru pārsniedzot, būtu jāreģistrē saimnieciskā darbība. Māksliniekiem, kuri nav reģistrējušies kā saimnieciskās darbības veicēji, pārdodot mākslas darbus un saņemot autoratlīdzību, saskaņā ar pievienotās vērtības nodokļa likuma II nodaļas 6. panta 28. punktu tiek noteikts ar nodokli neapliekams darījums (4). Likumā par preču piegādi tiek noteikts darījums, kas izpaužas kā īpašuma tiesību uz lietu nodošana citai personai, lai tā varētu rīkoties ar lietu (īpašumu), un par pievienotās vērtības nodokli apliekamo darījumu tiek uzskatīta mākslas darba pārdošana. Ja mākslinieks ir reģistrēts ar pievienotās vērtības nodokli apliekamo personu reģistrā, uz viņu tiek attiecināta 18% nodokļu likme. Māksliniekam, iesniedzot Valsts ieņēmumu dienestā pievienotās vērtības nodokļa deklarāciju, ir tiesības no budžetā maksājamā nodokļa atskaitīt priekšnodokli ar nosacījumu, ka rēķini saņemti no citām ar pievienotās vērtības nodokli apliekamajām personām un tajos norādītas nodokļa summas par saņemtajām precēm un pakalpojumiem. Par pievienotās vērtības nodokļa apliekamās personas nodokļu rēķinu tiek uzskatīts dokuments, kurš satur informāciju par rēķina izrakstīšanas datumu, rēķina numuru, preču piegādātāja vai pakalpojumu sniedzēja nosaukumu, juridisko adresi, reģistrācijas numuru, preču vai pakalpojumu saņēmēja nosaukumu un juridisko adresi, reģistrācijas numuru, piegādes vai pakalpojuma



sniegšanas datumu, piegādāto preču vai sniegtā pakalpojuma nosaukumu, daudzumu un mērvienību, cenu, piemērotā nodokļa likmi, aprēķinātā nodokļa summu un darījuma kopsummu bez nodokļa. Par nodokļa rēķinu var izmantot arī no apliekamās personas saņemto kases čeku, ja tajā ir norādīta minētā informācija (5).

Pievienotās vērtības nodokļa taksācijas periods ir laika posms (gads, mēnesis u. c.), par kuru tiek aprēķināts nodoklis (2). Parasti pievienotās vērtības nodokļa taksācijas periods ir viens kalendārais mēnesis, un kalendārā gada mēnešu kopsumma veido taksācijas gadu. Taču, ja 12 mēnešu laikā ar pievienotās vērtības nodokli apliekamās personas veikto apliekamo darījumu apmērs nepārsniedz Ls 10 000, nodokļa deklarācijas iesniegšanas termiņš un taksācijas periods pēc apliekamās personas iesnieguma var būt trīs mēneši vai seši mēneši.

## **PVN uzskaites žurnāls**

Atbilstoši pievienotās vērtības nodokļa likumam fiziskai personai jānodrošina aprēķināto un nomaksāto nodokļa summu grāmatvedības uzskaitē (3). Fiziskās personas, kuras ir iedzīvotāju ienākuma nodokļa maksātājas un grāmatvedību kārtu vienkāršā ieraksta sistēmā, nodokļa uzskaitē kārtu pievienotās vērtības uzskaites žurnālu (4). Fiziskās personas savas saimnieciskās darbības ieņēmumus un izdevumus uzskaita pēc naudas plūsmas principa, bet pievienotās vērtības nodokļa uzskaites žurnālā darījumus uzskaita pēc uzkrāšanas principa. Saskaņā ar uzkrāšanas principu darījumus un notikumus atzīst periodā, kad tie notiek, neatkarīgi no tā, kad tiek veikti norēķini.

Žurnālā uzskaita preču piegādi (saņemšanu) un pakalpojumu sniegšanu (saņemšanu), ja

- 1) preces ir nosūtītas / saņemtas un izrakstīts nodokļa rēķins;
- 2) pakalpojums ir sniegts / saņemts un izrakstīts nodokļa rēķins;
- 3) preču vai pakalpojumu pašpatēriņš ir noticis un izrakstīts nodokļa rēķins;
- 4) preču iegāde Eiropas Savienības teritorijā ir notikusi – ja ir saņemtas preces un nodokļa rēķins;
- 5) ir saņemts rēķins par avansā maksājamām summām (samaksāts avanss) pirms preču nosūtīšanas (saņemšanas) vai pakalpojumu sniegšanas (saņemšanas);
- 6) ir noticis preču eksports / imports (5).

Pievienotās vērtības nodokļa uzskaites žurnālā norādīto informāciju izmanto atskaišu aizpildīšanai. Ierakstus par katru nākamo taksācijas periodu sāk jaunā žurnāla lapā, un uz to nepārnēs iepriekšējā taksācijas perioda lapā „Pārnesums / apgrozījums taksācijas periodā” norādītās aiļu kopsummas. Katram taksācijas gadam nodokļa uzskaitē iekārto jaunu žurnālu (5).

## **PVN atskaites un nodokļa maksājumi**

Nodokļa deklarāciju fiziska persona var nosūtīt arī pa pastu, par iesniegšanas dienu uzskata dienu, kad nodokļa deklarācija nodota pastā. Ja nodokļa deklarācijas iesniegšanas termiņš ir sestdienā, svētdienā vai svētku dienā, iesniegšanas termiņa pēdējo dienu nosaka saskaņā ar Administratīvā procesa likumu – termiņa pēdējā diena ir nākamā darba diena. Nodokļu maksātājam ir tiesības precizēt iesniegtās nodokļu deklarācijas un iemaksāt budžetā iepriekš samazināto nodokļa summu un ar to saistīto nokavējuma naudu par periodu no minētās nodokļa summas maksāšanas termiņa.

Tabula

**PVN atskaites, to iesniegšanas un nodokļa nomaksas termiņi**  
**VAT reports, submission and payment dates**

Nr. p.k.	Dokumenta nosaukums	Iesniegšanas un nodokļa nomaksas termiņi
1.	PVN deklarācija par taksācijas periodu (mēnesis)	Līdz nākamā mēneša 15. (25.) datumam
2.	Pārskats par priekšnodokļa summām, kas iekļautas PVN deklarācijā	Līdz nākamā mēneša 15. (25.) datumam
3.	Pārskats par preču piegādēm Eiropas Kopienas teritorijā	Līdz kalendārajam ceturksnim, kurā tika veiktas preču piegādes ES teritorijā; nākamā mēneša 15. (25.) datumam
4.	Labojumu pārskats par preču piegādēm Eiropas Kopienas teritorijā	Ja kādā iepriekš iesniegtajā pārskatā konstatēta kļūda
5.	PVN deklarācija par taksācijas gadu	Līdz nākamā gada 1. maijam

Saskaņā ar Eiropas Padomes Direktīvu 92/77/EEK pievienotās vērtības nodokļa likme nevar būt zemāka par 15%. Vienlaikus direktīva arī paredz, ka dalībvalstis var noteikt vienu vai divas samazinātās likmes, kuras nevar būt zemākas par 5%. Samazinātās likmes ir uzskaitītas Sestās direktīvas H pielikumā, kurā minēts, ka 5% likme tiek piemērota arī rakstnieku, komponistu un izpildītājmākslinieku sniegtajiem pakalpojumiem (6).

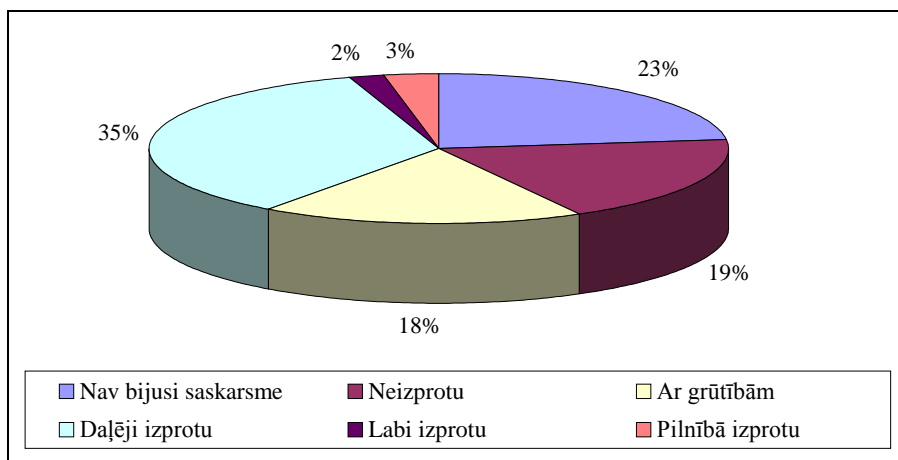
Lai arī saimniecisko darbību veic mākslinieki, kuri reģistrējuši savu saimniecisko darbību, un mākslinieki, kuri to nav reģistrējuši, tomēr mākslas darbu pārdošanas ieņēmumiem pievienotās vērtības nodokļa 18% likmi piemēro tikai saimniecisko darbību reģistrējušiem veicējiem. Ņemot vērā, ka mākslas darbu pārdošana ir specifiska un darījumu skaits nav liels salīdzinājumā ar plaša patēriņa precēm, pēc autores domām, māksliniekiem, kuri nav reģistrējuši savu saimniecisko darbību, tā tomēr būtu jāreģistrē, jo pēc būtības gan reģistrēti, gan neregistrēti mākslinieki veic saimniecisko darbību, un ir vēlams, lai šie saimnieciskās darbības veicēji darbotos vienlīdzīgos tirgus ekonomikas apstākļos. Ņemot vērā direktīvā noteikto, Latvijai jāpārskata pievienotās vērtības nodokļa normatīvo aktu prasības un mākslas darbu pārdošanas ieņēmumiem jāpiemēro samazinātā 5% pievienotās vērtības nodokļa likme.

## Socioloģiskais pētījums

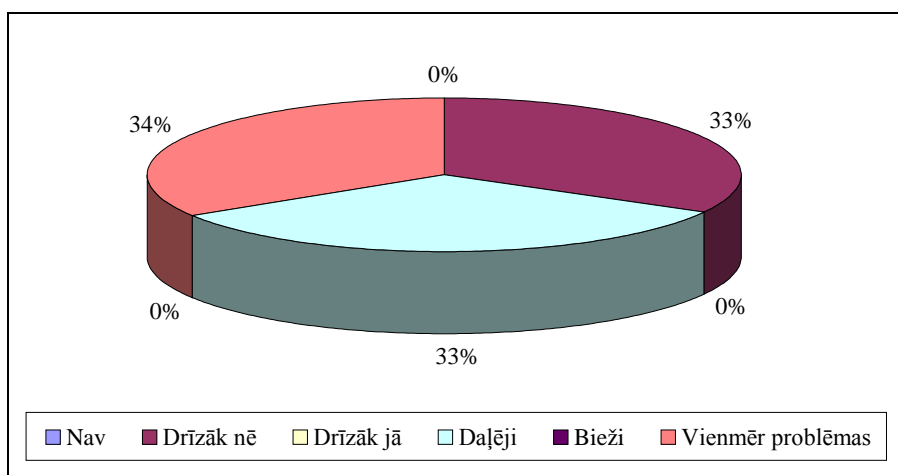
Lai izanalizētu fizisko personu – mākslinieku saimnieciskajai darbībai piemērojamo pievienotās vērtības nodokļa likmi un izstrādātu priekšlikumus par pievienotās vērtības nodokļa 18% likmes atbilstību reālajai situācijai mākslas darbu realizācijā, autore ir izstrādājusi aptaujas anketu un aicinājusi mākslniekus atbildēt uz jautājumiem, kas varētu kalpot par pamatu, lai noteiktu pievienotās vērtības nodokļa 18% likmes piemērošanas atbilstību mākslinieku saimnieciskajai darbībai. Aptaujātie 37% mākslinieku strādā valsts iestādē, 24% – nestrādā, 22% ir

reģistrējušies Valsts ieņēmumu dienestā kā nodokļu maksātāji, 12% privātā sektora mākslinieku reģistrējušies kā darba ņēmēji, 4% strādā pašvaldības iestādēs un 1% ir privātā sektora mākslinieki – darba devēji.

Aptaujas anketas dati parāda, ka 35% mākslinieku (1. attēls) daļēji izprot Latvijas normatīvos dokumentus, kas regulē viņu saimniecisko darbību. 23% mākslinieku nav bijusi saskarsme ar savas profesionālās – saimnieciskās darbības normatīvo aktu iepazīšanu, 19% mākslinieku norāda, ka viņi normatīvos aktus neizprot, un 18% aptaujāto tos izprot ar grūtībām. Tikai 5% mākslinieku var apgalvot, ka normatīvos aktus izprot labi vai pilnībā.



1. att. Vai jūs izprotat, kādi Latvijas normatīvie dokumenti regulē jūsu saimniecisko darbību?  
Do you know which normative documents of the Republic of Latvia regulate your economic activity?



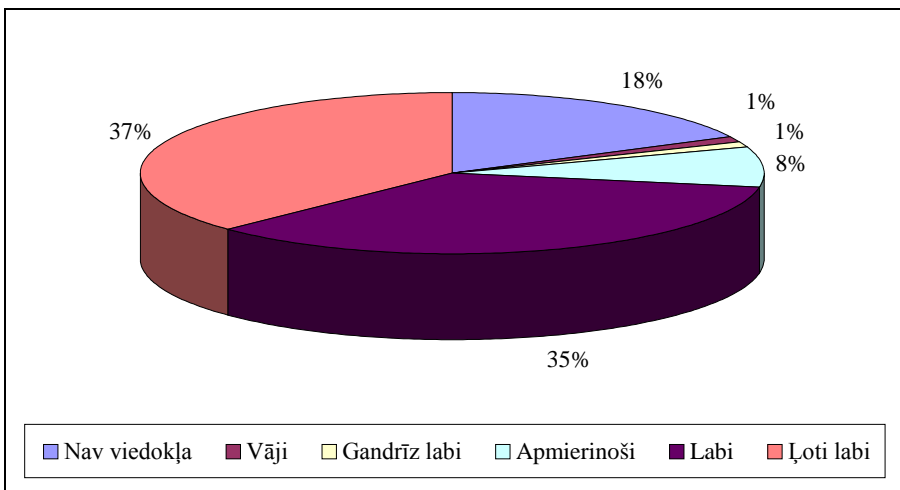
2. att. Cik bieži pēdējā gada laikā jums radušās problēmas ar 18% pievienotās vērtības nodokļa maksājumiem?  
How often have you experienced problems with payment of 18% VAT during last year?

Šis jautājums parāda to, cik būtiski ir radīt tādu normatīvo aktu bāzi, kura ir saprotama lielākam personu lokam, kas darbojas konkrētā darbības jomā. Tikai 12% mākslinieku ir nepieciešamie resursi (t.sk. finanšu), lai tie varētu uzsākt uzņēmējdarbību, savukārt pārējie 88% norāda, ka tādu resursu nav.

No māksliniekiem, kuri reģistrējuši savu saimniecisko darbību, 97% nav reģistrējušies pievienotās vērtības nodokļu maksātāju reģistrā.

Atbildot uz jautājumu – cik bieži pēdējā gada laikā jums radušās problēmas 18% pievienotās vērtības nodokļa maksājumiem – (2. attēls), 34% aptaujas dalībnieku norāda, ka viņiem vienmēr ir problēmas samaksāt pievienotās vērtības nodokli; 33% uzskata, ka drīzāk nav problēmu veikt maksājumus, un 33% daļēji rodas problēmas šo maksājumu veikšanā.

Atbildot uz jautājumu – kā jūs vērtētu savas saimnieciskās darbības attīstību, ja samazinātos pievienotās vērtības nodokļa likme – (3. attēls), 39% aptaujas dalībnieku norāda uz saimnieciskās darbības attīstību, ja tiktu samazināta pievienotās vērtības nodokļa likme, 34% atzīst, ka saimnieciskā darbība būtu laba, 17% par šo jautājumu nav sava viedokļa, tikai 8% aptaujas dalībnieku norāda, ka saimnieciskā darbība būtu apmierinoša, un 1% atzīst, ka saimnieciskā darbība būtu vāja vai gandrīz laba, samazinoties pievienotās vērtības nodokļa likmei.



3. att. Kā jūs vērtētu savas saimnieciskās darbības attīstību, ja samazinātos pievienotās vērtības nodokļa likme?

*How do you evaluate the development of your economic activity provided that the VAT rate is reduced?*

Pamatojoties uz iepriekš minētajiem aptaujas datiem, autore secina: lai arī lielākā daļa mākslinieku tikai daļēji izprot saimnieciskās darbības normatīvo aktu regulējumu, t.sk. pievienotās vērtības nodokļa, to budžetā maksā tikai 3% aptaujāto mākslinieku.

## Secinājumi un priekšlikumi

Raksturojot esošo normatīvo aktu bāzi pievienotās vērtības nodokļa piemērošanā fizisko personu saimnieciskās darbības veikšanai, autore izvirza šādus secinājumus.

1. Normatīvie akti paredz māksliniekiem reģistrēt savu saimniecisko darbību, bet nenosaka laika perioda ierobežojumu un ieņēmumu summas apmēru autoratlīdzības saņemšanai, kuru pārsniedzot, būtu jāreģistrē saimnieciskā darbība.
2. Fiziskas personas, kuras reģistrējušas savu saimniecisko darbību, piemēro pievienotās vērtības nodokļa 18% likmi.
3. Autoratlīdzības saņēmēji pievienotās vērtības nodokli nemaksā.
4. Noteikt pārejas periodu, kurā autoratlīdzības saņēmējiem vajadzētu reģistrēt savu saimniecisko darbību.
5. Fiziskām personām – māksliniekiem, kuri reģistrējuši savu saimniecisko darbību, piemērot samazināto pievienotās vērtības nodokļa 5% likmi.

## LITERATŪRA

1. Likums par iedzīvotāju ienākuma nodokli. Ziņotājs. – Nr. 22, 1993, 10. jūnijs.
2. Likums par nodokļiem un nodevām. Ziņotājs. – Nr. 7, 1995, 13. aprīlis.
3. Likums par pievienotās vērtības nodokli. Ziņotājs. – Nr. 9, 1995, 11. maijs.
4. MK noteikumi Nr. 793, likuma „Par iedzīvotāju ienākuma nodokli” normu piemērošanas kārtība. Vēstnesis. – Nr. 156, 2006, 29. septembris.
5. MK noteikumi Nr. 933, likuma „Par pievienotās vērtības nodokļa” normu piemērošanas kārtība. Vēstnesis. – Nr. 191, 2006, 11. novembris.
6. Padomes 1992. gada 19. oktobra Direktīva 92/77/EEK, kas papildina kopīgo pievienotās vērtības nodokļa sistēmu un groza Direktīvu 77/388/EEK. Pieejams: <http://www.ttc.lv>

## Summary

For the purposes of this article, natural person's economic activity shall be deemed any activity directed towards production of goods, performance of works, trading and provision of services. Normative documents require that artists as natural persons register their economic activity; however, they do not provide for time limitations or amounts of excess income for which the economic activity should be registered. When registering economic activity, artist has an option to register as VAT payer with the tax authorities. If single-entry bookkeeping system is used to record transactions, a VAT journal must be kept for VAT records. The basis for recording income and expenses is the cash flow principle, but transactions in the VAT journal are recorded applying the accrual principle.

The European Council's Directive 94/5/EC allows member states to apply reduced rates to services provided by performing artists; such rates cannot be determined over 5%. Considering that the sale of works of art is a specific activity and that the number of transactions is not large in comparison with sales of consumer goods, the author is of the opinion that those artists who have not yet registered their economic activity should do it because both registered and non-registered artists carry out economic activity, and it is advisable that all individuals involved in economic activity act under equal circumstances of market economy.

The author has carried out a sociological survey which shows that 5% of artists understand the requirements of normative documents, 97% have not registered as VAT payers, 33% consider that they can pay VAT, and 73% think that their economic activity will develop if the VAT rate is reduced.

Considering the provisions of the Directive, Latvia should review the VAT requirements stipulated in the national legislation and apply a reduced rate VAT of 5% to the income from the sale of works of art.

**Keywords:** value added tax, economic activity, natural person.

## Mazas valsts vieta pasaulē globalizācijas laikmetā

### The Place of a Small State in a Globalized World

Irīna Čurkina

LZA Ekonomikas institūts

Akadēmijas laukums 1, Rīga, LV-1050

E-pasts: *irinac@lza.lv*

Pasaules ekonomiskā attīstība mūsdienās nav iedomājama bez starptautiskām finanšu, darbaspēka un informācijas plūsmām. Lai arī pasaules galvenais attīstības dzinējspēks ir lielas un attīstītas valstis, ne mazāka nozīme globālos procesos ir mazām valstīm. Turklāt mazu valstu attīstības problēmas pasaulē netiek plaši pētītas – ir maz pētījumu, kas skata investīciju un valdības politiku problēmjuautājumus mazās valstīs. Ir skaidrs, ka mazas valstis visvairāk ietekmē ārējie ekonomiskie, politiskie un dabas izraisītie satricinājumi. Raksta mērķis ir apzināt globalizācijas un mazu valstu definīcijas un klasifikāciju; parādīt Latvijai būtiskākos tautsaimniecības attīstības politikas argumentus, jo arī Latvija ir pieskaitāma mazu valstu grupai – tādat ir atkarīga no ārpusaules attīstības gaitas.

**Atslēgvārdi:** globalizācija, attīstība, izaugsme, investīcijas, maza valsts.

### Globalizācijas jēdziens un tā vēsturiskā attīstība

Globalizācija ir mūsdienās plaši izplatīts jēdziens, un, lai spriestu par tās ietekmi uz valstu attīstību, ir jāapzina dažas globalizācijas definīcijas.

Starptautiskais Valūtas fonds globalizāciju definē kā „spēku, kas arvien vairāk ietekmē cilvēku dzīvesveidu visās pasaules valstīs”.<sup>1</sup>

Pasaules Banka (PB) vērtē, ka globalizācijas process nav precīzi definēts termins, turklāt tas ietver ne tikai ekonomiskos, bet arī sociālos, politiskos un kultūras procesus. Pasaules Bankas ziņojumā *Globalization, Growth and Poverty* jēdziens „globalizācija” nozīmē „pieaugošu valstu ekonomisko un sociālo integrāciju pasaulē. Tas ir komplekss process, kas ietekmē daudzus mūsu dzīves aspektus”.<sup>2</sup>

Ērikas Šumilo un Tatjanas Subbotinas grāmatā „Pasaule un Latvija. Ilgtspējīgas attīstības aspekti” globalizācija definēta šādi: „Ar jēdzienu „globalizācija” saprot valstu pieaugošo savstarpējo atkarību, kas rodas, palielinoties to ekonomiskajai integrācijai ārējās tirdzniecības, ārvalstu investīciju un cilvēku un ideju starptautiskās pārvietošanās iespaidā.”<sup>3</sup>

Augstskolu studentiem paredzētajā grāmatā *Мировая экономика* globalizācija definēta kā „pasaules saimniecības transformēšanās process uz vienotu preču, pakalpojumu, darbaspēka un kapitāla tirgu”.<sup>4</sup>

Latvijas Nacionālajā plānā teikts: „Globalizācija – sabiedrības un pasaules tautsaimniecības izmaiņas, kas rodas būtiski pieaugošās starptautiskās ekonomiskās sadarbības un kultūru sajkaušanās dēļ.”<sup>5</sup>

Savukārt vecākos dokumentos, piemēram, ANO 1999. gada pārskatā par Latvijas tautas attīstību, globalizācijas jēdziens skaidrots šādi: „Globalizāciju var definēt kā procesu, kas cilvēkus, organizācijas, tirgu, tehnoloģiju, finanses, informāciju un pārvaldību saista vienā vispārējā mijiedarbību tīklā pāri nacionālu valstu robežām. Globalizācija nozīmē, ka indivīdi, privātzņēmumi, valdības un nevalstiskās organizācijas ar partneriem dažādās pasaules vietās var mijiedarboties ātrāk, tālāk un lētāk nekā iepriekš. Šajā mijiedarbībā iespējams radīt produktus un idejas, kuriem ir globāla izplatība. Tādējādi globalizācija ir jauns veids, kā cilvēki atvērtā pasaulē, izmantojot vispārējus saistību tīklus, savas spējas un zināšanas savieno ar kapitālu, tehnoloģiju, tirgu un politiku. Tas aizvien palielina cilvēku un nāciju savstarpējās saites.”<sup>6</sup> Savukārt attiecībā uz Latviju globalizācija definēta kā „saikne starp sociāliem un ekonomiskiem procesiem Latvijā un citās pasaules valstīs (nevis jebkādi pēdējos desmit gados izveidojušies starptautiskie sakari un to ietekme uz Latvijas sabiedrību). Latvijas iedzīvotāji, izvēlēdamies ārzemēs ražotas patēriņa preces, savā uzņēmējdarbībā orientēdamies uz eksportu, izglītodamies ārzemēs, izmantojami internetu, lai piekļūtu pasaules informācijas plūsmām, aktīvi vai pasīvi iesaistās globālajā (pasaules mēroga) naudas, preču, pakalpojumu, informācijas un cilvēkresursu apritē. Tautsaimniecības atvēršanās un liberalizācija Latvijas iedzīvotājus padara jutīgākus pret norisēm un procesiem citur pasaulē”.<sup>7</sup>

Globalizācijas iznākums ir pasaules valstu atvērtība. Mūsdienu pasaulē nevienā valstī, pat attīstītā, nav iespējams ražot visus iespējamus produkcijas veidus un vienlaikus bezgalīgi uzlabot ražošanas faktoru izlietojumu. Pētījumi liecina – jo lielāka valsts, jo mazāks ir ārējās tirdzniecības īpatsvars tās tautsaimniecībā.<sup>8</sup> Tas ir izskaidrojams ar to, ka saražotā produkcija lielākoties tiek realizēta iekšējā tirgū. Bet mazas, industriāli attīstītas valstis ir īpaši atvērtas (to ārējās tirdzniecības īpatsvars IKP pārsniedz 50%), tipisks piemērs ir Honkonga, Singapūra. Savukārt lielās valstīs (ASV, Ķīna) ārējās tirdzniecības īpatsvars ir mazāks, jo lielās valstīs iekšējais tirgus ir liels un tās ir salīdzinoši apgādātas ar resursiem.

Pētījumi<sup>9</sup> rāda, ka tautsaimniecības atvērtība (eksporta un importa summas īpatsvars IKP) visaktuālāk ietekmē jaunattīstības un mazas valstis, nevis augsta ienākuma industriālās valstis. Atvērtām ekonomikām ir tendence augt ātrāk un sasniegt augstāku attīstības līmeni nekā slēgtām. Jaunās industriālās valstis – Koreja, Taivāna, Honkonga un Singapūra – ir līderi valstu grupā, kuru augsmes stratēģijas orientētas uz eksportu. Katra no šīm valstīm pēdējo desmitgažu laikā ir strauji attīstījusies uz rūpniecības produkcijas eksporta apjomu paplašināšanās pamata.

Jāsecina, ka, paplašinoties ārējās tirdzniecības un finanšu darījumiem, valsts lielā mērā var kļūt atkarīga no kādu pasaules tirgu satricinājuma. Lielākā daļa finanšu krīžu pagājušā gadsimta vidū bija raksturojamas ar vāju valdības politiku, taču mūsdienās pasaulē ekonomiskie aģenti arvien vairāk izvēlas peļņu nesošas spekulatīvas nozares. Līdz ar to postindustriālais laikmets raksturojams ar augstu finanšu jutību pret satricinājumiem aktīvu tirgos, sevišķi mazās valstīs.

Mūsdienu pasaules ekonomiskās attīstības procesi ir loģisks vēsturiskās globalizācijas attīstības posms. Uzskata, ka vēsturiski ir iezīmējušies divi globalizācijas viļņi: no 19. līdz 20. gadsimtam pirmais vilnis un 20. gadsimta otrajā pusē otrais vilnis. Pastāv viedoklis, ka pasaule piedzīvo jau trešo tehnoloģisko sprādzienu, kad 20. gadsimta 80. gadu beigās sevišķi strauji sāka izvērsties interneta tehnoloģijas un datorkomunikācijas.

Nosacīti par globalizācijas pirmā viļņa sākumu var uzskatīt industriālo revolūciju Lielbritānijā 18. gadsimtā. Tās dēļ palielinājās tērauda ieguve, uzlabojās



transportēšanas ceļi, kas paātrināja attīstību. Pie lielākajiem atklājumiem, ko sāka piemērot rūpniecībā, pieder turbīnas izgudrošana, lielu iespaidu uz globalizācijas izvēršanas atstāja dzelzceļa izplatīšanās, tvaika kuģu izmantošana gan iekšzemes, gan starptautiskos maršrutos. 19. gs. 30. gados ar burukuģi no Liverpūles līdz Ņujorkai bija iespējams nokļūt 48 dienās, taču 40. gados šo maršrutu varēja veikt ar tvaika kuģi apmēram 14 stundu laikā. Tehnoloģiskie atklājumi veicināja arī finanšu attīstību Lielbritānijā 18. gadsimta otrajā pusē.<sup>10</sup>

Lai gan industrializācijas dēļ salīdzinājumā ar mūsdienām ekonomikas augsme bija niecīga, tiek atzīmēts, ka 2–3% pieaugums gadā 19. gadsimta vidū ir revolucionārs salīdzinājumā ar divreiz lēnāku augsmi 18. gadsimtā. Lielbritānijas attīstībai sekoja Beļģija; Francija, Šveice, ASV strauju attīstību uzsāka apmēram 19. gs. 30. gados. Pēc tam industrializācija skāra Krieviju, Itāliju, Šveici, Austroungāriju un pārējo Eiropu 19. gadsimta beigās.

19. gadsimta beigās sākās otrā industriālā revolūcija ar jaunām ražošanas metodēm – rūpniecībā tika plaši izmantots iekšdedzes dzinējs. Līdz ar to transportēšanas izmaksas turpināja kristies. 60. gados lielākajās pilsētās tika izvietotas telegrāfa centrāles, savukārt 1866. gadā izveidotais transatlantiskais telegrāfs radīja jaunu pavērsienu starpkontinentu komunikācijās.<sup>11</sup>

Industrializācija nozīmēja ne tikai strauju Eiropas valstu uzplaukumu, bet arī trešo valstu deindustrializāciju. Tā, piemēram, 18. gadsimtā Indija bija kokvilnas rūpniecības produkcijas eksporta un ražošanas līderis pasaulē. Šajā laikā Indijā un Ķīnā tika ražoti augstvērtīgi zīda un porcelāna izstrādājumi, ko eksportēja uz Eiropu. Eiropas tehnoloģiskā uzplaukuma laikā tā kļuva konkurētspējīga, un Eiropas produkcija izspieda trešās pasaules valstu ražojumus. 1750. gadā trešās pasaules valstīs tika saražoti 73% pasaules apstrādes rūpniecības produkcijas, savukārt 1830. gadā ražošanas apjoms samazinājās uz pusi, un 1913. gadā bija tikai 7,5%.<sup>12</sup>

Pasaules industrializācijas process laika gaitā redzams 1. tabulā.

1. tabula

**Industrializācijas līmenis uz vienu iedzīvotāju pasaulē  
no 1750. līdz 1913. gadam (Lielbritānija, 1900. g. = 100)  
*Per Capita Industrialisation Levels, 1750–1913 (Great Britain in 1900 = 100)***

	1750	1880	1830	1860	1900	1913
<b>Attīstītās valstis</b>	8	8	11	16	35	35
Eiropa	8	8	11	17	33	45
Eiropa, izņemot Lielbritāniju	7	8	9	14	36	57
Beļģija	9	10	14	28	56	88
Francija	9	9	12	20	39	59
Zviedrija	7	8	9	15	41	67
Lielbritānija	10	16	25	64	100	115
ASV	4	9	14	21	69	126
Japāna	7	7	8	7	12	20
<b>Trešās pasaules valstis</b>	7	6	6	4	2	2
Ķīna	8	6	6	4	3	3
Indija un Pakistāna	7	6	6	3	1	2
<b>Pasaule</b>	7	6	7	7	14	21

Avots: Baldwin R. E., Martin Ph. Two Waves of Globalisation: Superficial Similarities, Fundamental Differences. – NBER Working paper No. 6904. – Cambridge, January 1999, p. 4.

Tabula uzskatāmi parāda, kā pasaules valstis attīstījušās tehnoloģiskā progresa ietekmē, un lielā mērā arī to, kādēļ trešās pasaules valstis vēl tagad cīnās ar nabadzību un vāju ekonomisko attīstību. Industrializācija pavēra iespēju konkurēt ar produktivitātes celšanos, un tās valstis, kas nespēja pietiekami ātri reaģēt uz konkurentu rūpniecisko attīstību, tika izstumtas no starptautiskās preču un pakalpojumu tirdzniecības konkurences.

## Mazas valsts jēdziens un tā aktualitāte mūsdienās

Mazas valsts statuss un mazu valstu attīstības pētījumi pasaulē nav populāri. Turklāt institucionālā līmenī Pasaules Banka ir lielākā no nedaudzajām organizācijām, kas pievēršas mazu valstu attīstības problēmu pētījumiem. Pasaules Banka norāda, ka mazas valsts definīcija ir visai relatīvs jēdziens, un atsaucas uz Saimona Kuzņeca darbu *Economic Growth of Small Nations*, kur autors piedāvā par mazu valsti uzskatīt tādu, kurā dzīvo līdz 10 miljoniem iedzīvotāju.

Literatūrā mazas valstis klasificē pārsvarā pēc iedzīvotāju skaita, kā arī aplūko IKP rādītājus. Kopumā lielu un mazu valstu dalījumā par pamata kritērijiem var izmantot tādas rādītājus kā

- iedzīvotāju skaits;
- nacionālā kopprodukta lielums;
- teritorijas lielums;
- iespēja ietekmēt pasaules cenas;
- iespēja ietekmēt citas valstis ar savu politisko spēku.<sup>13</sup>

Mazas valsts definīcija dažādās teorijās var atšķirties. Tā starptautiskās tirdzniecības teorijā valsts ir maza, ja tā nespēj ietekmēt pasaules preču un pakalpojumu cenas ar tirdzniecības palīdzību – valsts ir tirgus spēks un cenas noteicējs vai nav. Taču, piemēram, var minēt Šveici, kas ir maza valsts, bet ietekmē pasaules pulksteņu cenas, Gana ietekmē kakao cenas pasaulē, Nikaragva – kafijas cenas, savukārt Tuvo Austrumu valstis – naftas cenas. Tādējādi starptautiskās tirdzniecības teorija vairāk orientējas uz precēm vai pakalpojumiem, nevis uz valstīm kā tādām.<sup>14</sup>

Izvērstāka mazu valstu klasifikācija rāda mazu valstu tendences un iezīmes:

- lielāka atvērtība ārējai tirdzniecībai;
- produkcijas lielāka koncentrācija;
- lielāks valdības sektors;
- lielāka jutība pret ārējo ietekmi;
- mazāka eksporta multiplikatora vērtība.

Mazu valstu pētījumos pētnieks Dominiks Salvatore norāda, ka pastāv valstu grupējums pēc iedzīvotāju skaita lielās (30 un vairāk miljoni iedzīvotāju), vidējās (16–29 miljoni) un mazās valstīs (līdz 16 miljoniem). Līdz ar to mazas valstis var dalīt vēl sīkāk: mikrovalstis (iedzīvotāju skaits mazāks par 1 miljonu), ļoti mazas valstis (1–5 miljoni iedzīvotāju) un mazas valstis (5–16 miljoni iedzīvotāju).<sup>15</sup> Tādējādi 1997. gadā no 209 valstīm 59 bija mikrovalstis, 46 mazas valstis, 21 vidēja lieluma valsts un 32 atlikušās – lielas valstis. No 46 ļoti mazām valstīm (1–5 miljoni iedzīvotāju) 21 bija jaunattīstības valsts, 6 bijušās komandekonomikas valstis un pārejas valstis, un tikai 6 no tām pēc Pasaules Bankas novērtējuma bija augsti attīstītu valstu grupā – Īrija, Jaunzēlande, Norvēģija, arī Kuveita, Singapūra un Arābu Emirāti.

Pretstatā par mazu valsti pēc PB metodoloģijas tiek uzskatīta tāda valsts, kur dzīvo līdz 1,5 miljoniem iedzīvotāju. Tādējādi pēc šīs metodoloģijas 45 pasaules mazās valstis ir jaunattīstības valstis jeb aptuveni trešā daļa no visām jaunattīstības valstīm (2. tabula).

2. tabula

**Pasaules mazās valstis pēc Pasaules Bankas klasifikācijas**  
*Small states according to the classification of the World Bank*

Valsts	Iedzīvotāju skaits, tūkstošos	Apdzīvotības rangs (1 = vismazākā)	NKP uz vienu iedzīvotāju, dolāros
<b>Āfrika</b>			
Kaboverde	441	27	1330
Komoru salas	558	30	380
Džibuti	632	32	880
Ekvatoriālā Gvineja	457	29	800
Gabona	1230	42	3190
Gambija	1303	44	340
Gvineja-Bisava	1199	41	180
Maurīcija	1186	40	3750
Seišelu salas	81	10	7050
Svazilenda	1045	39	1390
<b>Austrumāzija un Klusais okeāns</b>			
Bruneja	338	24	-
Kuka salas	20	5	-
Fidži	812	38	1820
Kiribati	96	11	950
Māršala salas	52	7	1970
Mikronēzija	118	15	2110
Nauru	11	3	-
Niue	2	1	-
Palau	19	4	-
Rietumsamoa	170	18	1450
Zālamana salas	447	28	620
Austrumtimora	800	36	-
Tonga	100	13	1660
Tuvalu	11	2	1150
Vanuatu	197	19	1150
<b>Latīņamerika</b>			
Antigva un Barbuda	68	8	9440
Bahamu salas	303	23	14 960
Barbadosa	267	21	9250
Beliza	240	20	3110
Dominika	73	9	-
Grenāda	98	12	3770
Gajāna	761	35	860
Sentlūsija	156	17	4120
Surinama	417	26	1890
Trinidāda un Tobāgo	1301	43	4930
<b>Citas valstis</b>			
Bahreina	691	33	-
Butāna	805	37	590
Kipra	757	34	12 370
Igaunija	1369	45	3580
Maldīvija	276	22	1960
Malta	390	25	9120
Katara	585	31	-

Avots: Pasaules Banka. Pieejams: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) (skatīts 2007. gada 20. septembrī).

Saskaņā ar Pasaules Bankas pieeju (mazās valstīs iedzīvotāju skaits ir līdz 1,5 miljoniem) starp mazām valstīm ir gan nabadzīgas valstis, piemēram, Gvineja-Bisava Āfrikā (NKP uz vienu iedzīvotāju ir 180 ASV dolāru), gan augsti attīstītas – Kipra, Bruneja, Malta, Katara ar NKP uz vienu iedzīvotāju virs 9000 ASV dolāru.<sup>16</sup> Pasaules Bankas pētījumā ir izšķirtas vairākas mazu valstu īpatnības.<sup>17</sup>

- **Izolētība un attālums.** No iepriekšminētām 45 mazajām valstīm 34 ir salas. Šo valstu tirgi atrodas tālu no lielajiem tirdzniecības un komercdarbības reģionu tirgiem. Vislielākais šķērslis mazu valstu attīstībā ir liels attālums un augstas transportēšanas izmaksas līdz noieta (eksporta) tirgiem un līdz izejvielu tirgiem. Turklāt transporta izmaksas sadārdzina mazu kravu apjomu. Tas sadārdzina eksporta cenas, līdz ar to šis process ierobežo konkurētspēju un samazina eksporta atdevi. Pastāv arī importa izmaksu sadārdzinājums, kas nozīmē zemāku patērētāju ieguvuma daļu. Uzskatāmi to pierāda transporta izmaksu indekss jeb apdrošināšanas un pārvaldījuma (pasūtījuma) izmaksu attiecība pret importa produkcijas cenu. Šis indikators rāda, ka mazās valstīs ir augstākais transporta izmaksu indekss: Kiribati – 26%, Vanuatu, Zālmana salās – 20%, Seišelu salās – 18%. Salīdzinājumā attīstības valstīs vidējais transporta izmaksu indekss ir 14%.<sup>18</sup> Bez tam attālums no lielajiem noieta tirgiem nozīmē konkurētspējas samazināšanos. Līdz ar to mazās valstīs tautsaimniecība neiegūst no konkurences efekta, kas parasti notiek, lai uzlabotu ražošanas jaudas un efektivitāti, samazinātu izmaksas un veicinātu inovācijas. Tiek piebilsts, ka pozitīvā attālinātības īpašība ir speciālās ekonomiskās zonas, kurās mazām salu valstīm pieder pilnvaras izmantot plašas okeānu platības – piemēram, Kiribati speciālā ekonomiskā zona pēc platības ir tikpat liela, cik visa Karību jūra.<sup>19</sup>
- **Atkarība no dabas stihijām.** Lielas daļas mazu valstu attīstību pastāvīgi ietekmē dabas stihijas, kā arī vides ekoloģiskās grūtības. Lielākā daļa mazu valstu, ko apskata Pasaules Banka, atrodas reģionos ar biežām klimata stihijām – cikloniem, vētrām, cunami, vulkāna izvirdumiem u. tml. Dabas stihiju iznākums ir pamatlīdzekļu bojājumi un zudums un līdz ar to eksporta produkcijas apjomu samazināšanās un zaudējumi. Piemēram, 1989. gadā ciklonu sērija Vanuatu nodarīja zaudējumus apmēram divu nacionālo kopproduktu apmērā.<sup>20</sup> Turklāt salu valstu attīstību nākotnē būtiski ietekmēs globālā sasilšana, kas nozīmē jūras līmeņa paaugstināšanos un līdz ar to dažu valstu izzušanu.
- **Ierobežota institucionālā kapacitāte.** Mazā valstī valdības funkciju, politikas izstrādāšana un attiecīgo sociālo apstākļu nodrošināšana ir dārgāka nekā lielās valstīs.
- **Ierobežots tirgus un diversifikācija.** Mazās valstīs lielākās grūtības sagādā neliels iekšējais tirgus un resursu vienveidība. Līdz ar to preču diversifikācija ir grūti sasniedzama, kas ierobežo privātā sektora darbības mērogu. Statistika rāda, ka 1997. gadā Lesoto galvenais eksporta produkts bija apģērbi – 80% no kopējā eksporta. Citas galvenās eksporta preces parādītas 3. tabulā.

3. tabula

**Galvenās eksporta preces Karību jūras baseina un Klusā okeāna mazajās valstīs 1997. gadā, % no kopējā eksporta**  
*The main exports of the small states of the Caribbean and the Pacific in 1997, % of the total*

	<b>Prece vai pakalpojums ar lielāko īpatsvaru eksportā</b>	<b>Nākamā prece vai pakalpojums ar lielāko īpatsvaru eksportā</b>
<b>Klusā okeāna mazās valstīs</b>		
Fidži	26,3 (tūrisms)	11,9 (cukurs)
Papua-Jaungvineja	28,3 (zelts)	18,7 (jēlnafta)
Rietumsamoa	50,6 (tūrisms)	4,1 (kopra – kokosrieksti)
Vanuatu	41,6 (tūrisms)	14,4 (kopra)
<b>Karību jūras baseina mazās valstīs</b>		
Antigva un Barbuda	61,0 (tūrisms)	4,6 (degvielas reeksports)
Beliza	27,8 (tūrisms)	14,2 (cukurs)
Gajāna	17,9 (cukurs)	11,3 (rīss)
Sentlūsija	75,6 (tūrisms)	8,6 (banāni)

Avots: Small States: Meeting Challenges in the Global Economy. – Report of the Commonwealth Secretariat / World Bank Joint Task Force on Small States. – April, 2000, p. 10–11.

Kā redzams, tūrisms ir viens no galvenajiem iztikas avotiem Karību baseina valstīs, taču šāda šaura specializācija ir ievērojami atkarīga no dažādiem ārējiem faktoriem. Kopumā dažās mazās valstīs ir vērojama pārorientēšanās no patēriņa preču ražošanas un eksporta uz pakalpojumu sektoru (tūrisms un finanses). Jāatzīmē, ka tām valstīm, kuru galvenais eksporta avots ir patēriņa preces, ir samērā lēna augsme, un tās lielā mērā ir atkarīgas no pasaules cenu svārstībām.

- **Atvērtība.** Mazas valstis pārsvarā ir ļoti atkarīgas no ārējās tirdzniecības. Bez tam būtiska nozīme mazu valstu attīstībā ir ārvalstu investīcijām, turklāt tās īpaši ietekmē citu valstu ekonomiskie satricinājumi, sevišķi, ja valsts ekonomikā tiek ražotas vienvērtīgas preces. Kā minēts, mazās valstīs tiek saražots visai ierobežots preču un pakalpojumu klāsts, to importa produkcijas daļa ir ievērojama, un ir augsts ārējās tirdzniecības īpatsvars IKP. Mazas valstis ir atkarīgas arī no ārvalstu kapitāla, turklāt daudzas no tām atkarīgas arī no starpvalstu palīdzības, lai uzturētu attīstību. Ārvalstu investīcijas ir svarīgas jebkuras valsts attīstības veicināšanai neatkarīgi no tās attīstības pakāpes un lieluma. Literatūrā atrodamas diskusijas par tiešo investīciju ietekmi gan no investora, gan no investīciju saņēmēja viedokļa. Tiešās investīcijas var atšķirīgi ietekmēt vienu vai citu saņēmēju valsti. Būtībā ienākošās investīcijas saņēmēja valstij nozīmē stabilu finansēšanas avotu – tehnoloģiju ieviešanu, nemateriālo aktīvu (patentu, preču zīmju u. c.) saņemšanu, eksporta diversifikācijas iespējas, nodarbinātības pieaugumu, nodarbināto kvalifikācijas pieaugumu. Tiešās investīcijas ir veids, kā integrēties ārējos tirgos un veicināt konkurētspēju. Aktīva tiešo

ārvalstu investīciju stimulēšana attīstītajās valstīs sākās 20. gs. 60. gados. Investīciju pieauguma tempi ar katru desmitgadi kļuva arvien straujāki, pateicoties pasaules valstu ekonomisko režīmu liberalizācijai. 80.–90. gados investīcijas pasaules valstīm kļuva par vienu no ekonomiskās integrācijas līdzekļiem pasaules globālajā saimniecībā. 90. gadu beigās mazās valstis piesaistīja ievērojamas ārvalstu investīcijas visos reģionos, taču lielākā daļa – 80% no visām tiešajām investīcijām – tika ieguldītas septiņās valstīs (Bahamu salas, Botsvāna, Igaunija, Ekvatoriālā Gvineja, Gajāna, Malta, Trinidāda un Tobāgo). Turklāt mazajās valstīs ir vērojamas izmaiņas – notiek pārorientēšanās uz privātām investīcijām, savukārt pasaules palīdzības apjomi samazinās.

- **Ienākumu svārstības.** Pētījumi liecina, ka mazās valstīs mēdz būt lielāks nabadzības līmenis un ienākumu nevienlīdzība nekā citās valstīs. Turklāt salīdzinājumā ar lielām valstīm mazajās ir uzskatāmāk vērojama ienākumu nevienmērība. Tas ir izskaidrojams, pirmkārt, ar augstu atkarību no eksporta un importa – ja pasaules cenas par precēm un pakalpojumiem ievērojami mainās, līdzī mainās arī mazās valsts ienākumu līmenis. Otrkārt, mazās valstīs ražošanas un eksporta produkcija ir salīdzinoši viendabīga. Turklāt pastāv dabas stihiju risks, kas negatīvi ietekmē visu tautsaimniecību. Šo faktoru nozīme starp valstīm ievērojami atšķiras.<sup>21</sup> Dažām mazajām valstīm ir augsti izglītības un veselības rādītāji, savukārt Āfrikas un dažās Klusā okeāna zema ienākuma valstīs vērojama nevienlīdzība.

Apkopojot minēto informāciju, var secināt, ka Pasaules Bankas metodoloģija ir nepilnīga. To apstiprina fakts, ka ne tikai ar iedzīvotāju skaitu var izmērīt kādas valsts tautsaimniecības lielumu. Tiek uzskatīts, ka mūsdienās *de facto* vairākums valstu kļūst par mazām valstīm. Pirmkārt, to nosaka valstu ietekmes samazināšanās uz pasaulē notiekošajiem procesiem. Pat lielas valstis kļūst atkarīgas no ārējiem apstākļiem un citu lielu valstu lēmumiem.<sup>22</sup>

## Latvijas kā mazas valsts attīstības tendences

Arī Latvija ir dabisks globalizācijas dalībnieks, un tās integrācija globālajā pasaules ekonomikā sākās 90. gadu sākumā, sabrūkot plānveida tautsaimniecības modelim.

Pēc PB metodoloģijas, Latvija neiekļaujas mazu valstu grupā pēc iedzīvotāju skaita. Balstoties uz iedzīvotāju skaita rādītāju, jāsecina, ka valstis, kurās dzīvo līdz 1,5 miljoniem iedzīvotāju, drīzāk pieskaitāmas mikrovalstu iedalījumam. Savukārt, pēc D. Salvatores grupējuma, Latvija ierindojas ļoti mazu valstu grupā (no 1 līdz 5 miljoniem iedzīvotāju). Šāds iedalījums ir precīzāks un ļauj objektīvi novērtēt dažāda lieluma valstu attīstības īpatnības.

Pasaules ekonomiskajā kartē Latvijas, tāpat kā visu citu mikro un mazo valstu nozīme ir niecīga. Tās attīstību nosaka integrētība pasaules tirgos, un valsts attīstības politikai ir jāņem vērā fakts, ka mazas valsts izaugsme ir lielā mērā atkarīga no notikumiem pasaulē. Lai novērtētu Latvijas attīstības tendences, ir jāaplūko valsts politika tautsaimniecības jautājumos.

Latvijas vidēja termiņa attīstības stratēģijā (Nacionālais attīstības plāns 2007.–2013. gadam) ir definēts mērķis nodrošināt priekšnoteikumus pārejai uz zināšanām

balstītu ražošanu. Tiek uzsvērts fakts, ka inovācijas ir galvenais konkurētspēju noteicošais faktors. Šāda attīstība kvalitatīvi atšķiras no darba un kapitāla intensīvas ražošanas, taču jāatceras, ka inovatīvais faktors ir augsta riska process, kuru bez valsts atbalsta pienācīgā līmenī sasniegt nevar – to rāda pasaules valstu vēsturiskā pieredze. Turklāt pāreja uz zināšanu ekonomikas modeli tika izvirzīta par galveno mērķi tautsaimniecības attīstības scenārijos jau pirms iestāšanās Eiropas Savienībā. Analizējot attīstības dokumentus, jāsecina, ka ekonomiskā attīstība turpina iesākt zemo tehnoloģiju ceļu. Tā, piemēram, Tautsaimniecības vienotās stratēģijas progresa ziņojumā par 2006. gadu uzsvērts, ka pastāv „būtiski trūkumi, kas kavē strukturālās izmaiņas:

- zemie valsts un privātā sektora ieguldījumi pētniecībā un attīstībā;
- izglītības struktūras neatbilstība ilgtermiņa darba tirgus prasībām; (..)
- nepietiekamais finansējums Latvijas eksporta veicināšanai, kas neļauj uzlabot Latvijas uzņēmēju konkurētspēju ārējos tirgos.”<sup>23</sup>

Kaut arī katrā attīstības dokumentā uzsvērta noteiktu pasākumu nepieciešamība, lai uzlabotu konkurētspēju, 2006. gadā tautsaimniecības attīstības problēmas palika iepriekšējās – zema jaunievedumu spēja, problēmas izglītības sektorā, nepietiekama eksporta izvēršanās. Turklāt par neefektīvu valsts īstenoto politiku liecina arī pieaugošā nevienlīdzība un sociālās disproporcijas.

Latvija, tāpat kā citas mazas valstis, ir būtiski iesaistīta pasaules tirgū. Kopš 90. gadu sākuma mainījās tautsaimniecības struktūra un noieta tirgi. Ārējās tirdzniecības apgrozījums liecina, ka attīstījās to nozaru produkcijas apjomi, kas bija konkurētspējīgas pasaules tirgū – koksne un tās izstrādājumi, transporta līdzekļi, tekstilizstrādājumi, metāli un to izstrādājumi, pārtikas produkcija. Latvijas eksportā lielākais īpatsvars ir koksnei un tās izstrādājumiem, metāliem un to izstrādājumiem, lauksaimniecības precēm. Importa struktūrā lielākie izdevumi ir mašīnu, mehānismu un elektronisko iekārtu, minerālo produktu, pārtikas un lauksaimniecības preču iegādei. Kā redzams, pamatā ārējās tirdzniecības struktūra ilgāk kā desmitgades laikā nav būtiski mainījusies.

Turklāt, iestājoties ES, Latvija vēl vairāk iesaistījās globālos procesos. Tautsaimniecība piedzīvoja straujāku izaugsmi, lai gan galvenais dzinēj spēks ir pakalpojumu nozares – tirdzniecība, finanses un īpašums. Arī ārvalstu investīciju dinamika rāda, ka joprojām investoriem pievilcīgākie sektori ir iepriekšminētās pakalpojumu nozares.

Līdz ar to jāsecina, ka ir jārada pamats uzņēmēju interesei par inovatīvo ražošanu, lai pārorientētos uz zināšanu ekonomiku. Valsts loma tirgus ekonomikā mūsdienā apstākļos nevar būt tik iespaidīga kā, piemēram, 20. gadsimta vidū, kad savu attīstību ar valdības atbalstu nodrošināja Āzijas valstis. Turklāt Latvija ir maza valsts, kas ievērojami atkarīga no resursu importa, tas nozīmē – attīstības scenāriju lielākā mērā diktē pasaulē notiekošie procesi. Līdz ar to valsts politikas uzdevums ir – gūt iespējami lielāku labumu no globalizācijas procesiem.

## ATSAUCES UN PIEZĪMES

<sup>1</sup> Sk. SVF mājas lapu. Pieejams: <http://www.imf.org/external/np/exr/key/global.htm> (skatīts 2007. gada 20. septembrī).

<sup>2</sup> Globalization, Growth and Poverty. Building an Inclusive World Economy. – IBRD/WB, 2002, p. ix.

- <sup>3</sup> Šumilo Ē., Subbotina T. Pasaule un Latvija. Ilgtspējīgas attīstības aspekti. – IBRD/WB, 2002, 62. lpp.
- <sup>4</sup> Мировая экономика. Ред. Булатов А. С. – Москва, 2005, с. 714.
- <sup>5</sup> Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007.–2013. – LR RAPLM, Rīga, 2006, 51. lpp.
- <sup>6</sup> Pārskats par tautas attīstību 1999. – ANO, 1999, 14. lpp.
- <sup>7</sup> Turpat, 34. lpp.
- <sup>8</sup> Gwartney J., Lawson R. Economic Freedom of the World. Annual Report 2001. – The Fraser Institute, 2001.
- <sup>9</sup> Turpat.
- <sup>10</sup> Baldwin R. E., Martin Ph. Two Waves of Globalisation: Superficial Similarities, Fundamental Differences. – NBER Working paper No. 6904. – Cambridge, January, 1999, p. 2.
- <sup>11</sup> Turpat, 3. lpp.
- <sup>12</sup> Turpat, 4.–5. lpp.
- <sup>13</sup> Dominick Salvatore. The Economic Performance of Small versus Large Nations. In: Small States: New Challenges and Opportunities. Book 1. – DIC, Vol. XIII, No. 24–25, June–December 1997, p. 22.
- <sup>14</sup> Turpat, 22. lpp.
- <sup>15</sup> Dominick Salvatore. The Economic Performance of Small versus Large Nations. In: Small States: New Challenges and Opportunities. Book 1. – DIC, Vol. XIII, No. 24–25, June–December 1997, p. 23.
- <sup>16</sup> Small States: Meeting Challenges in the Global Economy. – Report of the Commonwealth Secretariat / World Bank Joint Task Force on Small States. – April, 2000, p. i.
- <sup>17</sup> Turpat, 5. lpp.
- <sup>18</sup> Turpat, 6. lpp.
- <sup>19</sup> Turpat, 7.–8. lpp.
- <sup>20</sup> Turpat, 12. lpp.
- <sup>21</sup> Turpat, 8. lpp.
- <sup>22</sup> Marjan Svetličič. Small Countries in a Globalised World: Their Honeymoon or Twilight? In: Small States: New Challenges and Opportunities. Book 1. – DIC, Vol. XIII, No. 24–25, June–December 1997, p. 7.
- <sup>23</sup> Ziņojums par progresu Tautsaimniecības vienotās stratēģijas īstenošanā. – EM, 2006, 5. lpp.

## LITERATŪRA

1. Baldwin R. E., Martin Ph. Two Waves of Globalisation: Superficial Similarities, Fundamental Differences. – NBER Working paper No. 6904. – Cambridge, January, 1999.
2. Dominick Salvatore. The Economic Performance of Small versus Large Nations. In: Small States: New Challenges and Opportunities. Book 1. – DIC, Vol. XIII, No. 24–25, June–December 1997.
3. Globalization, Growth and Poverty. Building an Inclusive World Economy. – IBRD/WB, 2002.
4. Gwartney J., Lawson R. Economic Freedom of the World. Annual Report 2001. – The Fraser Institute, 2001.
5. Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2007.–2013. – LR RAPLM, Rīga, 2006.
6. Marjan Svetličič. Small Countries in a Globalised World: Their Honeymoon or Twilight? In: Small States: New Challenges and Opportunities. Book 1. – DIC, Vol. XIII, No. 24–25, June–December 1997.
7. Pārskats par tautas attīstību 1999. – ANO, 1999.
8. Small States: Meeting Challenges in the Global Economy. Report of the Commonwealth Secretariat/World Bank Joint Task Force on Small States. – April, 2000.
9. Šumilo Ē., Subbotina T. Pasaule un Latvija. Ilgtspējīgas attīstības aspekti. – IBRD/WB, 2002.
10. Ziņojums par progresu Tautsaimniecības vienotās stratēģijas īstenošanā. – EM, 2006.
11. Мировая экономика. Ред. Булатов А. С. – Москва, 2005.



## Summary

The economic development of the world depends on increasing flows of information and finance. Economic growth in a globalised world also depends on small economies. The economic development of a small state depends on the competitiveness of its economy in the world market. The main purpose of this article is to analyse the main aspects of globalisation and its influence on the place of small states in the world's economy.

**Keywords:** globalization, economic development, economic growth, small state, investment.

## Efficient Consumer Response in Latvia

### Efektīva patērētāju vajadzību novērtēšana

Eli Fel

Doctoral Student at the University of Latvia

Faculty of Economics and Management

E-mail: *fel.eli@gmail.com*

Modern retail business is accelerating towards a highly concentrated structure, in which most power and leverage resides at the mass retailer end, and in which market shares of most product categories in the retail shops are predominantly held by global suppliers.<sup>1</sup> The introduction of Efficient Consumer Response (=ECR) is a milestone for the grocery industry, as ECR leads to higher efficiency in logistics, IT, and assortment mix and results in decreased costs, optimized supply chains and a close-knit cooperation of both, large retailers and suppliers.<sup>2</sup> This paper shows that Small and Medium Sized (SMEs) suppliers of mass retailers seem to lack basic knowledge on retail management processes. These small scaled suppliers are stuck between the tight cooperation of retailers and global suppliers and the requirements of becoming a reliable and long-term supplier for mass retailers, applying the principles of ECR.

The requirements to suppliers of Latvian retail show, however, that adoption of modern management techniques such as ECR is becoming a necessity. It is questionable whether ECR-reluctant suppliers will be able to resist the ECR-requirements of their customers over a long period of time.

**Keywords:** Efficient Consumer Response (ECR), Supply Chain Management (SCM), Small and Medium Enterprises (SME), collaborative practice, standardisation.

### Introduction to the survey on ECR in Latvia

ECR is defined as a complex management theory that proposes changes in nearly all grocery work processes and practices to make the industry more efficient internally and more responsive to consumer needs.<sup>3</sup>

ECR calls for the creation of a timely, accurate and paperless flow of information<sup>4</sup> relying heavily on Electronic Data Interchange (EDI) and strategic alliances between supply chain members. The goal of ECR is to delete from the supply chain the costs which do not add consumer value.<sup>5</sup> The author of the present thesis defines Efficient Consumer Response (=ECR) as a comprehensive management concept, which is based on vertical collaboration in manufacturing and retailing with the objective of an efficient satisfaction of consumer needs. Several cases and researches have been published evidencing a positive impact of ECR-practices on suppliers.<sup>6</sup> However, there are only few publications and studies on the applicability of ECR for SMEs supplying retailer. For Latvia, the author didn't find any relevant publications or studies on the issue of Latvian SMEs supplying mass retailers. In this paper the author will present some of the results of the survey on Efficient Consumer Response (=ECR) in Latvia under special consideration of

Standardisation, Supply Chain Management and Collaborative practice. The report will encompass the results of a survey conducted March through September 2006 by means of a comprehensive questionnaire.

The author used qualitative and quantitative methods to discuss and to model new theoretical concepts and develop core hypotheses on ECR for SMEs. The hypotheses are tested using quantitative research methods – a questionnaire accessible via internet, was developed and answered by 195 enterprises.

## Supply Chain Management

The majority of Latvian suppliers (58%) supply retailers directly via their own logistics facilities. More than a third (37%) uses wholesalers along with their own logistics facilities for distribution. Only 5% work exclusively via distributors.

The evaluation of a number of factors for the optimisation of delivery time<sup>7</sup> shows the importance of some pre-defined factors for Latvian suppliers.

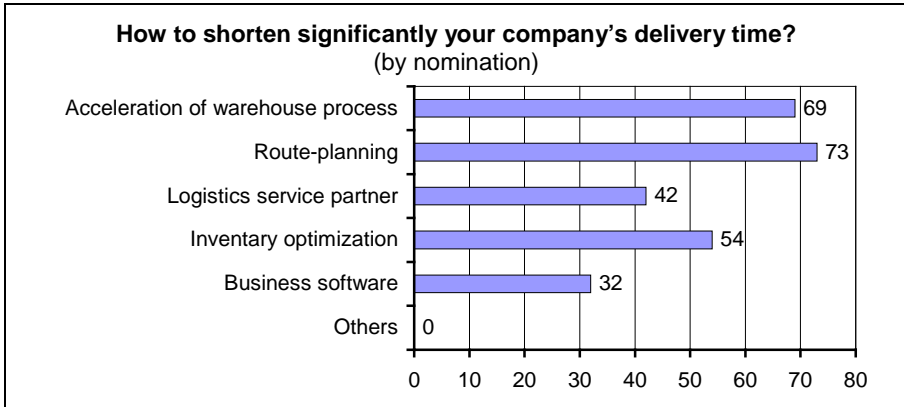


Fig. 1. "How to shorten significantly delivery time?"  
"Kā būtiski samazināt piegādes laiku?"

Latvian suppliers are confident about their logistics abilities. 74.2% of all suppliers believe that customers are satisfied with their logistics, indicating "mostly" (62.9%) and "always" (11.3%) satisfied. Only 1.5% of suppliers think that their logistics need major improvement.

According to ECR-theory, standardisation is necessary and helpful for handling the flow of data and goods, thus enabling the efficiency of logistics. At a contrast, questioning suppliers about their opinion on standardisation reveals that Latvian suppliers are rather sceptical about standardisation:

- A minority of Latvian suppliers (36.4% – saying "yes" and "very important") give positive evaluation to the importance and benefits of standardisation.
- More than a third of all suppliers – 37.4% – has a negative attitude and/or has difficulties to evaluate resulting risks and benefits saying "No" and "difficult to say".
- There are more companies who have a clearly negative attitude (8.2%) than a clearly positive one (5.6%).

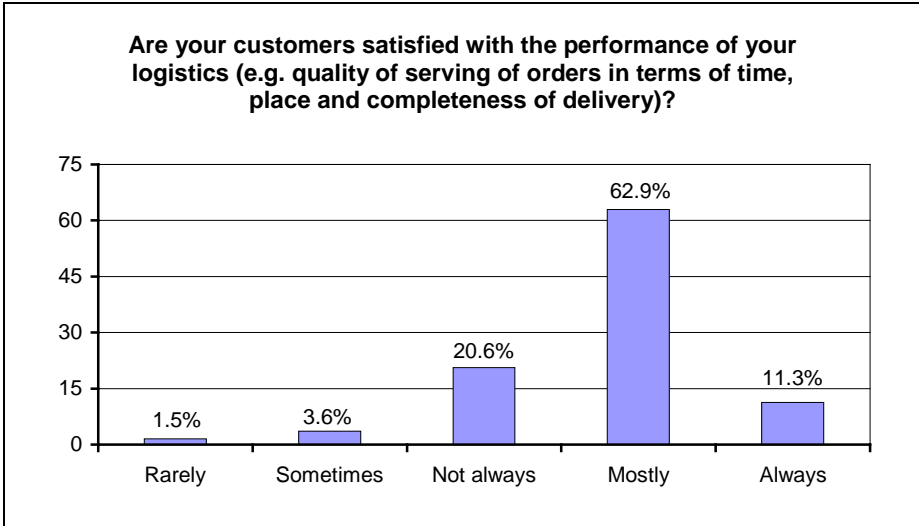
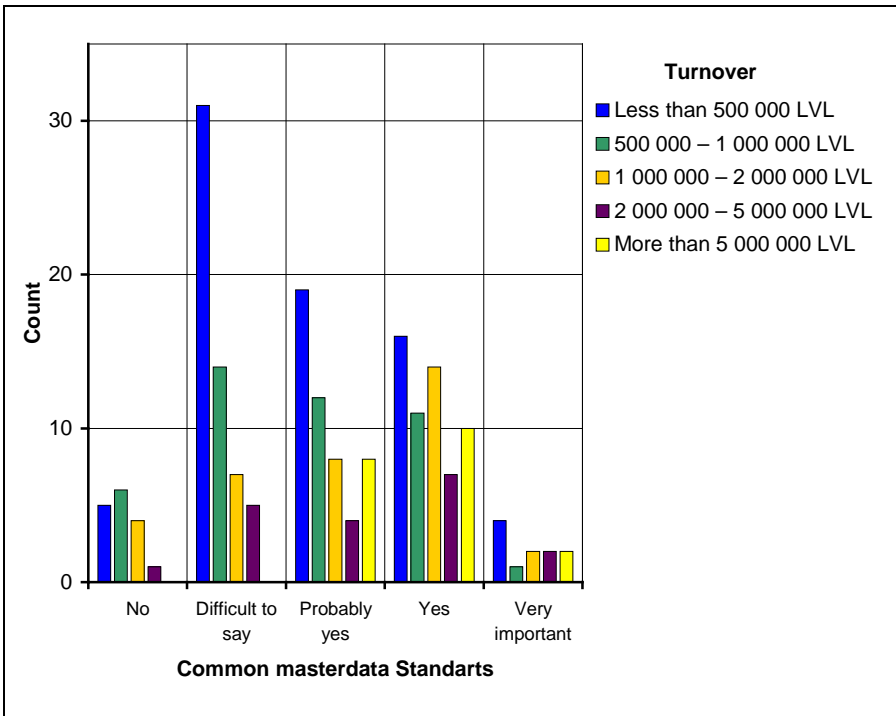


Fig. 2. Logistics performance of suppliers  
*Piegādātāju loģistikas kvalitāte*



Source: Author's survey and calculations

Fig. 3. Cross tabulation between master data standards and turnover  
*Pamatdatu standartu un apgrozījuma diagramma*

When testing the results of cross-tabulation between the attitude to standardisation and generated turnover, some explanations are provided:

First, companies with low turnover tend to be sceptical or rejecting to standardisation: 68.7% of companies indicating “no” to standardisation generate less than 1 mln. LVL; only 26% of companies with less than 500.000 LVL support the idea, whereas 48% clearly reject it.

Secondly, the analysis shows that an increasing turnover correlates with an increasing understanding, support and need for standardisation: 31% reject and 45% support in the group of 1–2 mln. LVL; 31% reject and 47% support in the group of 2–5 mln. LVL; 0% reject and 60% support in the group of more than 5 mln. LVL.

Finally, there are still many retailers who do not require compliance with standards. About a third (35.6%) of the questioned suppliers have only “few” (12.40%) or “some” (23.20%) customers requiring compliance with standardisation processes.

It remains to be asked, whether these retailers do not require standardized processes because of their own structure, or whether they – at least for the time being – do see their suppliers to be incapable of applying standardized processes, thus adopting their systems to the supplier-environment available to them.

Advanced logistics standards such as the GS1 Logistics label for labelling logistics units (e.g. pallets) are practically non-existent in Latvia. The Figure below shows: Almost half of the suppliers (44.8%) are not even aware of it. However, this is understandable as the domestic Latvian retailer does not require – yet – the GS1 labels from their suppliers. Interestingly, companies who indicated that they are applying this GS1-standards are exporters.

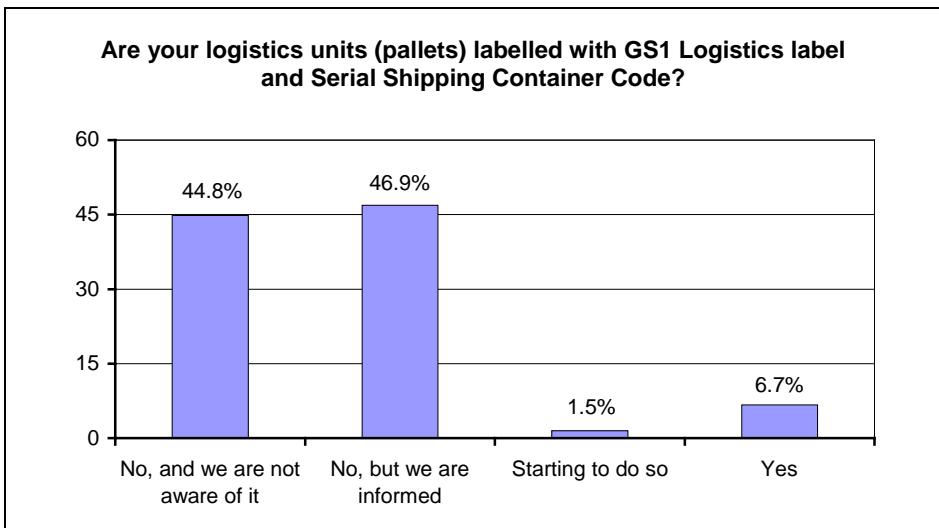


Fig. 4. Labelling of logistics units with GS1 logistics labels

*Loģistikas vienību marķēšana ar GS1 loģistikas zīmēm*

Legally binding standardisation, such as the EU Regulation 178/2002<sup>8</sup> enjoys broad acceptance: over 90% of the questionees say that they are able to fulfil partly (27.70%) or fully (62.96%) the requirements. The percentage of the food companies

indicating that they are not “concerned with” or do not fulfil the requirements, is rather small (6.64%). The in-depth analysis showed that 90% of these companies generate less than 500.000 LVL turnover and work only on the domestic market.

### Conclusions

The logistical interfaces with retailers are not well developed, with the application of standardisation processes being widely rejected by Latvian suppliers.

For most Latvian suppliers logistics management terminates with the physical transportation of goods to the retailers. The flow of logistical information from retailer to supplier is sporadic. There is a high Out-of-Stock rate, which is presumably due to the missing information on the availability of products explains the high levels of Out-of-Stocks of small suppliers.

Latvian suppliers practice logistics with an intra-organizational emphasis, focusing on internal processes and not being able to provide for efficient information with their retail partners.

Retailers and large suppliers apply SCM with inter-organizational emphasis. The analysis shows that an increasing turnover correlates with an increasing understanding, support and need for the standardisation of logistical processes. This underlines the challenge of particularly small enterprises to handle the changing environment of modern mass retailers.

### Collaborative practice between suppliers and retailers

According to ECR-theory collaborative practice is basically about the exchange of relevant business data across systems. This means, to open one’s knowledge (e.g. sales-figures) to partners, while safeguarding confidentiality and non-proliferation of data to competitors.

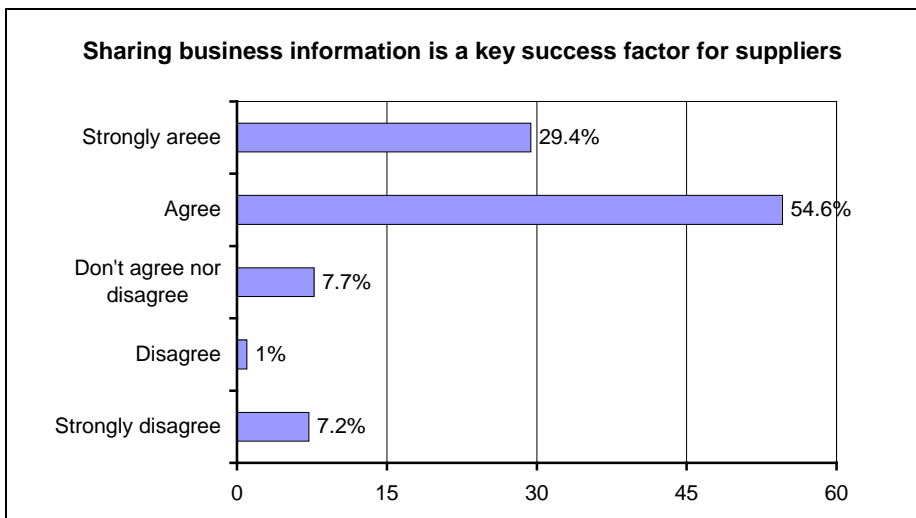


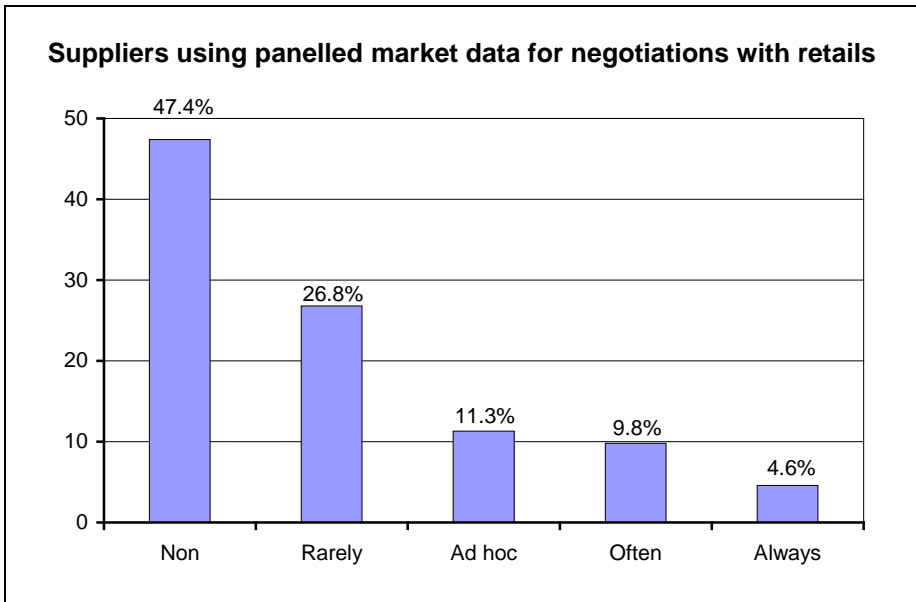
Fig. 5. Sharing business information as a key success factor  
*Komercinformācijas apmaiņa kā panākumu faktors*

More than 80% of all suppliers clearly see the benefits of sharing business information.

If it comes to practice of sharing business information a more differentiated image can be drawn. Only a vanguard of 13.4% reports high effectiveness; all the rest state that gradual improvements are being made.

The question concerning the practice of business information exchange (Figure 6) confirms what was said before: less than 20% share business information always or frequently. The rest, obviously, does not share information based on routine processes.

Figure 6 shows: Only a small fraction of Latvian suppliers employ panelled market data for negotiations with retailers; significantly, big suppliers who deal with food and/or non-food belong to this group. Almost a half (47.4%) do not use panelled market data at all.



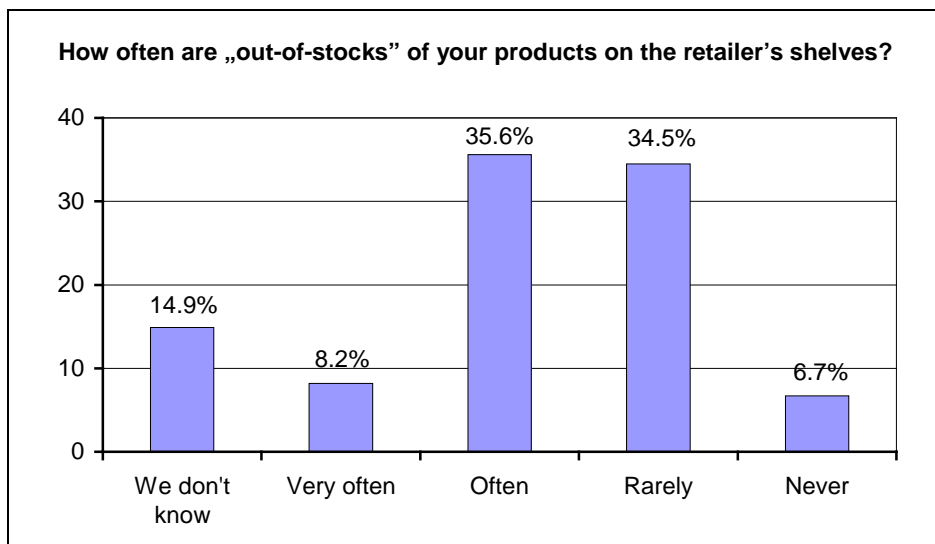
Source: Author's research and calculations

Fig. 6. Application of panelled market data for negotiations  
*Tirgus paneļdatu lietojums pārrunās*

Figure 5 shows: Just under a third of Latvian suppliers are willing to develop products in collaboration with retailers (6.7% are “very willing” and 24.29% are “quite willing”). As product development costs are a function of Economies of scale, there is no wonder, that predominately big suppliers are the willing.

Latvian suppliers have significant problems with “out of stocks” – 58% of suppliers have experienced the “out of stocks” on retailer shelves very often (8.2%) or often (35.6%).

More than half of all companies never or irregularly receive stock information from retailer shelves, however only less than a quarter of all suppliers (22.2%) are ready to pay to retailers for the shelf-stock information.



Source: Author's research and calculations

Fig. 7. Out of stock  
*Preces noliktavā*

Presumably, because of the relatively low degree of business information provided by retailers (about shelf-stocks), suppliers have to rely on data collected at the POS by their own merchandisers: about 45% of all suppliers benefit from this way of information.

## NOTES

<sup>1</sup> Dries, L. and Reardon, T. and Swinnen, J. (2004a)

<sup>2</sup> KSA (1994), p. 5.

<sup>3</sup> Seifert (2003)

<sup>4</sup> Seifert (2005)

<sup>5</sup> Seifert (2005)

<sup>6</sup> ECR Europe: Brussels. ECR Europe (1999b): "Efficient Product Introduction Report", Facilitated by Ernst & Young, ECR Europe: Brussels as well as ECR Europe (1999c): "Promotions Tactics", Facilitated by PriceWaterhouseCoopers, and ECR Europe: Brussels; ECR Europe (Editor): "The Essential Guide to Day-to-Day Category Management".

<sup>7</sup> According to common understanding in literature, the scope of delivery time is to be measured from order generation to delivery (see also Seifert, 2005, p. 65).

<sup>8</sup> The Regulation contains general provisions for traceability (applicable from 1 January 2005) which cover all food and feed, all food and feed business operators, without prejudice to existing legislation on specific sectors such as beef, fish, GMOs etc. Importers are similarly affected as they will be required to identify from whom the product was exported in the country of origin. Unless specific provisions for further traceability exist, the requirement for traceability is limited to ensuring that businesses are at least able to identify the immediate supplier of the product in question and the immediate subsequent recipient, with the exemption of retailers to final consumers (one step back-one step forward).



## LITERATURE

1. Dries, L. & Swinnen, Jfm, (2004) Foreign direct investment, vertical integration and local suppliers: evidence from the Polish dairy sector. *World Development*, 32(9): 1525–44.
2. ECR Europe (1999a) “Consumer Value Measurement”. Facilitated by PriceWaterhouseCoopers and Roland Berger & Partner, ECR Europe: Brussels.
3. ECR Europe (1999b) “Efficient Product Introduction Report”. Facilitated by Ernst & Young, ECR Europe: Brussels.
4. ECR Europe (1999c) “Promotions Tactics”, Facilitated by ProuceWaterhouseCoopers. ECR Europe: Brussels.
5. ECR Europe (Editor): “The Essential Guide to Day-to-Day Category Management”. Facilitated by Andersen Consulting, 2000, p. 45.
6. ECR Europe (ed.) Brussels (2000) Collaborative POS Data Management. Facilitated by Deloitte Consulting.
7. ECR Europe (ed.) Brussels (2000) The Transport Optimisation Report. Facilitated by University of St. Gallen.
8. ECR Europe (ed.) Brussels (1997) Europe Category Management Best Practices Report. Facilitated by Andersen Consulting.
9. ECR Europe (2005) The Case for ECR A review and outlook of continuous ECR adoption in Western Europe. Brussels.
10. Ernst & Young / A. C. Nielsen (1999) Efficient Product Introduction – The development of Value – Creating Relationships. ECR Europe Study, Brussels.
11. Kurt Salmon Associates, Inc. (1994) Efficient Consumer Response – Enhancing Consumer Value in the Grocery Industry. Published by Food Marketing Institute, Washington DC, 1993.
12. Seifert, D. (2001) “Efficient Consumer Response”. Mehring, *Hamburger Schriften zur Marketingforschung*, 2001, p. 181.
13. Seifert, D. (2003) Collaborative planning, forecasting, and replenishment – How to create a supply chain advantage. American Management Association, New York.

## Summary

In emerging markets such as Latvia, with supplier-retailer-relations at first sight far from ECR, the problematic for suppliers (and, to a degree for retailers, too) appears to be imminent. Hence it will be an urgent requirement to research the status of Latvian enterprises on a regular basis. Advise to companies and to political decision makers may be facilitated in such a way.

As to standardisation and collaboration, which are business attitudes necessary for ECR practise, most small suppliers seem to be reluctant towards their adoption. The survey reveals that most small Latvian suppliers are rather negative or sceptical as to standardisation, whereas bigger suppliers are much more positive in accepting standards. It becomes evident that advanced logistics standards are practically non-existent in Latvia.

The logistical interfaces with retailers are not well developed, with the application of standardisation processes being widely rejected by Latvian suppliers.

For most Latvian suppliers logistics management terminates with the physical transportation of goods to the retailers. The flow of logistical information from retailer to supplier is sporadic. There is a high Out-of-Stock rate, which is presumably due to missing information on availability of products. It explains the high levels of Out-of-Stocks of small suppliers.

Latvian suppliers practice logistics with an intra-organizational emphasis, focusing on internal processes and not being able to exchange efficiently information with their retail partners. Retailers and large suppliers apply SCM with inter-organizational emphasis.

The report states that most suppliers do understand the benefits of collaboration, but they are not ready or capable of sharing business data. The majority of suppliers (80%) clearly see the benefits of sharing business information, whereas only a minority (less than 20%) does share business information. Just under a third of Latvian suppliers are willing to develop products in collaboration with retailers and only a small fraction of Latvian suppliers employ panelled market data for negotiations with retailers. Significantly, big suppliers who deal with food and/or non-food belong to this group. The research shows that ECR-adoption in Latvia is still on a very low level.

## Kopsavilkums

Modernā mazumtirdzniecība arvien ātrāk kļūst par augsti koncentrētu struktūru, kur lielākā spēka un ietekmes sviru daļa ir mazumtirgotāju pusē un kur mazumtirdzniecības veikalu preču tirgus daļās pārsvarā dominē globālie piegādātāji. Efektīva patērētāju vajadzību novērtēšana (ECR) ir atskaites punkts plaša patēriņa preču nozarē, jo tai nepieciešama augstāka loģistikas, IT un sortimenta efektivitāte, kas, savukārt, nodrošina samazinātas izmaksas, optimizētas piegādes ķēdes un ciešu sadarbību starp lielajiem mazumtirgotājiem un piegādātājiem. Rakstā norādīts, ka mazajiem un vidējiem plaša patēriņa preču piegādātājiem trūkst pamatzināšanu par mazumtirdzniecības vadības procesiem. Šie mazie piegādātāji ir iesprostoti starp mazumtirgotāju un globālo piegādātāju ciešo sadarbību un prasībām kļūt par uzticamiem un ilgtermiņa plaša patēriņa preču piegādātājiem, kas darbojas saskaņā ar ECR principiem.

Prasības, kas izvirzītas Latvijas mazumtirgotājiem, parāda, ka tādu moderno vadības paņēmieni kā ECR ieviešana kļūst par nepieciešamību. Jāšaubās, vai piegādātāji, kas kavējas ieviest ECR, ilgtermiņā spēs pretoties klientu izvirzītajām ECR prasībām.

**Atslēgvārdi:** efektīva patērētāju vajadzību novērtēšana (ECR), piegādes ķēdes vadība, mazie un vidējie uzņēmumi, sadarbības prakse, standartizācija.

## Mūsdienu lidosta un tās stratēģiskās vadīšanas īpatnības

### Contemporary Airport and the Peculiarities of Strategic Management

**Liene Freivalde**

VAS „Starptautiskā lidosta „Rīga””

Rīgas raj., Mārupes pag., lidosta „Rīga” 10/1, LV-1053

E-pasts: *lfreivalde@inbox.lv*

Uzņēmumu vadīšana ir komplekss un komplicēts process. Vadītāji ir atbildīgi par uzņēmuma mērķu sasniegšanu, par darbības rezultātiem un izvēlētajām metodēm, par darbinieku zināšanām un kopējo uzņēmuma intelektuālo kapitālu, par sadarbību ar citiem nozares uzņēmumiem, par uzņēmuma konkurētspēju tirgū un klientu apmierinātību. Jo lielāks uzņēmums, jo lielāka nozīme ir visos līmeņos saprotamam kopējam mērķim un stratēģijai. Stratēģisko vadītāju uzdevums ir sniegt šo izpratni padotajiem.

Lidostas ir daudzfunkcionāli uzņēmumi, kuru vadīšanu 21. gadsimtā apgrūtina vairākas tendences aviācijas nozarē, pirmkārt gaisa pārvadājumu cenu samazināšanās. Nemitīgā izmaksu samazināšana nedrīkst būtiski pazemināt pakalpojumu kvalitāti un pasažieru drošību. Rakstā aplūkotas jaunās tendences lidostu darbībā, kas palīdz risināt darbaspēka nepietiekamības un kvalifikācijas problēmas, finansējuma trūkumu, kā arī nodrošina lidostu attīstību, līdz ar to ietekmējot lidostu stratēģisko vadīšanu kopumā.

**Atslēgvārdi:** stratēģija, vadīšana, lidosta, ārpakalpojumi, privatizācija.

## 1. Stratēģiskā vadīšana

Jēdziens „stratēģija” tiek dažādi interpretēts. Piemēram, vārdnīcā *Wordsmyth Dictionary* stratēģija skaidrota kā plāns, metodes un darbību kopums konkrēta mērķa sasniegšanai. A. Čandlers (*Alfred Chandler*) stratēģiju ir definējis kā uzņēmuma ilgtermiņa mērķu noteikšanu, darbību un resursu piemērošanu šo mērķu sasniegšanai. Dž. Bārnijs (*Jay Barney*) uzskata, ka stratēģija ir resursu izmantošanas shēma, kas veicina uzņēmuma darbības nodrošināšanu vai uzlabošanu (7, 21. lpp.).

Visas stratēģijas definīcijas vieno kopīgs elements – izvēle, kādos tirgos darboties un kā to darīt. Ņemot vērā šos stratēģijas pamatjautājumus, R. M. Grānts (*R. M. Grant*) izvirza divus uzņēmuma stratēģijas līmeņus – korporatīvā un biznesa stratēģija. Pirmā atbild par to, kādos tirgos uzņēmums darbosies, un par resursu sadalīšanu starp dažādām uzņēmuma darbībām, savukārt biznesa stratēģijas uzdevums ir noteikt konkurētspējīgās priekšrocības.

Tā kā zinātniskā literatūra nesniedz vienotu skaidrojumu par konkurētspējīgām priekšrocībām, tad autore tās definē kā uzņēmuma unikālo īpašību kopumu, kura

izmantošana produktu vai pakalpojumu radīšanā ļauj konkrētajam uzņēmumam būt pārākam pār saviem konkurentiem.

Korporatīvās stratēģijas izstrādāšana ir augstākās vadības uzdevums, turpretim biznesa jeb konkurences stratēģiju izstrādā vadītāji, kas atbild par konkrētu uzņēmuma darbības virzienu. R. M. Grānts uzskata, ka stratēģiskās vadīšanas procesā ir jābūt četriem elementiem:

- 1) skaidri formulētiem, pastāvīgi saskaņotiem, ilgtermiņa mērķiem;
- 2) skaidram priekšstatam par konkurentiem un to aktivitātēm;
- 3) objektīvai resursu novērtēšanas un izmantošanas shēmai, kas balstīta uz organizācijas stipro pušu izmantošanu;
- 4) efektīvai visu iepriekšējo elementu īstenošanai (7, 7.–9. lpp.).

Stratēģijas īstenošanā liela loma ir kā iekšējās, tā ārējās vides analīzei. Pie iekšējās vides faktoriem R. M. Grānts pieskaita organizācijas mērķus un vērtības, resursus un spējas, struktūru un sistēmas. Ārējo vidi raksturo konkurenti, klienti un piegādātāji.

Dž. Bārnijs uzskata, ka mūsdienās lielāka uzmanība būtu jāpievērš tieši uzņēmuma iekšējās vides analīzei, stipro pušu un priekšrocību meklēšanai tajā. Viņš uzsver, ka veiksmīgas stratēģijas veidošanā lielāka nozīme bieži vien ir vairākiem ikdienas lēmumiem, kas pēta un attīsta uzņēmuma resursus un iespējas, nevis kādam vienam globālam lēmumam (6, 13.–27. lpp.).

G. Hamels (*Gary Hamel*) un C. K. Prahalads (*Prahalad*) ieviesuši terminu „stratēģiskais nodoms” – tā ir uzņēmuma apņemšanās būt līderim globālajā tirgū, kas tiek raksturota ar šādām pazīmēm:

- 1) vēlme būt pirmajiem, uzvarēt;
- 2) apņemšanās noturība ilgu laika periodu;
- 3) tāda mērķa izvirzīšana, kas prasa personiskas pūles un saistības (8, 5.–7. lpp.).

Par stratēģijas būtību autori uzskata rītdienas konkurētspējīgo priekšrocību radīšanu ātrāk nekā konkurenti spēj atdarināt šodien esošās. Respektīvi, uzņēmumam, lai konkurētu globālajā tirgū, ir jābūt pirmajam, kas atklāj kādu iepriekš nebijušu konkurētspējīgu priekšrocību. Kā visvērtīgāko konkurētspējīgo priekšrocību autori min organizācijas spēju uzlabot esošās zināšanas un iegūt jaunas. Laba stratēģa uzdevums ir nevis atrast nišu esošajā industrijā, bet gan radīt jaunu nišu, kas būtu piemērota konkrētā uzņēmuma stiprajām pusēm.

C. K. Prahalads apgalvo, ka stratēģija ir process, kurā notiek pastāvīga eksperimentēšana, risku samazināšana, laika taupīšana, ieguldījumu minimizēšana, vienlaikus palielinot ietekmi tirgū, inovācijas un atklājumi (10, 195. lpp.).

Vairākumā stratēģijas definīciju tiek minēts laika faktors – pastāvīga, ilglaicīga tiekšanās uz mērķa sasniegšanu. Stratēģiju var īstenot, realizējot vairākus sīkus ikdienas mērķus, taču kopumā notiek tiekšanās uz ilgtermiņa attīstību. Ilgtermiņa plāns jeb vīzija ir viena no stratēģiskās vadīšanas būtiskām sastāvdaļām. Uzņēmuma *Philips* bijušais valdes priekšsēdētājs V. Dekers (*W. Dekker*) kādā intervijā par atšķirībām eiropiešu un amerikāņu vadības stilā ir atzinis, ka amerikāņi varētu mācīties no eiropiešiem domāt ilgtermiņā, nevis tiekties tikai pēc ceturkšņa rezultātu uzlabošanas (11, 55. lpp.). Spēja saskaņot uzņēmuma ilgtermiņa izaugsmi tiek uzskatīta par vienu no veiksmīgas attīstības priekšnosacījumiem.

Ņemot vērā iepriekš minētos stratēģijas skaidrojumus, autore piedāvā šādas definīcijas:

- 1) **stratēģija** – uz iekšējās un ārējās vides faktoru analīzi balstīts uzņēmuma augstākās vadības ilgtermiņa plāns uzņēmuma mērķu sasniegšanai;
- 2) **stratēģiskā vadīšana** – ilgtermiņa plāna izstrādāšana un īstenošana uzņēmuma mērķu sasniegšanai.

Virtuālajā enciklopēdijā *Wikipedia* skaidrots, ka stratēģiskā vadīšana ir trīs galveno procesu kombinācija. Tie ir:

- 1) stratēģijas formulēšana – situācijas analīze, iekšējo un ārējo faktoru novērtēšana, uzņēmuma vīzijas radīšana, misijas formulēšana un mērķu noteikšana, stratēģiskā plāna izstrādāšana mērķu sasniegšanai;
- 2) stratēģijas ieviešana – resursu sadale, organizatoriskās struktūras veidošana un atbildības sadalīšana, procesu vadīšana un kontrolēšana;
- 3) stratēģijas novērtēšana – izvēlētās stratēģijas efektivitātes vērtēšana (12).

Savukārt C. K. Prahalads uzskata, ka mūsdienās stratēģiskā vadīšana nav sadalāma iepriekš minētajos posmos, bet gan tā ir nemitīga iespēju meklēšana un resursu izvietošana, cieši sadarbojoties ar klientiem, piegādātājiem un citiem procesā iesaistītajiem. Stratēģiskā vadīšana, pēc viņa domām, ir vadītāju improvizācija, nevis kontrole pār iepriekš fiksētiem procesiem (10, 207. lpp.).

No uzņēmuma vadītāju izvēlētās stratēģijas ir atkarīgs tas, cik veiksmīga būs uzņēmuma darbība, vai uzņēmums būs konkurētspējīgs, vai tiks apmierinātas klientu vajadzības un sasniegti uzņēmuma darbības mērķi.

## 2. Izmaiņas lidostu vadīšanā

Lidostu vadīšanā ilgtermiņa jeb stratēģiskā plāna nozīme ir būtiska. Laikus ir jāplāno pasažieru plūsmas, platību noslogojums un nepieciešamie resursi attīstībai. Tādi projekti kā termināļu paplašināšana, skrejceļu pagarināšana vai jaunu veidošana ir ļoti sarežģīti, laikietilpīgi un dārgi, tāpēc lidostu vadītāju uzdevums ir skaidri formulēt uzņēmuma stratēģiju, novērtēt tās īstenošanai nepieciešamos resursus, kā arī meklēt jaunas attīstības iespējas. Īpaši aktuāla ir stratēģijas elastība un spēja pielāgoties mainīgajām tendencēm nozarē.

Līdzīgi kā daudzās citās nozarēs, arī aviācijā ir notikušas izmaiņas. Galvenokārt tās saistītas ar izmaiņām gaisa transporta pakalpojumos, tiem kļūstot lētākiem un līdz ar to plašāk pieejamiem, pakāpeniski notiek izmaiņas arī lidostu vadīšanā. Tabulā autore ir atspoguļojusi galvenās izmaiņas, kas raksturo mūsdienu lidostu 21. gadsimtā.

Tabula

### Izmaiņas lidostu vadīšanā *Changes in Airport Management*

Tradicionālā pieeja	Jaunās tendences
Aviācijas pakalpojumu nodrošināšana	Neaviācijas pakalpojumu attīstīšana
Konkurence	Stratēģiskā sadarbība, alianses
Tradicionālās struktūrvienības	Intelektuālās struktūrvienības
Pakalpojumu kompleksa nodrošināšana	Ārpakalpojumu izmantošana
Pašfinansēšana, valsts atbalsts	Kredīti, publiskā–privātā partnerība, privatizācija

Avots: *autore izstrāde.*

Tabulā atspoguļotās izmaiņas lidostu vadīšanā autore noteikusi pēc intervijām ar lidostu pārstāvjiem un personiskās pieredzes, kā arī iepazīstoties ar nozares publikācijām. Jauno tendenču rašanās lidostu vadīšanā sīkāk aplūkota turpmākajās nodaļās.

## 2.1. Neaviācijas pakalpojumu attīstīšana

Galvenais lidostu uzdevums ir aviācijas pakalpojumu nodrošināšana. Agrāk tas bija arī vienīgais, ko lidostu vadītājiem vajadzēja nodrošināt. Lidojumam bija diezgan ekskluzīvs statuss, tas bija dārgs kā pasažieriem, maksājot par biļeti augstu cenu, tā aviosabiedrībām, veicot maksājumus lidostām par gaisa kuģu apkalpošanu. Taču mūsdienās pakalpojumu patērētājs ir tas, kas regulē situāciju tirgū. Pasažieri vēlas saņemt gaisa transporta pakalpojumus par zemām cenām. Aviosabiedrībām, lai paplašinātu klientu loku, ir jāpielāgojas šai patērētāju vēlmei, tāpēc izmaksu samazināšana ir bijusi pārvadātāju lielākā problēma pēdējo gadu laikā. Zemo cenu aviosabiedrība *Ryanair* pat paziņojusi par bezmaksas lidojumu ieviešanu, kas gan vairāk ir mārketinga triks, jo pats lidojums varētu būt bez maksas, taču par katru pakalpojumu – biļešu reģistrēšanu, bagāžas pārvadāšanu, ēdināšanu u. c. – tiek prasīta atsevišķa samaksa.

Viens no svarīgākajiem gaisa transporta pakalpojumu izmaksu samazināšanas avotiem ir izrādījušās lidostas. Aviosabiedrības vairs nevēlas maksāt par skaistiem un plašiem lidostu termināļiem, dārgām iekārtām un īpašiem pakalpojumiem, tāpēc lidostām ir jāatrod citi ienākumu gūšanas veidi, lai uzturētu un attīstītu ēkas, skrejceļus un peronus, nodrošinātu kvalificētu personālu un pakalpojumu sniegšanai atbilstošu tehniku. Līdz ar to lidostās arvien vairāk attīstās dažādi ar aviāciju nesaistīti pakalpojumi – veikali, ēdināšanas uzņēmumi, skaistumkopšanas saloni, izklaides vietas, populāra kļūst dažādu pasākumu – izstāžu, koncertu, kāzu un citu svinību – organizēšana lidostu teritorijās. Ieguvējas ir lidostas, kuru īpašumā ir lielas zemes platības, ko iespējams iznomāt viesnīcām, loģistikas centriem, noliktavām, biroju kompleksiem u. c. komercdarbības organizēšanas veidiem. Netiek vairs daudz domāts par ēku arhitektūru un kopskatu, tiek būvētas vienkāršas un lētas konstrukcijas termināļi, kuros tiek izvietots daudz reklāmu, un lielas platības paredzētas komercdarbības organizēšanai. Neaviācijas pakalpojumi lidostām ir kļuvuši vienlīdz svarīgi ar aviācijas pārvadājumu nodrošināšanu.

Lidostā „Rīga” neaviācijas ieņēmumu daļas palielināšana kļuva aktuāla 2004. gada beigās līdz ar zemo cenu aviosabiedrību ienākšanu Latvijas gaisa pārvadājumu tirgū. Pēdējo gadu laikā ir pievērsta īpaša uzmanība neaviācijas ieņēmumu paaugstināšanai – izstrādāta lidostas termināļa iznomājamo platību koncepcija, rīkoti konkursi un slēgti jauni nomas līgumi ar lidostai ievērojami izdevīgākiem nosacījumiem nekā iepriekš. Tikpat intensīvi tiek plānota visas teritorijas izmantošana, veidojot lidostas biznesa parku, kura zeme tiktu iznomāta Latvijas Pastam, Preses namam, pilotu apmācības, loģistikas, konferenču centru un viesnīcu būvniecībai. Būtiski palielināti arī lidostas ieņēmumi no reklāmas, slēdzot arvien vairāk reklāmas izvietojšanas līgumu un paaugstinot cenas jau iepriekš noslēgtajiem.

Neaviācijas ieņēmumu pieaugums 2006. gadā salīdzinājumā ar 2005. gadu ir bijis 47% (1), bet 2007. gada pirmajos astoņos mēnešos 67% (2), salīdzinot ar tādu pašu periodu 2006. gadā. Pēc lidostas npublicētās informācijas un autores aprēķiniem, neaviācijas ieņēmumu īpatsvars lidostā ir palielinājies no 24%

2005. gadā līdz 29% 2006. gadā, sasniedzot 35% no kopējiem uzņēmuma ieņēmumiem 2007. gadā. Rezultāti ir labi, taču lidostai „Rīga” ir jāturpina palielināt neaviācijas ieņēmumu daļu, kas, pēc autores veiktās aptaujas, 2005. gadā vairākās Eiropas lidostās sasniedza pat 70%: Prāgā un Hamburgā – 33%, Amsterdamā – 43%, Oslo – 49% un Frankfurtē – 69%.

## 2.2. Stratēģiskā sadarbība

Kā jebkurā citā tirgū, arī starp lidostām vienmēr ir pastāvējusi konkurence. Tā gan nav tik izteikta kā patēriņa preču tirgos, jo katra lidosta parasti apkalpo savu tirgus nišu – ģeogrāfiski tuvāko reģionu ap lidostu, taču tirgus paplašināšana un jaunu klientu piesaistīšana ir ikvienas komercdarbības pamatā. Tomēr pēdējos gados arvien biežāk lidostas sadarbojas, galvenokārt atklājot jaunus lidojumu virzienus. Lidostām sadarbojoties un kopīgi uzrunājot kādu aviosabiedrību, lai pārliecinātu to par maršruta rentabilitāti, ir lielāka iespēja izveidot jauno lidojumu virzienu. Sadarbība izpaužas arī pieredzes apmaiņā – tiek rīkotas konferences, izstādes, individuālas tikšanās, notiek sazvānīšanās un sarakste, lai noskaidrotu, kā citas lidostas risina dažādas problēmas.

Darbojas arī Starptautiskā Lidostu padome (*ACI – Airports Council International*), kurai pievienojušās daudzas lidostas, lai sekmētu pieredzes apmaiņu un izstrādātu optimālus dažādu problēmu risinājumus. Šī organizācija ir sadalījusi lidostu darbību vairākās sfērās – drošība, komercpakalpojumi, pasažieru apkalpošana, finanses, jurisdikcija u. c., katrai organizējot atsevišķu komiteju no lidostu pārstāvjiem. Komiteju pārstāvji 1–2 reizes gadā tiekas, analizē aktuālās problēmas un piedāvā to risinājumus. Arī lidosta „Rīga” jau kopš 90. gadu sākuma ir ACI dalībniece. Starptautiskā pieredze un kontakti ir palīdzējuši tās vadītājiem vairāku svarīgu lēmumu pieņemšanā. Eiropā darbojas arī citas organizācijas, kas apvieno lidostas, piemēram, Eiropas Reģionālo lidostu asociācija, taču neviena no tām nav guvusi tādu atsaucību un līdzdalību no lidostu puses kā ACI. Ir bijuši mēģinājumi veidot lidostu alianses, taču pagaidām praksē tas nav īstenojies.

## 2.3. Intelektuālās struktūrvienības

Termins „intelektuālais kapitāls” mūsdienās vairs neizraisa izbrīnu. Tam ir dažādas definīcijas atšķirīgās vadīšanas un ekonomikas teorijās. Visas definīcijas vieno intelektuālā darba radītais rezultāts, kas nav taustāms. Pēc enciklopēdijas *Wikipedia* datiem, intelektuālais kapitāls veidojas no cilvēku kapitāla, struktūras kapitāla un klientu kapitāla kombinācijas, kur

- 1) cilvēku kapitāls – kompetence, zināšanas, kā darīt, spējas un pieredze, kas pieder organizācijas darbiniekiem;
- 2) struktūras kapitāls – organizācijas nemateriālie līdzekļi, kas ir ieguldīti organizācijas procesos, sistēmās un citos organizācijas elementos;
- 3) klientu kapitāls – organizācijas nemateriālo vērtību līdzekļi, kas rodas attiecībās ar klientiem, iekļauj sevī klientu bāzi, zināšanas par klientiem un viņu vajadzībām un ir saistīti ar organizācijas intelektuāliem īpašumiem (4).

Attīstoties tehnoloģijām, kas spēj paveikt daudz no agrāk cilvēku veiktajiem darbiem, pieaugošu nozīmi iegūst cilvēka prāts, spēja analizēt, piedāvāt oriģinālus risinājumus, idejas. Uzņēmumos palielinās to darbinieku skaits, kurus var dēvēt par

intelektuālā darba darītājiem. Arī lidostu vadīšanā intelektuālā kapitāla loma ir palielinājusies – tiek veidotas vai paplašinātas mārketinga, stratēģiskās plānošanas, analīzes, kvalifikācijas celšanas, sabiedrisko attiecību u. tml. nodaļas, kuru uzdevums ir radīt idejas un zināšanas, kas palielinātu uzņēmuma vērtību un palīdzētu attīstīties. Lidostā „Rīga” arvien plašāki kļūst mārketinga, komunikāciju un kvalitātes vadības departamenti, tiek ieviestas jaunas štata vietas, kurās strādājošo pienākums ir rūpes par darbinieku kvalifikācijas celšanu, uzņēmuma attīstības plānošanu, darba procesa optimizāciju.

#### 2.4. Ārpakalpojumu izmantošana

Nākamā jaunā tendence lidostu vadīšanā ir ārpakalpojumu izmantošana. Ārpakalpojumu jēdziens radies 80. gados un nozīmē kādu uzņēmuma iekšējo procesu deleģēšanu ārējam uzņēmumam, kas specializējies konkrēto procesu veikšanā (9). Ārpakalpojumus parasti izmanto procesiem, kas nav uzņēmuma pamatdarbība. Tiek uzskatīts, ka galvenie argumenti, kāpēc uzņēmumi izmanto ārpakalpojumus, ir izmaksas, kvalitāte un vadības resursu atbrīvošana, lai vairāk laika varētu veltīt uzņēmuma pamata kompetences attīstīšanai (3).

Šajā sfērā specializētus uzņēmumus bieži iesaista grāmatvedībā, informāciju tehnoloģijās, apsardzē un nekustamā īpašuma apsaimniekošanā. Lidostai jānodrošina liels savstarpēji atšķirīgu pakalpojumu komplekss – pasažieru un gaisa kuģu apkalpošana, drošība teritorijā, kravas apstrāde, autostāvvietas, reklāmas vietu iznomāšana, telpu apkopšana u. c. Arvien vairāk lidostu sāk kādas no šīm funkcijām par noteiktu samaksu atdot atsevišķu uzņēmumu pārraudzībā. Tā, piemēram, notiek ar drošības pakalpojumiem, gaisa kuģu un pasažieru apkalpošanu, kravas apstrādi u. c. pakalpojumiem.

Ārpakalpojumi atvieglo lidostas vadīšanu, jo nav jāiesaistās visu procesu organizēšanā un kontrolēšanā. Lidostas vadība var koncentrēties stratēģijas izstrādei un īstenošanai, kā arī administratīvo funkciju veikšanai. Šāda vadīšana var likties vienkāršāka, tomēr var samazināt atsevišķu pakalpojumu kvalitāti. Ja ārpakalpojumus izmanto lielai daļai lidostas piedāvāto pakalpojumu, tad lidostu vadītājiem ir jānodrošina, lai visiem uzņēmumiem būtu saprotama un vienota stratēģija, skaidras atbildības sfēras un tie integrētos kopējā uzņēmuma attīstībā. Ja liela daļa pakalpojumu tiek nodota uzņēmumu pārraudzībā, lidosta vairs nestrādā kā viens veselums, tāpēc pastāv risks, ka netiks plānota kompleksa attīstība, samazināsies lidostas iespējas veikt izmaiņas, palielināsies ieņēmumi, notiks darbinieku rotācija. Pirms ārpakalpojumu izvēlēšanās un līgumu slēgšanas ar uzņēmumiem lidostu vadītājiem ir jāizpēta un jāanalizē, kāda rīcība būtu vispiemērotākā lidostas kopējai attīstībai, kādiem vajadzētu būt ārpakalpojuma līgumu nosacījumiem, lai tie būtu izdevīgāki nekā pašas lidostas iespējamā pakalpojumu nodrošināšana.

Piemēram, Minhenes lidosta, kas apkalpo vairāk nekā 25 miljonus pasažieru gadā, neizmanto ārpakalpojumus, bet gan pati nodrošina visu pakalpojumu klāstu, uzskatot, ka šādi var veiksmīgāk kontrolēt procesu kopumu, pārdalīt ieņēmumus un veicināt attīstību. Arī lidosta „Rīga” nodrošina lielāko daļu pakalpojumu – tā ir atteikusies no kravu apstrādes un atsevišķiem gaisa kuģu apkalpes pakalpojumiem, tirdzniecības un ēdināšanas vietu apsaimniekošanas. Taču nākotnē, iespējams, drošības, autostāvvietu, reklāmas pārdošanas, pasažieru un gaisa kuģu apkalpes, telpu tīrīšanas u. c. pakalpojumi varētu tikt nodoti citu uzņēmumu rīcībā.



## 2.5. Lidostu privatizācija

Tradicionāli lidostas ir valsts vai pašvaldību īpašums, taču arvien biežāk sastopami privātu lidostu piemēri un publiskā privātā partnerība lidostu pārvaldīšanā. Tas līdzīgi neviaciācijas pakalpojumu attīstības tendencei ir izskaidrojams ar izmaiņām aviācijas pakalpojumā un arvien lielāku nepieciešamību pēc papildu finansējuma. Lidostas bez kredītu palīdzības reti spēj pašas nodrošināt ilgtspējīgu attīstību, valstīm trūkst līdzekļu, un tās nevēlas finansēt uzņēmumu, kas nodarbojas ar komercdarbību. Lidostu vadītāji kā valsts uzņēmumu pārstāvji bieži vien nav ieinteresēti īstenot efektīvu attīstību, ja to neprasa akcionārs. Bieži vien attīstību ierobežo valsts vadītāju atšķirīgās intereses. Valstis izšķiras par lidostu privatizāciju, jo tā sniedz ievērojamu ieguldījumu valsts budžetā, gan tikai vienreizēju, un atbrīvo valsti no atbildības par lidostas attīstību. Savukārt privātais investors parasti ir vairāk ieinteresēts maksimāla personiskā labuma gūšanā nekā sabiedriskā pakalpojuma nodrošināšanā, kas lidostai ir jāsniedz. Šī iemesla dēļ tiek ieteikts ieviest neatkarīgu regulatoru, kas kontrolētu lidostas darbību, īpaši nodevu sistēmu, drošību un pakalpojumu kvalitāti, trokšņu līmeni, telpu plānojumu. Gaisa pārvadājumu tirgus pētnieki konstatējuši 3 ieguvumus no lidostu privatizācijas:

- 1) darbības efektivitātes paaugstināšanās, samazinot izmaksas un palielinot ieņēmumus, ko privātais investors parasti īsteno sekmīgāk nekā valsts;
- 2) jaunu vadīšanas stilu ieviešana un mārketinga zināšanas, kas tiek orientētas uz patērētāju;
- 3) veiksmīgāki investīciju lēmumi (5).

Pašlaik tikai 2% pasaules lidostu ir privatizētas, taču vairāki veiksmīgi piemēri iedrošina privātos investorus.

Lidostas kļūst par investorus interesējošiem objektiem šādu iemeslu dēļ:

- 1) pēdējo gadu laikā gaisa pārvadājumu apjoms pasaulē ir stipri pieaudzis, un arī nākotnes prognozes ir optimistiskas;
- 2) pastāv daudz komerciālu iespēju, ko iespējams īstenot aviācijas biznesā;
- 3) apgrūtināta iekļūšana tirgū jauniem uzņēmumiem, līdz ar to esošajiem ir iespējas palielināt ieņēmumus;
- 4) samazināts procentu likmju svārstību risks, jo lidostās parasti ieņēmumi veidojas stabilās valūtās. Tūrisma un pārvadājumu industrijā dominē norēķini ASV dolāros vai EUR.

Līdzās privātām lidostām pastāv daudz tādu, kurās darbojas uzņēmumi, kas specializējušies lidostu vadīšanā. Šos uzņēmumus var klasificēt četrās kategorijās:

- 1) starptautiski lidostu operatori, piemēram, *British Airport Authority (BAA)*, kas uzņemas pilnīgu lidostas apsaimniekošanu;
- 2) lidostu attīstības grupas, kas piedāvā projektu finansēšanu un tehnisko nodrošinājumu lieliem lidostu attīstības projektiem;
- 3) investīciju fondi, kas specializējušies lidostu un ar tām saistītās infrastruktūras atbalstīšanā;
- 4) operatori, kas specializējušies konkrētu lidostas procesu organizēšanā, piemēram, autostāvvietu pārvaldīšanā, kā to dara *Standard Parking*, kas apsaimnieko ap 1900 autostāvvietu 280 pilsētās (5).

Praksē sastopamā privatizēto lidostu pieredze ir atšķirīga – pozitīva tā bijusi Japānā Tokijas lidostā *Nairitas*, kur līdz ar privatizāciju nodevas samazinājušās par 10%. Taču biežāk aviosabiedrības saskaras ar pretēju pieredzi – pirms privatizācijas

paaugstinātām nodevām, ko valdības īstenojušas ar mērķi paaugstināt izsoles cenu. Šāda situācija vērojama Parīzes lidostās, kuru privatizācija aizsākās 2006. gada jūnijā. Lai no šādas prakses izvairītos, speciālisti uzskata, ka jāievieš neatkarīga regulēšana, kas nodrošinātu godīgas cenas un liktu lidostām pirms lēmumu pieņemšanas konsultēties ar visiem lidostas lietotājiem – aviosabiedrībām un citiem uzņēmumiem, kuru darbība ir cieši saistīta ar lidostas izmantošanu (13, 49. lpp.).

Pastāv viedoklis, ka arī lidosta „Rīga” varētu tikt nodota privatizācijai, pāriet koncesijā vai attīstīt publisko privāto partnerību, taču pagaidām lidosta ir valsts neprivatizējamo uzņēmumu sarakstā, un tās vadība noliedz iespēju par drīzu lidostas privatizāciju.

## Secinājumi

21. gadsimtā vairāku jaunu nozares tendenču dēļ mainās lidostu vadīšanas principi un uzņēmumu stratēģijas. No aviācijas pakalpojumu sniedzējiem tās kļūst par dažādu uzņēmējdarbības formu koncentrācijas vietām. Tiek paplašinātas veikalu un ēdināšanas uzņēmumu zonas lidostu termināļos, veidoti biznesa parki, iznomātas telpas birojiem, zeme loģistikas centriem, viesnīcām, kā arī tiek meklēti citi ar aviāciju nesaistīti veidi, kā palielināt lidostas ieņēmumus, lai nodrošinātu tās attīstību.

Lidostu vadītāji ir atzinuši, ka darbinieku zināšanas ir lielākā uzņēmumu vērtība, kas palīdz sniegt kvalitatīvus pakalpojumus, palielina ieņēmumus un sekmē attīstību. Arī citu lidostu pieredzes iepazīšana palīdz risināt vairākas problēmas. Lidostas var vairāk iegūt sadarbojoties, ne konkurējot.

Nav vienota viedokļa par ārpakalpojumu izdevīgumu uzņēmumam – tie var uzlabot pakalpojumu kvalitāti un ietaupīt resursus, bet nepārdomāti līgumi var radīt gluži pretēju efektu. Lidostām ir individuāli jāizvērtē ārpakalpojumu lietderīgums, tomēr lielākām lidostām šāds pārvaldes veids varētu atvieglot vadīšanu un uzlabot pakalpojumu kvalitāti.

Lidostu privatizācija vai publiskā privātā partnerība ir efektīvs veids lidostu darbības uzlabošanai un attīstības veicināšanai. Tomēr, lai privātās intereses nekļūtu svarīgākas par lidostu pakalpojumu sniegšanu, ir jābūt stingram, saprotamam un neatkarīgam regulēšanas mehānismam.

