

**LATVIJAS UNIVERSITĀTES
74. ZINĀTNISKĀ KONFERENCE**

**Sekcijas "Latvijas uzņēmumu
konkurētspēja ārējos tirgos
(EKOSOC VPP 5.2.1)"
Ekonomikas un vadības fakultātē
19. februāris, 2016**

Referātu tēzes

Saturs

	lpp.
Madara Apsalone Sociāli kulturālie faktori un to ietekme uz starptautisko konkurētspēju mazās, atvērtās ekonomikās	4
Daiga Behmane, Anita Villeruša, Uldis Berķis, Anita Kokarēviča Latvijas veselības aprūpes konkurētspējas dimensiju analīze	5
Ilze Buligina, Biruta Sloka, Ināra Kantāne, Anita Līce Dabā vidē balstītas mācības kā ieguldījums un iespēja konkurētspējīgu produktu un pakalpojumu nodrošināšanā	6
Aldis Bulis Assessment of Latvian export to China	7
Līva Griņeviča, Baiba Rivža, Pēteris Rivža Jauniešu iekļaušanās darba tirgū Latvijas reģionos	8
Justīna Hudenko, Remigijs Počs Latvijas dzelzceļa konkurētspēja Baltijas jūras reģionā	9
Andra Irbīte Dizains – iespēja un izaicinājums Latvijas produktu un pakalpojumu konkurētspējas veicināšanai	10
Velga Ozoliņa Konkurētspējas analīze Latvijas eksporta struktūrā	11
Sergejs Paramonovs Airport efficiency factors: passengers serving capacity increase	12
Jevgeņija Purmale – Nikitina Gravitācijas modeļa datu saistības interpretācija Latvijas uzņēmumu konkurētspējas ārējos tirgos novērtēšanā	13
Sanita Rugina Latvijas eksporta konkurētspējas vērtējumu mārketinga aspektā dinamikas analīze	14
Valērijs Skribans Latvijas energosektora konkurētspējas sistēmdinamikas modeļa izstrāde	15
Biruta Sloka, Alīna Gržibovska, Beāte Ramaņa – Lo Bello, Justs Dimants, Renāte Vidruska Latvijas augstākās izglītības eksporta iespēju analīze	16

Aija van der Steina, Justs Dimants, Ksenija Ijevleva Mārketinga instrumenti eksporta atbalstam un to loma uzņēmumu konkurētspējas stiprināšanai ārvalstu tirgos	17
Anita Villeruša, Daiga Behmane, Uldis Berķis, Anita Kokarēviča Cilvēkresursi veselības sektorā: vietējais trūkums un starptautiskā mobilitāte	18
Viktorija Zaļuksne, Baiba Rivža, Maiga Krūzmētra Tendences Latvijas lauku ekonomikā: ceļā uz gudru specializāciju	19

SOCIĀLI KULTURĀLIE FAKTORI UN TO IETEKME UZ STARPTAUTISKO KONKURĒTSPĒJU MAZĀS, ATVĒRTĀS EKONOMIKĀS

SOCIO-CULTURAL FACTORS AND INTERNATIONAL COMPETITIVENESS IN SMALL, OPEN ECONOMIES

Madara Apsalone

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: madara.apsalone@gmail.com

Sociāli kulturālie faktori – sabiedrībā dominējošās vērtības, normas un attieksmes – ir maz pētīts, bet nozīmīgs starptautiskās konkurētspējas avots. Iepriekš veiktie pētījumi ir apliecinājuši sociāli kulturālo faktoru pozitīvo ietekmi uz dažādiem starptautiskās konkurētspējas aspektiem – uzņēmējdarbību, inovācijas, produktivitāti un starptautisko sadarbību. Organizācijās sociāli kulturālie faktori ietekmē, piemēram, vadības, lēmumu pieņemšanas un jaunrades procesus. Šie faktori ir pastāvīgāki nekā ekonomiskie faktori, un to iekļaušana konkurētspējas stratēģijas izstrādē, analizē un pilnveidošanā ļauj izvēlēties piemērotākos attīstības modeļus.

Savā pētījumā analizēju sociāli kulturālo faktoru ietekmi uz valstu un organizāciju konkurētspēju īpaši mazās, atvārtās ekonomikās, izmantojot Gērtas Hofštedes, starptautiskā Globe projekta, Fona Trompenāra, TMC kultūras orientācijas indikatora un Pasaules Vērtību aptaujas sociāli kulturālo faktoru datus, kā arī starptautiskās konkurētspējas rādītājus.