## LITERATŪRA

1. Lidostas „Rīga” 2006. gada pārskats. Pieejams: [www.riga-airport.com](http://www.riga-airport.com)
2. Lidostas „Rīga” dati, nav publicēti.
3. Strautiņš P. Ārpakalpojumu vilnis un tā putas. Lietišķā Diena. 05.12.2005., 1. lpp.
4. Zināšanu pārvaldība. Pieejams: <http://www.cs.rtu.lv/stp/zp/kapitals.htm>
5. Airport Privatisation. Frost & Sullivan, April 25, 2006. Pieejams: <http://www.marketresearch.com/product/display.asp?productid=1286859&g=1>
6. Barney J. B. Looking inside for competitive advantage. Core Competency-Based Strategy, edited by A. Campbell and K. S. Luchs. International Thomson Business Press, 1997, 327 p.
7. Grant Robert M. Contemporary Strategy Analysis. 5<sup>th</sup> edition, Blackwell Publishing, 2005.
8. Hamel G., Prahalad C. K. Strategic Intent, Global Strategies. Harvard Business Review, 1994, 243 p.
9. Outsourcing. Wikipedia. Pieejams: <http://en.wikipedia.org/wiki/Outsourcing>

10. Prahalad C. K. The Future of Competition. Harvard Business School Press, 2004, 257 p.
11. Stone Nan. The Globalization of Europe: An Interview with Wisse Dekker. Global Strategies, Harvard Business Review, 1994, 243 p.
12. Strategic Management. Wikipedia. Pieejams: [http://en.wikipedia.org/wiki/Strategic\\_management](http://en.wikipedia.org/wiki/Strategic_management)
13. The Privatisation Challenge. Airlines International, Dec.–Jan. 2006-07, Issue 5, p. 49.

## Summary

Organization management is a complex and complicated process. Managers are responsible for company results, the chosen methods, and the achievement of organization targets, as well as for the knowledge of employees and the whole intellectual capital of the organization, cooperation with other enterprises in the branch, competitiveness in the market, and customer satisfaction. The bigger the organization the more important is its strategy and clear and understandable, common targets. The task of strategic managers is to bestow this understanding to all employees.

Airports are multifunctional organizations. Their management is sophisticated in the 21<sup>st</sup> century because of the various trends in the aviation industry, among which the decrease of air transport prices should be first mentioned. The continuous cost reduction must not essentially lower the service quality and passenger security. The article explores new trends in airport strategic management that help to cope with the lack of qualified employees, insufficient finance, and the issues of strategic management of airport development.

**Keywords:** strategy, management, airport, outsourcing, privatization.

## **Rīgas siltumapgādes attīstības koncepcija 2006.–2016. gadam: situācijas analīze**

### **The Concept of Heating Development of the City of Rīga 2006–2016: Analysis of the Situation**

**Juris Imaks**

Rīgas pilsētas sabiedrisko pakalpojumu regulators  
Kalēju iela 50, Rīga, LV-1050  
E-pasts: *juris.imaks@riga.lv*

Energoresursu nodrošināšanas aktualitāte pieaug tikpat strauji kā sabiedrības vajadzība pēc tiem. Tā ir nepieciešamā bāze, lai līdzsvarotī varētu attīstīties gan tautsaimniecība, gan privātais patēriņš. Arī Eiropas Savienībā (ES) šim jautājumam tiek pievērsta liela uzmanība, un ir izstrādāta jauna energoresursu politika, kuras mērķis ir mainīt attieksmi gan pret energoresursu patēriņu, gan to iegūšanas iespējām, lai iespējami mazāk tiktu kavēta tautsaimniecības attīstība un funkcionēšana. Šīs politikas realizēšanai ES ir noteikusi jaunus galvenos uzdevumus energoapgādes nodrošināšanā: nepārtrauktība, drošība un energoefektivitāte. Arī Latvijā jau ir sāktas energoresursu nodrošināšanas programmas realizācija: valdības deklarācijā enerģētikai ir pievērsta īpaša nozīme, ir pieņemtas „Enerģētikas attīstības pamatnostādnes 2007.–2016. gadam”. Par vienu no energoresursu sistēmas elementiem tiek uzskatīta arī siltumapgāde, kuras efektīvai funkcionēšanai ir nepieciešama tāda vadības sistēma, kurā būtu noteikti nepieciešamie vadības līmeņi, atgriezeniskās saites starp sistēmas elementiem, tiktu radītas iespējas analizēt pretrunas starp dažādiem sistēmas elementiem, līdzsvarojot to intereses, motivāciju un gaidāmo ekonomisko efektu. Pašvaldībām, pildot Latvijas likumdošanā paredzētās funkcijas, ir dotas tiesības izstrādāt savas siltumapgādes koncepcijas ar mērķi integrēt tās kopējā valsts energoapgādes sistēmā. Rakstā pētīta Rīgas siltumapgādes koncepcija 2006.–2016. gadam, analizēta tās atbilstība pilsētas kā lielas ekonomiskās sistēmas līdzsvarotas izaugsmes interesēm, tās loģiskā struktūra, direktīvo noteikumu ietekme uz siltumapgādes sistēmas vadības procesa lēmumiem, kā arī vērtētas koncepcijas realizācijas iespējas.

**Atslēgvārdi:** centralizēta siltumapgāde, energoefektivitāte, vadības sistēma, līdzsvarota attīstība, nepārtrauktība, drošība.

Rīgas siltumapgādes koncepciju 2006.–2016. gadam veido vairākas pamata sadaļas, kuras plaši raksturo centralizētās siltumapgādes sistēmas priekšrocības, līdz šim paveiktais, kā arī ieceres visam koncepcijas realizācijas periodam. Koncepcijas autori ir uzsvēruši, ka tā izstrādāta, balstoties uz attiecīgām ES direktīvām un regulām energoapgādes jautājumos, kā arī uz atbilstošo Latvijas likumdošanas bāzi. Autori uzskata, ka vairums izvirzīto siltumapgādes sistēmas attīstības mērķu Rīgā ir noteikti tikai politiski, izvairoties no saimnieciskās un sistēmiskās pieejas un iespējas tos nākotnē saistīt ar galvaspilsētas līdzsvarotas attīstības veidošanu.

Rīgas siltumapgādes koncepcijā ir noteikti šādi siltumapgādes attīstības galvenie virzieni:

- siltumapgādes sistēmas servisa pakalpojumu kvalitātes nodrošināšana;
- siltuma avotu modernizācija;
- energoefektivitātes paaugstināšana;
- energopatēriņa samazināšana;
- jauna pieceļa tarifu veidošanā.

Koncepcijā ietvertas norādes uz plašu normatīvo dokumentu loku (vairāk nekā 20 Latvijas un ES dokumentu), kuri ir ņemti vērā tās izstrādes procesā. Iepazīstoties ar koncepcijas saturu, redzams, ka nav sistemātiski un metodiski analizēti normatīvie dokumenti, jo ir pieminētas atsauces uz pārāk plašu dokumentu loku bez kvalitatīvas un pārskatāmas savstarpējo mijiedarbības saišu attēlošanas. Koncepcijai ir pievienoti vairāki pielikumi, kuros detalizēti aprakstīti nosacījumi tās sekmīgai realizācijai. Zīmīgi, ka visos šajos pielikumos dominē direktīvas norādes uz uzdevumu izpildes deleģēšanu un atbildības līmeņu noteikšanu, taču nav attēlota to savstarpējā mijiedarbība koncepcijas sekmīgai realizācijai. Var secināt, ka koncepcijas realizēšana nav uzskatāma par pamata nosacījumu tādas vadības sistēmas veidošanā, kuras uzdevums ir tās veiksmīga realizācija Rīgas pilsētā ar skaidru norādi par integrāciju kopējā valsts energoapgādes sistēmā.

Rīgas pilsētas siltumapgādes sistēmā būtisku daļu aizņem tieši centralizētā siltumapgāde. Šāda sistēma darbojas atbilstoši Rīgas attīstības interesēm, un liela nozīme ir paveiktajam darbam, to rehabilitējot 90. gadu vidū. Koncepcijas autori atbalsta centralizētas siltumapgādes sistēmas attīstību, jo tā ir efektīvāk vadāma un nodrošina labākas iespējas pielāgoties gan mainīgām vides prasībām, gan izmaiņām normatīvo dokumentu prasībās. Koncepcijas autori izšķir vairākus galvenos centralizētās siltumapgādes sistēmas efektivitātes indikatorus:

- siltumenerģijas ražošana tiek nodrošināta gan akciju sabiedrības „Latvenergo”, gan akciju sabiedrības „Rīgas siltums” siltumavotos, kuru vidējais lietderības koeficients ir 93–94% (vidējais rādītājs valstī – 68%);
- siltumenerģijas zudumi siltumtīklos samazināti līdz 14,58% (vidējais rādītājs valstī – 18%, labas prakses rādītājs – 12%);
- vidējais siltumenerģijas patēriņš ēkās Rīgā (gadā) – 231 kWh/m<sup>2</sup> (vidējais rādītājs valstī – 250 kWh/m<sup>2</sup>);
- koģenerācijas ieviešanas līmenis siltumavotos – ap 80%, nodrošinot augsti efektīvu koģenerācijas procesu;
- daļu siltumenerģijas akciju sabiedrība „Rīgas siltums” saražo, izmantojot vietējo atjaunojamo kurināmo – šķeldu (2,25% no kopējās saražotās siltumenerģijas);
- Rīgas iedzīvotājiem no visām Latvijas un Baltijas pilsētām ir viszemākais siltumenerģijas tarifs 19,15 Ls/MWh (Tallinā – 19,32 Ls/MWh, Viļņā – 22,66 Ls/MWh). Tas ir ilgstoši nemainīgs (6 gadi) un stabils tarifs, kas pēdējos gados nedaudz mainījies tikai gāzes cenu kāpuma dēļ (gāzes iepirkuma cenas pieaugums akciju sabiedrībā „Rīgas siltums” – 24,7%, siltumenerģijas tarifa pieaugums – 11,2%).

Analizējot šo informāciju, ir būtiski uzsvērt, ka tie nav jaunākie dati, taču diemžēl koncepcijā nav piedāvāts indikatoru izmaiņu vērtēšanas modelis, lai varētu vērtēt, vai centralizētā siltumapgādes sistēma atbilst koncepcijas autoru piedāvātajiem indikatoriem un kāda rīcība tiek gaidīta no Rīgas pašvaldības.

Raksturojot pašreizējo siltumapgādes sistēmas stāvokli Rīgā, koncepcijā plaši uzsvērts līdz šim paveiktais. Galvenais centralizētās siltumenerģijas piegādātājs ir AS „Rīgas siltums”, kas aptuveni 70% siltumenerģijas iepērk no AS „Latvenergo” piederošām ražotnēm. Taču šajā koncepcijas sadaļā nav pieminētas pašreizējās Rīgas pilsētas attīstības problēmas un doti ieteikumi vai jaunas nostādnes to risināšanai, jo pilsēta attīstās straujāk gan iedzīvotāju skaita un prasību ziņā, gan dažādu uzņēmējdarbības formu ziņā, nekā mainās normatīvie dokumenti, to prasības, izmantojums un kontrole. Veidojot šo sadaļu, būtu nepieciešama tāda pieeja, kas palīdzētu modelēt situāciju nākotnē, nevis tikai to aprakstīt.

Pēc plašas ievada un aprakstošās daļas koncepcijas autori izvērsti iepazīstina ar tās būtību. Pirms analīzes jāuzsver, ka diemžēl autori to ir veidojuši atrauti no pilsētas attīstības plāna un tā pamatnostādņēm. Šādu Rīgas attīstībai būtisku dokumentu ignorēšana paaugstina risku piedāvāt nekvalitatīvus un pilsētas attīstībai nepiemērotus risinājumus bez pienācīga izvērtējuma. Jau iepriekš ir uzsvērts, ka koncepcija ir veidota kā plašs aprakstošs dokuments bez izvērstas situācijas analīzes un prognozēšanas nākotnē. Tāpēc zīmīgi ir koncepcijas autoru ieteikumi nevis noteikt un risināt Rīgas attīstības problēmas, bet tās aizvietot gan ar jaunas birokrātiskas struktūras – Rīgas Enerģētikas aģentūras – izveidošanu, gan uzdevumu deleģēšanu tādiem valsts uzņēmumiem kā AS „Latvenergo”, gan ar atkritumu saimniecības iesaistīšanu, gan ar ogļu koģenerācijas stacijas būvniecības lietderības izvērtēšanu Rīgā. Tie ir nozīmīgākie piemēri, taču to izvērtēšanai netiek piedāvāti ne pamata nosacījumi, ne normatīvās bāzes izmaiņas, ne arī finansējuma iespējamie varianti. Analizējot arī citus piedāvātos risinājumus, var secināt, ka koncepcijas autori nav vēlējušies to piedāvāt kā sistēmisku, optimāli vadāmu un pārskatāmu. Autori ir ieguvuši pretēju rezultātu – piedāvājums esošo siltumapgādes sistēmu papildināt ar daudziem jauniem elementiem var tikai apgrūtināt tās darbību. Tātad šāda nepamatoti sarežģīta vadības sistēma praksē nespēs darboties.

Koncepcijā piedāvāts arī mainīt tarifu veidošanas un norēķinu principus Rīgā, tomēr šis risinājums nav ne pārdomāts, ne kvalitatīvs, jo spēkā esošā norēķinu kārtība Rīgā darbojas, un nav pamata to apšaubīt. Attiecībā uz tarifu veidošanos Rīgā koncepcijā nav ņemta vērā spēkā esošā normatīvā bāze, proti, to reglamentē likums un Ministru kabineta noteikumi. Tādējādi izmaiņas bez nopietniem grozījumiem normatīvajos aktos spēkā esošajā sistēmā nav iespējamās. Ja koncepcijas mērķis ir iniciēt izmaiņas, tad tās nepieciešams pamatot, piedāvāt un izvēlēties citus risinājumu ceļus, nevis iekļaut tos Rīgas siltumapgādes koncepcijā.

Jāsecina, ka koncepcijas pielikumi nesatur ne noderīgu informāciju, ko analizēt koncepcijas realizētājiem, ne piedāvā modelēšanas iespējas pilsētas attīstības prognozēšanai, ne rosina būtiskas un pamatotas izmaiņas, lai Rīgā tiktu kvalitatīvi uzlabota siltumapgādes sistēma. Tā vietā koncepcijā ir ievērots cits princips: atkārtoti atgriezties pie vispārīgas informācijas fiksēšanas un direktīvām norādēm uz dažādu uzdevumu izpildes deleģēšanu un atbildības līmeņu noteikšanu, kas pārsniedz pašvaldības kompetenci un iespējas to realizēt.

Koncepcijas autoru kolektīvs sevi pieteic kā speciālistus, kuru profesionālā pieredze un akadēmiskie grādi nav apšaubāmi, taču koncepcija uzrakstīta kā dokuments, kurš ir attālināts no Rīgai svarīgām problēmām, pat nemēģinot analizēt esošo un piedāvāt jaunu, kvalitatīvi labāku risinājumu siltumapgādes vadības jautājumos. Siltumapgādes attīstības koncepcija nav derīga, jo neatbilst tādiem ES enerģētikas politikas nosacījumiem kā nepārtrauktība, drošība un energoefektivitāte.

## Secinājumi

1. Siltumapgādes attīstības koncepcijas elementi nav savstarpēji saistīti, un starp tiem nav atgriezeniskās saites, lai varētu realizēt kontroles un vadības funkcijas. Autors uzskata, ka nav realizējama koncepcijā ietvertā uzdevumu un funkciju deleģēšana savstarpēji nesaistītiem un neatkarīgiem siltumapgādes sistēmas elementiem, jo tiem ir dažāds lēmumu pieņemšanas līmenis un pakļautība.
2. Siltumapgādes attīstības koncepcijā kā galvenais uzdevums paredzēts izveidot Rīgas Enerģētikas aģentūru. Autors uzskata, ka Rīgas pilsētas siltumapgādes sistēma tiks papildināta ar jaunu birokrātisku elementu, kas radīs papildu slogu lēmumu pieņemšanas procesā, kā arī dublēs attiecīgās valsts aģentūras funkcijas.
3. Siltumapgādes attīstības koncepcijā piedāvāts Rīgas pilsētas siltumapgādes sistēmā nepamatoti izcelt vienu atsevišķu sistēmas elementu: koģenerācijas stacijas. Autora priekšlikums ir analizēt siltumapgādes sistēmas ieguvumus no koģenerācijas stacijām, lai varētu pamatot minētā piedāvājuma realizācijas nepieciešamību.
4. Siltumapgādes attīstības koncepcijas realizācijai paredzētie ekonomiskie instrumenti un finanšu resursi ir izvēlēti, balstoties tikai uz vispārīgiem pieņēmumiem. Autora priekšlikums – analizēt iespējamus ieguvumus no to mijiedarbības, lai koncepcijas realizācijas gaitā tie varētu papildināt cits citu.
5. Siltumapgādes attīstības koncepcijā nav piedāvāti risinājumi ES noteiktajiem galvenajiem uzdevumiem siltumapgādes nodrošināšanai: nepārtrauktībai, drošībai un energoefektivitātei. Autora priekšlikums ir mainīt koncepcijas struktūru un prasības, lai siltumapgādes sistēmai būtu nozīme Rīgas pilsētas ilgtspējīgā attīstībā.

## LITERATŪRA

1. Rīgas siltumapgādes attīstības koncepcija 2006.–2016. gadam. Rīgas Dome, 2006.
2. Latvijas Republikas Enerģētikas attīstības pamatnostādnes 2007.–2016. gadam. LR Ministru kabinets, 2006.
3. Senge P. The fifth discipline. Published by Double Day. Currenay, New York, 1994.
4. Thompson Arthur A. Jr., Strickland A. J. Strategic management. III. Published by McGraw-Hill, New York, 2001.
5. <http://www.iea.org>

## Summary

In this article, the author analyses the situation with the concept of heating development in Rīga City as part of the energy strategy of the state. This concept is viewed as a tool for modelling the development of the City of Rīga. The author concludes that the concept has no economic justification – it is based on dubious assumptions and a complicated system of decision making process. The author also stresses that the development strategy cannot be implemented in the present way.

**Keywords:** district heating, energy efficiency, management, balanced development, continuity, safety.

## **Nodokļu administrētāju darba specifika un motivēšana Latvijā**

### **Tax Administrators in Latvia: Work Specifics and Motivation**

**Aina Joppe**

Latvijas Universitāte  
Ekonomikas un vadības fakultāte  
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050  
E-pasts: *aina.joppe@lu.lv*

Rakstā analizētas un izvērtētas nodokļu administrācijas darbiniekiem izvirzītās prasības, kas nepieciešamas, lai viņi varētu sekmīgi pildīt savus pienākumus. Novērtēts nodokļu administrēšanā strādājošais personāls pēc vairākiem kritērijiem. Pētīta darba samaksas sistēma, karjeras izaugsmes iespējas, izstrādāti priekšlikumi darbinieku motivācijas veicināšanai.

**Atslēgvārdi:** administrēšana, darba samaksa, motivācija, nodokļi.

Viena no problēmām nodokļu administrēšanā Latvijā ir piemērotu darbinieku atrašana. No darbinieka, kas strādā nodokļu administrēšanā, tiek prasītas šādas spējas: komunicēt, izprast, kā sniegt kvalitatīvu pakalpojumu, sastādīt ziņojumu, zināt un prast lietot labas vadības principus, pārzināt likumdošanu, politiku un veicamās procedūras, izprast nodokļu administrēšanas funkcijas un pārzināt biroja tehnoloģiju.

Pētījuma mērķis ir analizēt un izvērtēt nodokļu administrētāju darba specifiku un izstrādāt priekšlikumus darbinieku motivācijas veicināšanai. Raksta izstrādē izmantotas statistiskās metodes, t. sk. grupēšanas, salīdzināšanas un grafiskā metode.

Nodokļu administrētāju darbam ir sava specifika, un ilgu laiku Latvijā šādus speciālistus nesagatavoja. Pēdējā laikā Rīgas Tehniskajā universitātē un Latvijas Universitātē tiek mācīti auditori. Auditoram savā ikdienas darbā jāreķinās ar dažādiem riska faktoriem. Informācija, ko viņš saņem, pildot dienesta pienākumus, var būt konfidenciāla, un to viņš nedrīkst izpaust. Darba specifika izvirza speciālas prasības. Pieredze rāda, ka ne katrs var būt auditors. Nav noslēpums, ka likumus pārkāpj daudzas firmas un nodokļi netiek iemaksāti budžetā lielos apmēros. Līdz ar to nepieciešams, lai darbiniekam būtu motivācija strādāt Valsts ieņēmumu dienestā (VID).

Izskatot strīdīgus jautājumus, Ētikas padome izvērtē jebkura nodokļu administrētāja rīcības tālāku modeli gadījumā, ja rīcība ir pretrunā ar Ētikas kodeksā noteiktajām uzvedības normām un tajā ir disciplinārpārkāpuma pazīmes.



1. tabula

**Piemērotie disciplinārsodi nodokļu administrētajiem Latvijā  
no 2002. līdz 2005. gadam (13)  
*Disciplinary penalties of tax administrators, 2002–2005***

	2002	2003	2004	2005
Piezīme	51	103	81	28
Rājiens	84	71	56	41
Algas samazinājums	11	42	22	10
Pazemināšana amatā	2	9	5	0
Atlaišana no darba	8	22	9	10

Statistikas dati liecina, ka izskatīto disciplinārlietu skaits nodokļu administrēšanā gada laikā nepārsniedz 3% un Latvijas praksē nav problemātiski saukt pie atbildības nodokļu administrētājus par pārkāpumu izdarīšanu.

Nodokļu kontroli nodokļu administrēšanā īsteno, ņemot vērā tās rīcībā esošos faktiskos personāla resursus. VID strādā vairāk nekā 5000 darbinieku un ierēdņu. Saskaņā ar Ministru kabineta 2005. gada 3. maija noteikumiem Nr. 310 „Noteikumi par amatu klasifikācijas sistēmu un amatu klasificēšanas kārtību valsts tiešās pārvaldes iestādēs” (3) VID var uzskatīt par lielu iestādi. Darba attiecības ar VID 2006. gadā pārtraukuši 36% darbinieku vecumā no 26 līdz 30 gadiem un 32% darbinieku vecumā līdz 25 gadiem. Tas ir vērtējams ļoti negatīvi un izskaidrojams ar to, ka personālam nav bijusi attiecīgā motivācija.

Izvērtēsim nodokļu administrēšanā strādājošā personāla sastāvu.

Kā redzams tabulā, nodokļu administrēšanā ir ļoti daudz neaizpildītu vakantu darbvietu. Statistikas dati liecina, ka personāla mainības rādītājs (t. i., aizgājušo un jaunpienākušo strādājošo aprites attiecība pret kopējo plānoto štata vienību skaitu iestādē) dažādos laika periodos ir bijis šāds: 2004. gadā – 17%; 2005. gadā – 12,6%; 2006. gadā – 14%. Vislielākā personāla mainība ir Rīgas rajonā un Zemgales reģionā, kur VID nav tik konkurētspējīgs personāla piesaistīšanā un motivēšanā.

Problemātiska ir cilvēkresursu sadale pa nodaļām, jo kontroles grupās strādā tikai mazs procents no kopējā strādājošo skaita. Pēdējā gada laikā uzņēmumu skaits pieaudzis par 12 000. VID teritoriālajās iestādēs nodokļu kontroles struktūrvienībās 01.01.2006. faktiski strādāja 656 amatpersonas, bet pēc darbinieku saraksta vajadzēja būt 768 (9). Vislielākais īpatsvars šajā skaitā ir tematisko pārbauzu struktūrvienībās strādājošiem darbiniekiem – 56%. Analīzes pārvaldē un daļās strādā 69 darbinieki (10%), Audita pārvaldē un daļās – 229 (34%), bet Tematisko pārbauzu pārvaldē un daļās – 387 darbinieki (56%) (9). Nodokļu kontrolē strādājošo īpatsvars ir gandrīz trešā daļa (31%) no VID nodokļu administrēšanas struktūrvienībās strādājošo skaita (2068). Kopumā nodokļu administrācijā 01.01.2006. bija neaizņemtas 249 vakances jeb 7%. Šajā skaitā lielākais īpatsvars, gandrīz puse, ir tieši nodokļu kontroles struktūrvienībām – tajās 01.01.2006. trūka 112 darbinieku. Savukārt no nodokļu kontroles struktūrvienībām vissarežģītākā situācija ar kadru nokomplektēšanu ir Audita daļām – tajās trūkst 30% plānoto štata darbinieku – 86 nodokļu auditoru. Analīzes daļās trūkst 13 darbinieku (16%), bet Tematisko pārbauzu struktūrvienībās šī situācija ir salīdzinoši vislabākā – trūkst tikai 11 darbinieku jeb 5%. Vissliktākā situācija ir VID Rīgas reģionālajā iestādē, kurā jau vairākus gadus pēc kārtas, regulāri izsludinot konkursus, nav izdevies aizpildīt visas darbvietas un kurā joprojām trūkst 70 nodokļu kontroles darbinieku, no tiem – 50 nodokļu auditoru.

2. tabula

**Valsts ieņēmumu dienesta štatu salīdzinošie dati laikposmā  
no 2004. līdz 2006. gadam (13)  
Comparative data on the staff of the Tax Revenue Service, 2004–2006**

<b>Rādītājs</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Plānotais darbvietu skaits perioda beigās, t. sk.	5153	5404	5618
ierēdņu vienību skaits	4299	4489	4601
darbinieku vienību skaits	854	915	1017
Faktiskais darbvietu skaits perioda beigās, t. sk.	5012	5012	4986
ierēdņu vienību skaits	4176	4133	4077
darbinieku vienību skaits	869	879	909
Augstākā izglītība (no visiem strādājošiem, %)	75	82	85
Vidējā izglītība (no visiem strādājošiem, %)	10	8	8
Vidējā profesionālā izglītība (no visiem strādājošiem, %)	15	10	7
Strādājošie:			
līdz 30 gadu vecumam (īpatsvars, %)	28	27	26
no 31 līdz 40 gadu vecumam (īpatsvars, %)	29	28	27
no 41 līdz 50 gadu vecumam (īpatsvars, %)	25	25	25
no 51 līdz 55 gadu vecumam (īpatsvars, %)	10	11	11
no 56 gadu vecuma un vairāk (īpatsvars, %)	8	9	11
Sievietes (no visiem strādājošiem, %)	68	69	71
Vīrieši (no visiem strādājošiem, %)	32	31	29
Pensijas vecuma darbinieki (no visiem strādājošiem, %)	3	3	3,4
LR pilsoņi (no visiem strādājošiem, %)	99,7	99,7	99,8
Darbvietā reģistrēto nelaiemes gadījumu skaits	8	10	7
Darbinieki, kuriem pienākas izdienu (no visiem strādājošiem, %), t. sk.			
darba stāžs no 5 līdz 10 gadiem	31	22	21
no 10 gadiem un vairāk	28	37	41
Disciplināri sodīti (no visiem strādājošiem, %)	3	2	1,3
Apbalvoti ar VID atzinības rakstiem (no visiem strādājošiem, %)	9	12	7,3

Lielākā daļa vakanču ir tieši nodokļu kontroles jomā – nodokļu auditā. Tas izskaidrojams ar to, ka nodokļu auditoru darba specifika prasa no darbiniekiem visaugstākā līmeņa profesionalitāti dažādās jomās: jāzina nodokļu likumdošana (pārsvārā tiek veikti kompleksie auditi par vairākiem gadiem), jāpārzina grāmatvedība, to reglamentējošie normatīvie akti, audita paņēmieni un process, administratīvais process iestādē, jaunākās IT tehnoloģijas, kas tiek izmantotas nodokļu kontrolē (VID Datu noliktavas, sistēma „Eskort”, datorizētās grāmatvedības programma *Sesam*, Audita atbalsta informācijas sistēma), jābūt labām komunikācijas spējām – gan mutiskām, gan rakstiskām, jāpārzina svešvalodas (starpvalstu auditi), jābūt labam psihologam un arī radošam cilvēkam. Līdz ar to VID ir daudz problēmu augsti kvalificēta personāla piesaistē. Vakances kontroles darbā liecina par to, ka šis amats un piedāvātais atalgojums nav konkurētspējīgs

darba tirgus piedāvājumā. Turklāt personāla trūkums būtiski iespaido nodokļu audita darba plāna kvalitatīvu izpildi.

3. tabula

**Vakanto ierēdņu amata vietu īpatsvars laikposmā  
no 2004. līdz 2006. gadam, % (13)**  
*The vacancies for civil servant position, 2004–2006, %*

	2004	2005	2006
VID	1%	9,4%	10,6%
Latvijas civildienestā	7%	10%	nav datu

Kā redzams tabulā, ierēdņi nodokļu administrēšanā veido lielāko īpatsvaru. Salīdzinot vakanto ierēdņu īpatsvaru nodokļu administrēšanā un Latvijas civildienestā, var secināt, ka ar katru gadu pieaug vakanto ierēdņu amatu vietu skaits.

4. tabula

**Valsts ieņēmumu dienesta plānotās štata vienības laikposmā  
no 2004. līdz 2006. gadam (13)**  
*Planned staff positions at the Tax Revenue Service, 2004–2006*

Štata vienības	Gada plāns								
	2004			2005			2006		
	Kopā	TI	CA	Kopā	TI	CA	Kopā	TI	CA
Štata vienību skaits kopā, t. sk.	5153	3842	1311	5404	3985	1419	5618	4050	1568
– valsts civil-dienesta ierēdņi	4299	3242	1057	4489	3338	1151	4601	3345	1256
– pārējais personāls	731	508	223	803	565	238	905	624	281
– apkalpojošais personāls	123	92	31	112	82	30	112	81	31

TI – teritoriālās iestādes; CA – centrālais aparāts.

Statistikas dati liecina, ka centrālajā aparātā strādā aptuveni trešā daļa visu nodokļu administrēšanas darbinieku. Nodokļu administrēšanā sagatavotie speciālisti ir potenciālie darbinieki, ko pieprasa privātās struktūras. Efektīvai nodokļu administrēšanai nepieciešama pamatpersonāla saglabāšana un motivēšana, kas ir būtisks nosacījums, lai nodrošinātu darba kapacitāti nodokļu administrēšanā.

Diskutabls ir jautājums par atalgojumu un izaugsmes iespējām nodokļu administrēšanā. Ar 2007. gada 30. jūniju spēku zaudēja MK noteikumi par darba samaksas sistēmu Valsts ieņēmumu dienesta ierēdņiem un darbiniekiem. Sākot ar 01.04.2007., valsts iestādēs darba samaksu nosaka MK noteikumi par tiešās pārvaldes iestāžu ierēdņu, darbinieku un amatpersonu un Centrālās vēlēšanu komisijas darbinieku darba samaksas sistēmu un kvalifikācijas

pakāpēm, kā arī ierēdņu pabalstiem un kompensāciju. Jaunās darba samaksas kārtības mērķis ir:

- valsts pārvaldi padarīt konkurētspējīgāku speciālistu piesaistē un noturēšanā (mēnešalgu skala izveidota, pamatojoties uz atalgojuma pētījumiem privātajā sektorā);
- darba samaksu noteikt pēc darba satura un darba izpildes, ņemot vērā darba veicēja profesionalitāti un kompetenci (līdz 2007. gada 1. aprīlim samaksu noteica pēc amata nosaukuma);
- vienā sistēmā apvienot pastāvošos dažādos darba samaksas regulējumus (13).

Veiksim darba samaksas salīdzinājumu pēc vecās un pēc jaunās kārtības.

5. tabula

**Valsts ieņēmumu dienesta darba samaksas sistēmas salīdzinājums (13)**  
*Comparison of the salary system at the Tax Revenue Service*

Darba samaksas komponents	Vecā kārtība	Jaunā kārtība
1.	2.	3.
Mēnešalga	1. pielikumā katram centrālā aparāta un teritoriālās iestādes amata nosaukumam ir noteikts mēnešalgas minimālais un maksimālais apmērs.	Pamatojoties uz amatu saimi un līmeni, nosaka amatam atbilstošo mēnešalgu grupu. Atbilstoši amatam noteiktajai mēnešalgu grupai un ierēdņa un darbinieka kvalifikācijas pakāpei tiek noteikta mēnešalga mēnešalgas grupas diapazonā. Jaunā mēnešalga nedrīkst būt mazāka par iepriekš noteikto mēnešalgas kopsummu ar piemaksu par izdienu.
Piemaksa par izdienu	Ja darba stāžs ir no 5 līdz 10 gadiem (ieskaitot) – 30% no mēnešalgas, ja no 10 līdz 15 gadiem (ieskaitot) – 40% no mēnešalgas, ja vairāk nekā 15 gadu – 50% no mēnešalgas.	Nav paredzēta iepriekš noteiktā piemaksa par izdienu, tā automātiski tiek iekļauta mēnešalgā. Izdiena tiek ņemta vērā pastarpināti, nosakot ierēdņa un darbinieka kvalifikācijas pakāpi, kur viens no rādītājiem aprēķina formulā ir kritērijs „valsts dienestā nostrādātais laiks”.
Piemaksa par darbu paaugstinātas atbildības apstākļos	Līdz 80% no mēnešalgas.	VID ierēdnis un darbinieks par darbu paaugstinātas atbildības apstākļos var saņemt piemaksu līdz 20% no mēnešalgas.
Piemaksa par papildu darbu	Līdz 50% no mēnešalgas vai stundas likmes par prombūtnē esoša ierēdņa, darbinieka vai vakanta amata pienākumu pildīšanu.	Ierēdnis un darbinieks saņem piemaksu līdz 40% no viņa noteiktās mēnešalgas par prombūtnē esoša ierēdņa/-u vai darbinieka/-u vai vakanta/-u amata/-u (darba/-u) pienākumu pildīšanu papildus tiešajiem amata (darba) pienākumiem. Darbinieks par papildus veicamo darbu, izņemot prombūtnē esoša darbinieka vai vakanta amata (darba) pienākumu pildīšanu papildus tiešajiem darba pienākumiem, saņem piemaksu līdz 20% no viņam noteiktās mēnešalgas. Saņemot piemaksu par papildu darbu, ierēdnis par vienu un to pašu pienākumu pildīšanu vienlaikus nedrīkst saņemt arī piemaksu par amata pienākumu pildīšanu paaugstinātas darba intensitātes apstākļos.

1.	2.	3.
Piemaksa par amata pienākumu pildīšanu paaugstinātas darba intensitātes apstākļos		Ierēdnis saņem piemaksu līdz 20% no mēnešalgas. Saņemot šo piemaksu, ierēdnis par vienu un to pašu pienākumu pildīšanu nedrīkst saņemt arī piemaksu par papildu darbu.
Piemaksa par speciālo dienesta pakāpi		VID specializētā valsts civildienesta ierēdnis saņem piemaksu par specializēto pakāpi atbilstoši pakāpei no Ls 2 līdz Ls 55.
Piemaksa par dienesta pienākumu pildīšanu kopā ar dienesta suni		VID specializētā valsts civildienesta ierēdnis saņem piemaksu līdz 20% no mēnešalgas.
Piemaksa par darbu īpašos apstākļos, kas saistīts ar paaugstinātu risku darbinieku drošībai vai veselībai		VID ierēdnis un darbinieks saņem piemaksu līdz 25% no mēnešalgas.
Piemaksa par diplomātisko rangu (speciālizētais atašējs muitas jautājumos Briselē)	Tika piemēroti Ministru kabineta 2004. gada 27. aprīļa noteikumi Nr. 429 „Noteikumi par piemaksas apmēru diplomātiem” 20% apmērā no mēnešalgas.	20% apmērā no mēnešalgas.
Piemaksa par nakts darbu	Tika piemērots Darba likums. Ne mazāk kā 50% apmērā no ierēdnim vai darbiniekam noteiktās stundas vai dienas algas likmes.	Specializētā valsts civildienesta ierēdnis saņem piemaksu 50% apmērā no viņam noteiktās stundas algas likmes. Darbinieks – ne mazāk kā 50% apmērā no viņam noteiktās stundas algas likmes.
Vadības līgumā paredzētā atlīdzība	Vadības līgumā paredzētā atlīdzība kopā ar mēnešalgu, piemaksu par izdienu un piemaksu par darbu paaugstinātas atbildības apstākļos nedrīkst pārsniegt 1. pielikumā noteikto maksimālo mēneša darba samaksu.	Šajos noteikumos nav atsaucies par vadības līgumā paredzēto atlīdzību.
Materiāla stimulēšana	Ierēdņus un darbiniekus par augstiem darba rezultātiem var materiāli stimulēt atbilstoši viņu darba ieguldījumam. Materiālajai stimulēšanai izmanto līdz 15% no plānotā atalgojuma fonda finanšu līdzekļiem, kā arī ietaupītos atalgojuma fonda līdzekļus.	Ierēdni un darbinieku reizi gadā atbilstoši kārtējam darbības un tās rezultātu novērtējumam saskaņā ar instrukciju var materiāli stimulēt līdz 120% no mēnešalgas, ja novērtējums ir A, līdz 100% no mēnešalgas, ja novērtējums ir B, līdz 80% no mēnešalgas, ja novērtējums ir C. Ierēdni un darbinieku atbilstoši darba ieguldījumam var prēmēt, izmantojot finanšu līdzekļus līdz 15% no plānotā atalgojuma fonda, kā arī ietaupītos līdzekļus no atalgojuma fonda.

1.	2.	3.
Nosacījumi darba samaksas pārskatīšanai	VID darbinieku sarakstā noteiktās ierēdņu un darbinieku mēnešalgas un piemaksu apmēru var precizēt, ņemot vērā valsts budžetā kārtējam gadam VID atalgojumiem piešķirtos finanšu līdzekļus, kā arī VID iepriekšējā gada darba rezultātus, ievērojot noteikumus noteikto piemaksu apmēru un 1. pielikumu.	Ierēdņa un darbinieka kvalifikācijas pakāpi pārskata ne retāk kā reizi gadā, ņemot vērā ierēdņa un darbinieka pienākumu vai darba izpildes ikgadējo novērtējumu. Iestādes vadītājs katru gadu nosaka termiņu, kurā veic ikgadējo ierēdņu un darbinieku darbības un tās rezultātu novērtēšanu un pārskata viņu kvalifikācijas pakāpi. Ja ikgadējais novērtējums ir tāds pats vai augstāks nekā iepriekšējā gadā, kvalifikācijas pakāpi pārskata saskaņā ar šiem noteikumiem, ņemot vērā nosacījumu, ka kvalifikācijas pakāpes paaugstināšanas solis nedrīkst būt lielāks par vienu. Savukārt, ja novērtējums ir zemāks nekā iepriekšējā gadā – kvalifikācijas pakāpi nepārskata.

Līdz 01.04.2007. strādājošo mēneša darba samaksu noteica atbilstoši darbinieku sarakstā noteiktajai mēnešalgai un amatam, ņemot vērā attiecīgā ierēdņa vai darbinieka darba pieredzi, konkrētajā amatā nepieciešamās prasmes, darba sarežģītību, slodzi, izdienu un atbildību.

Sākot ar 01.04.2007., darba samaksu nosaka atbilstoši kvalifikācijas pakāpei un mēnešalgu grupai. Lai noteiktu ierēdņa, darbinieka un amatpersonas mēnešalgu, ierēdņa, darbinieka un amatpersonas amatu klasificē saskaņā ar MK 03.05.2005. noteikumiem Nr. 310 „Noteikumi par amatu klasifikācijas sistēmu un amatu klasificēšanas kārtību valsts tiešās pārvaldes iestādēs” un nosaka amata saimi un līmeni. Pamatojoties uz amata saimi un līmeni, nosaka amatam atbilstošo mēnešalgu grupu. Ierēdņa, darbinieka un amatpersonas kvalifikācijas pakāpi nosaka atbilstoši ierēdņa, darbinieka un amatpersonas individuālā vērtējuma koeficientam, kuru aprēķina, izmantojot šādu formulu:

$$K = 0,7 \times K1 + 0,3 \times K2,$$

kur

- K – ierēdņa, darbinieka vai amatpersonas individuālā vērtējuma koeficients;
- K1 – individuālā vērtējuma kritērija „amata pienākumu vai darba izpilde” skaitliskais raksturojums, kas atbilst konkrētajam ierēdnim, darbiniekam un amatpersonai;
- K2 – kritērija „valsts dienestā nostrādātais laiks” skaitliskais raksturojums, kas atbilst konkrētajam ierēdnim, darbiniekam un amatpersonai;
- 0,7 – individuālā vērtējuma kritērija „amata pienākumu vai darba izpilde” īpatsvars;
- 0,3 – individuālā vērtējuma kritērija „valsts dienestā nostrādātais laiks” īpatsvars (3).

Kvalifikācijas pakāpi ierēdnim, darbiniekam un amatpersonai piešķir iestādes vadītājs vai viņa pilnvarota amatpersona. Kvalifikācijas pakāpi pārskata ne retāk kā reizi gadā, ņemot vērā ierēdņa, darbinieka un amatpersonas kārtējo novērtējumu saskaņā ar instrukciju. Tas nozīmē, ka darbinieku novērtēšana nodokļu administrēšanā notiek ļoti augstā līmenī. Diskutabls ir jautājums, cik lielā mērā darbinieka novērtējums ir atkarīgs no vadītāja subjektīvā viedokļa.

Ja darbinieks nav nodrošināts ar attiecīgu darba samaksu, nodokļu administrēšana nespēj nodrošināt jebkura līmeņa maksimālu atdevi no ieguldītajiem līdzekļiem. Strādājot nodokļu administrēšanā, darbinieki par valsts līdzekļiem parasti iegūst labas teorētiskās un praktiskās zināšanas. Privātās struktūrās šādi darbinieki ir ļoti pieprasīti. Nodokļu administrēšanā strādājošo darbinieku apmācība izmaksā dārgi, un pieredzējuša darbinieka pāriešana uz darbu privātajā sektorā nes zaudējumus, un tos nevar kompensēt īsā laika periodā.

Nepatika starp nodokļu administrētājiem var rasties arī tādos gadījumos, ja par dažādu darba slodzi tie saņem vienādu atalgojumu.

ASV pieredze rāda, ka 10% no papildus iekasētiem nodokļu ieņēmumiem tiek ieskaitīti nodokļu administrēšanas budžetā, piem., 2004. gadā ASV valsts budžetā papildus tika iekasēti 48 miljardi ASV dolāru, bet nodokļu administrācijai tika atvēlēti 10 miljardi ASV dolāru (5). Tādu pieredzi varētu pārņemt arī Latvija.

6. tabula

**Valsts ieņēmumu dienesta darbinieku darba samaksa  
no 01.04.2007. līdz 31.12.2007. (13)  
Salary at the Tax Revenue Service, 01.04.2007–31.12.2007**

Amata nosaukums	Mēneša amatalga	Maksimālā piemaksa par izdienu un/vai par darbu paaugstinātas atbildības apstākļos (80% no mēneša amatalgas)	Piemaksa par izdienu (30–50% no mēnešalgas)	Minim. un maks. darba samaksa (mēneša amatalga + visas piemaksas)
1.	2.	3.	4.	5.
<b>Valsts ieņēmumu dienesta centrālais aparāts</b>				
Ģenerāldirektors	2000	1600	600–1000	2000–4600
Ģenerāldirektora vietnieks	1300	1040	390–650	1300–2990
Pārvaldes direktors	298–900	238–720	89–450	298–2070
Pārvaldes direktora vietnieks, daļas priekšnieks	260–736	208–589	78–368	260–1693
Daļas priekšnieka vietnieks, nodaļas priekšnieks, ģenerāldirektora padomnieks	226–668	181–534	68–334	226–1536
Nodaļas priekšnieka vietnieks, ģenerāldirektora palīgs	196–607	157–486	59–304	196–1397
Sektora vadītājs, galvenais speciālists (visu nosaukumu), vecākais izziņas inspektors, izziņas inspektors, vecākais muitas eksperts, vecākais referents	170–553	136–442	51–277	170–1272

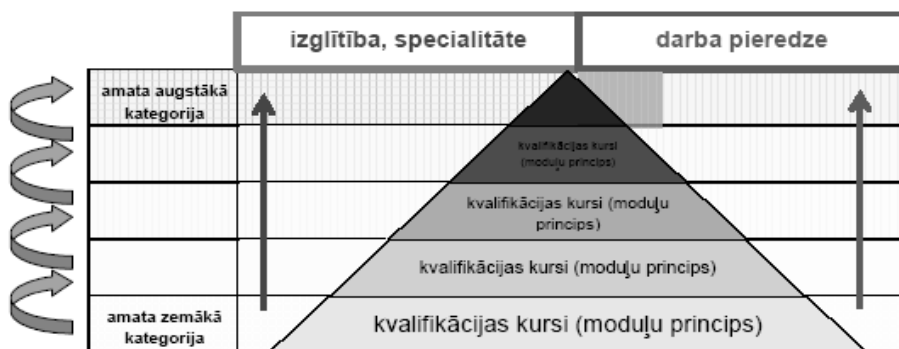
1.	2.	3.	4.	5.
Muitas eksperts, vecākais speciālists (visu nosaukumu), jaunākais izziņas inspektors, referents	149–506	119–405	45–253	149–1164
Jaunākais muitas eksperts, speciālists (visu nosaukumu), jaunākais referents	129–268	103–214	39–134	129–616
Vecākais lietvedības inspektors, automobiļa vadītājs	98–202	78–162	29–101	98–465
<b>Valsts ieņēmumu dienesta teritoriālās iestādes</b>				
Direktors	298–1100	238–880	89–550	298–2530
Direktora vietnieks, nodokļu inspekcijas priekšnieks, muitas priekšnieks	226–800	181–640	68–400	226–1840
Nodokļu inspekcijas priekšnieka vietnieks, muitas priekšnieka vietnieks, pārvaldes priekšnieks	196–607	157–486	59–304	196–1397
Daļas priekšnieks, pārvaldes priekšnieka vietnieks, muitas virsuzraugs	170–553	136–442	51–277	170–1272
Sektora vadītājs, vecākais referents, muitas maiņas eksperts, galvenais speciālists (visu nosaukumu)	149–306	119–245	45–153	149–704
Muitas eksperts, vecākais muitas uzraugs, referents, vecākais speciālists (visu nosaukumu), konsultants	129–268	103–214	39–134	129–616
Jaunākais muitas eksperts, muitas uzraugs, jaunākais referents, speciālists (visu nosaukumu), jaunākais muitas uzraugs	112–232	90–186	34–116	112–534
Vecākais lietvedības inspektors, automobiļa vadītājs	86–176	69–141	26–88	86–405

Tikpat svarīgi noskaidrot, vai jaunā samaksas sistēma sevi attaisno, vai alga ar visām piemaksām nodokļu administrēšanā ir konkurētspējīga salīdzinājumā ar citām kontrolējošām iestādēm. Kā redzams tabulā, nodokļu administrēšanā ir paredzētas gan prēmijas, gan piemaksas. Algu diapazons starp minimālo un maksimālo līmeni ir ļoti liels. Trešā līmeņa darbinieku algas ir daudz mazākas nekā otrajā un pirmajā līmenī strādājošiem. Teritoriālajā iestādē strādājošā auditora maksimālā mēnešalga



ir Ls 704. Ja nodokļu auditora atalgojumu salīdzina ar Valsts kontrolē strādājošā revidenta palīga atalgojumu, kurš saņem Ls 550, tad auditora atalgojumu nevar uzskatīt par adekvātu, ņemot vērā to, ka viņš ir augsta ranga speciālists. Zemais atalgojums ir arī galvenais faktors, kas neļauj noturēt profesionāļus. Tādēļ, lai paaugstinātu darbinieku motivāciju, nepieciešams rast iespēju algas fonda palielināšanai atbilstoši veicamā darba sarežģītībai. Arī materiālajai motivācijai ir liela nozīme nodokļu administrētāja darbā.

Diskusijas izraisa jautājums par izaugsmes iespējām nodokļu administrēšanā. Līdz ar to pāriesim pie otra kritērija analīzes – karjeras iespējām.



Att. Karjeras izaugsmes iespēju shēma  
*Chart of Career Options*

No attēla redzams, ka nodokļu administrētāja izaugsme ir atkarīga no izglītības un darba pieredzes. Visās amata kategorijās katram speciālistam nosaka esošo izglītību, specialitāti, darba pieredzi un nepieciešamos kvalifikācijas paaugstināšanas kursus, lai sasniegtu nākamo kvalifikācijas kategoriju. Tiek izstrādāts individuālais plāns, jo darba vērtēšanai ir svarīga nozīme darbinieku un iestādes darba uzlabošanā. Novērtēšanas procesā darbinieks iepazīstas ar darba vērtējumu, bet vadība – ar darbinieku trūkumiem. Apkopotā informācija ir pamatā lēmumam par darbinieku pamudināšanu vai sodīšanu, vai arī mācīšanu. Darba vērtēšanu var uzskatīt par efektīvu, un tās izmantošana ļauj iestādei strādāt labāk, novēršot iespējamus konfliktus, dodot iespēju labākajiem darbiniekiem ieņemt vadošos amatus, ļauj sagatavot un paaugstināt amatos darbiniekus. Darbības novērtējums – tā ir atgriezeniskā saite. Vadītājs novērtē, kā darbinieki strādā, nosaka viņu stiprās puses un attīstības virzienus. Bet, ja nav atgriezeniskās saites, darbinieka izaugsme palēninās. Tātad izaugsme ir atkarīga no darbinieka novērtējuma.

ASV un Austrālijā civildienestā tiek atlasīti talantīgi un kompetenti darbinieki, kas tiek orientēti nevis uz karjeru, bet darba izpildi. Tiek prasītas ne tikai zināšanas, bet arī jaunas līderu vērtības, lai darbinieki varētu noteikt stratēģiskos mērķus un prioritātes, izprastu politiku, labi orientētos jebkurā situācijā, novērtētu ētiskos aspektus un sociālās sekas. Dienvidkorejā nodokļu administrētājiem, uzsākot darbu, ir jānokārto 12 eksāmeni (9). Atlase notiek konkursa kārtībā.

Pasaules praksē, piemēram, Krievija, ASV, nodokļu administrēšanā piemēro komandas darbu (TEAM-WORKS) (9). Katrs komandas biedrs ir atbildīgs par komandas sasniegumiem. Notiek komandas prēmēšana, atsakoties no atsevišķu indivīdu prēmēšanas.

Nodokļu administrēšanā jārēķinās ar risku, ka talantīgi auditori, nodokļu inspektori dažādu iemeslu dēļ var atstāt amatu. Daļu šā riska iespējams mazināt ar *succession planning* jeb pēctecības plānošanu (8). Nodokļu administrētājiem vajadzētu noteikt tos amatus, kuriem ir nozīmīga ietekme uz nodokļu administrēšanas ilgtermiņa rezultātiem, novērtēt šajās pozīcijās esošo darbinieku kompetenci, lojalitāti; apzināt darbiniekus, kuri spētu pilnvērtīgi pildīt konkrētus amata pienākumus, ja tajos pašlaik strādājošie darbinieki atstātu uzņēmumu vai atrastos ilgtermiņa prombūtnē; sastādīt rīcības plānu potenciāli aizvietot spējīgo darbinieku profesionālajai izaugsmei. Plāns nepārtraukti jāpārskata atbilstoši reālajai situācijai.

Strādājot ar personālu, nodokļu administrēšanā ir nepieciešama stingrāka kontroles mehānisma ieviešana, plānošanas sistēmas optimizēšana, konkrēti formulējot veicamos darbus, izvērtējot salīdzinošo informāciju par labāko pieredzi, izvērtējot izmaiņu ietekmi uz izmaksām un izaugsmes iespējām, bet risks jāklasificē kā zaudējums. Izvērtējams būtu jautājums par 10% finansējuma piesaisti no uzrēķinātām un papildus iekasētām summām. Minētā problēma ir raksturīga visā valsts pārvaldē.

## LITERATŪRA

1. Likums „Par Valsts ieņēmumu dienestu”. 25.11.1993. Latvijas Vēstnesis, Nr. 105.
2. MK noteikumi Nr. 158 „Par ierēdņu disciplinārsodiem” 16.08.1994. Latvijas Vēstnesis, Nr. 101.
3. MK noteikumi Nr. 310 „Noteikumi par amatu klasifikācijas sistēmu un amatu klasificēšanas kārtību valsts tiešās pārvaldes iestādēs” 03.05. 2005. Latvijas Vēstnesis, Nr. 75 (3233).
4. Bernardi L., Chandler M., Gandullia L. Tax Systems and Tax Reforms in New EU Members. London and New York: Routledge, 2005, p. 96.
5. Carten W. The Role of Organizational Design in the Revenue Strategies of Developing Countries: Benchmarking with VAT Performance. 2005, p. 115.
6. Gill Jit B. S. The Nuts and Bolts of Revenue Administration Reform. 2003, p. 5–6.
7. Ketners K. Nodokļu ieņēmumu modelēšana. RTU, 2006, 43 lpp.
8. Veisa V. Pēctecību plāno ikdienā. Dienas Bizness, 01.08.2007.
9. Буравлев Ю. М., Горюнов А. Р. Проблемы выработки научного определения о нарушениях в налоговой сфере. Под редакцией В. А. Рыбакова, Рязань 2003, с. 65–68.
10. Цуриков В. Модель рационального поведения налогоплательщика, ж. Экономика и математические методы, том 43, н. 2, апрель-июнь, 2007, с. 3–11.
11. <http://www.vid.gov.lv>
12. <http://www.fm.gov.lv>
13. VID nepublicētā informācija.

## Kopsavilkums

Nodokļu kontroli nodokļu administrēšanā Latvijā īsteno, ņemot vērā tās rīcībā esošos faktiskos personāla resursus. Latvijā nodokļu administrēšanā ir ļoti daudz neaizpildītu vakantu darbviētu. Lielākā daļa no vakancēm ir tieši nodokļu kontroles jomā – nodokļu auditā. Tas izskaidrojams ar to, ka nodokļu auditoru darba specifika prasa no darbiniekiem visaugstākā līmeņa profesionalitāti dažādās jomās.

Diskutabls ir jautājums par atalgojumu un izaugsmes iespējām nodokļu administrēšanā. Ja darbinieks nav nodrošināts ar attiecīgu darba samaksu, nodokļu administrēšana nespēj nodrošināt jebkura līmeņa maksimālu atdevi no

ieguldītajiem līdzekļiem. Strādājot nodokļu administrēšanā, darbinieki par valsts līdzekļiem parasti iegūst labas teorētiskās un praktiskās zināšanas. Privātās struktūrās šādi darbinieki ir ļoti pieprasīti.

Diskusijas izraisa jautājums par izaugsmes iespējām nodokļu administrēšanā. Izaugsme ir atkarīga no izglītības un darba pieredzes. Darbinieku motivācija un kvalifikācija ir svarīgākais, lai sasniegtu izvirzītos mērķus un nodrošinātu augstu sniegto pakalpojumu kvalitāti.

Autore uzskata, ka nodokļu administrēšanā vajadzētu izstrādāt motivācijas kritērijus, pārskatīt pienākumu sadali, risināt noslodzes jautājumus, izstrādāt atlases kritērijus darbinieku pieņemšanai darbā un cilvēkresursu lietderību atsevišķās nodaļās. Jau plānošanas posmā jānodrošina un jāparedz līdzekļi darbinieku profesionālai sagatavotībai un motivācijai. Efektīva personāla un tā intelektuālā potenciāla izmantošana nodrošina kvalitatīvu klientu apkalpošanu. Saspringtā darba vidē, pastāvot kvalificēta darbaspēka trūķumam un biežai personāla mainībai, īpaši būtiski ir motivēt esošos darbiniekus, lai neciestu sniegto pakalpojumu ātrums un kvalitāte.

## Summary

Tax administration in Latvia depends on the human resources available. There are many vacancies; most of the vacancies are in the area of tax control – audit department. The reason is that only highly trained professionals are capable to perform the duties of tax auditors.

The payment and career opportunities in tax administration is a questionable issue. If the employees are not guaranteed competitive salary, tax administration will not provide high return on investment at any level. The employees in tax administration usually receive good theoretical and practical knowledge at government expense. Such specialists are in high demand in private businesses.

Discussions are raised on the matter of career options that depend on the employee's education and experience. Motivation and qualification are the main issues to reach the set goals and provide high quality service.

The author is convinced that motivation, personnel selection, and personnel expediency criteria should be developed, as well as the duties and issues of workload reviewed in several tax administration departments. Funding should be provided for professional development and motivation already at the stage of resource planning. Efficient use of personnel and its intellectual potential provides quality services to customers. It is especially important to motivate the staff during periods of intense work in the conditions of shortage of qualified personnel to secure the speed and quality of service.

**Keywords:** administration, salary, motivation, taxes.

## Stratēģiskās plānošanas satura izmaiņu nepieciešamība

## The Necessity of Content Changes in Strategic Planning

**Raja Kočanova**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: [raja.kocanova@latvenergo.lv](mailto:raja.kocanova@latvenergo.lv)

Mūsdienās uzņēmumu korporatīvās stratēģijas nozīme paaugstinās, tā tiek izstrādāta ilgtermiņa attīstībai. Veiksmīgai darbībai ir svarīgi izstrādāt stratēģiju par konkurences priekšrocību radīšanu un sasniegšanu, par organizācijas atbilstību uzņēmējdarbības videi un nepieciešamo resursu piesaistīšanu, par uzņēmuma pozicionēšanu, piemēram, pēc preču un pakalpojumu atbilstības tirgus vajadzībām. Organizācijas stratēģiskos plānus izstrādā, ņemot vērā ārējos faktorus un to stratēģiskās iespējas, tie paredz galvenokārt saimnieciskās darbības un ekonomiskos rādītājus, bet arvien lielāka nozīme tiek piešķirta tam, ko no organizācijas gaida sabiedrība. Šādiem lietiskās ētikas, kultūras un sociālās atbildības aspektiem ir vairākas īpatnības, kas atšķir tos no tradicionālās stratēģiskās plānošanas, tādēļ autore aplūkojusi uzņēmējdarbības ētiskās pozīcijas tendences pasaulē un analizējusi šādas sadaļas nepieciešamību stratēģiskās plānošanas procesā.

**Atslēgvārdi:** korporatīvā stratēģija, sociālā atbildība, korporatīvā pilsonība, ieinteresētās puses, stratēģiskie resursi, uzņēmējdarbības ētika.

Katrs uzņēmums saskaras ar nepieciešamību pārskatīt darbības stratēģiju un piemērot to nozarē notiekošajām izmaiņām un konkurences videi, patērētāju vajadzībām un priekšrocībām, jaunām iespējām un draudiem, tehnoloģiju attīstībai u. c.

Mūsdienās ārējā un iekšējā vide nepārtraukti mainās, nosakot pastāvīgas izmaiņas uzņēmumu stratēģijā. Mainīt un attīstīt stratēģiju uzņēmumus rosina nepieciešamība stiprināt konkurētspēju un sagatavoties gaidāmajiem tirgus un konkurences nosacījumiem.

Stratēģiskā vīzija un misija, globālie mērķi un stratēģija nosaka uzņēmuma attīstību, tā ilgtermiņa un īstermiņa mērķus, konkurences iniciatīvas un iekšējo organizāciju, bet viss minētais kopā veido stratēģisko darbības plānu.

Organizācijas, kuras regulāri pārskata stratēģiskos plānus, šī procesa gaitā analizē ekonomisko stāvokli nozarē, galvenos panākumu faktorus, pārmaiņu cēloņus un darba plānu ārējās un iekšējās vides apstākļos (1; 10).

Bez kopējās korporatīvās stratēģijas uzņēmumi izstrādā arī šādas funkcionālās stratēģijas:

- *mārketinga stratēģija*, kurā ietilpst mārketinga koncepcija, funkcijas un tehnoloģijas, jaunas preces un pakalpojumi, preču / pakalpojumu noieta motivācija un izplatīšanas metodes, produkcijas ekonomiskums tās patērēšanas jomā, preču tirgus parametri, preču un pakalpojumu konkurētspēja);

- *konkurences priekšrocību izmantošanas stratēģija*, kurā noteikti funkcionēšanas ārējās un iekšējās vides faktori, plāna nodrošinājums ar resursiem, tehnikas, tehnoloģijas un ražošanas organizācijas līmeņa raksturojumi, faktoru pamatojums, kas nodrošina organizācijas konkurētspējas priekšrocības;
- *produkcijas atjaunošanas stratēģija*, pēc kuras notiek ražojamo preču / pakalpojumu efektivitātes noteikšana, to kvalitātes celšanas faktoru noteikšana, preču konkurētspējas un konkurentu uzvedības prognoze, resursu saglabāšanas aprēķini;
- *ražošanas attīstības stratēģija*, kurā noteikts ražošanas organizatoriski tehniskais stāvoklis, tās attīstības tendenču novērtējums, attiecīgo prognožu tehniski ekonomiskais pamatojums;
- *ražošanas nodrošinājuma stratēģija*, kurā noteikta ražošanas metodiskā, informācijas, resursu un tiesiskā nodrošinājuma diagnostika, stabila sakaru organizēšana ar konkurentiem, ražošanas nodrošināšanas stratēģijas pilnveidošana;
- *starptautisko sakaru stratēģija*, kura nosaka produkcijas eksporta un importa mērķi un struktūru, starptautiskās darbības stratēģijas izvēles kritērijus;
- *finanšu attīstības stratēģija*, kurā ir aprēķināta zaudējumu prognoze un organizācijas darbības gala rādītāji: pārdošanas apjoms, peļņa, resursu izmantošanas līmenis, cenas rādītāji, konkrētu preču efektivitāte noteiktos tirgos, iespējamo finanšu rādītāju izmaiņu aprēķini kā attiecībā uz precēm un tirgiem, tā organizāciju kopumā;
- *sociālās attīstības stratēģija*, kurā ir paredzētas likumīgo sociālo interešu garantijas personālam un apkārtējās vides aizsardzības mehānismu izveidošana.

Stratēģiskie plāni galvenokārt paredz saimnieciskās darbības un ekonomiskos rādītājus, un tiek uzskatīts, ka galvenais uzņēmējdarbības uzdevums ir pelnīt naudu, gūt peļņu un maksāt dividendes akcionāriem. Uzņēmumu pienākums ir maksāt nodokļus, bet noteikumi, kā tos virzīt sabiedrības labumam, tiek gaidīti no valsts institūcijām. Šāds viedoklis par uzņēmumu pienākumiem sabiedrībā dominēja līdz pagājušā gadsimta 70. gadiem, bet arī tagad daļa uzņēmumu tā uzskata.

Pagājušā gadsimta 70. gados Amerikas Savienotajās Valstīs situācija mainījās. Pieauga sabiedriskās domas neapmierinātība ar ražošanas paplašināšanās negatīvajām sekām. Ekonomikas pieaugumam arvien biežāk sekoja apkārtējās vides piesārņojums, ražošanas drošības samazināšanās, preču kvalitātes pasliktināšanās. Šādas parādības izraisīja sociālās vides destabilizāciju, rasu un studentu protestus, kas piespieda pārskatīt valsts sociālo politiku. Tika sniegta sociālā palīdzība neaizsargātajiem sabiedrības slāņiem, bet vienlaikus tie tika adaptēti arī ekonomiski. Valdība palīdzēja iegūt izglītību, apgūt jaunas iemaņas, piedāvājot jaunas darbvietas vai iespējas savas uzņēmējdarbības uzsākšanai. Sajūtot nedrošību, ASV valdība, uzņēmēji un nekomerciālais sektors apvienoja spēkus apdraudētā sociālā slāņa ekonomiskai un sociālai adaptācijai. Lielākā daļa atbildības par ekonomisko un sociālo netaisnību tika uzlikta uzņēmējdarbībai. To panāca valdība un sabiedriskā doma. Sabiedriskās domas līderi sāka arvien mazāk uzticēties korporācijām, tādēļ

radās sabiedrības spiediens ar mērķi regulēt uzņēmējdarbību. Tādā veidā pakāpeniski izveidojās sociāli atbildīgas uzņēmējdarbības koncepcija.

Pēc viena no uzņēmējdarbības korporatīvās sociālās atbildības (KSA) autoriem, *U.S. Steel* dibinātāja Endrū Kārnegija domām, bagātajiem, izmantojot labdarības iespējas, ir jāsubsīdē nabadzīgie un pašiem jājūtas kā kapitāla pārvaldniekiem, kas strādā sabiedrības labā, nevis kā saimniekiem. E. Kārnegijs ieviesa uzņēmēja pieeju nekomerciālajā sektorā, no nulles izveidojot sabiedrisko bibliotēku tīklu (11).

Sabiedrībā nav pilnīgas vienprātības par uzņēmumu sociālo atbildību, bet dominē trīs galvenās uzņēmējdarbības sociālās atbildības koncepcijas (5).

*Pirmā* koncepcija pauž viedokli, ka vienīgā uzņēmējdarbības atbildība ir akcionāru peļņas palielināšana. Šādu pieeju, ko var nosaukt par korporatīvā egoisma teoriju, 1970. gadā izteicis amerikāņu ekonomists Miltons Frīdmans, *The New York Times Magazine* publicējot rakstu *The Social Responsibility of Business is to Make a Profit* („Vienīgā uzņēmējdarbības sociālā atbildība – nest peļņu”). Mūsdienās arī šajā teorijā iespējams saskatīt patiesību, jo uzņēmējdarbības sociālā atbildība rodas, pateicoties uzņēmumu vēlmei palielināt ienākumus un akcionāru vēlmei gūt lielāku peļņu. Ignorējot KSA aspektu, uzņēmumi zaudē patērētāju uzticību, cieš no sabiedrības aktīvistu, masu informācijas līdzekļu un vietējās varas negatīvas attieksmes.

Vienlaikus ar M. Frīdmana teoriju ir tapusi *otra* koncepcija, kura ir diametrāli pretēja, un to var nodēvēt par korporatīvā altruisma teoriju. ASV ekonomiskās attīstības komiteja izstrādāja rekomendācijas, kurās noteikts, ka „korporāciju pienākums ir amerikāņu dzīves kvalitātes uzlabošana” (11).

Pēc raksta autore domām, optimālā teorija ir tā, kas ietver pirmo divu teoriju racionālās idejas. Šādu pieeju var dēvēt par „saprātīga egoisma teoriju” (*enlightened self-interest*). Tā parāda, ka uzņēmējdarbība ir labi organizēta, jo samazina peļņas zaudējumus ilgtermiņā.

Izdodot naudu sociālajām un filantropiskajām programmām, uzņēmumi samazina pašreizējo peļņu, bet rada labvēlīgu sociālo vidi, nodrošinot stabilu peļņu nākotnē. Uzņēmējdarbības un sabiedrības interešu saskaņošanas ideja tika izteikta jau pagājušā gadsimta 50. gados. Toreiz amerikāņu ekonomists Hovards Bouens apgalvoja, ka uzņēmumiem pēc iespējas labāk jāsaprot sava ietekme uz sociālo vidi un tā jāizmanto lēmumu pieņemšanā.

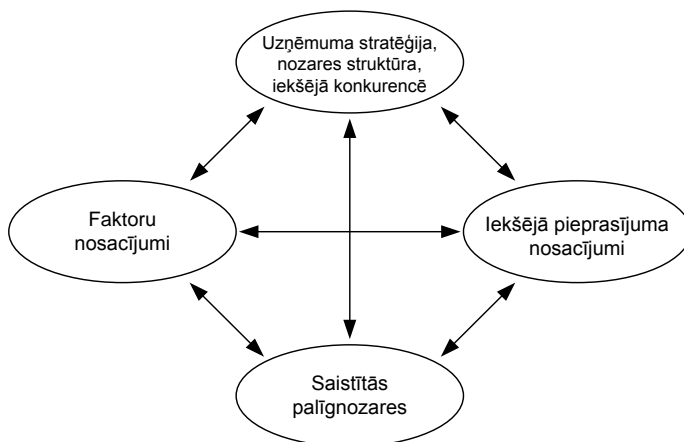
Mūsdienu uzņēmējdarbība Amerikas Savienotajās Valstīs tiek pozicionēta kā pašizliedzīga filantropiska darbība sabiedrības labā, kuras galvenais mērķis ir likvidēt nabadzību, nodrošināt cilvēkiem mājokli, izglītību un palīdzēt iekārtoties darbā (8). Praksē šāda filantropija ir ar precīzu aprēķinu un nes papildu peļņu. Filantropija ir kļuvusi stratēģiska un ļoti cieši saistīta ar mārketinga stratēģiju un lietīšķajām ikdienas aktivitātēm. Sociālās atbildības parādīšana veicina uzņēmumu reputācijas uzlabošanu, uzlabo attiecības kolektīvā, palīdz jaunu klientu piesaistīšanā un preces (pakalpojuma) pārdošanas apjomu palielināšanā, kā arī veicina uzņēmuma akciju cenu pieaugumu. Par piemēru var kalpot IBM projekts veciem cilvēkiem un cilvēkiem ar pasliktinātu redzi un dzirdi, kuri izmanto peli un klaviatūru. IBM sadarbībā ar nekomerciālu organizāciju „Vecāku cilvēku tīkls”, kas palīdz vecākiem cilvēkiem lietot internetu, realizēja projektu, kura mērķis bija radīt mazāk jutīgu peli, jo vecākiem cilvēkiem bieži trīc rokas. Tika radīts produkts, ko veiksmīgi izmanto arī citos tirgos.

21. gadsimtā organizāciju vadības saturs un metodes mainās. Cilvēks ir pilnīgi visu procesu un sistēmu centrā, tādēļ ir nepieciešamas izmaiņas arī organizāciju stratēģiskās vadības metodēs un principos, orientējot organizāciju stratēģiskās vadīšanas procesu uz ilgtspējīgu attīstību. Stratēģiskā vadība ietver sevī organizācijas stratēģiskās pozīcijas izpratni, tās nākotnes stratēģiskos variantus un stratēģijas realizāciju. Stratēģisko pozīciju nosaka ārējā vide, organizācijas stratēģiskās iespējas (resursi un kompetences), kā arī ieinteresēto pušu (*stakeholders*) gaidas un ietekme (4; 7; 11).

Ārējo vidi veido tirgus, konkurenti, nozare (vai nozares sektors), kā arī makroekonomiskās vides kategorijas:

- politiskie faktori: valdības stabilitāte, nodokļu politika, ārējās tirdzniecības regulēšana, sociālā nodrošinājuma politika;
- ekonomiskie faktori: biznesa cikli, nacionālā kopprodukta izmaiņu tendences, procentu likmes, naudas masas, inflācija, bezdarbs, tīrais ienākums;
- sociālie faktori: iedzīvotāju demogrāfiskie raksturotāji, ienākumu sadalīšana, sociālā mobilitāte, dzīvesveida izmaiņas, attieksme pret darbu un atpūtu, patērētāju interešu aizsardzība un patērētāju aktivitātes stimulēšana, izglītības līmenis;
- tehnoloģiskie faktori: valsts izdevumi zinātnei un pētījumiem, valsts un nozares uzmanība tehnoloģiju jautājumiem, jauni atklājumi un izstrādes, jaunu tehnoloģiju izplatīšanās tempi, tehnoloģiju novecošanās tempi;
- ekoloģiskie faktori: vides aizsardzības likumdošana, atkritumu utilizācija, energopatēriņš;
- tiesiskie faktori: konkurences likumdošana, nodarbinātības likumdošana, veselības aizsardzība un drošības tehnika, preču drošība (8).

Faktoru un to kombināciju relatīvā nozīme un ietekme uz konkurences vidi dažādās valstīs atšķiras. Saskaņā ar modeli, kuru dēvē par Portera rombu, pastāv iekšējie iemesli, kādēļ vienas valstis ir konkurētspējīgākas par citām valstīm un kādēļ vienas valsts nozares ir konkurētspējīgākas par citām nozarēm.



1. att. Portera rombs. Nacionālo priekšrocību determinanti (9)

*The Diamond Model of M. Porter. The determinants of national advantages*

Pēc M. Portera apgalvojuma, organizācijas iekšējiem nosacījumiem ir svarīga nozīme konkurences priekšrocību veidošanā globālā mērogā. Šie nosacījumi nodrošina faktorus, kurus organizācijas izmanto savu priekšrocību veidošanā un izplatīšanā.

Iespējami īpaši faktoru nosacījumi, kuri paskaidro, kādēļ organizācijai ir konkurences priekšrocības nacionālajā mērogā savas valsts iekšienē. Šie nosacījumi attīstās un kļūst par ievērojamiem konkurētspējas faktoriem. Piemēram, Zviedrijā un Japānā ir grūti atlaist darbiniekus, jo to ierobežo likumdošana un organizāciju nacionālie paradumi. Tādējādi radās stimuls rūpniecības automatizācijai. Šveices iedzīvotāju lingvistiskās spējas kļuva par priekšrocību banku nozares attīstībai.

Arī iekšējā pieprasījuma nosacījumi nodrošina organizācijas konkurētspējas priekšrocību veidošanās pamatu. Piemēram, Japānas patērētāju augstās prasības pēc elektrisko un elektronisko ierīču kvalitātes stimulēja vietējos ražotājus kļūt par labākajiem šajos rūpniecības sektoros.

Kādas veiksmīgas nozares panākumi var sekmēt saistīto nozaru attīstību. Piemēram, Itālijā attīstās vairākas saistītās nozares: ādas apavu ražošana, ādas apstrādes iekārtu ražošana, dizaineru un konstruktoru pakalpojumi.

Uzņēmumu stratēģijas, nozares struktūras un iekšējās konkurences raksturotāji dažādās valstīs arī palīdz saprast konkurētspējas priekšrocības. Pateicoties Vācijas iedzīvotāju tieksmei pēc hierarhiskiem vadības procesiem, tika panākta drošības un tehniskās uzticamības garantija mašīnbūves nozarē.

Portera rombs tika izmantots dažādās situācijās. Nacionālā mērogā tas kalpoja valdībām, lai noteiktu politiku, kura veicinās nozaru konkurences priekšrocību paaugstināšanu pašu valstī. Būtībā tika uzskatīts, ka iekšējie konkurences raksturotāji nodrošinās konkurences priekšrocības arī plašākā mērogā un valdībām ir jāveicina iekšējā konkurence, nesargājot savus ražotājus no ārvalstu konkurentiem.

Ar Portera romba palīdzību tiek noteikta valsts iekšējo reģionu relatīvā konkurētspēja, kas ir nepieciešama iekšējās ekonomiskās politikas plānošanā. Valdības, savukārt, veicina konkurences priekšrocību pieaugumu, nosakot augstus preču funkcionēšanas un drošības standartus.

Portera rombu izmantojušas daudzas organizācijas, mēģinot noteikt, cik daudz var balstīties uz iekšējās konkurences priekšrocībām, radot savas organizācijas priekšrocības globālajā tirgū. Itālijas uzņēmums *Benetton*, kas ražo apģērbus, sasniedza globālus panākumus mazumtirdzniecības uzņēmumu tīkla veidošanā, izmantojot savu pieredzi darbā ar neatkarīgo un ģimenes uzņēmumu tīklu, pie tam tika izmantotas mūsdienīgas informācijas sistēmas.

Bez izpratnes par vidi, kurā darbojas organizācija, stratēģijas dzīvotspēja ir atkarīga no organizācijas stratēģiskajām iespējām, kas ir nepieciešamas izdzīvošanai un panākumiem tirgus apstākļos. Stratēģisko iespēju pamats ir resursi (materiālie un nemateriālie) un kompetences. Pie materiāliem resursiem pieskaitāmi organizācijas fiziskie aktīvi: ēkas, iekārtas, darbaspēks un finanses. Nemateriālie resursi ir informācija, reputācija un zināšanas (6).

*Fizisko* resursu (mašīnas, ēkas un ražošanas jaudas) lietderību nosaka to raksturotāji: ekspluatācijas laiks, tehniskais stāvoklis, ražīgums un izvietošana.

Pie *finansu* resursiem pieder pamatkapitāls, naudas līdzekļi, debitoru un kreditoru parādi, akcionāri, bankas utt.



*Darba* resursus veido organizācijas personāls, darbinieku skaits un struktūra (demogrāfiskais profils). Ļoti svarīgi ir nemateriālie resursi darbinieku kvalifikācijas un zināšanu veidā. Informāciju ekonomikā šis aspekts kļūst par vērtīgu aktīvu.

*Intelektuālais kapitāls* uzskatāms par nozīmīgu organizācijas nemateriālo resursu aspektu. Tas ietver patentus, markas, darbības sistēmas un patērētāju datu bāzes. Šiem nemateriālajiem resursiem ir sava saskaitāmā vērtība, jo organizācijas pārdošanas gadījumā daļa no vērtības ir tās prestižs, lietišķā reputācija, kontakti, klienti un personāls.

Materiālo un nemateriālo resursu efektivitāte un rentabilitāte ir atkarīga no vadītāju kompetences, no tā, cik labi resursi tiek vadīti, no cilvēku sadarbības, elastīguma un novatoriskām spējām, no attiecībām ar patērētāju un piegādātāju, no pieredzes un zināšanām.

Ja stratēģiskos resursus novērtē no mainīgās ārējās vides ietekmes viedokļa, tad stratēģiju veidošanā ļoti svarīga nozīme ir cilvēkiem un tam, ko cilvēki vai grupas, kas ir ieinteresētās puses, gaida no organizācijas panākumiem nākotnē un kā ietekmē organizācijas mērķus (10). Galvenokārt gaidas skar jautājumus par organizāciju darbības mērķiem, darbības uzraudzību un atbildību par sekām. Korporatīvās vadības struktūra ietver formālās prasības un stratēģijas izstrādes robežas, bet ir jāievēro arī citu grupu, kas ir ārpus vadības struktūras, gaidas. Ir ļoti svarīgi saprast visu ieinteresēto pušu (*stakeholders*) gaidas gan vadības struktūrā, gan ārpus tās, to atšķirības un to, cik lielā mērā tās ir ieinteresētas ietekmēt organizācijas mērķus un stratēģiju. Pie ārējām ieinteresētajām pusēm pieskaitāmi tirgus vides pārstāvji: finanšu iestādes, patērētāji, piegādātāji, konkurenti, akcionāri u. tml.; sociālo un politisko vidi pārstāv regulēšanas iestādes, valdības institūcijas, kas seko, lai tiktu ievērota likumdošana; tehnoloģisko vidi pārstāv standartizācijas iestādes un jauno tehnoloģiju turētāji. Sabiedrība ir svarīga ieinteresētā puse, un tās gaidas ir jāievēro, iekļaujot ētisko aspektu organizāciju stratēģiju izstrādē. Par ētisko organizācijas pozīciju dēvē organizācijas spēju izpildīt minimālās saistības ieinteresēto pušu un sabiedrības priekšā ar lielāku atdevi, nekā to prasa regulējošās institūcijas un korporatīvā vadība. Ētiska jeb sociāli orientēta darbība ievērojami ietekmē uzņēmuma reputāciju, bet laba reputācija ir nepieciešama ilgtermiņa finansiālo panākumu iegūšanā. Šajā gadījumā sponsorēšana, korporatīvā labdarība un izmaksas sociālajām vajadzībām tiek uzskatīti par pamatotiem izdevumiem, tāpat kā investīciju vai mārketinga izdevumi.

Pēc raksta autores domām, būtu lietderīgi sabiedrības ieinteresēto pušu gaidas un mērķus iekļaut organizāciju stratēģijā un mērķu sarakstā, akcentējot korporatīvās sociālās atbildības aspektus, kuri sasniedzami ārpus regulatoru un korporatīvās vadības prasībām. Tādā gadījumā arī organizāciju vērtēšanai bez finanšu rezultātiem varētu piemērot plašāku kritēriju skalu. Piemēram, kritēriju sarakstā varētu iekļaut šādus aspektus:

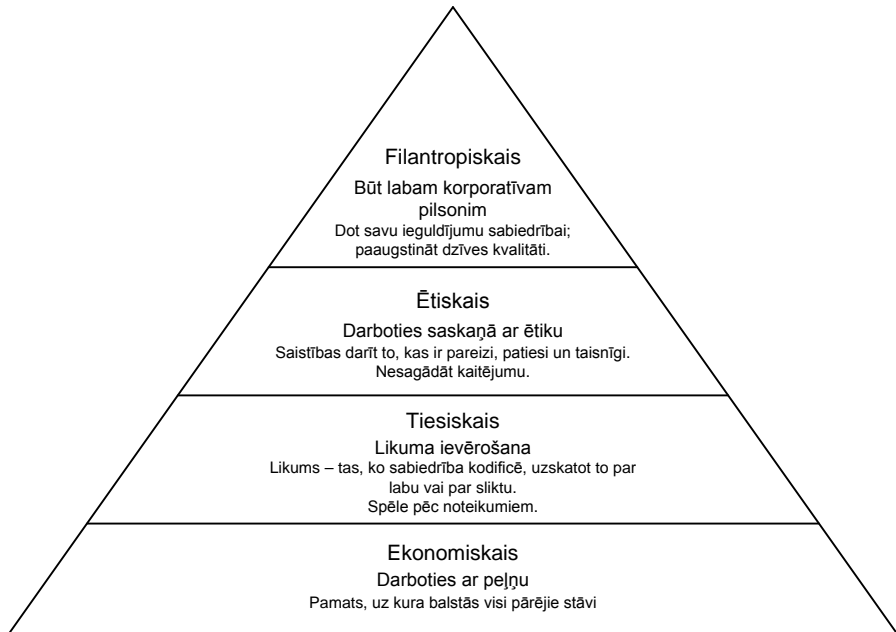
- ekoloģiskie jautājumi, kas ietver energoresursu taupīšanu, ārējās vides piesārņojuma samazināšanu vairāk par likumā noteiktajām normām;
- preces drošība, kas paredz pārliecības radīšanu par to, vai patērētājs nav pakļauts riskam, lietojot precī;
- tirgus un mārketinga, kas nozīmē reklāmas standartu ievērošanu;
- nodarbinātība, kas ietver darbvietu skaita saglabāšanu;
- darbība kopienās, ko raksturo vietējo labdarības organizāciju pasākumu sponsorēšana;

- cilvēktiesību ievērošana, pārtraukt to, kā notiek bērnu darba izmantošana, arodbiedrību tiesību ievērošana, kā tiek realizēti politiskie režīmi;
- darba apstākļi: sporta klubi darbiniekiem, personāla apmācība, drošības tehnikas normu prasību nodrošināšana augstākā pakāpē, nekā to prasa likumdošana;
- intelektuālais īpašums: cieņa pret cilvēka zināšanām, nepretendējot uz to iekļaušanu korporatīvajā īpašumā.

Pamatojoties uz mūsdienu aktualitātēm un ņemot vērā vidējās un mazās uzņēmējdarbības struktūras, ir iespējams noteikt, ka uzņēmējdarbības sociālā atbildība ir koncepcija, pēc kuras uzņēmējam līdz ar likumu ievērošanu un kvalitatīvas preces / pakalpojuma ražošanu jāuzņemas papildu saistības sabiedrības priekšā. Tas nozīmē, ka uzņēmumiem jā rūpējas par tautas dzīves kvalitātes uzlabošanu. Pēc organizācijas *Business for Social Responsibility* (BSR) definīcijas, uzņēmējdarbības sociālā atbildība nozīmē darbības, kas atbilst ētiskajām, juridiskajām, komerciālajām un publiskajām sabiedrības gaidām no uzņēmējdarbības vai apsteidz šīs gaidas (12).

Uzņēmumu vadības stratēģijai, procedūrām un ētikai jābūt orientētām uz sabiedrības labklājības līmeņa uzlabošanu. Sociālā atbildība prasa no uzņēmējdarbības uzņemties ne tikai peļņas gūšanas virzienu, bet arī sociālās labklājības veicināšanu.

Sociāli atbildīgu rīcību var noteikt tiesiskā likumdošana, to ietekmē arī patērētāju aktivitātes. Uzņēmuma rīcība parāda tā sociālās atbildības pakāpi (2).



2. att. Korporatīvās sociālās atbildības četru līmeņu piramīda (2)  
*The pyramid of corporate social responsibility*

2. attēlā savdabīgas piramīdas veidā ir parādīti četri sociālās atbildības līmeņi: ekonomiskais, tiesiskais, ētiskais un filantropiskais. Pirmie divi līmeņi ir jau sen zināmi un atzīti, bet ētiskās saistības un nepieciešamība, lai uzņēmumi būtu labi korporatīvie pilsoņi, kļuva svarīgi tikai pēdējos gados.

Mūsdienās korporatīvo sociālo atbildību traktē ļoti plaši un tā aptver visu sabiedrisko vidi. Piemēram, lēmums atlikt jaunas piesārņojumu kontroles ierīces uzstādīšanas termiņu uz vēlāku laiku varētu būt pieņemams tradicionālajai pieejai. Patērētāji saņemtu nepārtrauktu uzņēmuma produkcijas plūsmu, darbinieku darbvietas netiktu apdraudētas, akcionāri saņemtu peļņu. Mūsdienu uzņēmējdarbības ētika šādu variantu neuzskata par sociāli atbildīgu.

Organizāciju savstarpējās attiecības ar vidi (ekoloģija) kļūst par milzīgu spēku, kas nosaka uzņēmējdarbības rīcību. Daudzi sabiedrības līderi uzskata vides aizsardzību par spēcīgu izaicinājumu mūsdienu uzņēmumiem. Daudzi ekoloģiskie jautājumi, sākot ar ūdeņu piesārņojumu, atkritumu izmešanu un skābajiem lietiem un beidzot ar ozona slāņa samazināšanos un globālo sasilšanu, pēc sava mēroga kļūst globāli. Tādējādi tie ietekmē daudzu uzņēmējdarbības lēmumu pieņemšanu – no produkta plānošanas līdz PR, ietverot tādus aspektus kā plānotā produkcijas novecošanās, piesārņojumu kontrole, otrreizējā izmantoto materiālu pārstrāde un resursu taupīšana.

Dažu nozaru darbību, piemēram, farmācijas vai smago iekārtu ražošanu, ļoti ietekmē sabiedrības satraukums par tādu dabas resursu kā ūdens un gaiss piesārņojumu. Bet mūsdienu mārketinga sistēma pieprasa ik gadu ražot miljardiem tonnu iepakojamo materiālu (stikls, metāls, papīrs un plastmasas), kas galu galā rada atkritumu kalnu krāšanos.

Šādu materiālu pārstrāde to otrreizējai izmantošanai kļūst par ļoti svarīgu ekoloģijas aspektu. Pārstrāde var kļūt izdevīga sabiedrībai, jo saglabā dabas resursus un enerģiju un samazina atkritumu – galvenā apkārtējās vides piesārņojuma – ietekmi.

Vairākos ASV štatos ir izstrādāti likumprojekti, kas ražotājiem uzliek pienākumu savākt „elektroniskos gruzus”, t. i., savākt toksiskās un ķīmiskās vielas saturošus nolietotus personāldatorus un citus tehnoloģiju produktus. Ja elektronika tiek aizvesta uz izgāztuvi, ķīmiskās vielas, kuras tā satur, sabrukšanas procesā var bīstami piesārņot gruntsūdeņus, izraisot papildu riskus cilvēku veselībai.

*Yokohama Metals* pārstrādā mobilos telefonus, izņemot no tiem zeltu, platīnu un sudrabu. Zviedru *Metech International* izņem zeltu no vecajiem datoriem. Tādējādi otrreizējā pārstrāde kļūst arī izdevīga ražotājiem, kaut gan prasa papildu investīcijas un biznesa aktivitātes.

Minētie piemēri ilustrē uzņēmumu sociālo atbildību, kuru iespējams izmērīt un novērtēt.

Parasti uzņēmumi neapzināti rada sabiedrībai papildu sociālās vērtības, bet, ja tas notiek apzināti un mērķtiecīgi, tad dēvējami par korporatīvajiem pilsoņiem (*corporate citizenship*). Korporatīvās pilsonības pamatvērtības:

- racionāla rīcība,
- darbojas uzņēmējdarbības mērķu sasniegšanai,
- atklāta sabiedrībai,
- ir daļa no uzņēmējdarbības,
- labumu saņēmējs tiek izvēlēts saskaņā ar uzņēmuma interesēm,

- tiek ievērotas ieinteresēto pušu vēlmes,
- projekti tiek izstrādāti un realizēti ar lielu struktūrvienību piesaistīšanu,
- mērķi tiek izvēlēti tā, lai atrisinātu problēmas un rezultātam būtu ilgtermiņa efekts,
- sociālie jautājumi tiek izskatīti kompleksā,
- tiek izmantotas visas iespējamās formas un resursi, kas saistīti ar sociālajām problēmām.

Šāda pieeja nodrošina uzņēmumiem stabilu attīstību, bet līdz ar globalizāciju pieaug prasības uzņēmumu atvērtībai. Interneta attīstīšanās piespiež uzņēmējus atskaitīties sabiedrībai par lietišķajām un sociālajām aktivitātēm. Uzņēmumam jābūt mājas lapai, kurā uzņēmējdarbība ir parādīta interesanti, pārliecinoši un atklāti. Pretējā gadījumā par uzņēmumu rodas aizdomas. Lielāka atvērtība paredzēta starptautiskajos standartos un dažādos kodeksos. Sabiedrība arvien vairāk apzinās uzņēmējdarbības kvantitatīvās novērtēšanas un nefinansiālo elementu publicēšanas nepieciešamību.

Ir zināmas stingri formalizētas kompleksās atskaites, kuras sagatavo transnacionālās korporācijas. Visstingrākais variants – standartizētās atskaites pēc noteiktiem indikatoriem. Vispazīstamākie standarti – *Global Reporting Initiative (GRI)*, *Domini Social Index*, *UN Global Compact*, SA 8000, AA 1000 AS. ASV tiek veidoti uzņēmumu sociālās atbildības reitingi – *Corporate Philanthropy Index*.

Jebkuram uzņēmumam ir svarīga reputācija, kas ir zīmola galvenais rādītājs. Bieži vien reputācija un sociālā atbildība ir gandrīz sinonīmi. Uzņēmumu sociālo aktivitāšu rādītāji ir cieši saistīti arī ar finanšu rādītājiem. Par to liecina *Boston College* profesores Sandras Vadokas ilggadējie novērojumi. 1999. gadā *Conference Board ASV* veica pētījumu 469 dažādu nozaru uzņēmumos (*The Link Between Corporate Citizenship and Financial Performance*) un secināja, ka uzņēmuma sociālās aktivitātes ir tieši pozitīvi saistītas ar aktīvu rentabilitāti (ROA), pārdošanas rentabilitāti (ROS), kā arī ar kapitāla rentabilitāti (ROC) un akcionāru kapitāla ienākumiem (ROE).

Uzņēmumu sociālo aktivitāšu formas, piemēram, kad daļa peļņas pēc konkrētas preces pārdošanas tiek ieguldīta sociālajās programmās, dod ievērojamas priekšrocības.

Vadībzinību speciālistu viedokļu analīze ļauj secināt, ka uzņēmējdarbība ir cieši saistīta ar sociālo atbildību šādos aspektos:

- uzņēmuma politika un stratēģija kalpo stabilai attīstībai un ir izdevīga visām ieinteresētajām pusēm;
- darba organizācijā un ražošanas procesā tiek ievērotas drošības un vides aizsardzības normas;
- patērētājam tiek garantēta droša preču lietošana;
- ražošanas procesiem nepieciešamās preces, rezerves daļas un pakalpojumi tiek iepirkti no vietējiem ražotājiem;
- preču noietam tiek izmantotas drošas tehnoloģijas;
- preces reklāmā izmantotā informācija un informācija uz preces iepakojuma ir precīza un patiesa;
- ir zināmi mehānismi, kuri tiek izmantoti uzņēmuma attiecību veidošanā ar tā klientiem;

- darba apstākļi, darba aizsardzības un higiēnas normu ievērošana, darbinieku apmācība, restrukturizācijas negatīvo seku pārvarēšanas stratēģija u. tml.;
- nodrošināta finanšu kontroles efektivitāte, dokumentācijas atvērtība, direktoru padomes darbības kvalitāte;
- nodrošināta atvērtība un atklātība attiecībās ar varas iestādēm un lobijiem; publiski tiek paziņots, ja uzņēmums piedalās dialogā ar privāto un valsts sektoru par politikas un normu uzlabošanu tādās sfērās kā nodarbinātība, dabas aizsardzība u. tml.;
- uzņēmumam veidojas attiecības ar vietējiem iedzīvotājiem; uzņēmums piedalās sabiedriskajā dzīvē;
- uzņēmumam ir dabas aizsardzības politika; tiek veikta jauno projektu un preču ekoloģiskā ekspertīze; uzņēmums atskaitās sabiedrībai par savas ražotnes iedarbību uz apkārtējo vidi.

Uzņēmumu atbildības sfēras paplašināšanās ir neizbēgama tāpat kā ietekmes sfēru paplašināšanās. Tas nozīmē, ka nepieciešams papildināt stratēģisko plānošanu un izstrādāt sadaļu, kas aptvertu sociālo atbildību, iekļaujot tajā korporatīvo pilsonību, kas paredz uzņēmējdarbības atbildību sabiedrības priekšā, kā arī uzņēmēju interešu ievērošanu ne tikai ekonomiskajā, bet arī sociālajā sfērā. Sadaļā jāparedz arī sociālās investīcijas, kas ietver pāreju no labdarības uz sociālām investīcijām nacionālajā un reģionālajā mērogā, veicinot valsts problēmu risināšanu aktuālākajās sfērās (nodarbinātība, nabadzība, izglītība, mājokļi, drošība, darba aizsardzība) un sociālās partnerattiecības, kad uzņēmējdarbība, valsts un sabiedrība apņemas kopīgiem spēkiem risināt sabiedriski svarīgus jautājumus.

## LITERATŪRA

1. Ukolovs V., Mass A., Bistrjakovs I. Vadības teorija. Jumava, 2006, 246 lpp.
2. Boone Louis E., Kurtz David L. Contemporary Marketing. 11th edition, South-Western, a Division of Thomson Learning, 2004, 993 p.
3. Drucker P. Management Challenges for the 21st Century. Butterworth-Heinemann, 2000, 205 p.
4. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman, 1984.
5. Hummels H. Organizing ethics: a stakeholder debate. Journal of Business Ethics, Vol. 17, No. 13 (1998), p. 1403–1419.
6. Johnson Gerry, Scholes Kevan, Whittington Richard. Exploring Corporate Strategy. 7th edition, Simon & Schuster Europe Limited, 1998, 789 p.
7. Mitroff I. I. Stakeholder of the Organisational Mind. Jossey-Bass, 1983.
8. Porter M., Kramer M. The competitive advantage of corporate philanthropy. Harvard Business Review, Vol. 80, No. 12 (2002), p. 56–68.
9. Porter M. Competitive Advantage of Nations. Macmillan, 1990.
10. Thompson Arthur A., Jr., A. J. Strickland III. Strategic Management. Concepts and Cases. McGraw-Hill Companies, Inc, 2001, 924 p.
11. Туркин С. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным. Альпина Бизнес Букс, 2007, 381 с.
12. Business for Social Responsibility, 2000.

## Summary

Nowadays the significance of long-term growth-facilitating corporate strategy increases. It is important to develop a strategy on creation and gaining of the advantages of competition, the company's adequacy to its business field, attraction of the necessary resources, and positioning of the enterprise, e.g. by how well the goods or services answer to the market needs.

Organizations prepare their strategic plans by building on the external factors and strategic opportunities. Strategic plans mainly envisage the economic and business activities; however, the society's expectations regarding the company are of an ever greater importance. The aspects of business ethics, cultural and social responsibility have many features that differ from the traditional strategic planning. Therefore, the author explores the current tendencies of the ethical position of business activities and analyses the necessity for the incorporation of such provision in the process of strategic planning.

**Keywords:** corporate strategy, social responsibility, corporate citizenship, parties concerned, strategic resources, business ethics.

## Tirgus pētījumi internetā – ierobežojumi un risinājumi

### Online Market Research – Limitations and Solutions

**Jānis Krauklis**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: [janis.krauklis@gmail.com](mailto:janis.krauklis@gmail.com)

Uzņēmumu veiksmīgu funkcionēšanu mūsdienās nodrošina veiksmīga piemērošanās patērētājam un patērētāja vēlmju izziņāšana, kas nostiprina tirgus pētījumu lomu uzņēmumu darbībā. Vēsturiski pēdējā pētījumu metode, bet ar straujāko attīstības tempu ir tirgus pētījumi internetā. Šajā rakstā autors salīdzina šo izpētes metodi ar līdzšinējām – telefonintervijām, tiešajām intervijām utt. – un raksturo tās priekšrocības un trūkumus. Atklātajiem ierobežojumiem – reprezentativitātes trūkumam, datu kvalitātei, nepieciešamībai pēc motivācijas sistēmām – autors piedāvā risinājumus. Konstatētās problēmas ilustrētas ar datiem no pētījumiem par izpētes metodēm, ko izstrādājuši vadošie interneta pētījumu veicēji – *Bloomer*, *TNS* utt. Kā optimālā pētījumu metode izvēlēti paneļa pētījumi internetā, jo tie nodrošina augstāku datu reprezentativitāti un datu vispārināmības iespējas. Nobeigumā autors izsaka priekšlikumus uzņēmumiem, kuri vēlas izmantot savā darbībā tirgus pētījumus, kas veikti internetā.

**Atslēgvārdi:** tirgvedības pētījumi, internets, paneļa pētījumi.

Laikā, kad uzņēmumiem jāspēj piemēroties arvien izglītotākam un prasīgākam patērētājam, kad globalizācijas ietekmē uzņēmumiem jākonkurē ne tikai valsts, bet arī globālā mērogā, arvien nozīmīgāk ir ieklausīties patērētāju, darbinieku un sadarbības partneru viedokļos. Veicot tirgus pētījumus, uzņēmumiem ir iespējams noskaidrot patērētāju viedokli, vēl pirms tie ir uzsākuši reālu ražošanu. Izvairoties no iespējamām neveiksmēm, kā arī aptaujājot esošos patērētājus, iespējams veidot atgriezenisko saiti par produktu, tādēļ tirgus pētījumiem ir būtiska loma uzņēmumu darbībā.

Pētījumu datu ievākšana, izmantojot internetu, ir viena no straujāk augošajām sfērām tirgus pētījumu nozarē. Datu ievākšana tiešsaistē (*on-line*) nodrošina pētījuma veicējus ar nepieciešamajiem datiem ne tikai ātrāk, bet noteiktās mērķa grupās arī ar augstāku atsaučības koeficientu (*response rate*), kā arī zemākām pētījumu veikšanas izmaksām. Taču joprojām pastāv daudzi jautājumi par niansēm, veicot pētījumus internetā. Jaunās tehnoloģijas paver pētījumu veicējiem nebijušas iespējas – respondentu iespējams uzrunāt viņam ērtā vietā un laikā; tā kā intervēšanas procesā nav iesaistīti cilvēki, tiek nodrošināta ticamu atbilžu saņemšana uz personiskiem jautājumiem. Savukārt interneta lietošana nosaka zināmus ierobežojumus attiecībā uz izlases veidošanas iespējām un datu reprezentativitāti.

Rakstā autors apkopojis publicēto informāciju par šo problemātiku un, balstoties uz savu akadēmisko un profesionālo pieredzi, iesaka risinājumus, kā efektīvi izmantot jauno pētījumu metodi.

Tabula

**Tirgus izpētes metožu salīdzinājums**  
*Comparison of market research methods*

<b>Izpētes metode</b>	<b>Priekšrocības</b>	<b>Trūkumi</b>
<b>Tiešās papīra intervijas</b> PAPI <i>(Paper and Pencil Interviews)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vienkārši veicamas, nav nepieciešama speciāla tehnika</li> <li>• Respondentam anketu iespējams aizpildīt jebkurā vietā, kur citu metožu izmantošana būtu apgrūtināta</li> <li>• Izlases reprezentativitāte, veicot intervijas respondentu dzīvesvietās</li> <li>• Iespēja pierakstīt respondentu atbildes, kas neiekļaujas anketas struktūrā, bet var sniegt vērtīgu informāciju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lēna datu apstrāde un ievākšana</li> <li>• Nepieciešams liels darbs ar datu apstrādi, kas sadārdzina izpētes procesu</li> <li>• Respondentam vai intervētājam iespējams kļūdoties, aizpildot anketu; nav iestrādāta automātiska atbilžu pārbaude</li> <li>• Nav iespējama jautājumu rotācija</li> <li>• Nav iespējams respondentam rādīt video vai atskaņot skaņu ierakstus, krāsainu attēlu sagatavošana ir laikietilpīga / dārga</li> <li>• Intervētāja dalība intervēšanas procesā var ietekmēt atbildes uz personiskiem jautājumiem</li> </ul>
<b>Datorizētas tiešās intervijas</b> CAPI <i>(Computer Assisted Personal Interviews)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iespējams rādīt video un atskaņot skaņu ierakstus</li> <li>• Iespējama jautājumu rotācija</li> <li>• Ātra datu ievākšana un minimālas datu apstrādes izmaksas</li> <li>• Izlases reprezentativitāte, veicot intervijas respondentu dzīvesvietās</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervētāji ir atkarīgi no datortehnikas, kas pakļauta salīdzinoši smagiem darba apstākļiem, biežāk iespējamas tehnikas kļūmes</li> <li>• Intervētāja dalība intervēšanas procesā var ietekmēt atbildes uz personiskiem jautājumiem</li> <li>• Intervētājiem jābūt speciāli apmācītiem, kā rīkoties ar tehniku, un tas sadārdzina pētījumu izmaksas</li> </ul>
<b>Datorizētās telefonintervijas</b> CATI <i>(Computer Assisted Telephone Interviews)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iespējama jautājumu rotācija</li> <li>• Ātra datu ievākšana un minimālas datu apstrādes izmaksas</li> <li>• Samērīgas pētījuma izmaksas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izlases reprezentativitāte krītas, palielinoties tādu mobilo telefonu lietotāju īpatsvaram, kas nav sasniedzami pa fiksēto tālrunu līniju</li> <li>• Nav iespējas respondentiem rādīt attēlus, video</li> <li>• Iespējamas salīdzinoši vienkāršas pētījumu anketas – nepieciešams nodrošināt minimālu atbilžu skaitu, nevar izmantot atbilžu ranžēšanu utt., ierobežots anketas garums</li> </ul>
<b>Datorizētās intervijas internetā</b> CAWI <i>(Computer Assisted Web Interviews)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iespējams rādīt video un atskaņot skaņu ierakstus</li> <li>• Iespējama jautājumu rotācija</li> <li>• Ātra datu ievākšana un minimālas datu apstrādes izmaksas</li> <li>• Iespējams uzdot personiskus jautājumus</li> <li>• Salīdzinoši zemākas pētījumu veikšanas izmaksas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izlase nav reprezentatīva visam iedzīvotāju kopumam, tā tiek veidota no interneta lietotājiem</li> <li>• Grūti nodrošināt izlases nejausību, jo nav pieejams interneta lietotāju reģistrs</li> </ul>

Izstrādājis autors, apkopojot 14; 8 u. c.



Izpētes metožu salīdzinājums, priekšrocības un trūkumi minēti tabulā. Autors izveidojis šo salīdzinājumu, lai ilustrētu, kāda loma kopējā izpētes metožu klāstā ir pētījumiem internetā. Analizējot šo salīdzinājumu, var secināt, ka ikvienai metodei ir noteiktas priekšrocības un trūkumi un katrā konkrētā pētījumu veikšanas gadījumā pētījuma veicējam ir jāizvēlas piemērotākā. Salīdzinātas tikai pašlaik izplatītākās izpētes metodes, un, piemēram, telefonintervijas (neizmantojot datorizētu aptaujas anketu) un pasta intervijas (nosūtīt aptaujas anketas uz respondentu dzīvesvietām), netika iekļautas to zūdošās popularitātes dēļ.

Pētījumiem internetā iespējamas vairākas variācijas – katrai no tām ir gan cits izmantojums, gan arī citi metodoloģiskie ierobežojumi.

Aptaujas no datu bāzēm – pētījumu veicējs izsūta aptaujas anketu noteiktam respondentu lokam, piemēram, sava uzņēmuma klientiem vai arī darbiniekiem. Šāda aptauja parāda noteikta šaura cilvēku loka viedokli, un viņu viedoklis ir reprezentatīvs ar nosacījumu, ka tas netiek attiecināts uz ģenerālo kopumu. Ja pētījuma veicējam ir pieejama visu noteiktas grupas pārstāvju elektroniskā kontaktinformācija (e-pasta adreses vai citi saziņas kontakti – piemēram, *Skype* utt.), tad lielā mērā var uzskatīt, ka pētījums ir reprezentatīvs attiecībā uz visu grupu. Kā pozitīvu piemēru var minēt darbinieku apmierinātības pētījumus, kas tiek veikti datorizēti. Ja uzņēmuma darba vietas ir aprīkotas ar datortehniku (kā tas arvien biežāk notiek mūsdienīgos uzņēmumos), tad jebkuram dalībniekam ir iespēja piedalīties pētījumā un izteikt savu viedokli, un pētījuma rezultāti ir uzskatāmi par reprezentatīviem. Elektroniskā anketa nodrošina arī lielāku respondentu uzticēšanos un atklātākas atbildes par darba devēju. Savukārt, ja šāds pētījums tiek veikts, piemēram, ražošanas uzņēmumā, kurā atsevišķiem darbiniekiem nav pieejams dators vai piekļuve tam ir apgrūtināta, tad pētījuma rezultāti būs kropļoti.

Aptaujas interneta lapās – piemēram, dienas jautājumi interneta portālos vai uzņēmumu mājas lapās. Šādi pētījumi noteikti nav uzskatāmi par reprezentatīviem, jo tiek pieļauts pašizlases princips, tādēļ respondentu vidū ir vairāk indivīdu, kas vēlas izpaust viedokli, taču tas nenozīmē, ka šāds pats atbilde sadalījums būs visā ģenerālajā kopumā. Šādas aptaujas var būt labas ieskatam par kādu jautājumu, taču ar rezultātu interpretāciju vajadzētu būt ļoti uzmanīgiem. Pie šīs pašas kategorijas būtu jāpieskaita aptaujas, kurās aicina piedalīties reklāmas ziņas (*banners*) vairākās interneta lapās.

Respondentu paneli – šī metode paredz, ka noteiktas aptaujas respondenti tiek iepriekš speciāli atlasīti (rekrutēti), pārliecinoties par to, ka tiek ievākta adekvāta sociāli demogrāfiskā informācija – dzimums, vecums, tautība, nodarbošanās utt.; nodrošinot iespēju balansēt izlasi, iekļaujot noteiktu skaitu vīriešu / sievietes, lai panāktu līdzīgu sadalījumu kā ģenerālajā kopā; palielinot iespēju attiecināt aptaujas rezultātus uz ģenerālo kopu. Šī metode paredz, ka respondenti piedalās pētījumos ilgtermiņā, savukārt par veltīto laiku viņiem tiek atlīdzināts ar noteiktu motivācijas sistēmu – iespēju krāt punktus un mainīt tos pret kādu no balvām, piedalīties balvu izlozēs, ziedot noteiktu naudas summu labdarībai vai, visbeidzot, saņemt noteiktu naudas summu kontā par katru aizpildītu anketu. Pēc laika par katru no respondentiem tiek uzkrāts noteikts daudzums informācijas – intereses, laika pavadīšanas veidi, produktu patēriņš utt., kas papildus ļauj veikt padziļinātu analīzi.

Raksta autors uzskata šo par piemērotāko metodi vispārīgām kvantitatīvajām aptaujām, jo vienīgi vadīta respondentu uzaicināšana nodrošina datu reprezentatīvātāti. Tādēļ turpmāk apskatītie ierobežojumi un risinājumi galvenokārt attiecināti uz paneļa tipa pētījumiem internetā. Iespējami arī dažādi specializētie paneļi, kuru mērķis ir noskaidrot kādas šauras grupas viedokli, piemēram, automašīnu vadītāju, ārstu, informācijas tehnoloģiju speciālistu, lēmumpieņēmēju (uzņēmumu augstākā līmeņa vadība), māmiņu. Veidojot šādus specializētos paneļus, par papildu kritērijiem izmanto šādam panelim specifiskus jautājumus, piemēram, bērna vecums un dzimums māmiņu panelī utt.

Analizējot ierobežojumus, kas jāņem vērā, lai veiktu pētījumus internetā, un izsakot priekšlikumus, raksta autors balstās uz pētījumu analīzi (*Research-on-Research*), ko veikušas tiešsaistes tirgus pētījumu vadošās kompānijas *Bloomerco*, *Ciao*, *TNS* utt.

## Reprezentativitāte un izlases veidošana

Kā jau minēts, reprezentativitātes trūkums ir būtisks ierobežojums (11) interneta pētījumu izmantošanā. Ja tiek izmantota pašizlase respondentu atlasē – t. i., pētījuma anketu aizpilda brīvprātīgie un netiek nodrošinātas nejaušas izlases, tad, kā norāda V. Pino (*Pineau*) un D. Slotviners (*Slotwiner*) (8, 1.–15. lpp.), šādas brīvprātīgo izlases uzskatot par reprezentatīvām, iespējams pieņemt nepareizus biznesa lēmumus, tādēļ secinājumi jāizdara pareizā kontekstā.

Iespējamās izlases nobīdes ir saistītas ar šādiem faktoriem – nokļājuma kļūdu, pašizlases kļūdu un neatbildēšanas kļūdu.

Nokļājuma kļūda (*Coverage Error*) rodas tādēļ, ka noteiktas ģenerālās kopas grupas netiek iekļautas pētījumos (piemēram, mājsaimniecības, kurās nav interneta pieslēguma). Šīs problēmas risinājums var būt pētījuma metožu apvienojums – t. i., papildu pētījuma veikšana tai ģenerālās kopas daļai, kas nelieto internetu. Protams, jāņem vērā metodoloģiskie jautājumi, kā salīdzināt pētījumu rezultātu, kas iegūts no diviem dažādiem datu avotiem. Analizējot situāciju Latvijā, jāsecina, ka, interneta lietotāju skaitam palielinoties, nokļājuma kļūdas ietekme mazinās. Tā saskaņā ar jaunākajiem *TNS* veiktā pētījuma „Nacionālais mediju pētījums: internets, rudens 2007” datiem (15) internetu Latvijā lietojuši 50% iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem, kas vērtējams kā vidējs rādītājs. Taču, analizējot internetizācijas līmeni pa vecuma grupām, tas ir 93% jauniešu vecumā no 15 līdz 19 gadiem un 77% vecumā no 20 līdz 29 gadiem. Salīdzinot šos rādītājus ar iepriekšējā gada rādītājiem, lielākais kāpums vērojams vecuma grupā no 40 līdz 49 gadiem (no 34 līdz 50%), kas vieš cerības par turpmāku interneta lietošanas pieaugumu ārpus jauniešu aprindām.

Pašizlases kļūda (*Self-Selection Error*) – nobīde, kas saistīta ar to, ka pētījumā piedalās brīvprātīgie, nevis respondenti, kas atlasīti pēc nejaušības principa. Risinājums ir uzlabot respondentu atlasē un motivācijas metodes, tai skaitā piedāvāt piedalīties pētījumos internetā, piem., veikalos sastaptiem cilvēkiem. Tādējādi tiek nodrošinātas vienlīdzīgas iespējas iekļūt pētījumos ne tikai aktīviem interneta lietotājiem.

Neatbildēšanas klūda (*Survey Nonresponse Error*) – nobīde, kas saistīta ar to, ka daļa respondentu neatbild uz pētījuma jautājumiem (7, 581. lpp.), vadoties no iepriekšējās pieredzes (piemēram, zinot, ka pozitīvas atbildes gadījumā par reklāmas atpazīstamību sekos vairāki papildu jautājumi par reklāmas novērtējumu, respondents atbild noliedzīgi). Risinājums ir noteikt pētījumu skaita ierobežojumu noteiktā laika vienībā, lai nepārslogotu respondentu un veicinātu atklātu atbilžu sniegšanu.

Savukārt respondentu atlases procesā nepieciešams ievākt pēc iespējas detalizētāku sociāli demogrāfisko informāciju par respondentu, lai būtu iespējams veidot ģenerālajam kopumam atbilstošu izlasi. Jānoskaidro respondenta vecums, dzīvesvieta, nodarbošanās, kā arī jautājumi, kam varētu būt ietekme uz respondenta atbildēm – interneta lietošanas intensitāte, interneta lietošanas vieta un pieslēguma veids.

## Datu salīdzināmība

Ja nepieciešams salīdzināt pētījuma datus, kas iegūti datorizētās intervijās internetā, ar iepriekš vai vienlaikus veiktiem citiem pētījumiem, kuros izmantota cita metode (piemēram, telefonintervijas vai tiešās intervijas), jāņem vērā, ka iespējamās rezultātu atšķirības – ne tikai iespējamo izlases atšķirību dēļ, bet arī metodoloģijas īpatnību dēļ. Piemēram, telefonintervijā uzdodot jautājumu, uz kuru respondentam jāatbild ar „Jā” vai „Nē”, paredzams augstāks „Jā” atbildes īpatsvars, nekā tas būtu, rādot šo jautājumu respondentam interneta vidē kā vairākatbilžu jautājumu (21).

## Datu kvalitāte

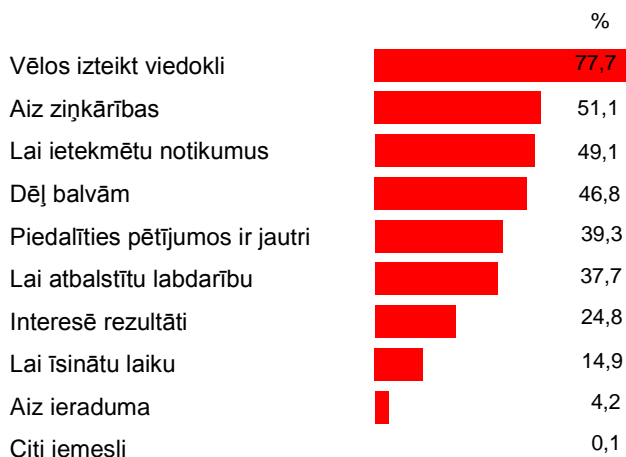
Lai nodrošinātu pētījuma datu kvalitāti, nepieciešams izstrādāt noteiktas paneļa „tīrīšanas” un atjaunošanas procedūras (3). Piemēram, ja atsevišķi respondenti aizpilda pētījuma anketas pavirši, pārbaude iespējama, izmērot vidējo anketas aizpildes laiku un salīdzinot to ar katru individuālo respondentu vai arī atkārtoti uzdodot vienus un tos pašus jautājumus. Šādus respondentus vajag brīdināt un, ja neseko izmaiņas aizpildes kārtībā, izslēgt no paneļa. Otrs tīrīšanas aspekts ir regulāra informācijas atjaunošana par respondentiem – bērnu skaits, dažādu preču esamība īpašumā utt., jo ir atsevišķi jautājumi, kas laika gaitā mainās.

Lai nodrošinātu godprātīgas respondentu atbildes, nepieciešams izturēties ar cieņu (6), izskaidrot iemeslus, kāpēc, piemēram, noteikta anketa vai tās daļa respondentam nav jāaizpilda, piemēram, jautājums par automašīnu zīmolu novērtējumu tiek uzdots tikai automašīnu īpašniekiem.

## Balvas par dalību pētījumos

Lai panāktu ilgstošu sadarbību ar respondentiem, nepieciešama viņu motivācija (10, 2. lpp.). Visbiežāk lietotais līdzeklis ir dažādas materiālas balvas, taču nepieciešams balanss starp materiālajiem labumiem (13, 110. lpp.)

(sakrātie punkti, atlīdzība naudā, kuponi) un nemateriālajiem labumiem (jaunumu lapas, īpaša attieksme pret respondentiem, atgriezeniskās saites e-pasti), par to liecina arī *Bloomer*ce veiktais pētījums (sk. 1. attēlu). Atbilstoši šim pētījumam ir vērojamas arī atšķirības starp Eiropas valstu dalībniekiem – atsevišķās valstīs, piemēram, Francijā un Lielbritānijā, salīdzinoši augstāk tiek vērtēti materiālie aspekti.



1. att. Iemesli, kādēļ respondenti piedalās pētījumos internetā (17, 6. lpp.)  
*Reasons why respondents participate in online surveys*

Salīdzinoši augstu respondenti vērtē arī atgriezenisko saiti par pētījumu rezultātiem – vidēji vairāk nekā 90% respondentu (17, 7. lpp.) atzīst, ka informācija par pētījumu rezultātu izmantojumu utt. ir viņiem nozīmīga. Tas liecina, ka ir būtiski informēt respondentus par interesantākajiem pētījumu rezultātiem, par to, kā viņu sniegtā informācija ir palīdzējusi uzlabot kādu produktu, pakalpojumu vai varbūt politisku lēmumu.

Atlīdzību par pētījumu vēlams noteikt atkarībā no pētījuma apjoma un sarežģītības – jo īsāks ir pētījums, jo mazāka atlīdzība un otrādi. Biežāk lietotais princips ir atšķirīgs punktu skaits par pētījumiem, kurus respondents var mainīt pret kādu preci vai pakalpojumu. Gadījumā, ja motivācija ir noteiktas naudas summas samaksa par pētījuma anketas aizpildīšanu, tiek noteikts dažāds atlīdzības apjoms dažādiem pētījumiem.

## Respondentu „profesionālisms”

Respondentiem regulāri piedaloties interneta pētījumos, iespējama tendence kļūt par „profesionāļiem”, t. i., zinot pētījumu uzdošanas principus, mainās respondentu atbildes – parādās tendence atbildēt, ka noteikti pakalpojumi vai produkti netiek lietoti, kā arī uz jautājumiem tiek atbildēts pavisāmāk. Jāņem vērā arī tas, ka, regulāri piedaloties pētījumos, respondenti iegūst informāciju no pētījumu

anketām un bieži vien ir krietni vairāk informēti par dažādiem produktiem un pakalpojumiem nekā vidēji ģenerālajā kopā. Tādēļ pētījumu veicējam ir jācenšas ierobežot jautājumu skaitu, uz kuriem atbild respondenti, un var tikt noteikti nosacījumi, piemēram, ja respondents ir atbildējis uz jautājumu par finanšu sektoru, tad nākamais šāda tipa jautājums var tikt uzdots ne biežāk kā pēc 3 mēnešiem (7, 584. lpp.). Vēl iespējams ierobežot maksimālo pētījumu skaitu laika vienībā, piemēram, mēnesī vai gadā. Raksta autors ierosina nenovērtēt par zemu iespējamo profesionālisma ietekmi un ieviest šādas kontroles procedūras.

## Anketas dizains

Izstrādājot pētījuma anketu, jāņem vērā, ka interneta pētījumu rezultātus līdzīgi kā citu pētījumu rezultātus ietekmē pētījuma anketas izskats un jautājumu formulējums. Jo skaidrāk ir formulēti jautājumi, jo mazāka ir pārpratumu iespēja utt. Taču interneta pētījumiem ir arī sava specifika, piemēram, jāņem vērā tehniskas nianšes – respondenta datora ekrāna izmēri, kas noteic, kā izskatīsies pētījuma anketa. Ir ļoti rekomendējams anketas jautājumus izvietot tā, lai tie nebūtu jāpārtin un ietilptu vienā ekrānā. Būtiska nozīme ir arī instrukcijām, kas minētas pie jautājumu aizpildes, piemēram, ka iespējamās vairākas atbildes vai atbildē jānorāda vienīgi skaitlis. Tā kā pētījuma anketas aizpildīšanas laikā nepiedalās intervētājs, tad instrukciju precizitāte nosaka aizpildes kvalitāti. Personiskiem jautājumiem jāieliek atbildes iespēja (opcija) „Nevēlos atbildēt uz jautājumu”, lai respondentam būtu iespējams atteikties no viedokļa paušanas. Lai respondentiem nezustu koncentrēšanās spējas, starp gariem jautājumu blokiem ieteicami atslogojoši jautājumi, piemēram, ar attēliem utt.

## Anketas garums

*Bloomer*ce veiktie pētījumi parāda, ka anketēšanai jābūt ne ilgākai par 17 minūtēm (20, 2. lpp.). Salīdzinot, vai pētījuma anketas garums ietekmē atsaucības līmeni (*response rate*), *Bloomer*ce speciālisti min (20, 5. lpp.), ka ietekme nav ļoti būtiska starp īsu (12 min) un garu (35 min) anketu, tomēr raksta autors konstatējis, ka ir vērojamas atšķirības starp dažādu valstu respondentiem, kā arī atsevišķās mērķa grupās ir būtiskāks anketu pārtraukšanas rādītājs (*dropout rate*). Tādēļ autors iesaka, izstrādājot anketas interneta pētījumiem, paredzēt to aizpildīšanas ilgumu ne lielāku par 15–17 min.

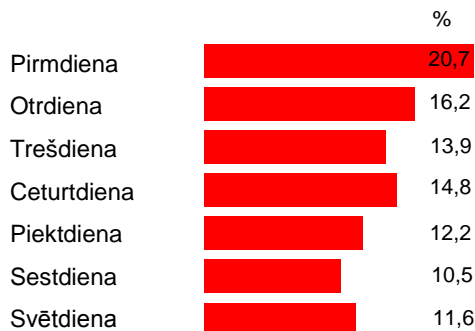
## Kultūras atšķirības

Ar pētījumiem internetā iespējams veikt starpvalstu projektus, izmantojot vienādu metodoloģiju, taču jāņem vērā, ka, uzdodot vienu un to pašu jautājumu, iespējama dažāda jautājumu interpretācija atkarībā no respondentu mentalitātes un kultūras īpatnībām. Tādēļ atsevišķos gadījumos var būt nepieciešama jautājumu adaptācija – raksta autors ierosina veikt pilotpētījumu ar nelielu anketu skaitu, lai

noteiktu anketas jautājumu uztveramību. Saskaņā ar *Bloomer* pētījumiem eiropiešiem ir tendence līdzīgi uztvert pētījumu jautājumus, taču atšķirības vērojamas jautājumos, kur nepieciešams skaitliskais novērtējums (16, 2. lpp.), tādēļ tiek ierosināts šādiem jautājumiem lietot Likerta skalu.

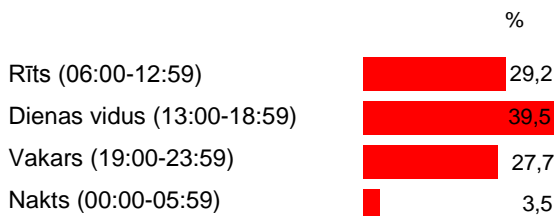
## Atsaucības koeficients

Kaut arī dažkārt pētījumu veicēji nepievērš atsaucības koeficientam (*response rate*) pienācīgu uzmanību, pēc autora domām, šis ir būtisks rādītājs, kas ilustrē pētījuma datu ticamību (14, 2. lpp.). Ja atsaucības koeficients ir zems, tas liecina par neatbildēšanas kļūdu (*Survey Nonresponse Error*), jo noteikta ģenerālās kopas daļa nav atbildējusi uz pētījuma jautājumiem. Faktori, kas ietekmē atsaucības koeficientu, ir gan pētījuma tematika, anketas garums un izskats, gan pētījuma uzaicinājuma izsūtīšanas laiks. Lai palielinātu respondentu atsaucību, jāņem vērā diena, kad respondenti vislabāk atbild uz aptaujas jautājumiem (sk. 2. attēlu).



2. att. Vēlamā atbildēšanas diena (18, 5. lpp.)  
*Preferred day of response*

Analizējot pētījumu anketas aizpildes laiku, secināts, ka dienas vidus ir aktīvākais periods un gandrīz 40% respondentu atbild uz pētījumu jautājumiem šajā laikā (sk. 3. attēlu). Tādēļ piemērotākais pētījumu uzaicinājumu izsūtīšanas laiks ir pirmdienas rīti, lai respondenti varētu aizpildīt pētījumu anketas dienas vidū.



3. att. Vēlamais atbildēšanas diennakts laiks (18, 5. lpp.)  
*Preferred time of day*

## Tehniskie risinājumi

Veicot pētījumus internetā, pētījumu veicējs ir būtiski atkarīgs no datorsistēmām un to stabilas darbības, tādēļ pētījumu veikšanas sistēmai jābūt rūpīgi testētai un sistēmas kapacitātei jābūt piemērotai paredzamajam respondentu skaitam. Papildu prasības programmatūrai ir iespēja rotēt jautājumu un jautājumu atbilžu secību, tā mazinot jautājumu secības ietekmi uz pētījumu rezultātiem. Lai nodrošinātu jautājumu uzdošanu tikai daļai respondentu (piemēram, tiem respondentiem, kas atbilst noteiktiem kritērijiem), tiek uzdoti papildu jautājumi. Ja pētījumā izmantoti attēli, video un skaņas materiāli, tad programmatūrai jānodrošina jautājumu korekta attēlošana uz biežāk lietotajām datorsistēmām. Un, visbeidzot, atbilstoši *ESOMAR* rekomendācijām jānodrošina savienojuma šifrēšana (ar SSL), lai garantētu respondentu anonimitāti.

## Secinājumi

1. Tirgus pētījumi internetā kļūst arvien populārāki, un tas izskaidrojams ar zemākām pētījumu veikšanas izmaksām, ātrāku datu ieguvi un pieaugošo interneta popularitāti, kas palielina datu reprezentativitāti.
2. Pētījumiem internetā ir daudz priekšrocību salīdzinājumā ar citām datu ievākšanas metodēm, taču ir arī vairāki ierobežojumi.
3. Būtiskākie ierobežojumi tirgus pētījumiem internetā ir reprezentativitātes trūkums un nespēja nodrošināt izlases nejaušību.
4. Lai nodrošinātu ievāktu datu kvalitāti, nepieciešams ievērot vairākas kvalitātes procedūras – respondentu atlasi pētījumiem, atbilžu kontroli un anketas dizaina un jautājumu izstrādi.
5. Nepieciešams kontrolēt pētījumu atsaucības koeficientu (*response rate*), lai nodrošinātu pētījumu datu ticamību.

## Priekšlikumi

1. Raksta autors iesaka izvēlēties respondentu paneļus kā reprezentatīvāko interneta pētījumu metodi.
2. Izvēloties aptaujāt tikai noteiktu ģenerālās kopas daļu (piem., uzņēmuma darbiniekus vai klientus), jāņem vērā ierobežotās vispārīnāšanas iespējas, taču, korekti lietojot, šīs metodes var tikt izmantotas ar ļoti labiem rezultātiem.
3. Pilnveidojot interneta pētījumu atbilžu kvalitāti, nepieciešams nodrošināt efektīvu motivācijas sistēmu (ietverot gan materiālo, gan nemateriālo motivāciju), veidot atgriezenisko saiti (informējot par atbilžu nozīmīgumu un to praktisko lietojumu) un, visbeidzot, izprast respondentu uzvedību un piemēroties tai, piemēram, izsūtot pētījumus respondentiem vēlamākajā diennakts laikā utt.

## LITERATŪRA

1. Appel M. Rising Diary Response among Young People: E-diaries, Phone Motivation and Incentives. Worldwide Radio, Ed. Fellows D. S. 2001, Amsterdam: Esomar, p. 103–113.
2. Davis M. The ASP Technology Revolution. Telecommunications: Migration into a New eService World? Ed. Fellows D. S. 2000, Amsterdam: Esomar, p. 65–74.
3. Deutskens E., Ruyter K., Wetzels M. An Assessment of Equivalence between Online and Mail Surveys in Service Research. Journal of Service Research, Vol. 8, No. 4, May 2006, p. 346–355.
4. Down J., Bennett G., Matthews R. Using WAP Phones to Conduct Market Research. Telecommunications: Migration into a New eService World? Ed. Fellows D. S. 2000, Amsterdam: Esomar, p. 75–97.
5. Ladet M., Jukes S. Getting ready for the big convergence between mobile phones, the internet and shopping. A European segmentation of consumer needs raises new challenges for research and marketing. Telecommunications: Migration into a New eService World? Ed. Fellows D. S. 2000, Amsterdam: Esomar, p. 151–159.
6. Lipner W. The Future of Online Market Research. Journal of Advertising Research. June 2007, p. 142–146.
7. Nancarrow C., Cartwright T. Online Access Panels and Tracking Research. International Journal of Market Research. Vol. 49, Issue 5, p. 573–594.
8. Pineau V., Slotwiner D. Probability Samples vs. Volunteer Respondents in Internet Research: Defining Potential Effects on Data and Decision-Making in Marketing Applications. Knowledge Networks, 2004, p. 1–15.
9. Poynter R., Quigley P. Qualitative Research and the Internet. The Business Value of Emotional Intelligence. Ed. Fellows D. S. 2001, Amsterdam: Esomar.
10. Ranchhod A., Zhou F. Comparing Respondents of E-mail and Mail Surveys: Understanding the Implications of Technology. Marketing Intelligence & Planning, 2001, p. 254–262.
11. Sparrow N. Quality Issues in Online Research. Journal of Advertising Research. June 2007, p. 179–182.
12. Spohrer M. eConsumer Profiles in Europe and the Unites States. Telecommunications: Migration into a New eService World? Ed. Fellows D. S. 2000, Amsterdam: Esomar, p. 101–109.
13. Stafford T., Gonier D. The Online Research “Bubble”. Communications of the ACM, September 2007, Vol. 50, No. 9, p. 109–112.
14. Wilson A., Laskey N. Internet Based Marketing Research: a Serious Alternative to Traditional Research Methods. Marketing Intelligence & Planning, 2003, p. 70–84.
15. Internetu pēdējā pusgada laikā lietojuši 50% Latvijas iedzīvotāju. Pieejams: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2715> (skatīts 22.11.2007.)

## NEPUBLIĀTIE AVOTI

16. Bloomer White Paper 1: Cross-Cultural Influences in European Online Marketing. Research. October 2003.
17. Bloomer White Paper 2: Panelist Loyalty – Can It Be Bought? February 2004.
18. Bloomer White Paper 3: Response and Field Period Effects. May 2004.
19. Bloomer White Paper 4: Response Effects in Europe. August 2004.
20. Bloomer White Paper 5: Questionnaire Length & Fatigue Effects. March 2005.
21. TNS nepublicētie materiāli.



## Summary

For enterprises to operate successfully, nowadays it is crucial to adjust to and to research consumer needs; therefore, the role of market research is becoming stronger. Historically the most recent research method, which is the fastest growing, is online market research. The author compares this method with former methods – phone and face-to-face interviews etc – and describes the advantages and drawbacks of each. The author provides solutions for the identified drawbacks – lack of representativeness, data quality, and need of motivation systems. The identified problems are illustrated with data from research-on-research by leading online market research providers – *Bloomerice*, *TNS* a.o. Online panel research is identified to be an optimal research method because of the highest data representativeness and generalization possibility. As a conclusion, the author gives recommendations for enterprises who want to use online market research.

**Keywords:** online marketing research, internet, panel research.

## **Konkurences vides ietekme uz Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspēju un iespējamie risinājumi konkurētspējas paaugstināšanai**

### **The Impact of a Competitive Environment on the Competitiveness of Food Manufacturers in Latvia and Possible Solutions to Increase Competitiveness**

**Ilze Lapa**

SIA „Unilever Baltic”

Baznīcas iela 20/22, Rīga, LV-1010

E-pasts: *ilze.lapa@unilever.com*

Izmaiņas uzņēmējdarbības vidē rada nepieciešamību meklēt arvien jaunus veidus un paņēmienus, kā veicināt uzņēmumu konkurētspēju un konkurētspējas priekšrocības sasniegšanu, lai sekmētu spēju izturēt konkurenci. Izmantojot Latvijas pārtikas ražotāju aptaujas datus, rakstā analizēts, kā uzņēmumi novērtē pastāvošās uzņēmējdarbības vides faktoru ietekmi uz to konkurētspēju. Latvijas pārtikas uzņēmumu konkurētspējas veicināšanai piedāvāts izmantot paņēmienus, kas balstīti pastāvošās konkurences vides attīstības tendencēs: uz sadarbību balstīta pieeja, konkurences cīņas mazināšana, zināšanu uzkrāšana un izmantošana jauninājumu kopradīšanā.

**Atslēgvārdi:** konkurence, konkurētspēja, uz sadarbību vērsta pieeja, zināšanas, Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumi.

## **Ievads**

Pagājušā gadsimta beigās uzņēmējdarbības vidē pasaulē un Latvijā notika būtiskas izmaiņas: ekonomikas mākslīga stāvokļa pārveidošanas beigas, tehnoloģisko inovāciju straujš pieaugums, globalizācijas ietekmes pastiprināšanās. Šie un citi faktori ir veicinājuši izmaiņu strajos tempus apkārtējā vidē un radījuši vajadzību pārskatīt pastāvošos saimniekošanas paņēmienus.

Pieaugot konkurencei, pieaug arī uzņēmumu konkurētspējas nozīme to izaugsmes un attīstības nodrošināšanā. Uzņēmuma konkurētspēja ir svarīgs faktors, kas nodrošina tā ilgtspējīgu attīstību konkurences apstākļos. Jo augstāka ir tirgū pastāvošās konkurences intensitāte, jo lielāka nozīme uzņēmuma sekmīgas darbības nodrošināšanā ir uzņēmuma konkurētspējai (19, 450. lpp.). Konkurētspēja nosaka spēju izturēt konkurenci salīdzinājumā ar analogiskiem uzņēmumiem konkrētajā tirgū. Konkurētspēju var definēt kā īpašību, kas raksturo uzņēmuma reālo vai potenciālo spēju apmierināt kādu konkrētu vajadzību salīdzinājumā ar citiem uzņēmumiem, kas atrodas tirgū (5, 23. lpp.).

Izmaiņas uzņēmējdarbības vidē (straujas un neparedzamas izmaiņas, pieaugošā globalizācijas ietekme, pieaugoša konkurence starp uzņēmumiem) rada nepieciešamību meklēt arvien jaunus veidus un paņēmienus, kā paaugstināt uzņēmumu konkurētspēju un priekšrocību sasniegšanu, lai sekmētu spēju izturēt konkurenci (7, 31. lpp.).

Pēc iestāšanās Eiropas Savienībā (ES) Latvija noniecīga nacionāla tirgus ir kļuvusi par trešā lielākā tirgus dalībnieci, tātad vietējiem uzņēmumiem jācīnās ar pieaugošo konkurenci ne tikai vietējā, bet arī starptautiskā līmenī. Lai nodrošinātu Latvijas uzņēmumu sekmīgu darbību pašreizējās uzņēmējdarbības vides apstākļos, jāanalizē konkurences vides faktoru ietekme uz uzņēmumu konkurētspēju un jāmeklē jauni risinājumi tās veicināšanai. Īpaši nozīmīgi ir veicināt konkurētspēju tradicionālām Latvijas pārstrādes rūpniecības nozarēm, kurām papildus pastāvošajām vadības metodēm jāmeklē jaunas atšķirīgas pieejas atbilstoši esošām tendencēm jaunajos ekonomiskajos apstākļos.

## **Uzņēmējdarbības vide un tās attīstības tendences**

Mūsdienu uzņēmējdarbības vidē nereti rodas situācijas, kas nepārprotami liecina par jaunu ekonomikas apstākļu rašanos. Uzņēmumu darbība ir pakļauta uzņēmējdarbības vides izmaiņām, kuras raksturo vairāki faktori.

- **Izmaiņu ātrums.** Straujais izmaiņu temps uzņēmējdarbības vidē rada nepieciešamību uzņēmumiem nepārtraukti pārorientēties un pielāgoties izmaiņām, kurām bieži vien ir īslaicīgs raksturs. Zināšanas, kā pastāvīgi piemērot darbību atbilstoši mainīgām situācijām, kļūst ne tikai par konkurētspējas saglabāšanas, bet arī par uzņēmuma izdzīvošanas priekšnosacījumu.
- **Izmaiņu sarežģītība.** Uzņēmumiem jāpielāgojas dažādām izmaiņām, kas vienlaikus sastopamas uzņēmējdarbības vidē: jaunu tirgu, tehnoloģiju un produktu rašanās, jaunu konkurentu ienākšana, jaunu likumdošanas normu ieviešana, jaunu konkurences paņēmieni lietošana u. c. Šīs izmaiņas padara iepriekšējās stratēģijas nederīgas un rada vajadzību pēc jaunām zināšanām un konkurences metodēm.
- **Izmaiņu neparedzamība.** Pastāvot nenoteiktām robežšķirtnēm starp produktu kategorijām, tirgiem, patērētāju segmentiem, tehnoloģijām u. c., rodas neparedzamas sekas, kas izraisa negaidītas izmaiņas konkurences vidē (8, 58. lpp.).

Pieaug e-resursu izmantošana patērētāju vajadzību apmierināšanai, kas nodrošina elastīgu pieeju, inovāciju ieviešanas ātrumu, darījumu izmaksu samazināšanu un plašāku pieeju tirgiem (3, 17. lpp.). Lai saglabātu konkurētspējas priekšrocību, uzņēmumiem jāražo un jāizplata produkcija arvien ātrāk un nepārtraukti jārada jaunas inovācijas: gan tehnoloģiskās, gan produktu, gan stratēģiju, gan uzņēmumu iekšējās uzbūves vai struktūras jomās (15, 14. lpp.).

Tieši pieaugošā inovatīvās darbības nozīme nosaka pāreju no industriālās ekonomikas posma uz „zināšanās balstītu ekonomiku” (1, 253. lpp.). Pieaugot nemateriālo resursu lomai konkurētspējas veidošanā, ieguldījumi nemateriālajos resursos kļūst nozīmīgāki nekā tradicionālās investīcijas. Arvien lielāka nozīme tiek

piešķirta investīcijām, kas palielina uzņēmuma darbinieku zināšanu bāzi un attīsta viņu mācīšanās spējas.

Tradicionālā pieeja konkurencei ir balstīta uz nozares uzņēmumu sacensību. Galvenais uzņēmuma mērķis savas konkurētspējas nodrošināšanai ir veikt tādas darbības, kas būtu vērstas uz konkurentu apsteigšanu un uzvarēšanu. Lai gan tradicionālā pieeja konkurencei joprojām ir nozīmīga un tās atziņas tiek plaši izmantotas gan teorijā, gan praksē, tās tomēr ir balstītas uz pagātnes ekonomikas apstākļiem un pilnībā neņem vērā tās jaunās tendences konkurences vidē, ar kurām jāsastopas uzņēmumiem: jaunu vadības filozofiju, kompleksām attiecībām starp tirgus dalībniekiem, mainīgiem faktoriem konkurētspējas veidošanā. Dinamiskās izmaiņas apkārtējā vidē rada nepieciešamību pēc paradigmu maiņas, saglabājot un neiznīcinot vēsturisko atziņu vērtības (11, 211. lpp.).

Konkurences vide ir kļuvusi tik īpatnēja, ka tajā parādījušās jaunas tendences, kas tajās pastāvošo spēku izmantošanu uzņēmuma attīstībā skaidro ar pieeju, kas balstīta nevis uz sacensību, bet uz sadarbību. Šāda pieeja samazina koncentrēšanos tikai uz konkurences cīņu un rosina izmantot jaunās tendences uzņēmuma konkurences spējas veidošanā. Šīs pieejas priekšrocība ir uzņēmuma resursu novirzīšana no sacensības cīņas uz uzņēmuma inovāciju attīstību un jaunu tirgu radīšanu.

Pastāv jaunāki pētījumi, kuru autori iesaka atšķirīgas pieejas nozares dinamikas attīstībai un atteikšanos no iznīcinošās sacensības (2; 6). Ir klasificēti vairāki virzieni, kādos konkurences cīņa tiek aizstāta ar atšķirīgu pieeju uzņēmuma darbības sekmīgai nodrošināšanai.

- *Sadarbība ar konkurējošiem uzņēmumiem konkurētspējas veidošanas un kopīgu problēmu risinājumu meklējumos.* Savstarpēji sadarbojoties, uzņēmumi var kopīgi iesaistīties vienādo problēmu risināšanā un sasniegt mērķus, kas saistīti gan ar vispārējo konkurences vidi (likumdošanas izstrāde, darbaspēka attīstīšana, sociālie jautājumi u. c.), gan ar atsevišķu uzņēmumu darbību (pētījumu veicināšana, inovāciju izstrādāšana u. c.). Konkurējošie uzņēmumi var apvienoties profesionālās asociācijas un risināt kopīgas problēmas vai attīstīt jaunus tirgus un kopīgus inovatīvus izpētes projektus (16, 11. lpp.).
- *Izvairīšanās no konkurences cīņas, radot jaunu pieprasījumu un jaunas tirgus nišas.* Tradicionāli tiek izmantotas konkurences stratēģijas, lai pārspētu konkurējošos uzņēmumus, salīdzinātu to sasniegumus un nemitīgi uzturētu savstarpēju sacensību. Turpretim uzņēmumam koncentrējoties nevis uz konkurences cīņu, bet uz vērtību jaunradi saviem pircējiem un pašam uzņēmumam, tiek radīts jauns pieprasījums un jaunas tirgus daļas. Ievērojot šādu stratēģisku pieeju, uzņēmums var izmantot apkārtējās vides tendences un radīt atšķirību, izveidojot tirgū jaunus standartus vai jaunas nišas, tādā veidā padarot konkurences cīņu jaunajai situācijai neatbilstošu (6, 12. lpp.).
- *Sadarbība ar piegādātājiem.* Piegādātāji konkurences vidē ir vērā ņemams spēks, jo tie uzņēmumu nodrošina ar nepieciešamajiem resursiem tā darbības nodrošināšanai un atšķirības veidošanai. Noteiktos apstākļos piegādātāji var paaugstināt izejmateriālu cenu vai pazemināt to kvalitāti, kas ir īpaši nozīmīgi attiecībā uz stratēģisko resursu piegādātājiem. Mainoties tendencēm konkurences vidē, tiek ieteiktas alternatīvas metodes, kā risināt attiecības ar piegādātājiem. Liela nozīme tiek piešķirta izdevīgu

ilgtermiņa attiecību izveidošanai, kas nozīmē, ka uzņēmumiem veidojas padziļināta izpratne citam par cita darbības procesiem un pat daļēja saplūšana (14, 10. lpp.). Šāda noturīga sadarbības sistēma veido pakāpenisku piegādātāju piesaisti un nodrošina resursu pieejamību.

- *Sadarbība ar pircējiem.* Cīņa par pircēju ir viens no tradicionālo konkurences stratēģiju galvenajiem aspektiem. Uzņēmumi iesaistās konkurences cīņā, salīdzina savu darbību un sniegumu, lai pircējos izraisītu lielāku interesi par savu ražojumu salīdzinājumā ar konkurentu izstrādājumiem. Mūsdienu apstākļos ir kardināli mainījusies patērētāja loma produktu veidošanas procesā, kas rada jaunas tendences konkurences vidē. Patērētāju vairs nevar uztvert tikai kā pasīvu vērtības saņēmēju, bet drīzāk tas jāapzinās kā aktīvs un izglītots produkta veidošanas procesa dalībnieks. Uzņēmuma loma vairs neaprobežojas tikai ar produktu vai pakalpojumu piegādi, bet tam drīzāk ir jāizveido darbību sistēma, ar kuru patērētāji var veidot sev vajadzīgās vērtības (20, 360. lpp.). Balstoties uz uzņēmuma spējām (tehniskām un sociālām), tiek attīstīti jauni patērētāju vajadzību apzināšanas interaktīvie kanāli un vērtības kopradīšana sadarbībā ar patērētāju (18, 15. lpp.). Tieši dialoga veidošana ar patērētāju, izmantojot savas atšķirīgās spējas, izskaidro vienu uzņēmumu izdzīvošanu un sekmes, kā arī citu panīkumu un neveiksmes (17, 5. lpp.).

Pieaugot konkurences intensitātei un samazinoties produktu dzīves ciklam, pātrinās pakalpojumu un produkcijas pārvēršanās par patēriņa precēm, pieaug cenu kari un sašaurinās uzņēmumu tīrās peļņas daļa. Mainoties pastāvošajai konkurences videi un tajā notiekošajiem procesiem, uzņēmumiem jāmeklē jaunas pieejas konkurētspējas veicināšanai, lai nodrošinātu uzņēmumu izaugsmi un attīstību.

## Latvijas pārtikas ražotāju aptauja un tās metodika

Kaut gan kopējā Eiropas pārtikas nozares konkurētspēja salīdzinājumā ar ASV un Kanādas pārtikas nozarēm samazinās (to noteikusi tās zemāka produktivitāte un ekonomija uz apjoma rēķina) (22, 15. lpp.), tā joprojām ir nozīmīga Eiropas pārstrādes nozare. Pārtikas nozari ietekmē šādas attīstības tendences:

- zems iedzīvotāju pieauguma līmenis, kā sekas ir ierobežots pārtikas preču patēriņa pieauguma līmenis;
- 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 ieviešanu (tai skaitā biotehnoloģiju lietošana, kas vēl ir strīdīgs jautājums ES);
- inovācijas, kas veicina produkcijas diferenciāciju (9, 25. lpp.).

Pārtikas ražotājiem jāņem vērā pastāvošās tendences gan konkurences vidē, gan nozarē un jāizmanto tās savas konkurētspējas paaugstināšanai gan vietējā, gan Eiropas tirgū.

Pārtikas rūpniecības nozare ir lielākā Latvijas apstrādes rūpniecības nozare, un tā veido gandrīz ceturto daļu no rūpniecības pievienotās vērtības. Tās apgrozījums 2007. gadā kopumā bija 965 702 tūkst. latu, un tajā tika nodarbināti 32 449 darbinieki (23).

Pārtikas rūpniecības nozare ir nozīmīga ne tikai no ekonomiskā, bet arī no sociālā aspekta. Pārtikas nozare ne tikai ražo pārtikas produktus, lai apmierinātu mainīgās patērētāju vajadzības, bet arī ikdienas patēriņa preces, kuru kvalitāte, drošums un sastāvs tieši ietekmē iedzīvotāju veselību. Iedzīvotāju veselības bāzi veido ne tikai iedzimtība, sociālie, ekonomiskie, vides un ar dzīvesveidu saistītie paradumi, bet arvien lielāka nozīme piešķirama pilnvērtīgam uzturam un drošai pārtikai. Latvijas iedzīvotāju veselības rādītāji ir vieni no sliktākajiem Eiropas Savienībā, tādēļ nepieciešams realizēt veselīga uztura rīcības plānu, kas ietver ne tikai sabiedrības izglītošanu veselības jomā, bet arī sadarbību ar pārtikas ražošanas uzņēmumiem, lai veicinātu veselīgas, uz vietējo lauksaimniecību balstītas pārtikas ražošanu un novērstu ar uzturu saistītas veselības problēmas (25, 4. lpp.).

Latvijas pārtikas nozare ir ļoti sadrumstalota. Lai gan statistikas uzskaitē tiek uzrādīti 765 uzņēmumi, kas ražo pārtiku iedzīvotājiem, reālais uzņēmumu skaits ir mazāks, jo vieni un tie paši uzņēmumi darbojas divās vai vairākās pārtikas rūpniecības nozarēs, bet daži vairs nenodarbojas ar pārtikas ražošanu. Vairākums uzņēmumu ir klasificējami kā mikro, mazie un vidējie uzņēmumi, kuriem pēc Latvijas tirgus pievienošanās ES tirgum jākonkurē ne tikai ar vietējiem, bet arī ar citu valstu un starptautiskiem pārtikas uzņēmumiem. Energoresursu sadārdzinājums un izejvielu pieejamības samazināšanās, darbaspēka trūkums, straujas pārmaiņas pasaules tirgū – tas viss pārtikas ražotājiem liek pārvērtēt savu konkurētspēju vienotajā Eiropas tirgū.

Lai nodrošinātu Latvijas iedzīvotājus ar pilnvērtīgu un veselīgu vietējās lauksaimniecības pārtiku, būtu jāveicina to Latvijas pārtikas ražotāju izaugsme un attīstība, kuru pieredze konkurences apstākļos salīdzinoši nav ilga, un tie parasti izmanto tradicionālas pieejas saimnieciskās darbības nodrošināšanai. Tā kā tieši zemo cenu stratēģija līdz šim bijis viens no galvenajiem tirgus iegūšanas veidiem, straujais izmaksu kāpums būtiski samazina Latvijas preču konkurētspēju un tikai strukturālās pārmaiņas un jaunu, pastāvošai uzņēmējdarbības vides tendencēm atbilstošu paņēmieni izmantošana spēs nodrošināt turpmāku uzņēmumu konverģenci.

Lai novērtētu Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspēju, 2007. gadā tika veikts pētījums, aptaujājot pārtikas ražotājus, kuri reģistrēti Latvijas Republikā. Aptaujā respondenti tika lūgti atbildēt uz 56 jautājumiem, kas ietvēra dažādu kritēriju novērtējumu. Respondentiem bija jāvērtē kritēriji pēc iepriekš dotas ballu skalas (Likerta skalas). Lai novērstu aizpildīšanas kļūdas, pie katra jautājuma tika sniegta skalas vērtības saprotams skaidrojums. Vērtējumam izmantota sešu ballu skala, kas novērš iespējamu paviršu izsvērumu (izmantojot pārskaitļa skalu, respondents nevar izvēlēties vidējo vērtējumu).

Pētījuma izlasei 2006. gada beigās tika apzināti strādājoši pārtikas ražošanas uzņēmumi. Lai gan pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem 2005. gadā Latvijā ir bijuši 762 pārtikas uzņēmumi, faktiskais uzņēmumu skaits ir mazāks, jo vieni un tie paši uzņēmumi darbojas divās vai vairākās pārtikas rūpniecības nozarēs, nenodarbojas ar pārtikas ražošanu vai ir likvidēti. Pētījuma izlasei tika veidota Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumu datubāze, par pamatu izmantojot un papildinot publiski pieejamas datubāzes: Pārtikas un veterinārā dienesta (PVD)

atzīto uzņēmumu saraksts (26) un Ekonomikas ministrijas (EM) ekonomiski aktīvo pārtikas ražotāju saraksts (24).

Pēc maksimāli iespējamo kontaktu noskaidrošanas 2007. gada 22. februārī tika uzsākta pētījuma aptaujas anketas izsūtīšana. Kopā tika izsūtītas 516 anketas, no tām 367 pa e-pastu, 139 pa faksu un 10 pa pastu. Anketai tika pievienota arī pavadvēstule, kurā izskaidroti pētījuma mērķi, tā saturs un minēti organizētāji, kā arī izskaidroti anketas aizpildīšanas nosacījumi un piezīme par konfidencialitātes ievērošanu.

Kopumā tika iegūta 121 anketa, no kurām 94 tika saņemtas pa e-pastu, 23 – pa faksu un 4 – pa pastu. Saņemto anketu skaits bija 23,5% no izsūtītajām anketām un 18,6% no ekonomiskā uzskaitē esošiem uzņēmumiem, kas vērtējams kā labs rezultāts. Sasniegtās izlases salīdzinājums ar pieejamiem statistikas datiem par uzņēmumu sadalījumu pēc darbības profila liecina, ka izdevies iegūt reālajam sadalījumam atbilstošu izlasi.

Apkopojot saņemtās atbildes, var konstatēt, vai Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumi savas konkurences stratēģiju veidošanā izmanto pastāvošās uzņēmējdarbības vides tendences (sadarbības pieeju attiecībā pret piegādātājiem, izplatītājiem, pircējiem un konkurējošiem pārtikas ražošanas uzņēmumiem), kā arī sniegt ieteikumus jaunu risinājumu izmantošanai uzņēmumu konkurētspējas veicināšanai.

## **Uzņēmumu konkurētspēju ietekmējošie procesi un to vērtējums**

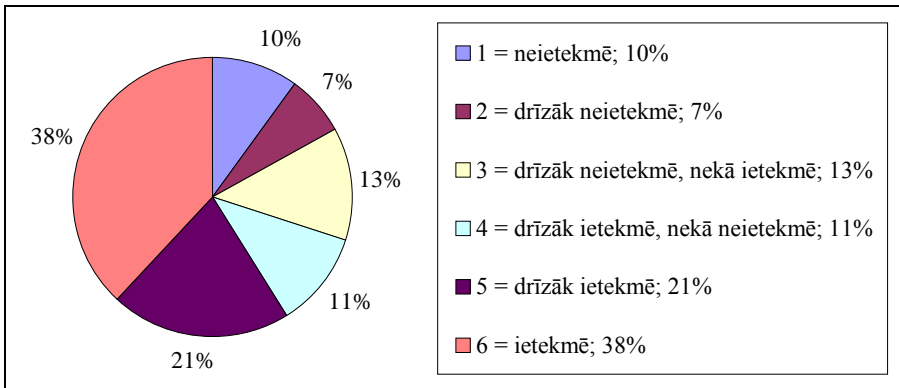
Aptaujas respondentiem tika lūgts novērtēt, vai to konkurētspēju ietekmē šādi nozīmīgi pašreizējās uzņēmējdarbības vides faktori pārtikas nozarē:

- atkarība no izejvielu piegādātājiem;
- atkarība no izplatīšanas kanāliem;
- atkarība no pircēju vēlmēm un pirktspējas;
- konkurence ar vietējiem (Latvijas) pārtikas ražotājiem;
- konkurence ar ārvalstu (ES, trešo valstu) pārtikas ražotājiem;
- produkcijas vai preču markas atdarinātāji.

Katrs faktors bija jānovērtē 1 līdz 6 ballu skalā, kur 1 neietekmē, 2 drīzāk neietekmē, 3 drīzāk neietekmē nekā ietekmē, 4 drīzāk ietekmē nekā neietekmē, 5 drīzāk ietekmē, 6 ietekmē.

Apkopojot rezultātus un salīdzinot tos ar uzņēmuma darbības novērtējumu, var spriest, vai uzņēmumos ir pietiekama izpratne par jaunām tendencēm konkurētspējas veicināšanā un vai to darbība ir vērsta uz šo tendenču izmantošanu savas konkurētspējas veicināšanā.

Nodrošinājums ar kvalitatīvām izejvielām ir viens no faktoriem, kas ietekmē pārtikas ražotāju konkurētspēju, jo izmantotie izejmateriāli ietekmē tādus svarīgus pārtikas produktu rādītājus kā drošums un garšas īpašības. 1. attēlā ir redzams, kā respondenti vērtē to uzņēmuma konkurētspējas atkarību no izejvielu piegādātājiem.



Avots: autores pētījums.

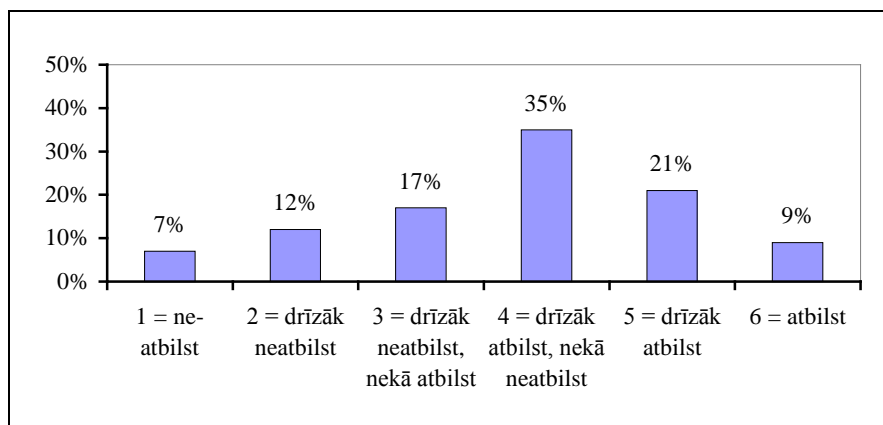
*1. att. Vērtējums par atkarību no izejvielu piegādātājiem  
Dependence on the suppliers of raw materials*

Novērtējot uzņēmumu atkarību no izejvielu piegādātājiem, tikai 30% respondentu šī faktora ietekmi uz to konkurētspēju vērtē kā visumā nebūtisku (vērtējums no 1 līdz 3), bet 70% aptaujāto atzīst, ka tie visumā ir atkarīgi no izejvielu piegādātājiem (vērtējums no 4 līdz 6).

Lai uzņēmums ne tikai regulāri būtu nodrošināts ar izejvielām, bet arī varētu ražot produkciju, kas atbilst patērētāju vajadzībām un likumdošanas normām, ir būtiski labi pazīt savus piegādātājus un izprast to piedāvājuma iespējas un kvalitāti. Tādas tendences kā lauksaimniecības kultūrām izmantojamo zemju platību samazināšanās, lauksaimniecības produkcijas patēriņa pieaugums Āzijas valstīs un izmantojums citās nozarēs, ir veicinājušas pārtikas izejvielu cenu pieaugumu gan pasaulē, gan Latvijā, tādēļ pārtikas ražotājiem arvien aktuālāka kļūst uzņēmuma nodrošināšana ar nepieciešamajām izejvielām (21).

Lai veicinātu uzņēmuma konkurētspēju, pārtikas ražotājiem ir lietderīgi izveidot un īstenot sadarbības programmu ar saviem piegādātājiem, īpaši ar stratēģiski svarīgu izejvielu piegādātājiem, kas balstīta uz ilgtermiņa sadarbību un abpusēji izdevīgiem nosacījumiem, tādējādi nodrošinot sava uzņēmuma darbību ar nepieciešamajām izejvielām un samazinot negaidītu izmaksu pieaugumu. 2. attēlā parādīti aptaujas rezultāti, kur pārtikas ražotājiem bija jānovērtē uzņēmuma sadarbības sistēma ar izejvielu piegādātājiem. 64% respondentu atzina, ka visumā uzņēmumā pastāv sadarbība ar izejvielu piegādātājiem un uzņēmuma darbiniekiem ir izpratne par piegādātāju uzņēmuma darbību un tā specifiku, kā arī tie labi pazīstami ar piegādātāju uzņēmuma darbiniekiem (vērtējums no 4 līdz 6). Tomēr 36% respondentu atzina, ka šādas sadarbības sistēmas uzņēmumā visumā nav (vērtējums no 1 līdz 3).



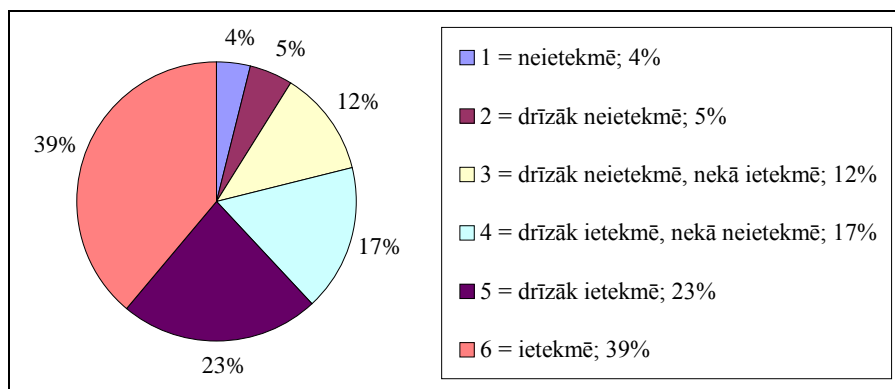


Avots: autores pētījums.

2. att. Vērtējums par uzņēmumu sadarbību ar izejvielu piegādātājiem  
*Cooperation with the suppliers of raw materials*

Jāsecina, ka iespēja sadarboties ar piegādātāju uzņēmumiem tiek izmantota nepilnīgi, kaut gan uzņēmumi atzīst pastāvošo izejvielu piegādātāju ietekmes nozīmi. Nodibinot sadarbības attiecības ar piegādātājiem, uzņēmumi ne tikai varētu labāk paredzēt iespējamās izmaiņas izejmateriālu piegādē vai kvalitātē, bet arī ilgtermiņā nodrošināt uzņēmumu ar nepieciešamo izejmateriālu, tādējādi paaugstinot savu konkurētspēju.

Mainoties preču realizēšanas sistēmai, pieaug izplatīšanas kanālu loma pārtikas produktu realizācijā (13, 65. lpp.). 3. attēlā parādīts, kā respondenti vērtē to uzņēmuma konkurētspējas atkarību no izplatīšanas kanāliem.

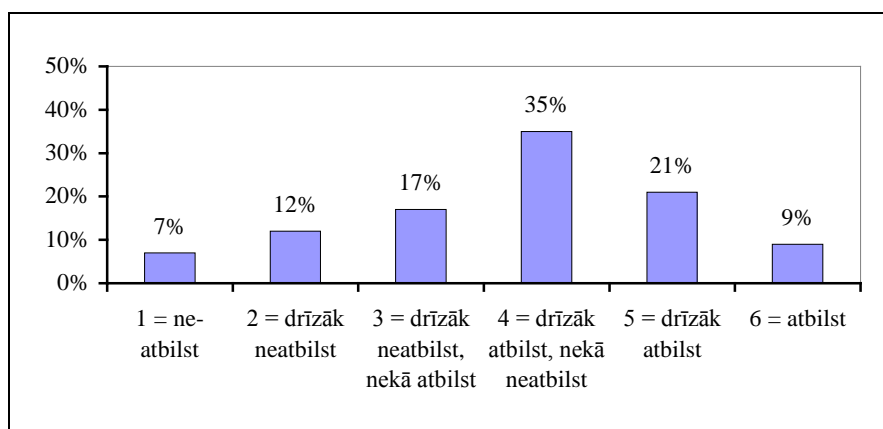


Avots: autores pētījums.

3. att. Vērtējums par atkarību no izplatīšanas kanāliem  
*Dependence on the distribution channels*

Novērtējot šī faktora ietekmi uz uzņēmuma konkurētspēju, 79% respondentu atzina, ka atkarība no realizācijas kanāliem ietekmē to konkurētspēju (vērtējums no 4 līdz 6), bet tikai 4% respondentu uzskatīja, ka atkarība no izplatīšanas kanāliem to

konkurētspēju neietekmē vispār (vērtējums 1). Atbilstoši mūsdienu tendencēm, kas pastāv uzņēmējdarbības vidē, iespējams izmantot jaunus risinājumus konkurētspējas veicināšanai, kas balstīti uz sadarbības veidošanu ar produkcijas izplatītājiem. Izmantojot tirgus informāciju un meklējot jaunus veidus, kas veicina izplatītāju stratēģisko mērķu sasniegšanu (atbilstoša apjoma produkcijas piedāvājums, patērētāju vajadzībām atbilstošu inovāciju izstrāde, izmaksu samazināšana), ražotāji var nodibināt ilgtermiņa sadarbības sistēmu ar izplatītājiem, kas var veicināt uzņēmuma konkurētspēju. 4. attēlā parādīts respondentu novērtējums uzņēmumā pastāvošai sadarbības sistēmai ar uzņēmumiem, kas ir to produkcijas izplatītāji.



Avots: autores pētījums.

4. att. Vērtējums par uzņēmuma sadarbību ar izplatītājiem  
*Cooperation with the distributors*

Kaut gan tikai 26% respondentu atzina, ka uzņēmumā visumā nepastāv sadarbības attiecības ar izplatītājiem (produkcijas pircējiem) (vērtējums no 1 līdz 3), tikai 8% aptaujāto uzņēmumu pārliecinoši norādīja, ka sadarbība ar produkcijas izplatītājiem pastāv (vērtējums 6). Tātad var secināt, ka pārtikas ražošanas uzņēmumos pastāv izpratne par konkurences priekšrocību, ko dod izplatītāja piesaiste, kas balstīta uz abpusēji izdevīgas sadarbības principiem, un tās praktiskā realizācijā iespējams milzīgs potenciāls. Uzņēmumiem lielākas pūles jāpieliek savu izplatītāju un to papildu vajadzību izzināšanā un labuma sniegšanā, piemēram, izmantojot informatīvo tehnoloģiju iespējas vai piesaistot ārpakalpojumus, tādējādi panākot savu ražojumu nonākšanu izplatīšanas kanālos un veicinot to konkurētspēju.

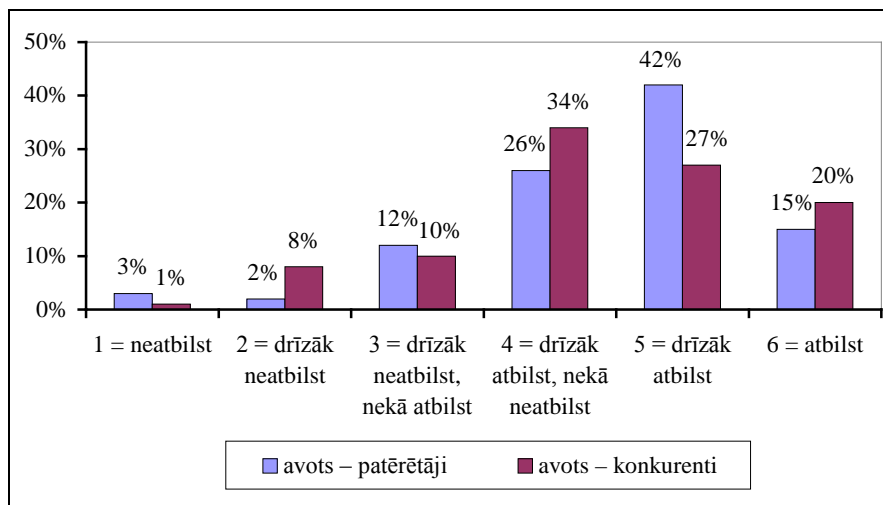
Viens no svarīgākajiem konkurences teorijas tradicionālās pieejas aspektiem ir konkurējošo uzņēmumu cīņa par pircēju. Arvien nozīmīgāku lomu konkurētspējas veidošanā ieņem uzņēmuma spēja veidot un uzturēt ciešas attiecības starp pārdevēju un pircēju, kā arī spēja piesaistīt patērētājus (10, 44. lpp.). Pārtikas ražotājiem jāņem vērā ne tikai ierobežotais kopējais pieprasījuma pieaugums, ko nosaka lēnā iedzīvotāju skaita palielināšanās, bet arī izmaiņas sabiedrības struktūrā, kas veido jaunas pieprasījuma tendences un līdz ar to noteiks pieprasījumu pēc jauna veida pārtikas produktiem. Iedzīvotāju pastiprinātā interese par veselību, kā arī sabiedrības novecošanās var sekmēt funkcionālo produktu pieprasījumu (gan specifisku veselības problēmu risinājumiem, gan antialergēnus, gan speciālu diētu

nodrošinošus), bet globalizācijas tendences veicina informāciju un pieprasījumu pēc citu kultūru pārtikas (9, 27. lpp.).

Respondenti tika lūgti novērtēt pircēju vēlmju un pirktspējas ietekmi uz uzņēmumu konkurētspēju. No iegūtajām atbildēm varēja secināt, ka 92% respondentu kopumā atzīst, ka pircēju vēlmes un to pirktspēja ietekmē uzņēmuma konkurētspēju.

Tādad uzņēmumu konkurētspēju ietekmēs to spēja radīt jaunu atšķirīgu piedāvājumu, kura radīšanas procesā nepieciešams iesaistīt patērētāju. Daži autori uzskata, ka tikai ciešā mijiedarbībā uzņēmums ar patērētāju spēj veidot unikālus jauninājumus, kas kļūst par jaunu konkurētspējas avotu. Tas sekmē jaunu konkurences attiecību izveidi, kas balstīta nevis uz uzņēmumu sacensību, bet nepieciešamību pēc padziļinātas izpratnes par pircēja darbības procesiem un pircēju iesaistīšanu kopīgu vērtību kopradīšanā (17, 7. lpp.).

Lai izprastu, kā uzņēmumos notiek jaunu vērtību veidošana, respondenti tika lūgti novērtēt, kas ir pamatā jaunu produktu un piedāvājumu radīšanā – zināšanas par pircējiem vai zināšanas par konkurentiem. Iegūtie rezultāti parādīti 5. attēlā.



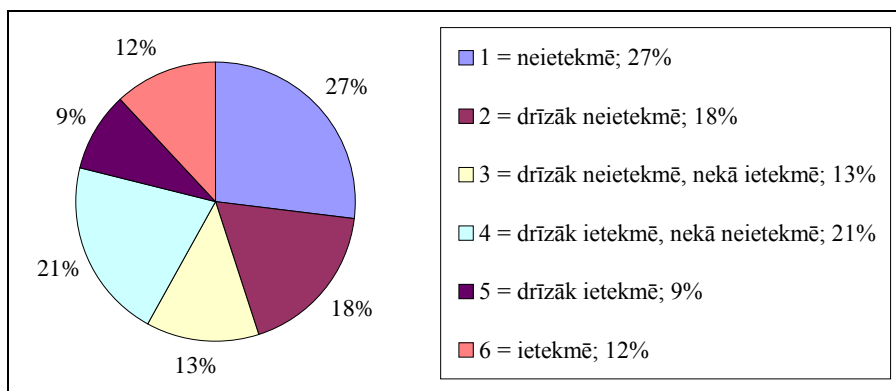
Avots: *autores pētījums.*

##### 5. att. Vērtējums par jaunu produktu veidošanas avotu *The sources of the development of new products*

Lai gan kopumā 83% respondentu norādīja, ka jaunu produktu radīšana uzņēmumā notiek, balstoties uz zināšanām par to patērētājiem (vērtējums no 4 līdz 6), tomēr 81% arī atzina, ka jauninājumu veidošanā tiek izmantotas zināšanas par konkurentiem. Arī novērtējot savas produkcijas vai preču markas atdarinātāju ietekmi uz uzņēmuma konkurētspēju, kopumā 41% aptaujāto norādīja, ka to preču imitēšana ietekmē uzņēmuma konkurētspēju, tātad viņi ir novērojuši produkcijas atdarināšanas procesus (vērtējums no 4 līdz 6). 6. attēlā parādīts novērtējuma sadalījums.

No iepriekš sniegtajām atbildēm jāsecina, ka Latvijas pārtikas ražotāji savā darbībā izmanto tradicionālās konkurences cīņas stratēģijas: jaunu produktu veidošana tiek balstīta uz konkurentu salīdzināšanu, atdarināšanu un pārspēšanu,

tādējādi nemitīgi uzturot uzņēmumu savstarpēju sacensību. Tomēr pašreizējā uzņēmējdarbības vidē uzņēmuma konkurētspēju veicinās tādu jaunu produktu ieviešana, kas balstīti uz pircēju vajadzību risinājumiem, nevis konkurentu atdarināšanu. Jauninājumi, kas veidoti ciešā sadarbībā ar patērētāju vai labi zinot to vajadzības, ne tikai ļauj piesaistīt pircējus, bet arī nodrošināt to lojalitāti un ilgtermiņā veido grūti imitējamu uzņēmuma konkurences pārkumu. Arī produkta markas stiprināšana un atpazīstamības veicināšanas pasākumi sekmē pircēju piesaisti un veicina izplatītāju ieinteresētību produkcijas ieviešanā, tādējādi paaugstinot uzņēmuma konkurētspēju.



Avots: autores pētījums.

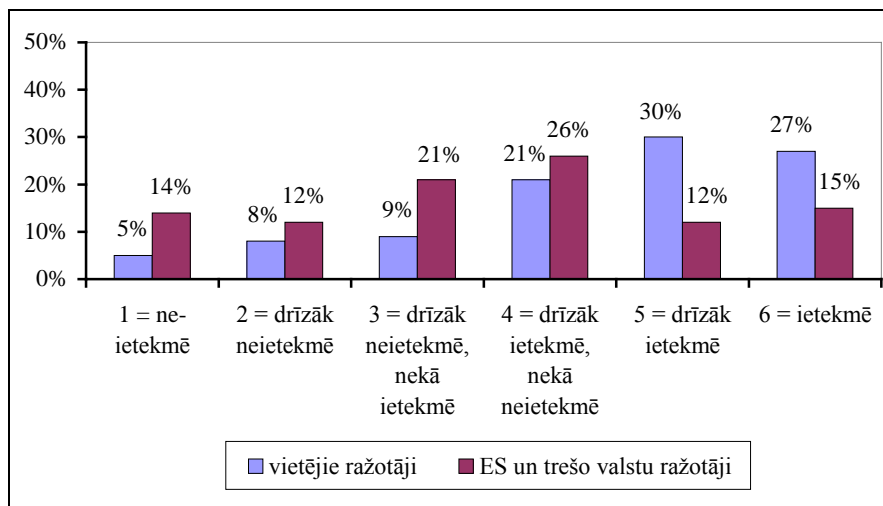
6. att. Vērtējums par produkcijas vai preču markas atdarinātāju ietekmi uz uzņēmumu konkurētspēju

*The impact of the product or trademark imitators on the competitiveness of the manufacturers*

Uzņēmumiem savas konkurētspējas veicināšanai būtu jāsamazina koncentrēšanās uz konkurences cīņu ar pārējiem nozares uzņēmumiem un jāizmanto sadarbības pieeja kopīgu problēmu risinājumiem un mērķu sasniegšanai. Pēc Latvijas tirgus pievienošanās ES tirgum Latvijas pārtikas ražotājiem jākonkurē ne tikai ar vietējiem, bet arī ar citu valstu un starptautiskiem pārtikas uzņēmumiem, tāpēc vietējo uzņēmumu sadarbība var veicināt Latvijas produkcijas atpazīstamību un eksporta potenciālu, tādējādi sekmējot uzņēmumu izaugsmi. Lai izprastu, kā pārtikas ražotāji vērtē pastāvošo konkurenci nozarē, respondenti tika lūgti novērtēt, kā to konkurētspēju tirgū ietekmē konkurence ar vietējiem (Latvijas) un ārvalstu (ES, trešo valstu) pārtikas ražotājiem. Novērtējumu salīdzinošie rādītāji redzami 7. attēlā.

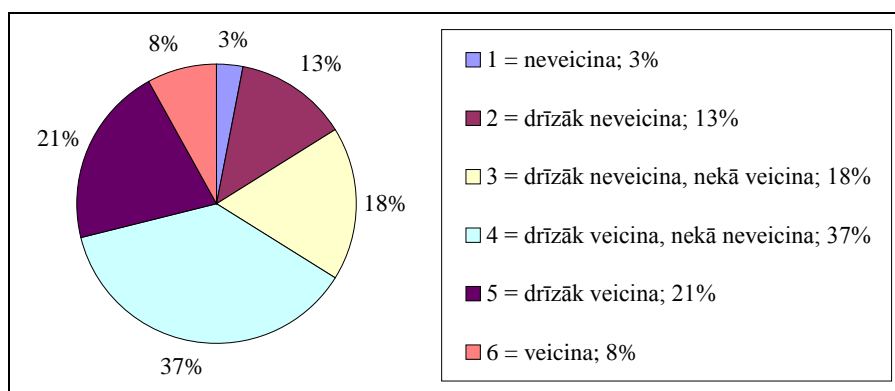
Analizējot iegūtos rezultātus, redzams, ka Latvijas pārtikas uzņēmumi konkurenci ar vietējiem (Latvijas) pārtikas ražotājiem uzskata par nozīmīgu faktoru, kas ietekmē to konkurētspēju. Kopumā 78% respondentu atzina, ka to konkurētspēju ietekmē konkurence ar vietējiem (Latvijas) pārtikas ražotājiem (vērtējums no 4 līdz 6). Savukārt tikai 5% aptaujāto uzskatīja, ka to konkurētspēju vietējie ražotāji neietekmē. Salīdzinot respondentu novērtējumus par vietējo un ārvalstu (ES un trešo valstu) pārtikas ražotāju ietekmi uz to konkurētspēju, jāsecina, ka Latvijas pārtikas ražotāji par nozīmīgāku konkurences spēku uzskata tieši vietējos, nevis ārvalstu pārtikas ražotājus. Tikai 15% respondentu norādīja, ka konkurence ar ES un trešo valstu

pārtikas ražotājiem ietekmē to konkurētspēju, savukārt tādu vērtējumu vietējiem ražotājiem bija devuši jau 27% respondentu (vērtējums 6). Šāds novērtējums liecina, ka Latvijas pārtikas uzņēmumi koncentrējas uz vietējo konkurenci, kā arī neizprot pastāvošo konkurences vides tendenču attīstību un nespēj izmantot tās konkurētspējas veicināšanai.



Avots: autores pētījums.

7. att. Vērtējums par konkurences ar vietējiem (Latvijas) un ārvalstu (ES un trešo valstu) pārtikas ražotājiem ietekmi uz uzņēmumu konkurētspēju  
*The impact of competition among local and foreign (the EU and third countries) food manufacturers on the competitiveness of the manufacturers*



Avots: autores pētījums.

8. att. Vērtējums par sadarbības ar citiem pārtikas ražotājiem nozīmi konkurētspējas veicināšanā  
*The significance of cooperation among food manufacturers for promotion of competitiveness*

Lai izprastu uzņēmumu attieksmi pret sadarbību ar nozares ražotājiem, respondentiem tika lūgts novērtēt, vai sadarbība ar pārējiem pārtikas ražotājiem ir konkurētspēju veicinošs faktors. Iegūtie rezultāti parādīti 8. attēlā. Lai gan kopumā 67% aptaujāto vērtē sadarbību kā visumā konkurētspēju veicinošu faktoru (vērtējums no 4 līdz 6), tomēr pārliecinoši uz to norādīja tikai 8% (vērtējums 6). No iegūtajiem rezultātiem var secināt, ka liela daļa respondentu joprojām nenovērtē labumu, ko var dot apvienošanās, piemēram, asociācijās vai interešu grupās, un kopīga problēmu risināšana, informācijas ieguve u. c.

Jāsecina, ka pašreiz pastāvošās pārtikas ražotāju sadarbības formas Latvijā – profesionālās asociācijas u. c. – pietiekami efektīvi nerisina pārtikas ražotāju problēmas, tādēļ arī nav pārliecinoša novērtējuma un atbalsta sadarbības pieejai. Veicinot izpratni par jaunām tendencēm uzņēmējdarbības vidē starp Latvijas pārtikas uzņēmumiem, tiktu samazināta savstarpēja konkurences cīņa un izmantotas priekšrocības, ko dod kopdarbība. Aktīvi sadarbojoties, uzņēmumi var apvienoties kopīgos formējumos, lai veidotu pievilcīgākus un izdevīgākus sadarbības nosacījumus produkcijas izplatītājiem (piemēram, veicinot kopēju produkcijas atbalstu, izglītojot pircējus un stimulējot patēriņa pieaugumu, nodrošinot nepieciešamo apjomu atbilstoši izplatītāju attīstības tendencēm) vai paši izveidotu savus izplatīšanas kanālus. Šādos formējumos uzņēmumi var apmainīties ar zināšanām, pilnveidot un uzturēt gan kopīgas informatīvās, gan tehnoloģiskās, gan inovatīvo izstrādņu bāzes, kas veicinātu darbības efektivitāti un stimulētu jaunu izstrādājumu radīšanu. Uzņēmumu apvienību uzdevums būtu sekmēt Latvijas pārtikas atpazīstamību un veidot pieprasījumu pēc tās ES un trešo valstu tirgos, tā paaugstinot Latvijas pārtikas uzņēmumu konkurētspēju globālās konkurences apstākļos.

## Secinājumi un priekšlikumi

1. Konkurences vidē mūsdienu apstākļos ir parādījušās jaunas tendences, kas konkurētspējas sasniegšanai veicina meklēt jaunus atšķirīgus paņēmienus.
2. Lai uzņēmumi spētu pielāgoties mainīgajai tirgus situācijai, tiem jāpārskata tradicionālā pieeja konkurencei un jāattīsta jauni, uz atšķirīgu pieeju balstīti paņēmieni konkurētspējas paaugstināšanai.
3. Sadarbība ar konkurējošiem uzņēmumiem, pircējiem, izejvielu piegādātājiem un produkcijas izplatītājiem ļauj iegūt padziļinātas zināšanas par to patiesajām vajadzībām un veidot jaunām konkurences tendencēm atbilstošus risinājumus.
4. Sadarbība ar konkurējošiem uzņēmumiem veicina konkurētspēju, tiem apvienojoties kopīgu problēmu risināšanā un iesaistoties mērķu sasniegšanā.
5. Analizējot aptaujas rezultātus, var secināt, ka Latvijas pārtikas uzņēmumos pastāv izpratne par atsevišķu faktoru ietekmi uz to darbības konkurētspēju, tomēr to stratēģijā pilnībā netiek izmantotas pastāvošās uzņēmējdarbības tendences, kas konkurences pārkumu skaidro ar pieeju, kas balstīta uz sadarbību.
6. Latvijas pārtikas ražotāji novērtē, ka vietējie pārtikas ražotāji to konkurētspēju ietekmē lielākā mērā nekā citu valstu (ES, trešo valstu) pārtikas ražošanas uzņēmumi.

7. 81% aptaujāto Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumu norāda, ka jaunu produktu izstrādāšana tiek balstīta uz zināšanām par konkurentu produkciju, kas veicina savstarpēju konkurenci.
8. Lai saglabātu Latvijas pārtikas nozares konkurētspēju globālās konkurences apstākļos, pārtikas ražošanas uzņēmumiem savā darbībā ir jāizmanto jauni konkurences paņēmieni, ievērojot ekonomiskās vides un tajā pastāvošās konkurences attīstības īpatnības.
9. Apgūstot un veidojot zināšanas par uzņēmuma piegādātājiem, izplatītājiem un patērētājiem, uzņēmumi var izstrādāt to prasībām un vajadzībām atbilstošu piedāvājumu, kas veicinātu konkurētspēju.
10. Izmantojot uzkrātās zināšanas, uzņēmumi var piesaistīt piegādātājus un pircējus, lai nodrošinātu savstarpēji izdevīgas ilgtermiņa attiecības un veicinātu Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspēju.
11. Uzņēmumiem būtu jāveido padziļinātas zināšanas par patērētāju vajadzībām un tie jāiesaista jauninājumu kopradīšanā, lai veidotu atšķirīgu piedāvājumu no citiem ražotājiem un mazinātu savstarpējo konkurences cīņu.
12. Latvijas pārtikas ražotājiem aktīvi jāiesaistās uz sadarbību balstītās profesionālās organizācijās, lai varētu apvienoties kopīgu aktuālu problēmu risināšanā un mērķu sasniegšanā.
13. Latvijas pārtikas ražotāju konkurētspējas pamatā jābūt aktuālām mūsdienu ekonomikas tendencēm, lai uzņēmumi sekmīgi varētu pastāvēt un integrēties vienotā Eiropas Savienības tirgū un nodrošinātu Latvijas iedzīvotājus ar pilnvērtīgu un veselīgu vietējo lauksaimniecības pārtiku.

## LITERATŪRA

1. Archibugi D., Lundvall B. *The Globalizing Learning Economy*. Oxford: Oxford University Press, 2002, 307 p.
2. Brandenburger A. M., Nalebuff B. J. *Co-opetition*. New York: Doubleday, 1998, 288 p.
3. Cortada J. W. *21st Century Business: Managing and Working in the New Digital Economy*. London: Pearson Education, 2000, 254 p.
4. Drucker P. F. *Managing in a Time of Great Change*. New York: Penguin Putnam Inc., 1995, 372 p.
5. Фаткутдинов Р. А. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление*. Москва: ИНФРА, 2000, 312 с.
6. Kim W. C. *Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Boston: Harvard Business School Press, 2005, 240 p.
7. Rifkins Dž. *Jaunās ekonomikas laikmets*. Rīga: Jumava, 2004, 280 lpp.
8. Shukla M. *Competing through Knowledge: Building a Learning Organization*. New Delhi: Response Books, 1997, 334 p.
9. Wijnands J. H. M., van der Meulen B. M. J., Poppe K. J. (eds.) *Competitiveness of the European Food Industry. An Economic and Legal Assessment*. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007, 320 p.
10. Day G. *The Capabilities of Market-Driven Organisations*. *Journal of Marketing*, 1994, Vol. 58, p. 37–52.
11. Ilinitch A. Y., Aveni R. A., Lewin A. Y. *New Organization Forms and Strategies for Managing in Hypercompetitive Environments*. *Organizational Science*, 1996, Vol. 7, p. 211–220.
12. Ireland R. D., Hitt M. A. *Achieving and Maintaining Strategic Competitiveness in the 21st Century: The Role of Strategic Leadership*. *Academy of Management Leadership*, 2005, Vol. 19, p. 63–77.

13. Lapa I. Starptautiska uzņēmuma stratēģijas pielāgošana biznesa vides attīstības tendencēm kā konkurētspējas priekšrocības paaugstināšanas iespēja. Starptautiskās zinātniskās konferences rakstu krājums. Efektivitāte un konkurence. 2006, 63.–68. lpp.
14. Miles R. E., Snow C. S., Mathews J. A., Miles G., Coleman J. H. Organizing in the knowledge age: Anticipating the cellular form. *Academy of Management Executive*. 1997, Vol. 11, p. 7–20.
15. Nonaka I. A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 1994, Vol. 10, p. 14–37.
16. Prahalad C. K. Week signals versus strong paradigms. *Journal of Marketing Research*, 1995, Vol. 32, p. 6–12.
17. Prahalad C. K., Ramaswamy V. Co-Creation Experiences: the Next Practice in Value. *Journal of Interactive Marketing*, 2004, Vol. 18, p. 5–14.
18. Prahalad C. K., Ramaswamy V. The New Frontier of Experience Innovation. *MIT Sloan Management Review*, 2003, Vol. 44, p. 12–18.
19. Volodina M. Konkurences priekšrocības un konkurētspēja kā uzņēmuma ilgtspējīgas attīstības svarīgākie faktori. LU Raksti. *Ekonomika*. 2004, 671. sēj.
20. Wikstrom S. Value Creation by Company-Consumer Interaction. *Journal of Marketing Management*, 1996, Vol. 2, p. 359–374.
21. Kasims V. Biodegviela sadārdzina pārtiku. *Diena*, 7. jūlijs, 2007, 8. lpp.
22. CIAA benchmarking report. Belgium, CIAA, 2006, 35 p.
23. Centrālās Statistikas pārvaldes dati. Pieejams: [www.csp.lv](http://www.csp.lv)
24. Ekonomikas ministrijas ekonomiski aktīvo pārtikas ražotāju saraksts.
25. Ministru kabineta pamatnostādnes „Veselīgs uzturs”. Pieejams: [www.lpc.gov.lv](http://www.lpc.gov.lv)
26. Pārtikas un veterinārā dienesta atzīto uzņēmumu saraksts.

## Summary

The existing changes in a competitive environment encourage companies to look for new ways and methods to increase competitiveness and gain competitive advantage to be able to withstand competition. Analyzing the survey data from Latvia's food manufacturers, the article attempts to understand the impact of the existing competitive environment on the competitiveness among food manufacturers. To increase the competitiveness of Latvia's food manufacturers, the author proposes methods based on the development trends of the existing competitive environment: cooperation-based approach, reduction of competition, knowledge accumulation and application in value co-creation.

**Keywords:** competition, competitiveness, cooperation-based approach, knowledge, food manufacturers in Latvia.



## Privātpersonas kredībspējas noteikšana

### Assessment of Private Individual's Creditworthiness

**Iona Lejniece**

Latvijas Universitāte  
Ekonomikas un vadības fakultāte  
E-pasts: *ilona.lejniece@lkb.lv*

**Andris Rigerts**

Latvijas Universitāte  
Ekonomikas un vadības fakultāte  
Mārstaļu iela 28/30, Rīga, LV-1050  
E-pasts: *andris.rigerts@lu.lv*

Kredītriska novērtēšanas galvenais kritērijs un kvalitātes rādītājs ir aizņēmēja kredībspēja. Pirms kredīta piešķiršanas notiek kredīta ņēmēja kredītuzticības un maksātspējas pārbaude. Lai novērtētu kredīta ņēmēja maksātspēju, jānosaka tā kredībspēja konkrētajā brīdī un iespējas dzēst savas kredītsaistības nākotnē. Raksta autori pēta privātpersonu kredītskoringa metodes lietderību kredītspējas noteikšanā un piedāvā to salīdzināt ar eksperta vērtējumu.

Raksta mērķis ir parādīt kredītriska vērtēšanas sistēmas pieaugošo nozīmi bankās, Latvijā strauji attīstoties kredītu tirgum.

Kredītskoringa modeļos eksistē divu veidu problēmas. Pirmkārt, analizējamo izlasi veido tikai klienti, kuriem kredīti jau ir izsniegti, un banka nekad neuzzinās, kā uzvestos tie klienti, kuriem kredīts tika atteikts. Otrkārt, cilvēki laika gaitā pakļauti sociāli ekonomiskajām izmaiņām, kas iespaido viņu rīcību, tāpēc kredītskoringa analīzes bāze ir jāveido no iespējami jaunākiem bankas klientiem. Liela nozīme ir eksperta speciālista vērtējumam nestandarta kredītu situāciju analīzē. Matemātiskie kredītskoringa aprēķini var nonākt pretrunā ar eksperta speciālista vērtējumu, jo matemātiskajā modelī ņemti vērā tikai skaidri fiksēti fakti, ignorējot nianšes, kam ir ietekme lēmuma pieņemšanā.

Eksperta speciālista priekšrocība ir sistēmiska domāšana, spēja ne tikai analizēt, bet piedāvāt optimālus risinājumus.

**Atslēgvārdi:** kredītu tirgus, kredītskorings, kredītspēja, eksperta vērtējums.

Latvijas pievienošanās Eiropas Savienībai, lata kursa piesaiste eiro un ļoti straujā ekonomikas attīstība veicinājusi Latvijas iedzīvotājos ticību nākotnei, iedrošinot cilvēkus uzņemties arvien lielāku kredītu apjomu. Kredītu tirgū vairākus gadus valdīja optimisms, par spīti tam, ka Latviju raksturo salīdzinoši neliela un atvērta ekonomiskā sistēma, kas strauji reaģē gan uz iekšējiem, gan ārējiem notikumiem, tieši ietekmējot kredītu procentu likmes. Jāņem vērā, ka zemo procentu likmju periods ir beidzies, un procentu likmēm ir tendence pieaugt.

Ārvalstu finanšu investīcijas ir būtisks Latvijas ekonomikas finanšu resursu avots, kura lielu daļu ārvalstu bankas ar savu Latvijā bāzēto finanšu iestāžu starpniecību izsniedz kredītos gan uzņēmējiem, gan mājsaimniecībām, gan mājokļa iegādei. Finanšu un kapitāla tirgus komisijas apkopotā statistika liecina, ka lielāko daļu kredītu veido hipotekārie aizdevumi. Kopējais Latvijas banku izsniegto hipotekāro kredītu apjoms 2007. gada septembra beigās bija 7,471 miljardi LVL, kas ir par 59,1% jeb 2,775 miljardiem LVL vairāk nekā iepriekšējā gada septembra beigās. Savukārt kopējais Latvijas banku izsniegtais hipotekāro kredītu apjoms 2006. gada septembra beigās bija 4,695 miljoni LVL, kas salīdzinājumā ar 2005. gada septembra beigām bija pieaudzis par 90,7%. Salīdzinot ar iepriekšējiem mēnešiem, mājokļu kredītu tirgus izaugsmes temps ir samazinājies (8).

Pastāv tieša saistība starp kredītu tirgu un ekonomiku, jo katra konjunktūras svārstība un procentu likmju izmaiņa ietekmē kredītu apjomu izmaiņas. Latvijas tautsaimniecībā ir vērojamas klasiskas pazīmes, kas norāda uz tirgus pārkaršanu, piemēram, augsts inflācijas līmenis, augsti nekustamā īpašuma iegādes kreditēšanas tempi un cenu līmeņa straujš pieaugums.

Šādā situācijā bankas vairs negrib riskēt, viegli izsniedzot kredītus, bet iedzīvotāji, visticamāk, vairs nespēj būtiski pārmaksāt par kredītresursu izmantošanu. Protams, bankas turpinās kreditēt, bet darīs to citādāk, strādājot individuāli, katram klientam meklējot un atrodot piemērotāko risinājumu. Banku kredītpolitika kļuvusi stingrāka, taču tas ir normāls un ekonomiski pamatots tirgus stabilizēšanās process, realizējot inflācijas apkarošanas plānu, virzot kredītu tirgu uz ilgtermiņā uzturamu līmeni.

Raksta autoru mērķis – uz Latvijas kredītu tirgus attīstības fona projicēt dažādu kredītriska vērtēšanas sistēmu nozīmi bankās un noteikt šo sistēmu problēmas un priekšrocības.

Kredītskorings ir automatizēta kredītriska vērtēšanas sistēma, kas plaši tiek lietota ASV un Rietumeiropā. Kredītskorings ļauj bankas darbiniekiem pieņemt ar kreditēšanu saistītos lēmumus, regulēt kreditēšanas apjomus atkarībā no situācijas banku tirgū un valstī kopumā, kā arī noteikt optimālo sakarību starp kredītooperāciju ienesīgumu un riska līmeni.

Klienta kredītskoringu veido visu svērto pazīmju kopsomma jeb integrālais rādītājs (*score*), kas ievieto klientu kopējā bankas kredītspējas skalā. Jo augstāks kredītspējas rādītājs, jo uzticamāks un drošāks ir klients. Atkarībā no klientu „cieto” faktoru (objektīvā analīze, t. sk. finanšu analīze) un „mīksto” faktoru analīzes (subjektīvā analīze, ekspertu, biznesa idejas u. tml. vērtējums) klientus var iedalīt līdzīgās grupās un piešķirt tiem gala integrālo rādītāju. Galvenās grūtības saistītas ar analīzes kritēriju un to svara koeficientu noteikšanu.

Banku kredītpolitikā pieaug kredītskorina nozīme. Ievadot sistēmā datus par kredītņēmēju, kurus klients norāda kredīta pieteikumā, notiek pirmā iepazīšanās ar klientu.

Kredītņēmēja kredītskorina (*credit-scoring*) metodi pirmo reizi lietojis amerikāņu ekonomists D. Djurans (*Duran*) 20. gadsimta 40. gadu sākumā, kad zinātnieks bija noteicis faktoru grupu, kas, pēc viņa viedokļa, ar lielu ticamības pakāpi varētu noteikt kredītriska pakāpi, izsniedzot patēriņa kredītu.

D. Djurans pēc punktu kopsomas potenciālos aizdevuma ņēmējus iedalīja „labajos” un „sliktajos” klientos. Piemēram, klients, kura reitings veidoja 1,25

punktus, bija labs klients bankai, bet, ja tika savākta mazāka kopsumma – sliktis klients. Atbilstoši šai metodei koeficienti noteiktu punktu skaita aprēķināšanai ir šādi:

- 1) vecums: 0,1 punkts par katru gadu (maksimums 0,30);
- 2) dzimums: sieviete – 0,4, vīrietis – 0;
- 3) dzīvesvietas nemainīguma ilgums: 0,042 par katru gadu, kas nodzīvots dzīvesvietā anketas aizpildīšanas brīdī;
- 4) profesija: 0,55 – par profesiju ar mazu riska pakāpi, 0 – par profesiju ar lielu riska pakāpi un 0,16 – par pārējām profesijām;
- 5) nodarbinātība nozarē: 0,21 – sadzīves pakalpojumu uzņēmumi, 0,5 – valsts iestādes, bankas un brokeru firmas;
- 6) nodarbinātība: 0,059 – par katru nostrādāto gadu uzņēmumā, bet ne vairāk kā 0,59 punkti;
- 7) finanšu rādītāji: 0,45 – par bankas konta esamību, 0,35 – par nekustamā īpašuma esamību, 0,19 – par dzīvības apdrošināšanas polises esamību.

Plašāka kredītskoringa izmantošana sākās ar kredītkaršu parādīšanos un to straujo popularitāti. Potenciālo kredītkaršu īpašnieku skaits ļoti ātri pieauga, un bankām, lai nezaudētu potenciālos klientus, nācās ieviest daudz efektīvāku un ātrdarbīgāku apkalpošanas modeli, t. i., automatizētu lēmuma pieņemšanas procesu.

Pārbaudot kredīta ņēmēju uzticamību, vissvarīgākais ir informācijas izvērtēšana un prognozes. Vairākos literatūras avotos ir izklāstītas divas pieejas: loģiski deduktīvā un empīriski induktīvā. H. Šīrenbeks (*Schierenbeck*) (3) piedāvā loģiski deduktīvā un empīriski induktīvā paņēmieni pārbaudes metodes privātpersonām (sk. tabulu).

Tabula

**Kredītņēmēju uzticamības pārbaudes paņēmieni (3, 136. lpp.)**  
*Ways of testing borrowers' credibility*

<b>Paņēmieni veids</b>	<b>Privātpersonas</b>
Loģiski deduktīvais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tradicionāla nestandarta kredītuzticamības pārbaude</li> <li>• maksātspējas aptaujas lapas</li> </ul>
Empīriski induktīvais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kredītskoringa metode</li> <li>• ekspertu sistēma</li> <li>• neironālie tīkli</li> </ul>

Svarīgākā empīriski induktīvā privātpersonu pārbaudes paņēmiena metode ir kredītskoringa. Metodes būtība ir tā, ka kredītņēmēja maksātspēju nosaka, balstoties uz novērojumiem par iepriekšējiem kredītņēmējiem un to kredītu darījumiem. Novērojumu rezultātus vispārina un attiecina uz izvērtējamo gadījumu. Galvenā vērība tiek veltīta nedaudziem pamatrādītājiem, kuri atspoguļo noteiktas un tipiskas pazīmes. Šis statistiskais paņēmieni ir privātpersonu kredīta darījumu testēšana (3, 137. lpp.).

E. Zgelve (2004) uzskata, ka maksātspējas analīzes mērķis, balstoties uz nelielu saturīgas informācijas apjomu, ir spēja identificēt labus un sliktus klientus, radot objektīvu iespēju ar nelielām izmaksām atlasīt klientus. Ar kredītskoringa metodes palīdzību notiek pirmā iepazīšanās ar bankas klientu un tā iespējamo

maksātspēju, ietaupot kredītspeciālista darba laiku. Aizdevumu vērtēšana pēc kredītskoringa sistēmas ir objektīva metode, ko var lietot ātrai lēmumu pieņemšanai par kredīta piešķiršanu (4, 69. lpp.).

D. Dernovseka (1) izklāsta uzlabotas kredītskoringa sistēmas *FICO Expansion score* ieviešanu pasaulē. Šī kredītskoringa sistēma ir pasaulē vadošās kredītskoringa korporācijas *Fair Isaac Corp. (FICO)* pilnveidots modelis. Tā paplašina kredītu tirgu un parāda nākotnes perspektīvā patērētāju spēju atdot aizdevumu. Jaunā metode palīdz kredītiestādei pieņemt lēmumu, nosakot, vai kredīta ņēmējs nākotnē būs maksātspējīgs. Šis jautājums kļuvis aktuāls, jo konstatēts, ka 50 milj. Amerikas iecelotāju nav pienācīgas kredītvēstures, kas nepieciešama, lai saņemtu kredītu. Tie ir gados jauni cilvēki (iespējamā vecuma grupa 18–25 gadi), kas nesen ienākuši darba tirgū, kā arī vecāka gadagājuma cilvēki, kuri parasti cenšas izbēgt no kredītsaistībām. Algoritmi nosaka, vai patērētājam ir perspektīvas kredīta atmaksai. *FICO Expansion score* rezultāts ir balstīts uz netradicionāliem patērētāju datiem, ieskaitot maksājumu veikšanu, iemaksas atlikumu un pirkšanas plānu (1, 31. lpp.).

*FICO* kredītskorings un tā variācijas ir izstrādātas ar mērķi noteikt nemaksāšanas varbūtību, un tajā galvenokārt tiek izmantoti šādi aptuvenie svērtie faktori:

- 1) 35% kredītvēsture – maksājumu savlaicīgums;
- 2) 30% kredītsaistību kapacitāte – esošo saistību apjoms pret maksimāli iespējamo saistību apjomu;
- 3) 15% – kredītvēstures ilgums;
- 4) 10% – klienta esošo kredītu veidi;
- 5) 10% – pēdējā gada laikā uzņemtās kredītsaistības.

Pašreizējo ienākumu līmenis un nostrādātais ilgums darbavietā *FICO* skoringa noteikšanā netiek ņemti vērā. *FICO* kredītskorings veic klientu ranžēšanu – nosaka attiecīgo klienta punktu skaitu un ievieto to vērtējuma skalā. *FICO* skalu veido vērtējums no 350 līdz 850 punktiem. Ja klienta vērtējums ir virs 720 punktiem, tas nozīmē, ka viņš ir laba riska klients, bet vērtējums zem 600 punktiem nozīmē, ka viņš ir slikta riska klients, un viņam nav iespējas automātiski saņemt plānoto kredītu.

Bez kredītskoringa metodes plaši tiek lietota arī kredītreitinga sistēma kā viens no kredītriska vadības instrumentiem, kas izmantojams privātpersonu kredītriska vadībā. Kredītreitinga sistēma ir efektīvs veids, kā mazināt būtiskāko tirgus nepilnību – informācijas asimetriju. Kredītreitinga sistēmas pamatā ir regulāra vēsturisko statistisko datu vākšana un privātpersonu finansiālā stāvokļa un darbību analīze. Sistēmas ievāc datus par personīgajiem ieņēmumiem, saistībām, finanšu līdzekļiem, īpašumiem, nemaksātajām saistībām u. c. Izmantojot statistisko analīzi, kas balstīta uz pietiekami lielu datu apjomu, ir iespējams diezgan precīzi noteikt dažādu personas finansiālās darbības vai stāvokļa ietekmi uz viņa kredītspēju nākotnē (7, 84.–87. lpp.).

Kredītreitinga sistēmas galvenie ieguvumi.

- 1) Bankas uzlabo savu riska atdeves attiecību (savukārt intensīvas banku konkurences dēļ šis ieguvums pāriet kredītņēmējam).
- 2) Iespējams objektīvāk novērtēt katru individuālo klientu un piedāvāt viņam resursu cenu, kas atbilst viņa riska līmenim. Ieguvēji būs ne tikai labie klienti, bet arī tie, kas pašreizējā kredītu piešķiršanas sistēmā tiek klasificēti kā kredītnespējīgie. Zems kredītreitings arī ir informācija, kas mazina

informācijas asimetriju. Zinot, cik riskants ir attiecīgais klients, banka var piedāvāt attiecīgu resursu cenu.

- 3) Kredītreitinga sistēma ir būtiska indivīdu motivācijai rīkoties atbildīgi un pārdomāti, uzlabojot resursu racionālu izvietojumu indivīda un valstiskā līmenī.
- 4) Kredītreitinga sistēma ļauj piešķirt kredītus bez tieša kontakta ar potenciālo aizņēmēju, tādējādi samazinot aizņemšanās administratīvās izmaksas.
- 5) Tā kā nav nepieciešams tiešs kontakts ar klientu, kredītiestādēm ir lielāka iespēja piedāvāt kredītus arī bez specifiskām zināšanām par klientu vai fiziskās infrastruktūras esamības klienta tuvumā. Tādējādi palielinātas konkurences dēļ samazināsies kredītresursu cena un palielināsies to pieejamība (7, 84.–87. lpp.).

Bankas klienta finanšu iespēju novērtēšana ir viņa labklājības novērtēšana, kas tieši saistīta ar šī klienta finanšu iespējām dzēst aizdevumu vienlaikus ar ikdienas izdevumiem un citām saistībām. Relatīvi ātrai nepieciešamās summas noteikšanai, kas būtu adekvāta kredīta riska segšanai, var izmantot metodi, aprēķinot speciālus rādītājus, kas raksturo minimālo maksājumu aizdevuma summas dzēšanai un maksimāli pieļaujamo aizdevuma apjomu atbilstoši klienta ienākumiem. Izmantojot šādus koeficientus, bankas darbinieks nosaka aizdevuma pieprasījumā norādīto ienākumu atbilstību faktiskajiem klienta ienākumiem, ienākumu avotu stabilitāti, apstākļus aizdevuma atmaksai gadījumā, ja aizņēmējs zaudēs daļu ienākumu.

Raksta autori uzskata, ka tieši standartizētos kredītu pieprasījumos ir visi priekšnosacījumi, lai lietotu kredītkoringa metodi. Nestandarta situāciju izpētē šī metode ir subjektīva. Matemātiskajā modelī ņemti vērā tikai skaidri fiksēti fakti, bet ne nianses, kurām arī var būt nozīmīga loma lēmuma pieņemšanā. Standartizētās pieejas ir vienkāršas un universālas, bet tās neparedz efektīvu kapitāla izmantošanu tādēļ, ka riska koeficients ne vienmēr atbilst patiesai zaudējumu varbūtībai un nav balstīts uz reālu maksātnespējas varbūtību.

Kredītkoringa metode nemeklē izskaidrojumu, kāpēc konkrētais klients nemaksā. Kredītkoringa izceļ tikai tos kritērijus, kas pēc iespējas skaidrāk parāda klienta drošības vai nedrošības līmeni. Piešķirot kredītu, banka nezina, vai tas tiks atmaksāts, bet tā zina, ka iepriekš klienti identiskā vecumā, kuri strādājuši šajā profesijā, kuriem bijis tāds pats izglītības līmenis un apgādājamo skaits, kredītu nav atmaksājuši, tādēļ šim klientam banka kredītu nedos. Šādā veidā izpaužas kredītkoringa sociāli diskriminējošais raksturs, t. i., ja klients pēc kvalitatīvo rādītāju scenārija ir tuvs sliktā riska klientu kredītvēstures pazīmēm, tad banka šim klientam kredītu nedod. Šis fakts parāda, ka arī kredītkoringa modeļiem pastāv ievērojams subjektivitātes līmenis.

No praktiskā viedokļa kredītkoringa modeļos galvenokārt eksistē divu veidu problēmas. Pirmā ir saistīta ar to, ka analizējamo izlasi veido tikai klienti, kuriem kredīti jau ir izsniegti. Banka nekad neuzzinās, kā uzvestos tie klienti, kuriem kredīts tika atteikts, jo pastāv reāla varbūtība, ka kāda daļa no tiem klientiem, kam kredīts tika atteikts, būtu bijuši labi savlaicīgie maksātāji. Taču kredīta atteikuma pamatā ir ļoti nopietni iemesli. Šos iemeslus bankas fiksē, un to analīze bankām ļauj izdarīt secinājumus par potenciālajiem klientiem.

Otra problēma ir tā, ka cilvēki laika gaitā tiek pakļauti sociāli ekonomiskajām izmaiņām, kas iespaido viņu rīcību. Iepriekš minētais apstiprina to, ka

kredītskoringa analīzes bāze ir jāveido no iespējami jaunākiem bankas klientiem. Papildus tam periodiski ir nepieciešams pārbaudīt kredītskoringa modeļa atbilstības kvalitāti. Rietumeiropā atjaunots kredītskoringa modelis top vidēji reizi pusgadā. Modeļa atjaunošanas periods ir cieši saistīts ar tābrīža valsts ekonomikas stabilitāti.

Praksē kredītskoringa sistēmas un publiski to reģistri ir ieviesti gandrīz visās OECD valstīs. Latīņamerikā un Dienvidēiropas valstīs izplatītāki ir publiski uzturētie reģistri. Rietumeiropā, kā arī Lielbritānijā un ASV izplatītāki ir privāti uzturēti reģistri, kas ietver tipisko informāciju par lielāku daļu iedzīvotāju (lielāko publisko reģistru nosedze nepārsniedz 30–40% ekonomiski aktīvo iedzīvotāju, savukārt valstīs ar privātiem reģistriem tiek uzskaitīti gandrīz 100% ekonomiski aktīvo iedzīvotāju) (7, 84.–87. lpp.).

Latvijā problēma ir ierobežotā informācijas apmaiņa starp bankām, tādēļ vienai privātpersonai ir iespējams izlietot savu kredītspēju vairākās bankās vienlaikus.

Raksta autori uzskata, ka, nosakot kredītņēmēja kredītspēju, ļoti svarīgs ir eksperta speciālista vērtējums, kas balstās uz pieredzi un zināšanām. Sevišķi liela nozīme vērtējumam ir nestandarta situāciju analīzē, kurās atklājas vairākas kredītsaistības, nepatīss kredīta izlietojuma mērķis, kredītņēmēja kredītvēsture un citi slēptie faktori. Šādās situācijās kredītskoringa matemātiskais novērtējums var būt pretrunā ar eksperta speciālista vērtējumu. Eksperts speciālists salīdzinājumā ar kredītskoringa modeli pievērš uzmanību niansēm, piedāvā citu risinājumu, piemēram, samazināt pieprasāmā kredīta summu, piesaistīt solidāro aizņēmēju vai galvotāju, piesaistīt papildu vai citu nodrošinājumu, kā arī paaugstināta riska klientiem izsniegt aizdevumu, piemērojot paaugstinātas procentu likmes. Kredītskorings dod skaidru atbildi – piešķirt vai nepiešķirt kredītproduktu, bet bieži vien ir nianse, kuras eksperts speciālists intuitīvi jūt, tādēļ pieprasa papildu informāciju, un, veicot pamatīgāku klienta analīzi, atklāj nepilnības vai neatbilstības.

Eksperta speciālista slēdziens par konkrēta kredītprodukta piešķiršanu sastāv no četrām fāzēm: kompromisa telpas noteikšana, kompromisa shēmas izvēle, rādītāju (kritēriju) normēšana, kritēriju svarīguma pakāpes noteikšana. Eksperta vērtējums ir kā mēraparāts, kas dod kvalitatīvu lēmumu kredīta piešķiršanas jautājumā.

Pieredzējis eksperts speciālists ātri novērtē situāciju, pievēršot uzmanību aizpildīto lauku kompleksai analīzei un pārbauda pieejamo informāciju. Kredītņēmēja ienākumu apjoms nosaka piešķiramā kredīta apjomu. Procentu likme tiek noteikta atbilstoši kredītiestādes izstrādātajai kredītpolitikai.

Augsta līmeņa eksperta speciālista darbība kredītiestādē ir garants, ka kredītportfeļa izmaiņas ir ne tikai kvantitatīvas, bet arī kvalitatīvas. Eksperta speciālista galvenā priekšrocība ir sistēmiska domāšana, t. i., spēja ne tikai analizēt, bet arī piedāvāt optimālus risinājumus, saskatot un novērtējot kredītrisku ne tikai sistēmas iekšienē, bet arī ārējā vidē.

## Secinājumi

1. Kredītskoringu lieto ātrai lēmumu pieņemšanai par kredītu piešķiršanu.
2. Kredītreitinga sistēmas pamats ir regulāru vēsturisko statistisko datu vākšana un analīze.

3. Nestandarta situāciju izpētē kredītskorings un kredītreitings ir subjektīvas metodes.
4. Eksperts speciālists pievērš uzmanību niansēm, piedāvā optimālus risinājumus.
5. Eksperta speciālista vērtējums ir mēraparāts kvalitatīva lēmuma pieņemšanā kredīta piešķiršanas jautājumā.
6. Sistēmiskā domāšana ir eksperta speciālista galvenā priekšrocība.

## LITERATŪRA

1. Dernovsek D. New Scoring Systems Expand Loan Markets. Credit Union Executive Newsletter, 3/14/2005, Vol. 31.
2. Jurēnoks V. Kredītriska novērtēšana. RTU Zinātniskie raksti, 2003, 48.–55. lpp.
3. Šīrenbeks H. Modernais banku kontrolings. Rīga, Zinātne, 1998, 147. lpp.
4. Zelgalve E., Petrovska N. Kredītpējas analīze un novērtēšana. Rīga, LU, 2004, 69. lpp.
5. Zelgalve E. Kredītpējas novērtēšana. LU Zinātniskie raksti, 671. sēj., 2004, 431.–438. lpp.
6. Latvijas Bankas oficiālā mājas lapa. Pieejams: <http://www.bank.lv> (skatīts 2007. gada 25. oktobrī).
7. LR Ekonomikas ministrijas pētījums „Par ārējā finansējuma pieejamību maziem un vidējiem komersantiem Latvijā”, 2006. gada 20. decembris. Pieejams: [http://www.em.gov.lv/em/images/modules/items/item\\_file\\_18022\\_3.doc](http://www.em.gov.lv/em/images/modules/items/item_file_18022_3.doc) (skatīts 2007. gada 26. oktobrī).
8. Nacionālās ziņu aģentūras LETA mājas lapa. Pieejams: <http://www.leta.lv> (skatīts 2007. gada 26. oktobrī).

## Summary

The main criterion and quality indicator of credit risk assessment is the borrower's creditworthiness. Before issuing a loan, the check of the borrower's credibility and solvency is carried out.

The assessment of the borrower's ability to pay, their creditworthiness in a definite moment must be connected with the ability to meet their liabilities in future.

The authors investigate the usefulness of private individuals' credit-scoring model for assessment of creditworthiness, and suggest comparing it with expert evaluation.

The expert assessment is very important in analyzing non-standard credit situations. Mathematical credit-scoring calculations can be contradictory to expert evaluation because a mathematical model takes into account only clearly stated facts, ignoring details which have a certain impact on decision making.

The main advantage of an expert is a systemic thinking and ability not only to analyze but also to provide optimal solutions, assessing credit risk from inside of the system and in outer environment as well.

**Keywords:** credit market, credit-scoring, creditworthiness, expert evaluation.

## **Migrācijas procesi un iedzīvotāju nodarbinātība kopš Latvijas iestāšanās Eiropas Savienībā**

### **Migration Processes and Employment of Latvia's Population since the Accession to the European Union**

**Tatjana Loginova**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Demogrāfijas un statistikas katedra

Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050

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

Raksta mērķis ir parādīt migrācijas procesu Latvijā no 2004. līdz 2007. gadam un izpētīt Latvijas iedzīvotāju nodarbinātību Latvijas tautsaimniecības nozarēs. Migrācijas nozīme demogrāfiskajā un ekonomiskajā attīstībā ir pieaugusi līdz ar Latvijas pievienošanos Eiropas Savienībai. Kopš 2004. gada 1. maija Latvijas pilsoņi ir ES pilsoņi, un tādējādi tiem ir iespējams izmantot ES pilsoņiem piešķirtās tiesības, arī iespēju brīvi pārvietoties Eiropas Savienībā, studēt un strādāt. Latvijas iedzīvotāji cenšas vairāk nopelnīt un strādā Īrijā, Lielbritānijā, Zviedrijā un citās valstīs. Darbaspēka izceļošanai ir sezonālā raksturs, it īpaši tā noris vasarās. Tā, piemēram, Latvijas iedzīvotāji vasarās strādā Itālijā, Spānijā un Portugālē. Savukārt Latvijas uzņēmēji biežāk pārdod savus uzņēmumus, un pieaug ārvalstu investīciju apjoms no Norvēģijas, Zviedrijas un Krievijas. Palielinājies ir nodarbināto skaits būvniecībā, bet lauksaimniecībā un veselības aprūpē tas samazinājies.

**Atslēgvārdi:** ārējā un iekšējā migrācija, viesstrādnieki, patvēruma meklētāji, iedzīvotāju nodarbinātība.

Cilvēkresursus veido faktiskais un potenciālais darbaspēks. Darbspējas vecuma grupas iedzīvotāju migrācija ietekmē valsts ekonomikas attīstību, tāpēc ir svarīgi aplūkot likumsakarības, kas vērojamas iedzīvotāju migrācijas procesos un līdz ar to noteikt un prognozēt darbaspējas vecuma iedzīvotāju grupas lielumu un raksturu.

Latvijas Republikas neatkarības atgūšana un politiskās varas maiņa ir ietekmējusi pašreizējo ekonomisko un arī valsts demogrāfisko situāciju. PSRS plānveida ekonomikas sabrukums un uzņēmumu bankrotēšana kļuva par cilvēkresursu emigrācijas cēloni, izglītību un zināšanas apguvušie darbaspējas vecuma iedzīvotāji kopā ar bērniem devās uz valstīm ar augstāku dzīves līmeni. Latvijas neatkarības gados, cittauniešiem izceļojot, ir palielinājies pamattautības iedzīvotāju īpatsvars, 90. gados migrācijai bija vērojams izteikti etniskais raksturs, turklāt dabiskās kustības rezultātā Latvijā būtiski samazinājās darbaspējīgo iedzīvotāju skaits.

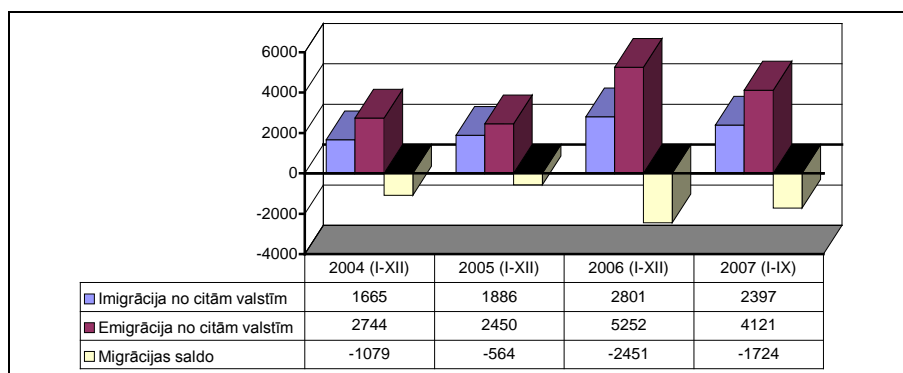
Latvijā var novērot sabiedrības novecošanās procesu – attiecībā pret strādājošo iedzīvotāju skaitu aizvien palielinās pensionāru skaits. Negatīvais dabiskais pieaugums un emigrācija kopš 1990. gada negatīvi ietekmējusi pensiju sistēmu, un ekonomikā samazinās uzkrājumi, palēninās ekonomikas izaugsmes tempi, un lēnāk



notiek paaudžu nomaiņa zemās dzimstības dēļ, kā rezultātā strādājošo skaitā palielinās vecāku cilvēku īpatsvars.

Latvijas Centrālās statistikas pārvaldes apkopotie dati par iedzīvotāju ilgtermiņa migrāciju Latvijā liecina, ka iedzīvotāju aizbraukšana no Latvijas kopš 2000. gada, lai iekārtotos uz pastāvīgu dzīvi citās valstīs, ir kļuvusi ievērojami mazāka nekā iepriekšējās desmitgades sākumā. Emigrācija maksimumu sasniedza 1992. gadā austrumu virzienā un no 1995. gada – rietumu virzienā. Absolūtos skaitļos visvairāk emigrantu izceļojuši uz Krieviju, Baltkrieviju, Ukrainu, Izraēlu, Vāciju, Kanādu un ASV.

Migrācijas nozīme demogrāfiskajā un ekonomiskajā attīstībā pieaug līdz ar Latvijas pievienošanos Eiropas Savienībai, t. i., kopš 2004. gada 1. maija. Pamatojoties uz LR CSP datiem, 1. attēlā ir atspoguļota iedzīvotāju starpvalstu migrācija 2004.–2007. gadā.



Avots: Iedzīvotāju starpvalstu migrācija.

<http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=2297> (26.10.2007.)

1. att. Iedzīvotāju starpvalstu migrācija 2004.–2007. gadā

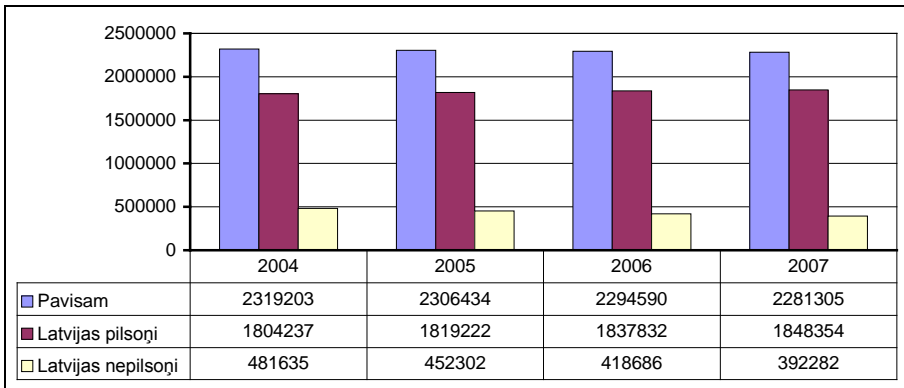
*International migration of population, 2004–2007*

Pēc Latvijas pievienošanās Eiropas Savienībai iedzīvotāju imigrācijas plūsma nav liela. Tā kā pastāv ierobežojumi darbaspēka uzņemšanai no jaunajām valstīm, arī to iedzīvotāju emigrācijas plūsma no Latvijas, kuri izceļo uz pastāvīgu dzīvi ārvalstīs, ir neliela. Ievērojami samazinājies emigrācijas līmenis uz bijušās PSRS valstīm.

Kopš 2004. gada 1. maija Latvija ir Eiropas Nodarbinātības dienesta tīkla dalībvalsts, un ikviens iedzīvotājs var iegūt informāciju par brīvajām darbvietām, dzīves un darba apstākļiem Latvijā un citās Eiropas valstīs. Pamatojoties uz LU Ģeogrāfijas fakultātes pētnieku aptaujām, 86 000 Latvijas iedzīvotāju ir devuši darba meklējumus uz Rietumeiropu. Savukārt Latvijas Bankas (LB) dati liecina, ka 2,7% (aptuveni 50 000) Latvijas darbaspējīgo iedzīvotāju meklē darbu ārzemēs. Arī ārvalstu pētījumu veicēji sniedz vērtējumu, kas svārstās iepriekš minēto skaitļu robežās, jo pārsvarā tiek izmantots viens informācijas avots – valsts oficiālā statistika (4).

2005. gada sākumā trīs valstis – Zviedrija, Lielbritānija un Īrija – bija pilnībā atvērtas Latvijas iedzīvotājiem. Pārējās 12 ES valstīs bija saglabātas iepriekšējo darba atļauju sistēmas. Taču darbaspēka migrācija ir būtisks priekšnoteikums kopējai ES ekonomiskajai izaugsmei. Balstoties uz to, ka brīva darbaspēka kustība ir viena no ES pamatvērtībām, darbaspēka kustības ierobežojumi tika atcelti Grieķijā, Itālijā, Nīderlandē, Portugālē, Somijā, Spānijā, daļēji Beļģijā, un no 2007. gada 1. novembra arī Luksemburga atvēra savu darba tirgu Latvijas pilsoņiem.

Kopš 2004. gada 1. maija Latvijas pilsoņi kļuva par ES pilsoņiem, un tiem pavērās iespēja izmantot ES pilsoņiem piešķirtās tiesības, arī brīvi pārvietoties Eiropas Savienībā. Saskaņā ar ES Padomes regulas (Nr. 539/2001) grozījumiem no 2007. gada 19. janvāra Latvijas nepilsoņi var ceļot bez vīzām un uzturēties līdz pat 90 dienām pusgadā Eiropas Savienības valstīs, gan bez tiesībām veikt algotu darbu. Bez vīzas nedrīkst ceļot uz Lielbritāniju un Īriju, jo uz tām neattiecas minētā ES regula un tās grozījumi (8). Pamatojoties uz Pilsonības un migrācijas lietu un Naturalizācijas pārvaldes datiem, pēc Latvijas iestāšanās Eiropas Savienībā strauji palielinājies to nepilsoņu skaits, kuri vēlas iegūt Latvijas pilsonību (sk. 2. att.).



Avots: Iedzīvotāju reģistra statistika.

[http://www.pmlp.gov.lv/?\\_p=310&menu\\_\\_id=117](http://www.pmlp.gov.lv/?_p=310&menu__id=117)

2. att. Latvijas iedzīvotāju (pilsoņu un nepilsoņu) skaits 2004.–2007. gadā  
*The population of Latvia (citizens and non-citizens), 2004–2007*

Lielākā daļa no Latvijas uz Rietumeiropu migrējošo darbinieku ir neprecējušies vīrieši vecumā no 18 līdz 34 gadiem, un tiem ir vismaz vidusskolas izglītība. Emigrējušie Latvijas iedzīvotāji, kas ārzemēs ir gan strādājuši, gan studējuši, atgriežas Latvijā, lai ieguldītu iegūtās zināšanas, pieredzi un arī līdzekļus valsts ekonomikā vai dibinātu savu uzņēmumu, pieaicinot un apmācot jaunus darbiniekus. Latvijā darbaspējīgo iedzīvotāju sastāvā izglītības ziņā dominē iedzīvotāji ar vidējo un augstāko izglītību, turklāt augstāko izglītību ieguvušo personu skaits joprojām pieaug. Tas nozīmē, ka izglītība ir svarīgs nodarbinātības faktors, jo dod iespēju konkurēt darba tirgū.

Par zināšanu apguves augsto līmeni Latvijas augstskolās liecina ārzemju studentu skaita pieaugums Latvijas Universitātē, Medicīnas akadēmijā, Rīgas Tehniskajā universitātē, Rīgas Aeronavigācijas institūtā, Latvijas Lauksaimniecības universitātē, Daugavpils Pedagoģiskajā universitātē. Ārzemju studenti Latvijā ierodas no Zviedrijas, Krievijas, Lietuvas, Igaunijas, Polijas, Čehijas, Ķīnas, Sīrijas, Indijas, Pakistānas, Libānas, Šrilankas, Mongolijas. Latvijas augstskolās saņemtais diploms ir ES atzīts izglītības dokuments.

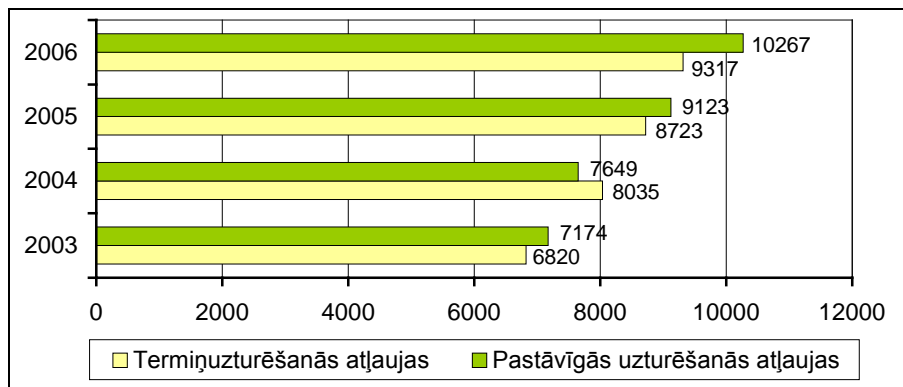
Darbaspēks ir viens no ražošanas faktoriem. Ja Latvijas iedzīvotāji, kuri strādā vai potenciāli var tikt nodarbināti Latvijā, pārceļas uz dzīvi ārvalstīs, tas samazina darbaspēka piedāvājumu iekšzemē. Latvijā ir iespējas veidot karjeru, taču citās valstīs ir iespējams saņemt labāku atalgojumu, it īpaši veicot darbu ar zemu prestižu. Dažādu darbā iekārtošanas biroju dati liecina, ka Latvijas iedzīvotājus aicina

ārzemēs aizpildīt brīvās darbvietas būvniecības nozarē, rūpnīcās un lauksaimniecības fermās un strādāt neilgu laiku (līdz vienam gadam). Pārsvārā migrācijai ir sezonālā raksturs, lielākais pieprasījums pēc darbaspēka ir vasarā.

Arī citiem ES pilsoņiem kopš 2004. gada 1. maija ir brīva pieeja darba tirgum Latvijā. Darbaspēka ielūšanu Latvijā no ES valstīm regulē Imigrācijas likums un likums „Par reglamentētajām profesijām un profesionālās kvalifikācijas atzīšanu”. ES dalībvalstu pilsoņiem darba atļaujas nav nepieciešamas, izņēmums ir tikai amatiem valsts pārvaldē, taču trešo valstu pilsoņiem darba atļaujas ir nepieciešamas. Papildus trešo valstu pilsoņiem jāievēro „Noteikumi par profesionālo un amata pienākumu veikšanai nepieciešamo valsts valodas zināšanu apjomu un valodas prasmes pārbaudes kārtību”. Valsts valodas zināšanu apjoms ir noteikts, ievērojot profesiju specifiku un attiecīgajā profesijā vai amatā nepieciešamo valsts valodas prasmes līmeni. Privāto iestāžu, organizāciju un uzņēmumu (uzņēmēj sabiedrību) darbiniekiem attiecīgās profesijas vai amata pienākumu veikšanai nepieciešamo valsts valodas prasmes līmeni un pakāpi nosaka darba devējs, pašnodarbinātajām personām – pati pašnodarbinātā persona (5).

2006. gada 18. jūlija Ministru kabineta (MK) noteikumi Nr. 586 nosaka kārtību, kādā Latvijas Republikā var ieceļot un uzturēties Eiropas Savienības dalībvalstu, Eiropas Ekonomikas zonas valstu un Šveices Konfederācijas pilsoņi un viņu ģimenes locekļi. Darba devējs, kas ir paredzējies nodarbināt ārzemnieku, pēc darba līguma noslēgšanas darba izsaukumu var apstiprināt tikai tad, ja Nodarbinātības valsts aģentūras (NVA) filiālē ir reģistrēta vakance un pēc reģistrēšanas tā ir bijusi brīva ne mazāk par mēnesi, turklāt, lai noslēgtu uzņēmuma līgumu, darba devējam pirms darba izsaukuma apstiprināšanas jāiesniedz Nodarbinātības valsts aģentūrā iesniegums uzņēmuma līguma saskaņošanai.

Ārzemnieka nodarbināšanai ir nepieciešama uzturēšanās atļauja. Termiņuzturēšanās atļauja ir dokuments, kas ārvalstniekam dod tiesības uzturēties Latvijas Republikā noteiktu laiku. Pastāv divu veidu uzturēšanās atļaujas – termiņuzturēšanās atļaujas un pastāvīgās uzturēšanās atļaujas. Uzturēšanās atļauja nepieciešama, ja ārvalstnieks vai bezvalstnieks vēlas uzturēties Latvijā ilgāk par 90 dienām kalendārā pusgada laikā (8). Izsniegto uzturēšanās atļauju daudzums redzams 3. attēlā.



Avots: Iedzīvotāju reģistra statistika.

[http://www.pmlp.gov.lv/?jsessionid=z5le1r9cy1?\\_p=340&menu\\_id=119](http://www.pmlp.gov.lv/?jsessionid=z5le1r9cy1?_p=340&menu_id=119)

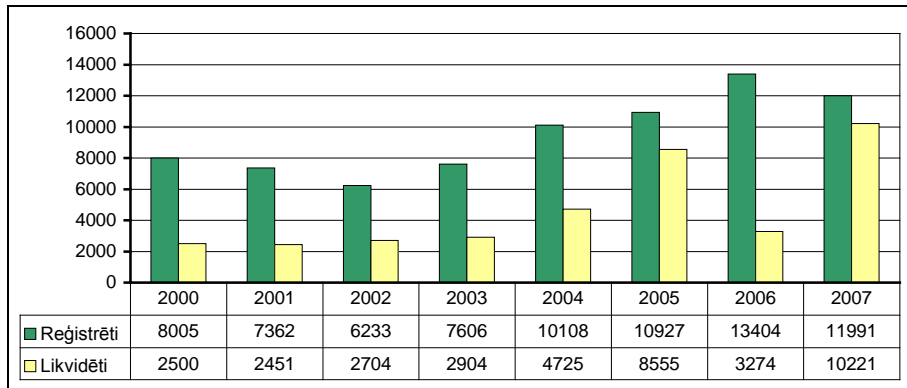
3. att. Termiņuzturēšanās un pastāvīgās uzturēšanās atļauju skaits 2003.–2006. gadā  
*The granted temporary and permanent residence permits, 2003–2006*

Pamatojoties uz PMLP departamenta datiem, uzturēšanās atļauju izsniegšanas iemesli 2004.–2007. gadā bijuši šādi: darba līgums, komercsabiedrības vadītājs, padomes, valdes loceklis, mācības, reliģiskā darbība.

Darba atļauja nav vajadzīga kvalificētiem speciālistiem pārvaldnieka funkcijas veikšanai, piemēram, atverot Latvijas teritorijā ārzemju uzņēmuma filiāli.

Līdz ar ārvalstu investīciju apjoma pieaugumu pieaug arī kvalificēta darbaspēka imigrācija uzņēmumos pārvaldes funkciju izpildei. Vislielākais investīciju apjoms ir darbībās ar nekustamo īpašumu un cita veida komercdarbībā. Joprojām vislielākais investīciju apjoms ir no ASV, nākamā valsts ar lielāko investīciju apjomu ir Zviedrija un Latvijas kaimiņvalstis Igaunija un Lietuva. Krievijas investīciju apjoms nav pats lielākais, tomēr to investoru skaits, kuri veic ieguldījumus no šīs valsts, ir vislielākais (6).

Kopš 2004. gada vērojama uzņēmumu apvienošanās tendence un uzņēmumu pārdošana ārvalstu investoriem. Pamatojoties uz Uzņēmuma reģistra datiem par uzņēmumu reģistrāciju, ir izveidots 4. attēls.