Starptautiskās konkurētspējas kontekstā pētījumā tiek definēti seši sociāli kulturālie faktori. Pirmkārt, kolektīvisms un hierarhija nosaka sabiedrības integrācijas pakāpi un varas distanci. Sabiedrībā ar izteiktu kolektīvismu ir liela nozīme savstarpējo attiecību veidošanai un hierarhijai. Negatīvas kolektīvisma vērtības norāda uz individuālismu - sabiedrības locekļu vienlīdzību, tiešu komunikāciju un precīzu laika izpratni. Otrkārt, nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija norāda uz nākotnes mērķu prioritāti, tieksmi novērst nenoteiktību, ticību valsts un sabiedrības institūcijām un ļoti lielu komandas darba nozīmi. Treškārt, pašizpausme norāda uz indivīdu tendenci būt neatkarīgiem, vienlaikus arī uz uzticību starp sabiedrības locekļiem. Ceturtkārt, monohronisms un racionalitāte nosaka sabiedrību un indivīdu tendenci prioritizēt risināmos jautājumus un dot priekšroku racionālam vērtējumam. Piektkārt, orientācija uz ekonomikas mērķiem norāda uz ekonomikas mērķu prioritāti un tendenci sasniegt rezultātus. Šādas orientācijas trūkums norāda, ka attiecību saglabāšana ir nozīmīgāka, kā rezultātu sasniegšana. Visbeidzot sabiedrības struktūra raksturo vides sakārtotību, savukārt tās trūkums – uz individuālu pieeju katram atsevišķam gadījumam.

Visbeidzot, sociāli kulturālo faktoru ietekme uz konkurētspēju tiek analizēta, izmantojot mazu, atvārtu un konkurētspējīgu ekonomiku - Dānijas, Čīles un Singapūras piemērus.

Atslēgvārdi: *Sociāli kulturālie faktori, starptautiskā konkurētspēja*

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC - LV

LATVIJAS VESELĪBAS APRŪPES KONKURĒTSPĒJAS DIMENSIJU ANALĪZE

LATVIAN HEALTHCARE COMPETITIVENESS DIMENSION ANALYSIS

Daiga Behmane, Anita Villeruša, Uldis Berķis, Anita Kokarēviča

Rīgas Stradiņa Universitāte

E-pasta adrese: daiga.behmane@rsu.lv

Aktualitātes pamatojums. Veselības aprūpes sistēmu attīstība Eiropā ir vērsta uz to efektivitātes paaugstināšanu, ņemot vērā iedzīvotāju novecošanos, jaunu medicīnas tehnoloģiju straujo attīstību, un ierobežotos resursus sabiedrības pieaugošo vajadzību segšanai. Neskatoties uz to, ka veselības aprūpes pakalpojums ir sabiedriskas nozīmes pakalpojums, arvien vairāk Eiropas Komisija vērš uzmanību uz to finansēšanas, apmaksas un nodrošināšanas sistēmu efektivitāti. Tirgus faktoru darbības analīze ļautu izprast un atrast veselības aprūpes sistēmas jomas un elementus kopējās efektivitātes paaugstināšanai. Veselības aprūpes konkurētspējas dimensiju analīze sniegtu informāciju veselības politikas veidotājiem par nepieciešamajiem risinājumiem sistēmas efektivitātes un ilgtspējas nodrošināšanai.

Pētījuma mērķis uz izmantotās metodes. Pētījuma mērķis ir novērtēt veselības aprūpes konkurētspējas dimensijas un sagatavot priekšlikumus Latvijas veselības aprūpes konkurētspējas analīzes modeļa izstrādei. Pētījumā veikta literatūras un pieejamo datu analīze, lai izstrādātu Latvijas situācijai atbilstošu veselības sistēmas konkurētspējas analīzes modeli.

Pētījuma galvenie rezultāti. Pētījuma rezultāti liecina, ka veselības aprūpes konkurētspēju nosaka gan iekšējie, gan ārējie faktori, jaunu produktu un pakalpojumu pieejamību un noieta tirgu, pakalpojumu sniedzēju un saņēmēju spēku un apjomu, kopumā atbilst veselības aprūpes nozares salīdzinošā novērtējuma dimensijām. Pieaugoša loma ir tādām dimensijām kā starptautiskais regulējums, pacientu pārrobežu veselības aprūpe u.c. Savukārt, efektivitātes paaugstināšanai galveno lomā ir veselības aprūpes sistēmas regulācijai nacionālajā līmenī un pakalpojumu sniedzēju darbības efektivitātei. Pētījumam ir praktiska pielietojamība, rekomendējot tā rezultātus izmantot veselības aprūpes nozares efektivitātes novērtēšanas metodikas izveidošanai.