Avots: Lursoft statistika / Uzņēmumu dibināšana un likvidēšana.  
[http://www.lursoft.lv/stat/ur\\_stat\\_003.html](http://www.lursoft.lv/stat/ur_stat_003.html)

4. att. Reģistrēto un likvidēto uzņēmumu skaits Latvijā 2000.–2007. gadā  
*Registered and liquidated enterprises in Latvia, 2000–2007*

Pamatojoties uz LR CSP datiem, vidējā darba alga Latvijā nav konkurētspējīga, strādājošo mēneša vidējā darba samaksa privātajā sektorā bruto 2004. gadā bija 192,00 latu, 2005. gadā – 224,00 latu un 2006. gadā – 277,00 latu. Situācijā, kad pastāv darbaspēka trūkums, Latvijas uzņēmumi cenšas pielāgoties esošajai situācijai darba tirgū. Šī pielāgošanās izpaužas dažādi, piemēram, uzņēmumi veido savus meitasuzņēmumus ārpus Latvijas robežām, uzņēmumu ražotnes tiek pārceltas no Rīgas uz citiem valsts reģioniem, biznesa attīstībai tiek veicināta Latvijas iekšējā darbaspēka mobilitāte. Arvien vairāk uzņēmumu apsver iespējas piesaistīt darbaspēku no citām valstīm.

Apstrādes un būvniecības nozarēs strādā iedzīvotāji no Baltkrievijas, Moldovas, Ukrainas. Vislielākā strādājošo mēneša vidējā darba samaksa darbības veidu ziņā ir elektroenerģijas, gāzes un ūdens apgādes uzņēmumos un finanšu starpniecībā, kur strādā iedzīvotāji no Rietumeiropas. Nodarbināto skaits ir samazinājies lauksaimniecības, medicīnas un mežsaimniecības nozarēs (sk. tabulu).

Tabula

**Nodarbināto skaits nozarēs Latvijā 2004. un 2006. gadā**  
*Employed in the main job by industry*  
*in Latvia in 2004 and 2006*

Nozare	2004		2006		Izmaiņas
	Skaits (tūkst.)	%	Skaits (tūkst.)	%	Skaits (tūkst.)
KOPĀ	1017,7	100,0	1087,6	100,0	69,9
Lauksaimniecība, medniecība un mežsaimniecība (A)	132,5	13,0	117,8	10,8	-14,7
lauksaimniecība, medniecība un ar to saistītie pakalpojumi (01)	97	9,5	88,4	8,1	-8,6
mežsaimniecība, kokmateriālu sagatavošana un ar to saistītie pakalpojumi (02)	35,5	3,5	29,4	2,7	-6,1
Zvejniecība (B)	2,3	0,2	2,4	0,2	0,1
Rūpniecība – pavisam (C+D+E)	191,2	18,8	195,6	18,0	4,4
ieguves rūpniecība un karjeru izstrāde (C)	2,2	0,2	3,8	0,4	1,6
apstrādes rūpniecība (D)	163,5	16,1	169,6	15,6	6,1
elektroenerģija, gāzes un ūdens apgāde (E)	25,5	2,5	22,3	2,0	-3,2
Būvniecība (F)	86,8	8,5	103,9	9,5	17,1
Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; auto, moto, sadzīves priekšmetu un aparatūras remonts (G)	151,2	14,9	170,2	15,6	19
Viesnīcas un restorāni (H)	25,6	2,5	29,2	2,7	3,6
Transports, glabāšana un sakari (I)	95,9	9,4	100,8	9,3	4,9
Finanšu starpniecība (J)	18,3	1,8	25,1	2,3	6,8
Operācijas ar nekustamo īpašumu; noma un cita veida komercdarbība (K)	40,2	4	60,7	5,6	20,5
Valsts pārvalde un aizsardzība; obligātā sociālā apdrošināšana (L)	73,1	7,2	88,2	8,1	15,1
Izglītība (M)	82,8	8,1	87,8	8,1	5
Veselība un sociālā aprūpe (N)	54,4	5,3	51	4,7	-3,4
Pārējie komunālie, sociālie un individuālie pakalpojumi (O)	59,8	5,9	49,5	4,5	-10,3

Avots: Pamatdarbā nodarbināto iedzīvotāju gada vidējais skaits pa darbības veidiem.  
<http://data.csb.gov.lv/DATABASE/Ikgadējie%20statistikas%20dati/Nodarbinātība/Nodarbinātība.asp>

2004. gadā Latvijā bija nodarbināti 1017,7 tūkstoši cilvēku un no darbības veidiem dominēja apstrādes rūpniecība un vairumtirdzniecība, mazumtirdzniecība. Būvniecībā strādājošo skaits 2006. gadā salīdzinājumā ar 2004. gadu bija pieaudzis par 19,7%. Par 50,9% salīdzinājumā ar 2004. gadu bija pieaudzis nodarbināto skaits operācijās ar nekustamo īpašumu.

Kopš 2004. gada ir konstatēts iekšzemes kopprodukta pieaugums uz vienu iedzīvotāju par 11% gadā. Ir samazinājies reģistrēto bezdarbnieku skaits: 2004. gadā – 90,8 tūkst. cilvēku un 2006. gadā – 68,9 tūkst. cilvēku (2).

LR CSP Iedzīvotāju statistikas daļas dati par migrantu skaitu liecina, ka pastāv atšķirības vīriešu un sieviešu procentuālā īpatsvara ziņā starpvalstu un iekšzemes migrantu vidū: starpvalstu migrācijā – gan imigrācijā, gan emigrācijā – aktīvāki ir vīrieši, bet iekšējā migrācijā – sievietes.

2003. gada 1. jūlija Dzīvesvietas deklarēšanas likums un LR CSP dati paver iespēju izpētīt iedzīvotāju migrāciju valstī un secināt, kāds ir valsts iekšējās migrācijas apjoms. Būtiski pieaudzis iedzīvotāju pastāvīgās dzīvesvietas maiņu skaits, īpaši Rīgā, Jelgavā, Jūrmalā, Ventspilī, kā arī Jelgavas, Ogres, Rīgas un Tukuma rajonā. Migrācijas dēļ iedzīvotāju skaits visvairāk pieaudzis Rīgā un Jūrmalā, bet samazinājies četrās pilsētās un septiņos rajonos. Rīgā dzīvesvietu ir deklarējuši aptuveni 35% no Latvijas iedzīvotāju kopskaita. Savukārt līdz ar ekonomisko un sociālo attīstību vērojamas atšķirības starp reģioniem, īpaši austrumu reģionā, kur bezdarba līmenis ir ap 20%.

Kopš 2004. gada var novērot izmaiņas iedzīvotāju izvietojumā – nodarbinātie iedzīvotāji (ģimenes ar bērniem) pārvietojas pie Rīgas robežām un laukos atgriežas pensijas vecuma pilsētnieki, arī tie, kas savulaik pārcēlušies uz dzīvi pilsētā no laukiem, un maznodrošinātie.

Lauciniekiem galvenais iztikas avots ir bijis nevis to ekonomiskā aktivitāte, bet tie pārtikuši no pašu saražotā. Eiropas Savienības finansiālie līdzekļi veicina lauku iedzīvotāju uzņēmējdarbību un labklājību. Strukturālo fondu finansējums var tikt izmantots gan uzņēmējdarbības uzsākšanai, gan transporta infrastruktūras attīstībai, vides aizsardzības pasākumiem, lauku tūrisma attīstībai. 2004.–2006. gadā Latvijā ir izmantoti ISPA, PHARE un SAPARD fondu līdzekļi. No 2007. līdz 2013. gadam Latvijai būs pieejams ES struktūrfondu finansējums darbības programmai „Cilvēkresursi un nodarbinātība”, „Uzņēmējdarbība un inovācijas” un „Infrastruktūra un pakalpojumi”.

Banku kredīta politikas optimizācija, it īpaši kredīta likmju pazemināšana un kredīta termiņa pagarināšana mājokļa iegādei, palielināja kredīta saņēmēju skaitu 2004.–2007. gadā. Latvijas tautsaimniecībā kopš 2006. gada joprojām saglabājušies būtiski ekonomikas pārkaršanas riski. Sākot no 2004. gada, inflācija pieaugusi no 6% līdz 11% 2007. gadā.

2007. gadā notika inflācijas mazināšanas jeb tautsaimniecības stabilizācijas plāna īstenošana. Vidējās svērtās likmes latos izsniegtiem kredītiem kredītiestādēs 2004. gadā īstermiņa kredītiem bija 8–7%, ilgtermiņa kredītiem 6–7%, bet 2007. gadā īstermiņa kredītiem 10–11% un ilgtermiņa kredītiem 14–16%.

2007. gada jūnijā un jūlijā Saeima pieņēma likumus „Grozījumi likumā „Par uzņēmuma ienākuma nodokli”” un „Grozījumi likumā „Par iedzīvotāju ienākuma nodokli””. Svarīgākās izmaiņas likumā „Par iedzīvotāju ienākuma nodokli”, kuras veiktas ar likumu „Grozījumi likumā „Par iedzīvotāju ienākuma nodokli””, ir iekļautas 8. pantā, kas ir papildināts ar jaunu – septīto daļu, kurā teikts, ka ienākums no nekustamā īpašuma atsavināšanas ietver arī ienākumu no kapitāla daļu, akciju vai cita veida līdzdalības atsavināšanas Latvijā vai ārvalstī izveidotā komercsabiedrībā, ja atsavināšanas gadā vai iepriekšējā gadā vairāk nekā 50% no attiecīgās personas aktīvu vērtības veido Latvijā esošs nekustamais īpašums. Likums ir papildināts ar noteikumiem par to, kā nosakāmi ienākumi no lauksaimniecības uzņēmuma vai lauksaimniecības zemes atsavināšanas.

Migrācijas statistika apkopo datus arī par patvēruma meklētājiem un bēgļiem, kas ieradušies Latvijā. Patvēruma meklētāju plūsmu ir grūti prognozēt, un tā ir atkarīga no dažādiem faktoriem, piemēram, valsts sociāli ekonomiskā stāvokļa, politiskā režīma vai cilvēktiesību normu ievērošanas personas izcelsmes valstī. Iemesli, kas ir patvēruma pieteikuma pamatā, var būt dažādi – persona tiek vajāta rases, reliģijas, tautības, sociālās piederības vai politiskās pārliecības dēļ. Personai vienlaikus var būt vairāki iemesli, kuru dēļ tai vajadzējis atstāt savu izcelsmes valsti un lūgt patvērumu citā valstī. Pirmajos gados pēc neatkarības atgūšanas vairums personu, kas iesniedza pieteikumus par bēgļa statusa piešķiršanu, bija no Armēnijas un Afganistānas, bet pēdējo gadu laikā tās galvenokārt ir no bijušās Padomju Savienības republikām (piemēram, no Krievijas, Baltkrievijas).

Latvija atšķirībā no citām Austrumeiropas valstīm nav kļuvusi par imigrantu mērķa valsti, lai gan NVS valstu teritorijā ir liels potenciāls migrācijas intensitātes pieaugumam ES virzienā. Šādu situāciju nosaka Latvijas samērā zems sociālās labklājības līmenis un stingrā imigrācijas politika. Viesstrādnieku ieviešana uzņēmējiem visbiežāk ir pārāk dārga un sarežģīta.

Bēgļa statuss Latvijas Republikā kopumā piešķirts 10 personām – 8 pieaugušajiem un 2 nepilngadīgajiem. Viena persona 2004. gadā zaudējusi bēgļa statusu, jo naturalizācijas ceļā saņēmusi Latvijas Republikas pilsonību.

No 2002. gada līdz 2007. gada 30. jūnijam alternatīvo statusu saņēmušas 18 personas – 4 no Baltkrievijas (3 pieaugušie, 1 bērns); 7 no Krievijas (4 pieaugušie, 3 bērni); 7 no Somālijas (5 pieaugušie, 2 bērni). 2004. gadā 5 personas zaudējušas alternatīvo statusu, jo tās atgriezušās savā mītnes zemē (8).

Pēc pievienošanās Eiropas Savienībai Latvijai ir saistoša Eiropas Padomes Regula Nr. 343/2003 (Dublinas regula). Tā paredz kritērijus un mehānismus, lai noteiktu dalībvalsti, kura ir atbildīga par trešo valstu pilsoņu patvēruma pieteikumu izskatīšanu, kuri iesniegti kādā no dalībvalstīm. Dublinas regulas galvenais mērķis ir nodrošināt, lai patvēruma meklētāja pieteikums tiktu izskatīts tikai vienā no ES dalībvalstīm, tādējādi novēršot gadījumus, kad patvēruma meklētājs un/vai viņa ģimene lūdz patvērumu vienlaikus vairākās ES dalībvalstīs un negodīgi izmanto patvēruma procedūru. Dublinas regula nosaka kritērijus, pēc kuriem dalībvalsts izvērtē, vai par konkrētā patvēruma pieteikuma izskatīšanu nav atbildīga kāda cita no ES dalībvalstīm.

2007. gada pirmajā pusgadā Latvija ir saņēmusi 11 pieprasījumus – no Vācijas (2), Lietuvas (4), Slovākijas (1), Zviedrijas (3) un Lielbritānijas (1) – ar lūgumu izvērtēt Latvijas atbildību patvēruma pieteikumu izskatīšanā. 4 gadījumos Latvija ir piekritusi uzņemties atbildību par patvēruma pieteikuma izskatīšanu un 7 pieprasījumus noraidījusi (8).

Eiropas Savienības valstīs pastāv problēmas bēgļu un patvēruma meklētāju nodarbinātības ziņā, kā arī grūtības rada tās personas, kas ieradušās valstī kā tūristi un gluži vienkārši nebrauc mājās vai ir nozuduši, un neviens nezina par viņu atrašanās vietu. Bieži vien šie iebraucēji strādā nelegāli, bez darba atļaujas, un nemaksā nodokļus, kā arī, iespējams, izdara noziedzīgas darbības. Cilvēks, kas strādā nelegāli, nav sociāli aizsargāts darba zaudēšanas, darbā gūtās traumas, saslimšanas, arodslimības vai pensijas vecuma sasniegšanas gadījumā, jo par viņu netiek maksāti nodokļi. Tāpēc 2004. gada janvārī valdība atbalstīja Latvijas Republikas Labklājības ministrijas (LRLM) izstrādātos noteikumus nelegālas nodarbinātības samazināšanai.

Kopš Latvija iestājusies Eiropas Savienībā un tikusi iekļauta ekonomiskajos un sociālajos procesos, tai jāievēro 1989. gadā pieņemtā Sociālā harta par darbaspēka brīvu kustību, tā sociālo aizsardzību un nacionālās diskriminācijas novēršanu attiecībā uz nodarbinātību, atalgojumu un citiem darba un nodarbinātības faktoriem. Diskriminācijas nepieļaušanas princips attiecas arī uz darbinieka ģimenes locekļiem, pat ja viņi nekļūst par Latvijas pamatiedzīvotājiem. Darbinieka bērniem ir tiesības saņemt tādu pašu izglītību, apmācību, stipendijas un atlaides mācību maksai, kādu saņem vietējo darbinieku bērni. Jāievēro arī 1992. gada Māstrihtas līgums par personu pārvietošanās brīvību, arī studēšanas, strādāšanas un ieceļošanas brīvību. Pamatojoties uz 1997. gada Amsterdamas līgumu par nodarbinātību, Latvijas Nodarbinātības valsts aģentūra kopā ar citu ES dalībvalstu institūcijām koordinē gan nodarbinātības stratēģiju, gan kopīgi veicina darbaspēka attīstību.

Latvija kā ES dalībvalsts ir apņēmusies risināt nodarbinātības problēmas vienotas Eiropas prasību kontekstā. 2003. gada 6. februārī Briselē tika parakstīta Latvijas un Eiropas Komisijas kopējā deklarācija par Latvijas nodarbinātības politikas prioritātēm. Valsts mērķiem un uzdevumiem nodarbinātības jomā jātiecas tuvināties ES izvirzītiem mērķiem un uzdevumiem un jāpielāgojas Lisabonas nodarbinātības scenārijam „No cīņas ar bezdarbu līdz ekonomiski neaktīvo resursu aktivizēšanai”, kas ir izstrādāts laika periodam līdz 2015. gadam.

Latvija ir Eiropas Savienības locekle un integrēta tās procesos, un tai būtu vērts uzrādīt demogrāfiskās tendences ES dalībvalstīs un kandidātvalstīs. Kā liecina publicētais Eiropas Savienības (ES) statistikas biroja „Eurostat” pētījums par demogrāfisko situāciju Eiropā, Latvijā iedzīvotāju skaita samazināšanās ir viena no visstraujākajām Eiropā. Izteikts dzimstības pārsvars pār mirstību un pozitīva migrācija ir tikai Slovēnijā, bet Albānijā migrācija ir negatīva, un tas nozīmē, ka iedzīvotāji iekārtojas citās, pārsvarā ES, valstīs. Visaugstākais iedzīvotāju skaita pieaugums ir Īrijā. To nodrošina gan dzimstības palielināšanās, gan ieceļotāju pieplūdums. Starp ES dalībvalstīm ir tādas valstis, kurās dabiskais pieaugums ir negatīvs (Vācija, Grieķija un Itālija), taču iedzīvotāju skaita pozitīvu bilanci veido lielais imigrantu skaits.

Tā kā tikai cilvēki veido valsts bagātības, Latvijā jāatbalsta dzimstība un jā rūpējas, lai vajadzību pēc darbaspēka spētu nodrošināt vietējie iedzīvotāji. Tautsaimniecības vienotās stratēģijas pamatuzdevums līdz ar demogrāfiskās situācijas uzlabošanu ir pilnveidot šos nosacījumus investīciju iepļūdei ražošanā. Tādējādi būtu iespējams aizkavēt iedzīvotāju emigrāciju, it īpaši augsti kvalificēta darbaspēka izceļošanu.

## LITERATŪRA

1. Ārvalstu investīcijas virs 0,5 mlj. latu. *Lursoft* statistika. Pieejams: [http://www.lursoft.lv/stat/ur\\_stat\\_007.html](http://www.lursoft.lv/stat/ur_stat_007.html)
2. Darbaspēka mobilitāte un migrācijas politika ES un Latvijā (pētījums). Pieejams: [www.europarl.lv/EiropasnakotneESmigracija.pdf](http://www.europarl.lv/EiropasnakotneESmigracija.pdf)
3. Iedzīvotāju reģistra statistika. Pieejams: [http://www.pmlp.gov.lv/?\\_p=310&menu\\_id=117](http://www.pmlp.gov.lv/?_p=310&menu_id=117)
4. Iedzīvotāju starpvalstu migrācija. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv/csp/content/?cat=2297> (26.10.2007.)
5. Latvijas demogrāfiskās attīstības prognozes: 1998.–2025. gads. Informatīvais materiāls. Red. P. Zvidriņš. Rīga: Latvijas Universitātes Demogrāfiskais centrs, 1999.



6. Latvijas Valsts statistikas pārvalde. Iekšzemes kopprodukts. Pieejams: <http://data.csb.gov.lv/DATABASE/ekfin/lkgadējie%20statistikas%20dati/Iekšzemes%20kopprodukts/Iekšzemes%20kopprodukts.asp>
7. Ministru kabineta „Noteikumi par profesionālo un amata pienākumu veikšanai nepieciešamo valsts valodas zināšanu apjomu un valodas prasmes pārbaudes kārtību” Nr. 296, 22.08.2000. Pieejams: <http://www.likumi.lv/doc.php?id=10132>
8. Uzņēmumu dibināšana un likvidēšana. *Lursoft* statistika. Pieejams: [http://www.lursoft.lv/stat/ur\\_stat\\_003.html](http://www.lursoft.lv/stat/ur_stat_003.html)

## Summary

The purpose of this article is to explore the tendencies of labour force migration in Latvia between 2004 and 2007. The statistical data shows that there are a high number of retirees in the working population. The political and economic change of the early 1990s had a fundamental effect on the international and internal migration of the population of Latvia. Latvia's accession to the European Union facilitated the growth of emigration; furthermore, the population of Latvia has a strong tendency of ageing. The greatest part of the migrants consists of professionals: the so-called “brain-drain”, i.e., systematic emigration of qualified specialists. The consequence is a deficit of qualified labour force.

**Keywords:** international and internal migration, guest workers, asylum seekers, employment of population.

## **Drošības faktoru loma tūrisma uzņēmuma komunikācijā ar klientu**

### **The Role of Safety Factors in the Communication of Tourism Enterprises with the Clients**

**Anita Ozoliņa**

Latvijas Kultūras koledža

Humanitāro un sociālo zinību nodaļa

Bruņinieku iela 57, Rīga, LV-1011

E-pasts: *Anita.Ozolina@lkk.gov.lv*

Raksta mērķis ir aktualizēt drošības jautājumu kā vienu no mūsdienu tūrisma mārketinga vēsts galvenajām ziņām. Demokrātiska mārketinga priekšnoteikums sekmīgai produkta pārdošanai ir labi informēts klients.

Klienta izvēles shēmas pamatā ir uzņēmuma komunikācijas politikas individuālā pieeja klientam un dialogs ar patērētāju. Par mārketinga uzdevumu veiksmīgu izpildi tūrisma uzņēmumā liecina mērķtiecīgi veidota, noteiktai mērķgrupai domāta, adekvāta komunikācijas forma un līdzekļi, lai sniegtu informāciju, kas kalpotu viedokļu, attieksmju, prognožu, rīcības veidu vadīšanai un ietekmēšanai atbilstoši uzņēmuma izvirzītā mērķa specifikai.

**Atslēgvārdi:** drošs, drošības faktors, tūrisma uzņēmējdarbība, komunikāciju politika, produkta pārdošanas veicināšana, tūrisma kvalitātes zīmes.

## **Drošības faktoru loma tūrisma uzņēmējdarbībā**

Tūrisms un ceļošana ir lielākā industrija pasaulē. Tūrisma attīstība ir saistīta ar pozitīvu ekonomisko un sociālo ietekmi, rada papildu ienākumus valstij un ir ļoti svarīgs atbalsta faktors. Labi pārvaldīts tūrisma objekts var veicināt tradīciju atdzimšanu, objektu un pieminekļu atjaunošanu. Lai veidotu un nostiprinātu valsts identitāti, nepieciešams saglabāt kultūras un vēsturisko mantojumu, kas kļūst par izšķiroši svarīgu instrumentu, veidojot pozitīvu valsts starptautisko tēlu. 2000. gada Apvienoto Nāciju Organizācijas Tūkstošgades samītā ģenerālsekretārs Kofī Annans aicināja pasauli ar visiem spēkiem pastāvēt par cilvēcisko brīvību, tajā skaitā par tiesībām dzīvot pasaulē bez briesmām un apdraudējumiem, tādējādi uzsverot nepieciešamību ne tikai pēc cilvēciskā faktora attīstības, bet arī pēc viena no tā svarīgākajiem aspektiem – cilvēku drošības.

Jēdziens „drošs (drošība)” nav skaidri definējams. Drošības jēdziens veidojas no daudzējādām izpausmēm (drošības faktoriem), kurām ir ievērojama nozīme cilvēka, sabiedrības un valsts dzīvē. Drošība ir būtisks sociālo, ekonomisko, tehnisko, ekoloģisko un bioloģisko sistēmu attīstības pamatnosacījums, tāpēc nav iedomājama izolēti no šo sistēmu attīstības teorētiskajiem aspektiem, no kuriem ir

atkarīga katra indivīda, ģimenes, vietējās kopienas, valstisko organizāciju, sabiedrības kopumā, kā arī valsts jeb nacionālā drošība.

Tādēļ sociāli ekonomisko sistēmu attīstības teorētiskās pamatnostādnes ietver arī drošības teoriju. Ikvienas sociāli ekonomiskās sistēmas drošības pakāpi raksturo iedzīvotāju dzīves ilgums un kvalitāte, labvēlīgi apstākļi savu vajadzību apmierināšanai. Tas liecina par cilvēka dzīves līmeņa un sociāli ekonomiskās sistēmas drošumu, kas veido nacionālās drošības pamatu, kuras mērķis ir aizsargāt iedzīvotāju politiskās tiesības un brīvības, normālu personības un sabiedrības attīstību (1).

Jaunas apdraudējuma formas, kā starptautiskais terorisms, iekšējie un starpvalstu konflikti, jaunas slimības un epidēmijas, neprognozējamas dabas katastrofas, klimata izmaiņas, kļūst par tūrisma uzņēmējdarbības risku. (2).

Uzņēmuma riskus izraisa draudi. Tātad – draudu iespējamība izraisa dažādu risku – ekonomisko, tehnisko, kriminālo, sociālo un stihiju risku – iespējamību. Vairāki draudi var izraisīt vienu risku, un viens apdraudējums var izraisīt vairākus riskus. Piemēram, ugunsgrēks (apdraudējums) tūrisma mītnē (objekts) var izraisīt uzņēmuma iznīcināšanu (ekonomisks risks) un tūrisma mītnes ilglaicīgu nefunkcionēšanu (tehniskais risks) (3).

Aktuāls jautājums valstī ir zinātniski pētnieciskās darbības veicināšana tūrisma nozares attīstībai. Tūrisma drošības faktoru izpēte, ceļotāju motivācijas izziņāšana, klimata izmaiņu un terorisma draudu ietekmes pētniecība, sociāldemogrāfiskās situācijas izziņāšana tūrismā u. c. nodrošinātu savlaicīgu, mērķtiecīgu tūrisma nozares plānošanas iespēju. Tūrisma izglītībā un uzņēmējdarbības praksē nepieciešams pastiprināti pievērst uzmanību valsts drošības jautājumu nozīmei tūrisma nozares attīstībā.

Kā problēmas risinājumu autore piedāvā drošības faktoru izpēti Latvijas tūrisma industrijā ar mērķi noskaidrot tūrisma drošības faktorus, kas veicina vai kavē tūrisma nozares attīstību, klasificējot tos pa grupām: tūrisma tirgus – valsts – reģions – vietējā pašvaldība – uzņēmējs – tūrists.

Nepieciešams izstrādāt un ieviest vadlīnijas tūrisma industrijas attīstībai, iekļaujot tūrisma drošības aspektus, kas sniedz jaunas iespējas

- tūrisma nozares attīstības plānošanā;
- uzņēmējdarbības vadībā;
- mārketinga stratēģijas plānošanā;
- rīcībai neparedzamās krīzes situācijās;
- tūrisma uzņēmuma drošībā un pieejamībā klientam;
- tūrisma un uzņēmējdarbības izglītības programmu izveidē;
- pamatotu lēmumu pieņemšanā jaunu tūrisma projektu izstrādē;
- tūrisma pakalpojumu menedžmentā un mārketingā;
- valsts, reģiona, pašvaldību un uzņēmumu tēla popularizēšanā.

Eiropai kā ceļojumu galamērķim pieder līderpozīcija visā pasaulē, taču mūsdienās rodas aizvien jaunas apdraudējuma formas gan cilvēcei, gan tūrismam kā vadošai tautsaimniecības nozarei. Tās apdraud tūrisma uzņēmumu eksistenci un rada attīstību dezorganizējošu apstākļu un faktoru kopumu. Starptautiskais terorisms, iekšējie un starpvalstu konflikti, jaunas slimības un epidēmijas, neprognozējamas dabas katastrofas, klimata izmaiņas kļūst par tūrisma uzņēmējdarbības risku. Drošības riski tūrismā pieņem jaunas, neizpētītas, nepierastas un neparedzamas izteiksmes formas, un industrijai ir jāspēj adekvāti atbildēt uz šo izaicinājumu (4).

Pašlaik pieaug pieprasījums pēc kultūras, dabas un aktīvā tūrisma. Pētījumi un tūrisma pakalpojumu sniedzēju atzinumi rāda, ka klientu vidū strauji pieaug pieprasījums pēc drošiem tūrisma produktiem, un drošības kritērijs ir viens no galvenajiem izvēlē par labu vienam vai otram produktam.

Arī Pasaules Tūrisma organizācija (PTO) (*World Tourism Organization*) atzīst, ka viens no nozares attīstības tempu kavēkļiem ir nepietiekami sakārtotie tūrisma drošības jautājumi. PTO statistika liecina, ka lielākā daļa tūrisma infrastruktūras organizāciju cieš zaudējumus terorisma un dabas katastrofu dēļ. Pieaugot starptautiskajam tūrisma produktu pieprasījumam, lai saglabātu vietu uzņēmējdarbības vidē, tūrisma uzņēmējiem ne tikai Eiropā, bet arī globālā līmenī jādomā par vienotas kvalitātes tūrisma produktu, kurš atbilst drošības standartiem (5).

Dr. Filips Kotlers (*P. Kotler*), autoritatīvākais mārketinga nozares autors, izvirza aktualizējušos mārketinga teoriju, ka patērētāju vajadzības un vēlmes ir pakļautas izmaiņām, tāpēc uzņēmējam mārketinga stratēģija jāveido tā, lai varētu adekvāti reaģēt uz šīm izmaiņām. Mārketinga ir veiksmīgs, ja klientu vajadzības tiek apmierinātas (6).

Teroristu uzbrukumi un pieprasījums pēc aktīvās atpūtas iespējām liek pievērsties tūrisma drošībai vairāk nekā jebkad agrāk. Šāda situācija ir izveidojusies pēdējos piecos gados, tāpēc lielai daļai tūrisma uzņēmumu šīs vajadzības apmierināšanai trūkst nepieciešamās pieredzes, un drošības kritēriju ievērošana aprobežojas ar centralizēti noteikto likumu vai normatīvo aktu ievērošanu, taču klienti līdztekus pamatinformācijai par ceļojumu arvien vairāk interesējas par drošības aspektiem.

Pēc Dr. Filipa Kotlera teorijas, tūrisma uzņēmumiem ir jāreaģē uz jaunizveidojušos situāciju, nodrošinot kvalitatīvu un drošu tūrisma produktu un pakalpojumu klāstu (7).

Pašreizējā situācija tūrisma biznesā pieprasa ne vien tūrisma drošības faktoru aktualizēšanu, bet arī uzlabotas mārketinga metodes, jaunu formu komunikācijā ar klientu, kā arī profesionālu attieksmi no apkalpojošā personāla puses, kas klientam sniedz ticamību par tūrisma maršruta vai cita pakalpojuma drošību.

Klienta drošības jautājums ir viens no mūsdienu tūrisma mārketinga vēsts galvenajām ziņām. Uzsākot mārketinga aktivitātes, nepieciešams izvērtēt, kādās aktivitāšu jomās ieguldīt līdzekļus, lai ar iespējami mazākiem izdevumiem iegūtu maksimālu efektu.

Taču pirms pievērsties konkrētām mārketinga metodēm tūrisma uzņēmumam ir jāsakārto sava iekšējā organizatoriskā struktūra, jāpārlicinās, vai uzņēmuma piedāvātie produkti vai pakalpojumi klientam var tikt nodrošināti tādā drošības līmenī, kā uzņēmums tos vēlas reklamēt un virzīt tirgū. Īpaša vērība jāvelta jauniem produktiem un pakalpojumiem (jaunie ceļojumu galapunkti, viesnīcas, aktīvās atpūtas pakalpojumi), jo katra neuzmanība, baumas, klienta neinformētība vai kļūda var jūtami iedragāt potenciālo klientu uzticību un uzņēmējdarbības turpmāko attīstību.

Tūrisma maršrutus, atpūtu pludmalē un citus tūrisma pakalpojumus nav iespējams iepriekš izmēģināt, līdz ar to pircējam ir grūtāk pieņemt pirkuma lēmumu. Ja pārdevēja solījumi nesakrīt ar pircēja viedokli pēc pakalpojuma saņemšanas, pircējs ir neapmierināts, taču neko mainīt vai uzlabot nav iespējams. Tāpēc pārdevējam jāsniedz pēc iespējas pilnīgāka informācija par pakalpojumu (fakti par pakalpojuma saturu, kvalitāti un drošību, gidu profesionalitāti, transporta un naktsmītņu drošību, aģentūras licences utt.).

Pakalpojumi nav taustāmi, tādēļ to iegāde ir saistīta ar lielāku risku nekā preces iegāde, tādā jārēķinās, ka pirms pakalpojuma iegādes pircēji velta vairāk laika, lai iegūtu informāciju un ieteikumus, nekā iegādājoties precī.

Tūrisma pakalpojuma ražošana un patērēšana ļoti bieži notiek vienlaikus (ekskursija tiek vadīta reizē ar ekskursantu atrašanos objektā). Tādā pakalpojuma kvalitāti var ietekmēt arī subjektīvi faktori, kā gida garastāvoklis, klimatiskie apstākļi u. tml. Šādus pakalpojumus nav iespējams iepriekš izgatavot un uzglabāt, tāpēc menedžerim ir svarīgi padomāt arī par apstākļiem, kas tiek radīti faktiskajiem pakalpojumu sniedzējiem – motivācija, individuālo vajadzību apmierināšana –, jo no viņa darba kvalitātes tiešā veidā ir atkarīga uzņēmuma peļņa.

Visbiežāk klients personīgi piedalās pakalpojuma sniegšanas procesā – publikas atsauce, pasivitāte vai drošības noteikumu neievērošana var ietekmēt pakalpojuma kvalitāti. Līdz ar to nepieciešams, piemēram, pirms tūristu grupas komplektēšanas sniegt pilnīgu informāciju par pasākuma vietu, formu, drošības priekšnoteikumiem, kas ir jāparedz atbilstoši pasākuma raksturam.

## **Produkta noieta veicināšana uzņēmuma komunikācijā politikā, balstoties uz tūrisma drošības faktoriem**

Demokrātiska mārketinga priekšnoteikums ir labi informēts klients. Tūrisma nozarei ir sava specifika, kura jāņem vērā, lietojot mārketinga metodes un līdzekļus preces virzīšanai tirgū. Dažādās valstīs pasaulē un dažādiem mārketinga makrovides faktoriem – ekonomiskiem, kultūras, sociālpolitiskajiem, kā arī drošības faktoriem – ir jāizmanto dažādas mārketinga pieejas. Pat vienas valsts robežās mārketinga paņēmieni atšķiras, piemēram, plaša patēriņa produktu tirgum, ražošanas precēm un pakalpojumiem.

Atšķirībā no preces klientam ir relatīvi grūti pirms tūrisma pakalpojuma pirkšanas novērtēt tā kvalitāti. Līdz ar to liela nozīme ir tam, kā šis pakalpojums tiek virzīts, kā par to uzzina un kā to vērtē patērētājs. Šo īpatnību dēļ tūrisma mārketingš ir pakalpojumu mārketingš. Tūrisma uzņēmums rod jaunu pieeju komunikācijā ar klientu, aktualizējot un izmantojot drošības aspektu produkta pārdošanā. Pircējam ir daudz vieglāk izdarīt izvēli, ja viņam tiek sniegta maksimāla informācija par uzņēmuma piedāvāto produktu un pakalpojumu, tā kvalitāti un drošumu, panākot ticamības efektu.

Tūrisma mārketinga līdzekļu kopumā viens no instrumentiem, kam ar masu saziņas līdzekļu palīdzību jāinformē, resp., jāietekmē mērķauditorijas izvēle, ir komunikāciju politika, lai aktīvi veidotu uz tirgu orientētu informāciju par kāda uzņēmuma, produktu vai pakalpojumu drošumu.

Klienta izvēles shēmas pamatā ir uzņēmuma komunikācijas politikas individuālā pieeja klientam un dialogs ar patērētāju. Par veiksmīgu uzdevumu izpildi liecina mērķtiecīgi veidota noteiktai mērķgrupai domāta adekvāta komunikācijas forma un līdzekļi, lai sniegtu informāciju, kas kalpotu viedokļu, attieksmju, prognožu, rīcības veidu vadīšanai un ietekmēšanai atbilstoši izvirzītā mērķa specifikai.

Komunikāciju politikas galveno uzdevumu jomas ir šādas:

- „klasiskie” reklāmas pasākumi (ārējā reklāma, plakāti, transparenti, sludinājumi avīzēs, žurnālos, reklāmas klipi TV, reklāmas radio u. c.);
- sabiedriskās attiecības (*Public Relations*), uzņēmuma mājas lapu, katalogu, prezentāciju, publiskas uzstāšanās veidā u. c.);

- pasākumi, kas veicina produkta pārdošanu (akcijas, reklāmas dāvanas, konkursi, prezentācijas, tūrisma gadatirgi u. c.) (8).

Komunikāciju politikas galveno mērķi attiecībās ar klientu, ņemot vērā tūrisma drošības aspektus, var izteikt ar akronīmu *AIDA*, kas veidojas no angļu valodas jēdzienu sākuma burtiem: komunikāciju politikai ir jāpiesaista mērķgrupas (klienta) uzmanība (*attention*); jāmodina interese (*interest*) par piedāvāto produktu; jārosina vēlēšanās (*desire*) izšķirties par produktu, kas beidzas ar noteiktu darbību (*action*), izvēloties produktu nopirkt (9).

Pieaugot tūrisma produktu piedāvājumam gan vietējā, gan starptautiskajā tirgū, komunikāciju politika tūrisma menedžmentā iegūst svarīgu funkciju: iespējami iedarbīgi uzrunāt izvēlētais mērķgrupas, taču tam ir nepieciešams pēc iespējas pamatīgāk izpēfīt un pazīt mērķauditorijas dzīves stilu.

Uzņēmumiem ir jāsaņāņo iespaidu kopums, ņemot vērā tūrisma drošības faktoros, kas attiecas uz noteiktu uzņēmumu un tā piedāvātā produkta un pakalpojuma politiku; personāla komunikācijas formu; telpu un darbībām, kas atklāj uzņēmuma zīmola nozīmi un solījumu daudzām tā auditorijām.

Piemēram, iesaistoties izklaides tūrisma biznesā, ir jāpiedāvā pēc iespējas vairāk izklaides iespēju vienuviet, kas veicina ieguldītā finansējuma efektīvu atdevi, maksimāli garantējot produkta cikliskumu un drošību. Bieži vien tūrisma produktam ir sezonas raksturs, un ir jādomā, kā izdzīvot pārējā laikā, kā piesaistīt klientus, piem., lauku sētā.

Iepriekš jāpopularizē piedāvātā produkta vai pakalpojuma drošības faktoru ievērošana savā tūrisma uzņēmumā:

- mājlopu vai putnu kolekcijas apskates iespējas (informējot par dzīvnieku veselības stāvokli un klienta drošību);
- senlietu kolekciju apskates iespējas → līdzdalības iespējas (piem., virpot traukus, piedāvāto pakalpojumu izmēģināt, ievērojot drošības tehnikas noteikumus, rūpējoties par klienta dzīvību un veselību);
- pirts un dziednieciskās procedūras (ievērojot pirts sanitārās normas, ārstniecisko augu iedarbības pazīmes, rūpējoties par klientu individuāli u. tml.);
- bioloģiskie lauku produkti → ēdamlietas pēdējā laikā pērk vairāk nekā suvenīrus → līdzdalības iespējas (piem., cept maizi, siet sieru, orientējoties uz klienta vēlmēm un ievērojot sanitārepidemioloģiskās normas);
- personības faktors – gida atraktīvs vēstījums (gida darba metodika, izmantojot klientam atbilstošu komunikācijas formu) (10).

## **Sabiedrisko attiecību un korporatīvās identitātes loma tūrisma pakalpojuma pārdošanā**

Aplūkojot tūrisma mārketingu no produkta drošības viedokļa, pirmais faktors ir sniegtās informācijas ticamība un uzņēmuma tēls klienta acīs. Tāpēc viens no galvenajiem mārketinga elementiem ir sabiedrisko attiecību un korporatīvās identitātes loma tūrisma pakalpojuma pārdošanā.

Latvijā sabiedrisko attiecību teorijai vēl nesenā pagātnē netika veltīta pietiekami liela uzmanība. Tūrisma nozares uzņēmumu, iestāžu un organizāciju vadība pievērsa tām sekundāru uzmanību, nebija kvalificētu speciālistu, kas nodarbotos ar sabiedrisko attiecību popularizēšanu. Taču mūsdienās sabiedriskās attiecības ir

kļuvušas pazīstamas un tiek plaši izmantotas visā pasaulē gan privātā un valsts sfērā, gan finanšu, gan valdības darbā, iesaistot ekonomikas, kultūras un citas sfēras. Katra no šīm sfērām atšķiras un tiek veidota citādi. Termins „sabiedriskās attiecības” jeb *public relations (PR)* tiek lietots, lai veidotu pozitīvu sabiedrības attieksmi pret kādu organizāciju, institūciju un uzņēmumu vadību un lai radītu labu tēlu (11).

Tūrisma uzņēmuma uzdevums sabiedrisko attiecību jomā ir patērētāju tirgus izpēte, klientu un patērētāju uzvedības izpēte, kā arī sabiedriskās domas izpēte, lai veicinātu un stimulētu izvirzīto mērķu sasniegšanu un nodrošinātu un palīdzētu saglabāt labu tēlu.

Sabiedriskās attiecības interesējas par harmoniskām un saprotošām attiecībām starp organizāciju, tās struktūras daļām, indivīdiem un grupām, ar ko tā saistīta. Tās ietver gan organizācijas vadību, gan strādniekus, piegādātājus, pircējus, klientus un sabiedrību kopumā (12).

Tūrisms bieži tiek uztverts kā harmonijas vēstnesis starp pasaules valstu kultūrām, taču tūrisms ir viens no pirmajiem industriālajiem upuriem karu un politisko nemieru laikā. Lai adekvāti reaģētu uz notikumiem nākotnē, ir padziļināti jāanalizē nesenie notikumi un jānoskaidro ne tikai tas, kā var uzlabot tūrisma drošību, bet arī tas, kā ar tūrisma drošību saistītus jautājumus var aplūkot tūrisma mārketinga un menedžmenta kontekstā, lai neradītu nelabvēlīgas sekas tūrisma industrijai un valstij kopumā. Tas ir nepieciešams, lai tūrisma industrija spētu labāk reaģēt uz jauniem izaicinājumiem. Globālo attiecību laikmetā tūrisma industrijā iesaistītajiem uzņēmumiem, organizācijām un institūcijām ir jāizstrādā jauna mārketinga pieeja, ņemot vērā tūrisma drošības faktoru izpēti:

- drošības nozīme ceļojuma galamērķa vai aktivitātes izvēlē;
- mediju loma – patērētāju viedokļa ietekmēšana tūrisma drošības jautājumos;
- patērētāju zināšanas par ieteikumiem ceļošanai un šo ieteikumu ietekme uz patērētāju uzmanību;
- drošība kā ceļojuma galamērķa mārketinga sastāvdaļa;
- noziedzība – tūrisma industrijas ēnas puse;
- krīzes komunikācija un tūrisma industrijas atkopšanās;
- ceļojumu aģentu pieredze informācijas sniegšanā par ceļošanu uz riskantiem galamērķiem;
- neveiksmju plānošanas sistēmas nepieciešamība, lai reaģētu uz nozīmīgām tūrisma katastrofām;
- pētījumi par ceļojumu galamērķu un uzņēmējdarbības reakciju uz neseno politisko nestabilitāti un/vai uzbrukumiem tūristiem;
- globālas nelaimes u. c. (13).

Sabiedrisko attiecību galvenais uzdevums ir „informēt, izglīt, pārliecināt un radīt sapratni sabiedrībā. To uzdevumos ietilpst: izveidot uzticības atmosfēru; pārliecināt, ka sabiedrības intereses un tās labklājība ir galvenais kritērijs, ko ņem vērā, izstrādājot firmas, organizācijas uzvedību un stratēģiju; nodrošināt efektīvu informācijas apmaiņu, lai veicinātu savstarpēju sapratni”. Tas ir optimāls modelis uzņēmuma veiksmīgai darbībai mūsdienu tirgus ekonomikas apstākļos (14).

S. Katlips (*Sc. Cutlip*) uzskata, ka sabiedriskās attiecības var definēt arī kā vadīšanas (menedžmenta) funkciju, kas novērtē sabiedrības attieksmes, nosaka indivīda vai organizācijas politiku un procedūras saskaņo ar sabiedrības vai noteiktas auditorijas interesēm, kā arī plāno un realizē darbības programmas ar mērķi iegūt sabiedrības sapratni un labvēlīgu attieksmi (15).

Plānojot sabiedrisko attiecību stratēģiju, popularizējot tūrisma uzņēmumu kā videi draudzīgu, piedāvājot klientam drošu pakalpojumu klāstu, jāņem vērā vairāki priekšnoteikumi.

Nepieciešams pētīt un uzzināt sabiedrības domas par prasībām konkrētajam pakalpojumam. Svarīgs priekšnoteikums ir objektivitāte – viedokļus nevajag iegūt no kolēģiem, konkurentiem, draugiem, radiem. Objektīvu ainu nesniegs arī tāda informācija, kas iegūta šaurā ģeogrāfiskajā areālā vai no šauri definētas mērķauditorijas. Populārākie informācijas ieguves veidi ir anketēšana un intervēšana. To vajadzētu veikt vietās, kur cilvēki ir spiesti uzturēties – lidmašīnās, uz prāmjiem, lidostās, lielveikalu rindās, vajadzētu citādi motivēt cilvēkus anketu aizpildīšanai vai intervijai.

Sabiedrisko attiecību publiskajai sejai – uzņēmuma vadītājam vai pārstāvim – jābūt pozitīvam tēlam gan intelektuāli, gan vizuāli, tā rodas ticamība piedāvātajam uzņēmuma produktam. ASV sabiedrisko attiecību teorētiķi lieto terminu „Kenedija efekts” – tiek uzskatīts, ka bijušais ASV prezidents Džons Kenedijs uzvarēja vēlēšanās, jo labi izskatījās televīzijā.

*PR* ir globāls tēla konstrukcijas process, kas norisinās iedomātā realitātē, panākot tēla nostiprināšanos publiskajā telpā, – tātad tēlu var izveidot (16).

Ir jāzina, kas konkrētā brīdī sabiedrībai ir aktuāls (piem., tūrisma drošība), lai uzsāktu izskaidrojošo darbu par uzņēmuma piedāvātā pakalpojuma drošību, jāizvēlas atbilstošākais laiks, kad ziņa veiksmīgi sasniegs auditoriju. Mediji vislabprātāk pieņem informāciju vasarā, kad ir tukšākais ziņu periods. Tūrisma jomā šis laiks ir pat izdevīgs, jo cilvēki plāno atvaļinājumu un pievērš uzmanību tūrisma informācijai. Tāpat tūrisma informāciju var ievietot piektdienas izdevumos, kas lielākai daļai citu industriju ir neizdevīgākais laiks, bet tūrismam, kas uzskatāms par brīvdienas izklaides produktu, nedēļas nogales lasītāji ir īstā auditorija. Kā liecina pētījumi, cilvēki visvairāk lasa presi, apmeklē interneta lapas un skatās ziņu izlaidumus trešdienās un ceturtdienās, tāpēc informatīvās aktivitātes jāuzsāk otrdienās, savukārt pirmdienās sniegtā informācija vismazāk sasniedz savu auditoriju.

Ar masu mediju un interneta palīdzību informācijas apmaiņa starp dažādām pasaules valstīm ir kļuvusi ļoti ātra un viegla, cilvēki ir daudz labāk informēti par apkārt notiekošo un pievērš tam aizvien lielāku uzmanību. Terorisma, dabas katastrofu un epidēmiju radītā ietekme atstāj nozīmīgu iespaidu uz ceļojumu galamērķa izvēli, tūrisma biznesu un ceļotāju uzvedību. Turklāt masu medijos nonāk un izplatās informācija, kura pārsvarā sastāv no negatīvām ziņām, tās iegūst plašu rezonansi sabiedrībā, tāpēc tūrisma uzņēmumam ir pastiprināti jāpievērš uzmanība, kādas ziņas tiek atspoguļotas masu medijos un kādā mērā medijos sniegtā informācija var ietekmēt uzņēmuma klientu viedokli par piedāvāto produktu vai pakalpojumu.

Mediji veido reportāžas par dažādām bīstamām situācijām (sliktas ziņas ir vieglāk pārdot nekā labas), tūrisma drošības informācija šādā veidā ir vieglāk iekļaujama medijos, līdztekus tam ir iespējas demonstrēt arī tūrisma uzņēmuma atbildību, tādējādi pārliecinot klientus izmantot konkrētā uzņēmuma pakalpojumus.

Jo labāk apzināts pārdošanas mērķis, jo precīzāk iespējams to ietekmēt, tāpēc tūrisma uzņēmumi ar specializēto mediju (žurnālu, īpašu avīžu pielikumu, speciālu radio un televīzijas programmu) palīdzību var sasniegt vēlamu auditorijas daļu.

Televīzijai pieder monopols intereses izraisīšanā, jo TV raidījumu formāts ir haotiskāks un steidzīgāks. Tas noder problēmas aktualizēšanā (piem., palielinās saslimstība ar ērcu encefālītu), bet izskaidrojošo darbu labāk veikt ar drukāto mediju



starpniecību (dabas tūrisma riski, nepieciešamās darbības, palīdzības dienestu kontaktinformācija utt.).

Katra uzņēmuma mērķis ir ticamība un sabiedrības akcepts. Viens no uzņēmuma tēla un korporatīvās identitātes (*CI – corporate identity*) rādītājiem ir uzņēmuma dizains (*Corporate Design*). Uzņēmuma krāsas, kas atspoguļojas logotipā, izkārtņēs, vizītkartēs un citur, demonstrē tā nostāju pret apkārtējo vidi. Jaunākā tendence, izvēloties uzņēmuma dizaina krāsas, ir rast klientos uzticību un demonstrēt labvēlīgu uzņēmuma attieksmi pret vidi (zaļā un citas zemes un dabas krāsas) (17).

Vienots tūrisma uzņēmuma tēls, vienots stils gan uz veidlapām, gan vizītkartēm, veidojot mājas lapas vizuālo noformējumu, sniedzot informāciju u. c., klientam ļauj apjaust biznesa sabiedrisko noderību, redzēt iespējas ar tā palīdzību uzlabot vai atvieglot savu izvēli.

Imidžs – tas ir standartu simbols, katra uzņēmuma korporatīvais mīts, kas precīzi iedarbojas uz produkta pārdošanas veicināšanu (18).

Informācija, ko klients saņem pirms ierodas mītnē un izdara savu izvēli:

- aktuāla un patiesa informācija par uzņēmumu pirms rezervācijas (drukātie materiāli vai internets);
- skaidri norādīts naktsmītnes veids;
- iekšējās kārtības noteikumi un aizliegumi (piem., smēķēšana, viesu mājdzīvnieki);
- viesu uzņemšanas mēneši;
- ceļa apraksts un ceļa shēma;
- rezervēšanas noteikumi;
- pieejamie pakalpojumi un aktivitātes;
- cenas – atjaunotas, fiksētas un skaidri norādītas (19).

Šai informācijai jābūt pieejamai klientam, izdarot rezervāciju, kā arī ierodoties mītnē. Ja informācija, ko klients saņēmis pirms ierašanās, nesaskan ar realitāti, viņš var savu rezervāciju atcelt un pieprasīt samaksu atpakaļ. Papildus tam – visa šī informācija rada klientā pārlicību, ka izvēlēta vieta ir droša.

Tūrisma uzņēmējdarbībā arvien lielāka loma ir klientu noteiktu vai slēptu vajadzību apmierināšanai, piedāvājot produktu vai pakalpojumu atbilstošā kvalitātē. Tūrisma uzņēmuma klienti izvēlas kvalitatīvus droša tūrisma produktus vai pakalpojumus, kas vērsti uz klienta vēlmēm un vajadzībām.

## **Tūrisma pakalpojumu kvalitāte un informācijas pieejamība – tūrisma uzņēmuma drošības garants**

Kvalitāte ir produkta vai pakalpojuma iezīmju un īpašību kopums, kas ietver tā spēju apmierināt noteiktas vai slēptas vajadzības. Produkta un pakalpojuma kvalitāte, patērētāju apmierinātība un uzņēmuma ienesīgums ir savstarpēji cieši saistīti faktori. Augstāki kvalitātes rādītāji rada lielāku patērētāju apmierinātību, vienlaikus dodot pamatu augstākām cenām un bieži vien zemākām izmaksām (20).

Cilvēka fiziskā, psiholoģiskā drošība, vide, mītnes kvalitāte ceļojuma laikā ir saistīta ar dominējošo priekšstatu par ceļojuma galamērķi. Vides kvalitāte un ilgtspējīga dabas resursu izmantošana ir tieši saistīta ar iedzīvotāju drošību un veselību. Ekoloģiskais un epidemioloģiskais apdraudējums, dabas vai cilvēka izraisītās katastrofas var radīt ārkārtēju situāciju, kad tūrisma uzņēmumi tiek

pakļauti riskam, tiek grauta valsts ekonomika un kavēta iedzīvotāju labklājība. Valsts iedzīvotāju priekšstati par vērtību sistēmu un cilvēku uzvedība nosaka ceļotāja labsajūtu ceļojuma laikā. Ārējie vides apstākļi nosaka cilvēka fizisko un psiholoģisko komfortu, tāpēc tūrisma produkta un pakalpojumu piedāvātājiem ir jābūt gataviem nodrošināt tūrista fizisko un psiholoģisko drošību. Noteicošais tūrisma uzņēmuma komunikāciju politikā ir visaptveroša informācija, kas garantētu klienta drošību un sniegtu ziņas par iespējamiem draudiem ceļojuma laikā, kā arī atspoguļotu tās vērtības un prioritātes valstī, kas saistītas ar tūrista drošību un priekšstatiem par to, ko piedāvā tūrisma produkta un pakalpojumu sniedzēji.

Tūrisma produkta vai pakalpojuma pārdošanā būtiska nozīme ir klienta informētības pakāpei par valstī izveidotajām un starptautiski pieņemtām produkcijas kvalitātes zīmēm un zīmoliem, kas apliecina tūrisma produkta kvalitāti un drošību un garantē ticamību produkta kvalitātei.

Latvijas kvalitātes zīmes mērķis ir palīdzēt patērētājiem orientēties preču un pakalpojumu klāstā. Tūrisma uzņēmuma piedāvāto produktu vai pakalpojumu kvalitāti apstiprina valsts noteiktais standarts. Katrai kvalitātes zīmei ir sava nozīme, atšķiras arī prasības šo zīmju iegūšanai.

Latvijas kvalitātes zīmi izveidojusi Latvijas Kvalitātes padome sadarbībā ar Latvijas Patērētāju tiesību aizgādniecības savienību un Latvijas Tirgotāju asociāciju. To paredzēts piešķirt produktiem un pakalpojumiem, kuru rādītāji ir būtiski labāki par drošuma prasībām un Latvijas standartos noteiktajiem kritērijiem. Piemēram, kvalitātes zīmes tūrisma kalpo kā simbolu komunikācija starp tūrisma uzņēmumu un klientu, akcentējot produkta un pakalpojuma kvalitāti un atpazīstamību (21).

Uzņēmuma kvalitātes zīme kļūst par sava veida zīmolu, kas klientu acīs rada vērtību un ticamību tūrisma tirgū sniegtajam produktam, turklāt zīmols sevī ietver ko vairāk nekā tikai tēlu. Tā ir savstarpējā sapratne starp tirdzniecības zīmolu kā tēlu un patērētāju sabiedrības asociācijām, ko izraisa produkts un kuru dēļ produkti tiek atšķirti cits no cita (22).

Latvijā ir vairākas tūrisma kvalitātes zīmes.

**„Taurenis”** – asociācijas „Lauku ceļotājs” lauku tūrisma mītņu kvalitātes vērtēšanas sistēma kopš 1993. gada. Pastāv 4 kvalitātes kategorijas, no kurām 1. ir zemākā un 4. – augstākā. Katru kvalitātes kategoriju apzīmē ar attiecīgu simbolu skaitu (1–4 taureņi). Pēc kvalitātes novērtēšanas tūrisma mītne saņem atskaiti ar ieteiktajiem uzlabojumiem un kvalitātes sertifikātu, kas apliecina piešķirto kategoriju. Kritēriji iedalīti 5 grupās: telpas iekārtas un aprīkojums, apkārtnē, papildu piedāvājumi un pakalpojumi, klientu apkalpošana un saskarsme, drošība (23).

**Zaļais sertifikāts** – vides kvalitātes zīme, kuras mērķis ir draudzīga tūrisma attīstības veicināšana Latvijas lauku teritorijās un mazpilsētās, nodrošinot

- ekosistēmas aizsardzību un bioloģiskās daudzveidības saglabāšanu;
- dabisko ainavu un kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu;
- saprātīgu dabas resursu izmantošanu;
- vides piesārņojuma kontroli un novēršanu;
- vietējo iedzīvotāju labklājības pieaugumu.

2002. gadā tika izstrādāts Zaļā sertifikāta nolikums, kura prasības ir attiecināmas uz visu veidu lauku tūrisma mītnēm, tajā ir uzskaitītas 11 sfēras, uz kurām tiek attiecinātas prasības (vide un ainava, atkritumu savākšana un apstrāde, ūdens un energoresursu izmantošana, mazgāšanas līdzekļi u. c.) (24).

**„Ekopukīte”** – vienotu Eiropas ekomarķējuma sistēmu „Ekopukīte” 1992. gadā izveidoja Eiropas Komisija (Vides ģenerāldirektorāts). Tās mērķis – veicināt tādu preču ražošanu un pakalpojumu sniegšanu, kas labvēlīgāk ietekmētu vidi salīdzinājumā ar citām precēm tajā pašā preču grupā un palīdzētu patērētājiem tās viegli atpazīt. Šis marķējums nodrošina oficiāli apstiprinātu videi draudzīgu preču ražotāju un pakalpojumu sniedzēju identifikāciju Eiropas valstīs un veicina videi draudzīgu tehnoloģiju izmantošanu un produkcijas ražošanu. „Ekopukīti” piešķir vairāk nekā 20 dažādās produktu (preču un pakalpojumu) grupās, tajā skaitā arī tūristu mītnu un kempingu pakalpojumiem. Saskaņā ar LR normatīvajiem aktiem ekomarķējuma „Ekopukīte” piešķiršanu Latvijā veic Latvijas Vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas aģentūra (25).

**„Zaļā atslēga”** – starptautiska ekotūrisma sertifikācijas sistēma, kas veicina viesnīcu, kempingu, restorānu, hosteļu kategoriju kvalitāti. Ietver kritērijus infrastruktūras, pārvaldes un komunikāciju jomās. Tās mērķis – samazināt tūrisma ietekmi uz vidi, veicināt vides pārvaldes ieviešanas sistēmu tūrisma sektorā un samazināt tūrisma industrijas ietekmi uz vidi. Latvijā ir uzsākta sertifikācija viesnīcu kategorijā, tiek gatavoti arī restorānu sertifikācijas kritēriji (26).

**Zilo karogu kustība** – kopš 1997. gada Latvija ir iesaistījusies starptautiskajā Zilo karogu kustībā. Pieteikumus Zilā karoga saņemšanai izvērtē un lēmumu par to piešķiršanu pieņem atbilstības novērtējuma komisija (MK 25.01.2006. rīkojums Nr. 44). 2006. gadā Zilais karogs tika piešķirts sešām Latvijas peldvietām – Majoru un Bulduru pludmalēm Jūrmalā, Liepājas un Ventpils pludmalēm, Daugavpils pilsētas Lielā Stopu ezera peldvietai un Ventpils jahtu ostai. Zilais karogs ir zīme, ka pludmale vai jahtu osta atbilst 27 kritērijiem, kas iedalāmi četrās grupās: ūdens kvalitāte, vides labiekārtotība (atkritumu novietnes, dabas aizsardzība, notekūdeņi), drošība un pakalpojumi (glābšanas dienesti un aprīkojums, tualetes, pirmā medicīniskā palīdzība), vides aizsardzības izglītība un informācija (informācijas pieejamība par ūdens un vides kvalitāti, dažādas iespējas apmeklētājiem pašiem pārliecināties par ūdeņu tīrību) (27).

**„Zaļā karotīte”** – 2001. gadā tika radīta īpaša preču zīme „Kvalitatīvs Latvijas produkts” Zaļā karotīte). To SO „Mārketinga padome”, kas ir šīs zīmes īpašnieks, piešķir tiem lauksaimniecības produktiem, kas audzēti un ražoti Latvijā, lai palielinātu šo produktu noietu. Šī zīme tiek piešķirta pārtikas produktiem, kuru sastāvā ir vismaz 75% Latvijā audzētu izejvielu un kas atbilst nepieciešamajām kvalitātes prasībām. Tādējādi mārketinga padome veic ievērojamu darbu, lai veicinātu Latvijas pārtikas produktu popularitāti gan vietējā, gan ārvalstu tirgū (28).

Reklāma kā biznesa informācijas veids pastāv sen. Jau labu laiku pirms iespieddarbu tehnikas izgudrošanas tirgotāji ar īpašām zīmēm uz sienām centās piesaistīt uzmanību savām precēm. Ar iespieddarbu izgatavošanas tehnikas un īpaši ar laikrakstu rašanos reklāma no vienkārša paziņojuma pārvērtās argumentā un padomā, kas veicināja preces pirkšanu. Lielbritānijas nedēļas laikraksti jau 1650. gadā reklamēja kafiju, šokolādi un tēju. 1666. gada jūnijā kā papildinājums Londonas avīzei iznāca pielikums, kurā bija tikai reklāmas sludinājumi (29).

Mūsdienās reklāma ir ne tikai māksla, bet vesela zinātnes nozare. Reklāmas jomā tiek veikti pētījumi, lai noskaidrotu patērētāja gaumi un vēlmes, reklāmas sludinājumus testē un pārbauda ar mērķi maksimāli atpelnīt reklāmā ieguldītos līdzekļus.

No sociālpsiholoģiskā skatpunkta reklāmas darbība ir cilvēku komunikācijas veids. Reklamētājs mēģina patērētājam komunicēt pozitīvu produkta vērtējumu.

Savukārt patērētājs mēģina sev nozīmīgajiem cilvēkiem (sociāli referentai grupai) komunicēt pozitīvu sava paštēla vērtējumu, t. i., radīt pozitīvu priekšstatu par sevi. Patērētājam ir nepieciešami tādi produkti, kurus pozitīvi vērtē arī viņam nozīmīgi cilvēki. Piemēram, izvēloties tūrisma aģentūru pakalpojumus, patērētājam būs svarīgs ne tikai ceļojuma galamērķis, bet arī tas, ko par to domās cilvēki, kuri par to uzzinās. Cilvēks ar savu dabas doto vai arī apzināti veidoto ārieni (izskatu un uzvedību) atklāj pārējiem savu iekšējo pasauli vai arī tieši otrādi – noslēpj to. Līdz ar to reklāmas darbība nav vienkārši biznesa instruments, bet gan sarežģīta cilvēku mijiedarbības forma, kas paredz iegūt līdzekļus turpmākajai komunikācijai sociāli referentā grupā (30).

Reklāmas mērķis ir likt cilvēkam veikt noteiktu izvēli – starp ceļojumu uz Arābu Emirātiem vai atpūtu viesu namā laukos savā valstī, starp čarterlidojumu uz Turcijas kūrortu vai laivošanu pa upes krācēm. Reklāmdevējam ir lieliski jāpārzina konkrētā masu medija prioritātes un tās jāizmanto kā pārliecināšanas ierocis. Reklāma ir konkurences metode, viena no mārketinga funkcijām. Mūsdienās reklāmai tiek izmantota prese, kino, televīzija, skatlogi, plakāti, gaismas noformējums, preču iesaiņojums, preču un firmas zīmes. Pārsvārā reklāmas vēsts tiek nodota simbolu komunikācijas formā. Simbolu komunikācija aptver visus pakalpojumu veidus reklāmā (attēls, runa utt.), kuros produkts tiek attēlots fiziski neaptaustāmi – zīmju, simbolu, attēlu u. c. formās. Reklāmas izveidošana un ievietošana pakļauta ES un katras valsts reklāmas likumdošanai.

Šīs likumdošanas mērķis ir

- 1) reglamentēt reklāmas izgatavošanu un izplatīšanu, kā arī noteikt reklāmas izgatavošanā un izplatīšanā iesaistīto personu tiesības, pienākumus un atbildību;
- 2) aizsargāt personu, kā arī kopumā visas sabiedrības intereses reklāmas jomā;
- 3) veicināt godīgu konkurenci (31).

Reklāmai ir jābūt patiesai, un tā nedrīkst maldināt pircēju – tas tūrisma uzņēmējiem jāievēro, veidojot savus reklāmas materiālus gan iespēstā veidā, gan internetā. Reklāma ir ar uzņēmējdarbību vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem (32).

Tūrisma pakalpojumu atpazīstamību un informācijas pieejamību var nodrošināt, piemēram, izstrādātas vienotas ceļa norādes (Latvijā asociācija „Lauku ceļotājs”) ar vienotu asociācijas logotipu, kas bez tiešās informācijas būs arī labs mārketinga instruments un drošības garants.

Tūrisma uzņēmējdarbībā svarīga nozīme komunikācijā ar klientu ir ceļa norāžu un vizuālās informācijas izvietojumam. Latvijā to reglamentē likumdošanas normatīvie dokumenti:

- 1) ceļu satiksmes normatīvie akti un likumi;
- 2) noteikumi par reklāmas objektu vai informācijas objektu izvietojumu gar ceļiem, kā arī kārtību, kādā saskaņojama reklāmas objektu vai informācijas objektu izvietojuma, un citi katrā valstī atbilstoši noteikumi (33).

Ceļa norādes uz tūrisma mītnēm un apskates objektiem var būt

- 1) attiecīgajā teritorijā akceptētās vienota dizaina un standarta izmēra viensētu nosaukumu plāksnītes;
- 2) pašu izveidotas brīva dizaina un formas viensētas nosaukuma vai apskates objekta norādes;
- 3) profesionālo asociāciju izstrādātās vienotās ceļa norādes ar logotipu uz savu biedru naktsmītnēm;
- 4) standartizētas norādes uz tūrisma objektiem;
- 5) standartizētās ceļa zīmes (zilbaltas) (34).

Ir vairāki nozīmīgi drošības aspekti, kādēļ nepieciešamas norādes līdz mājai un pie mājas:

- tās atvieglo orientēšanos un ātru galamērķa atrašanu (tūristi nenomaldās);
- tās ietaupa laiku;
- tās ietaupa degvielu (vides un ekonomiskais aspekts);
- tās atvieglo un paātrina darbu operatīvajiem dienestiem palīdzības sniegšanā (ātrā palīdzība, katastrofu medicīnas centrs, ugunsdzēsēji, policija) (35).

Plānojot savu ceļojumu, tūristi neapmeklēs valsti, kur pastāv liela iespēja kļūt apdraudētiem, bet izvēlēsies drošākus ceļojumu un atpūtas maršrutus. Tūristu skaitam samazinoties, valsts cieš no ekonomikas pagrimuma, taču pastāv arī citi draudi, kas kaitē veiksmīgam ceļojumam, piemēram, tūrisma mītnes kvalitāte un līdz ar to klienta drošība ir saistīta ar noteikumu un normu izpildi, kurus nosaka valsts un starptautiskie standarti. Klienta drošību nosaka un ticamību kvalitātei garantē iespējamie riska faktori mītnes telpās un tās apkārtnē:

- telpas atrašanās vieta, platība un ērtums;
- ēku un telpu konstrukciju tehniskais stāvoklis un kvalitāte;
- mēbeļu un iekārtu, aprīkojuma tehniskais stāvoklis un kvalitāte;
- ūdenspiegāde un tā kvalitāte;
- sanitārās normas;
- tehniskais aprīkojums u. c. (36).

Drošības faktoru loma tūrisma uzņēmuma komunikācijā ar klientu ir aktuāls jautājums, tādēļ ir svarīgi veicināt zinātniski pētniecisko darbību tūrisma nozarē. Tūrisma drošības faktoru izpēte, ceļotāju motivācijas izziņāšana, klimata izmaiņu un terorisma draudu ietekmes pētniecība, sociāldemogrāfiskās situācijas izziņāšana tūrisma u. c. nodrošinātu iespēju savlaicīgi un mērķtiecīgi plānot tūrisma nozares pasākumus. Tūrisma drošības faktoru izpēte tūrisma industrijā sniedz jaunas iespējas mārketinga stratēģijas plānošanā un uzņēmējdarbības vadībā, popularizējot gan valsts tēlu, gan tūrisma uzņēmumu un tā pieejamību klientam. Šī pieeja parāda iespējamus risinājumus krīžu un riska menedžmenta situācijās tūrisma industrijā.

Drošības faktoru pamatā tūrisma uzņēmuma komunikācijā ar klientu ir uzņēmuma komunikācijas politikas individuālā pieeja klientam un dialogs ar patērētāju.

Tūrisma produkta noieta veicināšanas pamatā ir tūrisma drošības faktori un uzņēmuma komunikāciju politikas instrumentu mērķtiecīgs izmantojums dialogā ar klientu.

Svarīga nozīme tūrisma pakalpojumu pārdošanā ir sabiedriskajām attiecībām un korporatīvajai identitātei.

Tūrisma pakalpojumu kvalitāte un informācijas pieejamība ir tūrisma uzņēmuma drošības garants. Uzņēmuma kvalitātes zīme kļūst par zīmolu, kas klientu acīs rada vērtību un ticamību tūrisma tirgū sniegtajam produktam. Šis zīmols sevī ietver savstarpējo saistību starp tirdzniecības zīmolu kā tēlu un patērētāju sabiedrības asociācijām, ko izraisa produkts un kuru dēļ tas tiek atpazīts.

## LITERATŪRA

1. Autoru kolektīvs. Uzņēmumu drošība. Rīga, 2006. 422 lpp.
2. Tourism, Security and Development. Pieejams: <http://www.bond.org.uk/networker/feb04/tourism.htm>
3. Turpat.
4. Tourismus politischer Berisht der Bundesregierung – 14./15. Legislaturperiode Nr.: 521, Juli 2003, Internet(LP4) – ISSN0342 – 9288 (BMWA – Dokumentation). Pieejams: [www.bmwa.bund.de](http://www.bmwa.bund.de)
5. Tourism, Security and Development. Pieejams: <http://www.bond.org.uk/networker/feb04/tourism.htm>
6. Scheuch, Marketing, München, 1993, 3. S.
7. Turpat, 3. lpp.
8. Heinrich W., Klein A. Kulturmanagement. Wörterbuch von A–Z, C. H. Beck, München, 1996, 118.–119. S.
9. Turpat, 118.–119. lpp.
10. Asociācijas „Lauku ceļotājs” metodiskie mācību materiāli. Rīga, 2006.
11. *Dr. pol. soc.* Dainas Bāras seminārs „Ievads sabiedrisko attiecību (PR) teorijā”, lasīts LU 2000. g. maijā.
12. Turpat.
13. Dallen J. Timothy, David Timothy Duval. Safety and Security in Tourism. Australia, Victoria University, 2004, 340 p.
14. *Dr. pol. soc.* Dainas Bāras seminārs „Ievads sabiedrisko attiecību (PR) teorijā”, lasīts LU 2000. g. maijā.
15. Turpat.
16. Veinberga S. Publiskās attiecības. Apgāds Zvaigzne ABC, 195. lpp.
17. Barthenheim G. Public Relations – Öffentlichkeitsarbeit heute. PR perspektiven. Wiesbaden, 1988.
18. Turpat.
19. Asociācijas „Lauku ceļotājs” metodiskie mācību materiāli. Rīga, 2006.
20. Kotlers F. Mārketinga pamati. Rīga, 2006, 647 lpp.
21. Дурович А. П. Маркетинг в туризме. Республика Беларусь. 2001, 495 с.
22. Дж. Ф. Джонс. Роль рекламы в создании сильных брендов. Киев, 2005.
23. [http://www.celotajs.lv/cont/prof/quality\\_lv.html](http://www.celotajs.lv/cont/prof/quality_lv.html)
24. <http://eco.celotajs.lv/pn/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=152>
25. <http://www.em.gov.lv/em/2nd/?cat=376>
26. <http://www.videsfonds.lv/za.html>
27. <http://www.ltn.lv/~vak/zk/>
28. <http://www.marketingapad.lv/>
29. Stražnovs G. Reklāma praktiskajā biznesā. SIA „Merkūrijs”, 1993.
30. Veide M. Reklāmas psiholoģija. Jumava, 2006, 247 lpp.
31. Likums par reklāmu 27.09.2007. („LV”, 160 (3736), 04.10.2007.)
32. Turpat.
33. Ceļu satiksmes likums 15.02.2007. („LV”, 36 (3612), 01.03.2007.) [spēkā ar 15.03.2007.]
34. Asociācijas „Lauku ceļotājs” metodiskie mācību materiāli. Rīga, 2006.
35. Lauku tūrismam izmantojamās mājas (LVS 200-4:2000).

36. Сенин В. С. Организация международного туризма. Москва, 2003, 397 с. Ētījuma rezultāti tika prezentēti EK Leonardo da Vinci programmas projekta Nr: LV/05/B/F/PP-172.004 starptautiskajā konferencē „Tūrisma drošība – uzlabojumi tūrisma izglītībā un uzņēmējdarbības praksē” 21.09.07.

## Summary

The aim of the paper is to consider safety as one of the main elements of modern tourism marketing. In democratic marketing, a well-informed client is a prerequisite for promotion of product sale. The client's choice is based on the individual approach of the enterprise's communication policy and the dialogue with the consumer. The indicator of successful implementation of the marketing tasks in a tourism enterprise is adequate communication based on target groups, as well as the instruments to give information that would serve the management and manipulation of the modes of opinions, attitudes, prognoses, and actions according to the objectives of the enterprise.

**Keywords:** secure, security factor, tourism business, communication policy, promotion of product sale, signs of tourism quality.

## Reģionālo sabiedrības aptauju izmantošana ūdeņu ekosistēmu ekonomiskajā novērtēšanā

### The Use of Regional Public Surveys for Economic Valuation of Aquatic Ecosystems

Kristīne Pakalniete

SIA AKTiiVS

Robežu iela 3a-7, Rīga, LV-1004

E-pasts: [kristinepa@apollo.lv](mailto:kristinepa@apollo.lv)

ES Direktīva 2000/60/EK (ūdeņu struktūrdirektīva) ievieš jaunu pieeju ūdeņu aizsardzības politikā. Tā nosaka ekonomiskos principus, kas piemērojami politikas lēmumiem un rīcībai, radot nepieciešamību ekonomiski novērtēt ūdeņu ekosistēmas. Pētījumā aplūkotas pieejamās ekosistēmu ekonomiskās novērtēšanas metodes un sniegts ieskats, kā izvēlēties piemērotāko, balstoties uz dažādo metožu spēju novērtēt atšķirīgus ekosistēmu *kopējās ekonomiskās vērtības* komponentus. Vienīgās metodes, kuras spēj novērtēt ūdeņu ekosistēmu *neizmantošanas vērtību*, kas varētu būt aktuāli Latvijas apstākļiem, ir *tiešās izvēles metodes*, piemēram, *kontingenta novērtējuma metode*. Šīs metodes pamatā ir specifiska sabiedrības aptauja. Pētījumā īpaša uzmanība pievērsta šādu aptauju ģeogrāfiskā mēroga un teritorijas lieluma noteikšanai, sniedzot secinājumus par situācijām, kādās būtu piemērotākas reģionālās aptaujas, un priekšlikumus par aptauju teritorijas lieluma noteikšanu.

**Atslēgvārdi:** ūdeņu ekosistēmu ekonomiskā vērtība, monetārās novērtēšanas metodes, aptauja „vēlēšanās maksāt”, aptaujas teritorijas noteikšana, reģionālu aptauju izmantošana.

## Ievads

Iestājoties Eiropas Savienībā, Latvijai ir kļuvušas saistošas Eiropas Savienības likumdošanas prasības par ūdeņu aizsardzību un apsaimniekošanu. Nozīmīgākais likumdošanas dokuments, kas nosaka Kopienas dalībvalstu rīcību ūdeņu aizsardzībai un apsaimniekošanai, ir ūdeņu struktūrdirektīva.<sup>1</sup> Šīs direktīvas prasības ir iestrādātas Latvijas likumdošanas dokumentos (piemēram, Ūdens apsaimniekošanas likumā, kas stājās spēkā 16.10.2002.) un normatīvajos aktos (vairākos Ministru kabineta noteikumos).

Minētā direktīva ir īpaši nozīmīga ar to, ka tā ievieš ekonomiskos aspektus ūdeņu aizsardzības un apsaimniekošanas politikas izstrādē. Piemēram, tā nosaka situācijas, kad, pieņemot lēmumus saistībā ar ūdeņu aizsardzību un nosakot nepieciešamo rīcību, var tikt ņemti vērā sociālekonomiskie apstākļi. Piemēram, direktīva pieļauj, ka drīkst piemērot ūdens kvalitātes mērķa izņēmumu (vai nu pagarinot termiņu labas kvalitātes mērķa sasniegšanai, vai pazeminot kvalitātes mērķi), ja pasākumu programmas izmaksas, lai sasniegtu labu ūdeņu kvalitāti kādā ūdensobjektā vai upes sateces baseinā, ir neproporcionālas ieguvumiem no labas ūdens kvalitātes sasniegšanas. Protams, šādiem politiskiem lēmumiem ir jāsniedz



attiecīgs ekonomiskais pamatojums. Lai sagatavotu šādus ekonomiskos pamatojumus, nepieciešams novērtēt gan pasākumu programmu izmaksas, gan ieguvumus no labas ūdeņu kvalitātes sasniegšanas.

Ieguvumu novērtēšana šādos gadījumos ir saistīta ar ūdeņu ekosistēmu ekonomisko novērtēšanu. Nepieciešams monetārā izteiksmē novērtēt tautsaimniecībai un sabiedrībai sniegtos labumus, ko nodrošina ūdeņu ekosistēmas. Piemēram, uzlabojoties ūdeņu kvalitātei ezerā, var notikt pozitīvas izmaiņas zivju resursu kvalitātē un kvantitātē, tādējādi radot papildu ieguvumus komerciālajai zvejniecībai; ezers var kļūt pievilcīgāks tūristiem, dodot papildu ienākumus reģionālajai ekonomikai; var palielināties ūdens floras un faunas daudzveidība, līdz ar to pieaug ezera izglītojošā, zinātniskā un dabas aizsardzības vērtība, palielinās ezera rekreācijas vērtība reģiona iedzīvotājiem, kuri izmanto ezeru, lai maksājerētu, peldētos, brauktu ar laivām vai nodarbotos ar citiem aktīvās atpūtas veidiem.

Kā redzams, ūdeņu ekosistēmas nodrošina tautsaimniecībai un sabiedrībai ļoti daudzveidīgus labumus, un tikai daļa no tiem tiek realizēti kā tirgus pakalpojumi vai preces.

Ja politisks lēmums ietekmē preces un pakalpojumus, kas tiek realizēti kā tirgus preces, izmaksas un ieguvumi veidojas no patērētāju atbildes reakcijas uz izmaiņām cenās un ienākumos. Ir izpētīts, ka pastāv saistība starp cenu un ienākumu izmaiņām un patērētāju uzvedību. Šie pierādījumi var tikt tiešā veidā izmantoti, lai aprēķinātu politikas izmaksas un ieguvumus. Taču, ja politika ietekmē kvalitāti vai kvantitāti sabiedriskai precei vai pakalpojumam, kas netiek realizēts kā tirgus prece, parasti tas neietekmē patērētāju uzvedību ar cenas vai ienākumu izmaiņām. Sabiedrisku preču gadījumā, kā tas ir ar ūdeņu ekosistēmām, nepieciešams izmantot speciālas ekonomiskās novērtēšanas metodes, lai novērtētu ieguvumus no to kvantitātes vai kvalitātes izmaiņām.

## Ūdeņu ekosistēmu ekonomiskā vērtība

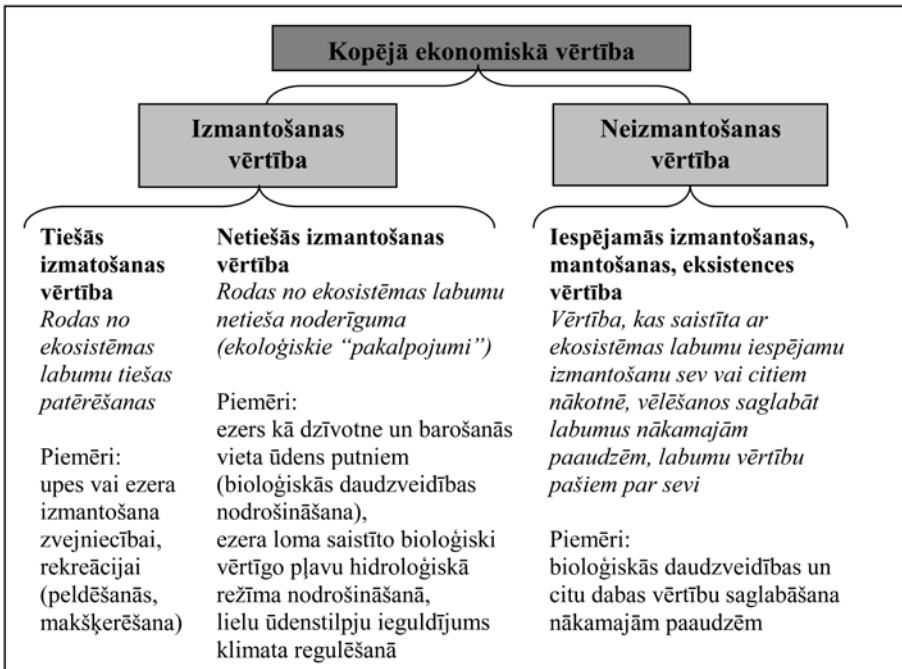
Lai izvēlētos piemērotāko ekonomiskās novērtēšanas metodi, nepieciešama skaidra izpratne par ekoloģiskajām „prečām un pakalpojumiem”, ko sniedz ekosistēma, kas tiks vērtēta. Lai palīdzētu šajā uzdevumā, vides ekonomikas teorija piedāvā *kopējās ekonomiskās vērtības* konceptu.

Ekosistēmas *kopējā ekonomiskā vērtība* veidojas kā visu ekoloģisko preču un pakalpojumu, ko nodrošina konkrētā ekosistēma, ekonomisko vērtību summa. *Kopējās ekonomiskās vērtības* koncepts ļauj klasificēt un raksturot šīs dažādās vērtības (sk. 1. attēlu).

*Kopējā ekonomiskā vērtība* veidojas kā summa no *izmantošanas* un *neizmantošanas vērtībām* (*use un non-use value*). *Izmantošanas vērtība* var būt tieša (saistīta ar ekosistēmas sniegto labumu tiešu patērēšanu, piemēram, ezera izmantošanu maksājerēšanai vai peldēšanai u. tml.) vai netieša (piemēram, virszemes ūdeņu vērtība, kas saistīta ar hidroloģiskā režīma uzturēšanu saistītajās ekosistēmās, ūdenstilpju vērtība klimata regulēšanā u. tml.). Papildus *tiešās izmantošanas vērtībai* indivīdi var vēlēties saglabāt ekosistēmas sniegtos labumus izmantošanai nākotnē, kas veido tā saucamo *iespējamās izmantošanas vērtību* (*option value*). Ja nākotnes *izmantošanas vērtība* ir saistīta ar izmantošanu citiem (bērniem, nākamajām paaudzēm), tā tiek saukta par *mantošanas vērtību* (*bequest value*).

*Neizmantošanas vērtība* veidojas, kad indivīdi ir gatavi maksāt par ekosistēmas sniegtajiem labumiem, apzinoties, ka viņi neizmanto šos labumus, negūst no tiem arī netiešu labumu, neizmanto labumus nākotnē ne pašu, ne citu vajadzībām. Šī vērtība tiek saukta arī par *eksistences vērtību*.

Dažādos literatūras avotos atsevišķi *kopējās ekonomiskās vērtības* komponenti tiek klasificēti dažādi. Piemēram, *iespējamās izmantošanas vērtība* un *mantošanas vērtība* var tikt klasificētas kā *neizmantošanas vērtības* (kā tas redzams attēlā), jo cilvēks, kas piešķir šīs vērtības, pašlaik pats (ne tieši, ne netieši) neizmanto ekosistēmas sniegtos labumus. Taču bieži tās tiek klasificētas kā *izmantošanas vērtības*, pamatojoties uz argumentu, ka tās tomēr ir saistītas ar ekosistēmas sniegto labumu izmantošanu (lai arī iespējamu izmantošanu nākotnē vai izmantošanu citiem, tai skaitā nākamajām paaudzēm).



Avots: Pakalniete K., balstoties uz informāciju no 3, 17.–18. lpp.; 6, 44.–47. lpp.; 11, 3.–4. lpp.

Att. Ūdeņu ekosistēmu *kopējās ekonomiskās vērtības* komponenti  
*The components of the total economic value of water ecosystems*

## Ekosistēmu monetārās novērtēšanas metodes

Skaidra izpratne par pētāmās ekosistēmas sniegtajiem labumiem (ekoloģiskajām precēm un pakalpojumiem) ļauj izprast, kāda veida ieguvumi rodas ekonomikai un sabiedrībai, uzlabojoties ekosistēmas kvalitātei. Dažādas monetārās ekosistēmu novērtēšanas metodes ļauj novērtēt atšķirīgus *kopējās ekonomiskās vērtības* komponentus, tādēļ šī izpratne palīdzēs izvēlēties piemērotāko metodi ieguvumu novērtēšanai.

Vides ekonomikā izmantotās monetārās novērtēšanas metodes var iedalīt četrās grupās<sup>2</sup>:

1. *Uz tirgus novērtējumiem balstītās metodes* (piemēram, *pieprasījuma funkcijas metode, tirgus cenu analīzes metode* u. c.). Šīs metodes var izmantot, lai vērtētu ekosistēmu sniegtos labumus, kas tiek realizēti komerciālā tirgū (piemēram, zivju resursu izmantošana komerciālajai zvejniecībai), un tās ļauj novērtēt *tiešās izmantošanas vērtību*.
2. *Uz izmaksu novērtējumiem balstītās metodes* (piemēram, *novērstā kaitējuma izmaksu metode, atjaunošanas izmaksu metode* u. c.). Šīs metodes ir balstītas uz pieņēmumu, ka izmaksas, lai uzturētu, radītu, atjaunotu, aizvietotu u. tml. ekosistēmas sniegtos labumus, ir saprātīgs mērs to vērtībai. Šīs metodes ļauj novērtēt ekosistēmas labumu *izmantošanas (tiešās, netiešās, iespējamās izmantošanas) vērtību*.
3. *Netiešās izvēles metodes* (piemēram, *hedonisko cenu metode* un *ceļošanas izdevumu metode*). Šīs metodes vērtē lēmumus, ko indivīdi pieņem reālajā tirgū kā atbildes reakciju uz izmaiņām ekosistēmas kvalitātē. Tās tiek izmantotas, lai novērtētu ekosistēmas labumus, kam ir tieša ietekme uz tirgus preču cenām (piemēram, nekustamo īpašumu tirgus cenas var būt atkarīgas no tā, vai tie atrodas pie labas kvalitātes ūdenstilpes) vai izmaksām (piemēram, tūristu izdevumi, lai apmeklētu labas kvalitātes ūdenstilpi rekreācijai). Šīs metodes ļauj novērtēt ekosistēmu *kopējās ekonomiskās vērtības* komponentus, kas saistīti ar *izmantošanas vērtību* (piemēram, *ceļošanas izdevumu metodes* gadījumā iespējams novērtēt ūdens ekosistēmas *izmantošanas vērtību* saistībā ar spēju sniegt rekreācijas pakalpojumus).
4. *Tiešās izvēles metodes* (piemēram, *kontingenta novērtējuma metode* un *izvēles eksperiments*). Šīs metodes balstās uz tiešu vērtības noskaidrošanu, kad indivīdiem tiešā veidā tiek vaicāta viņu vēlēšanās maksāt par ekosistēmas sniegtajiem labumiem. Tās balstās uz hipotētiska tirgus konstruēšanu, līdz ar to ir izmantojamas arī sabiedrisko preču un pakalpojumu ekonomiskai novērtēšanai.

Praksē var būt situācijas, kad nepieciešams novērtēt ekonomisko vērtību (vai tās izmaiņas) ūdeņu ekosistēmām, kuras netiek intensīvi izmantotas dažādām ekonomikas vai sabiedrības aktivitātēm. Latvijā ir vairākas ūdenstilpes, kurām līdz 2009. gadam būs nepieciešams izstrādāt pasākumu programmas ūdeņu kvalitātes uzlabošanai, jo tās neatbilst labas kvalitātes standartam, taču ne vienmēr šādas ūdenstilpes tiek intensīvi izmantotas rekreācijai, komerciālai zvejniecībai, makšķerēšanai vai citām ekonomikas vai sabiedrības aktivitātēm. Var būt pat tā, ka ūdenstilpe ietilpst īpaši aizsargājamā dabas teritorijā, kur saimnieciskā un cita veida darbība ir ierobežota ar likumu.

Šādos gadījumos nozīmīgāko ūdens ekosistēmu vērtības daļu veido *netiešā izmantošanas vērtība* un īpaši – *neizmantošanas vērtība*. Ja nepieciešams veikt ekonomisko novērtēšanu šādām ūdenstilpēm, *uz tirgus novērtējumiem balstītās metodes* vai *uz izmaksu novērtējumiem balstītās metodes* sniegs vērtību, kas būs nozīmīgi pazemināta attiecībā pret patieso ekosistēmas vērtību. Šādās situācijās priekšroka dodama *tiešās izvēles metodēm*, jo tās vienīgās ļauj novērtēt gan *izmantošanas*, gan *neizmantošanas vērtību*.

## Sabiedrības aptauju izmantošana ūdeņu ekosistēmu ekonomiskajā novērtēšanā

Praksē ūdeņu ekosistēmu vērtēšanā visvairāk tiek izmantotas *tiešās izvēles metodes* un visbiežāk – *kontingenta novērtējuma metode* (1, 84. lpp.), galvenokārt pateicoties to spējai novērtēt ekosistēmu *neizmantošanas vērtību*.

*Kontingenta novērtējuma metode* (*Contingent valuation method*) ir ieguvumu novērtēšanas paņēmiens, kurā cilvēkiem tiek prasīts apgalvot vai arī tiek uzdots jautājums, kas ļauj atklāt, cik viņi ir gatavi maksāt par uzlabojumiem vides labuma nodrošinājumā vai lai izvairītos no negatīvām izmaiņām vides labuma nodrošinājumā (2, 5. lpp.). *Kontingenta novērtējuma metode* visbiežāk tiek realizēta ar sabiedrības specifisku aptauju „vēlēšanās maksāt”<sup>3</sup> (*Willingness-to-Pay survey*). Aptaujas galvenais instruments ir specifiska anketa, kura tiek veidota tā, lai radītu hipotētisku tirgu, kurā „patērētājiem” ir iespēja iegādāties piedāvāto „precī”. Aptaujā iegūtā *vēlēšanās maksāt vērtība* var tikt izmantota, lai novērtētu piedāvātā vides labuma ekonomisko vērtību (vai ieguvumus no izmaiņām vides labuma kvalitātē vai kvantitātē). Tā kā aptauja „vēlēšanās maksāt” ir kvantitatīva izlases veida aptauja, tad no izlases iegūtā vidējā *vēlēšanās maksāt vērtība* var tikt attiecināta uz ģenerālo kopumu, lai aprēķinātu *kopējo ekonomisko vērtību* vai kopējos ieguvumus.

*Aptauja „vēlēšanās maksāt”* sniedz ticamu ekonomisko vērtējumu noteiktos apstākļos. Piemēram, lai nodrošinātu, ka aptaujā iegūtās *vēlēšanās maksāt vērtības* par konkrētu vides labumu ir ticamas, vajadzētu aptaujāt iedzīvotājus, kuriem ir noteikta izpratne par vērtēšanai piedāvāto vides labumu, kā arī nepieciešams aptvert to iedzīvotāju daļu, kuriem rodas ieguvumi no uzlabojumiem vides labuma kvalitātē vai kvantitātē (4, 779. lpp.). Tas nenozīmē, ka aptaujai būtu jāaptver tikai iedzīvotāji, kuri tiešā veidā izmanto pētāmo ekosistēmu vai vides labumu (gūst labumu no tiešas patērēšanas). Arī cilvēki, kas atrodas pietiekami tālu no ekosistēmas un tiešā veidā to neizmanto, var piešķirt tai zināmu vērtību (piemēram, *neizmantošanas vērtību*). Uzskatāms piemērs ir ūdenstilpju ekonomiskā novērtēšana, kas saistīta ar nacionālas nozīmes sugu aizsardzību (piemēram, Salacas kā lašupes nacionāla mēroga vērtība), vai nacionālas nozīmes ūdenstilpju ekonomiskā novērtēšana (piemēram, Baltijas jūras vērtība visiem Latvijas iedzīvotājiem, ne tikai piekrastes iedzīvotājiem un saimnieciskajai darbībai).

Līdz ar to būtisks jautājums, lai izmantotu *aptauju „vēlēšanās maksāt”*, ir atbilstoša ģeogrāfiskā mēroga izvēle ģenerālā kopuma noteikšanai.

## Ģeogrāfiskais mērogs sabiedrības aptaujas „vēlēšanās maksāt” izmantošanā

Aptaujas organizēšanas kontekstā jautājums par ģeogrāfisko mērogu un teritorijas lielumu ir būtisks, lai korekti noteiktu ģenerālo kopumu, no kura tiks veidota izlase. Taču šis jautājums ir ļoti nozīmīgs arī saistībā ar aptaujā iegūto rezultātu izmantošanu kopējo ieguvumu aprēķināšanai. Kopējie ieguvumi, izmantojot šādu aptauju datus, tiek aprēķināti, reizinot no izlases iegūto vidējo *vēlēšanās maksāt vērtību* ar ģenerālā kopuma vienību skaitu. Līdz ar to ģenerālā kopuma vienību skaitam ir nozīmīga ietekme uz kopējo ieguvumu lielumu.

Katrā aptaujā „vēlēšanās maksāt” nepieciešams pieņemt lēmumu par ģeogrāfisko mērogu, lai varētu noteikt teritoriju, no kuras tiks veidota izlase, un ģenerālā kopuma lielumu kopējo ieguvumu aprēķināšanai, taču tikai retos pētījumos par šo jautājumu ticis spriests metodoloģiskas diskusijas līmenī.<sup>4</sup> Vides ekonomikas teorija nepiedāvā kādu konkrētu pieeju vai principus šī jautājuma risināšanai. Praksē lielākoties lēmums par ģeogrāfiskās teritorijas lielumu tiek pieņemts, balstoties uz pētnieku subjektīvajām zināšanām un pieņēmumiem par teritorijas lielumu, kuras iedzīvotāji gūst labumu no uzlabojumiem pētāmās ekosistēmas kvalitātē (4, 779. lpp.).

Bieži ir salīdzinoši viegli noteikt, vai vērtētajai ūdeņu ekosistēmai vai vides labumam ir lokāla vai nacionāla nozīme, un līdz ar to – vai pētījumam būtu jāaptver kāda konkrēta reģiona vai visas valsts iedzīvotāji. Ūdeņu ekosistēmu vērtēšanas gadījumā bieži pamatoti tiek izmantotas reģionālas aptaujas, ja tiek vērtētas izmaiņas kādā konkrētā ūdenstilpē, kurai nav nacionālas nozīmes vērtības. Taču arī šādos gadījumos nepieciešams noteikt, cik lielai būtu jābūt pētījuma teritorijai. Ja teritorija būs noteikta par mazu, kopējie ieguvumi būs pazemināti attiecībā pret patiesajiem sabiedrības ieguvumiem. Savukārt, ja teritorija būs noteikta par lielu, iekļaujot arī iedzīvotājus, kuri patiesībā nesaņem ieguvumus no izmaiņām pētāmajā vides labumā – ieguvumi būs paaugstināti, turklāt tiks nevajadzīgi iztērēti ievērojami naudas līdzekļi aptaujas veikšanai nepamatoti lielākā izlasē.

Lai precīzāk definētu teritorijas lielumu, tiek ieteikts anketas pirmstestēšanai izvēlēties lielāku reģionu, nekā plānots aptvert ar aptauju, tādējādi iegūstot informāciju par potenciālo ieguvumu teritoriālo izplatību un pārbaudot izvirzītos pieņēmumus par ģenerālo kopumu (4, 782. lpp.). Savukārt, papildu analīzei par teritorijas lielumu kopējo ieguvumu aprēķinam var tikt izmantoti dati par attāluma ietekmi uz *vēlēšanās maksāt* un sniegtajām vērtībām. Praksē to iespējams izdarīt, iekļaujot attālumu no respondentu dzīvesvietas līdz pētāmajai ekosistēmai kā vienu no mainīgajiem, kas ietekmē *vēlēšanās maksāt* funkciju. Ja pētījums pierāda, ka attālumam ir ietekme, funkcijas vienādojums vienkāršoti varētu izskatīties, piemēram, šādi (4, 780. lpp.):

$$WTP_i = B_0 + B_1Q + B_2T_i + B_3INC_i - B_4DIST_i, \quad (1)$$

kur

- WTP<sub>i</sub> – indivīda sniegtā *vēlēšanās maksāt vērtība*,
- Q – uzlabojums piedāvātā ekosistēmas labuma kvantitātē vai kvalitātē,
- T<sub>i</sub> – mainīgais(-ie), kas raksturo indivīda gaumi un izvēli,
- INC<sub>i</sub> – indivīda ienākumi,
- DIST<sub>i</sub> – attālums no indivīda dzīvesvietas līdz vērtētajai ekosistēmai,
- B<sub>n</sub> – mainīgo regresijas koeficienti.

Lielākajā daļā pētījumu, kur tikusi analizēta attāluma ietekme uz iedzīvotāju *vēlēšanos maksāt*, rezultāti pierāda attāluma nozīmīgumu, un parasti korelācija ir negatīva – pieaugot attālumam, *vēlēšanās maksāt* un sniegtā vērtība samazinās.<sup>5</sup>

Ja aptauja sniedz datus un pierāda attāluma ietekmi uz *vēlēšanās maksāt vērtībām*, teorētiski iespējams aprēķināt attālumu, kādā *vēlēšanās maksāt vērtība* varētu būt vienāda ar nulli, ko iespējams izmantot kā vienu no pieejām, nosakot ģeogrāfiskās teritorijas lielumu kopējo ieguvumu aprēķinam. Pārveidojot

vienādojumu (1), vienādojums attāluma aprēķināšanai, kādā *vēlēšanās maksāt vērtība* būtu vienāda ar nulli, ir šāds:

$$WTP = 0 = (B_0 + (B_1 * Q_m) + (B_2 * T_m) + (B_3 * INC_m)) / B_4, \quad (2)$$

kur

$Q_m, T_m, INC_m$  – izlases vidējie.

Ja aptaujas rezultāti nesniedz pietiekamu informāciju, lai pieņemtu lēmumu par ģeogrāfiskās teritorijas lielumu, kopējo ieguvumu aprēķinam izmaksu un ieguvumu analīzes ietvaros būtu ieteicams veikt rezultātu jūtīguma analīzi ar mainīgu iedzīvotāju skaitu (8, 66.–68. lpp.).

## Reģionālo sabiedrības aptauju „vēlēšanās maksāt” pētījumi ūdeņu ekosistēmu vērtēšanai Baltijas valstīs

Baltijas valstīs līdz šim veikti seši pētījumi saistībā ar ūdeņu ekosistēmu ekonomisko novērtēšanu. Visos pētījumos izmantota *kontingenta novērtējuma metode*, balstoties uz *aptauju „vēlēšanās maksāt”*. Visos pētījumos izmantotas reģionālas sabiedrības aptaujas.

No minētajiem pētījumiem trīs veikti Latvijā. Pirmais pētījums veikts 1996. gadā Siguldas pilsētā, tajā ar izlases veida aptaujas palīdzību tika noskaidrota Siguldas iedzīvotāju vēlēšanās maksāt par dzeramā ūdens kvalitātes un Gaujas ūdens kvalitātes uzlabojumiem, ko sniegtu ūdensapgādes un notekūdeņu infrastruktūras uzlabošana.<sup>6</sup> Šis pētījums nebūtu īsti uzskatāms par tipisku ūdeņu ekosistēmu ekonomiskās novērtēšanas piemēru, jo vērtēšanai piedāvātais labums ir ūdens pakalpojumu uzlabojumi (faktiski iedzīvotājiem tika vaicāts, cik viņi būtu gatavi maksāt par konkrētiem pasākumiem ūdensapgādes un kanalizācijas pakalpojumu uzlabošanai). Šajā pētījumā netika pievērsta īpaša uzmanība aptaujas ģeogrāfiskās teritorijas noteikšanai, jo labumam, kas tika piedāvāts vērtēšanai, ir skaidra ģeogrāfiskā teritorija (teritorija, ko apkalpo konkrētais ūdensapgādes uzņēmums).

Otrs pētījums tika veikts 2006. gadā Rīgā, un tajā Rīgas pilsētas un rajona iedzīvotājiem tika vaicāts, cik viņi būtu gatavi maksāt par gruntsūdeņu kvalitātes uzlabojumiem (gruntsūdeņu attīrīšanu no naftas produktiem) Rīgas pilsētas teritorijā.<sup>7</sup> Šis pētījums ir viens no piemēriem, kad aptaujas teritorijas lielums noteikts, balstoties uz pētnieku pieņēmumiem par sabiedrības ieguvumu teritoriālo izplatību. Papildus tam kopējo ieguvumu aprēķināšanā tika izmantota rezultātu jūtīguma analīze, kur kopējie ieguvumi aprēķināti, izmantojot mainīgu iedzīvotāju skaitu (tika izmantoti trīs varianti – tikai Rīgas pilsētas iedzīvotāji, Rīgas rajona iedzīvotāji un Rīgas statistiskā reģiona iedzīvotāji). Kā liecina pētījuma rezultāti, šāda pieeja var sniegt apmierinošus rezultātus, ja nepieciešams veikt izmaksu un ieguvumu analīzi vairākām politikas alternatīvām un pietiek novērtēt robežu, kurā ieguvumi no pasākumu realizācijas sāk pārsniegt izmaksas. Konkrētajā gadījumā mērķis bija politikas lēmumu pieņēmējiem uzskatāmi demonstrēt, kāda ir ietekme, ja kopējo ieguvumu aprēķinam tiek izmantots atšķirīgs iedzīvotāju skaits, un ar kādu iedzīvotāju skaitu ieguvumi sāk pārsniegt izmaksas.

Trešais pētījums Latvijā veikts 2007. gadā, izmantojot reģionālu sabiedrības aptauju „vēlēšanās maksāt” par ūdeņu kvalitātes uzlabojumiem Ludzas upes sateces

baseinā.<sup>8</sup> Šis pētījums ir nozīmīgs ar to, ka tajā detalizēti analizēts optimālais aptaujas ģeogrāfiskais mērogs un teritorijas lielums. Analīze tika veikta,

- novērtējot ūdens izmantošanu pētāmā sateces baseina ūdenstilpēs, kā arī ūdenstilpēs apkārtējā reģionā,
- izvērtējot sateces baseina ūdenstilpju dabas vērtību nozīmību,
- izvērtējot attāluma no respondentu dzīvesvietas līdz vērtētajām ūdenstilpēm un citu faktoru (piemēram, substitūtu) ietekmi uz sniegtajām *vēlēšanās maksāt vērtībām* (šī analīze veikta, izmantojot statistiskās analīzes metodes).

Attiecībā uz 2006. un 2007. gadā Latvijā veiktajām aptaujām jāatzīmē, ka šīs publikācijas autore piedalījies aptauju plānošanā un organizēšanā, kā arī analizējusi aptauju rezultātus. Līdz šim informācija par aptauju rezultātiem sniegta tikai ziņojumos par projektiem, kuros veiktas aptaujas (8; 9).

Ludzas upes sateces baseina pētījums tika veikts ar starptautiska projekta *Capacity building on the assessment of environmental and resource costs as support to the implementation of the European Union Water Framework Directive in the Baltic Member States (ENCO-BALT)* (Nr. PPA04/MC/6/5) finansējumu. Minētā projekta laikā 2007. gadā tika realizēti vēl divi pētījumi, izmantojot reģionālas aptaujas „*vēlēšanās maksāt*”.

Viens no pētījumiem tika veikts Lietuvā Nevēžas upes sateces baseinā, tajā Panevėžas un Kėdaiņu rajona iedzīvotāji tika aptaujāti par viņu vēlēšanos maksāt par ūdeņu kvalitātes uzlabojumiem minētā sateces baseina upēs.<sup>9</sup> Lietuvā līdz šim veikts vēl tikai viens pētījums ar monetāro ekonomiskās novērtēšanas metožu izmantošanu (līdzīgi kā pētījumā, kas veikts Siguldā, šajā pētījumā tika noskaidrota vidēja lieluma pilsētas iedzīvotāju vēlēšanās maksāt par ūdensapgādes un kanalizācijas pakalpojumu kvalitātes uzlabojumiem).

Trešais ENCO-BALT projekta laikā veiktais pētījums notika Igaunijā – Valgejegi upes reģiona iedzīvotāji tika aptaujāti par viņu vēlēšanos maksāt par lašu un citu vērtīgu migrējošu zivju populāciju atjaunošanu upē (šis pētījums ir vienīgais Igaunijā, kurā ūdeņu ekosistēmu novērtēšanai izmantotas monetārās novērtēšanas metodes).<sup>10</sup> Aptaujas teritorija aptvēra reģionu ap Valgejegi upi (85 km garā upe tek cauri 9 pašvaldībām, izlase tika veidota no 17 pašvaldībām upes apkārtnē) (7, 5. lpp.).

Arī abos ENCO-BALT projekta pētījumos Lietuvā un Igaunijā tika analizēta attāluma ietekme uz iedzīvotāju *vēlēšanos maksāt* un sniegtajām vērtībām. Lietuvā metodoloģisko testu par attāluma ietekmi nevarēja realizēt pilnībā, jo nebija iespējams noteikt katra respondenta dzīvesvietas attālumu līdz ūdenstilpei. Iedzīvotājiem tika lūgts sniegt kopējo vērtību ļoti daudzām upēm Nevēžas upes sateces baseinā, kurās ūdeņu kvalitāte neatbilst labas kvalitātes standartam, un būs nepieciešams ieviest pasākumus ūdeņu kvalitātes uzlabošanai. Tā kā vērtētās upes ir izklaidētas visā baseina teritorijā, tad nebija iespējams noteikt konkrētu attālumu no respondenta dzīvesvietas līdz vērtētajam labumam.

Jāatzīmē, ka šī varētu nebūt unikāla situācija praksē. Programmas par ūdeņu kvalitātes uzlabošanas pasākumiem plānots izstrādāt upju baseiniem kopumā, īpaši gadījumos, ja upes baseinā ir vairāki (vai daudzi) ūdensobjekti, kas neatbilst labai kvalitātei. Pasākumu izmaksas tiks aprēķinātas baseinam kopumā, līdz ar to arī ieguvumu novērtējumi varētu būt nepieciešami samērojamā mērogā. Minētajā pētījumā jāuzsver arī fakts, ka ekoloģiskajiem pakalpojumiem un precēm, ko nodrošina upes pētītajā sateces baseinā, ir lokāls raksturs un nozīmība. Līdz ar to

jāatzīst, ka šajā pētījumā pamatoti izmantota reģionāla aptauja, tāpat arī pamatoti par teritoriju ģenerālā kopuma noteikšanai izmantota sateces baseina teritorija.

Igaunijā situācija ir atšķirīga. Aptaujā tika vērtēts nacionālas nozīmes vides labums – lašu un citu vērtīgu migrējošo zivju populācijas Valgejegi upē. Lai arī aptaujas teritorijā bez minētās upes atrodas vēl 7 lašu aizsardzībai nozīmīgas upes, attālumam no respondentu dzīvesvietas līdz Valgejegi upei nebija būtiskas ietekmes uz sniegtajām *vēlēšanās maksāt vērtībām* (7, 30. lpp.). Šāds rezultāts varētu būt skaidrojams ar vērtētā labuma nacionālo nozīmību. Līdz ar to šādā situācijā piemērotāka būtu aptaujas veikšana lielākā reģionā vai pat nacionālā mērogā.

Līdzīgus rezultātus sniedz analogs pētījums 1996. gadā ASV, kurā tika izmantota aptauja „*vēlēšanās maksāt*”, lai novērtētu ieguvumus no hidroelektrostacijas dambja likvidēšanas ar mērķi atjaunot lašu populāciju Elvas upē (4). Pētījums pierādīja, ka tādu nacionālas nozīmes dabas vērtību kā laši gadījumā ieguvumiem ir nacionāls mērogs. Pētījumā secināts, ka šādā situācijā organizējama nacionāla mēroga aptauja (kā tas ticis darīts šajā pētījumā) un ka ieguvumu aprēķināšanai ģenerālais kopums ir visi valsts iedzīvotāji.

Tā kā aptauja „*vēlēšanās maksāt*” Ludzas upes sateces baseinā vērtējama par veismīgāko piemēru Baltijas valstīs, lai analizētu ģeogrāfiskā mēroga un aptaujas teritorijas lieluma noteikšanu, tad turpmāk par to sniegta detalizētāka informācija.

Ludzas upes sateces baseins atrodas Latvijas austrumu daļā tuvu pie Krievijas robežas. Tas pilnībā vai daļēji aptver 12 pagastus Ludzas un Rēzeknes rajonā. Sateces baseinā dzīvo 17 215 iedzīvotāju, lielākā daļa iedzīvotāju dzīvo Ludzas pilsētā (apmēram 10 000 iedzīvotāju) (9, 8. lpp.). Baseina sateces teritoriju veido ezeri un upes, kas satek Lielajā Ludzas ezerā un Ludzas upē, kura iztek no Ludzas ezera. Baseinā ietilpst 16 ezeri un 11 upes ar to pietekām,<sup>11</sup> veidojot salīdzinoši blīvu upju un ezeru tīklu. Salīdzinoši liels ezeru blīvums vērojams arī teritorijā ap sateces baseinu (piemēram, Rēzeknes rajona daļā, kas neietilpst Ludzas upes sateces baseina teritorijā).

No visiem sateces baseina ūdensobjektiem ūdeņu kvalitāte tikai Lielajā Ludzas ezerā un Ludzas upes augštecē tiek vērtēta kā neatbilstoša labas kvalitātes standartam. Taču, ņemot vērā, ka pasākumu programma tiek izstrādāta sateces baseinam kopumā, par minimālo aptaujas teritoriju tika noteikts viss sateces baseins.

Lai precīzāk definētu teritoriju aptaujas veikšanai, pirmkārt tika veikta reģiona analīze, novērtējot ūdeņu izmantošanu reģionā un sateces baseinā, kā arī baseina ūdenstilpju sniegtos ekoloģiskos pakalpojumus un preces un to nozīmīgumu. Tika secināts, ka sateces baseina ūdenstilpēm galvenokārt ir lokāla nozīme, turklāt apkārtējā reģionā atrodas daudz līdzīgu ūdenstilpju. Šādā gadījumā reģionāla aptauja ir pilnībā piemērota ticamu novērtējumu iegūšanai.

Sākotnējais aptaujas teritorijas lielums tika noteikts, balstoties uz iepriekš minēto analīzi un ekspertu pieņēmumiem. Tika izlemts, ka aptaujas teritorijā būtu nepieciešams iekļaut ne tikai baseinā ietilpstošās pašvaldības, bet arī tuvējās pašvaldības ārpus baseina teritorijas. Pirmstestēšanas posms apliecināja, ka arī daļa iedzīvotāju ārpus sateces baseina ir gatavi maksāt par ūdeņu kvalitātes uzlabojumiem Ludzas ezerā un upē. Turklāt, lai efektīvi veiktu plānoto analīzi par attāluma ietekmi uz *vēlēšanās maksāt vērtību*, aptaujai tika izlemts paturēt sākotnēji izvēlēto teritoriju. Aptauja tika balstīta uz tipoloģisko izlasi, kur daļa mājsaimniecību nejaušas izlases ceļā tika atlasītas no Ludzas upes sateces baseina un daļa – no pašvaldībām ārpus baseina. Kopumā tika aptaujāti iedzīvotāji 504 māj-saimniecībās.



Aptaujas rezultāti tika analizēti ar statistiskās analīzes metodēm. Analīze ietvēra vispārēju aprakstošu statistiku, piemēram, par *vēlēšanās maksāt* līmeni un sniegtajām vērtībām, dažādu statistisko hipotēžu pārbaudi, kā arī regresijas analīzi. Regresijas analīze apliecināja, ka attālumam ir nozīmīga ietekme uz sniegtajām *vēlēšanās maksāt vērtībām*. Regresijas modeļa koeficients attāluma mainīgajam ir negatīvs. Salīdzinot regresijas modeļa koeficientu standartizētās vērtības, jāatzīst, ka attāluma nosacītā ietekme ir otrā būtiskākā pēc ienākumu ietekmes (9, 84. lpp.).

Izmantojot aptaujas regresijas analīzes rezultātus (9, 78.–84. lpp.), saskaņā ar vienādojumu (2) iespējams aprēķināt, ka *vēlēšanās maksāt vērtība* varētu būt līdzvērtīga nullei 15–28 km attālumā atkarībā no tā, kāda daļa novēroto vienību tiek izmantota aprēķinā (tikai tie respondenti, kuri snieguši vērtību, kas lielāka par nulli, vai iekļaujot aprēķinā arī tos respondentus, kuri nevēlējās maksāt, bet viņu atbildes interpretētas kā „nulle vērtības”<sup>12</sup>). Izvēloties lielāko attālumu, teritorija ģenerālā kopuma noteikšanai aptvertu līdzīgu teritoriju, kāda tikusi izmantota aptaujā. Izvēloties mazāko attālumu, tā aptvertu apmēram trīs ceturtdaļas Ludzas upes sateces baseina teritorijas.

Noslēgumā jāatzīmē kāda būtiska reģionālo sabiedrības aptauju priekšrocība. Papildus *vēlēšanās maksāt vērtībai*, kas var tikt izmantota, lai novērtētu ieguvumus no ūdeņu kvalitātes uzlabošanas, aptauja nodrošina nozīmīgu informāciju par ūdeņu izmantošanu reģionā, sabiedrības attieksmi saistībā ar dažādām sociāl-ekonomiskajām un vides problēmām reģionā un piedāvātajiem ūdeņu kvalitātes uzlabojumiem. Aptauja sniedz arī informāciju par to, kādā mērā sabiedrība ir informēta par ūdeņu kvalitātes problēmām viņu reģionā un vai pieejamā informācija tiek vērtēta kā pietiekama.

Tāpat aptauja ir labs sabiedriskās apziņas celšanas un komunikācijas instruments. Tā var būt ļoti noderīga, lai sniegtu sabiedrībai informāciju par ūdeņu kvalitātes problēmām un mērķiem. Veikto aptauju rezultāti liecina, ka informācija, ko saņem reģionu iedzīvotāji, ir nepietiekama (9, 60. lpp.). Aptaujas process nodrošina, ka sabiedrībai tiek sniegta detalizēta informācija par esošajām ūdeņu kvalitātes problēmām un ūdeņu aizsardzības mērķiem konkrētajā reģionā, tādējādi veicinot videi draudzīgākas apziņas veidošanos.

## Secinājumi un priekšlikumi

Ūdeņu ekosistēmas nodrošina tautsaimniecībai un sabiedrībai daudzveidīgus ekoloģiskos pakalpojumus un preces, un lielākajai to daļai nav komerciālo tirgu. Līdz ar to ūdeņu ekosistēmu ekonomiskajai novērtēšanai jāizmanto speciālas monetārās novērtēšanas metodes. Lai izvēlētos piemērotāko metodi, nepieciešama izpratne par ekosistēmu ekonomiskās vērtības veidošanos un sastāvdaļām, jo dažādas metodes ļauj novērtēt atšķirīgus ekosistēmu *kopējās ekonomiskās vērtības* komponentus.

Par piemērotākās ekonomiskās novērtēšanas metodes izvēli var secināt:

- 1) ja ekosistēmu sniegtie labumi nav tirgus preces, to ekonomiskai novērtēšanai piemērotākās ir *netiešās* un *tiešās izvēles metodes*;
- 2) ja nepieciešams novērtēt ne tikai ekosistēmas *izmantošanas vērtību*, bet arī *neizmantošanas vērtību*, ekonomiskai novērtēšanai iespējams izmantot tikai *tiešās izvēles metodes* (piemēram, *kontingenta novērtējuma metodi*).