Atslēgvārdi: *veselības aprūpe, efektivitāte, konkurētspēja.*

**DABRA VIDĒ BALSTĪTAS MĀCĪBAS KĀ IEGULDĪJUMS UN IESPĒJA
KONKURĒTSPĒJĪGU PRODUKTU UN PAKALPOJUMU NODROŠINĀŠANĀ**

**WORK BASED LEARNING AS A CONTRIBUTION AND CHALLENGE FOR THE
CREATION OF COMPETITIVE PRODUCTS AND SERVICES**

Ilze Buligina

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Ilze.Buligina@gmail.com

Biruta Sloka

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Biruta.Sloka@lu.lv

Ināra Kantāne

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Inara.Kantane@lu.lv

Anita Līce

Latvijas Darba devēju konfederācija, Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Anita.Lice@lddk.lv

Darba vidē balstītu mācību pieejas nodrošinājušas labus rezultātus vairākās valstīs: Vācijā, Austrijā, Nīderlandē. Arī Latvijā ir sperti pirmie soļi darba vidē balstītu mācību īstenošanā. Būtiska nozīme šeit ir darba devēju ieinteresētībai un atbalstam, kā arī normatīvās bāzes nodrošinājumam.

Pētījumā veikta zinātniskās literatūras un citu valstu pieredzes analīze, darba devēju aptauja, kuras ietvaros tika noskaidroti dažādi ar darba vidē balstītām mācībām saistīti aspekti no darba devēju viedokļa. Ilzes Buliginas izstrādātā aptaujas anketa, kurā vairums analizējamo aspektu lūgts novērtēt skalā 1 – 10, lai varētu dziļāk analizēt vērtējamus aspektus un izmantot dažādas statistiskās analīzes metodes aptaujas rezultātu datu apstrādei, tika izplatīta ar Latvijas Darba devēju konfederācijas atbalstu. Iegūtie rezultāti analizēti ar centrālās tendences jeb lokācijas rādītājiem (aritmētiskais vidējais, moda, mediāna), variācijas rādītājiem (variācijas apjomu, standartnovirzi, u.c.), ar grupēšanu pēc dažādām pazīmēm, veicot korelācijas analīzi, dispersijas analīzi un faktoru analīzi.

Iegūtie aptaujas rezultāti liecina, ka vairums darba devēju ir ieinteresēti darba vidē balstītu pieeju īstenošanā Latvijas profesionālajā izglītībā, tādējādi veicinot kvalificēta darbaspēka sagatavošanu. Pētījuma rezultāti izmantoti Latvijas normatīvo dokumentu izstrādē un informatīvā ziņojuma sagatavošanai Latvijas Republikas Ministru kabinetam.

Atslēgvārdi: *darba vidē balstīta izglītība, darba devēji, prakses vietas, konkurētspējīgs darbaspēks*

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC - LV

LATVIJAS EKSPORTA UZ ĶĪNU NOVĒRTĒJUMS

ASSESSMENT OF LATVIAN EXPORT TO CHINA

Aldis Bulis

University of Latvia, Faculty of Economics and Management, Latvia

E-mail: aldis.bulis@gmail.com

Export is an indicator for assessment of companies' competitiveness in the foreign market. The People's Republic of China (China) is a foreign market for European companies. The Chinese market is beneficial for companies because the GDP of China has been growing by at least 7% in the 21st century and its consumption continues to grow. Latvia has negative trade balance with China. Latvian export to China is four times less than import from China (export – 83 Million EUR, import – 336 Million EUR in 2013). The **aim** of the study is to investigate dynamics and structure of Latvian export to China (2004-2013), as well as to develop experts' forecast for Latvian export to China until 2020. The methods of the study are experts' survey and statistical analysis. Experts' survey was conducted in January 2015.

The unique characteristics of the Chinese market are emphasized in the scientific literature, e.g. Bontempi and Prodi point out: „The Chinese market is extremely complex, hard to describe, and not easily interpretable with the same theoretical and analytical tools applied to other developed/developing countries. As far as its dimensions, institutional assets, development rate, data availability and quality are concerned, China is a case by itself” (Bontempi, Prodi, 2009: 11-12). Those unique characteristics of Chinese market do not discourage many companies to start and enlarge their business in China. The liberalization of China's market provides more and more opportunities for foreign companies in the Chinese market.

Keywords: *export, Latvia, the People's Republic of China*

JAUNIEŠU IEKĻAUŠANĀS DARBA TIRGŪ LATVIJAS REĢIONOS

YOUTH INCLUSION INTO THE LABOUR MARKET IN THE REGIONS OF LATVIA

Līva Griņeviča, Baiba Rivža, Pēteris Rivža

Latvijas Lauksaimniecības universitāte, Ekonomikas un sabiedrības attīstības fakultāte

E-pasta adrese: liva_g2@inbox.lv

Lai noteiktu piemērotāko attīstības scenāriju jauniešu iekļaušanai darba tirgū Latvijas reģionos, tika izmantota amerikāņu zinātnieka T. L. Satī (*Thomas L. Saaty*) izveidotā hierarhiju analīzes metode (*The Analytic Hierarchy Process*).

Pēc autoriem, Satī (*Saaty*), Penivati (*Peniwati*) un Šanga (*Shang*), analītisks hierarhijas process nodrošina veidu kā sargrupēt problēmas alternatīvas, balstoties uz prioritātēm. Jautājumi, kas izriet no prakses: „Kāda ir labākā alternatīvu kombinācija? Kurai prioritātei ir lielākā vērtība? Vai apmierina dotie ierobežojumi?” (*Saaty et al., 2007*).

Pētījuma mērķis - pamatojoties uz zinātniskās literatūras un stratēģisko dokumentu analīzi par jauniešu bezdarbu un iekļaušanos darba tirgū kā arī ekspertu viedokli attiecībā uz jauniešu darba tirgus situāciju un nodarbinātības veicināšanas iespējamajiem risinājumiem, lai veicinātu veiksmīgu jauniešu iekļaušanos darba tirgū, uz iegūtās informācijas bāzes tika izveidots hierarhijas analīzes modelis. Vērtēšanas kritēriju hierarhijas pirmajā līmenī ir definēta aktuāla problēma – jauniešu nodarbinātības veicināšana Latvijas reģionos. Otrajā līmenī ir kritēriju grupas, kas pārstāv dažādu ar procesu saistīto pušu intereses, katrā grupā ir definēti 5 kritēriji. Trešajā līmenī ir uzskaitīti iespējamie scenāriji jauniešu nodarbinātības veicināšanai Latvijas reģionos. Hierarhiju analīzes pamatā ir atšķirīgu jauniešu iekļaušanos veicinošu scenāriju izvērtējums. Ekspertu izvērtēšanai tika piedāvāti četri iespējamie scenāriji jauniešu nodarbinātības veicināšanai Latvijas reģionos, uz kuru pamata un balstoties uz iegūto pieredzi, eksperti veica hierarhiju analīzes matricu aizpildīšanu.

Sākotnējās hierarhijas izveidošana paredz pētāmās problēmas sadalīšanu vairākās sastāvdaļās. Pēc hierarhijas matricu aizpildīšanas tiek aprēķināts prioritātes vektors katram no hierarhijas elementiem, kas norāda to nozīmīgumu attiecībā pret katra augstākā līmeņa kritēriju. Gala rezultātā visām vispārējās problēmas sastāvdaļām, kuras ir pakārtotas vienam mērķim, jābūt savstarpēji salīdzinātam (*Kronbergs u.c., 1988*).

Atslēgvārdi: *jauniešu nodarbinātība, jauniešu iekļaušanās darba tirgū, hierarhiju analīzes metode.*

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC-LV.

LATVIJAS DZELZCEĻA KONKURĒTSPĒJA BALTIJAS JŪRAS REĢIONĀ
ESTIMATION OF THE LATVIAN RAILWAYS COMPETIVENESS IN THE
BALTIC SEA REGION

Justīna Hudenko, Remigijs Počs
Rīgas Tehniskā universitāte
E-pasta adrese: justina.hudenko@gmail.com

Referātā tiek aplūkoti Latvijas dzelzceļa sektora uzņēmumu konkurētspējas kvantitatīvie rādītāji, kas balstīti uz klasisko Portera (1990), tā saucamo „Dimanta” modeli, salīdzinājumā ar konkurējošiem dzelzceļiem Baltijas jūras reģionā – Lietuvā, Igaunijā un Krievijā. Salīdzinājums tika veikts, izmantojot adoptēto Sati (2005) daudz kritēriju lēmumu pieņemšanas modeli.