Praksē biežāk lietotā ir *kontingenta novērtējuma metode*, balstoties uz specifisku sabiedrības aptauju „*vēlēšanās maksāt*”. Arī visos Baltijas valstīs veiktajos pētījumos saistībā ar ūdeņu ekosistēmu novērtēšanu tikusi lietota šī metode. Lai realizētu sabiedrības aptauju „*vēlēšanās maksāt*”, nozīmīgs ir jautājums par aptaujas ģeogrāfisko mērogu, lai varētu noteikt teritoriju, no kuras tiks veidota izlase, un ģenerālā kopuma lielumu kopējo ieguvumu aprēķināšanai. Empīriskajos pētījumos analizēts, kā attālums no respondentu dzīvesvietas līdz vērtētajai ūdenstilpei ietekmē viņu sniegtās *vēlēšanās maksāt* vērtības, un rezultāti pierāda attāluma nozīmīgumu, turklāt korelācija ir negatīva, kas liecina par vērtēto vides labumu ģeogrāfiskās teritorijas ierobežotību.

Vides ekonomikas teorija nepiedāvā konkrētu pieeju vai principus, lai risinātu jautājumu par aptaujas teritorijas lieluma noteikšanu. Praksē lielākoties lēmums par teritorijas lielumu tiek pieņemts, balstoties uz pētnieku subjektīvajām zināšanām un pieņēmumiem par ieguvumu teritoriālo izplatību. Viens no aspektiem, kas būtu jāņem vērā aptaujas ģeogrāfiskā mēroga noteikšanai, ir vērtētās ekosistēmas vai to sniegto labumu unikalitāte un nozīmība (piemēram, vai tiek vērtēta lokālas, reģionālas vai nacionālas nozīmes dabas vērtība). Tāpat pirms pieņemt lēmumu par aptaujas teritorijas lielumu būtu nepieciešams novērtēt ūdeņu ekosistēmas vai to sniegto labumu izmantošanas raksturu. Šādam novērtējumam nepieciešams analizēt informāciju par konkrētās ūdenstilpes izmantošanu, kā arī par citām līdzīgām ūdenstilpēm reģionā un to izmantošanu.

Balstoties uz veikto analīzi, var secināt:

- 1) ja ūdeņu ekosistēmas izmantošanas novērtējums liecina par ūdenstilpes lokālu izmantošanu, turklāt teritorijā atrodas daudz līdzīgu ūdenstilpju, piemērotāka būs reģionāla (nevis nacionāla) aptauja;
- 2) reģionālas aptaujas izmantošana ir pamatota, ja vērtētā ūdeņu ekosistēma vai tās sniegtie labumi nav unikāli un nav raksturojami kā nacionālas nozīmes dabas vērtības. Ja ūdenstilpē ir kādas unikālas nacionālas nozīmes dabas vērtības, arī iedzīvotāji, kas nedzīvo ūdenstilpes tuvējā apkārtnē un neizmanto tās sniegtos labumus, ir ieguvēji, uzlabojoties tās kvalitātei. Līdz ar to šādās situācijās piemērotāka būs lielāka mēroga (nacionāla) aptauja;
- 3) minimālās teritorijas lielumu var noteikt arī politiskais aspekts. Ūdenstilpju piesārņojums veidojas plašākā sateces teritorijā, tādēļ pasākumu programmas tiek izstrādātas, aptverot hidroloģiski saistītās ūdenstilpes (piemēram, upju sateces baseinus). Līdz ar to no politikas viedokļa varētu būt nepieciešams veikt aptauju vismaz sateces baseina teritorijā.

Attiecībā uz pieeju aptaujas teritorijas mēroga un lieluma noteikšanai būtu ieteicams pētījuma plānošanā paredzēt šādus analīzes soļus:

- 1) novērtēt ūdenstilpes vai tās sniegto labumu izmantošanu, kā arī unikalitāti un nozīmību;
- 2) šādā veidā novērtēt arī citas līdzīgas ūdenstilpes pētījuma teritorijā;
- 3) izstrādāt pieņēmumus (piemēram, balstoties uz ekspertu viedokļiem) par ieguvumu teritoriālo izplatību jeb teritorijas lielumu, kuras iedzīvotāji ir saistīti ar vērtētās ūdenstilpes vai labumu izmantošanu un gūst jebkāda veida ieguvumus (arī saistītus ar *neizmantošanas vērtību*) no uzlabojumiem ūdenstilpes kvalitātē;
- 4) anketas pirmstestēšanas posmā noteikt lielāku teritoriju, nekā plānots aptvert ar aptauju, lai pārbaudītu izvīrītos pieņēmumus;

- 5) aptaujā paredzēt datu vākšanu, kas ļautu analizēt, kā attālums no respondentu dzīvesvietas līdz vērtētajai ekosistēmai ietekmē sniegtos vērtējumus. Šāda analīze ļaus pieņemt precīzāku lēmumu par tās teritorijas lielumu, no kuras aprēķināmi kopējie ieguvumi;
- 6) Īpaši situācijās, ja aptaujas rezultāti nenodrošina pietiekamu informāciju, lai varētu pieņemt lēmumu par teritorijas lielumu, analizējot izmaksas un ieguvumus, ieteicams veikt rezultātu jutīguma analīzi ar mainīgu ģenerālās kopas vienību skaitu kopējo ieguvumu aprēķināšanai.

## ATSAUCES UN PIEZĪMES

- <sup>1</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2000/60/EK (2000. gada 23. oktobris), ar ko tiek izveidota sistēma Kopienas rīcībai ūdens resursu politikas jomā.
- <sup>2</sup> Apkopojums par metodēm sagatavots, balstoties uz informāciju no avotiem 3, 21.–26. lpp.; 6, 101.–129. lpp.; 13, pēdējo reizi skatīts 11.03.2008.
- <sup>3</sup> *Kontingenta novērtējuma metodes* gadījumā izmantotajām aptaujām ir arī otrs veids – *vēlēšanās akceptēt aptauja* (*Willingness-to-Accept survey*). Šajās aptaujās cilvēkiem tiek vaicāts, cik daudz viņi vēlētos saņemt kompensācijā par zaudētu labumu vai lai pieciestu konkrētu kaitējumu. Šis aptauju veids ir piemērotāks gadījumos, ja vērtētajam labumam ir stingri noteikta piederības forma jeb īpašuma attiecības (lai arī tas var netikt realizēts kā tirgus prece). Taču šī veida aptaujas ir mazāk populāras praksē. Kā piemēru var minēt plūdu nodarīto kaitējumu (tai skaitā kaitējumu indivīdu īpašumiem) ekonomisko novērtēšanu, kad cilvēkiem tikt vaicāts, kādu kompensāciju viņi vēlētos saņemt plūdu gadījumā. Vairāk informācijai skatīt, piemēram, 3, 35. lpp.; 6, 47.–50. lpp.
- <sup>4</sup> Piemērus, kur *aptauju „vēlēšanās maksāt”* pētījumos metodoloģiskā līmenī aplūkots jautājums par ģeogrāfiskā mēroga noteikšanu un attāluma ietekmi uz iedzīvotāju vēlēšanos maksāt, var atrast 2., 4. un 9. informācijas avotā.
- <sup>5</sup> Piemērus skatīt 2., 4., 9. informācijas avotā.
- <sup>6</sup> Detalizētāka informācija par šo pētījumu pieejama 10. informācijas avotā.
- <sup>7</sup> Detalizētāka informācija par šo pētījumu pieejama 8. informācijas avotā.
- <sup>8</sup> Detalizētāka informācija par šo pētījumu pieejama 9. informācijas avotā.
- <sup>9</sup> Detalizētāka informācija par šo pētījumu pieejama 12. informācijas avotā.
- <sup>10</sup> Detalizētāka informācija par šo pētījumu pieejama 7. informācijas avotā.
- <sup>11</sup> Ezeri: Lielais un Mazais Ludzas, Cirmas, Zvirgzdenes, Franopoles, Sedzeris, Dūnākļa, Dūkanu, Zeiļu, Pildas, Lielais Zurzu, Lielais un Mazais Kurma, Līdūkšņas, Rogaižu un Nirzas. Upes: Kazupe, Saltupīte, Djatlovka, Ilža, Pilda, Poganka, Paborga, Ludza, Kivdolica, Čodarāna un Istalsna (Ļadiņa).
- <sup>12</sup> Tikai daļa respondentu aptaujās „vēlēšanās maksāt” atzīst, ka ir gatavi maksāt par piedāvāto labumu un sniedz vērtības. Liela daļa respondentu dažādu iemeslu dēļ principā noraida maksāšanu. Anketā parasti iekļauj jautājumu, kas ļauj noskaidrot nevēlēšanās maksāt iemeslus. Balstoties uz sniegtajiem iemesliem, respondentu atbildes tiek klasificētas kā „protesta atbildes” (*protest responses*) vai „nulles vērtības” (*zero bids*). Kā nulles vērtības tiek klasificētas to respondentu atbildes, kuri par nevēlēšanās maksāt iemeslu minējuši, ka tiem piedāvātais labums nav pietiekami svarīgs, to ienākumi ir pārāk zemi vai ka citas lietas, kam tērēt naudu, tiem ir svarīgākas. Līdz ar to tiek pieņemts, ka šie respondenti piešķir nulles vērtību piedāvātajam labumam. Minētajā aprēķinā augstākā intervāla robeža iegūta, izmantojot tikai to respondentu datus, kuri snieguši lielākas vērtības par nulli (regresijas modelis balstīts uz 136 novērojumiem). Vidējais attālums no respondentu dzīvesvietas līdz Ludzas ezeram šajā respondentu grupā ir 11,3 km. Zemākā intervāla robeža iegūta, izmantojot aprēķinā arī tos respondentus, kas snieguši nulles vērtības (regresijas modelis balstīts uz 298 novērojumiem). Vidējais attālums no respondentu dzīvesvietas līdz Ludzas ezeram šajā gadījumā ir 14,4 km. Par precīzāku būtu uzskatāms otrs aprēķins (lai gan jāņem vērā, ka nulles vērtības tiek noteiktas uz pieņēmuma pamata).

## LITERATŪRA

1. An instrument for assessing the quality of environmental valuation studies. Stockholm: Swedish Environmental Protection Agency, 2006, 119 p.
2. Georgiou S., Bateman I., Cole M., Hadley D. Contingent ranking and valuation of river water quality improvements: Testing for scope sensitivity, ordering and distance effects. UK Economic and Social Research Centre, 2000, 65 p.
3. Hardarson M., Hardarson P. The Economic Value of the Environment. Copenhagen: Tema Nord, 2000, 95 p.
4. Loomis J. B. How Large Is the Extent of the Market for Public Goods: Evidence from a Nationwide Contingent Valuation Survey. In: Applied Economics, Vol. 28, 1996, p. 779–782.
5. Mitchell R. C., Carson R. T. Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method. Washington, D.C.: Resources for the Future, 1989, 463 p.
6. National Research Council of the National Academies. Valuing Ecosystem Services: Toward Better Environmental Decision-Making. Washington: The National Academies Press, 2004, 278 p.
7. Oisalu S., Strosser P. Applying contingent valuation to the restoration of salmon migration along the Valgejõgi River. Case study report. Tallinn: Project ENCO-BALT (PPA04/MC/6/5), 2007, 47 p.
8. Pakalniete K., Bouscasse H., Strosser P. Assessing socio-economic impacts of different groundwater protection regimes. Latvian case study report. Riga: Project BRIDGE (SSPI-2004-006538), 2006, 93 p.
9. Pakalniete K., Lezdiņa A., Veidemane K. Assessing environmental costs by applying Contingent Valuation method in the sub-basin of the river Ludza. Latvian case study report. Riga: Project ENCO-BALT (PPA04/MC/6/5), 2007, 87 p.
10. Ready R. C., Malzubris J., Senkane S. The Relationship between Environmental Values and Income in a Transition Economy: Surface Water Quality in Latvia. In: Environment and Development Economics, Vol. 7. Cambridge University Press, 2002, p. 147–156.
11. Ruijgrok E. C. M. Reducing Acidification: The Benefits of Increased Nature Quality. Investigating the Possibilities of the Contingent Valuation Method. FEEM Working Paper No. 65.04. Social Science Research Network Electronic Paper Collection, 2004, 26 p. Pieejams: <http://ssrn.com/abstract=545922> (skatīts 11.03.2008.)
12. Ščeponavičiūtē R., Monarchova J., Semēnienē D. Case study report. Nevēžis river basin Case Study. Vilnius: Project ENCO-BALT (PPA04/MC/6/5), 2007, 44 p.
13. <http://www.ecosystemvaluation.org/uses.htm> (speciāla mājas lapa, kurā sniegta informācija par ekosistēmu ekonomisko novērtēšanu – teorētiskajām koncepcijām, metodēm, piemēriem; skatīta 11.03.2008.)

## Summary

The EU Directive 2000/60/EC (Water Framework Directive) (adopted in 2000) introduces a new approach to water protection policy. It prescribes the economic principles that shall be applied to certain policy decisions and actions, creating a necessity for economic valuation of water ecosystems.

The study reviews the ecosystem economic valuation methods available and recommends how to choose the most appropriate method. The choice is based on the different possibilities of individual methods to measure various components of the ecosystems' *total economic value*. The study concluded that the only methods that allow to measure *the non-use value* of ecosystems are the *stated preference methods*, for instance, the *contingent valuation method*. This measurement is expected to be important considering the specific conditions of Latvia. In most cases the *contingent*

*valuation method* is based on a specific public survey called the *Willingness-to-Pay survey*. The study gives particular attention to choosing appropriate geographical scale and size of area for such surveys. Building on information presented in theoretical literature and analysis of the studies performed in the Baltic states and other European countries, the author identifies the cases where regional surveys would be appropriate and the principles of choosing the size of the survey areas. The author concludes that regional surveys are appropriate in the cases where the valued water ecosystems are used mostly locally and their goods are not of national importance. Concerning the approach to choosing the size of the survey area, it is recommended to include in the analysis the characterisation of water use patterns and the significance of the valued ecosystem, as well as other similar ecosystems in the study area. Expert assumptions about the spatial extent to which inhabitants benefit from the valued ecosystem or goods should also be included., as well as testing a larger area than planned in a survey at the pre-testing stage, analysing the impact of distance from respondents' residences to the valued ecosystem on the stated willingness to pay amounts, and calculating the total benefits with different total populations as part of the sensitivity analysis of the results of the cost-benefit analysis.

**Keywords:** economic value of water ecosystems, monetary valuation methods, *Willingness-to-Pay* survey, choosing the survey area, use of regional surveys.

## **Centrālās bankas darbību raksturojošo rādītāju salīdzinājuma iespējas: Eiropas Centrālo banku sistēmas piemērs<sup>1</sup>**

### **The Possibilities of Comparison of Central Bank Performance Indicators: the Case of the European System of Central Banks<sup>1</sup>**

**Vita Pilsuma**

Latvijas Banka

K. Valdemāra iela 2a, Rīga, LV-1050

E-pasts: *Vita.Pilsuma@bank.lv*

Rakstā izvērtēta ES valstu centrālo banku integrācija 1999.–2005. gadā, analizējot centrālo banku darbību raksturojošos rādītājus. Pētījuma rezultāti liecina, ka vērojama ciešāka sakarība starp ES12 un ES15 valstu centrālo banku rādītājiem, un integrācijas process pakāpeniski pastiprinās. Lai gan ES valstu centrālās bankas veido vienotu sistēmu, tomēr vēl arvien vērojamas būtiskas atšķirības starp ES valstu centrālo banku darbību raksturojošiem rādītājiem. Pētījuma novitāte ir ES valstu centrālo banku reitinga izveide, ES valstu centrālo banku kopu raksturojums, kā arī ES valstu centrālo banku rādītāju salīdzinājums dinamikā. Pētījumā ietverti arī Bulgārijas un Rumānijas centrālo banku rādītāji.

**Atslēgvārdi:** Eiropas Centrālo banku sistēma, reitings, integrācija.

## **Ievads**

Globalizācijas procesu ietekmē arvien straujāk attīstās finanšu tirgi, un to attīstība jāievēro arī centrālajām bankām, kas ir būtiska finanšu tirgus sastāvdaļa. Jauns pavērsiens Eiropas finanšu tirgū bija Eiropas Centrālo banku sistēmas (ECBS) izveide 20. gadsimta beigās un tās būtiska paplašināšana 2004. gada maijā. ECBS veido ES valstu centrālās bankas un Eiropas Centrālā banka (ECB). Savukārt par ECBS apakšsistēmu uzskatāma Eirosistēma, kas ietver eiro zonas valstu (t. i., ES valstu, kuru nacionālo valūtu aizstājusi vienotā Eiropas valūta eiro) centrālās bankas un ECB.

Tā kā ES preču un pakalpojumu, kapitāla un darbaspēka tirgus ir vienots un tiek veicināta arī reģionu attīstība, kļūst aktuāls jautājums par ES valstu centrālo banku darbības rādītāju un veikto funkciju tuvināšanos. Tāpēc raksts vēlīts ES valstu centrālo banku darbību raksturojošo rādītāju izvēlei un tās pamatošanai, kā arī centrālo banku darbības integritātes aspektiem. Izmantojot centrālo banku darbību raksturojošos rādītājus, izveidots ES valstu centrālo banku reitings, kas ļauj novērtēt, cik racionāli tiek izmantoti centrālās bankas uzdevumu veikšanai atvēlētie resursi, kāda ir ES valstu

---

<sup>1</sup> Rakstā pausts autores viedoklis, kas var nesakrist ar Latvijas Bankas viedokli un uz kuru nevar atsaukties kā uz Latvijas Bankas viedokli.

centrālo banku saikne ar tautsaimniecības sektoriem un vai vērojamas integrācijas pazīmes. Raksta novitāte ir centrālo banku darbību raksturojošo rādītāju izvēle, kā arī šo rādītāju izmantošana, veidojot centrālo banku reitingu. Pētījuma pamatā ir ES valstu centrālo banku darbības rādītāju<sup>2</sup> analīze, vērtēti arī vairāku autoru viedokļi par centrālo banku darbību raksturojošiem rādītājiem. Veicot izvirzītos uzdevumus, izmantota rādītāju statistiskās analīzes, grafiskā un monogrāfiskā metode.

## Integrācijas pētījumi un kopu veidošanās

Centrālās bankas ir būtiska finanšu sektora sastāvdaļa, un, veicot to uzdevumus, tiek nodrošināta atbilstoša tautsaimniecības dalībnieku finansiālās darbības vide. ECBS attīstības procesā ir pakļauta centieniem integrēt ECBS darbību, vienlaikus pastāvot nacionālās attīstības tendencēm, nacionālās likumdošanas atšķirībām un vēsturiski pamatotai praksei. ECBS attīstību ietekmējusi arī straujā ECBS paplašināšanās īsā laikposmā. Lai gan centrālo banku sadarbība vērojama jau ilgstoši, ES centrālo banku darbība vienotā sistēmā notiek tikai 10 gadus. ECBS pēdējo triju gadu laikā strauji paplašinājusies, 2004. gada maijā ES pievienojoties 10 valstīm un 2007. gada janvārī vēl divām valstīm (ES12), bet Eirosistēma palielinājusies 2007. gada janvārī par vienu valsti un 2008. gada janvārī – par divām valstīm. Tā kā 27 valstu centrālās bankas veido vienotu sistēmu, var izvirzīt hipotēzi par ECBS integrāciju.

D. Boreiko (*D. Boreiko*) 2002. gadā pētīja Bulgārijas, Čehijas, Igaunijas, Latvijas, Lietuvas, Polijas, Rumānijas, Slovākijas, Slovēnijas un Ungārijas spēju izpildīt Māstrihtas kritērijus un šo valstu reālo konvergenci ES, lai noteiktu, kuras no šīm valstīm ir vairāk gatavas pilntiesīgai dalībai Ekonomikas un monetārajā savienībā (ESM). Klasificējot šīs valstis saskaņā ar Māstrihtas kritēriju izpildes rezultātiem 1998.–2001. gadā, izveidojās četras kopas, bet, izmantojot 2001. gada attiecīgos rezultātus, – piecas kopas. Latvija pirmo rezultātu izmantošanas gadījumā ietverta vienā kopā ar Igauniju un Slovēniju, bet otrajā – tikai ar Lietuvu (Igaunija ar Slovēniju otrajā gadījumā veido vienu kopu). Izmantojot optimālās valūtas zonas kritērijus raksturojošos rādītājus 1999.–2001. gadā, izveidojās četras kopas. Latvija ietverta kopā ar Lietuvu un Rumāniju, savukārt Igaunija veidoja kopu ar Čehiju, Slovēniju un Ungāriju. D. Boreiko secināja, ka tikai Igaunija un Slovēnija bija līderes nominālās un reālās konverģences jomā (11; 18). Fakts par Slovēnijas konverģences pakāpi apstiprinājies, jo Slovēnija pirmā un vienīgā no analizētajām valstīm kļuvis par eiro zonas dalībvalsti.

K. K. Sorensens (*C. K. Sørensen*) un J. M. Pugverts Gutjerress (*J. M. Puigvert Gutiérrez*) pētījuši eiro zonas (izņemot Luksemburgu) banku sektora integrāciju. Šie autori secinājuši, ka kopumā 1998.–2004. gadā kopu veidošanās kļuvis blīvāka, un tas pagaidām ļauj proponēt, ka eiro zonas valstis kopš EMS izveides kļuvušas homogēnākas ekonomiskās un finanšu struktūras jomā (39; 29). Tomēr šie autori arī atzīmējuši, ka kopu distances samazinājās pakāpeniski un joprojām ir būtiskas, liecinot par tālākas integrācijas iespējām nākotnē. K. K. Sorensens un J. M. Pugverts Gutjerress secinājuši, ka Spānija un Portugāle pārsvarā gadījumu veidoja vienu kopu; Beļģija kopumā atradās vienā kopā ar Franciju un Vāciju vai bija tuvu Francijas kopai; Grieķija un Īrija veidoja atsevišķas kopas, tomēr tuvinoties attiecīgi Beļģijas (Vācijas, Francijas) un Spānijas kopai; Somija un Nīderlande bija vienā

<sup>2</sup> Izmantota ES valstu centrālo banku un ECB gada finanšu pārskatu informācija (1–9; 12–16; 18; 20–22; 24–31; 41). Turpmāk tekstā nav atkārtota šo avotu norāde. Summas eiro pārreķinātas, izmantojot ECB noteiktos vidējos nacionālo valūtu kursus attiecīgajā gadā (10).

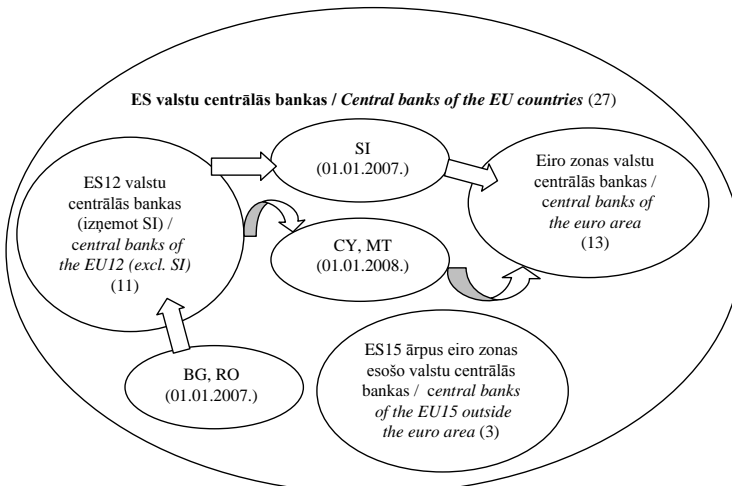
kopā lielāko pētījuma perioda laiku; kopumā Itālija parādīja vienādas strukturālās iezīmes ar Austriju un zināmā mērā ar Nīderlandi, un šīs trīs valstis bija diezgan cieši saistītas ar Beļģiju, Franciju un Vāciju (39; 30).

Tā kā pastāv kopējs preču un pakalpojumu, kā arī darbaspēka tirgus un ir vērojama ekonomisko un finanšu struktūru tuvināšanās, būtu jātuvinās arī ECBS centrālo banku darbībai un rādītājiem. ECBS attīstība noteikusi to, ka izveidojušās vairākas ES valstu centrālo banku kopas. Līdz ar eiro ieviešanu var nodalīt eiro zonas valstu centrālās bankas, kas kopā ar ECB veido Eirosistēmu, un šo valstu centrālajām bankām būtu jābūt visvairāk integrētām, jo tām ir vienota monetārā politika un eiro zonas valstis sasniegušas tādu konverģences pakāpi, lai kļūtu pilntiesīgas EMS dalībnieces. Ārpus Eirosistēmas esošās centrālās bankas varētu grupēt divās kopās – to ES valstu kopā, kuras iekļāvušās ES 2004. gada 1. maijā un 2007. gada 1. maijā, un to ES valstu kopā, kuras sākotnēji neiekļāvās eiro zonā (sk. 1. att.). Jāņem vērā arī tas, ka 2007. gadā vairāku valstu centrālās bankas mainījušas kopu, kā arī gatavojas vai plāno to darīt. Pēc autores domām, 2010.–2013. gadā eiro zonas valstu centrālo banku skaits varētu palielināties, par pilntiesīgām EMS dalībniecēm kļūstot Valūtas kursa mehānismā II esošajām ES12 valstīm (Igaunija, Latvija, Lietuva, Slovākija). Tātad šim kopu sadalījumam izmantots ES valstu centrālo banku statuss ECBS un EMS.

Par otru ES valstu centrālo banku kopu dalījumam izmantoto kritēriju var būt centrālo banku veiktās funkcijas. ECBS un ECB Statūtos noteiktie ECBS pamatuzdevumi ir šādi:

- definēt un īstenot Eiropas Kopienas monetāro politiku;
- veikt valūtas operācijas;
- turēt un pārvaldīt ES valstu oficiālos ārvalstu rezervju fondus;
- veicināt norēķinu sistēmu vienmērīgu darbību (35).

Papildus šiem uzdevumiem vairākas ES valstu centrālās bankas veic arī banku u. c. finanšu sektora dalībnieku uzraudzību. 2007. gada beigās vairāk nekā puse ES valstu centrālo banku veica banku uzraudzību (sk. 1. tabulu). Tātad saskaņā ar ES valstu centrālo banku dalījumu atbilstoši statusam un kredītiestāžu uzraudzības funkcijas īstenošanu ES valstu centrālās bankas var iedalīt četrās kopās.



1. att. ES valstu centrālo banku kopas un to pārmaiņas 2007. gadā  
Clusters of the EU central banks and their changes in 2007



Šis stāvoklis nav statisks, jo vairākas centrālās bankas mainījušas statusu šajā jomā, bet citās valstīs par šādu iespēju diskutē. Banku uzraudzības funkcijas nodalīšana no centrālās bankas funkcijām pastiprinājās pēc tam, kad šādu lēmumu pieņēma Lielbritānija, un, sākot ar 1998. gada vidu, Anglijas centrālā banka neveic banku uzraudzību. Tomēr vērojama arī pretēja tendence. Tā Īrijas un Slovērijas centrālās bankas pārņēmušas banku uzraudzības funkciju no banku uzraudzības iestādēm. Īrijas gadījumā centrālā banka tika pārveidota 2003. gada 1. maijā, papildus uzņemoties finanšu sektora regulatora un patērētāju aizsardzības funkciju un mainot arī tās nosaukumu – *Central Bank and Financial Services Authority of Ireland*. Tas nozīmē, ka Īrijas finanšu pakalpojumu uzraudzības funkcija tiek veikta patstāvīgi, bet ar centrālo banku kopīgas ir palīgfunckijas, piemēram, personāla vadība, informācijas sistēmu uzturēšana. Arī starp Baltijas valstīm vērojamas atšķirības. Lietuvas centrālā banka turpina veikt uzraudzības funkciju, bet Latvijas (sākot ar 2001. gada vidu) un Igaunijas (sākot ar 2002. gadu) centrālā banka pārtrauca veikt šo funkciju, jo šim mērķim tika izveidotas patstāvīgas institūcijas. Raksta autore pauž viedokli, ka varētu palielināties to centrālo banku skaits, kuras neveic banku uzraudzības funkciju, jo, piemēram, Lietuvas centrālā banka plāno nodalīt banku uzraudzības funkciju. Tomēr arī tās ES valstu centrālās bankas, kuras tieši neveic banku uzraudzību, saistītas ar banku uzraudzības jautājumiem finanšu stabilitātes nodrošināšanas un statistiskās informācijas sagatavošanas jomā. Valstīs, kurās uzraudzības funkciju veic viena vai arī vairākas institūcijas, jānodrošina cieša sadarbība starp šīm uzraudzības institūcijām un centrālo banku.

1. tabula

**Uzraudzības funkcijas veikšana ES valstu centrālajās bankās 2007. gada beigās**  
*Performance of the supervision function by the EU central banks*  
*at the end of 2007*

Valstis, kuru centrālās bankas veic uzraudzības funkciju / countries whose central banks perform supervision function			Valstis, kuru centrālās bankas neveic uzraudzības funkciju / countries whose central banks do not perform supervision function		
ES27 (15 valstis / countries)	t. sk. / incl.		ES27 (12 valstis / countries)	t. sk. / incl.	
	ES12 (7 valstis / countries)	ES15 (8 valstis / countries)		ES12 (5 valstis / countries)	ES15 (7 valstis / countries)
BG, CY, CZ, DE <sup>1</sup> , EL, FR <sup>2</sup> , IE, IT, LT, NL, PT, RO, SI, SK, SP	BG, CY, CZ, LT, RO, SI, SK	DE, EL, FR, IE, IT, NL, PT, SP	AT, BE, DK, FI, GB, HU, EE, LU, LV, MT, PL, SE	HU, EE, LV, MT, PL <sup>3</sup>	AT, BE, DK, FI, GB, LU, SE

<sup>1</sup> Funkcija dalīta ar autonomu institūciju.

<sup>2</sup> Autonoma struktūrvienība.

<sup>3</sup> Sākot ar 2008. gada 1. janvāri.

Pētot centrālo banku darbību raksturojošos rādītājus, vērojama kopu veidošanās, tomēr pastāv arī būtiskas atšķirības. Autore pētījumam izvēlējusies periodu pēc ECBS izveides (1999.–2005. gads). Pētot ES centrālo banku finanšu pārskatus,

jāsecina – lai gan to saturs un forma tuvinās, joprojām pastāv atšķirības, un tās vērojamas arī eiro zonas valstu centrālo banku finanšu pārskatos, kaut gan ECB sagatavo un publicē Eirosistēmas konsolidēto bilanci. Tomēr būtiskākie centrālo banku bilances un peļņas un zaudējumu aprēķina posteņi ir līdzīgi, tādējādi šos rādītājus var izmantot, lai salīdzinātu ES valstu centrālo banku darbību raksturojošo rādītāju attīstību.

## Centrālās bankas darbības atspoguļojums

Centrālās bankas bilance atspoguļo centrālās bankas operācijas un saistību ar tautsaimniecības sektoriem. Centrālās bankas bilanci raksturo šāds vienādojums:

$$NFA + NDA = MO, \quad (1)$$

kur

*NFA* – tīrie ārējie aktīvi,  
*NDA* – tīrie iekšējie aktīvi,  
*MO* – emitētā nauda.

Tīrie ārējie aktīvi raksturo centrālās bankas darbības rezultātu attiecībā pret ārējo sektoru, un ārējo rezervju pārmaiņas ir maksājumu bilances pozīcija. Termins „tīrie” jeb „neto” norāda, ka tiek aprēķināta starpība starp attiecīgo centrālās bankas aktīvu un pasīvu posteni, kas atspoguļo centrālās bankas darbības rezultātu attiecībā pret noteikto tautsaimniecības sektoru vai pārējo pasauli. Tīros iekšējos aktīvus raksturo šāds vienādojums:

$$NDA = LTB + NCG + NOA, \quad (2)$$

kur

*LTB* – kredīti monetārajām finanšu iestādēm (izņemot centrālo banku; MFI),  
*NCG* – tīrais kredīts valdībai,  
*NOA* – tīrie pārējie iekšējie aktīvi.

Tīro iekšējo aktīvu pirmie divi posteņi atspoguļo centrālās bankas darbības rezultātu attiecībā pret diviem iekšzemes sektoriem, t. i., MFI un valdību. Tīro pārējo iekšējo aktīvu svārstības atspoguļo arī centrālās bankas finansiālās stabilitātes pārmaiņas, un tos raksturo šāds vienādojums:

$$NOA = (OA - OL) - CR, \quad (3)$$

kur

*OA* – pārējie iekšzemes aktīvi,  
*OL* – pārējās iekšzemes saistības,  
*CR* – kapitāls un rezerves.

Pārējos iekšzemes aktīvus veido pamatlīdzekļi, nemateriālie aktīvi, citi finanšu aktīvi, nākamo periodu izdevumi un pārējie aktīvi, kas nav iekļauti kredītu aprēķinā MFI un tīrā kredīta aprēķinā valdībai. Lai gan centrālā banka var darboties arī bez kapitāla, tomēr arvien biežāk izskan viedoklis, kuram piekrtīt arī raksta autore, ka finanšu sektora stabilitātes nodrošināšanas un monetārās politikas sekmīgas

īstenošanas nosacījums ir finansāli stipra centrālā banka. Autore atbalsta Dž. Daltona (*J. Dalton*) un K. Dzjobekas (*C. Dziobek*) uzskatus par centrālo banku finanšu stabilitātes nepieciešamību (17). P. Stella uzsvēris, ka, ievērojot centrālo banku pakļautību lieliem peļņas un zaudējumu šokiem, tām var būt nepieciešams ievērojams kapitāla apjoms (40; 33). A. Ize (*A. Ize*) piedāvājis aprēķināt kapitālu kā vienkāršu funkciju no starptautisko rezervju pārsnieguma pār emitēto valūtu, centrālās bankas pamatdarbības izdevumiem, centrālās bankas parāda procentu likmes prēmijas, inflācijas mērķa un plānoto valūtas, starptautisko rezervju un pamatdarbības izdevumu pieauguma (23).

A. Šehtere (*A. Schaechter*), analizējot monetārās politikas īstenošanas ietekmi uz centrālās bankas bilanci, secinājusi, ka monetārās politikas operatīvā mērķa izvēle nosaka to, vai ietekme uz centrālās bankas bilanci ir eksogēna vai endogēna (36; 18). A. Šehteres viedokļa praktisko aspektu zināmā mērā atspoguļo Starptautiskā Valūtas fonda (SVF) darbinieku apkopotā informācija par valstu izmantoto monetārās politikas satvaru un noteikto valūtas kursa mehānismu (19). SVF izšķir piecus monetārās politikas satvara veidus, kurus salīdzina ar attiecīgo valstu izmantotajiem valūtas kursu veidiem. 2006. gadā salīdzinājumā ar 2003. gadu vērojama tendence, ka palielinās to valstu skaits, kuras izmanto citas nosacīti fiksētas piesaistītas valūtu kursu sistēmas (pieaugums – 26,8%), bet sarūk to valstu skaits, kuras izmanto brīvi peldošu valūtas kursu (samazinājums – 26,5%). Var teikt, ka ES valstīs tiek izmantots viss klasificēto valūtas kursu veidu spektrs. Vairākumā ārpus eiro zonas esošo valstu tiek izmantota valūtas kursa piesaiste horizontālā joslā, kas atbilst VKM II būtībai. Latvijas valūtas kursa mehānisms klasificēts kā cita nosacīti fiksēta piesaistīta sistēma. 2006. gada beigās VKM II piedalījās 8 ES valstis (Dānija, Igaunija, Kipra, Latvija, Lietuva, Malta, Slovākija un Slovēnija), kuras izmantoja trīs dažādus valūtas kursa mehānisma veidus.

Pārējās ārpus eiro zonas esošās valstīs vairākumā gadījumu izmanto valūtas kursa piesaisti, un nevienā no šīm valstīm nav izmantots monetāro rādītāju jeb naudas rādītāju kvantitatīvais mērķis. Inflācijas mērķi izvēlējušās Lielbritānija, Čehija, Polija un Zviedrija. Ungārijas un Slovākijas gadījumā SVF darbinieki secinājuši, ka tiek izmantota gan valūtas kursa piesaiste, gan inflācijas mērķis. Māstrihtas līgumā noteikts, ka Eirosistēmas galvenais mērķis ir cenu stabilitāte, bet šis termins nav izskaidrots, tāpēc ECB Padome noteikusi cenu stabilitātes kvantitatīvu definīciju, skaidrojot, ka mērķis ir uzturēt vidējā termiņā eiro zonas inflācijas rādītāju – harmonizēto patēriņa cenu indeksu – zemāku par 2%, bet tuvu šim līmenim (37, 80. lpp.). Papildus kvantitatīvajam cenu stabilitātes skaidrojumam ECB izmanto divas analītiskas perspektīvas, t. i., divus pīlārus, lai organizētu, novērtētu un pārbaudītu svarīgāko informāciju cenu stabilitātes risku novērtēšanai (37, 83. lpp.). Pirmā pīlāra mērķis ir veikt ekonomisko analīzi, bet otrā pīlāra mērķis – monetāro analīzi. Par atskaites vērtību monetārās analīzes jomā noteiktas plašās naudas rādītāja M3 pārmaiņas. Ir pausti arī kritiski viedokļi par to, ka ECB nosaka kvantitatīvu monetārās politikas mērķi.

## Rādītāju izvēle un reitings izzeide

Ņemot vērā minēto centrālās bankas bilances rādītāju raksturojumu, autore pētījusi ES valstu centrālo banku bilances un peļņas un zaudējumu aprēķina posteņus, lai noteiktu tos rādītājus, kurus varētu izmantot centrālo banku darbības

salīdzinājumam, jo nereti izskan viedoklis, ka viena vai otra centrālā banka varētu darboties efektīvāk un samazināt gan izdevumus, gan darbinieku skaitu. Šāds jautājums kļuva aktuāls arī ES, īpaši eiro zonas valstīs, jo līdz ar ECB izveidi monetārās politikas lēmumi tiek pieņemti centralizēti.

V. Pilsūma un L. Svarinskis ieteikuši centrālo banku darbības vērtēšanai izmantot nevis vienu rādītāju, kā nereti tiek darīts (piemēram, centrālās bankas darbinieku skaits uz vienu attiecīgās valsts iedzīvotāju), bet gan vairākus (33, 140. lpp.). Turpinot šī jautājuma izpēti, autore iesaka izmantot centrālo banku reitingu. Tas ļautu sarindot centrālās bankas, salīdzinot vairākus to darbību raksturojošos rādītājus. Šim nolūkam izmantota metodoloģija, kas ļauj novērtēt vairāku atšķirīgu rādītāju kopējo rezultātu un kas ir sekmīgi izmantota Skotijas municipalitāšu teritoriju attīstību raksturojošā indeksa (*Scottish Index of Multiple Deprivation*) aprēķināšanai (38).

Vispirms tiek atlasīti tie rādītāji ( $x_j$ , kur  $j = 1, 2, 3, \dots, k$ ), kuri raksturo centrālās bankas darbības lietderību un efektivitāti. Centrālās bankas  $i$  rādītāja  $x_j$  vērtību apzīmē attiecīgi ar  $x_{ji}$ , kur  $i = 1, 2, 3, \dots, N$ . Pieņemot, ka lielākai mainīgā  $x_j$  vērtībai atbilst sliktāks centrālās bankas darbības rezultāts, virkni  $x_{ji}$  sakārto augošā secībā, un katrai centrālajai bankai nosaka normēto rangū:

$$R_{x_j,i} = \frac{\text{rank}(x_{ji})}{N} \quad (4)$$

Ja  $x_j$  lielākai vērtībai atbilst labāks rezultāts, virkni  $x_{ji}$  sakārto dilstošā secībā un tāpat kā iepriekšējā gadījumā katrai centrālajai bankai nosaka normēto rangū. Tādējādi centrālajai bankai  $i$  ar vislabāko darbības rezultātu attiecībā uz rādītāju  $x_j$  normētā ranga vērtība ir vienāda ar  $R_{x_j,i} = \frac{1}{N}$ . Savukārt centrālajai bankai  $i$  ar vissliktāko rezultātu attiecībā uz rādītāju  $x_j$  normētā ranga vērtība ir vienāda ar

$$R_{x_j,i} = \frac{N}{N} = 1$$

Centrālo banku darbības rādītāju salīdzināšanai pēc vairākiem rādītājiem ir loģiski veidot atsevišķo darbības rādītāju svērtu kopsummu:

$$\tilde{R}_i = \sum_{j=1}^k W_j \cdot R_{x_j,i}, \quad (5)$$

kur

$W_j$  ( $W_j > 0, \sum_j W_j = 1$ ) ir piemērotā veidā izvēlēti atsevišķo centrālo banku darbības rādītāju svāri.

Svaru izvēli nepieciešams veikt tā, lai nozīmīgākam rādītājam piemērotais svārs būtu lielāks par mazāk nozīmīgākam rādītājam piemēroto svāru. Tomēr svērtas summas formā veidotam centrālo banku kopējās darbības rādītājam piemīt īpašība, ka ļoti sliktu centrālās bankas darbības rezultātu attiecībā pret vienu rādītāju

kompensē tas, ka attiecībā pret kādu citu rādītāju šīs pašas centrālās bankas darbības rezultāts ir labs. Lai mazinātu šāda veida efektu, vispirms tiek veikta normēto rangu logaritmiskā transformācija:

$$X_{ji} = -23 \cdot \ln\{1 - R_{x_{j,i}} \cdot [1 - \exp(-100/23)]\} / 100 \quad (6)$$

Pēc tam centrālo banku kopējās darbības rādītāju aprēķina jau kā pārveidoto atsevišķo darbības rādītāju svērtu kopsummu:

$$R_i = \sum_{j=1}^k W_j \cdot X_{ji} \quad (7)$$

Viegli pārlicināties, ka pārveidoto atsevišķo darbības rādītāju vērtības vienmēr atrodas robežās no 0 līdz 1, pie tam vērtība 1 ir centrālajai bankai ar vissliktāko darbības rezultātu attiecībā pret izvēlēto rādītāju, un 27 banku gadījumā vismazākā vērtība ( $\approx 0,0086$ ) ir centrālajai bankai ar vislabāko darbības rezultātu.

Logaritmiskās transformācijas radīto efektu var raksturot ar vienkāršu piemēru. Pieņemsim, ka 27 centrālās bankas tiek salīdzinātas tikai pēc diviem vienādi nozīmīgiem to darbības rādītājiem, pie tam viena no tām (A banka) pēc viena no rādītājiem ir vislabākā un pēc otra rādītāja – vissliktākā, savukārt otra centrālā banka (B banka) pēc abiem rādītājiem atrodas tieši vidū – 14. vietā. Veidojot centrālo banku kopējās darbības rādītāju kā atsevišķo darbības rādītāju svērtu kopsummu ar vienādiem svariem  $W_1 = W_2 = 0,5$ , iegūsim, ka A bankai  $\tilde{R}_A \approx 0,5 \cdot 0,037 + 0,5 \cdot 1 \approx 0,519$  un B bankai  $\tilde{R}_B \approx 0,5 \cdot 0,519 + 0,5 \cdot 0,519 \approx 0,519$ , t. i., abām centrālajām bankām to kopējās darbības rādītāju vērtības ir vienādas.

Savukārt, vispirms lietojot logaritmisko transformāciju (izmantojot vienādus svarus  $W_1 = W_2 = 0,5$ ), iegūst, ka A bankai  $R_A \approx 0,5 \cdot 0,009 + 0,5 \cdot 1 \approx 0,504$  un B bankai  $R_B \approx 0,5 \cdot 0,165 + 0,5 \cdot 0,165 \approx 0,165$ . Tādējādi, neizmantojot logaritmisko transformāciju, A bankas ļoti sliktu rezultātu attiecībā pret vienu rādītāju kompensē tas, ka rezultāts ir ļoti labs attiecībā pret otru rādītāju. Savukārt, vispirms veicot logaritmisko transformāciju un pēc tam centrālo banku kopējās darbības rādītāju aprēķinot jau kā pārveidoto atsevišķo darbības rādītāju svērtu kopsummu, iegūst, ka A bankas kopējās darbības rādītāja vērtība atbilst sliktākam vērtējumam (ir būtiski lielāka) nekā B bankas kopējās darbības rādītāja vērtība.

Logaritmiskā pārveidojuma konstante var tikt pārskatīta, tomēr šajā gadījumā izvēlēta konstante 23. Izvēloties šādu konstanti, tikai 3 no 27 centrālām bankām (jeb apmēram 10%) iegūst pārveidoto darbības rādītāja vērtību, kas lielāka par 0,5. Tas atbilst situācijai, kad, pastāvot diviem vienādi nozīmīgiem rādītājiem, centrālā banka, kas attiecībā pret vienu no tiem ir vissliktākajā situācijā (centrālās bankas normētais rangs  $R_{x_{j,i}}$  ir vienāds ar 1) un pret otru – vislabākajā situācijā

(centrālās bankas normētais rangs  $R_{x_{j,i}}$  ir vienāds ar  $\frac{1}{N}$ ), pamatojoties uz divu rādītāju kopumu, nokļūst 90% līmenī. Jāatzīmē, ka arī citu autoru pētījumos (sk. 38; 32), kuros līdzīga veida situācijās tiek lietots logaritmiskais pārveidojums, izvēlēta konstante 23.

Centrālo banku darbības efektivitātes un lietderības novērtēšanai autore piedāvā izvēlēties piecus rādītājus, kuri raksturo:

- 1) centrālās bankas saistību ar ārējo sektoru (ārējās rezerves;  $x_1$ );
- 2) centrālās bankas saistību ar iekšzemes finanšu sektoru (kredīts MFI;  $x_2$ );
- 3) nodrošinājumu pret iespējamiem riskiem (kapitāls un rezerves;  $x_3$ );
- 4) spēju iegūt ienākumus, pārvaldot ārējās rezerves un īstenojot monetāro politiku (tīrie procentu un tiem pielīdzināmie ienākumi;  $x_4$ );
- 5) spēju racionāli izmantot resursus un veikt uzticētos uzdevumus (saimnieciskās darbības izdevumi;  $x_5$ ).

Salīdzinājumam izmantoti ES valstu centrālo banku 1999.–2005. gada finanšu pārskatu dati, un līdz ar to N vienāds ar 27. Rādītāji  $x_1$ ,  $x_2$  un  $x_3$  iegūti no centrālo banku bilancēm, bet rādītāji  $x_4$  un  $x_5$  – no centrālo banku peļņas un zaudējumu aprēķiniem. Rādītāju  $x_1$  veido centrālās bankas zelta atlikumi un ārvalstu aktīvu (prasības pret nerezidentiem) ārvalstu valūtās atlikumi. Rādītāju  $x_2$  vairākumā gadījumu veido saskaņā ar monetārās politikas īstenošanu MFI izsniegto aizdevumu atlikumi. Rādītājā  $x_3$  ietverts centrālās bankas kapitāls, pārvērtēšanas konts, uzkrājumi, vispārējo bankas risku rezerve, uzkrātie zaudējumi, nesadalītā peļņa un citas rezerves. Rādītājā  $x_4$  ietverti tīrie procentu ienākumi, neto rezultāts finanšu operācijām, norakstīšanai un pārmaiņām uzkrājumos, neto komisijas maksas ienākumi, līdzdalības ienākumi un monetāro ienākumu kopējā fonda (*pooling*) neto rezultāts (eiro zonas valstu centrālajām bankām). Savukārt rādītājā  $x_5$  ietverta darba samaksa un pārējie maksājumi personālam, administratīvie izdevumi, pamatlīdzekļu nolietojums un nemateriālo aktīvu amortizācija, naudas zīmju ražošanas izdevumi, iepriekšējo gadu izdevumi, citi uzkrājumi un pārējie izdevumi un maksājumi.

Lai mazinātu ES valstu lieluma (tas ES valstīm ir ļoti atšķirīgs) ietekmi uz ES valstu centrālo banku rādītājiem, tos attiecina pret šo valstu iedzīvotāju skaitu (34). Rādītāju normēšanu iespējams veikt, tos attiecinot arī pret citiem valsts lieluma raksturotājiem, piemēram, IKP. Attiecinot centrālo banku rādītājus pret valsts iedzīvotāju skaitu, labākā situācijā tiek nostādītas bagātākās valstis, t. i., valstis ar lielāku IKP uz vienu iedzīvotāju. Tomēr, pēc autores domām, izmantotajai pieejai dodama priekšroka, jo tā sevī ietver motivāciju valstij sasniegt augstākus IKP rādītājus un paaugstināt iedzīvotāju labklājību. Izvēloties par normējošo rādītāju IKP, pastāv teorētisks risks, ka to vai citu iemeslu dēļ izraisītā straujā IKP krituma dēļ centrālā banka var iegūt nepamatoti augstu tās darbības novērtējumu.

Kā jau minēts, centrālās bankas atsevišķo darbības rādītāju svāri  $W_j$  vienādojumā (7) jāizvēlas tā, lai nozīmīgākam rādītājam piemērotais svārs būtu lielāks par mazāk nozīmīgākam rādītājam piemēroto svāru. Vispirms, nosakot kopējo rangu, pieņemts, ka visi pieci centrālās bankas darbību raksturojošie rādītāji ir vienlīdz nozīmīgi. Tāpēc svērtās kopsummās aprēķinam izmantoti šādi svāri:  $W_{x_1} = W_{x_2} = W_{x_3} = W_{x_4} = W_{x_5} = 0,2$  (reitinga apzīmējums RRR). Papildus tam izmantoti arī citi svāru varianti, vairāk akcentējot attiecīgi centrālās bankas saistību ar tautsaimniecības sektoriem, darbības efektivitāti un finansiālo stabilitāti un aizsardzību pret iespējamiem riskiem, un tie ir šādi:

1)  $W_{x_1} = 0,1$ ,  $W_{x_2} = 0,1$ ,  $W_{x_3} = 0,3$ ,  $W_{x_4} = 0,25$ ,  $W_{x_5} = 0,25$  (reitinga apzīmējums RRR1);

2)  $W_{x_1} = 0,1$ ,  $W_{x_2} = 0,1$ ,  $W_{x_3} = 0,3$ ,  $W_{x_4} = 0,2$ ,  $W_{x_5} = 0,3$  (reitinga apzīmējums RRR2);

3)  $W_{x_1} = 0,3$ ,  $W_{x_2} = 0,1$ ,  $W_{x_3} = 0,1$ ,  $W_{x_4} = 0,3$ ,  $W_{x_5} = 0,2$  (reitinga apzīmējums RRR3).

## ES valstu centrālo banku reitinga rezultāti

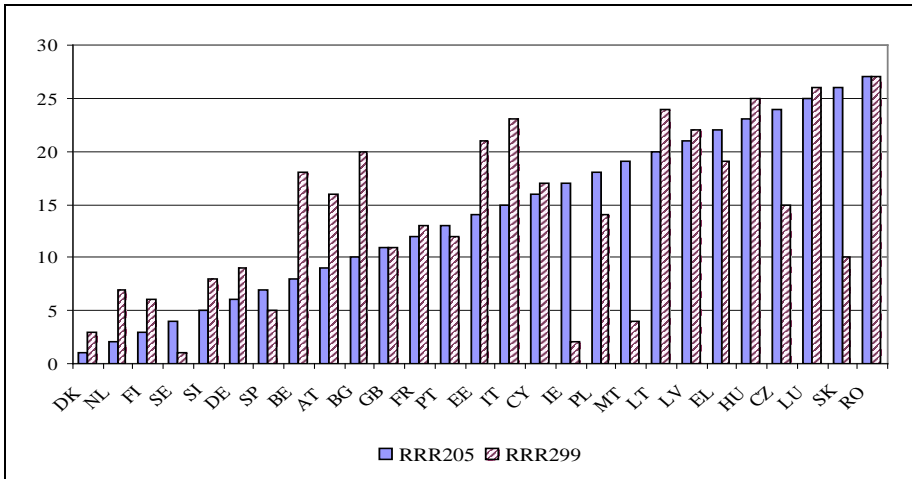
Analizējot reitingus kopumā, jāsecina, ka ar nedaudziem izņēmumiem vērojama ES15 valstu izvirzīšanās reitinga priekšgalā. Kā izņēmums minamas Luksemburgas, Grieķijas un Īrijas centrālās bankas. Pirmo divu valstu centrālās bankas ieņēmušas samērā stabili vietu reitinga tabulā, bet Īrijas centrālās bankas reitinga straujš kritums vērojams tieši 2005. gadā (piemēram, šīs bankas RRR2 2005. gadā salīdzinājumā ar 2004. gadu krities par 10 vietām), kas galvenokārt izskaidrojams ar ārējo rezervju un kapitāla un rezervju uz vienu iedzīvotāju samazinājumu attiecīgi 4,3 un 2,5 reizes. Jāņem vērā arī tas, ka Īrijas iedzīvotāju skaits 2005. gadā salīdzinājumā ar 2004. gadu palielinājies par 2,4%. Luksemburgas centrālās bankas izdevumi uz vienu iedzīvotāju 2005. gadā salīdzinājumā ar 1999. gadu palielinājušies 2,1 reizi, un šis rādītājs bijis lielākais starp ES valstu centrālajām bankām, izņemot 2000. gadu, kad to apsteidza Beļģijas un Čehijas centrālās bankas. Ārējo rezervju atlikums uz vienu iedzīvotāju Luksemburgas centrālās bankas gadījumā bija salīdzinoši neliels, līdz ar to attiecībā uz šo rādītāju pārsvarā gadījumu šī centrālā banka atradās 26. vietā, izņemot 2004. un 2005. gadu, kad tā bija attiecīgi 25. un 23. vietā. Savukārt šīs centrālās bankas MFI izsniegto kredītu uz vienu iedzīvotāju atlikums visā pētāmajā laika periodā bijis vislielākais, nodrošinot pirmo vietu šajā jomā. Luksemburgas centrālās bankas vieta pārējo rādītāju reitingā bijusi svārstīga. Jāņem vērā, ka Luksemburgas iedzīvotāju skaits ir otrs mazākais un šī centrālā banka tika izveidota līdz ar iekļaušanos EMS.

Visos reitingos pirmo vietu 2002.–2005. gadā ieņēmusi Dānijas centrālā banka, bet 1999.–2001. gadā tās vieta svārstījusies starp otro un trešo, izņemot 1999. gadu, kad RRR1 un RRR3 gadījumā tā bija attiecīgi ceturta un piektā. 2005. gadā otrajā vietā atradās Nīderlandes centrālā banka, izņemot RRR3, kad otrajā vietā izvirzījās Somijas centrālā banka, kas pārējo reitingu gadījumā ieņēma trešo vietu. 2005. gadā pēdējā vietā atradās Rumānijas centrālā banka, bet 1999.–2004. gadā tā svārstījusies no 27. vietas līdz 22. vietai (2002. gadā RRR1 un RRR2 gadījumā un 2003. gadā RRR2 gadījumā).

No Baltijas valstu centrālajām bankām labāku vietu reitingā ieņēmusi Igaunijas centrālā banka (2005. gadā 17. vieta RRR un RRR1, 14. vieta RRR2 un 15. vieta RRR3), un tā rezultātus 1999.–2005. gadā uzlabojusi. Lietuvas centrālā banka 2005. gadā ieņēma 21. vietu RRR un RRR1 gadījumā, bet RRR2 un RRR3 gadījumā – attiecīgi 20. un 19. vietu. Arī Lietuvas centrālā banka rezultātu 1999.–2005. gadā uzlabojusi. Latvijas Banka tieši sekoja tai, izņemot RRR3, kad starp abām minētajām bankām atradās Polijas centrālā banka. Latvijas Bankas pozīcija 1999.–2005. gadā nedaudz pasliktinājusies.

Tā kā RRR2 vairāk akcentē centrālās bankas darbības efektivitāti un nodrošinājumu pret iespējamiem riskiem, detalizētāk raksturota šā reitinga dinamika. 2005. gadā salīdzinājumā ar 1999. gadu RRR2 16 ES (t. sk. 6 ES12) valstu centrālajām bankām uzlabojies (sk. 2. att.), bet 4 ES (t. sk. 3 ES12) valstu centrālajām bankām pasliktinājies. No ES12 valstu centrālajām bankām RRR2 labāko vietu 2005. gadā ieņēma Slovēnijas centrālā banka, kuras vieta reitingā

svārstījies no 16. vietas 2003. gadā līdz 5. vietai 2005. gadā. Igaunijas centrālās bankas vieta uzlabojies pakāpeniski no 21. vietas 1999. gadā līdz 14. vietai 2005. gadā. Latvijas Bankas labākais rezultāts vērojams 2002. gadā, kad tā ierindojās 17. vietā, bet Lietuvas centrālās bankas labākais rezultāts sasniegts 2004. gadā (15. vieta).



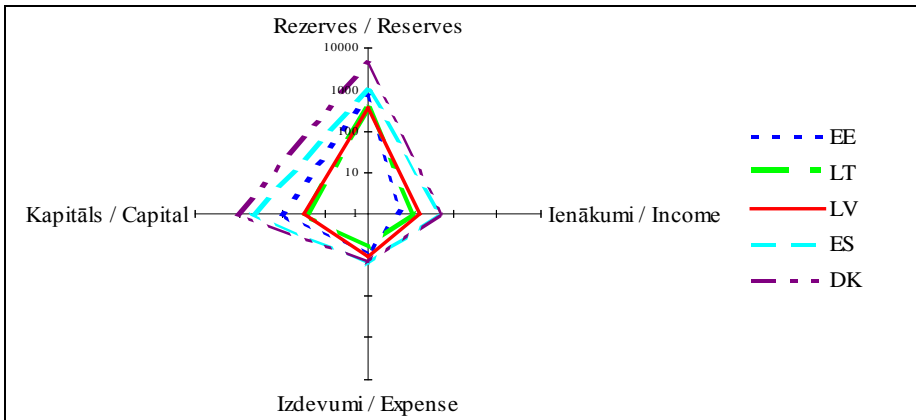
2. att. ES valstu centrālo banku reitings RRR2 2005. un 1999. gadā  
*RRR2 rating of the EU central banks in 2005 and 1999*

ES centrālo banku rādītāju izlīdzināšanai izmantojot ES attiecīgās valsts IKP, reitingu kārtība būtiski nemainās. Izvēloties arī citus centrālās bankas darbību raksturojošus rādītājus (darba samaksa, darbinieku skaits u. c.) un to normēšanai izmantojot dažādus rādītājus, vērojamas līdzīgas tendences. Tas liecina, ka izvēlētā metodoloģija centrālo banku darbības salīdzināšanai sniedz pietiekami objektīvu faktiskās situācijas novērtējumu.

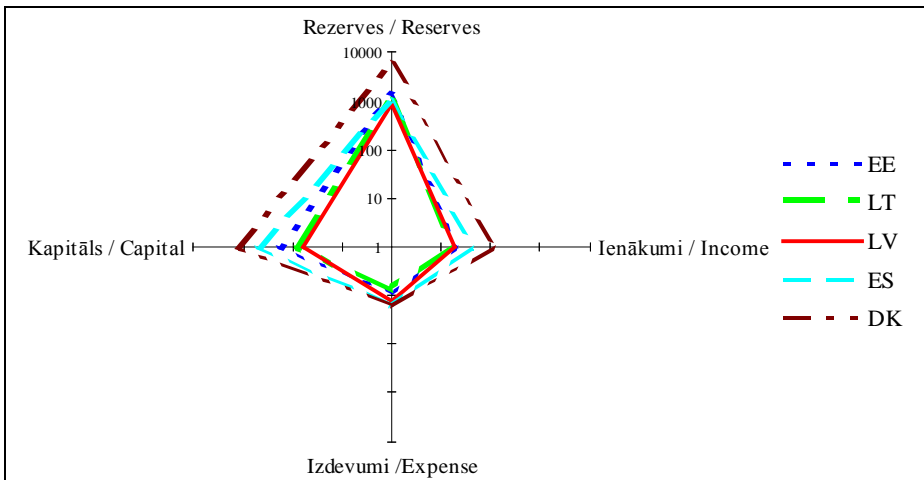
Vienlaikus jāatzīst arī šīs metodoloģijas trūkumi, jo reitings neatspoguļo to, cik būtiskas ir atšķirības reitingā blakus esošām centrālajām bankām. Tāpēc, lai šo salīdzinājumu veiktu starp dažām centrālajām bankām, to var atspoguļot grafiski viegli uztveramā veidā. Šajā gadījumā izmantots Baltijas valstu centrālo banku piemērs. Salīdzinot Baltijas, Dānijas (izvēlēta, jo līdzīgs valūtas kursa režīms, salīdzināms tautsaimniecības lielums, ģeogrāfiskais tuvums, centrālā banka atrodas reitinga labākajās vietās) un ES valstu centrālo banku kopējos rādītājus, jāsecina, ka vērojamas gan atšķirības, gan kopīgas iezīmes. Tomēr kopumā vērojama rādītāju tuvināšanās (sk. 3. un 4. att.).

Izņēmums ir MFI izsniegto kredītu atlikums uz vienu iedzīvotāju – šis rādītājs atšķiras no ES kopējā rādītāja, jo, kā jau minēts, ES tiek izmantota atšķirīga valūtas kursa un monetārā politika. Eirosistēmas MFI izsniegto kredītu īpatsvars MFI saistībās pret finanšu institūcijām 2005. gada beigās veidoja apmēram 8%. Tādējādi gaidāms, ka arī Baltijas valstu centrālo banku loma MFI resursu veidošanā varētu pieaugt pēc šo valstu iekļaušanās eiro zonā, ja MFI neturpinās izmantot jau iedibināto praksi aizņemt resursus no to mātesbankām.





3. att. Baltijas valstu un ES valstu centrālo banku darbību raksturojošie rādītāji uz vienu iedzīvotāju 1999. gadā (logaritmiskā skala)  
*Central bank performance indicators per inhabitant in the Baltic states and the EU member states in 1999 (logarithmic scale)*



4. att. Baltijas valstu un ES valstu centrālo banku darbību raksturojošie rādītāji uz vienu iedzīvotāju 2005. gadā (logaritmiskā skala)  
*Central bank performance indicators per inhabitant in the Baltic states and other EU member states in 2005 (logarithmic scale)*

Lai gan Baltijas valstu centrālo banku ārējo rezervju atlikums uz vienu iedzīvotāju 1999.–2005. gadā tuvinājies Dānijas centrālās bankas rādītājam, tas tomēr bija vairākas reizes mazāks nekā Dānijas centrālās bankas rādītājs. Baltijas valstu centrālo banku ienākumi uz vienu iedzīvotāju 2005. gadā bija apmēram vienādi, tomēr būtiski mazāki nekā Dānijas un ES valstu centrālo banku rādītājs. Baltijas valstu un ES valstu centrālo banku ienākumu apjoms uz vienu iedzīvotāju 1999.–2005. gadā tuvinājies. Baltijas valstu centrālo banku izdevumi uz vienu iedzīvotāju tuvinājās Dānijas un ES valstu centrālo banku rādītājam, tiem 1999.–2005. gadā pieaugot, bet ES kopumā šim rādītājam paliekot nemainīgam. Visstraujāk (par 23,3%) šajā laika periodā palielinājās Lietuvas centrālās bankas

izdevumi uz vienu iedzīvotāju, bet Latvijas un Igaunijas centrālās bankas attiecīgais rādītājs pieauga attiecīgi par 13,9 un 2,3%. Tā kā ES centrālo banku izdevumu būtisks postenis ir darba samaksa u. c. maksājumi personālam un ES12 valstu centrālo banku izdevumi uz vienu centrālās bankas darbinieku ir mazāki par ES15 centrālo banku attiecīgajiem izdevumiem, gaidāms, ka Baltijas valstu centrālo banku izdevumi varētu pieaugt. Lai gan vērojama būtiska Baltijas valstu centrālo banku atpalcība kapitāla un rezervju jomā salīdzinājumā ar ES centrālo banku kopējo rādītāju, tomēr šī atšķirība 1999.–2005. gadā mazinājusies. Ņemot vērā to, ka Baltijas valstu centrālo banku ārējās rezerves pieaugušas vairākas reizes, būtu jāpievērš uzmanība arī atbilstošai kapitāla un rezervju veidošanai, tādējādi iegūstot nodrošinājumu pret iespējamo risku ietekmi. ES valstu centrālo banku prakse liecina, ka finanšu u. c. risku ietekmē vērojami būtiski papildu izdevumi, kuru dēļ vairākas ES valstu centrālās bankas cietušas zaudējumus.

## Secinājumi

ECBS vērojama vairāku kopu veidošanās, pamatojoties gan uz juridisko, gan funkcionālo aspektu. ES valstu centrālo banku darbību nevar raksturot ar vienu rādītāju, tāpēc darbības salīdzināšanai kā viens no iespējamiem risinājumiem varētu kalpot reitinga izveide. Autores piedāvātie reitingi ļauj analizēt centrālo banku darbību atbilstoši centrālo banku ietekmei uz tautsaimniecības ārējo sektoru un iekšzemes MFI, kā arī saimnieciskās darbības efektivitāti un nodrošinājumu pret iespējamiem riskiem. Lai pārliecinātos par reitinga stabilitāti, pētījums būtu turpināms, meklējot vispiemērotāko veidu, kā veikt dažādu rādītāju atlasī, to normēšanu un svara koeficientu izvēli. ES27 valstu centrālo banku reitings 1999.–2005. gadā liecina, ka labākos rezultātus sasniegusi Dānijas centrālā banka, kurai seko Nīderlandes un Somijas centrālā banka, bet pēdējo vietu atkārtoti ieņēmusi Rumānijas, Čehijas un Slovākijas centrālā banka. Latvijas un Lietuvas centrālā banka reitingā atradās blakus otrā desmita beigās vai trešā desmita sākumā. Igaunijas centrālā banka atradās nedaudz augstākās vietās vai tuvu abu pārējo Baltijas valstu centrālajām bankām. Baltijas valstu centrālo banku rādītāji 1999.–2005. gadā salīdzinājumā ar Dānijas centrālās bankas un ES centrālo banku kopējiem rādītājiem tuvinājušies, tomēr pastāv arī atšķirības. Baltijas valstu centrālo banku izdevumi varētu pieaugt, kā arī būtu jāstiprina šo centrālo banku aizsardzība pret iespējamiem riskiem, palielinot kapitālu un rezerves. Vērojama zināma līdzība ar citos integrācijas pētījumos veiktajiem secinājumiem par kopu veidošanos, tomēr joprojām pastāv arī būtiskas ES valstu centrālo banku darbības rādītāju atšķirības.

## Saīsinājumi

AT – Austrija / *Austria*  
BE – Beļģija / *Belgium*  
BG – Bulgārija / *Bulgaria*  
CY – Kipra / *Cyprus*  
CZ – Čehija / *Czech Republic*  
DE – Vācija / *Germany*  
DK – Dānija / *Denmark*

ECB – Eiropas Centrālā banka / *European Central Bank*  
ECBS – Eiropas Centrālo banku sistēma / *European System of Central Banks*  
EE – Igaunija / *Estonia*  
EL – Grieķija / *Greece*  
EMS – Ekonomikas un monetārā savienība / *Economic and Monetary Union*  
ES – Eiropas Savienība / *European Union (EU)*  
ES12 – valstis, kuras ES pievienojās 2004. gada 1. maijā, Bulgārija un Rumānija / *countries which joined the EU on May 1, 2004, Bulgaria, and Romania*  
ES15 – valstis, kuras ietilpa ES pirms 2004. gada 1. maija / *EU countries before May 1, 2004*  
FI – Somija / *Finland*  
FR – Francija / *France*  
GB – Lielbritānija / *United Kingdom*  
HU – Ungārija / *Hungary*  
IE – Īrija / *Ireland*  
IKP – iekšzemes kopprodukts / *gross domestic product*  
IT – Itālija / *Italy*  
LT – Lietuva / *Lithuania*  
LU – Luksemburga / *Luxembourg*  
LV – Latvija / *Latvia*  
MFI – monetārās finanšu iestādes (izņemot centrālo banku) / *monetary financial institutions (excl. central banks)*  
MT – Malta / *Malta*  
NL – Nīderlande / *Netherlands*  
PL – Polija / *Poland*  
PT – Portugāle / *Portugal*  
RO – Rumānija / *Romania*  
SE – Zviedrija / *Sweden*  
SI – Slovēnija / *Slovenia*  
SK – Slovākija / *Slovakia*  
SP – Spānija / *Spain*

## LITERATŪRA

1. Banca D'Italia Abridged Report for the Year 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/ricce/relann/rel05/rel05en;internal&action=rightFrame.action&Parameter=pubblicazioni> (skatīts 30.03.2007.)
2. Banco de España Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.bde.es/informes/be/infanu/2005/inf2005e.pdf> (skatīts 30.03.2007.)
3. Banco de Portugal Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.bportugal.pt/publish/relatorio/rel\\_05\\_e.pdf](http://www.bportugal.pt/publish/relatorio/rel_05_e.pdf) (skatīts 30.03.2007.)
4. Bank of England Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/annualreport/2006full.pdf> (skatīts 30.03.2007.)
5. Bank of Finland Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.bof.fi/en/julkaisut/vuosikertomus/2005/vk\\_2005.htm](http://www.bof.fi/en/julkaisut/vuosikertomus/2005/vk_2005.htm) (skatīts 23.07.2006.)
6. Bank of Greece Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.bankofgreece.gr/en/publications/pdf/Annrep2005.pdf> (skatīts 23.03.2007.)
7. Banka Slovenije Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.bsi.si/library/includes/datoteka.asp?DatotekaId=2061> (skatīts 23.03.2007.)
8. Banque Centrale du Luxembourg Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.lb.lt/eng/publications/annuals/annual\\_2005.pdf](http://www.lb.lt/eng/publications/annuals/annual_2005.pdf) (skatīts 23.03.2007.)
9. Banque de France Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.banque-france.fr/gb/publications/telnomot/rapport/rap05gb.pdf> (skatīts 23.03.2007.)
10. Bilateral Exchange Rates // ECB Monthly Bulletin, January 2007. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.ecb.int/pub/pdf/mobu/mb200701en.pdf> (skatīts 25.04.2007.)

11. Boreiko D. EMU and Accession Countries: Fuzzy Cluster Analysis of Membership: Working Paper No. 71. Vienna: Oesterreichische Nationalbank, 25 p.
12. Bulgarian National Bank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.bnb.bg/bnb/home.nsf/fsWebIndex?OpenFrameset> (skatīts 27.03.2007.)
13. Central Bank & Financial Services Authority of Ireland Annual Report. Report of the Central Bank and Financial Services Authority of Ireland for the Year End, 31 December 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.centralbank.ie/data/AnnRepFiles/Annual%20Report%202005.pdf> (skatīts 27.03.2007.)
14. Central Bank of Cyprus Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.centralbank.gov.cy/media/pdf/TBPBE\\_ANNUALREPORT05.pdf](http://www.centralbank.gov.cy/media/pdf/TBPBE_ANNUALREPORT05.pdf) (skatīts 23.03.2007.)
15. Central Bank of Malta Thirty-Eighth Annual Report and Statement of Accounts 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.centralbankmalta.com/updates/downloads/pdfs/AR-2005.pdf> (skatīts 23.03.2007.)
16. Czech National Bank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.cnb.cz/www.cnb.cz/en/about\\_cnb/performance/download/vz\\_2005\\_en.pdf](http://www.cnb.cz/www.cnb.cz/en/about_cnb/performance/download/vz_2005_en.pdf) (skatīts 27.03.2007.)
17. Dalton J., Dziobek C. Central Bank Losses and Experiences in Selected Countries: Working Paper 05/72. Washington: IMF, 2005, 13 p.
18. Danmarks Nationalbank Report and Accounts 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.nationalbanken.dk/C1256BE9004F6416/side/1AEF3C34731A4A55C1257137004FD1DC/\\$file/report\\_acc\\_2005\\_ENG\\_web.pdf](http://www.nationalbanken.dk/C1256BE9004F6416/side/1AEF3C34731A4A55C1257137004FD1DC/$file/report_acc_2005_ENG_web.pdf) (skatīts 27.03.2007.)
19. De Facto Classification of Exchange Rate Regimes and Monetary Policy Framework. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.imf.org/external/np/mfd/er/2006/eng/0706.htm> (skatīts 21.07.2007.)
20. De Nederlandsche Bank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.dnb.nl/dnb/home/file/annual%20report%202005\\_tcm13-77382.pdf](http://www.dnb.nl/dnb/home/file/annual%20report%202005_tcm13-77382.pdf) (skatīts 21.03.2007.)
21. Deutsche Bundesbank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://217.110.182.54/download/volkswirtschaft/jahresberichte/2005gb\\_bbk\\_en.pdf](http://217.110.182.54/download/volkswirtschaft/jahresberichte/2005gb_bbk_en.pdf) (skatīts 21.03.2007.)
22. Eesti Pank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.eestipank.info/pub/en/dokumentid/publikatsioonid/seeriad/aastaaruanne/\\_2005/itiitel.pdf](http://www.eestipank.info/pub/en/dokumentid/publikatsioonid/seeriad/aastaaruanne/_2005/itiitel.pdf) (skatīts 27.03.2007.)
23. Ize A. Capitalizing Central Banks: A Net Worth Approach: working paper 05/15. Washington: IMF, 2005, 25 p.
24. Latvijas Bankas 2005. gada pārskats. Rīga: Latvijas Banka, 2006, 111 lpp.
25. Lietuvos bankas Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.lb.lt/eng/publications/annuals/annual\\_2005.pdf](http://www.lb.lt/eng/publications/annuals/annual_2005.pdf) (skatīts 30.07.2007.)
26. Magyar Nemzeti Bank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://english.mnb.hu/Resource.aspx?ResourceID=mnbfileresourcename=eves\\_jelentes\\_2005](http://english.mnb.hu/Resource.aspx?ResourceID=mnbfileresourcename=eves_jelentes_2005) (skatīts 30.07.2007.)
27. Národná banka Slovenska Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.nbs.sk/VS/INDEXA.HTM#9> (skatīts 30.07.2007.)
28. National Bank of Belgium Report 2005 – Part 2: Activities, governance and annual accounts. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.nbb.be/doc/ts/Publications/NBBReport/2005/EN/Tome2EN.pdf> (skatīts 30.07.2007.)
29. National Bank of Romania Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.bnro.ro/def\\_en.htm](http://www.bnro.ro/def_en.htm) (skatīts 30.07.2007.)
30. NBP Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.nbp.pl/en/publikacje/r\\_roczny/rocznik2005\\_en.pdf](http://www.nbp.pl/en/publikacje/r_roczny/rocznik2005_en.pdf) (skatīts 30.07.2007.)
31. Oesterreichische Nationalbank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.oenb.at/en/img/ar\\_2005\\_tcm16-42190.pdf](http://www.oenb.at/en/img/ar_2005_tcm16-42190.pdf) (skatīts 30.07.2007.)
32. Okrasa W., Lapins J., Vremis M. Measuring Community Deprivation for Geographic Targeting of Public Resources – Case Moldova: Statistics in Transition, Vol. 7, No. 5, June 2006. Warszawa: Central Statistical Office of Poland, p. 1045–1065.
33. Pilsuma V., Svarinskis L. Efficiency and Integrity of Central Banks' Operations. *Opportunities and Problems of Economic Development*, March 2006. Rēzekne: Rēzeknes Augstskola, p. 132–142.

34. Population. [tiešsaiste] Pieejams: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1996,39140985&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&screen=detailref&language=en&product=Yearlies\\_new\\_population&root=Yearlies\\_new\\_population/C/C1/C11/caa10000](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=detailref&language=en&product=Yearlies_new_population&root=Yearlies_new_population/C/C1/C11/caa10000) (skatīts 30.07.2007.)
35. Protocol on the Statute of the European System of Central Banks and of the European Central Bank. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.ecb.int/ecb/legal/1341/1342/html/index.en.html> (skatīts 30.07.2007.)
36. Schaechter A. Implementation of Monetary Policy and Central Bank's Balance Sheet: Working Paper 01/149. Washington: IMF, 2001, 27 p.
37. Scheller H. P. The European Central Bank History, Role and Functions. Frankfurt am Main: ECB, 2006, 229 p.
38. Scottish Index of Multiple Deprivation. [tiešsaiste] Pieejams: <http://www.scotland.gov.uk/Topics/Statistics/SIMD/Overview> (skatīts 23.08.2007.)
39. Sørensen C. K., Puigvert Gutiérrez J. M. Euro Area Banking Sector Integration Using Hierarchical Cluster Analysis Techniques: Working Paper No. 627, May 2006. Frankfurt am Main: ECB, 2006, 38 p.
40. Stella P. Central Bank Financial Strength, Transparency, and Policy Credibility: Working Paper 02/137. Washington: IMF, 2002, 42 p.
41. Sveriges Riksbank Annual Report 2005. [tiešsaiste] Pieejams: [http://www.riksbank.com/upload/Dokument\\_riksbank/Kat\\_publicerat/Rapporter/2006/arsredovising\\_2005\\_eng.pdf](http://www.riksbank.com/upload/Dokument_riksbank/Kat_publicerat/Rapporter/2006/arsredovising_2005_eng.pdf) (skatīts 30.07.2007.)

## Summary

Building on the central bank performance indicators, the paper presents the assessment of the integration process within the European System of Central Banks in the period between 1999 and 2005. The paper also deals with the respective performance indicators of the central banks of Bulgaria and Romania. The findings of the research suggest that there exists a closer relationship between the central bank performance indicators in the EU12 and EU15 countries and that the integration process is gaining momentum. Although the EU central banks form an integrated system, a number of substantially different central bank indicators still exist. The introduction of an EU central bank rating system, the description of the EU central bank clusters, and the comparison of the dynamics of the EU central bank performance indicators are among the novelties of the research.

The rating proposed by the author allows for the analysis of central bank performance simultaneously with their impact on the external sector and domestic MFIs, as well as their economic efficiency and hedging activities. In order to test the robustness of the proposed rating, investigations should continue in search of the most suitable means for the selection of various indicators and their standardisation, as well as weight coefficient options.

**Keywords:** European System of Central Banks, rating, integration.

## Latvijas autoceļu uzturēšanas problēmas

## Problems of Road Maintenance in Latvia

Astrīda Rijkure

Latvijas Universitātes

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *astrida.rijkure@inbox.lv*

Autoceļu nozares mērķis ir autoceļu tīkla uzturēšana un attīstība, lai veicinātu visas valsts ekonomisko attīstību, iedzīvotāju dzīves līmeņa celšanos un sekmētu Latvijas autoceļu atbilstību Eiropas Savienības autoceļu tīkla prasībām. Tā kā vairākus gadus valsts autoceļu uzturēšanai un atjaunošanai netiek piešķirti pietiekami finanšu līdzekļi, ceļu seguma stāvoklis daudzos valsts ceļu posmos nav apmierinošs. Rakstā īpaša uzmanība pievērsta autoceļu uzturēšanas problēmām un kvalitātei, kā arī veikta uzturēšanas finansējuma detalizēta analīze. Secināts, ka Latvijas autoceļu tīkla stāvoklis ir kritisks, jo nepietiekamā finansējuma dēļ nav iespējams kvalitatīvi un laikus uzturēt autoceļus atbilstoši Eiropas Savienības prasībām.

**Atslēgvārdi:** autoceļi, asfalta segums, grants segums, tilti.

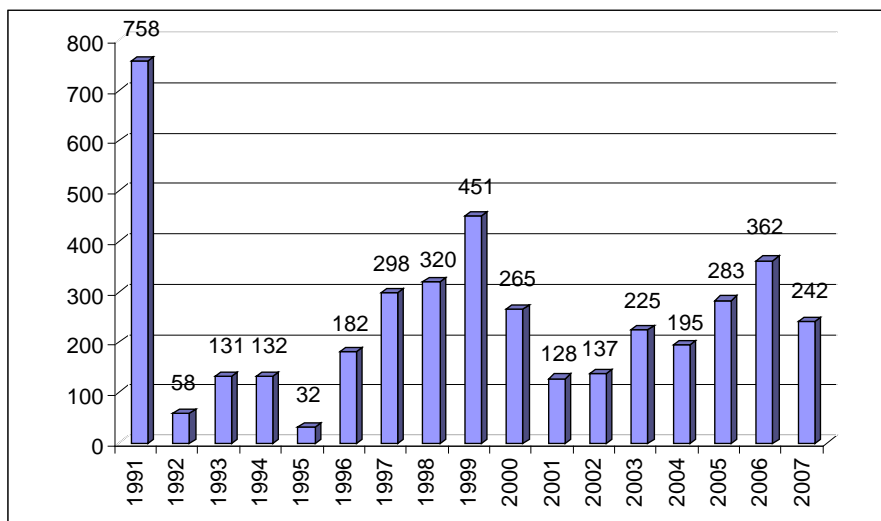
Autoceļu uzturēšana un attīstība ir viens no valsts tautsaimniecības attīstības galvenajiem priekšnoteikumiem un līdz ar to arī priekšnoteikums iedzīvotāju dzīves līmeņa paaugstināšanai un valsts iespējai sekmīgāk konkurēt starptautiskajā tirgū.

Valsts autoceļu ikdienas uzturēšana Latvijā tiek veikta saskaņā ar Ministru kabineta 2004. gada 19. oktobra noteikumiem Nr. 871 „Noteikumi par valsts un pašvaldību autoceļu ikdienas uzturēšanas prasībām un to izpildes kontroli” (5). Autoceļu uzturēšanas līmeni nosaka saskaņā ar šiem noteikumiem, ņemot vērā autoceļa klasifikāciju, autoceļa seguma tehnisko stāvokli, transportlīdzekļu intensitāti uz attiecīgā autoceļa, laika apstākļus, autoceļu uzturēšanai piešķirto finansējumu, kā arī autoceļa ekonomisko un sociālo nozīmi.

Valsts autoceļu ikdienas uzturēšana norit apstākļos, kad ceļu nozares nepietiekamā finansējuma dēļ segums tiek atjaunots un uzturēts galvenokārt valsts 1. šķiras un galvenajiem autoceļiem, savukārt 2. šķiras autoceļi pēdējos 15 gadus ir bijuši bez pastāvīga finansējuma, tādēļ ievērojama daļa ceļu ir pilnīgi vai daļēji sabrukuši. 2. šķiras ceļu vidējais vecums ir 25–30 gadi (gan melnajiem, gan grants segumiem).

Remonta deficīts (paredzētajā laikā neveikto valsts 2. šķiras autoceļu segu atjaunošanas darbu apjoms) uz valsts 2. šķiras autoceļiem, pēc VAS „Latvijas Valsts ceļi” aprēķiniem, ir sasniedzis 1,555 miljardus latu, tai skaitā 546 miljardus latu uz asfaltētiem ceļiem un 1,009 miljardus latu uz grants ceļiem. Sabrukuma stāvoklī atrodas 3920 km jeb 36,5% 2. šķiras grants un 1122 km jeb 45,0% 2. šķiras asfaltēto autoceļu, kas kopā veido 5042 km (38,1% no autoceļu kopgaruma). To sakārtošanai nepietiek ar seguma atjaunošanu vien, ir nepieciešama arī segas rekonstrukcija.

2006. gadā 20% (14 096 km) no kopējā valsts ceļu tīkla veidoja melnie ceļa segumi. Līdz 1991. gadam tika ne tikai rekonstruēti melnie segumi, bet arī izbūvēti jauni asfaltēti ceļa posmi. Pēc neatkarības atgūšanas ceļu atjaunošanas darbu apjoms manāmi samazinājās, bet jaunu ceļu izbūvei līdzekļu nebija. Sākot ar 1996. gadu, tika piešķirts lielāks autoceļu finansējums un radās iespēja ik gadu palielināt atjaunojamo melno segumu kilometrus. Laika posmā no 1995. līdz 1999. gada beigām kopā tika atjaunoti 1283 km seguma, lielākā daļa no tiem uz valsts galvenajiem autoceļiem. 2000. gadā kopā izbūvēti 265 km melno segumu, savukārt 2001. gadā šis rādītājs turpināja kristies, un tie bija vairs tikai 128 km. Analizējot 2002. gada rādītājus, redzams, ka melnie segumi atjaunoti tikai uz 137 km brauktuvju. 2006. gadā tika salaboti 362,3 km melno segumu un noasfaltēti 10,54 km grants segto ceļu. Savukārt 2007. gadā atjaunoti 242 km melno segumu un 362,4 km grants segumu, noasfaltēti 12,8 km grants segumu. Lai varētu salīdzināt atjaunoto ceļu (ar melno segumu) garumu laika periodā no 1991. līdz 2007. gadam, jāanalizē atjaunošanas dinamika (sk. 1. attēlu).



1. att. Melno segumu atjaunošana uz valsts autoceļiem (km) no 1991. līdz 2007. gadam (7)  
Reconstruction of asphalt surfacing on state roads (km) from 1991 to 2007

Attēlā redzams, ka 1991. gadā ir bijis vislielākais atjaunoto kilometru skaits, jo finansējuma apjoms tika noteikts, pamatojoties uz padomju laika apjomiem. Pēc 1992. gada rādītājiem redzams, ka neatkarīgā valsts nav spējusi uzturēt padomju laika apjomus, un ir vērojama strauja melno ceļa segumu atjaunošanas darbu apjoma samazināšanās, tas ir 15 reizes mazāks nekā 1991. gadā. Līdz 1991. gadam uz valsts autoceļiem asfalta segumu atjaunošana un izbūve sasniedza 800 km gadā. Šādus apjomus nevarēja uzskatīt par pietiekamiem, tomēr tie nodrošināja salīdzinoši labu braukšanas kvalitāti. Valsts ekonomikas sabrukums pēc neatkarības atgūšanas pārtrauca jebkādas nozīmīgas atjaunošanas darbu programmas. Vairāk nekā 10 reizes samazinājās autoceļu budžets, un tas lika ievērojami samazināt ikgadējo segumu atjaunošanas apjomus. No 1995. līdz 1999. gadam melno segumu atjaunošanas darbiem bija progresējoša virzība (1. attēls), sasniedzot augstāko

punktu 1999. gadā, bet 2000. gadā apjomi atkal strauji samazinājās, jo valsts nespēja atrast pietiekami daudz līdzekļu, lai saglabātu pieņemamu ceļu kvalitātes līmeni, kaut gan līdztekus Valsts autoceļu fonda finansējumam tika izmantots Pasaules Bankas aizdevums 2,4 milj. latu, PHARE dāvinājums 3 milj. latu un valsts pamatbudžeta investīcijas 750 tūkst. latu apmērā. Vēl straujāks atjaunošanas darbu tempa kritums bija 2001. un 2002. gadā, kad melnie segumi tika atjaunoti tikai mazliet vairāk nekā 100 km, savukārt 2004. gadā atjaunoja tikai 195 km ceļu seguma. Laika posmā no 2001. līdz 2004. gadam atjaunoto asfalta segumu kilometru apjomu ietekmēja pieaugusi segumu bojājuma pakāpe un tajā laika periodā asfaltētie segumi netika atjaunoti gandrīz nemaz, veikta tikai segu rekonstrukcija. Palielinoties autoceļu finansējumam, pieauga arī atjaunoto melno segumu apjoms, 2006. gadā pietuvojoties jau 1999. gadā atjaunoto kilometru apjomam.

Latvijā samazinās ceļu garums, kam ir teicamā un labā stāvoklī esošs segums, un vienlaikus pieaug to ceļu garums, kuru seguma stāvoklis pasliktinās un kļūst kritisks. Galvenais segumu bojāšanās cēlonis ir saistvielu novecošana, agrāk veikto darbu kvalitāte, kā arī ūdensatvades sistēmu sliktā uzturēšana. „Lai asfaltētos segumus uzturētu labā un teicamā stāvoklī, ikgadējām normatīvajām segumu atjaunošanas programmām būtu jāaptver ap 920 km ceļu un papildus ik gadus jārekonstruē ap 190 km ceļu segu, kuru kalpošanas laiks pārsniedzis 30–40 gadus. Tas nozīmē, ka ar vidējo prognozēto asfaltēto segumu nodiluma kalpošanas ilgumu ap 10 gadiem (11–13 gadi virskārtām un 7–9 gadi virsmas apstrādēm) un segu kalpošanas laiku (40 gadi), katru gadu veicot darbus kopā 1110 km autoceļos ar asfaltētiem segumiem, tikpat liels ceļu garums nonāks remontējamā stāvoklī.” (7)

VAS „Latvijas Valsts ceļi” 2006. gada pārskatā (4) minēts, ka ikkatru gadu vajadzētu atjaunot 1131 km autoceļu ar melno segumu, no kuriem 210 km būtu valsts galvenie autoceļi, 566 km pirmās šķiras ceļi, un 355 km otrās šķiras ceļi.

VAS „Latvijas Valsts ceļi” autoceļu tīkla uzturēšanai nepieciešamo finansējumu aprēķina saskaņā ar starptautiski noteiktiem segu kalpošanas laika normatīviem. Atkarībā no satiksmes intensitātes asfaltēto segu nodiluma kārtas ir jāatjauno ik pēc 12–15 gadiem, bet grants segām nodiluma kārtā atjaunojama ik pēc 5–8 gadiem. Latvijā lielākā daļa valsts 2. šķiras autoceļu segu ir pilnīgi nolietojušās un pat sabrukušas, jo tām jau vismaz divus noteiktos periodus nav veikta rekonstrukcija. Līdz 1990. gadam valsts 2. šķiras autoceļiem ar grants segumu nodiluma kārtā tika atjaunota vidēji ik pa 8 gadiem. Patlaban vidēji 30% 2. šķiras autoceļu ir sliktā tehniskā stāvoklī, un tā iemesls ir nepietiekamais autoceļu uzturēšanas finansējums. Laika periodā no 1992. līdz 1995. gadam apmēram trešdaļā Latvijas autoceļu vispār tika pārtraukti jebkādi uzturēšanas darbi, jo bija ļoti pieticīgi uzturēšanas finanšu resursi, kas būtiski paātrināja šo ceļu sabrukuma procesu. Palielinoties valsts autoceļu nozares finansējumam, bija iespējams atsākt regulārus ikdienas uzturēšanas darbus valsts 2. šķiras autoceļu tīklā tikai ap 1997. gadu, kad būtiski pieauga Valsts autoceļu fonda ieņēmumi no akcīzes nodokļa naftas produktiem.

Asfaltēto segumu stāvoklis uz valsts galvenajiem autoceļiem ir salīdzinoši labāks nekā uz 1. un 2. šķiras autoceļiem. Tomēr kopumā melno segumu stāvoklis valstī turpina pasliktināties, tajā skaitā arī uz valsts galvenajiem ceļiem, jo novecojušo melno segumu pieaugumu nespēj kompensēt ikgadējās segumu atjaunošanas programmas.

Līdzekļu trūkuma apstākļos būtu pieļaujams, ka braukšanas apstākļi varētu būt tikai apmierinoši, taču tad jārēķinās ar dārgākām segumu atjaunošanas metodēm, jo lielākus bojājumus nevar izlabot ar lētiem paņēmieniem.



Lai ceļu tīkls nākotnē nodrošinātu pieņemamus lietošanas apstākļus, pēc VAS „Latvijas Valsts ceļi” 2006. gadā veiktajiem aprēķiniem, kas pamatoti uz starptautiski lietotiem segu kalpošanas normatīviem, paredzētajā laikā neveikto valsts 2. šķiras autoceļu melno un grants segumu, tiltu un satiksmes organizācijas atjaunošanas un uzturēšanas darbu deficīts ir sasniedzis 1,746 miljardus latu, t. i., 2. šķiras autoceļiem ar melno segumu nepieciešami 0,546 miljardi latu, ar grants segumu – 1,009 miljardi latu, tiltiem – 0,187 miljardi latu, satiksmes organizācijas nodrošināšanai – 0,004 miljardi latu. Aprēķinā ietverts apstāklis, ka pārāk ilgi atlikto remontu dēļ segumu bojājumu pakāpe pieaugusi tik tālu, ka segumus nevar atjaunot ar lētām tehnoloģijām. Nelīdzenumi, plaisas, risas ir kļuvušas tik lielas, ka virsmas apstrāde vai asfalta virskārtas lētākās atjaunošanas metodes nevar veidot līdzenu un ilgmūžīgu segumu. Ceļu būvētājiem nākas izmantot ievērojami dārgākas atjaunošanas metodes, paredzot esošās asfalta kārtas nofrēzēšanu vai reciklēšanu, vai pat visa seguma pārbūvi.

Kaut arī 80% (55 579 km) valsts autoceļu ir grants segums, salīdzinājumā ar asfaltētajiem ceļiem grants ceļu stāvoklis nav tik kritisks, galvenokārt ievērojami mazākā satiksmes daudzuma dēļ. Pašreiz grantēti ir arī 10 706 km 2. šķiras ceļu. ES Reģionālās attīstības fonda programmā līdz 2013. gadam ir paredzēts no tiem noasfaltēt 390 km (gandrīz trešo daļu 2. šķiras ceļu). 2006. gadā tika noasfaltēti 10,54 km grants ceļu. Tomēr pēdējos gados, pieaugot mežizstrādes apjomiem valstī un atjaunojoties pasažieru pārvadājumiem ar autobusiem, atliktie periodiskās uzturēšanas darbi sāk radīt problēmas. Ar nelielu satiksmes slodzi grants segumu nodilšana notiek lēnām, un šos ceļus iespējams uzturēt tikai ar planēšanu un dziļo profilēšanu vienu vai dažas reizes gadā, bet, pieaugot satiksmes intensitātei uz grants ceļiem, minimālā planēšana un profilēšana ir nepietiekama, lai grants ceļus ilgstoši uzturētu līdzenus. Grants ceļu stāvokli ievērojami pasliktina laikus nesakārtotās ūdens atvades sistēmas. Galvenā grants ceļu problēma ir grants virskārtas nodilums un nesakoptā ūdensatvades sistēma. Pat minimāla satiksmes slodze uz šiem ceļiem jau nākamajā dienā pēc planēšanas pārvērš šos ceļus „trepē”. Palielinoties finansējumam, no 2000. gada bija iespējams atsākt regulāru grants ceļu planēšanu. Pēc planēšanas efekts ir īslaicīgs, jo šajos autoceļu posmos grants kārtā ir nodilusi un zaudējusi nesošās skeleta frakcijas. Mijiedarbojoties pieaugošai satiksmes intensitātei un nelabvēlīgajiem laika apstākļiem, segums ātri kļūst nelīdzens. Tas rada autoceļu lietotāju pretenzijas, jo samazinās braukšanas drošība, sadārdzinās automašīnas ekspluatācijas izmaksas un palielinās ceļā pavadītais laiks.

Paralēli galvenajiem ceļiem būtu jāpievērš uzmanība arī ceļiem ar grants segumiem. 2004. gadā atliktie grants segumu periodiskās rekonstrukcijas darbu apjomi bija sasnieguši 640 milj. latu. 2006. gada VAS „Latvijas Valsts ceļi” pārskatā ir minēts, ka autoceļiem ar grants segumu ik gadu būtu nepieciešams atjaunot 3083 km, no tiem 366 km pirmās šķiras ceļu un 2717 km otrās šķiras ceļu. Pēc VAS „Latvijas Valsts ceļi” aprēķiniem, nepieciešamais līdzekļu apjoms grants autoceļu periodiskai uzturēšanai gadā būtu 12,4 milj. latu ar nosacījumu, ka nebūtu uzkrāti atliktie darbi. Lai ilgtermiņā likvidētu remontdeficītu, nepieciešams katru gadu piešķirt līdzekļus vairāk nekā 12,4 milj. latu apmērā. Daļēji grants segumu atjaunošana ir iesākta Latvijas „Lauku autoceļu sakārtošanas un attīstības programmā”, bet programmai atvēlētie finanšu līdzekļi ir nelieli, un pašvaldības vēlas programmā redzēt jaunu asfalta segumu izbūvi. Reālu pamatu tam radīja „Lauku autoceļu sakārtošanas un attīstības programma”, kura cerīgi iesākās 1998. gadā, kad Saeima grozīja likumu „Par akcīzes nodokli naftas produktiem” (6), kurā tika mainīta saņemto līdzekļu sadale starp valsts budžetu un autoceļu fondu: valsts budžetam 40% un autoceļu fondam 60% līdzšinējo 50 un 50%

vietā. „Šos papildus 10% Valsts autoceļu fonds novirzīja „Lauku autoceļu sakārtošanas un attīstības programmas” finansēšanai. Prognozēja, ka 1999. gadā šis finansējums būs 10,73 milj. latu, un reģionālās nozīmes programmām atvēlēja 25% jeb 2,68 milj. latu, bet vietējām rajonu programmām 75% jeb 8,05 milj. latu.” (2) Ar to bija plānots attīstīt lauku tūrismu, uzņēmējdarbību laukos un palielināt vietējo būvmateriālu pieprasījuma pieaugumu (grants, šķembas, smiltis). Kopumā programmai bija jāstimulē saimnieciskās aktivitātes un nodarbinātības pieaugums laukos. Programma tika izstrādāta desmit gadus ilgam laika periodam, taču 1999. gada jūlijā mainījās valdība, un jaunā vadība 27. jūlijā apturēja „Lauku autoceļu sakārtošanas un attīstības programmu” līdz 2001. gadam. „Kopumā pēc lauku programmām melnie un grants segumi izremontēti 346,2 km garumā, t. sk. ciematu centros izremontēti 48,1 km asfalta segumu.” (3) Pašlaik līdzekļi tiek iedalīti 2. šķiras autoceļiem, un to labošana tiek veikta saskaņā ar „Lauku autoceļu sakārtošanas un attīstības programmu”. Finanšu resursu trūkuma apstākļos visa uzmanība bija pievērsta valsts galveno un 1. šķiras ceļu atjaunošanai un uzturēšanai, bet 2. šķiras autoceļu tīklā ir izveidojusies situācija, ka daļa asfaltēto segu ir sabrukušas un to saglabāšana nav iespējama ar seguma atjaunošanu, bet ir nepieciešama jaunas segas izbūve. Pamatojoties uz 2004. gada 9. marta rīkojumu „Par Valsts atbalsta programmu novadu infrastruktūras attīstībai”, Satiksmes ministrijai tika uzdots izveidot atbilstošu politikas plānošanas dokumentu, kurā tiktu risināts jautājums par valsts 2. šķiras autoceļu sakārtošanu novadu atbalstam un kura pamatmērķis būtu apturēt tālāku 2. šķiras autoceļu tīkla sabrukumu, paātrināt tā sakārtošanu atbilstoši tautsaimniecības un sociālajām interesēm, tā veicinot novadu attīstību un iedzīvotāju dzīves līmeņa celšanos. Lai realizētu šo programmu, Satiksmes ministrija no valsts budžeta apakšprogrammas „Valsts autoceļu pārvaldīšana, uzturēšana un atjaunošana” katru gadu ir paredzējusi piešķirt 2. šķiras autoceļu sakārtošanai 12 milj. latu. Īstenojot šo programmu, katru gadu valstī varēs sakārtot ap 215 km 2. šķiras autoceļu, bet, ņemot vērā jau uzkrāto remontdeficitu, pēc VAS „Latvijas Valsts ceļi” pārbaužu rezultātiem un veiktajiem aprēķiniem, novadu atbalstam nozīmīgi ir aptuveni 30% (ap 4000 km) valsts 2. šķiras autoceļu, no tiem 800 km ar asfalta segumu un 3200 km ar grants segumu, kuru atjaunošanai katru gadu būtu jāparedz autoceļu sakārtošana 1522 km garumā, kas izmaksātu ap 85 milj. latu. Aprēķinos par pamatu ir ņemts asfaltēto segu nodilumkārtu atjaunošanas laiks 15 gadi, bet grants ceļiem – 8 gadi.

1. tabula

**Valsts 2. šķiras autoceļu segumu ikgadējās atjaunošanas prasības**  
*The annual reconstruction requirements of the surfacing of 2<sup>nd</sup> class state roads*

Autoceļi	Paredzot rekonstrukciju segas		Neparedzot rekonstrukciju segas		Kopā	
	apjoms, km	izmaksas, milj. latu	apjoms, km	izmaksas, milj. latu	km	milj. latu
Valsts 2. šķiras autoceļi	506	50	1016	34,88	1522	84,88
ar asfalta segumu	56	14	110	7,70	166	21,70
ar grants segumu	450	36	906	27,18	1356	63,18

*Viena km izmaksas melno segumu rekonstrukcijas darbiem – 250 000 latu, savukārt grants segumiem – 80 000 latu. Viena km izmaksas sakārtošanas darbiem, neparedzot segumu rekonstrukciju: melnajiem segumiem – 70 000 latu, grants segumiem – 30 000 latu. Izmaksas aprēķinātas 2006. gada vidējās cenās un pieņemot, ka gadā tiek atjaunoti 1522 km valsts 2. šķiras autoceļu.*

Taču, ņemot vērā, ka reālais finansējums ir tikai ap 12 milj. latu gadā, nākas plānot segas atjaunošanu atbilstošā apjomā (sk. 2. tabulu).

2. tabula

**Plānu finansējums valsts 2. šķiras autoceļu sakārtošanai  
novadu atbalstam un sasniedzamie rezultāti**  
*The planned funding for the surfacing of 2<sup>nd</sup> class state  
roads for regional Support*

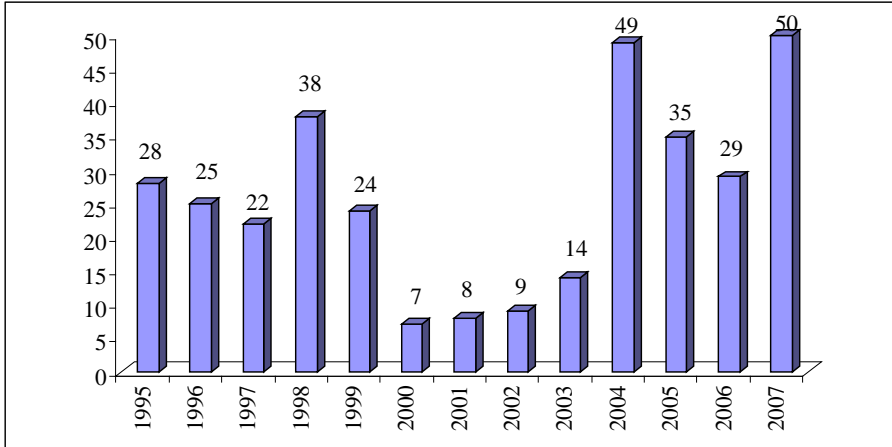
<b>I. Novadiem nozīmīgajiem 2. šķiras autoceļiem nepieciešamā finansējuma apjoms</b>						
Nosaukums	Asfalta segums		Grants segums		Kopā	
	km	%	km	%	km	%
Novadu atbalstam nozīmīgi valsts 2. šķiras autoceļi, km / %	800	20	3200	80	4000	100
Vidējās izmaksas valsts 2. šķiras autoceļu 1 km seguma sakārtošanai, tūkst. latu	160		30			
Kopējās izmaksas valsts 2. šķiras autoceļu sakārtošanai novadu atbalstam, tūkst. latu	128 000	57	96000	43	224 000	100
<b>II. Satiksmes ministrijai piešķirtā ikgadējā finansējuma iespējas</b>						
Nosaukums	Asfalta segums		Grants segums		Kopā	
Kopējās izmaksas, tūkst. latu / %	6840	57	5160	43	12 000	100
Sakārtotie autoceļi, km	43		172		215	
Vidēji uz katru rajonu, km	1,6		6,6		8,2	
Programmas realizācijas laiks gados	19		19		19	

*Visi aprēķini veikti, izmantojot vidējās 1 km izmaksas asfaltēto segumu rekonstrukcijai un atjaunošanai – 160 tūkst. latu (250 tūkst. latu – 1 km asfaltētā ceļa rekonstrukcija; 70 tūkst. latu 1 km asfaltētā ceļa sakārtošanai bez seguma rekonstrukcijas).*

Stabilizējoties autoceļu nozares finansēšanas sistēmai, ir plānots iespēju robežās palielināt 2. šķiras autoceļu sakārtošanai paredzēto ikgadējo līdzekļu piešķiršanu.

Pašlaik Latvijā ir 936 tilti, no kuriem 880 ir dzelzsbetona, 16 – akmens, 33 – metāla un 7 – koka, tiltu kopgarums ir 29 832 metri, 172 tilti atrodas uz galvenajiem ceļiem, 321 tilti ir izvietoti uz 1. šķiras ceļiem, un 443 tilti ir izvietoti uz 2. šķiras ceļiem (7), tiem nepieciešama īpaša uzturēšana un atjaunošana. Lielākā daļa šo tiltu ir būvēti no 1960. līdz 1970. gadam pēc tipveida projektiem no dzelzsbetona konstrukcijām. Vairākumam tiltu ir bojāta hidroizolācija un brauktuves daļa, dažiem tiltiem ir bojātas nesošās konstrukcijas. Daļai tiltu nestspēja, gabarīts un brauktuves konstrukcijas risinājumi neatbilst mūsdienu satiksmes slodzes un drošības prasībām. Kopumā pēdējos 10 gados periodiskās uzturēšanas darbi ir veikti 52 tiltiem, t. i., 80% no nepieciešamā tiltu skaita. 45% tiltu stāvoklis vērtējams kā slikts ar tendenci pasliktināties. 68 tiltiem ir ieviesti ierobežojumi (slodze, gabarīti u. tml.). Eksploatācijā esošo tiltu konstrukciju vidējā ilgzturība balstiem un laidumus pārsedzošajām konstrukcijām ir 40 gadu, brauktuves konstrukcijām – 20 gadu. Lielākā daļa tiltu nekavējoties ir jālabo un jāatjauno, lai apturētu bojājumu progresēšanu. Tiltiem, kuru nesošo konstrukciju

bojājumu pakāpe ir tik augsta, ka pazeminājusies to nestspēja, paredzēts veikt rekonstrukciju. Rekonstrukcijas gadījumos projekti tiek izstrādāti atbilstoši Eiropas Savienības pieņemtajām transporta slodzēm. Rekonstruēto tiltu skaits redzams 2. attēlā.



2. att. Rekonstruēto tiltu skaits no 1995. līdz 2007. gadam  
*The number of reconstructed bridges from 1995 to 2007*

Pieejamā budžeta robežās vairākus gadus tika remontēti 20 līdz 30 tilti, bet budžeta samazinājums autoceļiem 2000. gadā lika samazināt tiltu rekonstrukcijas programmu līdz 7 tiltiem gadā, patlaban lēnām tiek atjaunots iepriekšējais rekonstruēto tiltu skaits, un 2004., tāpat kā 1999. gadā, jau atkal tika rekonstruēti 24 tilti. Optimālajam ikgadējam tiltu rekonstrukcijas apjomam būtu jābūt ap 65 tiltiem gadā, un tiltu stāvoklis uzlabosies tikai tad, ja rekonstruējamo tiltu skaits būs lielāks par 65 tiltiem gadā. Remontdeficīts nepieciešamajai tiltu atjaunošanai un rekonstrukcijai ir 86 milj. latu, lai rekonstruētu vai novērstu kalpošanas laikā iegūtos bojājumus minētajiem 720 tiltiem uz valsts autoceļiem. 2005. gadā periodiskajā uzturēšanā tika atjaunoti 27 un rekonstruēti 8 tilti, savukārt 2006. gadā periodiskajā uzturēšanā atjaunoti 18, rekonstruēti 11 tilti, un 1 tilts ir uzbūvēts no jauna. Kopā 2006. gadā ir atjaunoti 773 metri tiltu un pārvadu. 2007. gadā tika atjaunoti 50 tilti.

Papildus jāpaaugstina arī tiltu nestspēja atbilstoši ES standartiem. Pašlaik rekonstruējamie un jaunbūvētie tilti, pamatojoties uz ES standartiem, tiek projektēti 80–100 gadu kalpošanas laikam.

Gadu no gada notiek autoceļu ikdienas uzturēšana, kurā ietilpst arī iepriekš minēto segumu veidu uzturēšana, ceļu uzturēšana ziemā, tiltu, satiksmes pārvadu un caurteku uzturēšana, satiksmes organizācija, segumu uzturēšana, ceļu kopšana un pārraudzīšana.

Lai gūtu pilnīgāku priekšstatu par līdzekļiem, kas nepieciešami šo darbu veikšanai, nepieciešama vispārēja ceļu ikdienas uzturēšanas izdevumu analīze (sk. 3. tabulu).

3. tabula

**Autoceļu ikdienas uzturēšanas izdevumi, tūkst. LVL (4)**  
**Daily road maintenance expenses, thousd LVL**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ceļu uzturēšana ziemā	1756	2683	3836	6590	7591	5834	8074	7067	7068	8640	10 647	11 059	11 718
Tiltu, satiksmes pārvažu un caurteku uzturēšana	137	201	292	359	492	412	326	304	323	301	506	519	685
Satiksmes organizācija	674	1193	2578	1320	953	1020	919	773	965	973	1248	1317	1648
Segumu uzturēšana	2115	4041	4251	6340	5531	6054	5367	7130	8965	9451	9861	15 515	19 891
Ceļu kopšana	375	870	1978	1811	1881	1897	1730	1505	1820	1833	2337	3585	6020
Ceļu pārraudzīšana	611	91	138	98	160	320	560	603	695	870	1024	1359	2755
<b>Kopā</b>	<b>5667</b>	<b>9080</b>	<b>13 073</b>	<b>16 518</b>	<b>16 448</b>	<b>15 538</b>	<b>16 976</b>	<b>17 381</b>	<b>19 837</b>	<b>22 068</b>	<b>25 623</b>	<b>33 354</b>	<b>42 717</b>

Salīdzinot kopējos ikdienas uzturēšanas izdevumus, uzskatāmi redzama finansējuma dinamika – 1995. gadā izlietotie līdzekļi ir gandrīz trīs reizes mazāki par 1998. gadā izlietotajiem līdzekļiem. 1995. gadā nodrošināta tikai normāla caurbraucamība, jo ieguldāmo līdzekļu bija par maz. 1996. gadā autoceļu ikdienas uzturēšanai izlietots par 1,6 reizēm vairāk līdzekļu nekā 1995. gadā, paveicot vairāk darbu. 1997. gadā ikdienas uzturēšanas finansējums bija 1,4 reizes lielāks nekā 1996. gadā, kas ļāva vairāk pievērsties satiksmes organizācijai. Turklāt 1998. gadā autoceļu ikdienas uzturēšanā ieguldīts 1,3 reizes vairāk līdzekļu nekā 1997. gadā. Daudz vairāk līdzekļu tika izlietots ceļu uzturēšanai ziemā, kas nodrošināja labākus un drošākus braukšanas apstākļus, kā arī daudz līdzekļu izlietots ceļu seguma uzturēšanai. Savukārt 1999. gadā progresējošā virzība kopējo uzturēšanas izdevumu daudzumā kļuva regresīvoša. Arī 1999. gadā daudz līdzekļu izlietots ceļu uzturēšanai ziemā. 1999. un 2000. gadā valsts autoceļu uzturēšanai vasaras sezonā plānotie līdzekļi katru gadu samazinājās par 1 milj. latu, tāpēc 2001. gadā tie tika plānoti jau par tieši šādu summu mazāki. 2000. gadā bija ļoti zems kopējais valsts autoceļu finansējums, kas arī ietekmēja autoceļu ikdienas uzturēšanas darbus, savukārt 2001. gadā kopējais ceļu finansējums jau bija uzlabojies (3. tabula), palielinājušies segumu uzturēšanai izlietotie finanšu līdzekļi, kā arī gandrīz par vienu trešdaļu palielināti finanšu līdzekļi, kas izmantojami ceļu uzturēšanai ziemā. Manāmāka attīstība vērojama 2002. gadā, kad ceļu uzturēšanai ziemā tika izmantots 2,87 reizes vairāk finanšu līdzekļu nekā 2001. gadā. Tas saistīts ar to, ka 2002. gada ziema bija agra un bargā. Tā kā visi finanšu līdzekļi tika izmantoti jau ziemas periodā, atlikušajā laikā bija grūti saglabāt tos darbu apjomus, kādi veikti citos gados. Valsts autoceļu ikdienas uzturēšanai 2003. gadā izlietots par 2,456 milj. latu vairāk nekā 2002. gadā. Veicot 2004. gada valsts budžeta grozījumus, valdība valsts autoceļu ikdienas uzturēšanai papildus piešķīra 2,476 milj. latu, kuri daļēji tika izmantoti bedrīšu remontam uz melnajiem segumiem, bet 1,247 milj. latu no papildu finansējuma izlietoja grants segumu uzturēšanai. 2005. gadā tika veikti darbi par 3,239 milj. latu vairāk, kas piešķirti papildus, pamatojoties uz 2005. gada valsts budžeta grozījumiem. 2006. gadā autoceļu uzturēšanai tika izlietots par 7,73 milj.

latu vairāk nekā 2005. gadā. 2006. gadā ceļu uzturēšanai ziemā tika izlietots par 0,412 milj. latu vairāk nekā iepriekšējā gadā. Segu uzturēšanai 2006. gadā tika izlietots par 5,655 miljoniem latu vairāk nekā 2005. gadā. Nelabvēlīgās ziemas apstākļi un pieaugoša transporta slodze arvien vairāk veicina bedrīšu straujāku veidošanos. 2006. gadā tika salaboti 658,2 tūkstoši kvadrātmetru bedrīšu, kas ir par 45,6 tūkstošiem kvadrātmetru vairāk nekā 2005. gadā. Salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu ievērojami vairāk – par 4,364 milj. latu – finanšu resursu tika izlietots grants segumu uzturēšanai. Tomēr arī šāds pieaugums segumu stāvokli būtiski neuzlabo, un uzturēšana joprojām tiek nodrošināta ar segumu planēšanu, samazinot intervālu starp planēšanas reizēm. 2006. gadā par 69 tūkst. latu vairāk izlietots satiksmes organizācijas nodrošināšanas pasākumiem. Ceļu kopšanas darbiem 2006. gadā izlietots par 1,22 milj. latu vairāk nekā iepriekšējā gadā. Finanšu resursu palielinājums tika iedalīts autoceļu nodalījumu joslu sakārtošanai: krūmu izciršanai, zāles pļaušanai. 2006. gadā tika uzsākta cīņa ar latvāņiem, izlietojot 0,12 milj. latu.

Ceļu tīkla seguma novecošanai jābūt pakāpeniskai, t. i., segumu apjomam dažādās novecošanas stadijās jābūt proporcionālam. Tikai tad ir iespējams vienmērīgi plānot tirgu (nepieciešamās finanses un tehnoloģiju pasūtījuma apjomu). Nepareiza taktika šādu līdzsvaru nerada. Pareizāk ir vairāk un laikus lietot segumu periodiskās uzturēšanas metodes, mazāk rekonstrukcijas metodes. Tāda taktika var dot iespēju ar daudz mazākiem finanšu resursiem uzlabot ceļu tīkla kvalitatīvo stāvokli un izlīdzināt segumu novecošanas stadiju apjomu. Periodiskā uzturēšana dod divas reizes mazāku seguma ilgmūžības pieaugumu nekā rekonstrukcija, taču ir vairākas reizes lētāka.

Darba kultūra un kvalitāte cieš tad, ja ceļu būves uzņēmēji nerisina divas problēmas:

- 1) „ja uzņēmuma atbildīgās personas vienā vai vairākos līmeņos kāda darba posmā nepietiekami pārzina un kontrolē savu ražošanas procesa daļu, pieļaujot atkāpes no pasūtītāja akceptētā kvalitātes nodrošināšanas plāna;
- 2) ja uzņēmums finansiālu apsvērumu dēļ apzināti balansē uz minimālās akceptējamās darbu kvalitātes robežas, cenšoties lietot lētākus materiālus un vienkāršotu tehnoloģiju, līdz ar to zaudējot drošības rezervi kādiem neparedzētiem apstākļiem.

Abu šo problēmu kopietekme agri vai vēlū rada situāciju, kur darbi nav izpildīti atbilstoši līguma prasībām. Rezultātā jāveic labojumi, par daļu darba netiek maksāts, uzņēmums zaudē reputāciju, papildu problēmas rodas pasūtītājam” (1).

Kvalitatīvi veikti būvdarbi nodrošina segumam ilgu kalpošanas laiku, samazina tā uzturēšanai nepieciešamos līdzekļus, līdz ar to kļūst iespējama līdzekļu racionāla izmantošana. Daudzi Latvijas uzņēmēju būvētie ceļi ir nokalpojuši un kalpo 15–20 gadus bez seguma virskārtas atjaunošanas, tātd var secināt, ka potenciāls ir. Tomēr melno segumu būvniecībā sastopami izbūves tehnoloģijas neievērošanas gadījumi, kas ietekmē jaunā seguma kvalitāti. Autore uzskata, ka būtu jāievieš soda naudu sistēma, lai uzņēmēji darba procesā vairāk ievērotu tehnoloģijas – par katru atkāpi no noteikumiem ir jāmaksā.