Referāta autori, izmantojot statistisko informāciju, veica modeļa sastāvdaļu un to elementu, kā arī to mijiedarbības apzināšanu, ievietojot iegūtos relatīvos rādītājus kategorizētās matricās. Pielietotā metodoloģija ļauj iegūt rezultātus, lai novērtētu ne tikai kopējo konkurētspējas stāvokli, bet arī, lai noteiktu Latvijas dzelzceļa uzņēmumu priekšrocības un trūkumus par katru Portera modeļa kritēriju, kā arī, lai prognozētu to attīstību. Pētījumā tika novērtēti dati par 2010.g., 2012.g. un 2014.g.

Pētījuma rezultātā tika noskaidrots, ka visos vērtējamajos gados pārliecinošas priekšrocības ir ieguvusi Krievija, kurai valsts teritorijā ir izveidojies dzelzceļa nozares klasteris, kas nodrošina piegādes ķēžu saskaņotu darbību un lētākus ražošanas resursus. Dinamikā gan Krievija savus rezultātus neuzlaboja. Otrā vietā konkurētspējas nodrošināšanā ir ieguvusi Latvija. Šāds rezultāts ir sasniegts, pateicoties labākiem rezultātiem organizāciju struktūrās. Latvijai un Lietuvai (Lietuva ierindojās trešajā vietā novērtējumā) konkurētspējas rādītāju dinamika ir diametrāli pretēja - tajos periodos, kad Latvija ir uzlabojusi kopējo indeksu, Lietuva to ir mazinājusi un *vice versa*. Lietuva uzrāda labāku rezultātu pieprasījuma dimensijā, taču atpaliek sadarbībā ar saistošajām nozarēm. Pēdējā vietā 2014.gadā ir Igaunija, kura atkāpās no trešās vietas 2010.gadā, būtiski neuzlabojot nevienu no konkurencspēju noteicošajiem faktoriem.

Pētījuma rezultātus plānots izmantot, izstrādājot teorētisko pamatojumu un praktiskos risinājumus Latvijas uzņēmumu konkurētspējas stiprināšanai ārējos tirgos EKOSOC-LV projekta ietvaros.

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC – LV.

Atslēgvārdi: *Dzelzceļa uzņēmumu konkurētspēja, Portera modeļa pielietojums, Sati modeļa pielietojums*

DIZAINS – IESPĒJA UN IZAICINĀJUMS LATVIJAS PRODUKTU UN PAKALPOJUMU KONKURĒTSPĒJAS VEICINĀŠANAI

DESIGN - AN OPPORTUNITY AND CHALLENGE IN THE PROMOTION OF THE COMPETITIVENESS OF LATVIAN PRODUCTS AND SERVICES

Andra Irbīte

LU Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultāte

E-pasta adrese: andra.irbite@lu.lv

Mūsdienās dizains ir definēts kā viens no galvenajiem inovāciju instrumentiem daudzās valstīs, tai skaitā Eiropas Savienībā. Dizaina jēdziens turpina attīstīties no zīmju un lietu valodas uz dizaina metožu kopuma izmantošanu formējot lēmumus: uzņēmējdarbības un politikas stratēģiju izstrādē, procesu, vides un sociālu pārmaiņu plānošanā. Dizaina domāšana, kas ietver daudzveidīgu metožu klāstu problēmu risināšanai atšķirīgos kontekstos, ir aktuāla un tiek sekmīgi pielietota Amerikā, Eiropā un Āzijas valstīs jau vairāk kā trīsdesmit gadu.

Kā liecina autores veiktie pētījumi laika periodā no 2008 - 2015 gadam, dizaina potenciāla izmantošana Latvijā nav bijusi pietiekoša ne dizaina un citu nozaru nozares uzņēmumu konkurētspējas veicināšanā, ne sabiedrības un indivīdu labbūtības paaugstināšanā. Tas nosaka nepieciešamību plānot kompleksus pasākumus dizaina pieejas un metožu efektīvai izmantošanai tautsaimniecībā un sociālajā sfērā.

Pētījuma mērķis: analizējot teorētisko un ar dizaina nozari saistīto literatūru, normatīvos dokumentus un statistikas datus, iezīmēt problēmas un izstrādāt priekšlikumus pilna dizaina potenciāla izmantošanai Latvijā.