Šādos gadījumos cieš gan pasūtītājs, gan būvuzņēmējs: pasūtītājs negūst aprēķināto ieguvumu no seguma atjaunošanas (samazinās seguma kalpošanas laiks, pieaug uzturēšanas izdevumi), savukārt būvētājs neatgūst ieguldītos līdzekļus, strādā ar zaudējumiem, un mazinās viņa reputācija. Sabiedrībā tas rada negatīvu attieksmi pret ceļu būvētājiem kopumā.

## LITERATŪRA

1. Autoceļi, 1998, Nr. 4. LRSM, LAD, Rīga, 1998, 10. lpp.
2. Autoceļi, 1999, Nr. 3. LRSM, LAD, Rīga, 1999, 13. lpp.
3. Autoceļi, 2000, Nr. 1. LRSM, LAD, Rīga, 2000, 13., 15., 25. lpp.
4. „Latvijas Valsts ceļi” 2006. gada pārskats. LVC, Rīga, 2006.
5. Noteikumi par valsts un pašvaldību autoceļu ikdienas uzturēšanas prasībām un to izpildes kontroli. MK noteikumi Nr. 871, 2004. gada 19. oktobris.
6. Par akcīzes nodokli naftas produktiem. Likums. 1997.
7. <http://www.lvceļi.lv>.

## Summary

The aim of the sector of road maintenance is the development of road network. It enables the economic development of the whole state and improvement of living standards, and promotes the compliance of Latvia's roads to the standards of European Union road network. At present, the road network in Latvia is in a critical condition. For several years, state road maintenance and reconstruction sectors have not received sufficient funding for surfacing, and the condition of many parts of the roads is not satisfactory. Yearly 1,131 km of roads with asphalt surfacing should be reconstructed, of which 210 km are main state roads, 566 km – 1<sup>st</sup> class state roads, and 355 km – 2<sup>nd</sup> class state roads. The deficit of reconstruction of the 2<sup>nd</sup> class state roads, by the calculations of “The State Roads of Latvia”, has reached 1,555 billion lats, inter alia, 546 million lats for asphalted roads and 1,009 billion lats for gravel roads. 3,920 km of 2<sup>nd</sup> class gravel state roads and 1,122 km of 2<sup>nd</sup> class asphalt state roads are in a breakdown condition, which constitutes a total of 5,042 km of roads.

**Keywords:** roads, asphalt surface, gravel surface, bridges.

# Veselības aprūpes organizāciju vadības modelis

## Health Care Organization Management Model

### Antra Sakne

Latvijas Universitātes Medicīnas fakultāte  
Šarlotes iela 1a, Rīga, LV-1001  
E-pasts: [antrasakne@inbox.lv](mailto:antrasakne@inbox.lv)

Līdz ar veselības aprūpes organizāciju adaptēšanos ārējās vides radītajiem pārmaiņu apstākļiem daudzi no tradicionālajiem pagājušajam gadsimtam raksturīgajiem vadības procesiem ir jāmaina atbilstoši 21. gadsimta organizāciju vadības principiem. Autores piedāvātā mijiedarbības modeļa pamatā ir veselības aprūpes organizācijas ārējās un iekšējās struktūras savstarpējā sadarbība, kas balstās uz trīs struktūras elementiem: cilvēkresursiem, finansēm un klīniskajiem pakalpojumiem, kā arī decentralizācijas un intelektuālā darba principu darbības sekmēšanu veselības aprūpes organizācijā.

**Atslēgvārdi:** veselības aprūpes vadība, organizācija, vadības modelis, decentralizācija, sadarbība.

### Ievads

*Veselības aprūpes organizāciju darbība no citām organizācijām atšķiras ar pakalpojumu veidu un to nodrošināšanas pasākumiem, kas nosaka arī īpaši rūpīgas pieejas un kvalitatīva darba nepieciešamību no veselības aprūpes speciālistu puses.* Latvijas veselības aprūpes organizācijām raksturīga centralizēta lēmumu pieņemšana un organizāciju struktūras mehāniskais modelis, kas nav piemērots mūsdienu organizāciju vadībai. Tādēļ nepieciešams izstrādāt un ieviest tādu organizāciju struktūras modeli, kas būtu piemērots mūsdienu vadības principiem.

### Priekšnosacījumi mūsdienīga veselības aprūpes vadības modeļa izveidošanai

Organizācijas vienību sadarbībā liela nozīme ir organizatoriskai struktūrai, kura ir viena no vadības sistēmas īpatnībām veselības aprūpē (4; 5). Mūsdienu organizāciju vadībai raksturīga neefektīva hierarhiskā struktūra, centralizēta vara un liels pieejas attālumš no vadītāja līdz darbiniekiem. Pašreizējā veselības aprūpes organizāciju vadības sistēmā pastāv vairākas nepilnības: liels vadības līmeņu skaits organizācijā, lineāra organizācijas struktūra, kuras pamatā ir centralizācija, un nepietiekama sadarbība starp struktūrvienībām. Struktūrvienībās ir vairāki vadītāji – nodaļas vadītājs, vecākā māsa un citi, līdz ar to vadības procesi tajās nav pietiekami



nodalīti un bieži vien vadītāju pienākumi pārklājas, nav arī skaidra pilnvaru deleģēšana un atbildība.

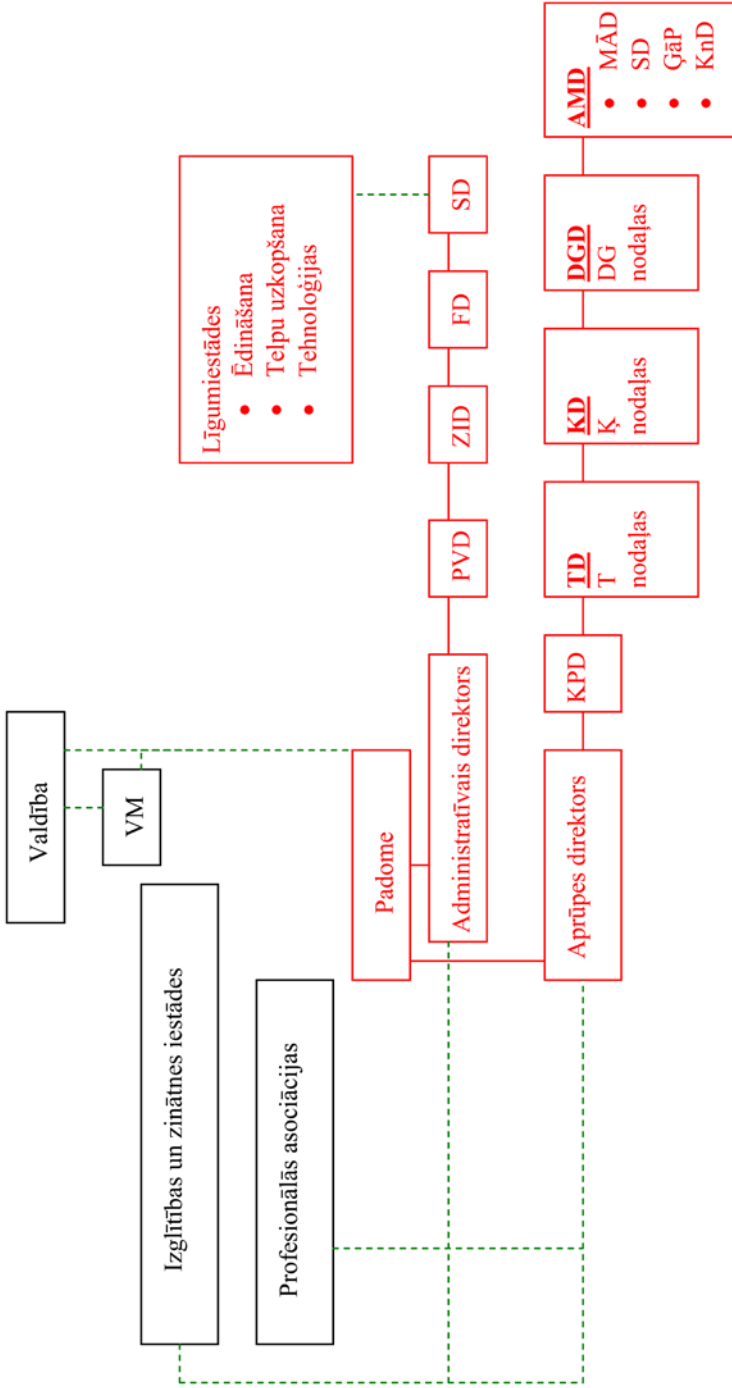
Jaunā veida organizācijām jābūt elastīgām un radošām, lai sasniegtu efektīvus un kvalitatīvus rezultātus. Veselības aprūpes organizāciju vadītājiem jākoncentrē organizāciju sniegtie pakalpojumi uz sabiedrības interesēm, tādēļ būtu nepieciešams ņemt vērā klientu viedokli un kritiku, novērtējot pakalpojumu kvalitāti. Izmantojot kompromisa pieeju, iespējams apmierināt organizācijas konkrētas vajadzības, ņemot vērā sabiedrības (klientu) intereses. Šāda pieeja palīdzētu mainīt sabiedrības samērā negatīvo attieksmi pret veselības aprūpes speciālistiem un radītu savstarpēju uzticību. Pēc autores domām, veselības aprūpes problēmas jārisina, vairāk attīstot sadarbību starp veselības aprūpes speciālistiem, sabiedrību un valsts un privātajam institūcijām, kas veicinātu veselības aprūpes pēctecības nodrošināšanu, sākot no veselības veicināšanas pasākumiem veselības uzturēšanā un saglabāšanā līdz veselības problēmu risināšanai. Veselības aprūpes sistēmā organizāciju ārējām attiecībām jābūt savstarpēji saistītām ar iekšējo vidi, tādēļ būtu jāizveido sadarbības tīkla sistēma organizācijas iekšējā vidē ar vadītājiem un darbiniekiem, kā arī ārējā vidē – ar valdību, konkurējošām organizācijām, zinātnes struktūrām, izglītības iestādēm, piegādātājiem utt. Taču organizācijas vadība nedrīkst aizmirst, ka centrālā persona visā struktūrā un tās darbībā ir pakalpojuma pieprasītājs un saņēmējs – klients jeb pacients, kā arī to, ka veselības aprūpes organizāciju produkts ir aprūpes pakalpojums, kuru ietekmē klienta pieprasījums, konkurence un tehnoloģiskais progress. Autore uzskata, ka veselības aprūpes sistēmas funkcionēšanu nodrošina komunikāciju procesi organizācijās, kuri ir noderīgi un sevišķi svarīgi darbā ar klientu. Uzklusot klientu vēlmēm, vajadzības un arī kritiku, iespējams prognozēt pakalpojuma pieprasījumu un tādā veidā apsteigt citus veselības aprūpes pakalpojumu sniedzējus, kā arī uzlabot sniegto pakalpojumu kvalitāti, efektivitāti un pieejamību. Vadības teorētiķis R. Dafts uzskata, ka komunikāciju plūsmā organizācijās svarīga ir horizontālā un vertikālā, kā arī augšupejošā un lejupejošā komunikācija (6). Ar vertikālās komunikācijas palīdzību augstākā līmeņa vadītāji informē organizācijas darbiniekus par tās mērķiem, uzdevumiem, pakalpojumu prioritātēm un iesaista darbiniekus lēmumu pieņemšanā un īstenošanā. Vertikālā komunikācija veido atgriezenisko saikni ar augstākā līmeņa vadītājiem, nodrošinot viņus ar informāciju par klientu vēlmēm, situāciju zemāka līmeņa struktūrās un darbinieku viedokli par procesiem organizācijā un ārpus tās. Horizontālā komunikācija nodrošina organizācijas iekšējo struktūru savstarpēju sadarbību. Pēc autores vērtējuma, šāda pieeja, sadarbojoties vertikālā un horizontālā līmenī, palīdz struktūrvienībām uzlabot pakalpojumu kvalitāti un organizācijas aprūpes un vadības procesu efektivitāti. Tas nosaka organizācijas vadības sistēmas nepieciešamību pāriet no lineāri funkcionālas uz jauna veida struktūru, kuras modelī klients ir tās galvenais pamatelements, uz kuru tiek vērsta organizācijas darbība un iekšējās un ārējās vides sadarbība. 21. gadsimta organizācijām jābūt intelektuālām organizācijām, kurām ir attīstīta skaidra vīzija, spēja ātri piemēroties mainīgajiem apstākļiem un savstarpēji koordinēta darbība ar citām organizācijām (1; 2; 3). Tā kā modeļa darbība galvenokārt pamatota ar veselības aprūpes organizācijas sadarbību iekšējā un ārējā vidē, kā arī horizontālā un vertikālā līmenī, tad autore piedāvā jaunu veselības aprūpes organizāciju vadības modeli – mijiedarbības modeli (sk. attēlu).

## Veselības aprūpes organizāciju mijiedarbības modeļa darbība un struktūra

Autores piedāvātā mijiedarbības modeļa iekšējā vadības sistēmā organizācijas struktūras vadības virsotnē ir padome, kura ir augstākā līmeņa vadības komanda, un tajā iesaistīti dažāda līmeņa vadītāji. Padomes uzdevumos galvenokārt ietilpst organizācijas stratēģijas attīstības veicināšana un stratēģisku lēmumu pieņemšana. Padomes loma īpaši svarīga pašā pārmaiņu sākumā, īpaši iestāžu apvienības veidošanā, kad ir jānodrošina ar informāciju un jāiesaista pārmaiņu īstenošanā visas tās struktūras, kuras skars pārmaiņu process. Padomes sastāvā varētu tikt iekļauts arī pārstāvis no sabiedrības, tādā veidā veicinot tiešu atgriezenisko saikni un sadarbību ar sabiedrību kā klientu, uz klausot sabiedrības intereses un viedokli un izmantojot tos organizācijas darbībā.

Padomes padotībā kā nākamais vadības līmenis darbojas administratīvais direktors un aprūpes direktors, kuri veido saikni starp organizācijas vadības procesiem un augstāku lēmumu pieņemšanu. Direktoriem ir padoti organizācijas darbībā stratēģiski svarīgāko departamentu vadītāji. Administratīvais direktors ir atbildīgs par administratīviem organizācijas vadības principiem, un viņa vadībā darbojas personāla vadības departaments (PVD), zinātnes un izglītības departaments (ZID), finanšu departaments (FD), saimniecības departaments (SD). Aprūpes direktors nodrošina aprūpes procesu darbību organizācijā: aprūpes vadlīniju un plānu izstrādi, aprūpes pakalpojumu izpēti, klientu vajadzību izpēti un priekšlikumu izstrādi pakalpojumu ieviešanai un uzlabošanai, farmācijas procesu nodrošināšanu un pārraudzību utt. Aprūpes direktora pakļautībā ir visas tās organizācijas struktūras, kuras sniedz aprūpes un diagnostiskos pakalpojumus. Klīnisko pakalpojumu departamenta (KPD) uzdevumos ietilpst kvalitātes vadības procesu pārraudzība, aprūpes analīze atkarībā no pakalpojumu pieprasījuma, mārketinga, pacientu aprūpes nodrošināšanas un pieejamības pārraudzība, farmācijas procesu nodrošināšana, medicīnas tehnoloģiju uzraudzība un tehnoloģisko procesu nodrošināšana. Atbilstoši terapijas un ķirurģijas, diagnostikas un ambulatorās aprūpes pakalpojumu profiliem struktūras sadalās sīkāk: terapijas departaments (TD), kura padotībā strādā terapijas nodaļas (T nod.); ķirurģijas departaments (ĶD), kura pakļautībā darbojas visas ķirurģijas nodaļas (Ķ nod.) un operāciju bloks; diagnostisko izmeklējumu departaments (DGD), kura pakļautībā darbojas visas diagnostisko izmeklējumu nodaļas un kabineti (Dgi nod.), kā arī ambulatorais departaments (AMD), kura pakļautībā darbojas konsultatīvais dienests (KnD), organizācijā izveidotās ģimenes ārstu prakses (ĢāP), sociālais dienests (sd) un mājas aprūpes dienests (MĀD). Visas nodaļas, dienesti un departamenti sadarbojas savstarpēji un ar citām organizācijas struktūrām. Mājas aprūpes dienesta, ģimenes ārstu prakses, konsultatīvo dienestu un sociālā dienesta darbību autore piedāvā attīstīt veselības aprūpes organizācijās, lai nodrošinātu veselības aprūpes pakalpojumu pēctecību un pieejamību.

Modeļa ārējās vadības sistēmas ietvaros notiek sadarbība ar Veselības ministriju, zinātnes un izglītības institūcijām, dažādām finanšu un apdrošināšanas institūcijām, piegādātājfirmām, lai nodrošinātu tehnoloģiju, medikamentu un medicīnisko preču iegādi, un dažādām citām organizācijām atkarībā no organizācijas profila, lieluma un izvirzītajiem mērķiem.



Avots: autore konstruēja.  
Source: author's diagram.

Att. Veselības aprūpes organizāciju vadības modelis (mijiedarbības modelis)  
Health care organization management model (interaction model)

Modeļa organizācijas vadības procesos ir noteikta decentralizācija zemāka līmeņa vadītāju darbībā, bet saglabāta daļēja centralizācija augstākā līmeņa vadībā. Vara un pilnvaras pār organizācijas darbības koordināciju un kontroli ir padomei, bet pilnvaras un vara vadības procesiem struktūrvienībās ir nodotas departamenta vadītājiem. Katrs departamenta vadītājs ir atbildīgs par savu nodaļu darbu un tā rezultātiem. Taču mijiedarbības modeļa darbības nodrošināšanai ir nepieciešams veikt dažādu līmeņa vadītāju apmācību vadības procesu un pārmaiņu vadībā, ņemot vērā motivēšanas nepieciešamību.

Autores piedāvātajam mijiedarbības modelim ir vairākas novitātes un priekšrocības.

- 1) Samazināts vadības līmeņu skaits organizācijā. No pieciem vadības līmeņiem, kuri darbojās esošajās struktūrās (valde, direktors vai valdes priekšsēdētājs, direktora vai valdes priekšsēdētāja vietnieki, nodaļas vadītājs, nodaļas vecākā māsa), autores piedāvātajā modelī ir vairs tikai divi (padome, administratīvais un aprūpes direktors). Vadības līmeņu samazināšana sniedz iespēju paaugstināt pilnvaru deleģēšanu zemākā līmeņa vadītājiem departamentos, kas paaugstina katras struktūrvienības vadītāja atbildību par lēmumu pieņemšanu un darba procesiem tajā.
- 2) Departamentu nodaļās ir aprūpes procesa vadītāji, kuri pārrauga aprūpes procesa īstenošanas profesionālo pusi, netieši piedalās vadības procesos, bet tieši nevada struktūrvienību. Vadības procesu pārraudzībai nepieciešami vadītāji ar zināšanām vadībā, bet aprūpes procesa vadītājiem nepieciešamas zināšanas aprūpē un praktiskās iemaņas. Autore piedāvā jaunizveidotajā mijiedarbības modelī nodalīt vadības procesus no aprūpes procesiem, neiesaistot vadītājus aprūpes darbā.
- 3) Piedāvāta jauna struktūrvienība – klīnisko pakalpojumu departaments, kas sekmē, analizē un koordinē aprūpes kvalitātes un pieejamības nodrošinājumu organizācijā, analizē sabiedrības viedokli un sniedz priekšlikumus par pakalpojumu pieprasījumu organizācijā.
- 4) Veselības aprūpes organizācijas pamatā ir horizontālā struktūra, kura sekmē decentralizācijas, komandas darba un intelektuālā darba principu darbību organizācijā. Pēc autores domām, piedāvātajā mijiedarbības modelī horizontāli komunikatīvā struktūra sniegs iespēju veselības aprūpes organizācijas personālam strādāt, sadarbojoties un apmainoties ar zināšanām un prasmēm, kā to paredz uzskati par 21. gadsimta organizāciju vadīšanu. Pašreizējā veselības aprūpes sistēmā funkcionējošo veselības aprūpes organizāciju vadības pamatā ir vertikālā struktūra ar vairākiem vadības līmeņiem.
- 5) Mijiedarbības modelī katra departamenta un līdz ar to visas organizācijas centrā ir klients, ņemot vērā klienta vajadzības un aprūpi pēc pakalpojuma pieprasījuma. Tādējādi tiks veicināta klientu apmierinātība, jo visi veselības aprūpes organizācijas pakalpojumi vērsti uz pakalpojumu pēctecības nodrošināšanu un aprūpes kvalitātes uzlabošanu.
- 6) Izmantojot koncesijas principu veselības aprūpes organizāciju darbībā, iespējams uzlabot aprūpes un vadības procesus organizācijā, kas sniegtu iespējas samazināt organizācijas izdevumus. Mijiedarbības modelī ieteicams veselības aprūpes organizācijām piesaistīt līgumorganizācijas

ēdināšanas pakalpojumu nodrošināšanai un telpu uzkopšanai, kas mazinātu izdevumus, piemēram, par sanitāri higiēniskā stāvokļa nodrošināšanu, pacientu ēdināšanu utt.

- 7) Modeļa iekšējās struktūras vadības procesos ir noteikta decentralizācija zemāka līmeņa vadītāju darbībā. Vara un pilnvaras pār organizācijas darbības koordināciju un kontroli ir padomei, bet pilnvaras un vara vadības procesiem struktūrvienībās ir nodotas departamenta vadītājiem. Katrs departamenta vadītājs ir atbildīgs par savu nodaļu darbu un tā rezultātiem.
- 8) Pamatojoties uz vadības zinību teorētiķu P. Drukera un R. Dafta atziņām par mūsdienu organizāciju vadīšanas principiem, autore piedāvātajā mijiedarbības modelī lietojams komandu darba princips, veicinot organizācijas iekšējo sadarbību vertikālā un horizontālā līmenī, kā arī veselības aprūpes speciālistu sadarbību, sasniedzot efektīvākus rezultātus pakalpojumu nodrošināšanā.

Viens no vadības zinību galvenajiem teorētiķiem P. Drukers uzskata, ka 21. gadsimta organizācijām nav vienas noteiktas un pareizas struktūras (7). Tādēļ struktūras modeļa izvēle ir katras organizācijas ziņā, taču organizāciju vadītājiem būtu jāņem vērā, ka nākotnes veselības aprūpes organizācijās būtiski attīstīsies ne tikai tehnoloģijas, bet arī intelektuālā darba process. Pēc autore vērtējuma, mijiedarbības modeļa ieviešana veselības aprūpes vadībā veicinātu pakalpojuma kvalitāti, pieejamību un klientu apmierinātību ar veselības aprūpes pakalpojumu struktūru un speciālistu darbu.

## Secinājumi

1. Aprūpes kvalitātes un pieejamības sekmēšanai autore piedāvā jaunu veselības aprūpes organizāciju vadības struktūru – mijiedarbības modeli – ar šādām novitātēm: samazināts vadības līmeņu skaits, nodalīti vadības procesi no aprūpes procesiem un klīnisko pakalpojumu departamenta izveidošana.
2. Mijiedarbības modeļa ieviešanai pašreizējā veselības aprūpes sistēmā varētu būt daži ierobežojumi – nepietiekams cilvēkresursu nodrošinājums organizācijās tieši veselības aprūpes pakalpojumu procesā un visu organizācijas līmeņu vadītājiem nepieciešamās zināšanas pārmaiņu vadībā.
3. Autore piedāvātā veselības aprūpes organizācijas modeļa principu izmantošanu nosaka veselības aprūpes sistēmas pārmaiņas un organizāciju nepieciešamība pielāgoties tām.
4. Mijiedarbības modelis ir izveidots, pamatojoties uz vadošo vadības teorētiķu atziņām un organizāciju struktūru analīzi, un ir piemērojams veselības aprūpes organizācijās Latvijā.

## LITERATŪRA

1. Burns T., Stalker G. M. The Management of Innovation. Oxford University Press, 1994, 308 p.
2. Christiansen J. A. Building the Innovative Organization. New York: Palgrave, 2000, 320 p.

3. Plsek P. E. Innovative thinking for the improvement of medical systems. Philadelphia: Annals of Internal Medicine, 1999, 131(6), p. 438–444.
4. Porter-O'Grady T. Building Partnership in Healthcare: Creating Whole Systems Change. New York: Nurs Health Care, 1994, 15(1), p. 34–38.
5. Priestley R., Lipp A. & Price C. Intersectoral partnerships for health. In: WHO Health Cities in Europe: a compilation of papers on progress and achievements. Denmark: WHO Regional Office for Europe, 2003, p. 32–50.
6. Rakich J. S., Beaufort B., Longest Jr., Darr K. Managing health services organizations. Baltimore, Maryland: Rose Printing Company, Inc., 1993, p. 686.
7. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002, 272 с.
8. Друкер П. Практика менеджмента. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000, 398 с.

## Summary

As the changes in healthcare system are progressing, Latvia's healthcare organizations become more complex. Many traditional management methods of the previous century necessarily change towards the 21<sup>st</sup> century organization management principles. The author proposes a healthcare management model: the interaction model, which is based on the interaction of the organization's external and internal levels. The model is based on three structural elements: human resources, finance, and clinical services, as well as on principles of decentralization and intellectual work in healthcare organizations.

**Keywords:** health care management, organization, management model, decentralisation, cooperation.

## Revīzijas būtiskuma prioritāte neatkarīgas revīzijas procesā

### Priority of Auditing Materiality in Independent Auditing Procedure

**Olga Sergejeva**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *olgasm@latnet.lv*

Par pētījuma objektu izvēlēta viena no svarīgākajām tēmām neatkarīgās revīzijas jomā – revīzijas būtiskuma noteikšana. Darba gaitā apkopota informācija par praktiskām revīzijas būtiskuma noteikšanas metodēm, balstoties uz dažādu autoru pētījumiem par „pārrāvuma gaidās” („*expectation gap*”) problēmām, kas parasti izpaužas kā atšķirība starp finanšu pārskatu lietotāju gaidīto un revidenta novērtēto būtiskuma līmeni jeb kā atšķirība starp gaidīto un esošo. Būtiskuma noteikšanas problēma vispirms liecina, ka ir jāpilnveido vispārīgā audita teorija gan starptautiskās, gan nacionālās likumdošanas līmenī.

Pētījuma mērķis – izpētīt starptautisko revīzijas standartu (SRS) prasības par revīzijas būtiskuma noteikšanu revīzijas riska novērtēšanas kontekstā, kā arī, apkopojot revīzijas būtiskuma līmeņa piemērošanas praktisko pieredzi, izstrādāt priekšlikumus problēmu novēršanai vai to efekta samazināšanai.

Mērķa sasniegšanai pētījumu gaitā izvirzīti šādi uzdevumi:

- izpētīt starptautisko revīzijas standartu prasības revīzijas būtiskuma noteikšanai;
- apkopot vietējo praktisko būtiskuma noteikšanas pieredzi un salīdzināt to ar pasaulē lietotajām metodēm;
- izstrādāt praktiskas būtiskuma noteikšanas problēmu risināšanas metodes, analizēt šo metožu priekšrocības un trūkumus.

Pētīšanas metodes. Darba mērķa sasniegšanai pētījumā lietotas teorētiskās metodes, cēloņsakarību atklāšanas metode, loģikas metode, analīze, salīdzināšanas metode, konkretizācijas metode, kā arī autores empīriskā pieredze revīzijas jomā.

**Atslēgvārdi:** neatkarīgā revīzija, revīzijas būtiskums, „pārrāvums gaidās”, revīzijas risks.

## Ievads

Mūsdienās neatkarīgās revīzijas teorija jeb starptautiskie revīzijas standarti, ko piemēro revīzijas praksē Latvijā, ļauj katram revidentam lietot savu profesionālo spriedumu revīzijas būtiskuma, kā arī revīzijas riska noteikšanai. Neatkarīgam revidentam jāievēro ētikas normas, viņam nepieciešams uzturēt atbilstoša līmeņa kompetenci un ievērot citus pamatprincipus, lai finanšu pārskatu lietotāji varētu paļauties uz revidenta izteikto viedokli. Līdz ar to rodas divas pretējas puses – neatkarīgais revidents ar savu izteikto viedokli par finanšu pārskatiem un finanšu

pārskatu lietotāji, kas gaida no revidenta pareizo spriedumu visos būtiskajos aspektos. Taču ne vienmēr neatkarīga revidenta viedoklis par būtiskumu sakrīt ar finanšu pārskatu lietotāju viedokli, tādā gadījumā rodas „būtiskuma fenomens”, ko pasaules praksē sauc par „pārrāvumu gaidās” („*expectation gap*”). Dažādu valstu speciālisti atzīst šīs problēmas eksistēšanu un uzskata to par vienu no svarīgākajām problēmām revīzijas jomā, kas būtu jāatrisina, lai panāktu neatkarīgo revidentu sniedzamo pakalpojumu kvalitāti.

Termins „pārrāvums gaidās” pirmo reizi revīzijas teorijā lietots 1974. gadā ASV, un kopš tā laika visā pasaulē veikti visdažādākie pētījumi šajā jomā. Piemēram, tādi speciālisti kā L. Hojskovs (*Højskov*),<sup>1</sup> M. Ojo (*Ojo*),<sup>2</sup> A. Hans (*Han*),<sup>3</sup> B. Pīrss (*Pierce*)<sup>4</sup> savos pētījumos plaši analizējuši „būtiskuma fenomena” rašanās apstākļus un iespējamās sekas. Savukārt Latvijā šo problēmu pētījuši Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijas darba grupas un atsevišķie asociācijas dalībnieki, kā arī *Dr. oec. A. Ponomarjovs*.<sup>5</sup> Pārsvārā autori analizējuši revidenta profesionālās darbības lomu sabiedrībā, t. sk. to, ko tieši finanšu pārskatu lietotāji gaida no revidenta, kāda ir revidenta atbildība par krāpšanas un kļūdu atklāšanu, kā arī faktorus, kas izraisa „pārrāvumu gaidās”, starp tiem vissvarīgākais ir revīzijas būtiskums.

Patlaban „būtiskuma fenomens” ir neatrisināta problēma pasaules revīzijas praksē. Daži speciālisti uzskata, ka to vispār nav iespējams novērst, ņemot vērā faktu, ka ikviena finanšu pārskatu lietotāja prasības var būt ļoti subjektīvas attiecībā uz neatbilstības būtiskumu.

Apkopojot dažādu speciālistu pētījumus par revīzijas būtiskumu, tos var iedalīt divas grupās:

- 1) pētījumi par revīzijas būtiskumu kā „pārrāvuma gaidās” izraisītāju, to mērķis ir atrast iespējas novērst „būtiskuma fenomenu”;
- 2) pētījumi par praktiskām revīzijas būtiskuma aprēķināšanas metodēm, to mērķis ir efektīvi izmantot SRS būtiskuma teoriju praksē.

Tomēr daļa speciālistu uzskata, ka revīzijas „būtiskuma fenomenu” dažādu ierobežojumu dēļ novērst nav iespējams, tāpēc, pieņemot revīzijas būtiskuma subjektīvo raksturu, tie cenšas izstrādāt efektīvu revīzijas būtiskuma aprēķināšanas metodi, kas balstīta uz zemākā būtiskuma līmeņa noteikšanas teoriju, lai nodrošinātu revidentu ar drošības rezervi revīzijas gaitā atklāto neatbilstību novērtēšanai.

Revīzijas būtiskuma noteikšanas prasības ir noteiktas SRS 320 „Revīzijas būtiskums”, kā arī netieši minētas pārējo SRS kontekstā, īpaši to, kas skar revīzijas riska novērtēšanu. Starptautiskie revīzijas standarti apstiprināti Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijā obligātai lietošanai revīzijas praksē Latvijā un līdz ar to ir saistoši visiem zvērinātiem lietotājiem un zvērināto revidentu komercsabiedrībām, kas darbojas Latvijas Republikā.

SRS 320 „Revīzijas būtiskums” prasības revīzijas būtiskuma aprēķināšanai nav pietiekami detalizētas, arī pēdējās izmaiņas standartā neprecīzē vispārīgo būtiskuma noteikšanas teoriju tā, lai novērstu „būtiskuma fenomenu” revīzijas praksē. Standartā arī nav neviena parauga būtiskuma līmeņa aprēķināšanai, taču praksē pastāv dažādas metodes, un katra no tām var būt akceptējama. Līdz ar to ir pamats uzskatīt, ka pagaidām nav izstrādāta vienota pieeja revīzijas būtiskuma noteikšanai, tādējādi viena no svarīgākajām problēmām neatkarīgas revīzijas praksē turpina eksistēt.

SRS 320 būtiskuma jēdziens definēts šādi: „Informācija ir būtiska, ja tās neuzrādīšana vai neatbilstība varētu ietekmēt finanšu pārskatu lietotāju ekonomiska rakstura lēmumus, kurus viņi pieņem, balstoties uz finanšu pārskatiem. Būtiskumu



nosaka posteņa vai pieļautās kļūdas lielums, ņemot vērā tā neuzrādīšanu vai neatbilstību konkrētajos apstākļos.”<sup>6</sup>

Uzsvērts, ka viedoklis par to, kas ir būtiski, ir revidenta profesionāla vērtējuma jautājums konkrētajos apstākļos, un atbilstoši būtisku neatbilstību veidam gan pēc lieluma, gan pēc būtības revīzijas būtiskums jānovērtē ne tikai kvantitatīvā izteiksmē, bet arī kvalitatīvi, ņemot vērā neatbilstošu informācijas atklāšanu finanšu pārskata pielikumā.

Būtiskuma līmeni var definēt kā nebūtisku kļūdu vai neatbilstību ierobežojošo mehānismu, kas revidentam dod iespēju neziņot finanšu pārskatu lietotājiem par nebūtiskiem trūkumiem un pievērst uzmanību tikai revīzijas laikā atklātām būtiskām neatbilstībām.

Neatkarīgi no izvēlētās metodes revidentam jāapstiprina un jādokumentē revīzijas būtiskuma noteikšanas kārtība iekšējā nolikumā vai politikā revīzijas kvalitātes nodrošināšanai, lai likumā „Par zvērinātiem revidentiem” paredzētajos gadījumos trešā kompetentā persona varētu iegūt nepieciešamo informāciju. Būtiskuma noteikšanas politika jāpiemēro konsekventi, kā pastāvīga sistēma, izmaiņas var būt pamatotas šādos gadījumos:

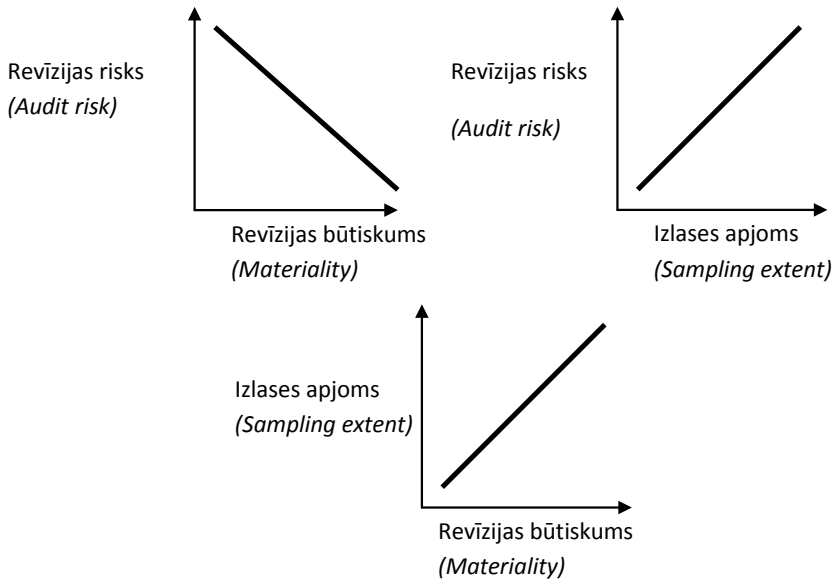
- izmaiņas grāmatvedības vai revīzijas likumdošanā, kas var ietekmēt būtiskuma aprēķināšanas teoriju;
- izmaiņas revidentu firmas organizatoriskā struktūrā vai reorganizācija, kad, piemēram, jaunas vadības politika attiecībā uz būtiskuma līmeņa noteikšanu ievērojami atšķiras no iepriekš pieņemtās politikas;
- izmaiņas revidentu firmas klientūrā, ja jaunu klientu darbības veids ievērojami atšķiras no citiem akceptētiem klientiem, piemēram, finanšu institūcijas, valsts iestādes u. tml.

Revīzijas būtiskums atšķirībā no revīzijas riska obligāti ir aprēķināms kvantitatīvi neatkarīgi no tā, vai ir arī kvalitatīvas informācijas neatbilstība. Būtiskums jāaprēķina tādās naudas vienībās, kādās ir sagatavoti finanšu pārskati.

Tā kā neatkarīgas revīzijas mērķis ir revidenta viedokļa izteikšana par finanšu pārskatu būtiskajiem aspektiem, revidentam nav pienākums pārliecināties par finanšu pārskatu 100% pareizību. Tāpēc, veicot revīziju, revidents parasti piemēro izlases metodi kontu atlikumu un darījumu pārbaudei.

Analizējot SRS prasības, var secināt, ka pastāv sakarība starp šādiem revīzijas komponentiem. Pastāv apgriezta proporcija starp revīzijas būtiskumu un revīzijas risku un tieša sakarība starp revīzijas būtiskumu un izlases apjomu, kā arī tieša sakarība starp revīzijas risku un izlases apjomu. Jo zemāks ir revīzijas būtiskuma līmenis, jo augstāks ir revīzijas risks, savukārt jo augstāks ir revīzijas risks, jo lielākam jābūt izlases apjomam, lai pamatotu revidenta profesionālo spriedumu par finanšu pārskatiem.

Revidenta pienākums ir neatbilstības atklāšanas gadījumā attiecināt izlases paraugā konstatētas neatbilstības uz visu izlases kopu un tikai pēc tam novērtēt kopējo neatbilstību efektu pret noteikto būtiskumu. Tas nozīmē, ja, piemēram, preču ražošanas izmaksas (izlases kopa) ir 1 000 000 LVL, izlases paraugs (pārbaudāmo darījumu, dokumentu apjoms) – 30 000 LVL un konstatētā kļūda – 2500 LVL, būtiskuma līmenis, kas noteikts atbilstoši revidenta profesionālam spriedumam par konkrēto posteni, ir 5% jeb 50 000 (1 000 000 x 5%).



Att. Revīzijas būtiskuma sakarība ar revīzijas risku un izases apjomu (balstoties uz SRS 320)  
*Connection of auditing materiality with auditing risk and sampling extent (Based on ISA 320)*

Kopējās kļūdas aprēķins ir šāds:

- 1) atklātās kļūdas īpatsvars izlases paraugā:  $2500 / 30\ 000 \times 100 = 8,3\%$ ;
- 2) kļūdas attiecināšana uz izlases kopu:  $1\ 000\ 000 \times 8,3\% = 83\ 000\ \text{LVL}$ .

No iepriekšminētiem aprēķiniem konsekventi izriet revidenta secinājumi – kopējā neatbilstību vai kļūdas vērtība ir būtiska šim konkrētajam postenim, jo kopējais iespējamās kļūdas apjoms izlases kopā pārsniedz noteikto būtiskuma apjomu ( $83\ 000 > 50\ 000$ ), bet, cik būtiska būs šī neatbilstība finanšu pārskatu līmenī, ir atkarīgs arī no pārējo posteņu noteiktā būtiskuma.

Šī izlases parauga kļūdas attiecināšanas metode var būt neprecīza, tāpēc ka revidents nevar ar absolūtu pārliecību apgalvot, ka izlases kopā ir kļūda 83 000 LVL apmērā, konkrētajā situācijā viņš var tikai sniegt iespējamo kopējās kļūdas vērtējumu. Lai iegūtu vairāk pierādījumu tādām kļūdu apjomam, noskaidrotu šo kļūdu raksturu un sistemātiskumu, revidentam jāpaplašina izlases apjoms.

Iepriekš minētajos pētījumos par „pārrāvuma gaidās” novēršanas iespējām īpaša uzmanība veltīta tieši „būtiskuma fenomena” problēmai kā vienam no svarīgākajiem faktoriem. Revīzijas praksē arī pieredzējušam revidentam var rasties jautājums par noteikta revīzijas būtiskuma pareizību, pareizība šajā gadījumā nozīmē to, ka revidenta viedoklis par revīzijas būtiskuma līmeni sakrīt ar finanšu pārskatu lietotāju lēmumu konkrētajā situācijā. Protams, ka sasniegt absolūtu pārliecību par šo pareizību, ievērojot pašreizējās SRS prasības, gandrīz nav iespējams, jo SRS ļauj katram revidentam, izmantojot savu profesionālo kompetenci, spriest par būtiskuma līmeni katrā atsevišķā finanšu pārskatā.

Revīzijas praksē pastāv dažādas metodes būtiskuma noteikšanai, taču pamatprincipi ir vienādi. Apkopojot informāciju par dažādām praktiskām pieejām

revīzijas būtiskuma noteikšanai, var izšķirt galvenos revīzijas būtiskuma noteikšanas posmus.

Revīzijas plānošanas stadija, plānojot revīzijas procedūru veidu, laiku un apjomu.

1. Revidents izvēlas revīzijas būtiskuma noteikšanas bāzi, balstoties uz savu profesionālo spriedumu par to, kuri no finanšu pārskatu posteņiem, kas raksturo klienta darbību, var ietekmēt finanšu pārskatu lietotāju lēmumus. Parasti tiek ņemti vērā peļņas vai zaudējumu pārskata un bilances posteņi.
2. Kad ir izvēlēta būtiskuma noteikšanas bāze, revidents, atkal balstoties uz savu profesionālo spriedumu, nosaka maksimālo kļūdas apjomu procentuāli no katra būtiskuma aprēķinā iesaistītā posteņa, nobeigumā izrēķinot vidējo aritmētisko starp visiem būtiskuma segmentiem ar mērķi noteikt kopējo būtiskumu finanšu pārskatu līmenī. Var piemērot arī būtiskas kļūdas intervālu metodi, kas parāda iespējamo nenoteiktību būtiskuma aprēķinā.

#### **Revīzijas pierādījumu iegūšanas un novērtēšanas stadija.**

1. Izlases paraugā konstatēto kļūdu novērtēšanā un attiecināšanā pret izlases kopu jāņem vērā konstatētās kļūdas apjoms, un revidentam jāsecina, vai šī kļūda piemīt arī visai izlases kopai. Tomēr absolūtu pārliecību par tāda apjoma neatbilstību visā izlases kopā sasniegt nav iespējams pirmkārt resursu ierobežojumu dēļ.
2. Revidentam jānovērtē, vai kopējā kļūda pa visiem finanšu pārskatu posteņiem nepārsniedz iepriekš noteikto būtiskuma līmeni, un gadījumā, ja neatbilstības apjoms tuvojas būtiskuma līmenim, revidentam jāpieņem lēmums par izlases parauga un revīzijas procedūras paplašināšanu ar mērķi iegūt relatīvu pārliecību, ka kopējais neatbilstību apjoms tomēr nepārsniedz būtiskuma līmeni.

Tādējādi pastāv ievērojami riska faktori nepareiza būtiskuma līmeņa piemērošanai un līdz ar to neatbilstošam revidenta ziņojumam:

- revīzijas mērķis ir izteikt viedokli par finanšu pārskatu būtiskajiem aspektiem, līdz ar to revidenta uzdevumi ietver tikai izlases veida pārbaudi, nevis 100% pārbaudi;
- absolūta pārliecība par finanšu pārskatos ietvertās informācijas pareizību nav sasniedzama, tāpēc vienmēr pastāv revīzijas ierobežojumi un riski, revidenta uzdevums ir samazināt šos riskus līdz pieņemami zemam līmenim, bet ne pilnībā novērst;
- vienmēr pastāv nepareizas revīzijas būtiskuma aprēķināšanas bāzes izvēles iespēja, jo revidents nevar paredzēt visu finanšu pārskatu lietotāju vajadzības, kā arī pieņemamo lēmumu raksturu;
- nepareizs revidenta spriedums par kopējo neatbilstību apjomu izlases kopā, balstoties uz atklātajām neatbilstībām izlases paraugā un novērtējot kopējo neatbilstības efektu pret noteikto būtiskuma līmeni.

Minētie riska faktori savukārt ir pamatojums „pārrāvuma gaidās” problēmām. Var apgalvot, ka pastāv sakarība starp vispārīgo revīzijas mērķi un revīzijas būtiskumu – neatkarīgas revīzijas mērķim piemīt kaut kāda veida nenoteiktība, un

arī revīzijas būtiskumā kā neatņemamā revīzijas procesa atribūtā eksistē šī nenoteiktība.

Balstoties uz veikto pētījumu, autore uzskata, ka „būtiskuma fenomena” jeb „pārrāvuma gaidās” problēmas risināšanai pastāv divu veidu aktivitātes:

- 1) revīzijas būtiskuma kritēriju valstiskā regulēšana;
- 2) revīzijas būtiskuma noteikšanas jautājumu pašregulēšana katras atsevišķas revīzijas prakses līmenī.

Pirmajā gadījumā valstiskā revīzijas būtiskuma kritēriju regulēšana nozīmē, ka, piemēram, LR Finanšu ministrijai (FM) būtu nepieciešams izveidot neatkarīga audita departamentu, vai mūsdienu situācijā, kad FM ir tikai uzraudzības funkcijas, bet pārējie pienākumi deleģēti Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijai, nepieciešams ierosināt vismaz revīzijas būtiskuma noteikšanas metodisko norādījumu izstrādāšanu ar mērķi paaugstināt neatkarīgas revīzijas pakalpojumu kvalitāti. Tāpat revīzijas būtiskuma valstiskas regulēšanas iespēja var ietvert arī revīzijas būtiskuma kritēriju noteikšanu, ņemot vērā vispārīgo ekonomikas attīstību, stabilitāti un riskus, revidējamo subjektu darbības nozares, finanšu pārskatu lietotāju pieņemamo lēmumu analīzi u. tml. ar mērķi noteikt kvantitatīvajā izteiksmē revīzijas būtiskumu valsts līmenī. Šo mērķu īstenošanai ir nepieciešami padziļinātie pētījumi iepriekš minētajās jomās, kā arī materiālie resursi darba grupas darbības nodrošināšanai. Šāda pieeja palīdzēs novērst „pārrāvuma gaidās” problēmu, kā arī revīzijas riska noteikšanas problēmas šajā jomā valsts līmenī.

Starptautiskās Grāmatvežu federācijas Audita standartu un apliecinājuma pakalpojumu padome patlaban nevar novērst „pārrāvuma gaidās” problēmu starptautiskajā līmenī, nemainot SRS koncepciju attiecībā uz būtiskuma noteikšanu, jo jāņem vērā katras konkrētās valsts īpatnības, t. sk. ekonomiskie faktori. Dažādi revīzijas jomas speciālisti atzīst, ka revīzijas būtiskumu var ietekmēt ne tikai revidenta profesionālais spriedums, klienta darbības apstākļi un rezultāti, bet arī ārējie ekonomiskie faktori, taču šīs korelācijas raksturs un intensitāte ir nākotnes pētījumu jautājums.

Latvijā līdz šim „pārrāvuma gaidās” problēmu mēģinājuši risināt Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijas speciālisti, plānojot ieviest obligātu būtiskuma līmeņa uzrādīšanu neatkarīga revidenta ziņojumā, lai paziņotu finanšu pārskatu lietotājiem par būtiskuma lielumu, kādu pieņēmis revidents, veicot revīziju. Taču šī metode tika atzīta par nelietderīgu, jo ne vienmēr finanšu pārskatu lietotāji būs apmierināti ar revidenta noteikto revīzijas būtiskumu, netiek ņemta vērā arī revīzijas būtiskuma kvalitāte un līdz ar to dažu revidēto finanšu pārskatu ticamību un revīzijas gaitā sasniegto pietiekamo pārliecību finanšu pārskatu lietotāji var ignorēt.

Autore ir izstrādājusi iespējamo revīzijas būtiskuma noteikšanas skalu, kas redzama tabulā.

Tabulā atspoguļotās revīzijas būtiskuma kritēriju valstiskas reglamentēšanas metodes priekšrocības ir šādas:

- par noteiktiem revīzijas būtiskuma kritērijiem tiek paziņots finanšu pārskatu lietotājiem;
- noteiktam revīzijas būtiskumam var piesaistīt arī revīzijas riska līmeni kvantitatīvajā izteiksmē;
- revidenta subjektīvais faktors, kā arī „pārrāvums gaidās” tiek samazināts līdz minimumam.

Savukārt metodes trūkumi ir šādi:

- lai kompetenti noteiktu revīzijas būtiskuma aprēķināšanas bāzi un intervālus, ir nepieciešami centralizēti padziļināti pētījumi ekonomikas, grāmatvedības, finanšu analīzes jomā, kā arī statistisko datu apstrāde, kas prasa papildu resursus;
- darba grupas dalībnieku subjektīvā faktora ietekme, izstrādājot vienotus revīzijas būtiskuma kritērijus;
- noteiktam revīzijas būtiskuma intervāla minimālajam un maksimālajam lielumam jābūt noteiktam tā, lai jebkurā atbilstošā bāzes intervālā tas nepārsniegtu finanšu pārskatu ticamības sliekšni;
- neietver revīzijas būtiskuma kvalitātes novērtējumu.

Tabula

**Revīzijas būtiskuma noteikšanas skala atsevišķam bāzes elementam**  
*Auditing materiality determination scale for a separate basic element*

Revīzijas būtiskuma noteikšanas bāzes elements	Bāzes elementa lieluma intervāls, tūkst. LVL	Būtiskuma līmeņa intervāls, tūkst. LVL	
		minim.	maks.
Balances kopsumma	200–700	8	11
	700–1000	11	15
	1000–1500	15	18

Tomēr pastāv iespēja, ka iepriekšminētos trūkumus var novērst ar kādām citām alternatīvām metodēm, kas varētu tikt atklātas padziļinātā pētījumā.

Revīzijas būtiskuma noteikšanas jautājumu pašregulēšana katras atsevišķas revīzijas prakses līmenī nozīmē, ka ikvienai revidentu firmai vai individuālam revidentam jāizstrādā būtiskuma aprēķināšanas iekšējie noteikumi, kas tiek piemēroti tikai konkrētajā praksē. Patlaban Latvijā šo pieeju izmanto revīzijas praksē kā vienkāršāko iespēju samazināt „pārrāvumu gaidās”, taču viens no lielākajiem metodes trūkumiem ir nekontrolējami revīzijas būtiskuma intervāli, kas, savukārt, var radīt konfliktus starp neatkarīgiem revidentiem un finanšu pārskatu lietotājiem.

Revīzijas būtiskums atbilstoši SRS koncepcijai ir relatīvs lielums, tāpēc, lai novērtētu iespējamās neatbilstības, revīzijas praksē var piemērot statistiskas metodes, piemēram, novērtēt kādu intervālu ar atbilstošu varbūtību. Taču, kā rāda praktiskā pieredze, Latvijā neatkarīgie revidenti pārsvarā neizmanto statistisko teoriju būtiskuma noteikšanai, jo tas šķiet sarežģītāk un darbietilpīgāk nekā vienkāršotas būtiskuma teorijas izmantošana.

## Secinājumi

Lai sasniegtu neatkarīgo revidentu pakalpojumu kvalitāti, nepieciešams samazināt revīzijas būtiskuma nenoteiktības faktoru. Šo mērķi var sasniegt, piemēram, veicot standartizācijas pasākumus nacionālajā līmenī, sākot no metodisko norādījumu un automatizācijas sistēmu izstrādes līdz pat vienoto revīzijas būtiskuma

noteikšanas kritēriju ieviešanai. Izstrādājot metodiskos norādījumus, būtu lietderīgi apkopot visdažādākās praktiskās revīzijas būtiskuma noteikšanas metodes, pievēršot uzmanību revīzijas būtiskuma aprēķināšanas bāzes izvēlei, datorsistēmu izmantošanai, aprēķinot revīzijas būtiskumu, kā arī revīzijas būtiskuma ietekmei uz revidenta ziņojumu. Savukārt relatīvi vienoto revīzijas būtiskuma kritēriju ieviešana, kas ļautu samazināt „pārrāvumu gaidās” līdz minimumam valstiskā līmenī, prasa daudz vairāk gan materiālo, gan cilvēkresursu, kā arī nepieciešami papildu pētījumi par revīzijas būtiskumu ietekmējošiem ārējiem faktoriem.

## PIEZĪMES

- <sup>1</sup> Højskov L. The Expectation Gap between User's and Auditors' Materiality Judgements in Denmark.
- <sup>2</sup> Ojo Marianne. Eliminating the Audit Expectations Gap: Myth or Reality? Oxford Brookes University, 2006.
- <sup>3</sup> Han A. The Existence of Expectation Gap and the Usefulness of Auditors' Report.
- <sup>4</sup> Pierce B. The Audit Expectations Gap: The Role of Auditing Education, DCUBS Research Papers 1995–1996.
- <sup>5</sup> Ponomarjovs A. The Gap in Expectations: The Auditors and Society. Rīga: The University of Latvia, 2006.
- <sup>6</sup> IAS 320, IFAC. Handbook of International Auditing, Assurance and Ethics Pronouncements. New York: IFAC, 2006.

## LITERATŪRA

1. 2007 Handbook of International Auditing, Assurance and Ethics Pronouncements. New York: IFAC, 2007, 976 p.
2. LR likums „Par zvērinātiem revidentiem”. Latvijas Vēstnesis, 2004 (aktuālā redakcijā).
3. Arens Alvin A., Loebbecke James K. Auditing an Integrated Approach. New Jersey, 1995, 560 p.
4. Power M. The Audit Society: Rituals of Verification. New York: Oxford University Press, 1999, 159 p.
5. Ponomarjovs A. The Gap in Expectations: The Auditors and Society. Rīga: The University of Latvia, 2006.
6. Подольский В. И., Савин А. А., Сотникова Л. В. Аудит. Москва: Юнити, 2007, с. 583.
7. Højskov L. The Expectation Gap between User's and Auditors' Materiality Judgements in Denmark. Pieejams: <http://www3.bus.osaka-cu.ac.jp/apira98/archives/pdfs/36.pdf>
8. Marianne O. Eliminating the Audit Expectations Gap: Myth or Reality? Oxford Brookes University, 2006. Pieejams: [http://mpr.a.ub.uni-muenchen.de/232/1/MPRA\\_paper\\_232.pdf](http://mpr.a.ub.uni-muenchen.de/232/1/MPRA_paper_232.pdf)
9. Han A. The Existence of Expectation Gap and the Usefulness of Auditors' Report. Pieejams: <http://www.alvinhan.com/thesis/intro/htm>
10. The Audit Expectations Gap: The Role of Auditing Education, DCUBS Research Papers 1995–1996. Pieejams: [http://www.dcu.ie/dcubs/research\\_papers/no13.htm](http://www.dcu.ie/dcubs/research_papers/no13.htm)

## Summary

The research summarizes information about empiric methods of determination of auditing materiality. The research is mainly based on previous investigations by several authors about the problems of the “expectation gap”, which usually becomes apparent as the difference between the materiality level expected by the users of financial statements and the materiality level evaluated by an auditor, or as the

difference between expectations and reality. The problem of determination of materiality indicates that the general theory of audit should be improved at both international and national level of legislation.

Self-regulation of auditing materiality determination issues at the level of each separate auditing practice means that each auditing company or an individual auditor develops internal provisions for materiality calculation that are applied only in their practice. One of the most substantial disadvantages of this method is that the intervals of auditing materiality are uncontrollable, which, in turn, may cause conflicts between independent auditors and users of financial statements.

**Keywords:** independent auditing, auditing materiality, “expectation gap”, auditing risk.

## Mārketinga virzītājspēku ietekmes modelēšana uz patērētāju vērtīgumu

### Modelling the Impact of Marketing Drivers on Customer Lifetime Value

**Iluta Skrūzkalne**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: [iluta.skruzkalne@gfk.com](mailto:iluta.skruzkalne@gfk.com)

Izmantojot daudzpakāpju ekonometrisko modeļu sistēmu, autore pētījumā analizējusi, vai patērētāju vērtīgumu zīmolam var aprēķināt, ņemot vērā mārketinga aktivitātes. Darba galvenā novitāte ir aptaujas datu izmantošana, modelējot mārketinga virzītājspēku ietekmi uz patērētāju vērtīgumu zīmolam ātrās aprites produktu kategorijā. Lietotais modelis ir progresīvs arī tādā izpratnē, ka tas saista trīs nozīmīgus lielumus: mārketinga aktivitātes, patērētāju attieksmi, uzvedību un patērētāju vērtīgumu zīmolam. Autores pētījums apstiprināja uzņēmējdarbībai un akadēmiskajai teorijai aktuālas hipotēzes – ātrās aprites produktu kategorijā var noteikt patērētāja vērtīgumu zīmolam noteiktā laika periodā; patērētāja vērtīgums zīmolam ātrās aprites produktu kategorijā laika gaitā palielinās, un zīmolam lojālo patērētāju vidējā vērtība ir salīdzinoši lielāka nekā visu zīmola kategorijas patērētāju vidējā vērtība.

**Atslēgvārdi:** mārketinga, mārketinga efektivitāte, patērētāju vērtīgums zīmolam / uzņēmumam noteiktā periodā (*Customer lifetime value*), zīmola vērtība (*Brand equity*), zīmola lietderība (*Brand utility*).

## Ievads

Dinamiskos, konkurences piesātinātos tirgos un it īpaši finanšu resursu nepietiekamības apstākļos uzņēmuma vadītāji saskaras ar stratēģisku problēmu, kā pamatot un novērtēt pieaugošos mārketinga izdevumus, kā prognozēt produktu, pakalpojumu un zīmola panākumus tirgū nākotnē. Tādējādi pieaug pamatojuma nozīme atdevei no ieguldījumiem mārketingā, kas pieprasa arī jaunus mērījumus, lai novērtētu mārketinga efektivitāti. Pēdējā laikā uz klientiem vērsta organizācijas tādiem objektīviem efektivitātes kritērijiem kā pārdošanas apjomi, peļņa, tirgus daļas rādītāji arvien biežāk pievieno arī patērētāju vērtīgumu zīmolam / uzņēmumam noteiktā periodā (*Customer lifetime value*). Patērētāju vērtīgums zīmolam / uzņēmumam (PVZ) ir viena no pēdējā laikā visvairāk diskutētajām un pētītajām mārketinga efektivitātes koncepcijām, kas paredz, kā novērtēt, piesaistīt un noturēt izdevīgākos klientus, un kas tiek iekļauta kā prognozējošais mainīgais mārketinga virzītājspēku efektivitātes novērtējuma ekonometriskajos modeļos. Patērētāju vērtīguma un kapitāla mērījumi ir nozīmīgi uzņēmējdarbībai, jo tie



ekonometriskajos modeļos tiek saistīti ar ekonomisku pamatojumu jeb nākotnē gaidāmo naudas plūsmu. Patērētāju vērtīguma kā indikatora pievilcība slēpjas gan tā prognozēšanas spēkā, izmantojot izdevumu un ieņēmumu pieeju, gan arī diskonta likmes izmantošanā, ekstrapolējot tagadnes datus uz nākotni. Līdz šim šo modeļu vājā vieta bija indivīda, ne patērētāju kopuma pieeja izmaksu un ienākumu kalkulācijās, kā arī nespēja paredzēt ārējo faktoru jeb mārketinga ietekmi uz patērētāju rīcību. Šī raksta mērķis ir analizēt, kā mārketinga aktivitātes ekonometriskajos modeļos var tikt saistītas ar nākotnē gaidāmajiem finansiālajiem ieguvumiem, un vai patērētāju vērtīgumu var aprēķināt, ņemot vērā mārketinga aktivitātes.

## Patērētāju vērtīguma konceptuāls apraksts

Vairums pētnieku ir vienisprātis par PVZ definīciju, proti, tā ir patērētāja vai patērētāju kopuma gaidāmā uzņēmuma vai zīmola ekonomiskā vērtība, un tās aprēķinos izmanto naudas plūsmas tīrās tagadnes vērtības diskontēšanas pieeju. Patērētāju vērtīguma modeļi atbild uz uzņēmuma klientu attiecību vadībai būtiskiem jautājumiem: 1) cik daudz patērētāju uzņēmums var piesaistīt, izmantojot konkrētus mārketinga ieguldījumus vai aktivitātes; 2) cik liela ir varbūtība, ka patērētāji turpinās pirkt uzņēmuma pakalpojumus, produktus, zīmolus; 3) kā varētu mainīties patērētāju piesaistes varbūtība, ja tiek mainīti faktoriālie nosacījumi (ieguldījumi un nozīmīguma akcenti dažādās mārketinga kampaņās); 4) cik ilgi patērētājs (segments) būs izdevīgs jeb cik ilgi ar viņu saistītie ieņēmumi pārsniegs izdevumus.

Lai atrisinātu mārketinga speciālistu un pētnieku aktuālo vajadzību noteikt mārketinga efektivitāti un patērētāju vērtīgumu ātrās aprites produktu kategorijās, autore rūpīgi izvērtējusi akadēmiskajā literatūrā publicētos pētījumu rezultātus un mārketinga efektivitātes novērtējuma ekonometriskos modeļus un par pētījuma pamatu izvēlējusies mārketinga virzītājspēku efektivitātes novērtējuma modeļa aprobāciju.<sup>1</sup> Aprobēt tieši šo modeli autori galvenokārt ieinteresēja divi nosacījumi – iespēja ātrās aprites produktu kategorijās novērtēt patērētāju vērtīgumu zīmolam, kā arī vairāku mārketinga virzītājspēku integrētais efekts, ņemot vērā konkurences situāciju.<sup>1</sup> Autori N. Bečvati un A. Ešgi (1), apkopojot dažādus PVZ modeļus, ir secinājuši, ka visi izmantotie patērētāju vērtīguma modeļi ir specifiski nozarei. Tas nozīmē, lai saprastu, kura pieeja būtu konkrētā gadījumā piemērotāka, specifiska nozare vai uzņēmums jāanalizē pēc vairākiem kritērijiem: 1) patērētāju skaits (liels, vidējs, mazs); 2) vidējā patērētāja darījumu skaits vienā laika periodā (gadā); 3) patērētāju iesaistījums (augsts, vidējs, zems). Ātrās aprites produktu kategorijas raksturo liels patērētāju un darījumu skaits un zems iesaistījums darījumā, līdz ar to piemērotāka ir patērētāju kopuma vērtības modelēšana. Bez tam šajās produktu kategorijās patērētājs „migrē” starp vairākiem zīmoliem, t. i., viņš pāriet no viena zīmola pie cita un pēc kāda laika var atgriezties pie pirmā zīmola, jo pārejas izmaksas pie citiem zīmoliem vai pārdevējiem ir zemas, un patērētāja vērtīgums noteiktam zīmolu skaitam, kuri tiek apsvērti pirkumam, tiek uzskatīts par nepastāvīgu.<sup>2</sup>

Apkopojot patērētāju vērtīguma ekonometriskos mērījumus, var secināt, ka vairums PVZ modeļu ir vērsti uz pakalpojumu nozari un atspoguļo aprēķinus, hipotēžu apstiprinājumus tikai ar piemēriem no līgumiski noteiktu klientu attiecību kategorijām. Patērētāju vērtīgums modeļu priekšrocības un ierobežojumi ir apkopoti 1. tabulā.

1. tabula

**Patērētāju vērtīguma modeļu izmantojuma priekšrocības un ierobežojumi**  
*The advantages and limitations of customer lifetime value models*

<b>PVZ modelis</b>	<b>Faktoriālie mainīgie</b>	<b>Priekšrocības</b>	<b>Ierobežojumi</b>
<i>Berger, Nasr</i> (1998)	Peļņas robeža + mārketinga izmaksas + diskonta likme mārketinga izdevumiem + pircēju bāze vismaz diviem gadiem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ir vērsti uz finansēm.</li> <li>• Nosaka darījuma varbūtību nākamajiem periodiem.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izmantojams pircēju kopuma līmenī.</li> <li>• Izmantojams tikai pakalpojumu un tiešā mārketinga darījumos.</li> <li>• Nepieciešama pircēju bāze kā izejas dati par vismaz diviem gadiem.</li> <li>• Izmanto tikai iekšēju informāciju indivīda līmenī (nevar aprēķināt konkurentu PVZ).</li> </ul>
<i>Vanketsan, Kumar</i> (2004)	Peļņas robeža + darījuma apjoms / biežums + kontaktu skaits + diskonta likme periodam.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ir vērsti uz finansēm.</li> <li>• Augsta precizitāte (nosaka peļņu indivīda līmenī).</li> <li>• Diskontētā izmaksu un ieņēmumu pieeja.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izmantojams tikai indivīda līmenī, ja pētnieka rīcībā ir precīza datu bāze (nepieciešami dati – kontaktu skaits, mārketinga izmaksas, peļņa).</li> <li>• Neņem vērā ārējos ietekmētājfaktorus.</li> <li>• Analīzes laika periods – gads.</li> </ul>
<i>Rust, Zeithaml, Lemon</i> (2004)	Peļņas robeža + darījuma apjoms / biežums + kontaktu skaits + diskonta likme darījumam + zīmola izvēles varbūtība, ko ietekmē pētāmo zīmolu mārketinga virzītājspēki.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ir dinamisks (izmanto ārējos ietekmētājfaktorus – kā pētāmā, tā arī konkurentu mārketinga aktivitāšu, modelē zīmolu izvēles varbūtības novērtējumu).</li> <li>• Izmanto zīmola kapitāla / lietderīguma aprēķinus.</li> <li>• Var aprēķināt arī konkurējošo zīmolu patērētāju vērtīgumu</li> <li>• Var izmantot kā uzņēmuma līmeņa sekundāro, tā arī nozares informāciju.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nav tik precīzs.</li> <li>• Lietojams tikai pircēju kopuma līmenī.</li> <li>• Aplūko ierobežotu skaitu zīmolu.</li> <li>• Nevar prognozēt ilgtermiņā (vairāk par gadu).</li> </ul>

*Avots: autores apkopojums.*

Citu ekonometrisko modeļu vājā vieta attiecībā uz to izmantojumu ātrās aprites produktu kategorijās ir atsevišķu modeļos iekļauto prognozējošo mainīgo daba.

1) Klientu attiecību ilgums. Dinamiskā ekonomiskajā situācijā ir grūti paredzams, vai prognozētāju „iepriekšējo pirkumu” var nešaubīgi attiecināt

uz nākotni. Tas var tikt pieņemts ar šādiem nosacījumiem: patērētāji ir gatavi turpināt savu uzvedību nākotnē, un tirgus situācija nemainās ļoti strauji. Līdz ar to tās pieejas, kas PVZ noteikšanā ņem vērā ārējos nosacījumus, izsaka drošākas prognozes.

- 2) Izmaksas. Līdzšinējo modeļu PVZ kalkulācijās ir paredzēts diskontēt tikai gaidāmo naudas vērtību, bet ne izmaksu izmaiņas. Izmaksu izmaiņas var saistīt ar dažādiem nosacījumiem, piemēram, procesu un darbaspēka produktivitāti, inflāciju, kas izraisa tiešu un netiešu izmaksu pieaugumu. Ātrās aprites produktu kategorijās patērētāju vērtīgumu aprēķina patērētāju kopumam un izmaksas aizstāj ar nozares, uzņēmuma vai zīmola peļņas robežu.
- 3) Mērījumu laika periods. Visos PVZ modeļos ir periods, kurā patērētājs veic darījumus ar uzņēmumu. Pastāv pieņēmumi, ka sākotnēji katra patērētāja vērtīgums pieaug, jo šajā periodā patērētājs palielina darījumu skaitu ar uzņēmumu. Ilgākā laika periodā PVZ var samazināties, jo apkalpošanas izmaksas sāk pārsniegt ieņēmumus no šī patērētāja. PVZ rāda, kurā brīdī šim patērētājam jāpievērš stratēģiska uzmanība vai nu samazinot apkalpošanas izmaksas, vai arī piedāvājot jaunus pakalpojumus. Vairums PVZ modeļu nosaka, cik ilgi klients būs izdevīgs vai turpinās attiecības ar uzņēmumu, tomēr šī prognoze nedarbojas dinamiskos tirgos, tāpēc, nosakot patērētāju vērtīgumu ātrās aprites produktu tirgos, uzņēmums pats noteic laika periodu, kurā tiek aprēķināta PVZ.
- 4) Visiem patērētāju vērtīguma noteikšanas modeļiem ir līdzīga gaidāmās naudas plūsmas aprēķina pieeja un analīzes perioda izvēle. Gandrīz visos PVZ modeļos diskontēšanas likmi lieto perioda līmenī.<sup>3</sup> Tā kā ātrās aprites produktu kategorijās pirkumu biežums vienā periodā (gadā) ir ievērojami lielāks nekā citās kategorijās, tad perioda pieeja var izrādīties nepiemērota. R. Rusts iesaka vienkāršot un precizēt diskontēšanas izmantojumu, diskontējot indivīda gaidāmo vērtīgumu darījuma līmenī. Tā atšķirībā no citiem modeļiem R. Rusts, V. Zeithamls un K. Lemonas<sup>4</sup> izmanto nevis laika perioda diskontēšanu, bet pirkuma diskontēšanu respondenta līmenī, kas ir vairāk piemērota pieeja patēriņa tirgos un nodrošina lielāku aprēķinu precizitāti. Ņemot vērā darījumu intensitāti un nenoteiktību, PVZ tiek noteikta mazākiem periodiem, un, lietojot diskontēto peļņu, pētnieki parasti to piemēro analīzes periodam.

Minētie argumenti ir ņemti vērā un iestrādāti R. Rusta, V. Zeithamla un K. Lemonas patērētāju vērtīguma novērtējuma modelī. Modeļa priekšrocība ir tā vispārēja izmantojamība, jo: 1) patērētāju vērtīguma aprēķinā ņemta vērā arī ātrās aprites produktu kategoriju specifika (13; 1); 2) nav nepieciešamas datu bāzes, kas veic klientu darījumu monitoringu, jo tiek izmantoti subjektīvā novērojuma dati; 3) vienlaikus tiek modelēta vairāku iespējamo mārketinga virzītāj spēku ietekme uz patērētāju uzvedību; 4) ņemts vērā tas, kā konkurējošu zīmolu mārketinga virzītāj spēku aktivitātes ietekmē patērētāja izvēli; 5) lai aprēķinātu PVZ un noteiktu zīmola maiņas varbūtības, modelī ir iekļauts zīmola lietderīguma aprēķins (zīmola kapitālam tuvināta koncepcija), gaidāmais pirkšanas apjoms, iepriekš pirktais zīmols un pirkuma nodomi; 6) salīdzinoši novērtēts kategorijai kritiski nozīmīgu virzītāj spēku samērs un katra zīmola virzītāj spēku veikums; 7) noteikta modeļa konstrukcijas piemērotība vairumam standarta statistisko datu apstrādes un analīzes datorprogrammu pakešu (SPSS).

R. Rusta, V. Zeithamla un K. Lemonas izmantoto PVZ aprēķina saskaņā ar 1. formulu:<sup>5</sup>

$$PVZ_{ij} = \sum_{t=0}^{T_{ij}} (1 + d_j)^{-t/f_i} * v_{ijt} * \pi_{ijt} * B_{ijt}, \quad (1)$$

kur

$PVZ_{ij}$  – patērētāja  $i$  vērtīgums zīmolam  $j$ ;

$d_j$  – uzņēmuma diskonta likme zīmolam  $j$ ;

$f_i$  – patērētāja  $i$  vidējais pirkšanas biežums laika vienībā (piemēram, gadā);

$v_{ijt}$  – patērētāja  $i$  gaidāmais zīmola  $j$  pirkšanas apjoms pirkumā  $t$ ;

$\pi_{ijt}$  – gaidāmā peļņa uz pārdoto produkta vienību uzņēmumam  $j$  no pircēja  $i$  pirkumā  $t$ ;

$B_{ijt}$  – uzņēmumam specifisks  $B_{it}$  elements, kas attēlo varbūtību, ka pircējs  $i$  pērk zīmolu  $j$  pirkumā  $t$  ( $B_{it} = A_i M_i^t$ ).

Citu autoru iepriekš izstrādātie patērētāju vērtīguma vienādojumi tiek summēti laika gaitā, un diskontēšanas faktora eksponents kļūst  $-t$ , bet apskatāmā modeļa autori darbojas ar noteiktiem indivīdiem un ar noteiktiem starppirkumu laika periodiem (vai pirkumu biežumiem  $f_i$ ). Šī iemesla dēļ laika perioda vietā tiek summēti pirkumi. Eksponents  $-t/f_i$  atspoguļo to, ka pirkums  $t$  tiek diskontēts lielākā mērā, ja pirkšana nav regulāra, tādēļ ka pirkums  $t$  tiks veikts tālākā nākotnē. Ja  $f_i = 1$  (viens pirkums periodā), šis vienādojums ir tāds pats kā standarta PVZ. Ja  $f_i > 1$  (periodā, piemēram, vienā mēnesī), pirkuma diskontēšanas vērtība ir mazāka nekā perioda diskontēšanas vērtība.<sup>6</sup>

## Konceptuāls pētījuma hipotēzes, modeļa un empīriskā pētījuma apraksts

Pētījuma mērķis ir novērtēt patērētāju vērtīgumu ātrās aprites produktu kategorijā, ņemot vērā mārketinga virzītājspēku efektu. Autore izvirzījusi pētījuma jautājumu un vairākas hipotēzes.

*Pētījuma jautājums: kā ātrās aprites dinamiskā produktu kategorijā var izmantot ekonometriskās metodes, lai risinātu uzņēmējdarbībai būtisko jautājumu par mārketinga aktivitāšu ietekmi uz patērētāju uzvedību un patērētāju vērtīgumu?*

1. *hipotēze*: ātrās aprites produktu kategorijā var noteikt patērētāja vērtīgumu zīmolam noteiktā laika periodā.

2. *hipotēze*: patērētāja vērtīgums zīmolam ātrās aprites produktu kategorijā laika gaitā palielinās.

3. *hipotēze*: zīmolam lojālo patērētāju vidējais vērtīgums ir salīdzinoši lielāks nekā zīmola kategorijas visu patērētāju vidējais vērtīgums.

Autore patērētāju vērtīgumu noteikusi alus nozarē, jo šī produktu kategorija Latvijā ir pievilcīga no patērētāju pieprasījuma pieauguma viedokļa, kas pamato konkurences piesātinātību un zīmolu mārketinga aktivitāti (Latvijas Alus darītāju savienībā reģistrēti 18 aktīvi alus ražotāju uzņēmumi). Lai atbildētu uz izvirzītajām hipotēzēm, autore empīrisko pētījumu veica atbilstoši nejaušas, tipoloģiskas un vispārnieciskas izlases metodes nosacījumiem. Izlases veidošanā ievēroti proporcionālās stratifikācijas principi pēc iedzīvotāju sadalījuma pa Latvijas

reģioniem un apdzīvoto vietu tipiem atbilstoši Centrālās statistikas pārvaldes datiem.<sup>7</sup> Dati tika vākti ar tiešo interviju metodi respondenta dzīvesvietā (izmantojot tirgus izpētes kompānijas *GfK CR Baltic* datu vākšanas pakalpojumus). Par izlases vienību izvēlēta nejausi atlasīta mājsaimniecība, izlases elements – persona, kura lieto gaišo alu vismaz vienu litru mēnesī. Izlases apjoms pēc respondentu atlases kritēriju ievērošanas bija 467 respondenti, kas ir pietiekami arī pētījumos ģeogrāfiski lielākos tirgos un lai veiktu analīzi ar paredzētajām daudzdimensiju analīzes metodēm. Datu vākšanas instruments šajā pētījumā bija strukturēta anketa ar slēgtām atbilžu alternatīvām. Pētījumā datu apstrādei un analīzei izmantotas statistiskās analīzes metodes – centrālās tendences un variācijas rādītāji, kā arī ekonometriskās analīzes metodes – *t-tests* (hipotēžu pārbaudei), faktoru un galveno komponentu analīze, korelācijas un logita regresijas analīze, Markova varbūtību noteikšanas modelis dažādiem laika periodiem. Modeļa instrumentārija derīguma pārbaude veikta, izmantojot *Cronbach's Alpha*. Analīzes gaitā novērtēti arī logita regresijas vienādojuma kopējais derīgums un ticamība, kā arī atsevišķu vienādojuma mainīgo statistiskā nozīmība. Visi rezultātīvie rādītāji atbilst ekonometrijā pieņemtajām statistiskajām novērtējuma normām.

Modelis, kuru autore izmantojusi patērētāju vērtīguma noteikšanai, ir daudzpakāpju ekonometrisko modeļu sistēma. Modelis konceptuāli parādīts attēlā. Aprobācijai izvēlētais mārketinga virzītāj spēku efektivitātes novērtējuma modelis paredz analizēt trīs virzītāj spēku grupu – produkta, zīmola un attiecību vērtīguma – virzītāj spēku ietekmi uz patērētāju kopējo zīmola novērtējumu (attieksmi), uzvedību (zīmola izvēle) un patērētāju vērtīgumu.

Lai modelētu patērētāju vērtīgumu alus kategorijas zīmolim, autore veica vairāku posmu datu ekonometrisku analīzi.

1. Tika noteikti patērētāju zīmola izvēles nodomi, kas logita regresijas vienādojumā (2. formula) darbojas kā rezultatīvais mainīgais. Logita regresijas vienādojumā faktoriālie attieksmes mainīgie ir: 1) zīmola vērtība (pieņēmumi, asociācijas, zināšanas), 2) produkta vērtība (uzvertā kvalitāte, cena un pieejamība, cena definēta kā produkta, nevis zīmola kategorija) un 3) attiecību vērtība, kas nozīmē zīmola spējas veidot attiecības.

$$\hat{Y}_{ik} = \beta_{0k} + \beta_{1k}X_{1k} + \beta_{2k}X_{2k} + \beta_{3k}X_{3k} + \varepsilon_k, \quad (2)$$

kur

$\hat{Y}_{ik}$  – logita regresijas atkarīgais mainīgais mērīts kā patērētāja (respondenta) *i* pirkuma nodomi attiecībā uz zīmolu *k*;

$\beta_{0k}$  – logita regresijas brīvais loceklis;

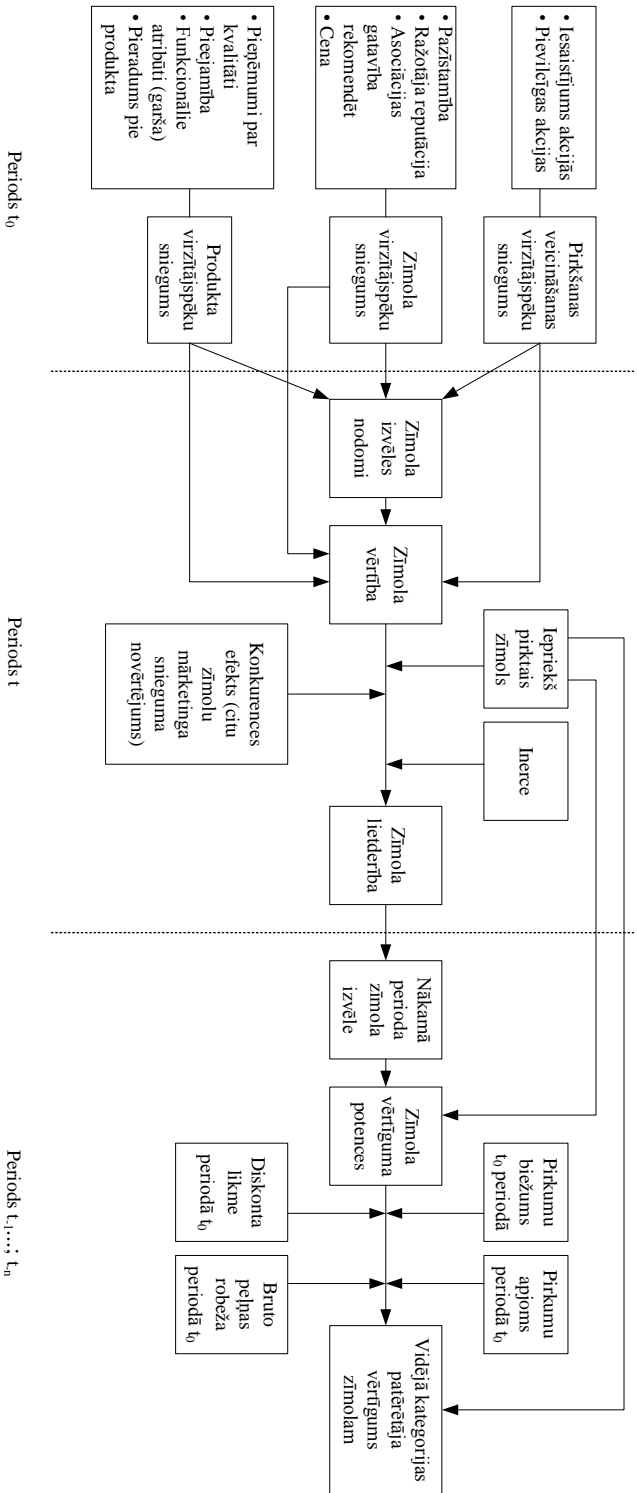
$\beta_{1k}; \beta_{2k}; \beta_{3k}$  – regresijas vienādojuma koeficienti;

$X_{1k}$  – regresijas vienādojuma neatkarīgais mainīgais „produkta virzītāj spēki”;

$X_{2k}$  – regresijas vienādojuma neatkarīgais mainīgais „zīmola virzītāj spēki”;

$X_{3k}$  – neatkarīgais mainīgais „attiecību noturīguma virzītāj spēki”.

2. Tika noteikta zīmolu lietderība. Zīmola lietderība ir zīmola kapitālam pietuvināta koncepcija. Tas ir mārketinga virzīšanas aktivitāšu rezultatīvais mainīgais, tā derīgumu palielina divu nosacījumu iestāšanās, proti, ja pircējs nākamajā pirkuma reizē izvēlēsies šo zīmolu un ja iepriekšējā pirkumā pircējs ir izvēlējis šo pašu zīmolu. Savukārt, ja vērtētā zīmola izvēle šajos divos pirkumos (iepriekšējā un nākamajā) nesakrīt, zīmola lietderība ir atkarīga tikai no pircēju novērtētajiem zīmola vērtības virzītāj spēkiem. Līdz ar to zīmola derīgumu var



Avois: *autore's izstrāde.*

Att. Dinamiska daudzpakāpju modeļa struktūra patērētāju vērtīguma modelēšanai

*Multi-stage modelling of customer lifetime value*

definēt kā pircēju novērtēto zīmola vērtības un pircēja uzvedības vērtīguma efekta rezultātu, kas izteikts skaitliskās vienībās, un modelī to aprēķina pēc 3. formulas:<sup>8</sup>

$$U_{ijk} = \beta_{0k} \text{LAST}_{ijk} + X_{ijk} B_{1k} + \varepsilon_{ijk}, \quad (3)$$

kur

$U_{ijk}$  – zīmola  $k$  lietderība respondentam  $i$ , kura pēdējais pirkmums pētāmajā kategorijā bija zīmols  $j$ ;

$\beta_{0k}$  – logita regresijas vienādojuma brīvais loceklis, kas atbilst patērētāju uzvedības inersei;

$\text{LAST}_{ijk}$  – fiktīvais mainīgais (*dummy variable*), tas ir vienāds ar 1, ja nākamajā pirkmumā pircējs  $i$  izvēlēsies to pašu zīmolu, ko iepriekšējā ( $j = k$ ), citādi ( $j \neq k$ ) tas ir vienāds ar nulli;

$X_{ik}$  –  $i$  respondenta dotais oriģinālo virzītāj spēku novērtējums (skalā no 0 līdz 6);

$B_{1k}$  – logita regresijas vienādojuma neatkarīgā mainīgā koeficienta reizinājums ar kompleksā faktora un tam atbilstošā mainīgā korelācijas koeficientu;

$\varepsilon_{ijk}$  – nejaušā kļūda.

3) Tika aprēķināta katra zīmola izvēles varbūtība nākamajā pirkmumā katram respondentam atsevišķi. Zīmola izvēles varbūtība katram respondentam ( $i$ ) tiek modelēta<sup>9</sup> kā katra zīmola spēka jeb lietderības eksponentfunkcija, dalīta ar pārējo pētījumā iekļauto zīmolu dēģuma summas eksponentfunkciju. To var izteikt kā vienādojumu (4. formula):<sup>10</sup>

$$P_{ijk} = \frac{e^{U_{ijk}}}{\sum_{k=1}^3 e^{U_{ijk}}}, \quad (4)$$

kur

$P_{ijk}$  –  $i$  respondenta zīmola  $k$  izvēles varbūtība, ja pēdējais nopirktais zīmols bija  $j$ ;

$U_{ijk}$  – zīmola  $k$  lietderība  $i$  respondentam, kura pēdējais pirkmums alus kategorijā bija zīmols  $j$ .

4) Tika aprēķinātas zīmolu maiņas varbūtības turpmākajiem pirkiem. Šajā modelī kā vairumā citu modeļu, kas prognozē pircēju zīmolu maiņu, izmantota tā dēvētā Markova ķēdes jeb pārejas matrica (*Markov switching matrix*), kas dod iespēju aprēķināt neierobežotu patērētāju darījumu skaitu nākotnē. Analizējot Markova matricas rezultātus, var noteikt kā zīmola pircēju noturēšanas varbūtību, tā arī pircēju pārejas pie citiem zīmoliem varbūtību.

5) Tika modelēts patērētāju vērtīgums katram zīmolam, ņemot vērā gan patērētāju subjektīvo novērtējumu par zīmolu un to konkurences situāciju, gan arī tādu objektīvu informāciju kā uzņēmuma vai nozares peļņa vai ar patērētāju saistītie finanšu ieņēmumi, pirkuma apjomi, diskontēšanas likme. Pēdējā informācija tika iegūta, aptaujājot nozares ekspertus.

## Galvenie rezultāti

No logita regresijas analīzes iegūtie faktora novērtējumi katram zīmolam ir atspoguļoti 2. tabulā, iezīmēti nozīmīgāko faktoru svāri un statistiski nenozīmīgie

mainīgie vienādojumā. Visi iegūtie regresijas koeficienti ir ar pozitīvu zīmi, tātad tie pozitīvi ietekmē atkarīgā mainīgā vērtību. Empīriskā pētījuma rezultāti apliecina, ka visiem mārketinga virzītājspēkiem ir pozitīva ietekme uz patērētāja zīmola izvēli. Vienādojumi (5., 6., 7. formula) norāda, kādā mērā katra zīmola gadījumā katrs virzītājspēks ietekmē zīmola izvēles varbūtību (kur  $p_A$  ir varbūtība, ka „Aldara” alus tiks nopirkts nākamajā pirkumā, attiecīgi  $p_B$  norāda uz „Bauskas alus” izvēli noteicošajiem virzītājspēku samēriem un  $p_C$  uz „Cēsu alus” zīmola virzītājspēku ietekmi uz izvēli).

$$\ln [p/(1-p)]_A = 0,59991 + 1,0614 (\text{produkts}) + 0,6142 (\text{tēls}) - 0,04222 (\text{pazīstamība}) + 0,3784 (\text{aktivizācija}) \quad (5)$$

$$\ln [p/(1-p)]_B = -2,22 + 1,62 (\text{produkts}) + 0,46 (\text{pazīstamība}) + 0,34 (\text{aktivizācija}) + 0,08 (\text{tēls}) + 0,02 (\text{izplatība}) \quad (6)$$

$$\ln [p/(1-p)]_C = -0,79 + 1,58 (\text{produkts}) + 0,69 (\text{aktivizācija}) + 0,28 (\text{cena}) + 0,23 (\text{tēls}) \quad (7)$$

Balstoties uz empīriskā pētījuma rezultātiem, autore secina, ka mārketinga virzītājspēki vidēji labi izskaidro patērētāju uzvedību un zīmolu izvēli (sk. 2. tabulu). Tā, piemēram, „Aldara” alus zīmola gadījumā ar logita regresijas analīzes metodes palīdzību vienādojumā ietvertie virzītājspēki izskaidro 33% variāciju (dispersiju) mainīgajā „patērētāju pirkšanas nodomi”, attiecīgi „Bauskas alus” zīmola gadījumā 40% un „Cēsu alus” gadījumā 37% variāciju. Apzinoties, ka patērētāju uzvedību ietekmē ļoti daudzu faktoru kopums, kopumā vienādojuma rezultāti apstiprina citu pētnieku secinājumus, ka virzītājspēkiem ir pozitīvs un nozīmīgs efekts uz patērētāju uzvedību. Analizējot vienādojuma rezultātus, radās jautājums, kāpēc „Bauskas alus” zīmola gadījumā tiek izskaidrots mazliet vairāk dispersiju nekā „Aldara” alus gadījumā, kas ir mārketinga komunikāciju ziņā aktīvāks zīmols. Autore secina, ka „Aldara” alus zīmolam salīdzinājumā ar abiem pārējiem zīmoliem ir labāka „starta pozīcija” jeb zīmola spēja „izdzīvot” bez mārketinga virzītājspēkiem, par ko liecina vienādojuma brīvais loceklis, kas ir pircēju inerce („Aldara” alus  $\beta_0 = 0,6$ ; „Bauskas alus”  $\beta_0 = -2,2$ ; „Cēsu alus”  $\beta_0 = -0,8$ ). Pētījuma rezultāti apliecina tirgus situācijas tendences. „Aldara” alus zīmolam ir visstabilākās pozīcijas, arī neizmantojot mārketinga virzītājspēkus. Šis zīmols var cerēt uz pietiekami lielu to pircēju daļu, kas izvēlētos šo zīmolu nākamajos pirkumos. To var izskaidrot ar šī zīmola ilglaicīgām mārketinga aktivitātēm iepriekšējos laika periodos.

2. tabula

**Logita regresijas rezultāti visiem pētāmajiem zīmoliem**  
*The results of logistic regression for the studied brands*

Neatkarīgie mainīgie regresijas vienādojumā „Aldara” alus							
		<b>B</b>	<b>S.E.</b>	<b>Wald</b>	<b>Brīvības pakāpju skaits</b>	<b>Nozīmības līmenis</b>	<b>Exp(B)</b>
Solis 1(a)	Produkts	<b>1,0614</b>	0,15911	44,4986	1	2,5E-11	2,89028
	Tēls	<b>0,6142</b>	0,14374	18,2565	1	1,9E-05	1,84813
	Pazīstamība	0,04222	0,13329	0,10033	1	0,75143	1,04313
	Aktivizācija	0,3784	0,13879	7,43319	1	0,0064	1,45995
	Konstante	0,59991	0,13723	19,11	1	1,2E-05	1,82195

$R^2 = 0,33$



Neatkarīgie mainīgie regresijas vienādojumā „Bauskas alus”							
		B	S.E.	Wald	Brīvības pakāpju skaits	Nozīmības līmenis	Exp(B)
Solis 1(a)	Aktivizācija	0,339152	0,17932	3,577084	1	0,058582	1,4038
	Produkts	<b>1,619604</b>	0,251547	41,45508	1	1,21E-10	5,0511
	Pazīstamība	<b>0,461986</b>	0,192649	5,750737	1	0,016482	1,5872
	Tēls	0,084238	0,204006	0,170503	1	0,679665	1,08789
	Izplatība	0,01703	0,20892	0,00665	1	0,93503	1,0172
	Konstante	-2,21833	0,273618	65,72961	1	5,17E-16	0,1088

$$R^2 = 0,37$$

Neatkarīgie mainīgie regresijas vienādojumā „Cēsu alus”							
		B	S.E.	Wald	Brīvības pakāpju skaits	Nozīmības līmenis	Exp(B)
Solis 1(a)	Produkts	<b>1,577544</b>	0,223451	49,84228	1	1,66615E-12	4,843
	Aktivizācija	<b>0,69322</b>	0,159018	19,00425	1	1,30428E-05	2,000
	Tēls	0,232529	0,150644	2,382573	1	0,122695331	1,263
	Cena	0,281014	0,152376	3,401144	1	0,065151239	1,325
	Konstante	-0,79224	0,176618	20,12067	1	7,27066E-06	0,4528

$$R^2 = 0,4$$

*B* – logita regresijas koeficients; *S.E.* – standartklūda; *Wald* – Wald kritērijs; *Exp(b)* – standartizēts logita regresijas koeficients;  $R^2$  – Nagelkerke  $R^2$  modeļa statistiskais derīgums ar iekļautajiem neatkarīgajiem mainīgajiem.

*Avots: autore's empīriskais pētījums 2006. gada augustā – novembrī ar īsti nejaus izlases metodi.*

Lai varētu modelēt patērētāju vērtīgumu zīmolam, nepieciešams izveidot zīmola derīguma spēka novērtējumu katram respondentam.<sup>11</sup> Lietojot indivīda līmeņa datus no alus lietotāju izlases kopā ar pirkuma nolūka datiem, tiek izveidots katra pircēja zīmola maiņas matricas modelis. Zīmola derīgums ir būtiska PVZ modeļa sastāvdaļa, kas nosaka nākamā pirkuma varbūtību, jo tajā ir iestrādāts pagātnes pirkumu efekts un zīmolam raksturīgo oriģinālo mainīgo virzītājspēku summa.

Analizējot pētāmo zīmolu lietderības novērtējuma rezultātus, kas atspoguļoti 3. tabulā, secināts, ka pircējiem, kuri pēdējā pirkumā izvēlējušies „Aldara” alu, šī zīmola lietderība ir 17,5, savukārt „Cēsu alus” zīmola vērtējums šajā respondentu grupā ir 9,9 un „Bauskas alus” – 6,6. Starp „Cēsu alus” lietotājiem „Cēsu alus” zīmola derīgums ir 20, „Aldara” alus zīmola lietderības aprēķinātais vērtējums starp „Cēsu alus” zīmola pircējiem attiecīgi ir 9,5 un starp „Bauskas alus” pircējiem – 7,8. Tiem, kas pēdējā pirkumā izvēlējušies „Bauskas alu”, aprēķinātā zīmola lietderība ir 14,3.

Vienmēr pastāv hipotētiska varbūtība, ka zīmols saglabās patērētāju nākamajā pirkšanas reizē un periodā. Šī saglabāšanas varbūtība tiek lietota zīmola patērētāju vērtīguma noteikšanā. Pētījumos, kas veikti līgumisku attiecību nozarēs, šis mērījums tiek izmantots, lai noteiktu izdevīgākos klientus un stratēģijas, kā šos klientus noturēt un iegūt lielākus paredzamos ieņēmumus nākotnē. Šajā darbā zīmola patērētāju vērtīguma noteikšanai ir cits mērķis, proti, noskaidrot, vai ar šo metodi var prognozēt zīmola ieņēmumus no visu pircēju kopuma un vai šie dati ir pielīdzināmi zīmola ieņēmumiem. Empīriskais pētījums apstiprināja izvirzītās hipotēzes. 4. un 5. tabulā ietvertie rezultāti atspoguļo, kā katrs zīmols akumulē savu

patērētāju vērtīgumu. Autore secina, ka zīmolu patērētāju vērtīgums ilgākā laika periodā veidojas galvenokārt no pastāvīgajiem pircējiem.

3. tabula

**Pētāmo zīmolu lietderība katra zīmola lojāliem pircējiem**  
*Brand utility for brand-loyal customers*

		„Aldara” alus	„Bauskas alus”	„Cēsu alus”
		zīmola lietderība	zīmola lietderība	zīmola lietderība
		Vidējā aritmētiskā vērtība	Vidējā aritmētiskā vērtība	Vidējā aritmētiskā vērtība
Pēdējā pirkšanas reizē nopirkta alus marka	Aldara	17,5	6,6	9,9
	Bauskas	7,8	14,3	12,0
	Cēsu	9,5	6,9	20,0
	<i>Kimmel</i>	13,7	14,4	19,7
	Lāčplēsis	10,8	9,5	11,3
	Līvu	8,8	6,7	11,3
	Tērvetes	7,0	7,3	8,7
	Citas markas alus	6,2	4,8	8,9

Avots: autores empīrisks pētījums 2006. gada augustā – novembrī ar īsti nejaušas izlases metodi.

4. tabula

**Zīmolliem uzticīgo patērētāju vērtīguma aprēķins vienam pirkumam**  
*Customer lifetime value of brand-loyal customers for the next purchase*

	Pastāvīga piesaiste (vienam pirkumam)	„Aldara” alus	„Bauskas alus”	„Cēsu alus”
		zīmols	zīmols	zīmols
		Vidējā aritmētiskā vērtība	Vidējā aritmētiskā vērtība	Vidējā aritmētiskā vērtība
Pēdējā pirkšanas reizē nopirkta alus marka	Aldara	0,42	0,02	0,06
	Bauskas	0,05	0,27	0,16
	Cēsu	0,02	0,00	0,37
	<i>Kimmel</i>	0,01	0,01	0,46
	Lāčplēsis	0,09	0,08	0,15
	Līvu	0,09	0,07	0,12
	Tērvetes	0,05	0,08	0,31

Avots: autores empīrisks pētījums 2006. gada augustā – novembrī ar īsti nejaušas izlases metodi.

Salīdzinot patērētāju vērtīgumu un tās pieaugumu tuvākajiem zīmolliem pēc tirgus daļas – „Aldara” alum un „Cēsu alum” (tirgus daļas attiecīgi 40% un 19%, 2006. gada dati, avots LADS), tikai „Aldara” alus zīmolam ievērojami pieaug patērētāja vērtīgums nākotnē. Autore to skaidro ar apsvērumu, ka, pirmkārt, „Aldara” alu nākamajā pirkumā izvēlētos 55% no kategorijas pircējiem, savukārt „Cēsu alu” tikai 30 ar nosacījumu, ka nākamajā pirkuma reizē var izvēlēties ne tikai vienu zīmolu. Otrkārt, „Aldara” alus zīmola gadījumā oriģinālo mainīgo vidējie novērtējumi gandrīz visos rādītājos bija augstāki. Pēdējais arguments apstiprina mārketinga virzītāj spēku snieguma efektu uz patērētāja vērtīgumu. Patērētāja

vērtīgums nav pircēja vai tā kopuma nodrošinātais apgrozījums zīmolam analizējamā periodā, bet gan gaidāmajai peļņai tuvināts mērījums. Tāpēc, izmantojot PVZ, piemēram, patērētāju kopējā kapitāla (*Customer equity*) aprēķins precīzi neatspoguļos ne tirgus daļu, ne gaidāmo apgrozījumu, bet gan relatīvo tirgus daļu samērojumu. Ņemot vērā veiktos aprēķinus PVZ noteikšanā un autores analīzi, apstiprinās hipotēzes, proti, var noteikt patērētāju vērtīgumu zīmolam ātrās aprites produktu kategorijā; pircēji nākamajos pirkumos biežāk izvēlēšies savu iecienīto zīmolu; patērētāju dzīves vērtība ātrās aprites produktu kategorijā pakāpeniski palielinās.

5. tabula

**Zīmolu uzticīgo patērētāju vērtīguma aprēķins  
nākamajiem sešiem pirkumiem**  
*Customer lifetime value of brand-loyal customers for the next six purchases*

Pastāvīga piesaiste (1 mēnesim jeb vidēji sešiem pirkumiem)		„Aldara” alus zīmols	„Bauskas alus” zīmols	„Cēsu alus” zīmols
Pēdējā pirkšanas reize nopirkta alus marka		Vidējā aritmētiskā vērtība	Vidējā aritmētiskā vērtība	Vidējā aritmētiskā vērtība
	Aldara	1,20	0,02	0,07
	Bauskas	0,05	0,33	0,16
	Cēsu	0,02	0,00	0,42
	<i>Kimmel</i>	0,01	0,01	0,46
	Lāčplēsis	0,09	0,08	0,15
	Līvu	0,08	0,07	0,11
	Tērvetes	0,05	0,07	0,28
Citas markas alus	0,07	0,07	0,19	

*Avots: autores empīrisks pētījums 2006. gada augustā – novembrī ar īsti nejaušas izlases metodi.*

## Secinājumi un priekšlikumi

Apkopojot veikto pētījumu un aprobētā modeļa analīzes rezultātus, autore ir ieguvusi apstiprinājumus vairumam izvirzīto hipotēžu un secinājusi, ka mārketinga efektivitātes novērtējuma modeli iespējams izmantot ātrās aprites produktu kategorijās, lai noteiktu dažādu mārketinga virzītāj spēku nozīmīgumu konkurences situācijā un to ietekmi uz zīmolu pircēju vērtīgumu noteiktā periodā.

Tā kā modeļa aprobācija tika veikta tikai vienā no ātrās aprites produktu kategorijām, kuru var definēt drīzāk kā baudīšanai paredzētu, tad joprojām aktuāls ir jautājums, vai iegūtos rezultātus un secinājumus var attiecināt uz citām ātrās aprites produktu kategorijām un jo īpaši uz pirmās nepieciešamības produktiem. Šim modelim ir daži kritiskie panākumu faktori, kas var noteikt aprobācijā iegūto secinājumu derīgumu citās, līdzīgās produktu kategorijās. Tie ir – mārketinga virzītāj spēki, pirkumu apjoms un biežums analīzes laika periodā, pirkuma nodomi un iepriekšējais pirkums. Turpmāk autore argumentē kritisko faktoru jutīgumu:

- 1) Visi PVZ modeļi ir vairāk vai mazāk vērsti uz kategorijām. Šis modelis ir paredzēts prognozēšanai ātrās aprites produktu kategorijā, jo ņem vērā kategorijai raksturīgos parametrus – liels patērētāju un darījumu skaits, zems iesaistījums darījumā,<sup>12</sup> subjektīva informācija par patērētājiem. Šīm

produktu kategorijām raksturīga piesātināta konkurence, inovāciju jeb produktu unikalitātes trūkums, intensīvas mārketinga komunikācijas. Šie apsvērumi noteic, ka tām ir raksturīgi kopīgi mārketinga virzītājspēki, kas ietekmē pircēju uzvedību, – pieņēmumi par produktu, pieņēmumi par pievienoto vērtību jeb zīmolu un darījumu attiecību noturēšana un aktivizācija.<sup>13</sup> Gaidāms, ka varētu atšķirties virzītājspēku relatīvais nozīmīgums: 1) kategorijās, kuras var raksturot vairāk kā ikdienā nepieciešamas (piemēram, ikdienas pārtikas preces, sadzīves ķīmijas produkti) un drīzāk baudīšanai paredzētas (piemēram, šokolāde vai alkoholiskie dzērieni); 2) vienas kategorijas zīmoliem, ja tiem būs atšķirīga mārketinga aktivitāte un atšķirīgs zīmolu kategorijas attīstības dzīves cikls. Tā kā šis ir mārketinga efektivitātes novērtējuma modelis, tad galvenais tā lietojuma ierobežojums attiecas uz kategorijām, kurās neizmanto vai reti izmanto mārketinga aktivitātes. Tādas varētu būt produktu kategorijas, kurām raksturīgs lielāks pirkuma inertums (piemēram, maizes izstrādājumi).

- 2) Pirkumu apjoms un biežums periodā ātrās aprites produktu kategorijās ir lielāks nekā līdz šim izmantotajos PVZ modeļos, kur pirkuma biežums periodā ir vienāds vai mazāks par 1. Viens no ierobežojumiem, kas saistīts ar PVZ modeļu izmantojumu dažādās produktu kategorijās, ir patērētāju vērtīguma modelēšanas analīzei izmantojamais laika periods un atšķirīgs produkta patēriņš noteiktā laika periodā (T). Tā kā ātrās aprites produktu kategorijās pirkuma biežums periodā ir lielāks par 1, tad vērtīguma prognozēšanā atšķirīgi no pakalpojumu kategorijām tiek lietots diskontēšanas indikators. Lai padarītu PVZ izmantojamu produktu kategorijām, oriģinālā modeļa autori lieto nevis laika perioda diskontēšanu, bet pirkuma diskontēšanu respondentu līmenī līdz noteiktam pirkumu skaitam, un tiek summēti pirkumi, nevis periodi. Tādējādi šī pieeja paredz kategorijai atbilstošāku un precīzāku patērētāju vērtīguma aprēķinu. Arī pirkuma apjoms un pirkuma biežums tiek noteikts indivīda līmenī, kas nozīmē, ka patērētāju vērtīgumu zīmolam ietekmē arī šie mainīgie. Tā, piemēram, pirmās nepieciešamības produktu kategorijās pirkumu biežums un apjoms būs lielāks nekā impulsa produktu kategorijās vienā laika periodā. Ikdienas patēriņa produktu kategorijām jeb utilitārām precēm salīdzinājumā ar impulsa produktiem (arī alus ir pieskaitāms pie impulsa produktiem) ir lielāka noteiktība patēriņa biežuma un apjoma novērtējumā, līdz ar to gaidāms precīzāks modeļa prognozēšanas spēks.
- 3) Ātrās aprites produktu kategorijā kā prognozētājs tiek izmantoti patērētāja pirkuma nodomi un iepriekšējais pirkums. Kopumā pastāv pieņēmums – jo mazāks ir starppirkumu periods, jo tie ir labāki prognozētāji ekonometriskajos modeļos. Pie tam utilitārām jeb ikdienas produktu kategorijām tie ir labāki prognozētāji nekā impulsa produktu kategorijām, jo pirmajām vairāk raksturīgi rutinēti jeb inerces vadīti pirkumi. Līdz ar to zinātniskajā pētījumā iegūtos rezultātus var attiecināt arī uz citām ātrās aprites produktu kategorijām, un modeli ieteicams izmantot gan par konkurences analīzes instrumentu, gan arī mārketinga budžetu plānošanā.

## PIEZĪMES

- <sup>1</sup> Rust R., Lemon K., Zeithaml V. Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, Vol. 68, January 2004, p. 112 (p. 109–127).
- <sup>2</sup> Ibid., p. 112.
- <sup>3</sup> Berger P., Nasr B. Customer Life-Time Value. *Journal of Interactive Marketing*, 1998, Vol. 12, No. 1, p. 25 (p. 17–30).
- <sup>4</sup> Rust R., Lemon K., Zeithaml V. Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, Vol. 68, January 2004, p. 112.
- <sup>5</sup> Ibid., p. 114.
- <sup>6</sup> Ibid., p. 115.
- <sup>7</sup> Avots: CSP datu bāzes, Iedzīvotāji, 4\_5. Pieejams: [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv) (skatīts 2006. gada 21. janvārī)
- <sup>8</sup> Rust R., Lemon K., Zeithaml V. Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, Vol. 68, January 2004, p. 114.
- <sup>9</sup> Ibid.
- <sup>10</sup> Ibid.
- <sup>11</sup> Ibid.
- <sup>12</sup> Roemmer E. The Impact of Dependence on the Assessments of Customer Lifetime Value in Buyer-Seller Relationship. *Journal of Marketing Management*, 2006, Vol. 22, p. 101 (p. 89–109).
- <sup>13</sup> Rust R., Lemon K., Zeithaml V. Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, Vol. 68, January 2004, p. 115–117.
- <sup>14</sup> Ibid., p. 112 (p. 109–127).

## LITERATŪRA

1. Bechwati N., Eshghi A. Customer Lifetime Value Analysis. *The Marketing Management Journal*, 2005, Vol. 15, Is. 2, p. 90 (p. 87–100).
2. Berger P., Bechwati N. Customer Life-Time Value. *Journal of Interactive Marketing*, 1998, Vol. 12, No. 1, p. 17–30.
3. Berger P., Bechwati N. The Allocation of Promotion Budget to Maximize Customer Equity. *The International Journal of Management Science*, 2001, No. 29, p. 29–61.
4. Berger P., Nasr B. Customer Life-Time Value. *Journal of Interactive Marketing*, 1998, Vol. 12, No. 1, p. 25 (p. 17–30).
5. Gurau C., Ranchhod A. How to Measure Value of Customer. *Journal of Targeting, Measure, and Analysis for Marketing*, 2002, Vol. 203, p. 204 (p. 203–219).
6. Hair J. F., Anderson R. E., Tatham R. L., Black W. C. *Multivariate data analysis*. Prentice Hall, 1998, p. 733.
7. Kaynama S., Smith L. Predicting Buying Behaviour from Buyer Intent. *Journal of Strategic Marketing*, 1994, p. 281–291.
8. Kumar V., Venkatesan R. A Customer Lifetime Value Framework for Customer Selection and Resource Allocation Strategy. *Journal of Marketing*, Oct 2004, Vol. 68, Issue 4, p. 106–125.
9. Lemon K., White T., Winer R. Dynamic Customer Relationship Management: Incorporating Future Considerations into the Service Retention Decision. *Journal of Marketing*, Jan 2002, Vol. 66, Issue 1, p. 1–14.
10. McGregor S. Using Social and Consumer Values to Predict Market-Place Behavior: Questions of Congruency. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 2002, Vol. 24(2), p. 94–103.
11. Pfeifer P., Carraway R. Modelling Customer Relationships as Markov Chains. *Journal of Interactive Marketing*, 2001, Vol. 14, No. 2, p. 43–55.

12. Punj N., Hillyer C. Cognitive Model of Customer-Based Brand Equity for Frequently Purchased Products: Conceptual Framework and Empirical Results. *Journal of Consumer Psychology*, 2004, Vol. 14, Issue 1/2, p. 124–131.
13. Roemmer E. The Impact of Dependence on the Assessments of Customer Lifetime Value in Buyer-Seller Relationship. *Journal of Marketing Management*, 2006, Vol. 22, p. 93; 100–102 (p. 89–109).
14. Rust R., Lemon K., Zeithaml V. *Driving Customer Equity*. NY: Free Press, 2002, p. 299.
15. Rust R., Lemon K., Zeithaml V. Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, January 2004, Vol. 68, p. 109–127.
16. Studemund A. *Using Econometrics. A Practical Guide*. Addison Wesley Longman, 2001, p. 640.
17. Verhoef P. C. Understanding the Effect of Customer Relationship Management Efforts on Customer Retention and Customer Share Development. *Journal of Retailing*, 2003, Vol. 67, p. 30–45.
18. Vankatesan R., Kumar V. A Customer Lifetime Value Framework for Customer Selection and Resource Allocation Strategy. *Journal of Marketing*, 2004, Vol. 68, p. 108.
19. CSB datu bāzes, *Ekonomika un finanses, sadaļas 7\_8; 7\_10; 7\_11; 7\_12*. Pieejams: [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv) (skatīts 2006. gada novembrī)

## Summary

Customer lifetime value for a brand/company is lately one of the most discussed and studied conceptions of effectiveness. Up to now, the majority of surveys determined customer lifetime value in branches where relationship between the buyer and the seller are contractually established, and where it is possible to carry out monitoring according to the accomplished transactions and the buyer's reaction to the seller's activities. In order to answer the current research needs – whether and how the econometric model of consumer lifetime value determination can be applied to the category of fast moving goods – the author chose to approbate the model of marketing driver effectiveness estimation as the basis of this research. The novelty of this paper is the use of survey data in the modelling of the impact of marketing drivers on consumer lifetime value in the category of fast moving goods. This model also is promising with regard to linking three important dimensions – marketing activities, consumer behaviour, and customer lifetime value. This paper answered to the relevant research question, namely, the application of econometric models can help address the questions about company competitiveness and business development forecasting, it can also be applicable to the category of fast moving goods in order to determine customer lifetime value.

Methods of statistical analysis are used in the study for data procession and analysis – indicators of central tendency and variance, as well as methods of econometric analysis: t-test (for testing of hypotheses), factor analysis, principal component analysis, correlation analysis, logistic regression analysis, and Markov chain probability determination model for different periods of time.

**Keywords:** marketing, marketing effectiveness, customer lifetime value, brand equity, brand utility.

## **Konverģences procesa un nekustamā īpašuma tirgus attīstības ietekme uz makroekonomiskajiem rādītājiem Latvijā**

### **The Influence of Convergence Process and the Real Estate Market Development on the Macroeconomic Indicators of Latvia**

**Normunds Šlitke**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *Normunds@rzf.lv*

**Signe Bāliņa**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *signe.balina@lu.lv*

Līdz ar Latvijas Republikas iestāšanos Eiropas Savienībā ir zudušas muitas robežas, daļēji atvēries kopējais Eiropas Savienības darba tirgus un zuduši daudzi citi mākslīgi politiskie šķēršļi, kas parasti izraisa būtiskas atšķirības makroekonomiskajos rādītājos starp valstīm. Tādējādi Latvija ir nonākusi kopējā ekonomiskajā telpā, kas veicina konverģences procesus jeb tautsaimniecības makroekonomisko rādītāju izlīdzināšanos starp šīs ekonomiskās telpas dalībvalstīm.

Protams, brīva tirgus apstākļos konverģences procesi dažādās tautsaimniecības nozarēs un atsevišķos sektoros nevar notikt vienādā ātrumā, tāpēc tuvināšanās procesā veidojas nelīdzsvarotība starp dažādiem ekonomiskajiem sektoriem un atsevišķiem makroekonomiskajiem rādītājiem valstī, piemēram, algu līmeni, inflāciju, darbaspēka pieejamību, ārējās tirdzniecības tekošā konta saldo, kas atgriezeniskās saites veidā var palēnināt pašu konverģences procesu.

Viens no visstraujāk konverģējošiem tautsaimniecības sektoriem ir nekustamā īpašuma tirgus, kurš turklāt aizvien nav pilnībā liberalizēts, šajā nozarē saglabājoties gan administratīvi regulētām cenām, gan citiem ierobežojumiem, piemēram, nekustamā īpašuma iegādē. Nekustamo īpašumu cenas kopš 2003. gada sākuma, kad Latvijai pavērās iespēja iestāties Eiropas Savienībā, ir augušas tuvu ģeometriskajai progresijai, piemēram, zemes cenām katru gadu caurmērā divkārtējoties un četros gados no 2003. gada līdz 2007. gadam kopumā pieaugot aptuveni 20 reizes. Tas, no vienas puses, ir nesamērīgi sadārdzinājis mājokļu tirgu, bet, no otras puses, veicinājis nozīmīga naudas daudzuma ieplūšanu Latvijas tautsaimniecībā, kas, savukārt, ir uzskatāms gan par vienu no dzinūļiem straujai ekonomikas attīstībai, gan arī par būtiskāko pārmērīgās inflācijas izraisītāju.

Darba mērķis ir novērtēt konverģences procesu un nekustamā īpašuma tirgus attīstības mijiedarbību, lai novērtētu to ietekmi uz Latvijas makroekonomiskajiem rādītājiem un tautas labklājības pieauguma tempiem, rosinot diskusiju par vispārārtīto makroekonomisko

likumsakarību tiešu izmantojamību tik mazās un atvērtās ekonomikās, kāda ir Latvijas ekonomika.

Darbā apskatīts laika posms no 2004. gada līdz 2007. gadam. Atsevišķos gadījumos, lai gūtu vēsturisku novērtējumu, aplūkots plašāks laika intervāls.

**Atslēgvārdi:** konverģence, nekustamā īpašuma tirgus, inflācija, Eiropas Savienība, makroekonomiskie rādītāji, labklājība.

## Latvijas neatkarības atjaunošana un diverģences procesi

1989. gada 28. jūlijā Latvijas PSR Augstākā Padome pieņēma Deklarāciju par Latvijas valsts suverenitāti, 1990. gada 4. maijā – Deklarāciju par Latvijas Republikas neatkarības atjaunošanu, savukārt 1991. gada 21. augustā – Latvijas Republikas konstitucionālo likumu „Par Latvijas Republikas valstisko statusu”, ar šo *de jure* un *de facto* atjaunojot Latvijas valstisko neatkarību un suverenitāti.

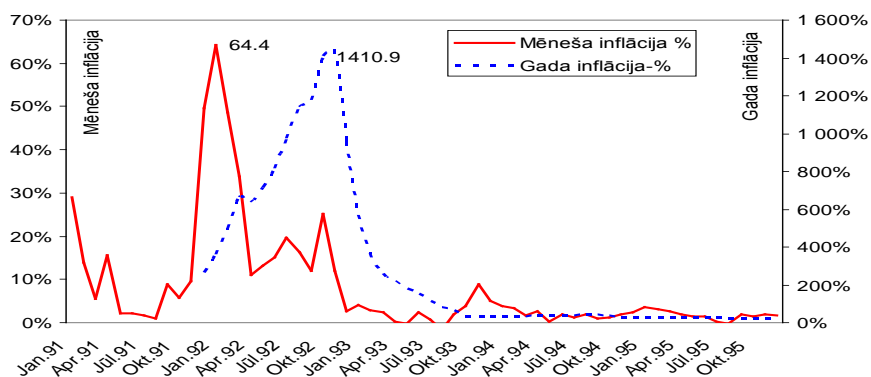
Šajā laikā notika konverģencei pretējie diverģences procesi, Latvijas ekonomikai attālinoties no Krievijas un Neatkarīgo Valstu Savienības (NVS) ekonomiskās atkarības. Valstī tika uzsākta īpašuma reforma – tika atjaunota zemes civiltiesiskā apgrozība, tika denacionalizēti namīpašumi un uzsākta valsts un pašvaldības īpašuma objektu privatizācija, piešķirot lietošanā un privatizējot vai nododot izpirkt valstij piekritīgos nekustamos īpašumus. Atjaunotās valsts ekonomika saskārās ar hiperinflāciju (1. att.), kas bija aizsākusies vēl pirms Latvijas valstiskās neatkarības atjaunošanas un bija saistīta ar valsts atrašanos PSRS jeb Krievijas rubļa zonā, šai valūtai strauji zaudējot savu vērtību.

Tā kā apgrozībā bija kaimiņvalstī emitēta nauda un monetārā situācija bija pilnībā atkarīga no attiecībām ar Krievijas Centrālo banku, proti, no iespējas iegādāties no tās skaidru naudu un kredīta resursus, Latvijas Banka nevarēja ietekmēt naudas apgrozību valstī. Izeja no radušās situācijas bija pagaidu naudas, Latvijas rubļa, laišana apgrozībā. Tāpēc ar Latvijas Republikas Naudas reformas komitejas 1992. gada 4. maija lēmumu „Par Latvijas rubļa ieviešanu apgrozībā” no 1992. gada 7. maija Latvijas Republikas teritorijā apgrozībā tika laisti Latvijas rubļi kā likumīgs maksāšanas līdzeklis paralēli esošajām PSRS Valsts bankas un Krievijas Federācijas naudas zīmēm attiecībā 1:1. Inflācijas līmenim Latvijā pakāpeniski samazinoties, bet Krievijā saglabājoties hiperinflācijas pazīmēm, bija nepieciešams pilnībā atbrīvoties no Krievijas rubļa ietekmes, tāpēc Naudas reformas komiteja 1992. gada 6. jūlijā pieņēma lēmumu „Par Latvijas rubļa kā vienīgā obligāti pieņemamā maksāšanas līdzekļa noteikšanu Latvijā”, līdz ar to, sākot ar 20. jūliju, Krievijas rublis tika uzskatīts par ārzemju valūtu, kuras kurss pret Latvijas rubli netiek administratīvi regulēts, un tas sekmēja inflācijas strauju samazināšanos.

Pakāpeniska latu banknošu un monētu atgriešanās apritē noritēja kopš 1993. gada, kad 5. martā tika laista apgrozībā pirmā atjaunotā lata naudas zīme – Latvijas Bankas 5 latu banknote, nosakot, ka tās vērtība atbilst 1000 Latvijas rubļu (1 LVL = 200 LVR). Sākās 500 Latvijas rubļu naudas zīmju izņemšana no apgrozības, bet 1993. gada 14. septembrī Latvijas Banka izdeva rīkojumu Nr. 11 „Par Latvijas rubļu pilnīgu izņemšanu no apgrozības” ar 1993. gada 18. oktobri. Formāli naudas reforma valstī tika pilnīgi pabeigta 1998. gada 20. jūlijā, kad apgrozībā laida 500 latu banknoti. Tādējādi laikā no 1992. gada 7. maijam līdz 1993. gada 18. oktobrim notika sekmīga pāreja no PSRS rubļa uz Latvijas latu pēc



kursa 200 rubļi = 1 lats, veicot tikai tehnisku naudas zīmju maiņu un mākslīgi nedevalvējot apgrozībā esošo naudu. Latvijas valdība un Latvijas Banka nebija atbildīga par brūkošās Padomju Savienības izraisīto hiperinflāciju, noteiktais apmaiņas kurss 1:200 tikai konstatēja esošo situāciju, nosakot valūtas kursu ar tādu aprēķinu, lai arī mazākajai naudas vienībai, proti, 1 santīmam, būtu kāds ekonomisks svars un reāla vērtība. Tādējādi nepamatots ir mīts, ka ar šāda apmaiņas kursa noteikšanu tika samazināti iedzīvotāju uzkrājumi – tos PSRS rubļos iznīcināja pirms naudas reformas notikusī hiperinflācija PSRS, NVS un Krievijas ekonomiskajā telpā.



1. att. Gada un mēneša inflācija Latvijā 1991.–1995. gadā (9)  
*Inflation in Latvia 1991–1995, m/m-1, m/m-12*

## Valsts virzība uz Eiropas Savienību un iestāšanās ES

Tikai nepilnus četrus gadus vēlāk, 1995. gada 12. jūnijā, Luksemburgā tika parakstīts Eiropas Līgums par asociācijas izveidošanu starp Eiropas Kopienām un to dalībvalstīm un Latvijas Republiku, kas stājās spēkā 1998. gada 1. februārī un paredzēja pakāpeniski izveidot brīvu tirdzniecības telpu precēm un tuvināt Latvijas likumdošanu ES tiesību un pienākumu kopumam, kā arī veicināt sadarbību citos jautājumos.

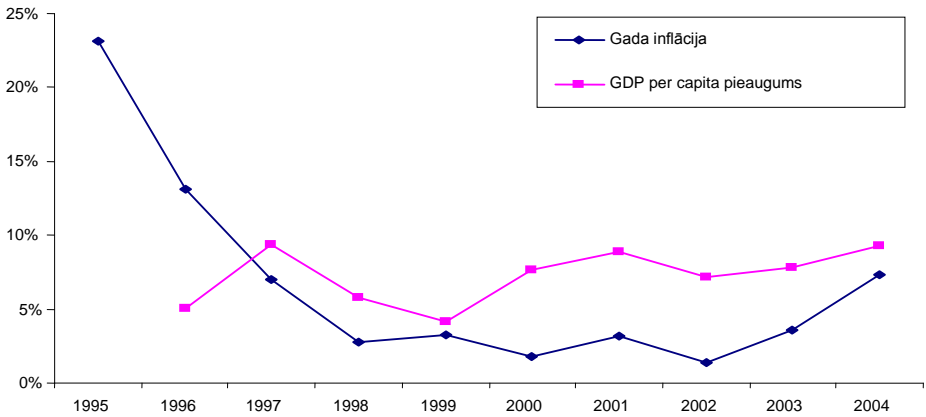
1995. gada 27. oktobrī Latvijas Republika izteica vēlēšanos iestāties Eiropas Savienībā, Latvijas valdībai iesniedzot pieteikumu dalībai ES. 1997. gada decembrī ES Padome pasludināja ES paplašināšanās procesu par atvērtu, tajā iekļaujot arī Latviju. 1999. gada decembrī ES Padome Helsinkos pieņēma lēmumu par Latvijas uzaicināšanu uz iestāšanās sarunām, un 2000. gada 15. februārī sarunas par iestāšanos ES tika oficiāli atklātas starpvaldību konferencē.

Latvijai, tāpat kā pārējām deviņām kandidātvalstīm 1993. gadā ES Padomē Kopenhāgenā tika izvirzīti formulētie iestāšanās kritēriji, kas noteica arī spēju uzņemties dalībvalsts pienākumus, tai skaitā nodrošinot politiskās, ekonomiskās un monetārās savienības mērķus, funkcionējošu tirgus ekonomiku, kas spēj izturēt Eiropas Savienības tirgus spēkus un konkurences spiedienu.

Pirmās iestāšanās sarunu sadaļas tika atvērtas 2000. gada 28. martā. Saskaņā ar LR sarunu pozīciju Latvijas Republikas valdība tika pieņēmusi 2003. gada 1. janvāri par datumu Latvijas gatavībai iestāties ES, līdz tam ieviešot visus ES pamatlikumus

brīvas preču kustības jomā, nepieprasot pārejas periodu vai atkāpes šajā sadaļā (14) un pamatlukumus brīvas pakalpojumu kustības jomā (13), ar atrunām atsevišķās nozarēs, piemēram, jautājumā par nekustamā īpašuma iegūvi saistībā ar brīvību veikt uzņēmējdarbību, norādot, ka šie jautājumi tiks atspoguļoti Latvijas Republikas sarunu pozīcijā sadaļā *Brīvā kapitāla kustība*.

2002. gada 13. decembrī ES Padomes tikšanās laikā Kopenhāgenā tika pieņemts lēmums slēgt iestāšanās sarunas ar 10 kandidātvalstīm, tai skaitā arī ar Latviju. Šajās sarunās tapa Pievienošanās līgums, kas tika parakstīts 2003. gada 16. aprīlī Atēnās. 2003. gada 20. septembrī Latvijas tauta nobalsoja par Latvijas dalību Eiropas Savienībā, un 2004. gada 1. maijā Latvija kopā ar vēl deviņām valstīm – Igauniju, Lietuvu, Poliju, Slovākiju, Čehiju, Ungāriju, Slovēniju, Maltu un Kipru – kļuva par pilntiesīgām Eiropas Savienības dalībvalstīm.



2. att. Gada inflācija Latvijā un IKP pieaugums uz vienu iedzīvotāju 1995.–2004. gadā (9)  
*Inflation in Latvia 1995–2004 and the growth of per capita GDP*

Kopš šī brīža Latvijas attīstība aplūkojama ES un pasaules globālo procesu kontekstā. Latvijai iestājoties ES, ir noņemtas jebkuras barjeras brīvai preču plūsmai starp Latviju un citām ES dalībvalstīm. Brīva preču plūsma nozīmē: ja kaut kas Latvijā maksā lētāk, bet citās ES dalībvalstīs, kaut vai Lietuvā un Igaunijā, dārgāk, preces no Latvijas plūdis projām izdevīgākos virzienos, ja vien šīs preces vai pakalpojumi ir starptautiski tirgojami.

Neņemot vērā visai straujo ekonomikas attīstību, Latvijā līdz tās pievienošanās brīdim Eiropas Savienībai bija vērojama visai zema inflācija (2. att.). Inflācija lielā mērā bija politiski un administratīvi regulēta un tādēļ nedabiski zema. Proti, saskaņā ar *Balassa-Samuelsona* efektu (2; 5) strauji augošās ekonomikās inflācijai ir jābūt augstākai nekā stabilās ekonomikās. Tā kā galvenais faktors, kas ietekmē algas ilgtermiņā, ir produktivitāte ārēji tirgojamo preču jomā, mazāk attīstītās valstīs ar zemāku produktivitāti parasti ir zemākas cenas kopumā, jo tās ietekmē ārēji netirgojamo preču pieprasījuma cenas, kas, savukārt, ir atkarīgas no algu līmeņa valstī. Tikmēr konverģences procesu dēļ parasti pieaug ārēji tirgojamo preču produktivitāte, un tas veicina algu celšanos ārēji tirgojamo preču sektorā un izraisa algu izlīdzināšanos arī netirgojamo preču

vai pakalpojumu sektorā, veicinot kopējo algu pieaugumu un inflācijas palielināšanos, jo palielinās arī kopējais cenu līmenis.

Saskaņā ar tālaika sabiedriskās domas aptaujām vairums Latvijas pilsoņu un, protams, arī nepilsoņi, neatbalstīja Latvijas pievienošanos ES. Latvijas sabiedrība salīdzinājumā ar citām dalībvalstīm bija viena no tām, kas visvairāk noraidīja ideju par pievienošanos ES. Tādējādi Latvijas valdībai bija nepieciešams veikt pasākumu kopumu, lai Latvijas tauta nobalsotu par valsts pievienošanos ES. Šādi pasākumi bija arī administratīvi regulētu cenu uzturēšana nekustamā īpašuma jomā un nekustamā īpašuma neaplikšana ar nodokļiem, kā arī ilgstoša nodokļa kadastrālās bāzes nepārskatīšana. Tā, piemēram, ar likumu ilgstoši tika noteikti tā saucamie īres griesti denacionalizētajos namos, kas nesedza pat īpašuma apsaimniekošanas izdevumus, nebija iespējams arī veidot ēkas amortizācijas atskaitījumus vai gūt peļņu. Tāda pati situācija veidojās privatizētajos dzīvokļos, kuru apsaimniekošanas maksa vēl aizvien tiek dotēta un nerada stimulu uzsākt privatizētās ēkas pārņemšanu un remontus.

Ne valsts, ne pašvaldības arī nerūpējās par dzīvojamo ēku būvniecību mazturīgajiem iedzīvotājiem, šo sociālo nastu uzliekot uz namīpašnieku pleciem. Kopumā tas radīja nekustamā īpašuma tirgus izkropļojumus, kas vairāku gadu garumā kavēja nekustamā īpašuma tirgus un hipotekārā kredīta tirgus attīstību.

Tādējādi, par spīti valsts straujai ekonomiskai attīstībai un augstam iekšzemes kopprodukta pieaugumam uz vienu iedzīvotāju, inflācija no 1998. līdz 2003. gadam bija niecīga, iespējams, pat nesasniedzot pamatinflācijas līmeni, ko zināmā mērā varētu izskaidrot arī ar pārlietu lielo inflāciju pirms tam, pieņemot, ka inflācijas inerces dēļ ir bijušas pārsniegtas cenas atsevišķos tautsaimniecības sektoros.

## Latvijas Konverģences programma

Jēdziens „valstu konverģence” plašāk nozīmē to, ka dažādas valstis kādā jomā tuvojas noteiktiem kritērijiem un kādā brīdī satiekas vienā punktā. Šis jēdziens šaurākā nozīmē atspoguļo kritērijus, kas valstij ir jāizpilda, lai pievienotos vienotajai ES valūtai eiro, proti, ES dalībvalstīm jāizpilda četri īpaši protokolā fiksēti kritēriji:

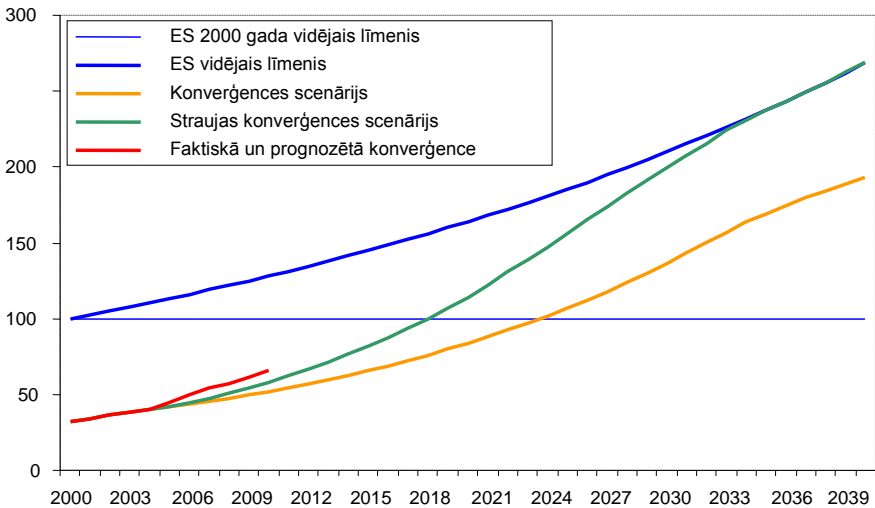
- inflācija nedrīkst pārsniegt trīs šajā jomā vislabāko dalībvalstu rādītājus par vairāk kā 1,5 procentu;
- ikgada budžeta deficītam jābūt zemākam par 3% no IKP, un kopējam valsts parādam jābūt mazākam par 60% no IKP;
- divus gadus nacionālajai valūtai jābūt fiksēti piesaistītai eiro bez devalvācijas;
- ilgtermiņa procentu likme nedrīkst pārsniegt trīs vislabāko dalībvalstu vidējo procentu likmi un nedrīkst pārsniegt 2%.

Eiropas Parlamenta deputāti, izvērtējot 2006. gada konverģences ziņojumu par Lietuvu (6), ir norādījuši, ka būtu jāpārskata iestāšanās kritērijos ietvertās prasības par inflāciju. Pārskatot inflācijas kritēriju, ieteikts ņemt vērā t.s. *Balassa-Samuelsona* efektu (2; 5), proti, apsvērumu, ka strauji augošās ekonomikās inflācija būs augstāka nekā stabilās ekonomikās. Parlaments ir paudis arī bažas par divu

atšķirīgu cenu stabilitātes definīciju izmantošanu, norādot, ka šāda pieeja ir maldinoša un var negatīvi ietekmēt tirgu un dalībvalstis.

LR Finanšu ministrijas sagatavotā un kārtējam laika posmam atjaunotā Latvijas Konverģences programma (7) atspoguļo Latvijas valdības mērķi Latviju attīstīt saskaņā ar Stabilitātes un izaugsmes paktā noteiktajiem principiem par pilntiesīgu Eiropas Ekonomiskās un monetārās savienības dalībvalsti. Tādējādi valsts ekonomiskās stratēģijas mērķis ir nodrošināt tādu iedzīvotāju labklājības līmeņa pieaugumu, kas pārskatāmā nākotnē ļautu panākt konverģenci ar pārējām dalībvalstīm, sasniedzot ES valstu vidējo līmeni.

Lai to panāktu, Latvijai ir jāaglabā augsta un stabila ekonomiskā izaugsme, kuras tempiem ir būtiski jāpārsniedz ES vidējie izaugsmes un labklājības pieauguma rādītāji.



3. att. Latvijas konverģences scenāriji un prognozes par IKP pieaugumu uz vienu iedzīvotāju (9; 10)

*The scenarios of the convergence of Latvia and forecasts of per capita GDP*

Jau 2003. gadā pirms tautas nobalsošanas par Latvijas pievienošanu ES LR Ekonomikas ministrijas mājas lapā publicēts valdības informatīvais materiāls „Latvijas iestāšanās ES – vienīgais attīstības scenārijs, kas dod iespēju nākamo 20–30 gadu laikā sasniegt Rietumvalstu labklājības līmeni” (10). Valdība norāda, ka saskaņā ar ekonomistu aprēķiniem ir iespējami divi optimistiski valsts iedzīvotāju labklājības attīstības scenāriji, ja Latvija iestāsies ES, proti, *Straujās konverģences scenārijs* un *Konverģences scenārijs*, kā arī divi pesimistiski attīstības scenāriji – *Stagnācijas scenārijs* un *Diverģences scenārijs*, Latvijai paliekot ārpus ES (3. att.).

Abu konverģences scenāriju galvenais priekšnoteikums ir konsekventi realizēta struktūrpolitika, kas vērsta uz jaunās, uz zināšanām balstītas ekonomikas izveidošanu un tradicionālo tautsaimniecības nozaru atjaunošanu ar modernu tehnoloģisko bāzi. Atšķirības starp straujās konverģences un konverģences

scenāriju nosaka ārējās vides apstākļi, proti, lēnās konverģences scenārijs realizēsies, Latvijai atliekot iestāšanos ES par dažiem gadiem, kas palēninātu valsts ekonomisko izaugsmi, jo Latvijas iestāšanās ES ietekmē ne tikai ārējās ekonomiskās vides apstākļu maiņu – tas, ka Latvija kļūst par vienotā tirgus dalībnieci, ievērojami iespaido arī iekšējās struktūrpolitikas veidošanas un realizācijas apstākļus.

Valdība prognozēja, ka, pievienojoties ES 2004. gadā, konverģences procesu dēļ Latvija jau 2017. gadā varētu sasniegt ES 2000. gada vidējo līmeni un 2035. gadā pilnībā asimilēties jeb konverģēt ES, gandrīz pilnībā zūdot ekonomiskajām atšķirībām sabiedrības labklājībā starp vecajām un jaunajām dalībvalstīm.

No konverģences scenārija vajadzēja spēt aprēķināt, kādai ir jābūt vidējai inflācijai nākamo gadu laikā, proti, saskaņā ar *Balassa-Samuelsona* efektu (2; 5) pastāv cieša un nozīmīga korelācija starp cenu līmeni un iekšzemes kopprodukta lielumu (3). Analogiski ir jābūt iespējai aptuveni noteikt arī citus makroekonomiskos rādītājus, piemēram, iekšzemes kopprodukta ikgadējo vidējo pieaugumu, gaidāmo Latvijas ārējo maksājumu bilanci un plānoto ārējo maksājumu tekošā konta saldo jeb faktiski – tā nenovēršamo deficītu, ik gadu saņemot ES tiešos maksājumus un valstī ienākot visu veidu investīcijām.

Tādējādi valdībai bija iespējams noteikt gaidāmo vidējo inflāciju pēc Latvijas iestāšanās ES. Tā kā ir zināms ES veco dalībvalstu iedzīvotāju patēriņa grozs un to veidojošo preču un pakalpojumu cenas, nevarētu būt grūti aprēķināt gaidāmo vidējo gada inflāciju laika posmā no 2004. līdz 2017. gadam – periodā, kurā tika plānots sasniegt ES vidējo labklājības līmeni 2000. gadā, kā arī noteikt ikgadējo asimptotiski sarūkošo un konverģējošo inflāciju nākamajiem 15 gadiem.

Pašlaik straujās konverģences scenārijs tiek pat apsteigts (3. att. – faktiskā un tuvākajiem gadiem prognozētā konverģence, kas atrodama valdības politiskajos dokumentos, piemēram, 2008. gada valsts budžeta projektā). 2006. gada konverģences ziņojums liecina, ka dalībvalstis, lai arī atšķirīgā tempā, tomēr gūst panākumus ceļā uz konverģenci. Lai varētu ieviest eiro, valstij ir jāsasniedz augstas pakāpes noturīga konverģence attiecībā uz cenu stabilitāti, budžeta stāvokli, valūtas maiņas kursu stabilitāti un ilgtermiņa procentu likmēm, kā arī jānodrošina valsts tiesību aktu atbilstība Līguma noteikumiem un Eiropas Centrālo banku sistēmas (ECBS) un Eiropas Centrālās bankas Statūtiem. 2006. gada konverģences ziņojumā konstatēts, ka tikai trijās no jaunajām ES dalībvalstīm – Čehijā, Kiprā un Polijā – vidējais inflācijas līmenis 12 mēnešos bijis zemāks par atsaucis vērtību, kas 2006. gada oktobrī bija 2,8 procenti. Regulārais divgadu konverģences ziņojums liecina par nevienmērīgu attīstību ceļā uz eiro zonas paplašināšanos (8).

## Valdības inflācijas apkarošanas plāns

Var secināt, ka konverģences procesi vienlaikus ietekmē tādus makroekonomiskos rādītājus kā inflācija, darbaspēka trūkums un tekošā konta deficīts. Savukārt augsta inflācija līdztekus ilgstoši lielajam tekošā konta deficītam, strauji augošajiem patēriņa un kredītēšanas apjomiem un augstajām nekustamā īpašuma cenām tiek uzskatīta par signālu, kas liecina par ekonomiskā līdzsvara problēmām. Tāpēc ekonomiskā izaugsme, kas sasniegusi pēdējo gadu augstāko līmeni,

speciālistos rada pārdomas par iespējamo ekonomikas pārkaršanas lomu šajos notikumos (1). Uz inflācijas pieaugumu, tekošā konta deficīta palielināšanos, kas līdztekus straujajai ekonomikas attīstībai un augstajam valsts kopproduktam liecina par ekonomiskās attīstības disbalansu, uzmanību ir vērsuši gan ārvalstu konsultanti un eksperti, gan vietējie ekonomisti un Latvijas valdība, kā arī Latvijas Bankas vadība.

Iepriekš minēto bažu dēļ starptautiskās reitingu aģentūras ir pazeminājušas Latvijas kā valsts reitingus, kas vienlaikus kalpo kā signāls investoriem samazināt ārvalstu investīcijas mūsu valstī. Kā norāda starptautiskā reitingu aģentūra *Fitch*, Latvijas, Lietuvas un Igaunijas ekonomikā vērojamas pārkaršanas pazīmes, un tām var draudēt reitingu (tālāka) samazināšana, ja vien valstis nepieņems tūlītējus politiskus lēmumus un neizstrādās reālistiskus eiro ieviešanas grafikus (15).

Pēc vairāku speciālistu domām, visvairāk no Baltijas valstīm apdraudēta ir Latvija, kurā var notikt „pēkšņa kapitāla un finanšu plūsmu pielāgošanas un ekonomiskā pieauguma palēnināšanās”, teikts *Fitch* paziņojumā. „Igaunija, Latvija un Lietuva saskaras ar pieaugušu inflāciju, darba tirgus sašaurināšanos, pēkšņu izsniegto kredītu pieaugumu, divciparu tekošā konta deficītu, vienlaikus uzkrājot lielu ārējo parādu nastu.” Visās trijās Baltijas valstīs 2006. gadā izsniegto kredītu pieaugums pārsniedza 50%, vienlaikus Latvijā un Igaunijā bruto ārējā parāda nasta tuvojas 100% no IKP (15).

Gan ārvalstu speciālisti, gan Latvijas valdība un Latvijas Banka uzskata, ka valstī ir nepieciešams veikt politiskus pasākumus, lai pievērstos ekonomikas pārkaršanas un ārējo saistību uzkrāšanās problēmām un novērstu draudošo ilgstošo un sāpīgo pielāgošanās procesu. Speciālisti norāda, ka nepieciešams īstenot veiksmīgu un atbilstošu makroekonomisko politiku, panākt tālāku progresu strukturālo reformu īstenošanā un nodrošināt pienācīgu investīciju apjomu, lai spētu sasniegt šo mērķi. Inflācijas nekontrolējamais pieaugums un speciālistu ieteikumi ir sekmējuši Latvijas valdības iejaukšanos valsts ekonomiskajos procesos ar mērķi slāpēt patēriņa pieaugumu un sadzīves preču pieprasījumu, kā arī apturēt inflācijas spirāli, ko valdības ieskatā ir izraisījusi kredītu pieejamība, tās ierosinātā nekustamā īpašuma cenu celšanās un tās radītās inflācijas gaidas.

Tādēļ, lai apturētu inflācijas spirāli un plānveidīgi samazinātu inflāciju, Ministru kabinets 2007. gada 6. martā nāca klajā ar tā saucamo „inflācijas apkarošanas plāna” paketi, kas paredz vairākus radikālus pasākumus – ierobežot kredītu izsniegšanu, ieviest bezdeficīta budžetu un ar nodokļiem aplikt spekulatīvos darījumus ar nekustamajiem īpašumiem, lai līdz 2011. gadam inflāciju Latvijā samazinātu līdz 2–2,5%. Būtiskākie inflācijas ierobežošanas pasākumi saistīti ar budžeta un nodokļu politiku, kredītešanu un citām jomām, kas var uzlabot situāciju nekustamo īpašumu tirgū, darba tirgu, strādājošo produktivitāti un konkurences politiku.

Pasākumu plāns inflācijas mazināšanai ir vērst uz vidēja termiņa mērķu sasniegšanu. Vienlaikus tas paredz arī ātri īstenojamas politikas izmaiņas, kuru atdeve gaidāma jau tuvākajā laikā. Šie pasākumi iedalāmi divās grupās – fiskālie, nodokļu, kredītešanas pieauguma ierobežošanas priekšlikumi paredz īstermiņa un vidēja termiņa politiku īstenošanu, turpretī darba tirgus, produktivitātes, enerģētikas un konkurences pasākumu atdeve pamatā ir plānota vidējā un ilgtermiņā.

Valdība paredz, ka šo pasākumu īstenošana jau tuvākajā laikā jūtami ietekmēs tautsaimniecību un tirgus dalībniekus, samazinot inflācijas spiedienu un inflācijas gaidas. Tādējādi valdība cer jau nākamo gadu laikā samazināt Latvijas inflācijas līmeni par vairākiem procentpunktiem, vidējā termiņā atgriežoties pie inflācijas līmeņa, kas nepārsniedz 3%. Valdība turklāt prognozē, ka, īstenojot šo plānu, 2008. gadā inflācija būs 5–5,5%, 2009. gadā 4–4,5%, 2010. gadā 2,5–3,5%, bet 2011. gadā 2–2,5%.

Valdība uzskata, ka vienīgais iespējama un efektīvākais ceļš inflācijas samazināšanai ir atbildīga fiskālā politika un uz problemātiskajiem sektoriem vērsta politiska rīcība, kas tiešā veidā samazinātu valdības sektora ieguldījumu pieprasījuma inflācijā, kā arī mainītu tirgus dalībnieku motivāciju un rīcību, ievirzot tās ilgtspējīgas attīstības gultnē.

Tajā pašā laikā ir grūti piekrist valdības pārāk straujajai un nepārdomātajai rīcībai attiecībā uz nekustamo īpašumu. Pēc būtības kreditēšanās ierobežošanu var uzskatīt par nesamērīgu, turklāt par prettiesisku var uzskatīt valsts nodevas paaugstināšanu par trešā īpašuma iegādi un ķīlas reģistrāciju zemesgrāmatās. Kaut arī lielākā daļa valdības pretinflācijas plāna pasākumu ir leģitīmi un pat novēloti, valdības rīcība ir sasteigta, nepārdomāta un ekonomikai kopumā kaitējoša.

Tādu makroekonomisko rādītāju kā inflācija, ārējās tirdzniecības tekošā konta bilance, eksports un imports tieša izmantošana mazās un atvērtās ekonomikās prasa papildu izvērtējumu. Proti, šiem jēdzieniem valstī, kurā neeksistē ekonomiskā robeža tās klasiskajā izpratnē, ir cita jēga un cits ekonomiskais svars.

Tas nenozīmē, ka valdībai nebija jādara nekas. Ievērojama ekonomists profesors Miltons Frīdmans (*Milton Friedman*, 31.07.1912.–16.11.2006.) ir norādījis, ka „valsts risinājums problēmai parasti ir tikpat slikts [*tās ekonomikā – aut. piezīme*] kā pati problēma” (*The government solution to a problem is usually as bad as the problem*) (11). Tāpēc rodas bažas, vai Latvijā patiesi ir jāveic politiski pasākumi inflācijas apkarošanai un kādā mērā šādi pasākumi ir attaisnojami un pieņemami. Proti, ir jānoskaidro, vai augstā inflācija apdraud Latvijas ekonomisko attīstību un kādā veidā apdraud.

Šajā sakarā ir vērts precizēt, kādā mērā inflācija ir tikai likumsakarīga konverģences procesa blakne, jo mēģinājumi novērst nenovēršamus cenu šokus var īsā laika posmā radīt negatīvu ietekmi uz tautsaimniecības izaugsmi. Piemēram, naftas cenu pieauguma, tas ir, piedāvājuma šoka, ietekme uz iekšzemes kopproduktu ir pretēja tā ietekmei uz inflāciju. Tāpēc nepiesardzīgi mēģinājumi politiski stabilizēt inflāciju var pastiprināt negatīvā šoka ietekmi uz tautsaimniecības izaugsmi kopumā.

Valdībai patiešām ir jāveic preventīvi soļi, lai stabilizētu ekonomisko izaugsmi valstī un izvairītos no disbalansa izraisītajām ekonomiskajām kataklizmām. Strukturālajām reformām preču, darba un kapitāla tirgos joprojām ir sevišķi būtiska nozīme visas Eiropas līmenī, lai uzlabotu iekšējo tirgu, noārdītu konkurenci ierobežojošās barjeras un tuvotos mērķim – ekonomikas konverģencei. Ja valdība patiešām vēlētos kavēt nekustamā īpašuma tirgus pārkaršanu, pasākumi brīdī, kad šis tirgus jau sāk atdzist, liekas neadekvāti un drīzāk krīzi izraisīši nekā preventīvi. Kādā intervijā, runājot par Ņujorkas mājokļu tirgu, Miltons Frīdmans ir norādījis, „ja valdība neiejauktos nekustamā īpašuma tirgū, šis tirgus būtu daudz labāks, nekā tas ir pašlaik” (12).

## Nekustamā īpašuma tirgus pārkaršanas draudi

Dažos sektoros konverģence notiek straujāk, dažos lēnāk. Tas, savukārt, izraisa ekonomikas destabilizāciju. Tā, piemēram, Latvijā nekustamā īpašuma cenas jau ir sasniegušas veco Eiropas Savienības galvaspilsētu nekustamā īpašuma cenas, algām un citām cenām paliekot daudz zemākā līmenī. Tādēļ Latvijas iedzīvotājiem mājoklis kļūst par nepieejamu preci, kas ekonomiski ir nepieņemams stāvoklis, un šāda situācija ilgtermiņā nevar pastāvēt.

Parasti ekonomiskās attīstības posmā, kurā kļūst pieejamāki kredīti, tiek piedāvāti mērenāki kreditēšanās nosacījumi un ilgāki kredītu termiņi, veidojas nekustamā īpašuma un citu salīdzināmu finanšu aktīvu cenu gan adekvāts, gan arī neadekvāts pieaugums. Tādējādi var pieņemt, ka cenu celšanās tieši izriet no ārējo investīciju un izsniegto aizdevumu apjoma, jo palielinās pircējiem pieejamo naudas līdzekļu daudzums, kas veicina nekustamā īpašuma pieprasījumu, savukārt pieaugošās cenas ļauj izsniegt aizvien lielākus kredītus un piesaista jaunus investorus, jo šķietami vērtīgais nekustamais īpašums kalpo kā tikpat droša hipotekārā ķīla šim aizdevumam un rada drošas peļņas ilūziju (4).

Tā rodas apstākļi spirālveida cenas pieaugumam, kas nebalstās uz saprātīgu fundamentālu un objektīvu nekustamā īpašuma kā finanšu aktīva kritisku novērtējumu. Tāpēc, ja nekustamā īpašuma cenu pieaugumu galvenokārt ietekmē pieejamais naudas līdzekļu apjoms, kā arī nākotnē gaidāmais finanšu avotu pieejamības pieaugums, var pieņemt, ka nekustamā īpašuma tirgū veidojas „cenu burbulis” jeb stāvoklis, kurā minētā aktīva tirgus cena ir ievērojami augstāka par tā objektīvo vērtību.

Arī Latvijā, līdzīgi kā citās jaunajās ES dalībvalstīs, pēdējos gados ir vērojams ārkārtīgi straujš izsniegto kredītu apjoma pieaugums, turklāt būtiska daļa no izsniegtajiem kredītiem ir tieši vai netieši saistīta ar nekustamo īpašumu, kas vienlaikus kalpo par šo aizdevumu hipotekāro ķīlu. Tas rada bažas, ka, mainoties objektīvajiem vai subjektīvajiem apstākļiem, kas pašlaik ierosina cenas pieauguma tendences, vai iedarbojoties jebkādam ārējam nelabvēlīgam faktoram, kas būtiski skartu kādu nozīmīgu tautsaimniecības nozari, nekustamā īpašuma tirgus varētu neizturēt spiedienu uz to un sabrukt, izraisot krīzi citās nozarēs.

Diemžēl nav iespējams rast vienkāršu risinājumu šīs problēmas savlaicīgai atklāšanai un novēršanai. Nekustamā īpašuma tirgus ir neviendabīgs, katra īpašuma cena ir atkarīga ne tikai no objektīviem rādītājiem jeb fundamentālās īpašuma vērtības, piemēram, īpašuma ienesīguma un tirgus pieprasījuma un piedāvājuma, bet arī no sabiedrības paradumiem, mentalitātes, aizspriedumiem un citiem neekonomiskiem un neracionāliem faktoriem.

Turklāt īpašumi parasti ir grūti salīdzināmi un informācija par darījumiem ar līdzīgiem īpašumiem ir ierobežota vai nav pieejama vispār. Nekustamais īpašums ir nelikvids, tas nav pārvietojams, tātad nedz importējams, nedz eksportējams, tādējādi, neņemot vērā tā nozīmīgumu tautsaimniecībā un būtisko īpatsvaru finanšu darījumos, tam nav iespējams noteikt ne globāli salīdzināmas cenas kā, piemēram, naftai, koksnei vai rūdai, kas faktiski ir nekustamā īpašuma lietošanas augļi, nedz arī citādi precīzu un ticamu stabilu novērtējumu. Tā vietā cenas parasti tiek noteiktas sarunu ceļā, un darījumiem ir gari to slēgšanas termiņi, kā arī lielas administratīvās izmaksas. Cenu salīdzināšanu apgrūtina arī dažādu valstu atšķirības likumdošanā, nodokļu jautājumos un būvniecības izmaksās, kā arī iedzīvotāju pirkstspējā. Savukārt



lokālam stabilam vērtējumam parasti pietrūkst precīzas informācijas par nākotnes pieprasījumu un piedāvājumu.

Nākotnes pieprasījums lielā mērā ir atkarīgs ne tikai no ražošanas kāpuma, bet arī no spekulācijām ar nekustamo īpašumu, jo cenu pieauguma brīdī gaidāmais nākotnes vērtības pieaugums stimulē pircējus iegādāties īpašumu tā vērtības pieauguma dēļ, nevis praktiskai izmantošanai. Tas, savukārt, izraisa cenas pieaugumu virs objektīvās šī aktīva vērtības, ja to iegādātos praktiskam lietojumam, liedzot gūt pietiekamu peļņu. Tādēļ samazinās patieso lietotāju pieprasījums pēc nekustamā īpašuma, un veidojas nosacīti nekustamā īpašuma tirgus attīstības cikli.

Šī jautājuma izziņāšanai ir attīstījušās daudzas teorijas par nekustamā īpašuma tirgus un finanšu tirgus savstarpējo ietekmi un nekustamā īpašuma tirgus izraisītiem ekonomikas cikliem. Tās pēta faktorus, kas var izraisīt šādus ciklus un nepamatoti augstu cenu veidošanos nekustamā īpašuma tirgos.

Praksē šie cikli parasti ir pietiekami gari – visbiežāk samērojami ar cilvēces paaudžu maiņu. Tādējādi vienas paaudzes laikā ar nekustamā īpašuma tirgus cenu burbuļa sprādzienu izraisītu krīzi ne investori, ne arī banku analītiķi un citas amatpersonas praksē iepriekš parasti nav saskārušās. Arī psiholoģiski mazāka ticamība un iespējamība tiek piešķirta riskiem, kas gadās retāk. Turklāt, ja nekustamā īpašuma cenas vairākus gadus ir stabili augušas, investīciju atdeves, peļņas un hipotekāro kredītu atmaksas rādītāji ir labi. Tādējādi nekustamā īpašuma tirgus cenas kāpšanas laikā aizdevēji nepiešķir pienācīgu vērtību šiem riskiem. Tas, savukārt, var izraisīt nopietnu tautsaimniecības vai pat nacionālās valūtas krīzi, kas parasti rada negatīvas sekas arī visai valsts ekonomikai un var ilgt vairākus gadus.

## **Konverģences un nekustamā īpašuma tirgus attīstības ietekme uz makroekonomiskajiem rādītājiem valstī**

Inflācija. Analizējot pašreizējo situāciju, būtu jānošķir pamatinflācija no papildu inflācijas, turklāt konverģences rosinātā inflācija būtu jāuzskata par pamatinflāciju, kurā īstermiņa ārējo faktoru izraisītos šokus papildina sistemātiskie konverģences procesu radītie šoki. Vienlaikus būtu jāvērtē inflācijas jēdziena svars un nozīme tik mazā un atvērtā ekonomikā, kāda ir Latvijas ekonomika, izvērtējot kritiskos robežgadījumus, piemēram, masveida migrācijas ietekmi uz tautsaimniecības attīstību vai pilnīgi brīvu darbspēka kustību.

Vienlaikus būtu jāņem vērā nekustamā īpašuma tirgus cenu kāpuma un mājokļa izdevumu ietekme uz inflāciju. Pašlaik saskaņā ar Centrālās statistikas pārvaldes apkopotajiem datiem iedzīvotāju patēriņa grozā izdevumi par mājokļa īri veido nedabiski mazu summu absolūtajās vērtībās (2006. gadā tie bija vidēji Ls 20,49 uz vienu mājsaimniecības locekli gadā). Par šādu summu – aptuveni Ls 4,25 mēnesī – mājsaimniecībai mājokli nav iespējams ne īrēt, ne nopirkt, maksājot procentus kreditoram, ne arī to amortizēt. Tas ir izskaidrojams ar administratīvi regulēto cenu ietekmi un citiem brīvā tirgus izkropļojumiem, piemēram, valsts un pašvaldības ilgstošo iejaukšanos privatizēto dzīvojamo ēku apsaimniekošanā, dotējot šo pakalpojumu no valsts kopbudžeta un neveidojot ēkas amortizācijas uzkrājumus dzīvojamo māju kapitālajam remontam un energoefektivitātes palielināšanai. Mājokļa izdevumiem objektīvi vajadzētu būt ievērojami lielākiem, kas veicinātu

tālāku inflācijas kāpumu. Turklāt cenu celšanās ātrums mājoklim saskaņā ar *Balassa-Samuelsona* (2; 5) efektu ir atkarīgs no tā, vai mājoklis uzskatāms par ārēji tirgojamu preci vai pakalpojumu, vai par netirgojamu mantu vai pakalpojumu, kura cenu nosaka tikai iekšējais tirgus, proti, pieprasījums un piedāvājums. Tāpēc mājokļu cenas gan mājoklim kā precei, gan kā pakalpojumam ir atkarīgas no ārvalstu investoru intereses par šo sektoru.

Ārējās tirdzniecības bilance. Ārējās tirdzniecības bilanci tieši ietekmē gan procesi nekustamā īpašuma tirgū, gan arī konverģences procesi, jo Latvijā nekustamos īpašumus bieži vien pērk ārzemnieki. Neievērojot formālus tiesiskus ierobežojumus iegūt savā īpašumā zemi, faktiski nepastāv nekādi šķēršļi jebkuras valsts investoram iegūt savā īpašumā nekustamo īpašumu Latvijā. Ņemot vērā Latvijas nodokļu politiku nekustamā īpašuma jomā, neadekvāti zemo kadastra cenu, no kuras tiek rēķināts nekustamā īpašuma nodoklis,niecīgās ēku apsaimniekošanas maksas, iepriekš pastāvējušos noteikumus par iedzīvotāju ienākuma nodokļa apmēru, pārdodot īpašumu, kas bijis īpašumā vairāk par gadu, nekustamais īpašums Latvijā ir sekmīgi pildījis uzkrāšanas līdzekļa funkciju, kas ir padarījis to grūti nopērkamu vietējiem iedzīvotājiem. Turklāt Latvijā šādi ienākošā nauda, kas uzskatāma par investīcijām nekustamajos īpašumos, ir pasliktinājusi Latvijas ārējās tirdzniecības bilanci. Ārvalstu valūtās ienākusī nauda agrāk vai vēlāk atstāj Latvijas teritoriju, pretim ieplūstot precēm un pakalpojumiem no ES vai citām valstīm. Tāda pati ietekme uz valsts tekošā konta bilanci ir vērojama arī no konverģences vadības procesiem, proti, no ES tiešajiem maksājumiem Latvijas ekonomikā. ES piešķirtā nauda ienāk Latvijā ārvalstu valūtā, kas tādējādi nevar tikt asimilēta Latvijas iekšienē. Tāpēc agrāk vai vēlāk ienākušie ES maksājumi tiešā veidā, ar komercbanku palīdzību vai arī caur Latvijas Banku valsti atstāj.

No tā var secināt, ka izplafētais viedoklis par to, ka ārējo investīciju plūsma glābj Latviju no ārējās tirdzniecības tekošā konta deficīta radītajām briesmām, ir zināmā mērā aplams. Latvijas ārējās tirdzniecības tekošā konta deficīta veidošanās var tikt uzskatīta par tiešām sekām investīciju plūsmai, kas Latvijā ienāk kā investīcijas nekustamajos īpašumos un ES maksājumu veidā, piemēram, valstu infrastruktūras izlīdzināšanai jeb konverģencei.

Nevajadzētu vienādi uzvert eksportu un preču piegādes ES dalībvalstīm. Turklāt šajā ekonomikas attīstības stadijā nav iespējams izvairīties no ārējās tirdzniecības tekošā konta deficīta veidošanās, jo gan ES maksājumi, gan tiešās un netiešās investīcijas no ES un citām valstīm, piemēram, Krievijas, nevar neveicināt ārējās tirdzniecības tekošā konta deficīta veidošanos.

Tā, piemēram, ja Latvijas iedzīvotājs pārdod Krievijas pilsonim savu zemes nekustamo īpašumu par vairākiem miljoniem latu, tad par šādu summu, visticamāk, pieaugtu maksājumu bilances tekošā konta deficīts, jo ārvalstu valūta, kas ir nākusi kā investīcija, valstī nevar palikt: agrī vai vēlū tā pārvērtīsies preču piegādēs vai pakalpojumu saņemšanā no citām valstīm.

Nodarbinātība. Nekustamā īpašuma augstās cenas un zemais darba algu līmenis pamudina darba ņēmējus pamest Latviju, izvēloties darba vietu valstī ar augstāku algu un relatīvi zemākām mājokļa izmaksām. Savukārt strādnieku trūkuma dēļ Latvijā tiek palielinātas algas, kas sadārdzina visu citu preču un pakalpojumu cenu. Arī inflācijas ierobežošanas pasākumi, piemēram, nodokļu un nodevu sloga palielināšana nekustamajam īpašam, atkal stimulēs cilvēkus braukt strādāt uz valstīm ar lielākām algām un mazākiem nodokļiem.

Analizējot šo situāciju, būtu jāaplūko arī gravitācijas modelis, attiecinot to uz brīvu darbaspēka pārvietošanos, ņemot vērā attālumu līdz kādai ES dalībvalstij, kurā ir būtiski pievilcīgāks darba tirgus un algu līmenis, ceļā pavadāmo laiku, ceļa izmaksas, braukšanas periodiskumu, valodas un citas barjeras, kas attur darba ņēmējus no savu pakalpojumu piegādes citā ES dalībvalstī. Vienlaikus ir jāizvērtē, vai brīva darbaspēka kustība var paātrināt konverģences procesus, paaugstinot darba produktivitāti un veicinot atalgojuma pieaugumu arī Latvijā.

## LITERATŪRA

1. Andrējeva V. Inflācija fiskālās politikas aspektā. Latvijas Bankas mājas lapa. Pieejams: [www.bank.lv](http://www.bank.lv)
2. Balassa B. The Purchasing Power Parity Doctrine: a Reappraisal. *Journal of Political Economy*, 1964, Vol. 72, p. 584–596.
3. Čihak M., Holub T. Convergence of Relative Prices and Inflation in Central and Eastern Europe, IMF, 2001.
4. Herring R. J., Wachter S. Real Estate Booms and Banking Bust: An International Perspective. Wharton Conference on Asian Financial Crises, 1998. Pieejams: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/papers/510.pdf>
5. Samuelson P. Theoretical Notes on Trade Problems. *Review of Economics and Statistics*, 1964, Vol. 46, p. 145–154.
6. Eiropas paplašināšanās: Eiropas Parlaments kritizē ieteikumu par Lietuvu. Eiroparlamenta mājas lapa. Pieejams: <http://www.europarl.europa.eu/news/>
7. Latvijas Konverģences programma 2006–2009. LR FM, 2007. Finanšu ministrijas mājas lapa. Pieejams: [http://www.fm.gov.lv/es\\_docs/konverg\\_2006\\_2009.pdf](http://www.fm.gov.lv/es_docs/konverg_2006_2009.pdf)
8. Eiropas Komisijas mājas lapa. Pieejams: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/convergence/report2006\\_en.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/convergence/report2006_en.htm)
9. Centrālās statistiskās pārvaldes dati. CSB mājas lapa. Pieejams: <http://www.csb.gov.lv>
10. Latvijas integrācija Eiropas Savienībā. Makroekonomiskais aspekts. Ekonomikas ministrijas mājas lapa. Pieejams: <http://www.em.gov.lv>
11. Milton Friedman Biography. Pieejams: <http://www.answers.com/topic/milton-friedman?cat=biz-fin>
12. The Open Mind. Online Digital Archive. Pieejams: [http://www.theopenmind.tv/tom/searcharchive\\_episode\\_transcript.asp?id=494](http://www.theopenmind.tv/tom/searcharchive_episode_transcript.asp?id=494)
13. Latvijas Republikas sarunu pozīcija, 2. sadaļa: „Brīva pakalpojumu kustība”. Ekonomikas ministrijas mājas lapa. Pieejams: <http://www.em.gov.lv/>
14. Latvijas Republikas sarunu pozīcija, 1. sadaļa: „Brīva preču kustība”, Ekonomikas ministrijas mājas lapa. Pieejams: <http://www.em.gov.lv/>
15. *Fitch* brīdina par Baltijas valstu ekonomikas pārkāršanas draudiem. LETA 06.03.2007.

## Summary

Since Latvia's accession to the European Union, important changes have taken place: the customs frontiers have been abolished, the free movement of labour and the single labour market have partially been introduced, numerous artificial barriers causing significant distinctions in substantial macroeconomic indicators among the member states have been dismissed. Consequently, Latvia has entered the single European economic space that promotes the economy convergence processes.

One of the fields where the convergence processes are most expressed is the real estate market. The dramatic rise of real estate prices has disproportionately

raised the housing prices, as well as caused an inflow of substantial amount of money into the national economy of Latvia. The latter can be viewed, on the one hand, as an impulse for faster economy growth, on the other hand, as the main cause of the rising inflation.

The aim of the paper is to evaluate the interaction between the convergence process and the development of real estate market in Latvia to assess their influence on Latvia's macroeconomic indicators and the national welfare increment rate.

To achieve the aim, the following tasks have been formulated:

- to analyse the convergence processes and predict and investigate possible convergence scenarios,
- to analyse the convergence programme adopted by Latvia,
- focusing on the inflation and the actions of the government of Latvia to combat the inflation, to analyse the possible development scenarios of real estate market and define the objective tendencies in the development of the national economy.

**Keywords:** convergence, real estate market, inflation, European Union, macroeconomic indicators, welfare.

## **Inflācijas ietekme uz tautsaimniecību un inflāciju ierobežošie pasākumi Latvijā**

### **The Impact of Inflation on the National Economy of Latvia and Inflation Restriction Measures**

**Ieva Šnīdere**

Ekonomikas ministrija  
Brīvības iela 55, Rīga, LV-1519  
E-pasts: *Ieva.Snidere@em.gov.lv*

Inflācija ir nopietna ekonomikas problēma, kas ietekmē tautsaimniecību, kā arī iedzīvotāju dzīves līmeni. Inflācijas lielumu nosaka daudzu ekonomisko lēmumu izstrāde, tāpēc valsts pievērš lielu uzmanību inflācijas procesu izpētei un ierobežošanai.

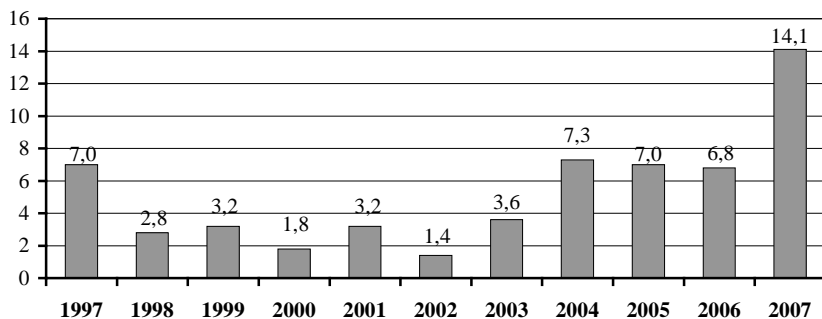
Darba mērķis ir pētīt inflācijas ietekmi uz tautsaimniecības izaugsmi un analizēt valsts politiku inflācijas samazināšanai, apskatot valdības apstiprinātā inflācijas apkarošanas plāna pasākumus inflācijas ierobežošanai un to ietekmi uz Latvijas tautsaimniecības attīstību, kā arī iespējamo turpmāko rīcību ekonomikas stabilitātes nodrošināšanai.

Autore secinājusi, ka inflācijas līmeni Latvijā nosaka daudzi, dažkārt savstarpēji nesaistīti faktori, t. sk. gan strukturālas dabas izmaiņas saistībā ar dalību Eiropas Savienībā, gan pasaules cenu kāpums energoresursiem, gan administratīvi regulējamo cenu izmaiņas u. c. Būtiskākais faktors tomēr ir strauji augošais iekšējais pieprasījums, ko īpaši stimulē strādājošo straujais algu palielinājums un pieaugošais kreditēšanas apjoms.

Valdības inflācijas apkarošanas plāns paredz, ka valdības politikai jābūt orientētai uz ilgtspējīgas izaugsmes scenārija izpildi, taču, lai šis scenārijs piepildītos un lai ierobežošie pasākumi neradītu lielu negatīvu ietekmi uz izaugsmi, pēc autores domām, īpaša uzmanība jāpievērš struktūrpolicies pasākumiem, kuru galvenajam mērķim jābūt papildu stimulu veidošanai, investīciju palielināšanai augstas pievienotās vērtības nozarēs. To var panākt, pārpludinot uzkrājumus investīcijās, arī tirgojamās nozarēs, un tādējādi palielinot eksporta potenciālu un Latvijas konkurētspēju kā iekšējā, tā ārējā tirgū.

**Atslēgvārdi:** izaugsme, inflācija, valdības politika, inflācijas ierobežošana.

Kopš 2004. gada Latvijā ir vērojams augsts inflācijas līmenis. Trīs pēdējo gadu laikā 12 mēnešu inflācija caurmērā bijusi 7% līmenī. 2007. gadā turpinājās straujš cenu kāpums, kas bija divas reizes augstāks nekā iepriekšējos gados un sasniedza 14,1%.

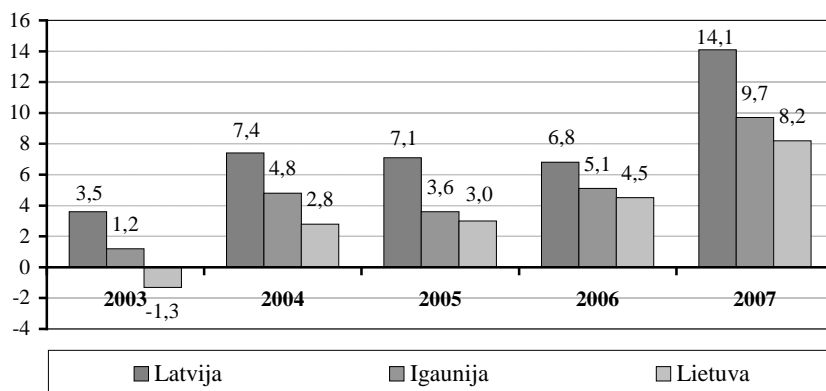


Avots: Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību.

1. att. Patēriņa cenu pārmaiņas (12 mēnešu inflācija, procentos) Latvijā no 1997. līdz 2007. gadam

*Consumer price changes (12-month inflation, %) in Latvia from 1997 to 2007*

Jāatzīmē, ka Latvija nav vienīgā valsts, kurā vērojams straujš cenu pieaugums. Arī Lietuvā un Igaunijā šī problēma ir aktuāla.



Avots: Eurostat dati.

2. att. Patēriņa cenu pārmaiņas (12 mēnešu inflācija, procentos) Latvijā, Igaunijā un Lietuvā no 2003. līdz 2007. gadam

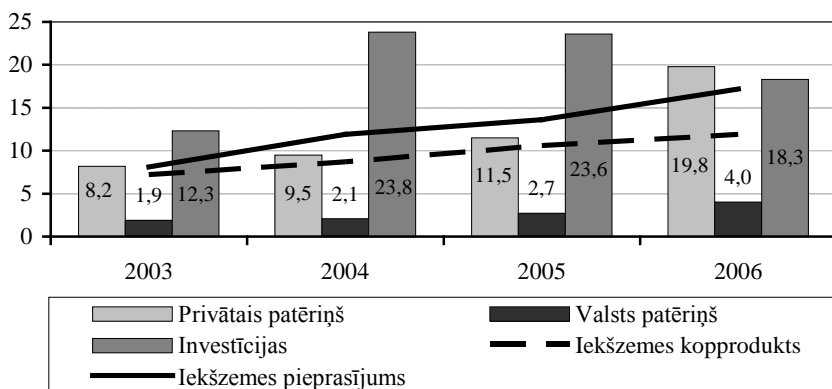
*Consumer price changes (12-month inflation, %) in Latvia, Estonia, and Lithuania from 2003 to 2007*

2007. gada inflācijas pieaugumu noteicošie faktori, kas saistīti galvenokārt ar strauji augošo pieprasījumu, bija šādi:

- inflācijas gaidas, kuras ietekmēja divu iepriekšējo gadu augstā inflācija;
- augstie kredītēšanas apjomi gada pirmajā pusē;
- strādājošo algu palielinājums kā sekas 2006. gada augstajai inflācijai un saspringtajai situācijai darba tirgū;
- pārtikas produktu cenu straujš pieaugums;
- administratīvi regulējamo cenu palielinājums (elektrībai, gāzei un gada beigās arī siltumam).

Saskaņā ar ekonomikas teoriju inflāciju nosaka pieprasījuma un piedāvājuma izmaiņas. Pieprasījuma inflācijas cēlonis ir straujāks kopējā pieprasījuma pieaugums salīdzinājumā ar piedāvājuma pieaugumu (preču un pakalpojumu sniegšana). Savukārt piedāvājuma inflācija saistīta ar ražošanas izmaksu kāpumu, jo ražotājiem ražošanas faktoru izmaksu celšanās dēļ jāpalielina cenas, lai izvairītos no zaudējumiem. Piedāvājuma inflāciju izraisa arī importēto preču un pakalpojumu cenu pieaugums, ko nosaka pasaules cenu izmaiņas un nominālā valūtas kursa svārstības. Izmaksu inflācija bieži ir saistīta ar izejmateriālu un enerģētisko resursu ieguves un iegādes sadārdzināšanos. Arī ražotāju centieni paaugstināt peļņas normu var izraisīt izmaksu inflāciju, īpaši nepilnīgas konkurences apstākļos. Tāpat izmaksu inflācijas cēlonis var būt darbaspēka izmaksu pieaugums, kas nav saistīts ar attiecīgu produktivitātes kāpumu. Daudzos gadījumos ir grūti noteikt, kas ir inflācijas pamatā – pieprasījuma pieaugums vai izmaksu kāpums. Kad inflācija ir sākusies, abi šie procesi šķiet vienādi, un inflācija var turpināties arī tad, kad tās pamatcēlonis jau ir izzudis (1).

Liela nozīme mūsdienās ir inflācijas gaidām, jo tās ietekmē ekonomisko subjektu uzvedību – lēmumus par patēriņu, uzkrājumiem un investīcijām. Augošas inflācijas gaidas ietekmē cenas gan no pieprasījuma puses, jo tiek paredzētas zemākās reālās procentu likmes, gan no piedāvājuma puses – palielinot nominālās darba algas (gaidot inflāciju, darbinieki pieprasa lielākas algas) un līdz ar to arī uzņēmumu izmaksas (10).



Avots: CSP dati.

3. att. IKP un iekšzemes pieprasījuma dinamika Latvijā no 2003. līdz 2006. gadam (procentos attiecībā pret iepriekšējo gadu)

*The dynamics of GDP and domestic demand in Latvia from 2003 to 2006 (% compared with the previous year)*

Latvijā ir vērojama gan piedāvājuma, gan pieprasījuma inflācija. Pirmais inflācijas kāpums 2004. gadā bija saistīts pārsvarā ar piedāvājuma faktoriem (administratīvi regulējamo cenu pieaugums; naftas pasaules cenu kāpums; augstais eiro kurss attiecībā pret latu, kas būtiski palielināja importēto preču cenas; pārtikas produktu cenu pieaugums sakarā ar Latvijas iekļaušanos kopējā ES lauksaimniecības politikā), turpretim 2006. un 2007. gadā arvien lielāka kļuva pieprasījuma faktoru ietekme. Kā liecina statistikas dati, no 2004. līdz 2006. gadam

iekšzemes pieprasījums Latvijā palielinājās par 49%, tostarp privātais patēriņš – par 46,2% un investīcijas pamatlīdzekļos – par 81,1%. Savukārt iekšzemes kopprodukts pieauga par 34,5%. Tātad pēdējos trijos gados iekšzemes pieprasījuma pieauguma temps vidēji gadā gandrīz par 3,8 procentpunktiem pārsniedzis IKP pieauguma tempu, bet 2006. gadā – par 5,2 procentpunktiem.

Mājsaimniecību patēriņa pieaugumu Latvijā stimulē tādi būtiski apstākļi kā algu pieaugums un kredītu pieejamība. Liela nozīme ir inflācijas gaidām, ko radījis pārmēru straujais un jau ceturto gadu ilgstošais cenu kāpums.

Savukārt privāto investīciju straujās dinamikas pamatā ir zemas reālās procentu likmes, ES struktūrfondu izmantošanas iespējas, kā arī uzņēmumu finansiālā stāvokļa uzlabošanās augošā pieprasījuma dēļ.

Kā mājsaimniecību, tā arī uzņēmēju vēlmes un spējas palielināt izdevumus lielā mērā ietekmē finansēšanas iespējas, ko nosaka gan uzkrātās bagātības līmenis, gan pašreizējie ienākumi, gan arī paredzamās ienākumu izmaiņas nākotnē (5).

Algu pieaugumu Latvijā ir ietekmējuši divi galvenie apstākļi: pirmkārt, sakarā ar straujo ekonomisko izaugsmi pieaugošais pieprasījums pēc darbaspēka un, otrkārt, darbaspēka tirgus atvēršana tādās augsti attīstītās valstīs kā Īrija un Lielbritānija. Līdz ar to ir palielinājusies konkurence (Latvijas darba tirgū samazinās darbaspēka piedāvājums augošās emigrācijas dēļ), kas būtiski ietekmē algas. Turklāt Latvijā strādājošo algas ir ļoti zemas salīdzinājumā ar ES vidējiem rādītājiem – vairumā nozaru tās nepārsniedz 15–20% no šiem rādītājiem. Tāpēc algu palielinājums ir objektīvā konverģences procesa izpausme (3).

Kreditēšanas pieaugums pārsvarā ir saistīts ar ārvalstu kapitāla pastiprināto ieplūšanu Latvijas ekonomikā pēdējos gados. Ārvalstu kapitāls no makroekonomiskā viedokļa ir ārējās pasaules uzkrājumi, kas netiek investēti pašu mājās. Tam var būt vairāki iemesli, piemēram, investēšanas iespējas ir ierobežotas, investīciju iesaistīgums ir relatīvi zems, notiek investīciju portfela diversifikācija u. c. Finanšu tirgus globalizācijas un finanšu kontu liberalizācijas apstākļos uzkrājumi, kas ir pārpalikumā vienā valstī, var tikt izmantoti citās valstīs. Tāpēc uzkrājumu nepietiekamība nevar būt investīciju un ekonomiskās izaugsmes šķērslis, jo nepieciešamo finanšu līdzekļu pieejamība ir neierobežota. Tomēr ārvalstu kapitāla straujā ieplūšana var radīt arī problēmas saņēmējvalstī, ja netiek radīti kanāli to efektīvai izmantošanai (5).

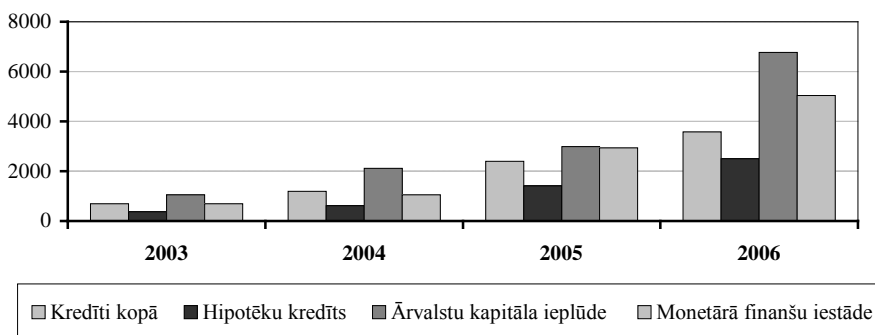
Kā liecina maksājumu bilances finanšu konta dati, ārvalstu kapitāla ieplūde Latvijā pēdējos trijos gados ir palielinājusies vairāk nekā sešas reizes, banku sektorā pat septiņas reizes.

Ārvalstu kapitāla ieplūde Latvijā pārsvarā ir saistīta ar komercbanku finanšu līdzekļu piesaisti no mātesbankām ārvalstīs. 2005. un 2006. gadā finanšu sektora daļa kopējā ārvalstu kapitāla ieplūdē veidoja attiecīgi 98 un 74%. Lielākā daļa piesaistītā kapitāla tiek novirzīta darījumiem nekustamā īpašuma tirgū, veicinot strauju un noturīgu pieprasījuma kāpumu. Laikā no 2004. līdz 2006. gadam nozarē „Operācijas ar nekustamo īpašumu, noma un cita komercdarbība” investīcijas palielinājās vairāk nekā 4 reizes. Savukārt citās nozarēs, it īpaši t. s. tirgojamās nozarēs (nozares, kuru produkciju var eksportēt un importēt), investīciju pieaugums bija daudz mērenāks. Tā, piemēram, investīcijas apstrādes rūpniecībā pēdējo trīs gadu laikā pieauga tikai pusotras reizes (5).

Investīciju dinamika un nozaru struktūra liecina par ražošanas sektora zemo konkurētspēju investīciju piesaistē, ko galvenokārt ietekmē augsta kapitāla atdeve nekustamā īpašuma tirgū. Nepietiekamas investīcijas preču ražošanas sfērā vājina



tās attīstības potenciālu un līdztekus ar augsto inflāciju negatīvi ietekmē Latvijas ražotāju konkurētspēju iekšējā un ārējā tirgū. Līdz ar to aug ārējā nesabalansētība, kas galvenokārt izpaužas kā straujāks importa pieaugums salīdzinājumā ar eksportu, un palielinās maksājumu bilances tekošā konta deficīts. Eksports ir viens no Latvijas svarīgākajiem izaugsmes balstiem, taču būtiskais eksporta pieaugums pēc Latvijas iestāšanās Eiropas Savienībā 2006. gadā diemžēl ir palēninājies. Tā kā nozīmīgas eksporta struktūras pārmaiņas nav iespējams realizēt īsā laikā, ir svarīgi kāpināt darba ražīgumu tradicionālajās ražošanas nozarēs, lai eksportētāji saglabātu cenu konkurētspēju, valstī strauji augot darbaspēka izmaksām. Tāpat, pievienojot eksportējamām precēm papildu vērtību, vairāk izmantojama elastība, ko sniedz tautsaimniecības samērā mazais apjoms, un jāorientējas uz nišas produktu ražošanu, kā arī pēc iespējas precīzāk jāpielāgojas pasūtītāju specifiskajām vajadzībām. Būtisks darbības virziens, kura potenciāls šobrīd, šķiet, pilnībā netiek izmantots, ir intensīvāka orientēšanās uz strauji augošiem tirgiem un efektīvāka tradicionālo eksporta veicināšanas pasākumu īstenošana (5; 9).



Avots: LB dati.

4. att. Ārvalstu kapitāla ieplūde un kreditēšanas pieaugums Latvijā (milj. latu) no 2003. līdz 2006. gadam  
*The influx of foreign investment and the increase of crediting in Latvia from 2003 to 2006, M LVL*

Inflāciju ietekmējošie faktori ir gan ārējās nesabalansētības (augsts tekošā konta deficīts), gan arī nozaru nesabalansētas attīstības (zems tirgojamo nozaru īpatsvars) pamatā. Pašreizējās apstākļos izveidojušās disproporcijas palielina Latvijas ekonomikas ievainojamību un var radīt draudus Latvijas ekonomikas stabilitātei un turpmākai izaugsmei.

Tātad augstā inflācija un tekošā konta deficīts ir viena veida problēmas, un tās jārisina kopā. Minēto problēmu risināšanā ir jānošķir, pirmkārt, īstermiņa pasākumi, kas būtu vērsti uz pieprasījuma mazināšanu, un, otrkārt, ilgtermiņa un preventīvie pasākumi, kas palielina Latvijas ekonomikas produktīvo kapacitāti.

Inflācijas mazināšanas kontekstā daudz ir runāts par to, kā rosināt māj-saimniecības vairāk uzkrāt un mazāk tērēt. No makroekonomiskā viedokļa uzkrājumi ir investīcijas finanšu aktīvos. Tātad uzkrājot mājsaimniecības vairo kāda cita ekonomiskā subjekta investīciju finansēšanas iespējas. Tā kā Latvijā kapitāla tirgus ir neattīstīts, tad visdrīzāk mājsaimniecību uzkrājumi nonāks finanšu tirgos un tālāk tiks iepludināti ekonomikā tajās sfērās, kuras ir izdevīgākas kapitāla atdeves

ziņā, piemēram, nekustamā īpašuma tirgū. No makroekonomiskā viedokļa augsta inflācija un liels tekošā konta deficīts ir saistīts ar fundamentālu problēmu – Latvijas ekonomikas vāju spēju efektīvi izmantot iekšzemes un ārējos uzkrājumus. Tāpēc, lai mazinātu iekšzemes piedāvājuma pieauguma tempu atpalcību no pieprasījuma pieauguma tempiem, ir jāpanāk, lai uzkrājumi, kas veidojas tautsaimniecībā, kā arī ieplūst ekonomikā no citām valstīm, tiktu realizēti investīcijās, kuras nodrošina ražošanas attīstību, restrukturizāciju un nepieciešamo produktivitātes pieaugumu, nevis koncentrētos nekustamā īpašuma tirgū. Privātā kapitāla plūsmu virzienu maiņa ir viens no galvenajiem ekonomiskās politikas uzdevumiem, kuru īstenošanas rezultāti būs vērojami tikai ilgtermiņā (5).

Pašreizējā situācija tomēr liek veikt arī steidzamos inflācijas ierobežošanas pasākumus, kas tiešā veidā ierobežo pieprasījumu. To var panākt pārsvarā ar ārvalstu spekulatīva kapitāla ieplūdes ierobežošanu, jo, kamēr Latvijas ekonomika būs izdevīga spekulatīvajam kapitālam un kamēr nekustamā īpašuma tirgus būs ienesīgākais investēšanas veids, tikmēr mājsaimniecību uzkrājumu veicināšanas pasākumu ietekme uz inflācijas mazināšanu nedos vērā ņemamus rezultātus.

Augstais inflācijas līmenis, kas saglabājas jau trīs gadus, pašreizējos apstākļos var radīt draudus Latvijas ekonomikas stabilitātei un turpmākai izaugsmei. Tāpēc šīs problēmas risināšanai Latvijas valdība pievērš īpašu uzmanību.

2007. gada martā Latvijas valdība apstiprināja „Ziņojumu par patēriņa cenu inflācijas attīstību un samazināšanas priekšlikumiem”, kas aptver vairāku inflācijas samazināšanas pasākumu kopumu. Šos pasākumus var iedalīt divās grupās.

- 1) Pirmā pasākumu grupa ir saistīta ar kopējā pieprasījuma ierobežošanu. Pasākumiem ir jānovērš cenu straujā pieauguma galvenais stimuls, un šo pasākumu rezultāti jau var ietekmēt inflācijas tempus dažu mēnešu laikā pēc to ieviešanas.
- 2) Otrā pasākumu grupa pieder pie tā sauktajiem preventīvajiem pasākumiem, kas saistīti ar produktīvās kapacitātes palielināšanu tautsaimniecībā, lai finanšu līdzekļi (kā pašmāju, tā ārvalstu līdzekļi), kuri ieplūst ekonomikā, tiktu ieguldīti preču un pakalpojumu ražošanas nozaru attīstībā, kas palielina ekonomikas piedāvājumu. Protams, šo pasākumu ietekme uz inflāciju nav gaidāma tūlīt pēc to ieviešanas, bet efektivitāte izpaudīsies ilgtermiņā (4; 8).

Pirmās grupas pasākumi ietver fiskālās atbildības stiprināšanu, nodokļu politikas pilnveidošanu un kreditēšanas pieauguma kontroli.

Plānā tika paredzēts 2007. gadā sasniegt bezdeficīta budžetu, nepalielinot budžeta izdevumus, un papildu ieņēmumus novirzīt apstiprinātā budžeta deficīta segšanai. Jāatzīmē arī 3 gadu budžeta plānošanas ieviešana, kas ļauj efektīvāk plānot budžeta izdevumus. Tika paredzēts arī palielināt sabiedriskā sektora efektivitāti, nepalielinot strādājošo skaitu tajā.

Tika noteikts mainīt nodokļu politiku attiecībā uz nekustamajiem īpašumiem, apliekot ienākumus ar nodokļiem no nekustamā īpašuma pārdošanas, kā arī diferencējot un palielinot nodevas, kas saistītas ar īpašuma iegādi un reģistrēšanu.

Lai kontrolētu kreditēšanas pieaugumu, komercbankām un līzinga pakalpojumu sniedzējiem tika ieviesta prasība noteikt klienta maksātspēju un izsniegt tam aizdevumus, balstoties tikai uz tā legālajiem ienākumiem, kā arī izveidot vienotu vispārēju kredītņēmēju reģistru un izsniedzamajiem kredītiem noteikt obligātu pirmo iemaksu, kas būtu ne mazāka par 10–15% no kredīta lieluma.

Pirmās grupas pasākumu realizācija ir galvenokārt Finanšu ministrijas un Latvijas Bankas pārziņā, otrās grupas pasākumi ir cieši saistīti ar Ekonomikas ministrijas īstenoto politiku.

Abu grupu pasākumi ietver ekonomisko aktivitāšu veicināšanu, produktivitātes palielināšanu, energoefektivitātes uzlabošanu un konkurences veicināšanu.

Īpaši jāatzīmē ilgtermiņa plāns produktivitātes palielināšanai, kas paredz atbalstu jaunu produktu un tehnoloģiju izstrādei un ieviešanai ražošanā, augstas pievienotās vērtības investīciju projektiem, komersantu un zinātnieku kopīgi veiktiem rūpnieciskiem pētījumiem un jaunu produktu izveidei, kā arī uzņēmumu klasteru veidošanās un attīstības veicināšanu.

Būtiski ir uzlabot konkurences apstākļus tādā sfērās kā tirdzniecība, būvniecība un būvmateriālu, kā arī degvielas tirgus. Tiek izstrādāti atbilstoši Konkurences likuma grozījumi un pilnveidoti tirgus uzraudzības pasākumi (4; 8).

Taču situācijā ar ļoti augstu inflāciju šo plānu nevajadzētu uzskatīt par pabeigtu dokumentu, un tas ir jāpapildina, ņemot vērā izmaiņas tautsaimniecībā. Piemēram, jau 2007. gadā bija plānots sasniegt budžeta pārpalikumu, neatliekot to uz 2009. un 2010. gadu, kā paredzēts plānā. Tāpēc ļoti atzinīgi ir vērtējama Finanšu ministrijas izteiktā gatavība nepieciešamības gadījumā šo plānu attīstīt tālāk. Ja plāns tiks īstenots, tas var būt pietiekami iedarbīgs un tuvāko gadu laikā mazināt valsts makroekonomiskās attīstības riskus.

Viens no ieteikumiem, lai sabalansētu ekonomisko attīstību, ir nodokļu sistēmas pārskatīšana. Pašreizējās nodokļu sistēmas nepilnīgums ir viens no ekonomikas nesabalansētības cēloņiem, tomēr ir vairāki aspekti, kam jāpievērš uzmanība, veicot būtiskas nodokļu sistēmas izmaiņas (5).

- Galvenā Latvijas nodokļu sistēmas problēma ir tā, ka liela ienākumu daļa vispār netiek aplikta ar nodokļiem vai arī tie ir nesamērīgi mazi. Tas neveicina līdzekļu piesaisti ražojošajās nozarēs. Šīs disproporcijas parādās arī Latvijas nodokļu sistēmā salīdzinājumā ar citām ES dalībvalstīm. Latvijas nodokļu sistēmā ir ievērojami zems kapitāla nodokļu īpatsvars (uzņēmuma ienākumu nodoklis, nekustamā īpašuma nodoklis) iekšzemes kopproduktā. Iedzīvotāju ienākuma nodokļa ievākumā nepamatoti maza daļa ir saistīta ar ienākumu gūšanu, kuras avots nav algots darbs.
- Nevar viennozīmīgi vērtēt priekšlikumu samazināt darba nodokļus uz patēriņa nodokļu pieauguma rēķina, jo patēriņa nodokļu (PVN, akcīzes nodoklis) un darba nodokļu (iedzīvotāju ienākuma nodoklis, valsts sociālās obligātās apdrošināšanas iemaksas) īpatsvars kopējos nodokļu ieņēmumos Latvijā ir augstāks nekā vidēji Eiropas Savienībā.
- Priekšlikums paaugstināt PVN likmi līdz 20–22% augstas inflācijas apstākļos var radīt papildu stimulu inflācijas pieaugumam, kā arī veicināt konkurences izkropļojumu Baltijas reģionā.
- Nav lietderīgi veikt akcīzes nodokļu likmju papildu palielinājumu nodokļiem, kuru pieaugums jau ir paredzēts ES likumdošanā (piem., akcīzes nodoklis degvielai), jo būtiski pieaugs ražošanas izmaksas, un tas var veicināt ēnu ekonomiku, īpaši alkohola un tabakas tirdzniecībā.
- Iedzīvotāju ienākuma nodokļa samazināšana no 25 līdz 15% neatrisinātu Latvijas ekonomikas samilzušās problēmas. Pirmkārt, tas palielinātu privāto patēriņu, kas augstas inflācijas apstākļos nav pieļaujams. Otrkārt, budžets zaudētu 200 milj. latu (pēc 2006. gada datiem), ko ir grūti

kompensēt ar citu nodokļu palielinājumu (piemēram, ja nekustamā īpašuma nodokļa ievākums pieaugtu 4 reizes). Treškārt, kompensējot pašvaldībām radušos zaudējumus (aizstājot tos ar citu nodokļu palielinājumu), notiktu budžeta līdzekļu koncentrēšanās valsts budžetā un tai sekotu finanšu līdzekļu pārdale.

- Iedzīvotāju ienākuma nodokļa samazināšana veicinātu lielāku disproporciju iedzīvotāju ienākumu sadalē, jo ieguvēji likmes samazināšanas gadījumā būtu iedzīvotāji ar lieliem ieņēmumiem.
- Būtiskāk ir palielināt neapliekamo minimumu, tad ieguvēji būtu iedzīvotāji ar zemākiem ienākumiem.
- Sociālo apdrošināšanas iemaksu samazināšana var būtiski ietekmēt valsts speciālo budžetu un līdz ar to radīt problēmas valsts pensiju sistēmā.
- Svarīgi ir pārskatīt ar iedzīvotāju ienākuma nodokli neapliekamos ienākumu veidus. Piemēram, jau no 2008. gada aplikt ar iedzīvotāju ienākuma nodokli darījumus ar nekustamo īpašumu, procentu ienākumus un dividendes, kuras tiek izņemtas no uzņēmuma, jo tās saņem fiziskas personas.
- Latvijas nodokļu sistēmā ir ievērojami zems kapitāla nodokļu (uzņēmuma ienākumu nodoklis, nekustamā īpašuma nodoklis) īpatsvars iekšzemes kopproduktā. Kapitāla nodokļu ieņēmumus būtiski var palielināt, paaugstinot nekustamā īpašuma nodokli. Likumdošanā ir jāparedz nodokļa likmes plaša amplitūda, galveno nodokļa pieaugumu piemērojot ekskluzīviem īpašumiem, savukārt nodokļa pieaugums ražojošajā sfērā (lauksaimniecība, rūpniecības uzņēmumu teritorija) nedrīkstētu būtiski ietekmēt uzņēmēju izmaksas.
- Tautsaimniecības disproporciju mazināšanai jāizvērtē jaunu nodokļu vai nodevu ieviešana. Piemēram var minēt patēriņa kredītu nodokli, kas būtu vērsts uz nepārdomātas kredīšanas un augsta iekšzemes pieprasījuma ierobežošanu.

Finanšu ministrijas politika vairāk ir vērsta uz stabilitātes nodrošināšanu, bet Ekonomikas ministrijas realizētās politikas uzdevums ir ekonomiskās izaugsmes veicināšana, kas nodrošina stabilitāti ilgtermiņā.

Līdztekus šī brīža aktuālajām problēmām, kas saistītas ar augsto inflāciju un ārējā sektora nesabalansētību (augsts tekošā konta deficīts), Latvijas ekonomiku būtiski ietekmēs arī gaidāmās izmaiņas kapitāla un produktu tirgū:

- lēta un viegli pieejama ārvalstu kapitāla periods ir beidzies, nākotnē pieejamā kapitāla cena būs augstāka nekā iepriekš;
- palielinās globālās izaugsmes riski, tāpēc Latvijai jāreķinās ar mazāku ārējo pieprasījumu;
- saasinās cenu konkurence globālajos produktu tirgos, un līdz ar to Latvija var zaudēt konkurētspēju atsevišķu produktu tirgos.

Ekonomikas ministrijas ekonomiskās politikas jomas ir šādas:

- biznesa vides uzlabošana (uzņēmējdarbības likumdošana, administratīvo šķēršļu mazināšana, konkurences nodrošināšana, publiskās un privātās partnerības mehānismu ieviešana un pilnveidošana, finanšu resursu pieejamības sekmēšana, it īpaši mazajiem un vidējiem uzņēmumiem);
- tautsaimniecības konkurētspējas palielināšana (zināšanu un tehnoloģiju pārneses veicināšana ražošanā, eksporta veicināšana);

- sektorpolitikas realizēšana (valsts atbalsta politikas veicināšana, lai veidotos stimuli augstākas pievienotās vērtības nozaru izaugsmei);
- nozaru politikas īstenošana (enerģētika, rūpniecība, būvniecība, tūrisms) (5).

Viens no aktuālākajiem šī brīža ekonomiskās politikas uzdevumiem ir panākt, lai uzkrājumi, kas veidojas tautsaimniecībā, kā arī ielūst ekonomikā no citām valstīm, tiktu realizēti investīcijās, kuras sekmē ražošanas attīstību, restrukturizāciju un nepieciešamo produktivitātes pieaugumu, nevis koncentrētos nekustāmā īpašuma tirgū.

Otrs virziens, kas veidotu stabilas izaugsmes garantu nākotnē un līdz ar to nodrošinātu līdzsvarotu ekonomisko attīstību, ir ekonomiskā modeļa maiņa no lēta darbaspēka priekšrocību izmantošanas uz zināšanu ietilpīgu ekonomiku.

## LITERATŪRA

1. Barrell R., Hurst I. Monetary Policy and Global Imbalances. SAGE Publications, National Institute Economic Review No. 199, January, 2007, p. 34–38.
2. Beņkovskis K., Paula D. Inflācijas gaidas Latvijā: patērētāju apsekojuma rezultāti. Rīga, Latvijas Banka, 2007, 30 lpp.
3. Ekonomikas ministrijas nepublicētie materiāli. Rīga, LR EM, 2007.
4. Eksports – izaugsmes balsts. Rīga, Latvijas Banka, biļetens „Averss un Reverss” (3/2007), 12 lpp.
5. Minford P. What Are the Right Models and Policies for a World of Low Inflation? SAGE Publications, National Institute Economic Review No. 196, April, 2006, p. 92–106.
6. Olson J., Frieze I., Zdaniuk B., Telpuchovskaya N., Ferligoj A., Kogovsek T., Horvat J., Sarlija N., Jarosová E., Pauknerová D., Nguyen Luu L. A., Kovacs M., Miluska J., Orgocka A., Erokhina L., Mitina O., Popova L., Petkeviciu-te N., Pejic-Bach M., and Rus Makovec M. Economic Influences on Ideals about Future Jobs in Young Adults in Formerly Socialist Countries and the United States. SAGE Publications, Cross-Cultural Research No. 40, November, 2006, p. 352–376.
7. Paula D. Inflācija un tautsaimniecība. Rīga: Latvijas Banka, biļetens „Averss un Reverss” (1/2007), 12 lpp.
8. Pretinflācijas plāns – atvērts. Rīga: Latvijas Banka, biļetens „Averss un Reverss” (2/2007), 12 lpp.
9. Ziņojums par Latvijas Tautsaimniecības attīstību. 2007. gada jūlijs. Rīga: LR EM, 2007, 148 lpp.
10. Ziņojums par patēriņa cenu inflācijas attīstību un samazināšanas priekšlikumiem. Pieejams: <http://www.mk.gov.lv> (06.03.2007.)
11. Ekonomika un finanses (IKP izlietojums). Pieejams: <http://data.csb.gov.lv> (26.08.2007.)
12. Statistika (maksājumu bilances statistika, banku un monetārā statistika). Pieejams: <http://www.bank.lv> (26.08.2007.)
13. Statistika (saskaņotais patēriņa cenu indekss). Pieejams: <http://epp.eurostat.cec.eu.int> (20.01.2008.)

## Summary

Inflation is a serious problem affecting the national economy as well as the living standard of the population. The inflation rate lies at the bottom of numerous economic resolutions, wherewith the state follows the economic processes.

The aim of the article is to analyse the impact of inflation on the growth of the national economy of Latvia, as well as the national policy for decreasing the inflation. The article discusses the inflation combating plan adopted by the

government, its influence on the economic development of Latvia, as well as possible future measures for ensuring economic stability.

The author draws the conclusion that the inflation level in Latvia is influenced by many, sometimes unrelated, factors, inter alia, even by the structural changes connected with the participation in the EU, the global increase of energy resource prices, and administratively adjustable price changes. The main factor, however, is the booming domestic demand, which is promoted by the rapid growth of wages and the increasing amount of crediting.

The government's plan of inflation combating envisages that the government policy must be oriented on the implementation of a sustainable growth scenario; however, in author's opinion, to implement this scenario without major negative effects on economic growth, structural policy measures must be strongly emphasized. The aim of these measures should be extra awards and increase of investment in high added value industries. It can be achieved by savings overflow to investment, also in trading industries, that allows to augment the potential of export and the competitiveness of Latvia's economy both in domestic and external market.

**Keywords:** growth, inflation, government policy, curbing of inflation.

## **Fiskālās politikas ilgtspējas jēdziens un novērtēšanas iespējas**

### **The Sustainability of Fiscal Policy: Definition and Assessment**

**Oļegs Tkačevs**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *olegs.tkacevs@bank.lv*

Rakstā aplūkots fiskālās politikas ilgtspējas jēdziens un tās novērtēšanas iespējas. Attiecīgās valsts fiskālā politika tiek uzskatīta par neilgtspējīgu, ja uzkrātā (vai nākotnē paredzamā) parāda līmenis ir pārmērīgs un valsts vairs nespēj to apkalpot. Novērtējot valdības īstenotās fiskālās politikas ilgtspēju, bieži lieto t. s. Blanšarda ilgtspējas rādītāju, uz kuru pamatojas arī Eiropas Komisijas izmantojamā metodoloģija. Saskaņā ar Eiropas Komisijas veikto Latvijas fiskālās politikas ilgtspējas analīzi Latvija ir zema riska grupā, pateicoties 90. gados veiktajai vecuma pensiju sistēmas reformai. Tomēr var izrādīties, ka riski Eiropas Komisijas darbā ir novērtēti par zemu, līdz ar to fiskālās ilgtspējas izpētes problēma Latvijā paliek aktuāla un tuvākajā laikā var kļūt par ekonomikas pētījumu centrālo tēmu.

**Atslēgvārdi:** fiskālās politikas ilgtspēja, vairāku periodu budžeta ierobežojumi, maksātspējas nosacījums, fiskālās politikas ilgtspējas indikatori, S1, S2.

Mūsdienu ekonomikā īpaša uzmanība tiek pievērsta fiskālās politikas ilgtspējas problēmai. Lielākajā daļā Eiropas Savienības (ES) valstu nākotnē ir gaidāms budžeta izdevumu palielinājums sakarā ar iedzīvotāju novecošanos, tādēļ ekonomistus un politikas īstenotājus interesē, vai pašreizējā valsts budžeta politika, tai turpinoties nākotnē, ir ilgtspējīga. Par problēmas nozīmīgumu liecina tas, ka 2005. gadā, veicot Stabilitātes un izaugsmes pakta reformu, ES līmenī tika pieņemts lēmums, ka ES valstīm, nosakot budžeta vidējā termiņa mērķi (*Medium Term Objective*, MTO), jāņem vērā arī iedzīvotāju novecošanās radītā sloga ilgtermiņa izmaksas. Eiropas Komisijai (EK) tika uzdots izstrādāt metodoloģiju, kas ļautu atspoguļot nākotnē gaidāmās izmaksas, nosakot MTO. EK regulāri novērtē t. s. S1 un S2 rādītājus, kas balstās uz Blanšarda ilgtspējas indikatoriem, un tādējādi arī maksātspējas ierobežojumu. Tie, visdrīzāk, arī kļūs par pamatu minētās metodoloģijas izstrādāšanā.

Šajā darbā sniegta fiskālās politikas ilgtspējas definīcija un atspoguļota EK izmantojamā metodoloģija, kā arī aprakstīts Latvijas fiskālās politikas EK vērtējums.

## Fiskālās ilgtspējas jēdziens

Viens no pirmajiem ekonomistiem, kas pievērsās fiskālās politikas ilgtspējas izpētei, bija E. Domārs (1944). Kaut arī vārds „ilgtspēja” Domāra darbā (5) nav sastopams, tieši šis darbs ir uzskatāms par fiskālās politikas ilgtspējas problēmas izpētes sākumpunktu. Fiskālās ilgtspējas jēdziens radās vēlāk, kad to sāka saistīt ar t. s. *vairāku periodu budžeta ierobežojuma* (*intertemporal budget constraint*) jēdzienu. Laika gaitā tika izstrādāti dažādi fiskālās ilgtspējas indikatori un fiskālās ilgtspējas novērtēšanas metodes.

Lai atspoguļotu fiskālās ilgtspējas būtību, tiek izmantots *budžeta statistiskais ierobežojums* (*budget static constraint*)

$$B_{t+1} = B_t + r_t B_t + D_{t+1}, \quad (1)$$

kur  $B_t$  – valdības parāda līmenis perioda  $t$  beigās;  $r_t$  – valdības vērtspapīru procentu likme;  $D_{t+1}$  – primārais deficīts (budžeta deficīts, ņemot vērā parāda apkalpošanas maksājumus) periodā  $t+1$ . Valdības parādu katrā nākamajā periodā palielina procentu maksājumi par uzkrāto parādu un primārā deficīta līmenis.

Budžeta statistisko ierobežojumu (1. vienādojumu) risinot nākotnes periodiem, iegūst minēto *vairāku periodu budžeta ierobežojumu*

$$B_t = -\sum_{j=1}^T \prod_{k=0}^{j-1} R_{t+k}^{-1} D_{t+j} + \prod_{k=0}^{T-1} R_{t+k}^{-1} B_{t+T}, \quad (2)$$

kur  $T$  (apskatāmā laika perioda beigu gads) tiecas uz bezgalību.  $\prod_{k=0}^{j-1} R_{t+k}^{-1}$  ir diskonta

faktors, kas samazina nākotnes primāro deficītu un perioda  $T$  beigās uzkrātā valdības parāda vērtības atbilstoši „tagadnes vērtības” koncepcijai. Tā kā nākotnes primārie deficīti periodā  $t$  nav zināmi, šo vienādojumu var alternatīvi izteikt šādi:

$$B_t = -E_t \sum_{j=1}^{\infty} \prod_{k=0}^{j-1} R_{t+k}^{-1} D_{t+j} + E_t \lim_{T \rightarrow \infty} \prod_{k=0}^{T-1} R_{t+k}^{-1} B_{t+T}, \quad (3)$$

kur  $E_t$  apzīmē attiecīgā rādītāja nākotnē gaidāmās vērtības.

Fiskālās ilgtspējas nepieciešamais un pietiekamais nosacījums ir t. s. *maksātspējas nosacījums* (*transversality condition*)

$$E_t \lim_{T \rightarrow \infty} \prod_{k=0}^{T-1} R_{t+k}^{-1} B_{t+T} = 0, \quad (4)$$

kas nozīmē to, ka perioda  $T$  beigās uzkrātā valdības parāda tagadnes vērtība ir nulle vai, alternatīvi, ka valdības parāds, ņemot vērā diskonta faktoru, tiks pilnīgi dzēsts. Ja tas ir spēkā, tad spēkā ir t. s. *aizņemšanās tagadnes vērtības ierobežojums* (*present-value borrowing constraint*)

$$B_t = -E_t \sum_{j=1}^{\infty} \prod_{k=0}^{j-1} R_{t+k}^{-1} D_{t+j} \quad (5)$$



Tātad fiskālā politika ir uzskatāma par ilgtspējīgu, ja nākotnē gaidāmo primāro pārpalikumu un deficītu kopsūma, ņemot vērā diskonta faktoru, ir pietiekama, lai dzēstu pašreizējo valdības parādu. No tā izriet divas svarīgas atziņas.

- Fiskālā politika var būt ilgtspējīga pat gadījumā, kad valdības parāds nemitīgi aug, ja tā pieauguma temps ir zemāks par procentu likmi, ar kuru parāds tiek diskontēts. Tas nozīmē, ka negatīva budžeta kopējā bilance var būt ilgtspējīga, ja primārā bilance ir pozitīva, t. i., budžeta ieņēmumi sedz primāros izdevumus pilnā apjomā, kā arī vismaz daļēji sedz procentu maksājumus. O. Blanšards (1990) tomēr norāda, „ka šis arguments ir spēkā parciālā līdzsvara modelī, kurā procentu likme ir eksogēna. Šāda politika var izrādīties neiespējama vispārējā līdzsvara modelī”.
- Fiskālā politika var būt neilgtspējīga pat gadījumā, kad valdības parāda attiecība pret IKP visu laiku samazinās, ja ekonomikas izaugsmes temps pārsniedz procentu likmi, bet parāds pieaug ar tempu, kas ir mazāks par ekonomikas pieauguma tempu, taču lielāks par procentu likmi.

Maksātspējas ierobežojuma empīrisku pārbaudi sarežģī nenoteiktība attiecībā uz nākotnes fiskālo politiku. Savukārt uz vēsturiskiem datiem balstītajai analīzei (piemēram, 8; 4; 1; 12; 7; 10; 11; 9), izmantojot stacionaritātes un kointegrācijas pārbaudes testus, piemīt vairāki trūkumi. Pirmkārt, tā prasa garas makroekonomikas rindas, kuras parasti nav pieejamas. Otrkārt, balstoties uz pagātnē veiktās politikas analīzi, nevar droši spriest par nākotnes politiku un par šīs politikas ilgtspēju. Tas, ka valdība vairāku gadu laikā ir īstenojusi fiskālo ekspansiju, kas ir pretrunā ar maksātspējas nosacījumu, vēl nenozīmē, ka nākotnē gaidāmā politika nav ilgtspējīga.

Tas noteica nepieciešamību izstrādāt un izmantot nosacītus ilgtspējas rādītājus, kas pamatojas uz fiskālo ilgtspējas jēdzienu. Ilgtspējas rādītāju novērtēšanā izmanto nākotnē gaidāmās fiskālās politikas raksturlielumus, kas ļauj secināt par nākotnē gaidāmās politikas ilgtspēju.

## Fiskālās politikas ilgtspējas indikatori

O. Blanšards (1990) bija viens no pirmajiem ekonomistiem, kas fiskālās ilgtspējas novērtēšanā piedāvāja izmantot nosacītus ilgtspējas rādītājus. Viņš ieviesa jēdzienu „ilgtspējīga nodokļu ieņēmumu attiecība pret IKP”, to definējot šādi: nodokļu ieņēmumu attiecība pret IKP ir *ilgtspējīga*, ja tā nodrošina to, ka valsts parāds apskatāmā perioda beigās ir vienāds ar tā sākotnējo (t. i., perioda sākuma) vērtību.

Apzīmējot sākotnējo valsts parāda attiecību pret IKP ar  $b_0$  un izsakot budžeta bilanci kā ieņēmumu un izdevumu starpību, aizņemšanās tagadnes vērtības ierobežojumu var izteikt šādi:

$$\int_{t=0}^{\infty} (g_t + h_t - \tau^*) e^{-(r-\theta)t} dt = -b_0, \quad (6)$$

kur  $h_t$  – valsts transferti faktiskajās cenās attiecībā pret IKP,  $g_t$  – pārējie budžeta primārie izdevumi (budžeta izdevumi, neņemot vērā parāda apkalpošanas izmaksas) faktiskajās cenās attiecībā pret IKP,  $\tau^*$  – nodokļu ieņēmumu ilgtspējīga attiecība pret IKP,  $r$  – reālā procentu likme,  $\theta$  – IKP pieaugums salīdzināmās cenās. Šis

ierobežojuma pieraksts atbilst 5. vienādojumā atspoguļotajam, kur tiek izmantots diskrētā laika princips, bet 6. vienādojumā – nepārtrauktā laika princips.

Integrējot 6. vienādojumu, iegūstam

$$\tau^* = (r - \theta) \left[ \int_{t=0}^{\infty} (g + h) e^{-(r-\theta)t} dt + b_0 \right] \quad (7)$$

Starpību starp faktisko nodokļu ieņēmumu attiecību pret IKP un ilgtspējīgo nodokļu ieņēmumu attiecību  $\tau^* - \tau$  izmanto kā fiskālās politikas ilgtspējas indikatoru. Tas parāda, kādas ir nepieciešamās nodokļu ieņēmumu vai primāro izdevumu korekcijas (procentpunktos no IKP) gadījumā, ja korekcijas tiktu veiktas periodā  $t_0$ , lai padarītu fiskālo politiku par ilgtspējīgu. Jo vēlāk tiek veikta korekcija, jo lielāka tā ir nepieciešama, tādēļ ka ar laiku  $\tau^*$  pieaug. Atvasinot  $\tau^*$  pēc laika, iegūstam

$$\frac{d\tau^*}{dt} = (e^{(r-\theta)t} - 1)(\tau_n^* - \tau), \quad (8)$$

kur  $(\tau_n^* - \tau)$  ir nepieciešamā nodokļu sloga korekcija, ja to veic  $n$  periodus iepriekš. Tādējādi, piemēram, ja reālās procentu likmes un reālā IKP pieauguma tempa starpība ir 2%, bet nepieciešamā nodokļu sloga korekcija ir 10% no IKP, tad pēc gada tā būs par 0,2 procentpunktiem (pp) lielāka, t. i., 10,2%.

Ilgspējas indikatora aprēķināšanā izmanto budžeta rādītāju ilgtermiņa prognozes, līdz ar to indikatoru ticamība ir atkarīga no prognožu kvalitātes.

Fiskālās ilgtspējas problēma ir īpaši aktuāla Eiropas Savienības valstīs, to nosaka zems dzimstības līmenis, arvien pieaugošs vidējais dzīves ilgums un to iedzīvotāju pakāpeniska pāreja uz pensionēšanās vecumu, kuri piedzimuši gados, kurus raksturo ļoti augsts dzimstības līmenis. Ar laiku tas radīs spiedienu uz ES valstu nacionālajiem budžetiem un ilgtspējas problēmu. Tādēļ Eiropas Komisija regulāri prognozē ar vecumu saistīto budžeta izdevumu līmeni katrā ES valstī laika periodam līdz 2050. gadam, lai to izmantotu fiskālās politikas ilgtspējas indikatoru novērtēšanā. EK izmanto tās speciālistu izstrādātos indikatorus S1 un S2. Tie ir līdzīgi O. Blanšarda indikatoram, atspoguļojot starpību starp *ilgtspējīgo* un faktisko nodokļu ieņēmumu attiecību pret IKP. Jau minēts, ka O. Blanšards interpretē ilgtspēju kā valsts parāda konvergenci sākotnējai vērtībai. Atšķirībā no O. Blanšarda indikatoriem **S1** paredz, ka valsts parāda attiecība pret IKP sasniegs 60% līmeni 2050. gadā. Tātad S1 rāda, cik lielam jābūt nodokļu ieņēmumu kāpumam (vai ar vecumu nesaistīto budžeta izdevumu samazinājumam) attiecībā pret IKP, lai 2050. gadā panāktu Māstrihtas līgumā noteikto līmeni

$$S1 = [rb_0 - s_0] + \frac{r(b_0 - b_T)}{(1+r)^T - 1} - \frac{\sum_{i=1}^T \frac{\Delta s_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=1}^T \frac{1}{(1+r)^i}}, \quad (9)$$

kur  $b_0$  – valsts parāda attiecības pret IKP sākotnējā vērtība,  $b_T$  – valsts parāda attiecības pret IKP vērtība 2050. gada beigās (t. i., 60% no IKP),  $s_t$  – valsts

budžeta primārā bilance periodā  $t$ , bet  $r$  – procentu likmes un IKP pieauguma tempu attiecība

$$1 + r = \frac{1 + R}{1 + G}, \quad (10)$$

kur  $R$  – nominālā procentu likme, bet  $G$  – nominālā IKP pieauguma temps.

Savukārt  $S2$  pamatā ir vairāku periodu budžeta ierobežojuma definīcija.  $S2$  rāda, cik lielam jābūt nodokļu ieņēmumu kāpumam (vai ar vecumu nesaisīto budžeta izdevumu samazinājumam) attiecībā pret IKP, lai apmierinātu vairāku periodu budžeta ierobežojumu:

$$S2 = [rb_0 - s_0] - r \sum_{t=1}^{\infty} \frac{\Delta s_t}{(1+r)^t} \quad (11)$$

Abi indikatori sastāv no **vairākiem komponentiem**.

**Pirmais** komponents  $[rb_0 - s_0]$  atspoguļo starpību starp faktisko budžeta primāro bilanci un budžeta primāro bilanci, kas nodrošina valsts parāda attiecības pret IKP nemainīgumu ilgā laika posmā.

**Otrais** komponents  $\frac{r(b_0 - b_T)}{(1+r)^T - 1}$  atspoguļo nepieciešamību samazināt parāda

attiecību pret IKP līdz 60% līmenim ( $S2$  indikatoram šā komponenta nav). Ja tā pārsniedz 60% līmeni, tad nepieciešamā budžeta primārā bilance ir augstāka par to līmeni, kas nodrošina valsts parāda nemainīgumu.

**Trešais** komponents ( $S1$  indikatora gadījumā tas ir  $\frac{\sum_{i=1}^T \Delta s_i}{\sum_{i=1}^T (1+r)^i}$ , bet  $S2$

indikatora gadījumā tas ir  $r \sum_{t=1}^{\infty} \frac{\Delta s_t}{(1+r)^t}$ ) raksturo ar vecumu saistīto izdevumu

palielinājumu. Ja tiek prognozēts šo izdevumu straujš kāpums nākotnē, tad ir nepieciešams izveidot papildu rezerves 60% IKP parāda nodrošināšanai 2050. gadā ( $S1$ ) vai vairāku periodu budžeta ierobežojuma apmierināšanai ( $S2$ ).

$S1$  un  $S2$  sadale komponentos dod iespēju noskaidrot fiskālās neilgtspējas cēloņus.

EK novērtē arī **nokavēšanas izmaksas** (*cost of delay*), kas rāda izmaiņas indikatoru vērtībās, ja nepieciešamā fiskālās politikas korekcija netiek veikta laikus.

Vēl viens ilgtspējas rādītājs, kuru EK izmanto fiskālās politikas ilgtspējas analizē, ir **nepieciešamā primārā bilance** (*required primary balance, RPB*). Tā raksturo sākotnējo primārās bilances stāvokli, kas nodrošina fiskālo ilgtspēju (t. i., apmierina vairāku periodu budžeta ierobežojumu).  $RPB$  aprēķina, saskaitot primāro bilanci un  $S2$  vērtību:

$$RPB_0 = s_0 + S2 = rb_0 - r \sum_{t=1}^{\infty} \frac{\Delta s_t}{(1+r)^t} \quad (12)$$

## Eiropas Komisijas vērtējums par Latvijas valdības īstenoto fiskālās politikas ilgtspēju

EK indikatoru novērtēšanā jāņem vērā ar novecošanos saistīto izdevumu prognozes laika periodam līdz 2050. gadam. Ar novecošanos saistītajos izdevumos ietilpst pensiju izdevumi, izdevumi veselības aprūpei, ilglaicīgas aprūpes izdevumi, izglītības izdevumi un izdevumi bezdarbnieku pabalstiem. Tiek prognozēts, ka iedzīvotāju novecošanās ietekmē palielināsies izdevumi pensijām, veselības aprūpei un ilglaicīgajai aprūpei, savukārt izdevumi izglītībai un bezdarbnieku pabalstiem samazināsies, jo saruks jauniešu skaits un bezdarba līmenis.

2006. gadā EK aktualizēja ar novecošanos saistīto budžeta izdevumu prognozes, pamatojoties uz jaunajām demogrāfiskajām un makroekonomikas rādītāju prognozēm (6). Attiecībā uz ieņēmumiem un pārējiem primārajiem izdevumiem EK pieņem, ka to attiecības pret IKP nemainīsies. Procentu maksājumu dinamiku noteiks valsts parāda prognoze un reālā procentu likme, kas pieņemta 3% līmenī. Turklāt EK prognozēs pieņemts, ka nākotnē netiks veiktas izmaiņas ekonomiskajā politikā (netiks mainīta valsts vecuma pensiju sistēma vai netiks veikta politika, kas uzlabotu visu vecuma grupu iedzīvotāju veselības stāvokli utt.). S2 novērtēšanā tiek arī pieņemts, ka valsts budžeta primārās bilances attiecība pret IKP pēc 2050. gada paliks 2050. gada līmenī.

EK ziņojumā izmantojamās Latvijas izdevumu prognozes, kas saistītas ar vecumu, atspoguļotas 1. tabulā un 1. attēlā.

1. tabula

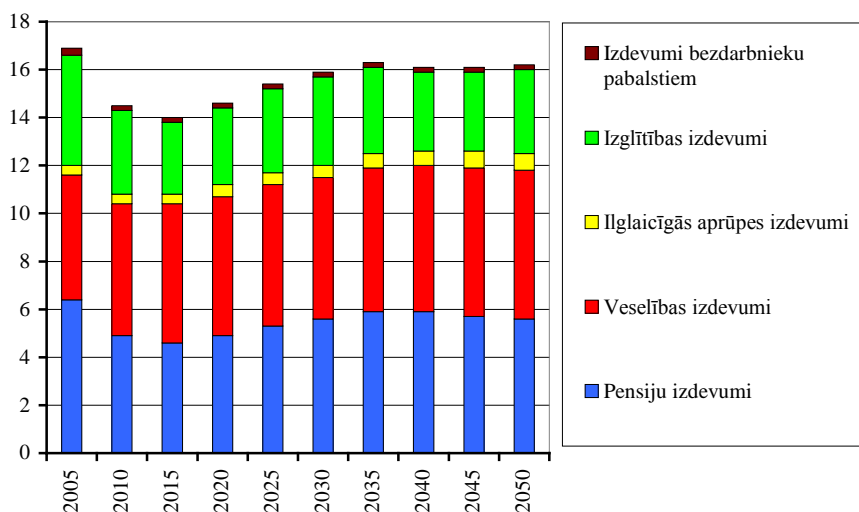
### Eiropas Komisijas ar novecošanos saistīto izdevumu prognozes laika periodā no 2005. gada līdz 2050. gadam (% no prognozētā IKP) EC projections of age-related government expenditures from 2005 to 2050 (% of projected GDP)

Izdevumu kategorija	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050	2050–2005
Pensiju izdevumi	6,4	4,9	4,6	4,9	5,3	5,6	5,9	5,9	5,7	5,6	-0,8
Veselības izdevumi	5,2	5,5	5,8	5,8	5,9	5,9	6,0	6,1	6,2	6,2	1,0
Ilglaicīgās aprūpes izdevumi	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,3
Izdevumi izglītībai	4,6	3,5	3,0	3,2	3,5	3,7	3,6	3,3	3,3	3,5	-1,1
Izdevumi bezdarbnieku pabalstiem	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	-0,1
Ar novecošanos saistītie izdevumi	16,9	14,5	14,0	14,6	15,4	15,9	16,3	16,1	16,1	16,2	-0,7
<i>Memo: pensiju izdevumi, ieskaitot fondēto pensiju shēmas</i>	6,4	4,9	4,6	5,0	5,6	6,0	6,5	7,0	7,5	8,3	1,9

Avots: European Commission (2006).

Kaut arī Latvijā, tāpat kā pārējās ES valstīs, ir gaidāma jauniešu un darbaspējas vecuma iedzīvotāju īpatsvara pakāpeniska samazināšanās un vecu cilvēku īpatsvara palielināšanās, valsts budžeta izdevumi pensijām attiecībā pret IKP samazināsies par 0,8 procentpunktiem. 90. gadu otrajā pusē Latvijā tika veikta pensiju sistēmas reforma, un gan vīriešiem, gan sievietēm līdz 62 gadiem tika paaugstināts pensionēšanās vecums, kā arī tika izveidota trīs līmeņu vecuma pensiju sistēma. Lai arī šie pensiju

līmeņi jau darbojas, noteiktu laika periodu vēl spēkā būs pārejas periods, jo daļai iedzīvotāju dalība valsts fondēto pensiju shēmā nav obligāta vai pat ierobežota. Dalība fondēto pensiju shēmā ir obligāta tiem, kas dzimuši pēc 1971. gada 1. jūlija, brīvprātīga tiem, kas dzimuši laika periodā no 1952. gada 2. jūlija līdz 1971. gada 1. jūlijam, un nav paredzēta tiem, kas dzimuši līdz 1952. gada 2. jūlijam. Turklāt valsts fondēto pensiju shēmā ieskaitāmā sociālās apdrošināšanas iemaksu daļa tiks pakāpeniski paaugstināta, 2010. gadā sasniedzot 10%.



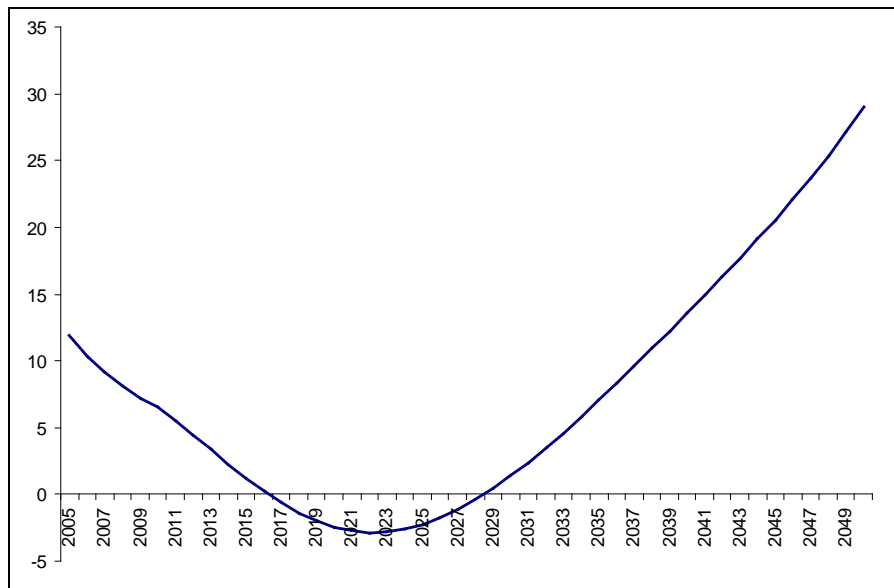
Avots: *European Commission* (2006).

1. att. Eiropas Komisijas ar novecošanos saistīto izdevumu prognozes laika periodā no 2005. gada līdz 2050. gadam (% no prognozētā IKP)  
*EC projections of age-related government expenditures from 2005 to 2050 (% of projected GDP)*

Tiek prognozēts veselības izdevumu kāpums. Lielākā daļa veselības aprūpes izdevumu attiecas uz veciem cilvēkiem, kuru īpatsvars pakāpeniski pieaugs. Līdz ar to palielināsies arī izdevumi veselības aprūpei. Tomēr EK prognozēs netiek ņemti vērā daži citi faktori, kas var palielināt veselības aprūpes izmaksas uz vienu iedzīvotāju, piemēram, tehnoloģiskais progress un medicīnisko iekārtu izmaksu kāpums.

Kopumā tiek prognozēts, ka perioda sākumā ar vecumu saistīto izdevumu attiecība pret IKP saruks, līdz ar to uzlabosies budžeta primārā bilance un valsts parāds turpinās lejupslidošo tendenci. Tā tiks pārtraukta laika posmā no 2010. līdz 2020. gadam. Pirmkārt, pensionēsies relatīvi daudz cilvēku, kas dzimuši pēc Otrā pasaules kara. Otrkārt, pēc Otrā pasaules kara Latvija kļuva par vienu no lielākajiem Padomju Savienības industrializācijas centriem. Latvijā tika attīstīta gan vieglā rūpniecība, gan arī nozīmīgi militāri rūpnieciskā kompleksa uzņēmumi. Lai nodrošinātu jaunizveidotos uzņēmumus ar darbaspēku, sākās masveida ieceļošana no citām PSRS republikām, tādēļ Latvijas iedzīvotāju skaits, sākot ar 1950. gadu, strauji palielinājās. Šī iedzīvotāju daļa arī pensionēsies pēc 2010. gada. Līdz ar to 21. gadsimta 20. gadu sākumā valsts parāds attiecībā pret IKP palielināsies.

2050. gadā tas sasnies ap 30% no IKP, kas tomēr ir zemāks par Māstrihtas kritērija līmeni (sk. 2. attēlu).



Avots: *European Commission* (2006).

2. att. Eiropas Komisijas prognoze par Latvijas valsts parādu laika periodā līdz 2050. gadam (% no IKP)

*EC projection of Latvia's government debt up to 2050 (% of GDP)*

3. tabulā atspoguļoti ilgtspējas indikatoru EK novērtējumi. Tie rāda, ka:

- pateicoties zemajam parāda līmenim, Latvija var pat atļauties samazināt nodokļu ieņēmumus vai palielināt ar vecumu nesaistītus izdevumus un vēl joprojām 2050. gadā sasniegt Māstrihtas līgumā noteikto kritēriju (to atspoguļo S1 2. komponents);
- lai, ņemot vērā nākotnē gaidāmo ar vecumu saistīto izdevumu dinamiku, apmierinātu vairāku periodu budžeta ierobežojumu, ir nepieciešams veikt fiskālo konsolidāciju: paaugstināt ieņēmumus vai samazināt izdevumus (to atspoguļo 3. komponents).

2. tabula

### Latvijas fiskālās politikas ilgtspējas Eiropas Komisijas indikatoru novērtējumi *EC assessment of the sustainability of Latvia's fiscal policy*

Rādītājs	Vērtība	1. komponents	2. komponents	3. komponents
S1	-0,6	-0,5	-1,0	0,9
S2	0,8	-0,4	-	1,2
RPB	1,7	-	-	-

\* Par sākotnējo periodu tiek uzskatīts 2010. gads.

Avots: *European Commission* (2006).

Kopumā abu indikatoru novērtējumi rāda, ka Latvijā iedzīvotāju novecošanās process neradīs nozīmīgu ietekmi uz valsts budžetu. Izdevumu kāpumu daļēji neitralizēs labvēlīgs sākotnējais stāvoklis, kuru raksturo viens no zemākajiem valsts parāda līmeņiem ES. Ilgtspējas nodrošināšanai nepieciešamā primārā bilance ir 1,7% no IKP. Saskaņā ar EK novērtējumiem Latvija ieskaitāma mazāka riska grupā kopā ar tādām valstīm kā Dānija, Igaunija, Lietuva, Nīderlande, Austrija, Polija, Somija un Zviedrija.

Tomēr jāapzinās, ka šie secinājumi ļoti lielā mērā balstās uz demogrāfisko un makroekonomikas rādītāju pieņēmumiem. Tāpēc nepieciešams veikt jūtīguma analīzi, kura rādītu, cik lielā mērā mainītos rādītāju novērtējumi, mainoties attiecīgajiem pieņēmumiem.

EK ir analizējusi S2 rādītāja jūtīgumu, analīzes rezultāti atspoguļoti 4. tabulā. Tie rāda, ka S2 rādītāja vērtības jūtība pret izmaiņām demogrāfiskajās un makroekonomikas prognozēs ir visai neliela un secinājumi par Latvijas fiskālās ilgtspējas zemo risku ir diezgan stabili. Piemēram, vidējā dzīves ilguma paaugstinājums par 1–1,5 gadu virs prognozētā palielina S2 vērtību par 0,3 procentpunktiem.

3. tabula

**Latvijas fiskālās politikas ilgtspējas jūtīguma analīze**  
*Sensitivity analysis of the sustainability of Latvia's fiscal policy*

Izmaiņas pieņēmumos	Garāks dzīves ilgums (par 1–1,5 gadu)	Augstākā darbaspēka produktivitāte (par 0,25 %)	Augstākā veco ļaužu nodarbinātība (par 5 pp)	Augstākā nodarbinātība t/s (par 1 pp)		Augstākās procentu likmes (par 1%)
				Darbaspēka piedāvājuma palielinājums	NAIRU samazinājums	
Ietekme uz S2 procentpunktos no IKP	0,3	–0,1	–0,1	–0,1	–0,1	–0,1

Avots: *European Commission* (2006).

Tomēr ilgtspējas indikatoru vērtības var izrādīties novērtētas par zemu šādu iemeslu dēļ:

- par zemu var būt novērtēts izdevumu palielinājums veselības aprūpei (patlaban izdevumu attiecība pret IKP Latvijā ir viena no zemākajām ES valstīs);
- valsts budžeta ieņēmumi un ar vecumu nesaistīto izdevumu attiecība pret IKP var mainīties (tas īpaši attiecas uz Latviju, kur vēl dažu gadu laikā tiks veikta pāreja uz fondēto pensiju shēmām, tādēļ valsts budžetā ieskaitāmo sociālās apdrošināšanas iemaksu attiecība pret IKP var mazināties);
- pensiju un algu attiecībai samazinoties, palielināsies politiskie riski attiecībā uz vecuma pensiju sistēmas stabilitāti.

## Secinājumi un priekšlikumi

Šajā darbā apskatīts fiskālās politikas ilgtspējas jēdziens un atspoguļota EK izmantojamā metodoloģija, kā arī aprakstīts Latvijas fiskālās politikas ilgtspējas EK novērtējums.

Fiskālā politika ir uzskatāma par ilgtspējīgu, ja nākotnē gaidāmo primāro pārpalikumu un deficītu kopsūma, ņemot vērā diskonta faktoru, ir pietiekama, lai

dzēstu pašreizējo valdības parādu. Fiskālās politikas ilgtspējas pārbaudi var veikt, lietojot uz vēsturiskiem datiem balstīto analīzi. Tomēr tā neļauj secināt, vai *nākotnē* gaidāmā fiskālā politika var tikt uzskatīta par ilgtspējīgu, un tai piemīt vairākas tehniskas problēmas. Līdz ar to praksē izmanto Blanšarda izstrādāto ilgtspējas indikatoru, bet EK savos novērtējumos izmanto t. s. S1 un S2 indikatorus, kas pamatojas uz ilgtspējas definīciju un Blanšarda darbu.

Saskaņā ar EK veikto Latvijas fiskālās politikas ilgtspējas analīzi Latvijā ir zema riska grupā, pateicoties 90. gados veiktajai vecuma pensiju sistēmas reformai. Tomēr var izrādīties, ka EK analīzē par zemu tika novērtēts gaidāmais budžeta izdevumu palielinājums veselības aprūpes sistēmā, kā arī netika ņemti vērā ar vecuma pensijas sistēmas reformu saistītie politiskie riski.

Līdz ar to fiskālās ilgtspējas izpētes problēma paliek aktuāla arī Latvijā un tuvākajā laikā var kļūt par ekonomikas pētījumu centrālo tēmu.

## LITERATŪRA

1. Balassone Fabrizio, Franco Daniele. Assessing Fiscal Sustainability: A Review of Methods with a View to EMU. In: Bank of Italy Research Department Public Finance Workshop 2000. Fiscal Sustainability. Rome: Banca d'Italia.
2. Blanchard Oliver et al. The Sustainability of Fiscal Policy: New Answers to an Old Question. OECD Economic Studies No. 15, Autumn 1990.
3. Buiter W. H. A Guide to Public Sector Debt and Deficits. Economic Policy, No. 1, 1985, p. 612–635.
4. Burnside Craig. Assessing New Approaches to Fiscal Sustainability Analysis. Draft, World Bank, 2004.
5. Domar Evsey D. The “Burden of the Debt” and the National Income. The American Economic Review, Vol. 34, No. 4, December 1944.
6. EUROPEAN COMMISSION, DIRECTORATE-GENERAL FOR ECONOMIC AND FINANCIAL AFFAIRS. The Long-Term Sustainability of Public Finance in the European Union. European Economy, 4/2006.
7. Hakkio Craig S., Rush Mark. Is the Budget Deficit “Too Large”? Economic Inquiry, Vol. 29, No. 24, July 1991.
8. Hamilton James D., Flavin Marjorie A. On the Limitations of Government Borrowing: A Framework for Empirical Testing. The American Economic Review, Vol. 76, No. 4, September 1986.
9. Quintos Carmela E. Sustainability of the Deficit Process with Structural Shifts. Journal of Business and Economic Statistics, Vol. 13, No. 4, October 1995.
10. Trehan Bharat, Walsh Carl E. Common Trends, Intertemporal Budget Balance, and Revenue Smoothing. Journal of Economic Dynamics and Control, No. 12, June–September 1988.
11. Trehan Bharat, Walsh Carl E. Testing Intertemporal Budget Constraints: Theory and Applications to U.S. Federal Budget and Current Account Deficits. Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 23, No. 2, May 1991.
12. Wilcox David W. The Sustainability of Government Deficits: Implications of the Present-Value Borrowing Constraint. Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 21, No. 3, August 1989.

## Summary

The sustainability of fiscal policy is usually assessed in order to conclude whether, based on the current policy and the future macroeconomic outlook, a government is headed towards excessive debt accumulation. To assess the



sustainability of fiscal policy implemented by the EU member states, European Commission applies a methodology that has benefitted from O. Blanchard's work. According to the EC assessment, Latvia falls into the low-risk group regarding the sustainability of its fiscal policy. Latvia benefits from the old-age pension system reform implemented in the 90s, which, inter alia, envisaged an increase in the retirement age and an introduction of the mandatory state-funded pension scheme. Nevertheless, risks to fiscal policy sustainability may turn out to be underestimated, taking into account the currently low spending level in the healthcare system and the possibility of political risks to the new old-age pension system.

**Keywords:** fiscal sustainability, intertemporal budget constraint, transversality condition, sustainability indicators, S1, S2.

## Latvijas dzīvojamā fonda modelēšana ar fundamentāliem rādītājiem

### A Model of the Housing Fund of Latvia: A Fundamental Approach

**Kristīne Vītola**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulvāris 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *kristine.vitola@bank.lv*

Rakstā aplūkots dzīvojamā fonda investīciju modelis ar fundamentāliem rādītājiem, kas novērtēts Latvijas mājokļu tirgum. Iegūtie modeļa novērtējumi liecina, ka fundamentālie faktori visai vāji izskaidro Latvijas dzīvojamā fonda pieaugumu. Reālais patēriņš, kas saskaņā ar pastāvīgo ienākumu hipotēzi ir proporcionāls māsaimniecību gaidāmajiem pastāvīgajiem ienākumiem un modelī izmantots kā ienākumus aizvietojošais mainīgais, ietekmē uzbūvēto mājokļu platības ar divu gadu novēlošanos. Elastība pret patēriņu vērtējama kā visai zema, ņemot vērā relatīvi nelielo Latvijas dzīvojamo fondu uz vienu iedzīvotāju. Bezdarba līmeņa kā ekonomisko aktivitāti un kopējo (tai skaitā mājokļu) pieprasījumu raksturojošā rādītāja efekts izrādījās nenozīmīgs un pretējs gaidītajam. Arī kapitāla cenai nav vērojama izskaidrojoša ietekme. Modeļa rezultāti ļauj secināt, ka Eiropas Savienībā iestāšanās gaidas, kas veicināja mājokļu cenu kāpumu, galvenokārt noteikušas straujo dzīvojamā fonda pieaugumu.

**Atslēgvārdi:** dzīvojamais fonds, mājokļu investīcijas, fundamentālie rādītāji, cenas un īres attiecība.

Dzīvojamais fonds uz vienu iedzīvotāju Latvijā būtiski atpaliek no Eiropas Savienības vidējā līmeņa, tādēļ mājokļu pieprasījuma pārsvars pār piedāvājumu pēdējos gados noteicis strauju to cenu kāpumu. Cenu pieaugums, savukārt, veicinājis investīciju ieplūdi dzīvojamā fonda būvniecībā, būtiski pieaugot jauno mājokļu piedāvājumam tirgū. Kaut arī pašlaik mājokļu tirgū vērojamas stabilizēšanās pazīmes, daudzi projekti ir izstrādes stadijā un tirgū arvien tiek pieteikti jauni projekti. Pašlaik valstī vērojams darbaspēka trūkums, nelabvēlīga demogrāfiskā situācija, augošas procentu likmes un būvniecības izmaksu sadārdzinājums, kas rada bažas par attīstītāju iespējām iesāktos projektus realizēt. Tādēļ būtiski ir izpētīt, cik lielā mērā dzīvojamā fonda pieaugumu Latvijā nosaka fundamentāli rādītāji, kas ļautu prognozēt pieprasījumam atbilstošu būvniecības attīstību nākotnē. Lai sasniegtu šo mērķi, darbā aplūkots mājokļu investīciju modelis, izmantojot fundamentālus rādītājus, kuru izstrādājis un lietojis F. Demers (2) Kanādas tirgum. Šis modelis novērtēts Latvijas datiem no 1999. gada 1. ceturkšņa līdz 2007. gada 2. ceturksnim, kas aptver maksimālo laika periodu, par kuru pieejami visu laika rindu dati.

## Galvenie mājokļu pieprasījumu noteicošie rādītāji

Viens no mājokļu pieprasījumu ietekmējošiem faktoriem ir cenas un īres attiecība (nominālais mājokļu cenas indekss, attiecināts pret patēriņa cenu indeksa īres komponentu). Šo mēru, kas ir radniecīgs cenas un dividendes attiecībai akciju tirgū, var interpretēt kā mājokļa īpašumtiesību izmaksas salīdzinājumā ar mājokļa īres izmaksām. Kad mājokļu cenas ievērojami pārsniedz īres cenas, potenciāliem pircējiem ir izdevīgāk īrēt, un tas atspoguļojas lejupvērstā spiedienā uz mājokļu cenām. Šis rādītājs tomēr jāaplūko ar zināmu piesardzību. Tas jāizvērtē salīdzinājumā ar mājokļa īpašnieka lietošanas izmaksu (*user cost of home ownership*) pārmaiņām. Mājokļa lietošanas izmaksas var aprēķināt pēc pieejas, kuru izvirzījis M. Poterba (5).

$$\text{Lietošanas izmaksas} = P (i^a + \tau + f - \pi), \quad (1)$$

kur  $i^a$  – hipotēku kredīta pēcnodokļu nominālā procentu likme;  
 $\tau$  – nekustamā īpašuma nodoklis;  
 $f$  – regulārās mājokļa uzturēšanas izmaksas;  
 $\pi$  – gaidāmais kapitāla pieaugums;  
 $P$  – mājokļu cenas indekss.

Pirmā komponente iekavās – hipotēku kredīta pēcnodokļu nominālā procentu likme  $i^a$  – ir neiegūtais ienesīgums (*cost of foregone interest*), kuru mājokļa īpašnieks varētu nopelnīt no alternatīvām investīcijām. Tas tiek koriģēts, iekļaujot kompensāciju, kuru var gūt no nodokļu atlaidēm vai hipotēku procentu kredīta (*credit of mortgage interest*) valstīs, kurās šie atvieglojumi ir spēkā (Austrija, Dānija, Somija, Vācija, Īrija, Itālija, Nīderlande, Norvēģija, Spānija, Zviedrija, Lielbritānija, ASV). Šajos aprēķinos tiek ņemti vērā atlaižu griesti vai kredīts un nodokļa bāze, kurai piemēro atlaides.  $\tau$  ir nekustamā īpašuma nodoklis, ar kuru apliek īpašnieka mājokli,  $f$  ir regulārās uzturēšanas izmaksas (*recurring holding costs*), kas ietver nolietojumu, apsaimniekošanu un dzīvojamā īpašuma riska prēmiju, un  $\pi$  atspoguļo gaidāmo kapitāla pieaugumu (vai zaudējumu).

Līdzsvarā gaidāmās izmaksas no īpašumā esošā mājokļa ir vienādas ar īres izmaksām  $R$ , tādējādi lietošanas izmaksas var izteikt kā

$$R = P(i^a + \tau + f - \pi) \quad (2)$$

Pārveidojot 2. vienādojumu, iegūst

$$\frac{P}{R} = \frac{1}{i^a + \tau + f - \pi} \quad (3)$$

Šis vienādojums atspoguļo sakarību starp faktisko cenas un īres attiecību un mājokļa lietošanas izmaksām. Citiem vārdiem, līdzsvars mājokļu tirgū iestājas, kad gaidāmās gada izmaksas no īpašumā esošā mājokļa ir vienādas ar īres izmaksām, savukārt mājokļa pārvērtēšanas gadījumā faktiskā cenas un īres attiecība pārsniedz no lietošanas izmaksām aprēķināto summu, liecinot, ka mājokli ir lētāk īrēt.

Otrs būtisks faktors, kas nosaka mājokļu pieprasījumu, ir demogrāfiskā situācija valstī, it īpaši – iedzīvotāju vecumstruktūra. Pētījumi liecina, ka mājokļu īpašnieku

Īpatsvars (*home ownership rates*) būtiski atšķiras pēc vecuma. Tā, piemēram, ASV šis rādītājs svārstās starp 40% mājsaimniecību īpašnieku vecumā no 20 līdz 29 gadiem un gandrīz 70% vecumā no 35 līdz 44 gadiem (4). Acīmredzot sākotnējais lēmums nopirkt mājokli ir cieši saistīts ar dzīves cikla notikumiem, piemēram, ģimenes nodibināšanu. Īpatnēji, ka mājokļu īpašnieku īpatsvars vecumā no 65 gadiem un vairāk ir pat augstāks, kas, visticamāk, liecina par to, ka šie cilvēki nevēlas zaudēt savas īpašumtiesības, kaut arī viņu mājsaimniecības lielums un vajadzība pēc platības samazinās.

Tālāk aplūkots, kā pieprasījumu pēc mājokļiem varētu ietekmēt demogrāfiskais sprādziens. Strauji pieaugot jaundzimušo skaitam, gados jaunu cilvēku īpatsvars laika gaitā palielinās. Pieņemot, ka mājokļu īpašnieku īpatsvars vecumstruktūrā saglabāsies iepriekšējā līmenī, šis augošais jauno cilvēku īpatsvars negatīvi ietekmēs pieprasījumu pēc mājokļiem un pazeminās cenas. Lai novērtētu šī lejupvērstā spiediena ilgumu un apmēru, jāaplūko divi galēji gadījumi. Pirmajā gadījumā potenciālie pircēji un būvnieki ir uz nākotni orientēti (*forward-looking*) un pieprasījuma un piedāvājuma apjoms elastīgi reaģē uz cenas pārmaiņām. Šajā tirgū, prognozējot zemāku pieprasījumu pēc mājokļiem, cenām būtu tendence samazināties, jo pircēji nevēlēšies tagad maksāt augstāku cenu par mājokļiem, kas būs lētāki nākotnē. Taču tas nenozīmē, ka mājokļu cenas krasi nokristos. Ja būs zemākas cenas, pircēji var izlemt, ka ir īstais laiks vairāk investēt mājoklī, nopērkot lielāku vai arī otru māju. Turklāt būvnieki konstatēs cenu pazeminājumu un samazinās būvniecības apjomus. Tādējādi šādā tirgū jaundzimušo straujā pieauguma efekts uz mājokļu cenām būs pakāpenisks, un kopējais cenu izmaiņu apmērs būs neliels. Otrajā gadījumā mājokļu tirgū ir tuvredzīgi tirgus dalībnieki, kuru uzvedība nav elastīga pret cenu izmaiņām. Kaut arī nākotnē tiks piedāvāts relatīvi daudz demogrāfiskā sprādziena laikā dzimušajiem piederošu mājokļu, tuvredzīgie pircēji to nesapratis un, pērkot sev jaunu mājokli, nepieprasīs zemāku cenu. Būvnieki turpinās būvēt tik ilgi, kamēr būs pieprasījums. Tiklīdz demogrāfiskā sprādziena laikā dzimušajiem piederošās mājas sāks iziet no tirgus, pārdošanai piedāvāto mājokļu klūs relatīvi vairāk. Šajā tirgū mājokļu cenas būs ievērojami svārstīgākas, un kopējā cenu lejupslīde būs būtiska.

Svarīgs mājokļu pieprasījumu noteicošais rādītājs ir privātpersonu bagātība. Saskaņā ar pastāvīgo ienākumu hipotēzi (*permanent income hypothesis, PIH*), kuru izvirzījis M. Frīdmans (3), gaidāmais pastāvīgais patēriņš ir proporcionāls mājsaimniecību gaidāmajiem pastāvīgajiem ienākumiem. Patēriņa proporcionalitāte attiecībā pret pastāvīgajiem ienākumiem nozīmē, ka patēriņš var kalpot kā bagātību aizvietojošais rādītājs. Bagātība ir nozīmīgs mājokļu investīcijas ietekmējošais faktors galvenokārt tādēļ, ka tā sniedz sviras efektu mājokļu pircējiem.

Vēl viens būtisks mainīgais, kas izskaidro cikliskās svārstības mājokļu tirgū, ir kredītu tirgus nosacījumi, proti, procentu likmes jeb kapitāla cena. Kaut gan kapitāla cena parasti ietilpst mājokļu pieprasījuma ilgtermiņa specifiskajās, tās loma ir īpaši nozīmīga, ietekmējot īstermiņa un vidēja termiņa pieprasījumu. Turklāt šis ir svarīgs kanāls, ar kura starpniecību monetārā politika ar procentu likmju termiņstruktūru ietekmē ekonomisko aktivitāti. Saskaņā ar tradicionālo Keinsa IS-LM modeli monetārās transmisijas mehānismu, kurā atspoguļots monetārās ekspansijas efekts, var shematiski attēlot šādi:

$$M \uparrow \Rightarrow i, \downarrow \Rightarrow I \uparrow \Rightarrow Y \uparrow,$$

kur  $M \uparrow$  parāda, ka, īstenojot ekspansīvu monetāro politiku, t. i., centrālajai bankai palielinot naudas piedāvājumu  $M$ , reālās procentu likmes samazinās ( $i_r \downarrow$ ), kas, savukārt, samazina kapitāla cenu, izraisot investīciju pieaugumu ( $I \uparrow$ ), tādēļ kopējais pieprasījums un produkcijas izlaide palielinās ( $Y \uparrow$ ).

Kaut arī sākotnēji Keiness attiecināja šo kanālu uz uzņēmumiem, pieņemot investīciju lēmumus, vēlākos pētījumos apgalvots, ka patērētāju lēmumi par mājokļa un ilglietošanas patēriņa preču izdevumiem arī ir investīciju lēmumi. Tādējādi iepriekš attēlotajā shēmā monetārās transmisijas procentu likmju kanāls vienlīdz attiecināms uz patēriņa izdevumiem, kur  $I$  atspoguļo mājokļu un ilglietošanas patēriņa preču izdevumus.

Jāatzīmē, ka procentu likmju transmisijas mehānisma būtiska iezīme ir *reālā*, nevis nominālā procentu likme, kas ietekmē patērētāju un uzņēmumu lēmumus. Turklāt bieži vien tieši reālā ilgtermiņa procentu likme, nevis īstermiņa procentu likme tiek uzskatīta par galveno rādītāju, kas ietekmē izdevumus. Faktors, kas izskaidro, kādēļ centrālās bankas ietekmētās īstermiņa nominālās procentu likmes pārmaiņas atspoguļojas reālās procentu likmes attiecīgās pārmaiņās, ir neelastīgās cenas. Tādējādi ekspansīva monetārā politika, kas samazina īstermiņa nominālo procentu likmi, samazina arī īstermiņa *reālo* procentu likmi, un tas ir spēkā arī tirgū ar racionālām gaidām. No termiņstruktūras gaidu hipotēzes, kas apgalvo, ka ilgtermiņa procentu likme ir gaidāmo nākotnes īstermiņa procentu likmju vidējā vērtība, izriet, ka zemāka reālā īstermiņa procentu likme izraisa reālās ilgtermiņa likmes samazināšanos. Tādējādi zemākas reālās procentu likmes veicina uzņēmumu investīciju, mājokļu investīciju un ilglietošanas patēriņa preču izdevumu pieaugumu.

Mājokļu īstermiņa pieprasījumu ietekmē dzīvojamā fonda pielāgošanās efekti. Līdzsvara dzīvojamo fondu nosaka fundamentālie faktori, savukārt dzīvojamā fonda pielāgošanās efekti atspoguļo to, kā mājokļu pieprasījumu ilgtermiņa noteicošie faktori ietekmē mājokļu investīcijas. Dzīvojamā fonda pielāgošanās efekti rodas tādēļ, ka pielāgošanās izmaksu dēļ dzīvojamais fonds uzreiz nesasniedz savu līdzsvara līmeni.

## Mājokļu investīciju modelis ar fundamentāliem rādītājiem

Šajā nodaļā aplūkots mājokļu investīciju modelis, izmantojot fundamentālus (jeb strukturālus) rādītājus, kuru savā darbā lietojis F. Demers (2), analizējot Kanādas mājokļu tirgu. Šī pieeja tālāk piemērota Latvijas datiem.

F. Demera darbā kopējās mājokļu investīcijas  $h_t$  sastāv no primārā tirgus  $i_t$  un sekundārā tirgus investīcijām  $m_t$ . Primārajā tirgū līdzekļi tiek ieguldīti jaunu mājokļu būvniecībā un renovācijā. Savukārt sekundārajā jeb otrreizējā tirgū mājokļi tiek pārdoti vairākkārt, tādējādi darījumu summas atspoguļojas kopējās sekundārā tirgus investīcijās. Abi tirgi dažos aspektos atšķiras, tādēļ tie modelēti atsevišķi. Tā kā viens no darba mērķiem bija izpētīt uz fundamentāliem faktoriem balstītu prognozēšanas modeļu priekšrocības salīdzinājumā ar vienkāršiem noteicošo rādītāju (*leading indicators*,  $LI$ ) modeļiem, strukturālajās specifiskajās nav iekļauti noteicošie rādītāji, kā izsniegtās būvatļaujas un patērētāju konfidences rādītāji. Nošķirot šīs divas modelēšanas pieejas, iespējams noteikt, vai strukturālais modelis var pārspēt vienkāršos  $LI$  modeļus.

Apzīmējot ar  $k_t$  valsts dzīvojamo fondu, tā dinamiku var definēt šādi:

$$k_t \equiv (1 - \tau)k_{t-1} + i_t, \quad (4)$$

kur  $k_{t-1}$  – dzīvojamais fonds iepriekšējā periodā;  
 $i_t$  – investīcijas jaunu mājokļu būvniecībā un renovācijā;  
 $\tau$  – nolietojuma likme.

F. Demers investīciju būvniecībā ilgtermiņa specififikāciju formulējis šādi:

$$i_t = \alpha_0 + \alpha_1 p_t + \alpha_2 k_{t-1} + \alpha_3 d_t + \alpha_4 c_t + \alpha_5 a_t + \alpha_6 r_t + v_{1,t}, \quad (5)$$

kur  $p_t$  – mājokļa cenas<sup>1</sup> attiecība pret īres cenu;  
 $d_t$  – demogrāfiskās struktūras rādītājs;  
 $c_t$  – mājsaimniecību patēriņš;  
 $a_t$  – darbaspēka līdzdalības rādītājs;  
 $r_t$  – kapitāla cena;  
 $v_{1,t}$  – stohastiska kļūda ar vidējo „nulle”.

Demogrāfiskās struktūras rādītājs  $d_t$  definēts kā 25–44 gadu vecuma iedzīvotāju īpatsvars 15 gadu un vecāku iedzīvotāju skaitā. Patēriņš  $c_t$  ir pastāvīgo ienākumu jeb bagātību aizvietojošais mainīgais, kas aprakstīts iepriekš. Kapitāla cena  $r_t$  ir mājokļu būvniecībai izsniegto kredītu gada procentu likme.

Tā kā 5. vienādojumu var interpretēt kā pieprasījuma funkciju, apriori var prognozēt, ka izpildīsies šādi koeficientu ierobežojumi:  $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_6 < 0$  un  $\alpha_3, \alpha_4, \alpha_5 > 0$ .

Kaut arī 5. vienādojums raksturo būvniecības investīciju ilgtermiņa dinamiku, to izmanto, lai analizētu arī īstermiņa dinamiku, kurai ir šāda specififikācija:

$$\Delta i_t = \sum_{j=1}^j \beta_{1,j} \Delta i_{t-j} + \sum_{j=1}^j \beta_{2,j} \Delta c_{t-j} + \sum_{j=1}^j \beta_{3,j} \Delta r_{t-j} + \sum_{j=1}^j \beta_{4,j} \Delta p_{t-j} + \sum_{j=1}^j \delta_{1,j} v_{1,t-j} + v_{2,t}, \quad (6)$$

kur  $\Delta$  apzīmē diferences operatoru;  $v_{2,t}$  ir identiski, neatkarīgi sadalīta kļūda, un  $j$  ir novēlošanās garums. Uzskatāmības labad visur lietots vienāds apzīmējums  $j$ , taču novēlošanās garums visiem mainīgajiem var atšķirties.  $\Delta i_{t-j}$ ,  $\Delta c_{t-j}$ ,  $\Delta r_{t-j}$  un  $\Delta p_{t-j}$  parāda attiecīgi investīciju, patēriņa, procentu likmes un mājokļa cenas pārmaiņas viena perioda laikā ar  $j$  periodu novēlošanos. Koeficients  $\beta_{1,j}$  atspoguļo investīciju inerci, proti, jo tas tuvāks vienam, jo lielākā mērā pašreizējā perioda investīcijas atkarīgas no iepriekšējā perioda investīcijām.  $\beta_{2,j}$ ,  $\beta_{3,j}$  un  $\beta_{4,j}$  atspoguļo investīciju jaunu mājokļu būvniecībā un renovācijā pārmaiņas periodā  $t$ , ja attiecīgi patēriņš, procentu likme un mājokļu cena periodā  $t - j$  pieaug par vienu vienību, pārējiem faktoriem paliekot nemainīgiem. Tā kā 5. vienādojums attēlo ilgtermiņa līdzsvara attiecības starp mainīgajiem, tad 6. vienādojums atspoguļo līdzsvara korekcijas modeli ar pielāgošanās ātrumu  $\delta_{1,j}$ .

Sekundāro tirgu  $m_t$  raksturo līdzīga ilgtermiņa specififikācija:

$$m_t = \gamma_0 + \gamma_1 p_t + \gamma_2 d_t + \gamma_3 c_t + \gamma_4 a_t + \gamma_5 r_t + e_{1,t}, \quad (7)$$

kur  $e_{1,t}$  ir gadījuma kļūda. 7. vienādojumā gaidāms, ka  $\gamma_2$ ,  $\gamma_3$  un  $\gamma_4$  būs pozitīvi, savukārt  $\gamma_1$  un  $\gamma_5$  negatīvi.

Īstermiņa specififikācija, savukārt, ir šāda:

$$\Delta m_t = \sum_{j=1}^j \eta_{1,j} \Delta m_{t-j} + \sum_{j=1}^j \eta_{2,j} \Delta r_{t-j} + \sum_{j=1}^j \eta_{3,j} \Delta p_{t-j} + \sum_{j=1}^j \delta_{2,j} e_{1,t-j} + e_{2,t} \quad (8)$$

8. vienādojums arī atspoguļo līdzsvara korekcijas modeli ar pielāgošanās ātrumu  $\delta_{2,j}$ .

Jauno mājokļu piedāvājumu var ierobežot tādi faktori kā būvniecības laiks, zeme un darbaspēka trūkums, savukārt sekundārajā tirgū ierobežojums var izpausties nepietiekamā piedāvājumā, kas dod iespēju māsaiņniecībām izvēlēties savām vajadzībām un finansiālajām iespējām atbilstošu mājokli. Taču kopumā gaidāms, ka  $\sum_{j=1}^j \delta_{2,j} \leq \sum_{j=1}^j \delta_{1,j}$ , proti, sekundārajā tirgū līdzsvars iestājas vismaz tikpat ātri kā būvniecības tirgū. Ja šī nevienādība izpildās ar vienādiem pārējiem nosacījumiem, pielāgošanās procesa implicētā heterogenitāte nozīmē, ka rezultātu efektivitāti iespējams uzlabot, balstoties uz dezagregēto pieeju, salīdzinājumā ar agregēto modeli, kurā tiešā veidā novērtēts  $h_t$ .

Visbeidzot, ar mērķi salīdzināt fundamentālo rādītāju prognozēšanas spējas ar noteicošo rādītāju pieeju F. Demers savā darbā definējis dzīvojamā fonda investīciju modeli ar noteicošiem rādītājiem. Bez nacionālo kontu datiem par mājokļu investīcijām mājokļu sektoru raksturo tādi ceturkšņu rādītāji kā izsniegtās būvatļaujas un jaunie pasūtījumi būvniecībā. Šie rādītāji, visticamāk, cieši korelē ar nacionālo kontu mājokļu investīciju datiem, jo izsniegtās būvatļaujas ir pirmais acīmredzamais signāls attiecībā uz mājokļu būvniecību nākotnē. Tādējādi galvenais uzdevums ir noskaidrot, vai ar noteicošiem rādītājiem var iegūt mājokļu investīciju īstermiņa dinamikas ticamas prognozes. Lai to izpēftu, F. Demers definējis autoregresīvu noteicošo rādītāju modeli:

$$x_t = \sum_{j=1}^{j^x} \phi_j \Delta x_{t-j} + \sum_{j=1}^{j^w} \beta_j \Delta w_{t-j} + e_t \quad (9)$$

kur  $x_t$  – pētāmais mainīgais;

$w_{l,t}$  –  $l$ -tais noteicošais rādītājs;

$e_t$  – baltais troksnis;

$\Delta$  – diferences operators;

$j^x$  un  $j^w$  – attiecīgi atkarīgā mainīgā un noteicošā rādītāja novēlošanās skaits.

Atkarīgais mainīgais ir investīcijas jaunu mājokļu būvniecībā un renovācijā  $i_t$ , sekundārā tirgus investīcijas  $m_t$  vai kopējās mājokļu investīcijas  $h_t$ , proti,

$x_t = \{i_t, m_t, \{h_t = i_t + m_t\}\}' \cdot \Delta x_{t-j}$  un  $\Delta w_{l,t-j}$  atspoguļo attiecīgi atkarīgā mainīgā un  $l$ -tā noteicošā rādītāja pārmaiņas viena perioda laikā. Koeficients  $\phi_j$  parāda atkarīgā mainīgā pārmaiņu ietekmi ar  $j$  periodu novēlošanos uz atkarīgā mainīgā pašreizējā perioda līmeni, savukārt  $\beta_j$  parāda noteicošo rādītāju pārmaiņu kopējo novēloto ietekmi uz atkarīgo mainīgo.

## Iegūtie rezultāti

Piemērojot fundamentālo rādītāju pieeju Latvijas datiem, vispirms jāatzīmē daži ierobežojumi. Pirmkārt, Latvijā nav laika rindu datu par reālām darījumu summām otrreizējā mājokļu tirgū. Tādējādi  $m_t$  komponentu atsevišķi nav iespējams modelēt.

Otrkārt, dati par kapitālieguldījumiem dzīvokļu būvniecībā, kurus publicē CSP, pieejami tikai pa gadiem. Taču, tā kā šīs investīcijas pēc noteikta laika atspoguļojas uzbūvētajā dzīvojamā fondā, šajā pētījumā izmantoti uzbūvēto dzīvojamo ēku platību dati, kas pieejami pa ceturkšņiem. Ņemot vērā, ka mājokļu būvniecības process ilgst 1,5–2 gadus, dzīvojamā fonda ilgtermiņa specifikācijā, kuru apraksta 5. vienādojums, eksogēnie mainīgie jāiekļauj ar zināmu novēlošanos. Atkarīgais mainīgais  $i_t$  ir dzīvojamo ēku kopējās platības nodošana ekspluatācijā, tūkstošos kvadrātmētru (turpmāk –  $m^2$ ). Lai aprēķinātu mājokļu cenas un īres attiecību  $p_t$ , izmantoti nekustamā īpašuma kompānijas „Latio” dati par sērijveida dzīvokļu vidējam kvadrātmetra cenām Rīgas mikrorajonos, kas pārrēķinātas indeksa veidā attiecībā pret 2000. gada vidējo cenu.<sup>2</sup> Īres cenas indekss ir patēriņa cenu groza īres maksas komponents (04.1. grupa) 2000. gada vidējās cenās. Šajā darbā izmantota iepriekš aplūkotā pastāvīgo ienākumu hipotēze, un par bagātības jeb pastāvīgo ienākumu aizvietojošo rādītāju izmantots patēriņa komponents<sup>3</sup> iekšzemes kopproduktā (IKP) 2000. gada cenās ( $c_t$ ). Tā kā dati par kredītu procentu likmēm atsevišķās tautsaimniecības nozarēs, tai skaitā būvniecībā, nav pieejami, par reālo kapitāla cenu  $r_t$  izmantota iekšzemes uzņēmumiem no jauna izsniegto kredītu vidējās procentu likmes un inflācijas starpība. Darbaspēka līdzdalības rādītāja vietā iekļauts bezdarba līmenis  $u_t$ . Atšķirībā no F. Demera darba Latvijas modeli nav iekļauts demogrāfiskais faktors. Jāatzīmē, ka 25 līdz 44 gadu vecuma iedzīvotāju īpatsvars 15 gadu un vecāku iedzīvotāju skaitā ik gadu samazinājās no 35,2% 1998. gada sākumā līdz 32,6% 2007. gada sākumā, tādēļ, iekļaujot to modeli, novērtētais koeficients būtu negatīvs, proti, pretējs gaidītajam. Paplašinot demogrāfiskā faktora vecuma robežas līdz 20–49 gadiem, vērojama līdzīga samazināšanās tendence.

F. Demera specifikācijā kā eksogēnais mainīgais ietverts arī dzīvojamais fonds iepriekšējā perioda beigās. Tas pamatots ar apsvērumu – jo lielāks dzīvojamais fonds valstī jau eksistē, jo mazāk mājokļu būvniecībā tiks investēts, respektīvi, gaidāma negatīva abu rādītāju sakarība. Latvijā dzīvojamais fonds uz 1 iedzīvotāju pieauga no 21,3  $m^2$  1995. gadā līdz 25,7  $m^2$  2006. gadā, kas ir uz pusi zemāks rādītājs nekā vidēji Eiropas Savienībā. Aplūkojot attēlā atspoguļotās uzbūvēto dzīvojamo ēku platības, var secināt, ka periodā no 1995. līdz 2003. gadam ekspluatācijā nodoto dzīvojamo platību apjoms bija relatīvi neliels, savukārt aktīva mājokļu būvniecība vērojama tikai kopš 2004. gada. Respektīvi, pašreizējais dzīvojamais fonds vēl nav sasniedzis noteiktu piesātinājuma līmeni, pēc kura varētu novērtēt negatīvu korelatīvu sakarību starp esošo dzīvojamo fondu un investīcijām mājokļu būvniecībā. Tādēļ Latvijas ilgtermiņa vienādojumā šis rādītājs nav iekļauts. Tā vietā iekļauta endogēnā mainīgā pirmā novēlošanās, jo būvniecībai raksturīga liela inerce, un tādējādi tiek novērsta kļūdu autokorelācija.

Papildus iepriekš minētajiem mainīgajiem modelī ieviests fiktīvais mainīgais ( $dum$ ), kas atspoguļo Eiropas Savienībā iestāšanās efektu. Kā iepriekš minēts, aktīva mājokļu būvniecība sākās 2004. gadā, proti, īsi pirms iestāšanās ES, tādēļ, lai uztvertu būvniecības strukturālās pārmaiņas, modelī periodā no 1999. līdz 2003. gadam  $dum = 0$ , bet, sākot ar 2004. gadu,  $dum = 1$  (ES iestāšanās efekts ir ilglaicīgs, jo pēc 2004. gada būvniecībā vērojamas līmeņa pārmaiņas).

Tādējādi 5. vienādojumu Latvijas datiem var definēt šādi:

$$i_t = \alpha_0 + \alpha_1 p_{t-k} + \alpha_2 c_{t-k} + \alpha_3 u_{t-k} + \alpha_4 r_{t-k} + \alpha_5 dum + \alpha_6 i_{t-1} + v_{1,t}, \quad (10)$$

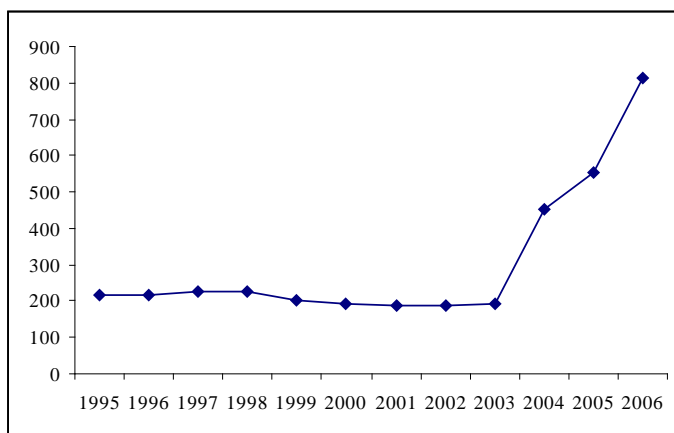
kur mainīgo apzīmējumi definēti iepriekš, savukārt novēlošanās  $k$  vienkāršības labad apzīmēta vienoti, kaut gan faktiski tā starp mainīgajiem var atšķirties.



Modelēšanā izmantoti ceturkšņa dati par periodu no 1999. gada 1. ceturkšņa līdz 2007. gada 2. ceturksnim (maksimālais laika periods, par kuru pieejami visu mainīgo dati). Aprēķiniem izmantota *Eviews* programma.

Tā kā uzbūvēto dzīvojamo ēku un patēriņa ceturkšņa datiem raksturīga sezonālitate, tie sezonāli izlīdzināti ar X12 metodi. Šo metodi izstrādājis ASV statistikas birojs (*US Census Bureau*), un to plaši lieto daudzas pasaules valsts institūcijas, statistikas organizācijas un ekonomisti. Uzbūvēto dzīvojamo ēku un patēriņa dati logaritmēti, kas ļauj interpretēt patēriņa regresijas koeficientu kā elastību. Cenas un īres attiecības indekss, bezdarba līmenis un procentu likme atstāti līmeņos.

Mainīgo savstarpējās korelācijas ir augstas, bet darbā aplūkotas tikai atkarīgā mainīgā korelācijas ar to ietekmējošiem rādītājiem. Investīcijas būvniecībā būtiski un pozitīvi korelē ar cenas un īres attiecību un patēriņu (korelācija attiecīgi 0,90 un 0,86) un negatīvi ar bezdarba līmeni un procentu likmi ( $-0,72$  un  $-0,56$ ), kas atbilst gaidāmajam.



Avots: CSP.

Att. Uzbūvētās dzīvojamās ēkas, tūkst. m<sup>2</sup> kopējās platības  
*Completed housing, thousd. sq. m.*

Modeļa analīzes gaitā veikti šādi noviržu testi:

- *Breusch-Godfrey* seriālo korelāciju LM tests, un pārbaudīta hipotēze par modeļa noviržu autokorelāciju. Hipotēze noraidīta, proti, modeļa novirzēs nav novērota autokorelācija;
- Normalitātes tests (*Jarque-Bera* statistika). Hipotēze par noviržu normālo sadalījumu nav noraidīta, tādējādi modeļa novirzes ir normāli sadalītas;
- *White* heteroskedasticitātes tests. Hipotēze par noviržu heteroskedasticitāti noraidīta.

Modelim veikts arī *Ramsey RESET* tests, kas pārbauda modeļa specifiskācijas pareizību, proti, vai iekļauti visi būtiskie mainīgie un ir korekti izvēlēta modeļa funkcionālā forma. Hipotēze nav noraidīta, norādot, ka eksogēno mainīgo izvēle un logaritmiskās formas ir korektas.

Mainīgo stacionaritātes testi parādīja, ka tie ir nestacionāri, bet to differences ir stacionāras ar 5% ticamības līmeni. Visi mainīgie ir I(1) procesi, proti, integrēti ar vienu kārtu, un novirzes testi noraidīja hipotēzi par autokorelācijas esamību, kas savukārt pierāda, ka mainīgie ir kointegrēti.

Modelis novērtēts dažādās specifiskajās, mainot novēlošanos skaitu, iekļaujot trendu un konstanti. Izvēlēts labākais modelis, atstājot nozīmīgos mainīgos ar korektām koeficientu zīmēm. Procentu likmes un bezdarba koeficienti izrādījās pozitīvi, kas ir pretēji gaidītajam, tādēļ izslēgti. Modeļa rezultāti atspoguļoti tabulā.

Tabula

**Latvijas dzīvojamā fonda modelis ar fundamentāliem mainīgajiem**  
***A Model of Latvia's Housing Fund with Fundamentals***

Metode / Method: Mazāko kvadrātu / *Least Squares*

Izlase / Sample: 1999:1 2007:2

Novērojumu skaits / Included observations: 34

$$\ln(i_t) = 0,258 * p_{t-6} + 0,344 * \ln(c_{t-8}) + 0,348 * dum + 0,438 * \ln(i_{t-1})$$

p-vērtība / p-value (0,015) (0,001) (0,014) (0,005)

<i>R-squared*</i>	0.951036	<i>Akaike info criterion</i>	-0.731138
<i>Adjusted R-squared</i>	0.944915	<i>Schwarz criterion</i>	-0.540823
<i>S.E. of regression</i>	0.157192	<i>Durbin-Watson stat</i>	2.263336

\* šeit:

*R-squared* – determinācijas koeficients

*Adjusted R-squared* – koriģētais det. koef.

*S.E. of regression* – regresijas standartkļūda

*Akaike info criterion* – Akaike informācijas kritērijs

*Schwarz criterion* – Švarca kritērijs

*Durbin-Watson stat* – Durbina-Vatsona statistika

Uzbūvēto dzīvojamo platību apjoms Latvijā ir nozīmīgi un pozitīvi atkarīgs no reālā patēriņa ar 8 ceturkšņu jeb 2 gadu novēlošanos. Šāda novēlota ietekme ir pamatota, jo, kā iepriekš minēts, būvniecības process ir ilgstošs un nepieciešams relatīvi ilgs laiks, lai reaģētu uz fundamentālu rādītāju pārmaiņām. Elastība pret patēriņu parāda, ka, reālajam patēriņam pieaugot par 10% ceturksnī, ekspluatācijā nodoto dzīvojamo platību apjoms pēc 2 gadiem pieaug vidēji par 3,4% ceturksnī. Šis rādītājs ir visai zems, ņemot vērā, ka patēriņš ir daļa no ienākumiem, un būtu vēl zemāks, ja iekļautu visus indivīdu ienākumus. Turklāt elastība būtu gaidāma augstāka, ņemot vērā salīdzinoši nelielo dzīvojamo fondu uz vienu iedzīvotāju.

Cenas un īres attiecība nozīmīgi un pozitīvi ietekmē dzīvojamo fondu, norādot, ka, tai palielinoties par vienu vienību, uzbūvētās mājokļu platības pēc pusotra gada pieaug vidēji par 25,8%. Šī elastība vērtējama kā ļoti augsta un visai labi raksturo faktisko situāciju Latvijas mājokļu tirgū. Līdzās fiktīvajam mainīgajam, kas pamato Eiropas Savienībā iestāšanās efektu, cenas un īres attiecības koeficients ļauj secināt, ka tieši ES iestāšanās gaidās veicinājušas mājokļu cenu kāpumu un turpmāku straujo dzīvojamā fonda pieaugumu.

## Secinājumi un priekšlikumi

No vērtētā modeļa rezultātiem var secināt, ka

- fundamentālie rādītāji visai vāji izskaidro Latvijas dzīvojamā fonda pieaugumu. Potenciālo mājokļa pircēju īpatsvars pēdējo 10 gadu laikā pakāpeniski samazinājies, tādēļ tā iekļaušana modelī dotu rezultātus, kas ir pretēji gaidītajiem. Bezdarba līmenis, kas raksturo ekonomisko aktivitāti valstī un tādējādi arī kopējo (tai skaitā mājokļu) pieprasījumu, izrādījās nenozīmīgs. Arī kapitāla cenai nav vērojams izskaidrojošs efekts;

- reālā patēriņa pieaugums ietekmē uzbūvēto mājokļu platības ar divu gadu novēlošanos, kas ir pamatoti, ņemot vērā būvniecībai nepieciešamo laiku, lai pielāgotos fundamentālo rādītāju pārmaiņām. Tomēr elastība pret patēriņu vērtējama kā visai zema, ņemot vērā, ka patēriņš ir daļa no ienākumiem, kā arī relatīvi nelielo dzīvojamo fondu uz vienu iedzīvotāju;
- Eiropas Savienībā iestāšanās gaidas, kas veicināja mājokļu cenu kāpumu, galvenokārt noteikušas straujo dzīvojamā fonda pieaugumu.

## PIEZĪMES

- <sup>1</sup> Šajā rādītājā ietvertas dažādas izmaksas, kuras sedz mājokļa īpašnieks, – nolietojums, īpašuma nodokļi, uzturēšanas un remonta izdevumi, apdrošināšana.
- <sup>2</sup> „Latio” ir viens no lielākajiem nekustamā īpašuma uzņēmumiem Latvijā. Tā dati ir reprezentatīvāki salīdzinājumā ar citu nekustamo īpašumu kompāniju datiem, jo atspoguļo reālu darījumu cenas. Savukārt CSP publicētie dzīvokļu cenu dati nav lietojami modeļa aprēķinos, jo vērtējami kā pārāk zemi salīdzinājumā ar nekustamo īpašumu kompāniju pārskatos minētām reālo darījumu summām.
- <sup>3</sup> Mājsaimniecību un bezpeļņas organizāciju, kas apkalpo mājsaimniecības, galapatēriņa izdevumi.

## LITERATŪRA

1. Berger-Thomson L., Ellis L. Housing Construction Cycles and Interest Rates. Reserve Bank of Australia, Research Discussion Paper, 2004–2008.
2. Demers F. Modelling and Forecasting Housing Investment: The Case of Canada. Bank of Canada, Working Paper No. 41, 2005.
3. Friedman M. A Theory of the Consumption Function. Princeton: Princeton University Press, 1957.
4. Krainer J. Housing Markets and Demographics. Federal Reserve Bank of San Francisco, FRBSF Economic Letter, No. 27, October 2005.
5. Poterba M. House Price Dynamics: The Role of Tax Policy and Demography. NBER Working Paper No. 1706, 1992.

## Summary

In this paper, a model of housing investment is reviewed and estimated for the housing market in Latvia, using a fundamental approach. The obtained results indicate that the role of fundamentals in explaining the growth of Latvia's housing fund is rather weak. The real consumption which, according to the permanent income hypothesis, is proportional to the expected permanent income of households and serves as a proxy for income in the model, affects the housing development with a two-year lag. Taking into account the comparatively small per capita living fund in Latvia, the elasticity to consumption is regarded as rather low. Contrary to the expected, the effects of unemployment rate, which reflects the overall economic activity and aggregate demand (including housing), turned out to be insignificant. The cost of capital also was insignificant. The results of the model lead to the conclusion that the expectations of the European Union membership were the main driving force for the increasing housing prices and the following rapid growth of housing investment.

**Keywords:** housing fund, housing investment, fundamentals, price-to-rent ratio.

## Latvijas banku sistēmas pakļautība procentu likmju riskam

### Exposure of Latvian Banking System to Interest Rate Risk

Elmārs Zakulis

Latvijas Banka

K. Valdemāra iela 2a, Rīga, LV-1050

E-pasts: [elmars.zakulis@bank.lv](mailto:elmars.zakulis@bank.lv)

Rakstā apskatīta procentu likmju izmaiņu potenciālā ietekme uz banku gada tīriem procentu ienākumiem. Banku pakļautība procentu likmju riskam tiek vērtēta, ņemot vērā pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu un pasīvu termiņstruktūras sabalansētību un ienākumu jutīgumu pret procentu likmju izmaiņām. Banku jutīgums pret potenciālām procentu likmju izmaiņām tiek aprēķināts, izmantojot jutīguma analīzi un pārcenošanas starpības metodi. Analīzes rezultāti rāda, ka pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu un pasīvu termiņstruktūra Latvijas banku sektorā kopumā ir labi sabalansēta. Latvijas banku ienākumu jutīgums pret procentu likmju izmaiņām ir salīdzinoši mazs. Tādējādi kopumā banku sistēmas pakļautība procentu likmju riskam ir ierobežota. Tas galvenokārt skaidrojams ar Latvijas banku sektorā valdošo praksi kredītus izsniegt ar mainīgām procentu likmēm un salīdzinoši īsiem likmju fiksācijas periodiem.

**Atslēgvārdi:** procentu likmju risks, pārcenošanas starpība, jutīguma analīze, finanšu stabilitāte.

Ar procentu likmju risku bankās saprot procentu likmju izmaiņu iespējamo nelabvēlīgo ietekmi uz bankas ienākumiem un bankas ekonomisko vērtību. Šī raksta mērķis ir novērtēt Latvijas banku sistēmas pakļautību procentu likmju riskam, aprēķinot procentu likmju izmaiņu iespējamo nelabvēlīgo ietekmi uz banku finansiālo stāvokli.

Svarīgi atzīmēt, ka procentu likmju riska uzņemšanās ir normāla banku darbības sastāvdaļa un var būt ievērojams ienākumu avots. Tipiskākais piemērs tam ir bankas termiņstruktūras transformēšanas bizness (*maturity transformation business*), kas raksturo faktu, ka banka savos pasīvos pārsvarā piesaista īstermiņa saistības ar īstermiņa procentu likmēm, savukārt bankas aktīvi lielākoties ir izsniegtie kredīti, kas galvenokārt ir ilgtermiņa finanšu instrumenti ar garāka termiņa procentu likmēm. Līdz ar to banka ar savu bilanci nosacīti transformē procentu likmju termiņstruktūru – piesaista līdzekļus par īstermiņa likmēm un izvieta par ilgtermiņa likmēm, tādējādi gūstot peļņu uz ilgtermiņa un īstermiņa procentu likmju starpības rēķina, jo naudas tirgū īstermiņa likmes normālos apstākļos tradicionāli ir zemākas par ilgtermiņa likmēm.

Taču pārmērīga bankas pakļautība procentu likmju riskam strauju un lielu procentu likmju izmaiņu gadījumā var nopietni apdraudēt bankas ienākumus un kapitāla bāzi.

Ir vairāki tipiskākie procentu likmju riska rašanās avoti.

**Ienesīguma līknes risks** (*yield curve risk*) ir iespēja ciest zaudējumus negaidītu izmaiņu dēļ ienesīguma līknes<sup>1</sup> slīpumā (*slope*) un formā (*shape*). Te par piemēru noder jau iepriekš minētais banku termiņu transformācijas bizness. Ņemot vērā, ka tradicionāli bankām par savām saistībām procentu izdevumi lielākoties balstās uz īstermiņa likmēm, bet ienākumi no izsniegto kredītu procentu maksājumiem galvenokārt ir balstīti uz ilgāka termiņa likmēm, tad tām būtu ārkārtīgi neizdevīgi, ja samazinātos ilgtermiņa likmes un pieaugtu īstermiņa likmes – respektīvi, situācija, kad ienesīguma līknes slīpums samazinās vai pat kļūst negatīvs.

Procentu likmju risku rada arī **bāzes risks** (*basis risk*). Tā ir iespēja ciest zaudējumus, mainoties procentu likmēm finanšu instrumentiem ar vienādiem procentu likmju pārskatīšanas termiņiem, bet atšķirīgām bāzes likmēm (piemēram, aktīviem – RIGIBOR, bet saistībām – Latvijas Bankas refinansēšanas procentu likme).

Ir iespējams arī tā saucamais **izvēles risks** (*optionality risk*) – iespēja ciest zaudējumus, ja finanšu instruments tieši (iespējas līgumi) vai netieši (kredīti ar pirmstermiņa atmaksas iespēju, noguldījumi pēc pieprasījuma u. tml.) paredz bankas klientam izvēles iespēju.

Taču tradicionālākais procentu likmju riska avots banku darbībā ir tieši **pārcenošanas risks** (*repricing risk*) – iespēja ciest zaudējumus, mainoties procentu likmēm un pastāvot atšķirībām aktīvu, pasīvu un ārpusbilances pozīciju atlikušajos termiņos. Pārcenošanas riska gadījumā, mainoties procentu likmēm, bankām zaudējumi var rasties:

- procentu izdevumiem pieaugot vairāk nekā procentu ienākumiem – gadījumā, ja procentu likmes pieaug un bankas aktīvu atlikušais termiņš vidēji pārsniedz saistību atlikušo termiņu. Augstākā procentu likme tiks „iecenota” saistībās relatīvi ātrāk nekā aktīvos. Šajā gadījumā bankas būs spiestas maksāt lielākus procentu izdevumus par savām saistībām jau tuvākajā laikā, bet saņemt augstākus procentu ienākumus no saviem aktīviem tās varēs tikai pēc ilgāka laika;
- procentu ienākumiem samazinoties vairāk nekā procentu izdevumiem – gadījumā, ja procentu likmes samazinās un saistību atlikušais termiņš vidēji pārsniedz aktīvu atlikušo termiņu. Zemākā procentu likme tiks „iecenota” aktīvos relatīvi ātrāk nekā saistībās. Šajā gadījumā bankas būs spiestas saņemt zemākus procentu ienākumus no saviem aktīviem jau tuvākajā laikā, bet maksāt zemākus procentu izdevumus par savām saistībām tās varēs tikai pēc ilgāka laika.

Ir svarīgi atzīmēt, ka procentu likmju riskam ir divējāda ietekme uz bankas finansiālo stāvokli.

No vienas puses, procentu likmju izmaiņas ietekmē bankas ienākumus ar tīriem procentu ienākumiem, respektīvi, procentu likmju izmaiņas ietekmē bankas tīros procentu ienākumus noteiktā periodā kopš procentu likmju izmaiņām.

No otras puses, izmaiņas procentu likmēs ietekmē arī bankas aktīvu, saistību un ārpusbilances instrumentu tirgus vērtību un tādējādi arī visas bankas ekonomisko vērtību, jo, mainoties procentu likmēm, mainās arī nākotnes naudas plūsmu tagadnes vērtība (ar tirgus procentu likmēm diskontētā vērtība).

Taču konkrētu procentu likmju izmaiņu gadījumā, ņemot vērā bankas konkrēto termiņstruktūru, noteikta virziena procentu likmju izmaiņas abos gadījumos radīs līdzīga pozitīva vai negatīva rakstura finansiālo ietekmi uz banku. Piemēram, ja aktīvu atlikušais termiņš vidēji pārsniegs saistību atlikušo termiņu, tad procentu likmju

pieaugums samazinās bankas fīros procentu ienākumus un samazinās arī bankas ekonomisko jeb tirgus vērtību. Līdz ar to autors uzskata, ka šīs ir drīzāk divas pieejas vienas – procentu likmju izmaiņu radītās – ietekmes novērtēšanai (3, 6. lpp.).

Atšķirība ir tā, ka otrā pieeja, kas apskata ietekmi uz bankas ekonomisko vērtību, ir noderīgāka procentu likmju riska novērtēšanai tādās finanšu institūcijās, kurām ir relatīvi daudz tādu aktīvu un pasīvu, kas tiek novērtēti tirgus vērtībā, piemēram, tām ir nozīmīgi fiksēta procentu ienākuma vērtspapīru portfeli, vai tās ir pašas emitējušas vērtspapīrus. Tāpat šī pieeja varētu būt svarīgāka tām finanšu institūcijām, kuru pašu akcijas tiek regulāri tirgotas akciju tirgū.

Taču šīs pieejas mīnuss ir tas, ka procentu likmju riska potenciāli radītās ietekmes noteikšanai ir nepieciešami daudz detalizētāki dati par katru bankas naudas plūsmu, savukārt, izmantojot pirmo pieeju, ir iespējams aptuveni noteikt ietekmi uz bankas tīriem procentu ienākumiem ar salīdzinoši mazāku datu daudzumu. Tas ir īpaši svarīgi, ja nepieciešams izdarīt secinājumus par procentu likmju risku visā banku sistēmā. Informācija par katru naudas plūsmu ir pieejama tikai pašai bankai.

Līdz ar to, novērtējot visa Latvijas banku sektora pakļautību procentu likmju riskam, par analīzes pamatu tika izvēlēta pirmā pieeja, kas apskata procentu likmju ietekmi uz bankas ienākumiem un nav tik prasīga attiecībā uz nepieciešamo datu detalizācijas pakāpi.

Balsoties uz izvēlēto pieeju, viena no metodēm, kā noteikt procentu likmju izmaiņu ietekmi uz bankas tīriem procentu ienākumiem, ir pārcenošanas starpības (*repricing gap*) metode.

Izmantojot šo metodi, pret procentu likmju izmaiņām jutīgie bankas aktīvi (PJA) un saistības (PJS) tiek sagrupētas vairākos termiņa intervālos atkarībā no to atlikušā laika līdz pārcenošanai. Fiksētas procentu likmes instrumentiem tas ir atlikušais finanšu instrumenta termiņš, bet mainīgas procentu likmes instrumentiem – atlikušais laiks līdz procentu likmju pārskatīšanai. Tādējādi šajā metodē ņemtas vērā divas svarīgas īpašības procentu likmju riska novērtēšanā.

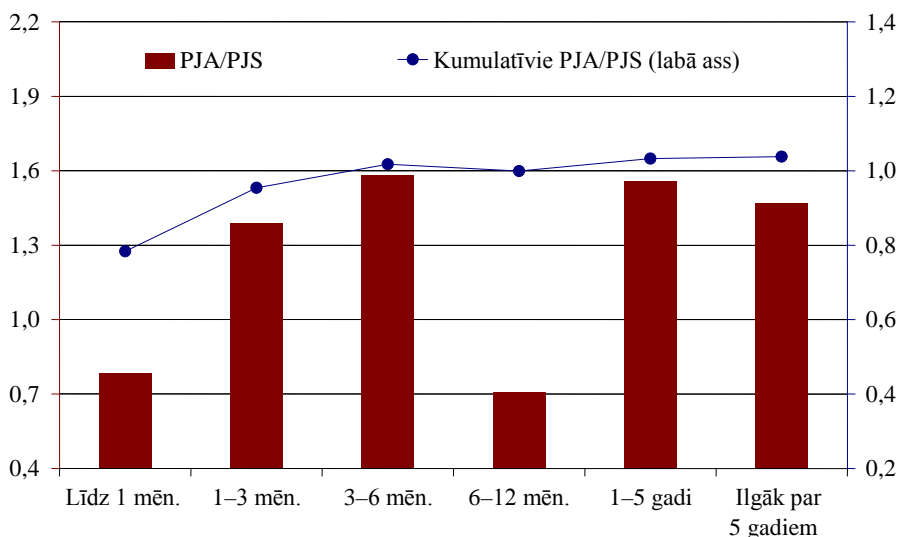
Pirmkārt, novērtējot procentu likmju risku, ir svarīgi skatīties tikai uz tiem bankas aktīviem un saistībām, kas rada vai nu procentu ienākumus, vai procentu izdevumus – respektīvi, ir jutīgi pret procentu likmju izmaiņām, pārējie bankas aktīvi un saistības no procentu likmju riska viedokļa nav svarīgi.

Otrkārt, aplūkojot aktīvu un saistību termiņstruktūru, ir svarīgi ņemt vērā konkrēti termiņu līdz procentu likmju pārskatīšanai, neievērojot, vai tas sakrīt ar paša aktīva vai saistību termiņu. Tas mazāk attiecas uz saistībām, bet aktīvu gadījumā vistipiskākais piemērs ir, piemēram, kredīti mājāsaimniecībām mājokļa iegādei (pašu kredītu termiņš ir ļoti garš – parasti vairāk nekā 10 gadu), bet, tā kā lielākā daļa šo kredītu ir ar mainīgām procentu likmēm, tad termiņš līdz procentu likmju pārskatīšanai šiem kredītiem ir daudz īsāks – ne vairāk kā gads.

Pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu un saistību pārcenošanas termiņstruktūrā (sk. 1. att.) kopumā atspoguļojas tradicionālajai banku darbībai raksturīgā termiņa transformācijas funkcija, kad līdzekļi, kas piesaistīti galvenokārt īstermiņa noguldījumu veidā, tiek izmantoti, lai izsniegtu kredītus, kas lielākoties ir ilgtermiņa.

Termiņa intervālā līdz vienam mēnesim pret procentu likmju izmaiņām jutīgo saistību ir vairāk nekā aktīvu, bet garākajos intervālos situācija ir pretēja. Vienīgais izņēmums ir termiņa intervāls 6–12 mēneši, kurā salīdzinājumā ar īsākajiem termiņu intervāliem ir ievērojami mazāks aktīvu apjoms. Tas skaidrojams ar samērā īsiem Latvijas banku piemērotajiem procentu likmju periodiem, izsniedzot kredītus ar

mainīgām likmēm, jo šajā intervālā salīdzinājumā ar iepriekšējiem trim ir ievērojami mazāks kredītu apjoms.



1. att. Pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu (PJA) attiecība pret procentu likmju izmaiņām jutīgajām saistībām (PJS) Latvijas banku sektorā 2007. gada 2. ceturkšņa beigās (2, autora aprēķini)

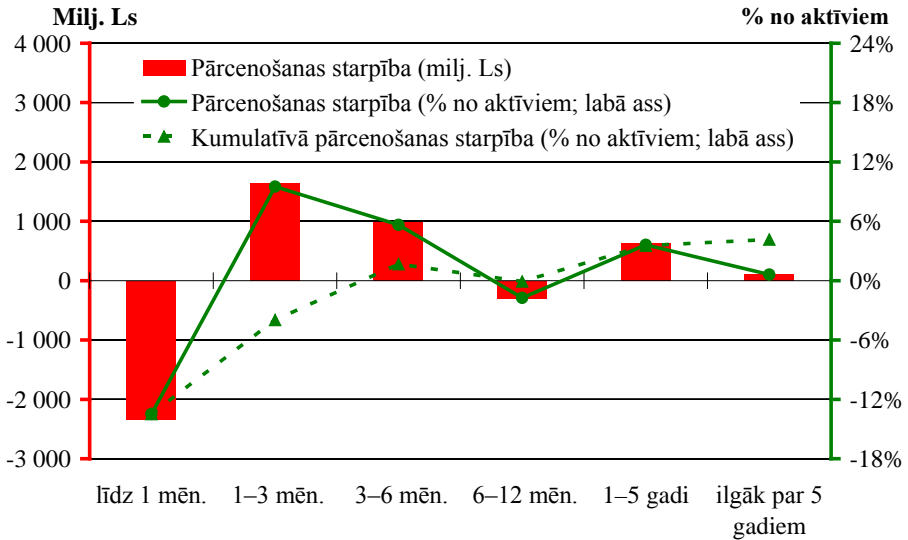
*The ratio of rate-sensitive assets (RSA) to rate-sensitive liabilities (RSL) in Latvian banking sector at the end of the 2<sup>nd</sup> quarter of 2007*

Tā kā pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu un saistību attiecība dažādos termiņa intervālos ir atšķirīga, tad, piemēram, pieaugot procentu likmēm, zaudējumi, kas radīsies tuvākā mēneša laikā, tiks kompensēti ar peļņu 1–6 mēnešus pēc procentu likmju celšanas. Tāpēc, apskatot atsevišķos termiņa intervālus, ir derīgi aplūkot tā saukto kumulatīvo jeb kopējo attiecību starp aktīviem un saistībām, kurā ņemtas vērā aktīvu un saistību attiecības iepriekšējos termiņa intervālos. Bankas, kas piemēro pārcenošanas starpības metodi procentu likmju riska novērtēšanā, mēdz lietot kumulatīvo viena gada attiecību starp pret procentu likmju izmaiņām jutīgajiem aktīviem un saistībām, lai noteiktu riska limitus, ļaujot šai attiecībai būt robežās no 0,9 līdz 1,1 vai 0,8 līdz 1,2. Latvijas banku sektorā kopumā šī attiecība ir 0,9993 (sk. 1. att.), kas liecina par kopumā ļoti sabalansētu pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu un saistību termiņstruktūru un līdz ar to par banku sistēmas mazu pakļautību procentu likmju riskam.

Taču pārcenošanas starpības metode neaprobežojas tikai ar kumulatīvo viena gada attiecību starp pret procentu likmju izmaiņām jutīgajiem aktīviem un saistībām. Kā liecina metodes nosaukums, tā koncentrējas tieši uz pārcenošanas starpību. Pārcenošanas starpība noteiktā termiņa intervālā ir starpība, kas rodas pret procentu likmju izmaiņām jutīgo aktīvu un saistību vērtībām konkrētajā termiņa intervālā. Jo lielāka ir bankas pārcenošanas starpība, jo lielāka ir tās pakļautība procentu likmju riskam. Ja pārcenošanas starpība ir pozitīva, tad banka cietīs zaudējumus no procentu likmju pazemināšanās – tā kā aktīvu ir vairāk par saistībām, tad bankas procentu ienākumi samazināsies vairāk nekā izdevumi. Savukārt, ja pārcenošanas starpība ir

negatīva, tad banka cietīs zaudējumus no procentu likmju pieauguma – tā kā saistību ir vairāk nekā aktīvu, bankas procentu izdevumi pieaugs vairāk nekā ienākumi.

Latvijas banku sektorā kopumā pārcenošanas starpība dažādos termiņa intervālos variē no –2,3 miljardiem latu līdz 1,7 miljardiem latu jeb no –3,6 līdz 9,6% no banku kopējiem aktīviem. Savukārt kumulatīvā viena gada pārcenošanas starpība veido –0,1% no banku kopējiem aktīviem (sk. 2. att.).



2. att. Pārcenošanas starpība Latvijas banku sektorā 2007. gada 2. ceturkšņa beigās (2. autora aprēķini)

*Repricing gap in Latvian banking sector at the end of the 2<sup>nd</sup> quarter of 2007*

Izmantojot pārcenošanas starpības, ir iespējams veikt jutīguma analīzi, novērtējot potenciālu procentu likmju izmaiņu ietekmi uz Latvijas banku gada tūriem procentu ienākumiem (un tādējādi uz to peļņu), un tādā veidā noteikt banku jutīgumu pret procentu likmju izmaiņām.

Jutīguma analīzes aprēķinos procentu likmju izmaiņu ietekme uz gada tūriem procentu ienākumiem tiek aprēķināta pēc šādas formulas:

$$P/L = \sum_{i=1}^n \left[ GAP_i \times \Delta\% \times \left( \frac{12 - 0,5 \times (t_i^j + t_i^m)}{12} \right) \right], \quad (1)$$

kur

P/L – procentu likmju izmaiņu ietekme uz bankas gada tūriem procentu ienākumiem;

GAP<sub>i</sub> – pārcenošanas starpības vērtība i-tajā termiņa intervālā;

Δ% – procentu likmju izmaiņu lielums, procentu punktos;

$t_i^j$  – mēnešos izteikts i-tā termiņa intervāla sākums;

$t_i^m$  – mēnešos izteiktas i-tā termiņa intervāla beigas;

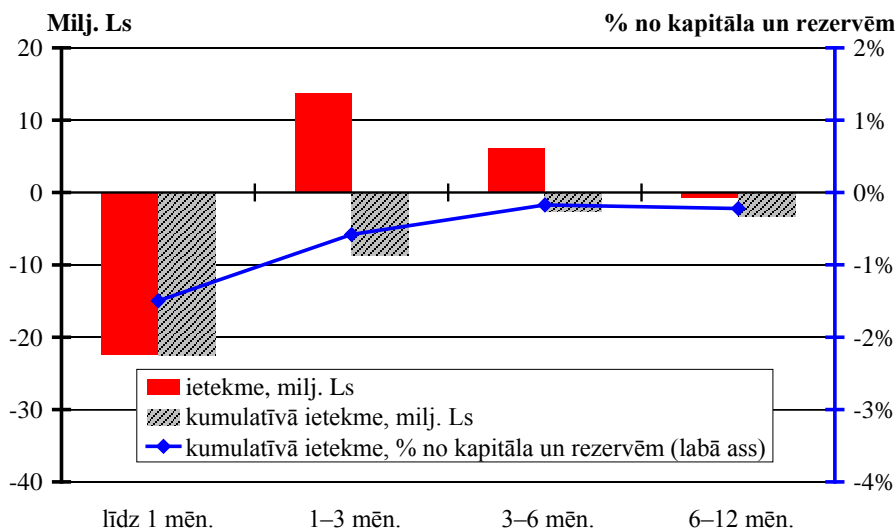
n – ceturtais termiņa intervāls (6–12 mēneši).



Pēc formulas (1) ietekme uz gada peļņu katrā termiņa intervālā tiek aprēķināta, reizinot šī intervāla pārcenošanas starpību ar procentu likmju izmaiņas lielumu un konkrētā termiņa intervāla koeficientu, kas raksturo gada daļu, kad šī intervāla pārcenošanas starpība būs aktīva. Koeficienta aprēķinā pieņemts, ka pārcenošanas notikis intervāla vidū. Piemēram, 3–6 mēnešu intervāla koeficients ir 0,625 ( $= (12 - 0,5 \times (3 + 6)) / 12$ ). Lai noteiktu kopējo ietekmi uz gada tīriem procentu ienākumiem, summē katrā termiņa intervālā līdz vienam gadam aprēķināto ietekmi – peļņu vai zaudējumus (1, 5. lpp.).

Aprēķinos pieņemts, ka notiek ienesīguma līknes paralēla pārbīde. Tas nozīmē, ka visu termiņu gada procentu likmes mainās par vienādu procentu punktu daudzumu. Par procentu likmju izmaiņu lielumu, kā jau tas raksturīgi jutīguma analizē, izvēlēts 1% punkta pieaugums procentu likmēs.

Latvijas bankām aprēķinātie jutīguma analīzes rezultāti redzami 3. attēlā. Procentu likmēm pieaugot par 1% punktu ienesīguma līknes paralēlas pārbīdes gadījumā, negatīvā pārcenošanas starpība termiņa intervālā līdz vienam mēnesim gada laikā samazinātu gada tīros procenta ienākumus par 22,4 miljoniem latu. Savukārt pozitīvā pārcenošanas starpība termiņa intervālā 1–3 mēneši palielinātu gada tīros procenta ienākumus par 13,8 miljoniem latu (sk. 3. att.).



3. att. Jutīguma analīze: 1% punkta pieauguma (procentu likmēs) ietekme uz Latvijas banku gada tīriem procentu ienākumiem 2007. gada 2. ceturkšņa beigās (2. autora aprēķini)  
Sensitivity analysis: effect of 1% point increase in interest rates on the annual net interest income of Latvian banks at the end of the 2<sup>nd</sup> quarter of 2007

Kopējā 1% punkta pieauguma (procentu likmēs) ietekme uz Latvijas banku sistēmu būtu negatīva – tā samazinātu gada tīros procentu ienākumus par 3,3 miljoniem latu<sup>2</sup> jeb 0,2% no banku kopējā kapitāla un rezervēm. Attiecīgi, ja procentu likmes samazinātos par 1% punktu, ienesīguma līknei pārbīdoties paralēli uz leju, kopējā banku gada peļņa palielinātos par 3,3 miljoniem latu.

## Secinājumi

Salīdzinoši mazais banku jutīgums pret procentu likmju izmaiņām liecina par kopumā ierobežotu banku pakļautību procentu likmju riskam. Galvenais faktors, kas ierobežo banku procentu likmju risku, ir kredītu izsniegšana ar mainīgām procentu likmēm. Tādēļ tirgus procentu likmju izmaiņas tiek iecenotas banku izsniegto kredītu procentu likmēs salīdzinoši īsā laikā. 2007. gada 2. ceturkšņa beigās to Latvijas banku kredītu, kuru atlikušais termiņš līdz pārcenošanai bija laika intervālā līdz 6 mēnešiem, apjoms veidoja 86,5% no kopējā kredītu apjoma. Šādu kredītu lielā īpatsvara dēļ 1–3 un 3–6 mēnešu termiņa intervālos ir pozitīvas pārcenošanas starpības, kas ir pietiekami lielas, lai kompensētu bankām tradicionāli negatīvo īsākā termiņu intervāla pārcenošanas starpību.

Taču procentu likmju risku, no kura bankas atbrīvojas, izsniedzot kredītus ar mainīgām procentu likmēm, uzņemas banku klienti. Līdz ar to liels procentu likmju pieaugums varētu ietekmēt bankas netiešā veidā – palielinot to kredītriskus.

## PIEZĪMES

<sup>1</sup> Inesīguma līkne attēlo procentu likmes atkarībā no termiņa.

<sup>2</sup> Šeit jāņem vērā, ka aprēķini balstās uz pārcenošanas starpības metodi, pamatojoties uz banku sektora bilances struktūru 2007. gada 2. ceturkšņa beigās, un tie neapskata procentu likmju radīto iespaidu uz banku ekonomisko vērtību.

## LITERATŪRA

1. Procentu likmju riska pārvaldīšanas un procentu likmju riska termiņstruktūras pārskata sagatavošanas noteikumi: Finanšu un kapitāla tirgus komisijas noteikumi. Latvijas Vēstnesis, 2004. Nr. 123, 5 lpp.
2. Latvijas Bankas finanšu stabilitātes pārskati 2004–2007.
3. Principles for the Management and Supervision of Interest Rate Risk. Basel Committee on Banking Supervision, Bank for International Settlements. September 2003, 44 p.

## Summary

The aim of this article is to evaluate the exposure of Latvian banking system to interest rate risk by assessing the potential negative effect of interest rate changes on the financial condition of the banks. This article examines the potential effect of interest rate changes on the annual net interest income of the banks. Exposure of banks to interest rate risk is assessed based on the balance between the rate-sensitive assets and liabilities as well as the sensitivity of bank income to interest rate changes. Sensitivity of the banks to potential interest rate changes is calculated based on sensitivity analysis and the repricing gap methodology. Results of the analysis show that over time, rate-sensitive assets are well balanced with rate-sensitive liabilities in Latvian banking sector. The sensitivity of bank income to interest rate changes is relatively small. Thus, the research shows that exposure of Latvian banking sector to interest rate risk is limited. This fact can be explained with the prevailing practice in Latvian banking sector: variable interest rate loans with relatively short interest rate fixation periods are issued.

**Keywords:** interest rate risk, repricing gap, sensitivity analysis, financial stability.

## **Ekonomisko faktoru tiešā un netiešā ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību**

### **The Direct and Indirect Impact of Economic Factors on the Health of the Population of Latvia**

**Irina Zujeva**

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Matemātiskās ekonomikas katedra

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: *i.zujeva@inbox.lv*

Darbā analizēta ekonomisko faktoru ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību. Šo faktoru ietekme novērtēta ar bināro loģistiskas regresijas modeļu palīdzību.

Dažu faktoru ietekme uz veselību nav tieša. Tādi determinanti kā ienākumi un darbaspēka kategorija lielā mērā ietekmē veselību netiešā veidā – ar psihosociālajiem faktoriem.

Pētījumā atklāta cieša sakarība starp stresu, apmierinātības ar dzīvi līmeni un veselību. Ar kategoriālās regresijas palīdzību analizēti stresa cēloņi dažādās sociālekonomiskajās grupās.

**Atslēgvārdi:** veselības stāvoklis, ekonomiskie faktori, sociālekonomiskie determinanti, stress, Latvija.

## **Ievads**

Cilvēka veselība ir atkarīga ne tikai no ģenētiskiem faktoriem, veselības aprūpes sistēmas efektivitātes, ekoloģijas vai dzīvesveida. Veselības līmeni lielā mērā nosaka tā saucamie sociālekonomiskie determinanti. Tie norāda uz noteiktām sociāla konteksta īpašībām, kas ietekmē veselību, un uz veidiem, kā sociālie apstākļi pārvēršas par veselību ietekmējošiem faktoriem. Sociālekonomiskie faktori nosaka ne tikai dzīves un darba apstākļus, bet arī indivīda dzīvesveidu, kas pozitīvi vai negatīvi ietekmē viņa veselību.

Klasiski par sociālekonomiskiem veselības determinantiem tiek uzskatīti tādi faktori kā dzimums, vecums, individuālie dzīvesveida faktori, sociālie un kopienas faktori, izglītība, darba vide, dzīves un darba apstākļi, kā arī sociālekonomiskie, kultūras un vides apstākļi.

Darbā īpaši analizēta ekonomisko faktoru ietekme uz veselību. Ar ekonometrisko modeļu palīdzību novērtēta šo faktoru tiešā un netiešā ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselības stāvokli.

## Sociālo un ekonomisko faktoru ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību

Lai konstatētu ekonomisko faktoru ietekmi uz Latvijas iedzīvotāju veselību, tika izveidoti *logit* modeļi, novērtējot varbūtību, ka indivīdam  $i$  ar izskaidrojošo mainīgo vektoru  $X_{i1}, \dots, X_{im}$  ir labs veselības stāvoklis:

$$P_i = P\{Y_i = 1 | X_{i1}, \dots, X_{im}\} = F(B_0 + B_1X_{i1} + \dots + B_mX_{im}),$$

kur  $F(z) = 1 / (1 + \exp(-z))$ .

$F(z)$  ir kumulatīva varbūtības sadalījuma *logit* funkcija, un  $B_0, \dots, B_1, \dots, B_m$  ir novērtējamie parametri. Binārs atkarīgais mainīgais modelī ir apzīmēts ar  $Y = 1$ , ja respondentam ir laba veselība, un  $Y = 0$ , ja nav.

Lai novērtētu ekonomisko faktoru ietekmi uz veselību, nepieciešams iekļaut modeļos arī sociālos faktorus, lai kontrolētu to ietekmi uz rezultatīvo pazīmi.

Modeļu izveidei darbā izmantoti 2005. gadā Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūta koordinētās aptaujas „Dzīves kvalitāte Latvijā” dati. Aptaujā tika iegūta plaša rakstura informācija par 1020 Latvijas iedzīvotājiem no visiem valsts reģioniem. Izlase ir reprezentatīva un ļauj veikt analīzi arī pietiekami lielās sociālekonomiskajās grupās.

Sākumā aplūkoti tie sociālie un ekonomiskie determinanti, kuri palielina vai samazina Latvijas iedzīvotāju iespējas saglabāt labu veselību, īpašu uzmanību pievēršot ekonomisko faktoru ietekmes analīzei. 1. tabulā sniegti *logit* analīzes rezultāti, preī katrai sociālai un ekonomiskai pazīmei (mainīgais  $X$ ) ir redzams novērtētais mainīgā  $X$  robežefekts, kas izsaka vidējo prognozētās labas veselības varbūtības izmaiņu (pieaugumu vai samazinājumu), ja  $X$  pieaug vai samazinās par vienu vienību, citiem parametriem paliekot nemainīgiem. Zvaigznītes pie parametriem tabulā norāda uz mainīgo ticamības līmeni (\*, \*\*, \*\*\* – mainīgie ir nozīmīgi 10%, 5% un 1% līmenī).

Zems dzimuma mainīgā nozīmīguma līmenis (zem 10%) liecina par to, ka atšķirība starp labas veselības varbūtību vīriešiem un sievietēm nav statistiski nozīmīga, pieņemot, ka visi pārējie parametri ir vienādi.

Palielinoties vecumam, labas veselības saglabāšanas iespējas samazinās. Vecuma efekts 2005. gadā ir bijis vislielākais no visiem aplūkojamiem faktoriem: starpība starp sliktas veselības varbūtību iedzīvotājiem, kas vecāki par 50 gadiem, un iedzīvotājiem, kas jaunāki par 36 gadiem, ir 44%.

Starp Rīgas iedzīvotājiem un tiem, kas dzīvo citās pilsētās un laukos, atšķirība starp labas veselības varbūtību nav vērojama.

Pastāv atšķirība starp labas veselības varbūtību iedzīvotājiem ar dažādu laulības statusu – tiem, kas nav precēti, labas veselības varbūtība ir par 14% zemāka nekā precētiem; savukārt tiem, kas ir šķīrušies vai nedzīvo kopā ar saviem dzīvesbiedriem, labas veselības varbūtība nozīmīgi neatšķiras.

Interesanti, ka ar vienādiem pārējiem nosacījumiem izglītības līmenis neietekmē Latvijas iedzīvotāju iespējas saglabāt labu veselību. Acīmredzot izglītības līmenis sniedz pozitīvu ieguldījumu labas veselības saglabāšanās iespējā ar materiālo stāvokli (ienākumu līmeni), bet ne tiešā veidā. Tas var liecināt par to, ka to iedzīvotāju rīcība un uzvedība, kuriem ir augstākā izglītība, attiecībā pret savu veselību būtiski neatšķiras no pārējo iedzīvotāju rīcības.

Latvijā ir vērojama materiālās labklājības pozitīva ietekme uz labas veselības varbūtību – tiem, kam ienākumu līmenis ir augstāks, labas veselības varbūtība ir ievērojami lielāka nekā iedzīvotājiem ar zemu ienākumu līmeni. Taču, kā redzams turpmāk, ienākumu efekts nav tik vienkārši interpretējams.

1. tabula

**Sociālo un ekonomisko faktoru ietekme uz Latvijas iedzīvotāju labas veselības varbūtību, 2005. gads<sup>1</sup>**  
*The impact of social and economic factors on the probability of good health of the population of Latvia, year 2005*

Faktori		Katra faktora ietekme uz labas veselības varbūtību (robežefekts; salīdzinājums ar atsauces grupu)
Dzimums	Vīrietis	Atsauces grupa
	Sieviete	0,00
Vecums	Līdz 35 gadiem	Atsauces grupa
	36–50 gadi	-0,16***
	Virs 50 gadiem	-0,44***
Dzīvesvieta	Rīga	Atsauces grupa
	Ārpus Rīgas	0,07
Darbaspēka kategorija	Nodarbinātais	Atsauces grupa
	Uzņēmējs	0,16
	Pašnodarbinātais	0,06
	Nestrādājošs vecuma pensionārs	-0,16**
	Nestrādājošs students, audzēknis	0,09
	Mājsaimniece, dekrēta vai bērnu kopšanas atvaļinājumā	0,16
	Darba meklētājs	0,00
Ienākumu līmenis (uz vienu ģimenes locekli)	līdz Ls 50	Atsauces grupa
	Ls 51 – Ls 75	0,01
	Ls 76 – Ls 100	0,00
	Ls 101 – Ls 150	0,13**
	Ls 151 un vairāk	0,17**
Ģimenes stāvoklis	Precējies / precējusies (dzīvo kopā ar partneri)	Atsauces grupa
	Neprecējies / neprecējusies (nedzīvo kopā ar partneri)	-0,14**
	Precējies, bet dzīvo šķirti; šķīries; atraitnis	0,01
Pilsonība / tautība	Latvietis	Atsauces grupa
	Nelatvietis, pilsonis	0,13**
	Nelatvietis, nepilsonis	0,02
Izglītības līmenis	Pamatizglītība vai neiegūta pamatizglītība	Atsauces grupa
	Vispārējā vidējā	0,07
	Profesionālā	0,04
	Akadēmiskā, zinātniskais grāds	0,01

Aplūkojot atšķirības labas veselības varbūtībā atkarībā no piederības kādai darbaspēka kategorijai, var secināt, ka ar pārējiem vienādiem nosacījumiem nav vērojama nozīmīga atšķirība starp strādājošo un pārējo darbaspēka kategoriju iespējām saglabāt labu veselību. Vienīgais izņēmums ir pensionāri – viņiem labas veselības varbūtība ir par 16% zemāka nekā strādājošiem. Jāņem vērā, ka modelī jau tiek kontrolēti vecuma un ienākumu mainīgie, līdz ar to zemāks ienākumu līmenis un vecums nav šāda efekta iemesls, tātad cēloņi ir meklējami citos faktoros; daži no tiem analizēti turpmāk. Pensionāru stāvoklis ir diezgan pesimistisks, it īpaši ņemot vērā to, ka sociālajiem un ekonomiskajiem faktoriem, kas iespaido viņu veselību, ir diezgan stiprs efekts (vecums, ienākumu līmenis, darbaspēka kategorija).

Analizētajā modelī ietvertie sociālie un ekonomiskie determinanti nespēj izskaidrot visas pastāvošās atšķirības starp dažādu sociālo grupu veselības līmeņiem. Tāpēc, kā arī ņemot vērā to, ka daudzu izanalizēto determinantu efekts uz veselību nav vērtējams vienādi, autore ir izveidojusi modeļus, kuri ietver iedzīvotāju psiholoģisko un emocionālo stāvokli raksturojošos mainīgos.

Tāpat kā 1. tabulā, arī 2. tabulā ir sniegti *logit* analīzes rezultāti, kuri atspoguļo faktoru ietekmi uz labas veselības varbūtību. Pirmais modelis ir jau izanalizēts (1. tabula). Otrais modelis ir papildināts ar mainīgo, kas raksturo nopietnu emocionālā rakstura problēmu esamību, kuras rada grūtības cilvēka ikdienas dzīvē. Trešajā modelī ir iekļauts vēl viens mainīgais, kas raksturo indivīda apmierinātību ar dzīvi.

Psihosociālo slodzi raksturojošo faktoru ievietošana modeļos samazina dažu citu determinantu nozīmīgumu un efektu. Tas var nozīmēt, ka daži sociālie un ekonomiskie determinanti ietekmē veselību netiešā veidā – ar drošības sajūtu, emocionālo komfortu utt.

Tā, piemēram, kontrolējot psihosociālos faktorus, samazinās vecuma mainīgā efekts no 44 līdz 39%. Tāpat kļūst mazāka starpība starp strādājošo un pensionāru iespējām saglabāt labu veselību. Arī ienākumu efekts kļūst nenozīmīgs – jau pievienojot mainīgo, kas raksturo nopietnu emocionālā rakstura problēmu esamību, starpība starp iedzīvotājiem ar zemāku un augstāku ienākumu līmeni labas veselības saglabāšanas iespēju ziņā kļūst statistiski nenozīmīga. Tas ļauj domāt, ka absolūtajiem ienākumiem var būt visai neliels tiešais efekts uz veselību, taču relatīvi augsts ienākumu līmenis palīdz mazināt stresu un tā negatīvo ietekmi uz veselības stāvokli.

Tomēr galvenais, par ko liecina 2. un 3. modelis, ir psihosociālo faktoru cieša sakarība ar veselību.<sup>2</sup> Saskaņā ar modeļa rezultātiem emocionāla rakstura problēmu esamība var būtiski samazināt iespēju saglabāt labu veselību. Interesanti, ka tie respondenti, kuri atbildējuši, ka viņiem ir bijušas šāda veida problēmas, rada mazāku negatīvo efektu nekā tie, kas izvairījās no atbildes, taču nav noraidījuši šādu problēmu esamību. Visticamāk, tiem, kuri spēj atklāt citiem, ka viņiem ir radušās emocionāla rakstura problēmas, ir vieglāk lūgt palīdzību tuviniekiem, tādēļ slogs paliek arvien mazāks un tā efekts uz veselību nav tik graujošs. Turpretī tie, kuri slēpj šādas problēmas no citiem vai nespēj atklāti pastāstīt par tām saviem tuviniekiem, arvien dziļāk iegrimst savās problēmās, un vienatnē tikt ar tām galā viņiem ir sarežģītāk. Iespējams, ka tie, kuriem ir grūti pateikt, vai viņiem ir emocionāla rakstura problēmas, neapzinās, ka tās viņiem tiešām ir, un tāpēc arī nespēj pieņemt attiecīgos lēmumus stāvokļa uzlabošanai. Tāpēc arī ar vienādiem pārējiem nosacījumiem tie respondenti, kuri atzīst problēmu esamību, mazākā mērā cieš no šī riska nekā tie, kas negrib atzīt vai nespēj apzināties, ka šādas problēmas viņiem pastāv.

2. tabula

**Sociālo, ekonomisko un psihosociālo faktoru ietekme  
uz Latvijas iedzīvotāju labas veselības varbūtību, 2005. gads<sup>3</sup>**  
*The impact of social, economic, and psycho-social factors on the probability  
of good health of the population of Latvia, year 2005*

Faktori		Katra faktora ietekme uz labas veselības varbūtību (robežefekts; salīdzinājums ar atsaucē grupu)		
		1. modelis	2. modelis	3. modelis
Dzimums	Vīrietis	Atsaucē grupa		
	Sieviete	0,00	0,00	0,04
Vecums	Līdz 35 gadiem	Atsaucē grupa		
	36–50 gadi	-0,16***	-0,13***	-0,12***
	Virs 50 gadiem	-0,44***	-0,39***	-0,39***
Dzīvesvieta	Rīga	Atsaucē grupa		
	Ārpus Rīgas	0,07	0,06	0,01
Darbaspēka kategorija	Nodarbinātais	Atsaucē grupa		
	Uzņēmējs	0,16	0,11	0,12
	Pašnodarbinātais	0,06	0,05	0,04
	Nestrādājošs vecuma pensionārs	-0,16**	-0,13**	-0,14*
	Nestrādājošs students, audzēknis	0,09	0,07	0,02
	Mājsaimniece, dekrēta vai bērnu kopšanas atvaļinājumā	0,16	0,11	0,11
	Darba meklētājs	0,00	0,00	0,02
Ienākuma līmenis (uz vienu ģimenes locekli)	līdz Ls 50	Atsaucē grupa		
	Ls 51 – Ls 75	0,01	0,01	-0,02
	Ls 76 – Ls 100	0,00	0,00	-0,07
	Ls 101 – Ls 150	0,13**	0,10	0,02
	Ls 151 un vairāk	0,17**	0,12	0,04
Ģimenes stāvoklis	Precējies / precējusies (dzīvo kopā ar partneri)	Atsaucē grupa		
	Neprecējies / neprecējusies (nedzīvo kopā ar partneri)	-0,14**	-0,12**	-0,10*
	Precējies, bet dzīvo šķirti, šķīries, atraitnis	0,01	0,01	-0,02
Pilsonība / tautība	Latvietis	Atsaucē grupa		
	Nelatvietis, pilsonis	0,13**	0,09***	0,09***
	Nelatvietis, nepilsonis	0,02	0,01	0,02
Izglītības līmenis	Pamatizglītība vai zemāk	Atsaucē grupa		
	Vispārējā vidējā	0,07	0,05	0,03
	Profesionālā	0,04	0,03	0,02
	Akadēmiskā, zinātniskais grāds	0,01	0,00	-0,03
Nopietnu emocionāla rakstura problēmu esamība	Nav	Atsaucē grupa		
	Grūti pateikt		-0,29***	-0,28***
	Ir		-0,26***	-0,26***
Apmierinātība ar dzīvi	Augsts	Atsaucē grupa		
	Vidējais			-0,06
	Zems			-0,06**

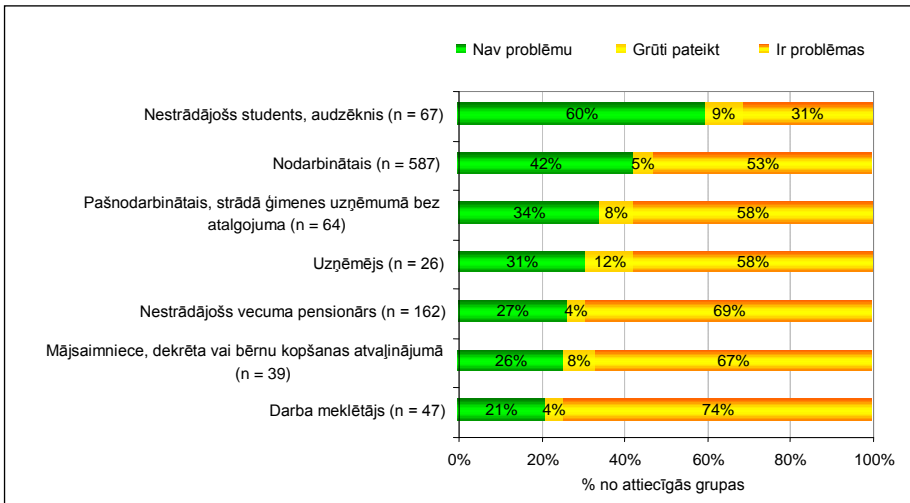
Arī neapmierinātība ar dzīvi negatīvi ietekmē Latvijas iedzīvotāju veselību. Latvijā apmierinātībai ar dzīvi ir viens no zemākajiem līmeņiem Eiropas Savienībā.<sup>4</sup> Ja tuvākajā laikā situācija neuzlabosies, šāds stāvoklis var pārvērsties par nopietnu veselības risku.

## Ekonomisko faktoru netiešā ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību

Iepriekš raksturotie modeļi ļauj secināt, ka psihosociālo faktoru ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību var būt īpaši nozīmīga. Tomēr šī informācija pati par sevi nav pietiekama, lai izstrādātu stratēģiju situācijas uzlabošanai valstī. Ar kategoriālās regresijas palīdzību mēģināts noskaidrot galvenos emocionālo problēmu cēloņus un ekonomisko faktoru ietekmi uz stresa līmeni Latvijā.

Protams, dažādām sociālekonomiskām grupām stresa cēloņi var stipri atšķirties, līdz ar to darbā tie analizēti dažādu darbaspēku kategoriju aspektā, pie tam dati par vīriešiem un sievietēm analizēti atsevišķi.

Vispirms jāaplūko stipru emocionālā rakstura problēmu biežums dažādās darbaspēka kategorijās. Kā varēja prognozēt, uzņēmējiem un pašnodarbinātajiem salīdzinājumā ar nodarbināto grupu ir ievērojami lielāka nopietnu emocionāla rakstura problēmu varbūtība (1. attēls). Vēl augstāks stresa līmenis nekā strādājošiem ir pensionāriem, kā arī mājāsaimniecēm un sievietēm dekrēta vai bērnu kopšanas atvaļinājumā. Ir skaidrs, ka sievietes grūtniecības periodā un kādu laiku pēc tā ir īpaši jūtīgas. Tas, protams, var negatīvi iespaidot mātes un bērna veselību, līdz ar to ir nepieciešams nodrošināt šādu sieviešu emocionālo un psiholoģisko komfortu, kas ir ne tikai tuvinieku, bet arī sociālo institūtu un valdības pienākums.



1. att. Nopietnu emocionāla rakstura problēmu esamība dažādu nodarbinātības kategoriju pārstāvjiem<sup>5</sup>

*Presence of strong emotional shocks in different labour groups*

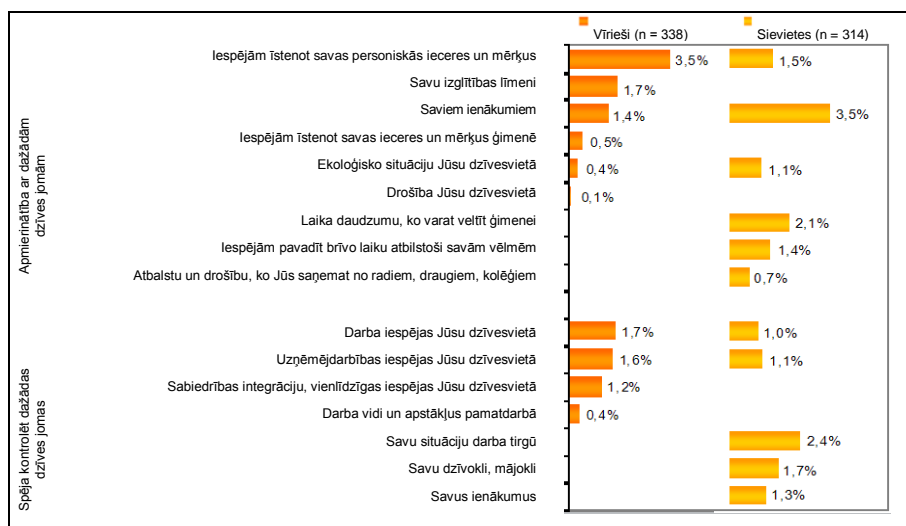


Kategoriālās regresijas modeļi tika lietoti, lai novērtētu, kāda ietekme uz stresa līmeni ir apmierinātībai ar dažādām dzīves jomām un spējai kontrolēt šīs jomas dažādās darbaspēka grupās; analīze tika veikta atsevišķi vīriešiem un sievietēm tajās grupās, kurās bija pietiekami daudz respondentu.

Darbs aizņem ievērojamu vietu nodarbināto dzīvē – ne tikai laika, bet arī emocionālās un psiholoģiskās piepūles ziņā. Darbs ir ne tikai ienākumu avots, bet arī iespēja īstenot savas ieceres, pašrealizēties; darbs ir viena no svarīgākajām Latvijas iedzīvotāju vērtībām. Arī analizētajās dzīves jomās ir salīdzinoši daudz kategoriju, kas tiešā vai netiešā veidā attiecas uz darbu.

Analīze dzimumu aspektā ir svarīga tāpēc, ka vīriešu un sieviešu uztvere būtiski atšķiras; piemēram, vīrieši un sievietes ļoti atšķirīgi uztver darba lomu savā dzīvē, dažādas ir arī darba nosacījumu prioritātes. Tādēļ daži faktori, kas attiecas uz darbu (piemēram, spēja harmonizēt darbu un ģimenes dzīvi), lielākā mērā ietekmē sieviešu apmierinātību ar darbu un ar dzīvi kopumā. Turpretim tiem faktoriem, kas lielā mērā ietekmē vīriešu apmierinātību, efekts uz sieviešu apmierinātības līmeni ir ievērojami zemāks.<sup>6</sup> Līdz ar to var secināt, ka dažādu dzīves jomu ieguldījums arī pastāvošajā stresa līmenī sieviešu un vīriešu dzīvē var stipri atšķirties.

Iegūtie modeļa rezultāti apstiprina šo secinājumu (sk. 2. un 3. attēlu).

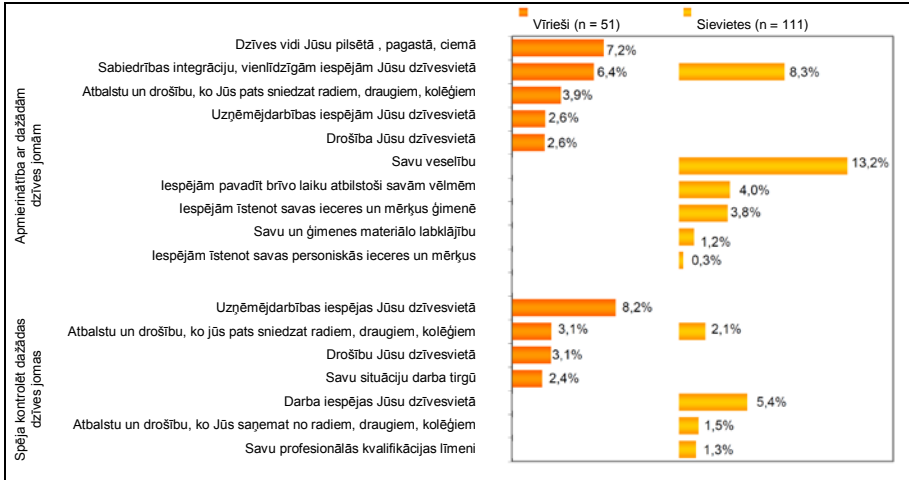


2. att. Strādājošo vīriešu un sieviešu stresa līmeņa atkarība no apmierinātības ar dažādām dzīves jomām un spējas ietekmēt tās<sup>7</sup>

*Dependence of the stress level on the level of satisfaction with different life domains and self-assessed ability to control life domains in employed males and females*

Kaut arī darba algas līmenis lielā mērā ietekmē strādājošo vīriešu apmierinātību ar darbu (un līdz ar to arī apmierinātību ar dzīvi, jo, kā jau minēts, darbam ir būtiska loma nodarbināto dzīvē), bet algas efekts uz sieviešu apmierinātību ir nenozīmīgs,<sup>8</sup> šis faktors rada lielāku stresu tieši sievietēm: sieviešu stresa līmenis daudz lielākā mērā nekā vīriešiem ir atkarīgs no personīgiem ienākumiem. Šāda situācija var būt tipiska, ja ģimenes institūts ir nestabils un arī valsts negādā par sievietes drošību, tādēļ tieši (un reizēm tikai) personīgie ienākumi var kļūt par nodrošinājumu. Viens no iespējamiem iemesliem ir arī salīdzinoši liels sieviešu īpatsvars, kas audzina

bērns bez tēva. Vīriešu algas Latvijā joprojām ir augstākas par sieviešu algām (ar vienādiem pārējiem apstākļiem),<sup>9</sup> un vientuļo māšu stresa iespēja nepietiekamu ienākumu līmeņa ietekmē pieaug.



3. att. Pensionāru stresa līmeņa atkarība no apmierinātības ar dažādām dzīves jomām un spējas ietekmēt tās<sup>10</sup>

*Dependence of the stress level on the level of satisfaction with different life domains and self-assessed ability to control life domains in retired males and females*

Vīriešu psihiskā un emocionālā slodze pieaug, ja darba un uzņēmējdarbības iespējas viņu dzīvesvietā nav pietiekamas. Savukārt strādājošās sievietes izjūt nepieciešamību spēt kontrolēt savu stāvokli darba tirgū – šādas iespējas trūkums ievērojami paaugstina viņu stresa līmeni. Tas varētu būt skaidrojams ar to, ka sievietēm ir lielāka atbildības izjūta – gan darbā, gan attiecībā uz ģimenes nodrošinājumu; papildus tam sievietes jūtas mazāk droši darba tirgū nekā vīrieši.

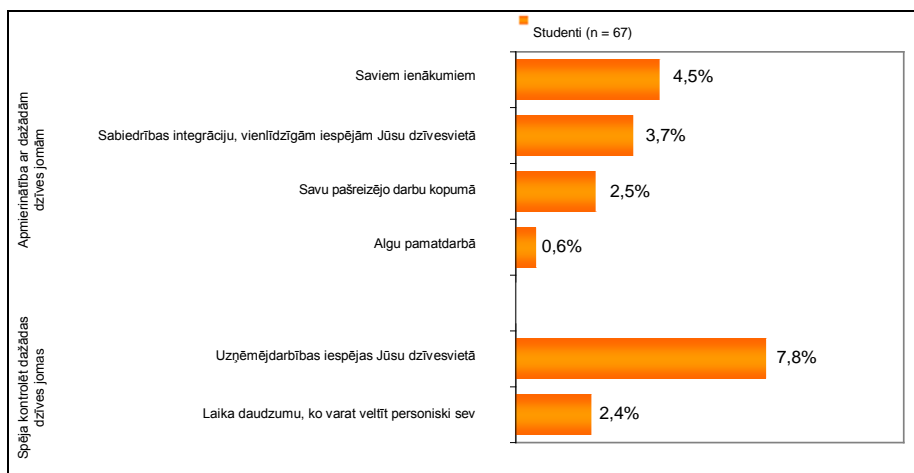
Bez tiešas ietekmes uz sieviešu un vīriešu stresa līmeni darbam un tā apstākļiem ir arī netieša ietekme uz to: sievietēm – ar brīvo laiku, vīriešiem – ar spēju īstenot personiskās ieceres un mērķus. To apstiprina arī cits fakts – Latvijas darbaspēka tirgū pieprasījums pēc elastīga darba laika sievietēm ir ievērojami augstāks nekā vīriešiem; parasti šis pieprasījums tiek apmierināts,<sup>11</sup> taču, ja sievietes nespēj veltīt savai ģimenei vai pašām sev pietiekami daudz laika, šāds stāvoklis var pārvērsties par slogu, kas negatīvi iespaidos sievietes psihoemocionālo stāvokli.

Vīriešiem, savukārt, nepietiekams laiks, ko viņi pavada ar ģimeni, nerada tik lielu stresu. Viņiem svarīgāka ir iespēja īstenot savas personīgās ieceres un mērķus, kas ir ārpus darba un mājas rūpēm.

Iedzīvotājiem pensijas vecumā ir citas vērtības un prioritātes, tāpēc arī stresa cēloņi viņiem ir citādi (sk. 3. attēlu). Pensionāri ir daudz jūtīgāki pret sabiedrības sašķeltību, pret atbalsta un drošības sajūtas trūkumu, kā arī iespējas trūkumu sniegt šādu atbalstu citiem – īpaši tas uztrauc vīriešu dzimuma pārstāvjus. Pensionāri, kaut arī nestrādā, raizējas par darba un uzņēmējdarbības iespējām – visticamāk, viņiem rada bažas viņu bērnu darba iespējas un materiālā labklājība. Papildus tam vīriešus var neapmierināt neradītās iespējas piestrādāt. Mūsu sabiedrībā (tāpat kā daudzās

citās) valda priekšstats, ka galvenais ģimenes apgādnieks ir vīrietis, un, visticamāk, šāds priekšstats un atbildības izjūta vīriešiem saglabājas arī vecumdienās.

Sievietēm vairāk nekā vīriešiem ļoti bieži nemieru rada viņu veselības stāvoklis, kaut arī sievietēm, kas vecākas par 65 gadiem, pašnovērtētais veselības stāvoklis vidēji ir labāks nekā tā paša vecuma vīriešiem.<sup>12</sup> Tas var nozīmēt to, ka vīrieši slimību gadījumā pievērš mazāku uzmanību savai veselībai un mazāk nopietni uztver dažādas kaites un pat hroniskas slimības. Taču nopietni pārdzīvojumi par savu veselības stāvokli un rūpīga attieksme pret savu veselību nav viens un tas pats, un stress par veselības stāvokli rada negatīvu ietekmi uz sieviešu labsajūtu.



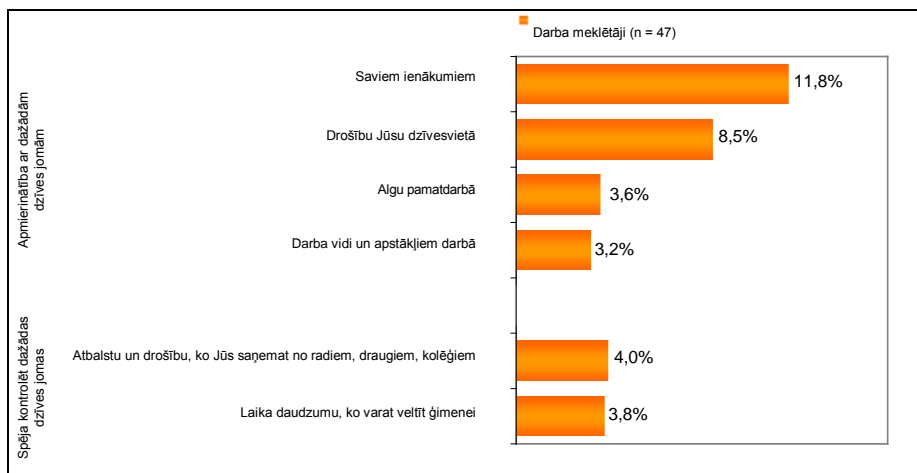
4. att. Studentu stresa līmeņa atkarība no apmierinātības ar dažādām dzīves jomām un spējas ietekmēt tās<sup>13</sup>

*Dependence of the stress level on the level of satisfaction with different life domains and self-assessed ability to control life domains in students*

Neņemot vērā vecumu, vairāk nekā trešdaļai studentu ir nopietnas emocionāla rakstura problēmas (sk. 1. attēlu). Galvenais potenciālais stresa cēlonis studentiem ir darbs un finansiālais stāvoklis – pat ja viņi nestrādā, viņiem ir svarīgi apzināties, ka viņu dzīvesvietā pastāv iespēja atrast piemērotu darbu (sk. 4. attēlu). Tāpat nepieciešamība apvienot darbu un mācības veido laika deficītu, ko studenti varētu veltīt paši sev. Tas nozīmē – pat ja nav iespējams nodrošināt pietiekami daudz budžeta studiju vietu, valdības līmenī jāveicina apmaksātas studentu prakses un darba iespējas.

Diemžēl studentu skaits izlasē nebija pietiekami liels, lai veiktu analīzi dzimumu aspektā, tāpēc kategoriālās regresijas modelis tika izveidots visiem studentiem kopumā (tāpat arī darba meklētājiem).

Galvenais stresa cēlonis darba meklētājiem ir saistīts ar ienākumiem (5. attēls). Var secināt, ka šajā grupā nemieru bieži rada algas līmenis, darba vide un laika daudzums, ko var veltīt ģimenei. Iespējams, tieši tādi faktori kā zems algu līmenis, nedroša darba vide un laika deficīts kļūst par kavējošu faktoru šo cilvēku pārejai nodarbināto grupā. Tāpat darba meklētājiem viņu stāvokli ir īpaši svarīgs atbalsts un sapratne no tuvinieku puses. Latvijā sievietes vieglāk atgriežas darba tirgū, savukārt vīriešiem bezdarba gadījumos biežāk iestājas depresijas stāvoklis,<sup>14</sup> tāpēc radnieku atbalsts ir faktors, kas ne tikai spēj palīdzēt vīriešiem atjaunot darba aktivitāti, bet arī saglabāt viņu veselību.



5. att. Darba meklētāju stresa līmeņa atkarība no apmierinātības ar dažādām dzīves jomām un spējas ietekmēt. tās<sup>15</sup>

*Dependence of the stress level on the level of satisfaction with different life domains and self-assessed ability to control life domains in unemployed*

Iegūto modeļu rezultāti liecina, ka psihosociālo slodzi Latvijā lielā mērā nosaka darba tirgus un tā apstākļi. Jāatzīst, ka darba tirgus Latvijā joprojām ir mazāk attīstīts nekā vidēji Eiropas Savienībā, kur aktīvi tiek īstenotas programmas elastīga darba laika formu ieviešanā un veicināšanā, aktīvāk nekā Latvijā darbojas arodbiedrības, kas padara darba dzīvi drošāku, vieglāk saskaņojamu ar ģimenes un privāto dzīvi. Papildus tam Latvijā vīrieši un sievietes vidēji strādā vairāk stundu nedēļā nekā citās ES dalībvalstīs;<sup>16</sup> situāciju apgrūstina tas, ka virsstundas lielākoties ir neapmaksātas.<sup>17</sup> Šāda situācija rada pārslodzi, negatīvi ietekmē strādājošo darbu un privāto dzīvi. Latvijas darba tirgus apstākļi nosaka ne tikai iedzīvotāju zemu apmierinātības līmeni ar darbu un dzīvi kopumā, bet arī rada būtisku stresa līmeni un lielākā vai mazākā mērā negatīvi ietekmē visu sociālo grupu pārstāvju veselības rādītājus.

## Secinājumi

Veiktā analīze liecina – kaut arī ekonomiskajiem faktoriem ir salīdzinoši neliela tiešā ietekme uz Latvijas iedzīvotāju veselību, šīs faktoru grupas efektu nevar ignorēt, jo tā lielā mērā ietekmē veselības rādītājus ar psihosociālajiem faktoriem.

Pētījuma rezultāti liecina, ka stress var būt viens no galvenajiem veselības riskiem Latvijā. Galvenie stresa cēloņi ir saistīti ar nelabvēlīgiem darba tirgus nosacījumiem. Svarīgi, ka šie nosacījumi palielina stresa varbūtību ne tikai ekonomiski aktīvajiem, bet arī nestrādājošiem iedzīvotājiem. Lai uzlabotu situāciju, ir nepieciešamas aktivitātes, kas stimulētu Latvijas darba tirgus attīstību un tuvināšanos ES attīstītāko dalībvalstu formai. Tas palīdzētu ne tikai sakārtot darba tirgu, bet arī veicinātu iedzīvotāju labklājību, ģimenes institūta stiprināšanos, vidējā veselības līmeņa paaugstināšanos, kas radītu nozīmīgu pozitīvu ietekmi uz darba efektivitāti Latvijā un uzlabotu vispārējo ekonomisko situāciju valstī.

## PIEZĪMES

- <sup>1</sup> „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>2</sup> Jāņem vērā, ka kauzalitāte var būt abpusēja. Šajā rakstā psihosociālo faktoru endogenitātes testi netiek aplūkoti.
- <sup>3</sup> „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>4</sup> European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. First European Quality of Life Survey: Life Satisfaction, Happiness and Sense of Belonging. 2005.
- <sup>5</sup> „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>6</sup> Hazans Mihails. Apmierinātības ar darbu determinanti Latvijā. Pamatdokuments FACTUM un BISS (2006). 2006.
- <sup>7</sup> 2005. gada projekta „Dzīves kvalitāte Latvijā” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>8</sup> Hazans Mihails. Apmierinātības ar darbu determinanti Latvijā. Pamatdokuments FACTUM un BISS (2006). 2006.
- <sup>9</sup> RS Group. Darba algas un to ietekmējošie faktori. Projekta atskaite Nacionālajai programmai „Darba tirgus pētījumi”. RS Group Rīga, 2006, 31 lpp..
- <sup>10</sup> „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>11</sup> FACTUM un BISS (2006). Dzimumu līdztiesības aspekti darba tirgū. Projekta atskaite Nacionālajai programmai „Darba tirgus pētījumi”. Rīga: FACTUM un BISS, 2006, 265 lpp.
- <sup>12</sup> Irina Možajeva (Zujeva). Latvijas iedzīvotāju veselības risku faktori. 2006.
- <sup>13</sup> „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>14</sup> FACTUM un BISS (2006). Dzimumu līdztiesības aspekti darba tirgū. Projekta atskaite Nacionālajai programmai „Darba tirgus pētījumi”. Rīga: FACTUM un BISS, 2006, 265 lpp.
- <sup>15</sup> „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati un autores aprēķini.
- <sup>16</sup> Steffen Lehndorf, Dorothea Voss-Dahm. Whose flexibility? Working time trends in Europe as challenges for regulation. Working time and its organization in new member states of EU. Economic, legal and social aspects. Warsaw: Institute of Labour and Social Sciences, 2008, p. 25.
- <sup>17</sup> RS Group. Darba algas un to ietekmējošie faktori. Projekta atskaite Nacionālajai programmai „Darba tirgus pētījumi”. RS Group Rīga, 2006, 31 lpp.

## LITERATŪRA

1. FACTUM un BISS (2006). Dzimumu līdztiesības aspekti darba tirgū. Projekta atskaite Nacionālajai programmai „Darba tirgus pētījumi”. Rīga: FACTUM un BISS, 2006., 265 lpp.
2. Hazans Mihails. Apmierinātības ar darbu determinanti Latvijā. Pamatdokuments. FACTUM un BISS (2006).
3. RS Group. Darba algas un to ietekmējošie faktori. Projekta atskaite Nacionālajai programmai „Darba tirgus pētījumi”. Rīga: RS Group, 2006., 31 lpp.
4. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. First European Quality of Life Survey: Life Satisfaction, Happiness and Sense of Belonging. 2005.
5. Mozhaeva (tagad Zujeva) I. Health Inequalities in Latvia before and after EU Accession. European Union Enlargement of 2004 and Beyond: Responding to the Political, Legal and Socio-Economic Challenges. University of Latvia, 2006.
6. Steffen Lehndorf, Dorothea Voss-Dahm. Whose flexibility? Working time trends in Europe as challenges for regulation. Working time and its organization in new member states of EU. Economic, legal and social aspects. Warsaw: Institute of Labour and Social Sciences, 2008, p. 25.
7. UK Department of Health. Tackling Health Inequalities: A Programme for Action, 2003.
8. „Dzīves kvalitāte Latvijā 2005” aptaujas dati.

## Summary

The paper is devoted to an analysis of the impact of socio-economic determinants on the health of the population of Latvia. Special attention is given to the impact of economic factors. A binary logistic regression model was used to estimate the effects of each factor.

The analysis shows that some determinants affect health indirectly. Such factors as income and labour status have a major indirect effect on health through psycho-social factors.

A strong relationship between health and psycho-social factors (life satisfaction and stress) was revealed in the research. Survey data show that about a half of the population is exposed to the risk of psycho-social stressors; thus, stress and low life satisfaction level may be regarded as important health risks in Latvia in a case of their causality.

An analysis of the nature of stress was carried out for different social groups, using a categorical regression model. Deficiencies of the labour market can be viewed as the main factor that contributes to the increase of the probability of stress for both economically active and economically inactive residents of Latvia.

**Keywords:** health condition, economic factors, socio-economic determinants, stress, Latvia.



LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI  
726. 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: 4625938