Dizains kā stratēģiska pieeja sabiedrības labklājības un labbūtības veicināšanā ir Europe 2020 pamatiniciatīva, kas ietverta *European Design Initiative* (European Commission, 2010) un *Design for growth and prosperity* (European Design Leadership Board, 2012) stratēģijās. Datu apkopojuma par šīs iniciatīvas realizācijas rezultātiem analīze (Sharing Experience Europe, 2011) liecina, ka pastāv pozitīva korelācija starp valstu dizaina nozares konkurētspēju un valsts konkurētspēju, tomēr neaptver pilnu dizaina ietekmes spektru. Svarīgs ir dizaina izmantošanas un uztveres konteksts: nozīmes, pieredze, komunikācija, vide un sistēmas. Ar humānām problēmām saistītais nozīmju un vērtību kopums, tā potenciāls un izaicinājumi ir arēna, kur dizainam ir izšķiroša nozīme veicinot izmaiņas, kas ir gan jēgpilnas, gan spēj palielināt uzņēmumu konkurētspēju.

Šis pētījums patspoguļo kāpēc, kur un kādu dizaina metožu izmantošana var veicināt uzņēmumu eksportspēju dizaina un citās tautsaimniecības nozarēs Latvijā.

Atslēgvārdi: *uzņēmējdarbība, dizains, metodes, konkurētspēja, Latvija*

KONKURĒTSPĒJAS ANALĪZE LATVIJAS EKSPORTA STRUKTŪRĀ

COMPETITIVENESS ANALYSIS WITHIN THE EXPORT STRUCTURE OF LATVIA

Velga Ozoliņa

Rīgas Tehniskā universitāte

E-pasta adrese: velga.ozolina@rtu.lv

Analizējot eksportu un tā konkurētspēju, liela nozīme tiek veltīta nozaru attīstībai, kas eksportē produktus un pakalpojumus ar augstu pievienoto vērtību. Tomēr ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesā ir nepieciešams izmantot izejmateriālus un produktus un pakalpojumus no citām valstīm. Tādējādi ir iespējama situācija, kad pievienotās vērtības radīšana konkrētā nozarē ir saistīta ar vēl lielākas pievienotās vērtības ražošanu ārvalstīs. Attiecīgi ārējās tirdzniecības bilance starp divām valstīm klasiskā izteiksmē neatspoguļo faktisko pievienotās vērtības plūsmu. Pētījuma mērķis ir novērtēt Latvijas nozares ar augstāku pievienotās vērtības eksporta potenciālu.

Saskaņā ar Eurostat klasifikāciju, augsto tehnoloģiju nozares Latvijā ir arī augstas pievienotās vērtības nozares. Savukārt, vidēji zemo tehnoloģiju nozares spēj saražot lielāku pievienoto vērtību kā vidēji augsto tehnoloģiju nozares. Tas daļēji skaidrojums ar vidēji zemo tehnoloģiju nozares lomu eksporta struktūrā, kas ir 2-3 reizes nozīmīgāka nekā augsto tehnoloģiju un vidēji augsto tehnoloģiju nozaru eksportam. Lai novērtētu, vai līdzīgas tendences ir vērojamas attiecībā uz pievienotās vērtības plūsmām, tiek izmantota OECD pievienotās vērtības tirdzniecības datubāze.

Vairāki autori savos pētījumos ir konstatējuši, ka ārējās tirdzniecības bilances vērtība pievienotās vērtības izteiksmē būtiski atšķiras no tirdzniecības bilances tradicionālā izteiksmē. Piemēram, R. C. Džonsons un G. Nogiera (2012) ir konstatējuši, ka ASV-Ķīnas tirdzniecības bilance pievienotās vērtības izteiksmē 2004.gadā bija par 30-40% mazāka nekā standarta izteiksmē. Pētījums liecina, ka būtiskas atšķirības ir vērojamas arī Latvijā. Tā ES 28 valstu daļa eksporta struktūrā 2010.-2011.gadā ir par 6,4% punktiem nozīmīgāka nekā eksporta pievienotās vērtības struktūrā, kas liecina par salīdzinoši nozīmīgu produktu daļu, kas tālāk tiek eksportēta uz citām valstīm. Savukārt, attiecībā uz Krieviju šī daļa ir salīdzinoši neliela, tātad Latvijas produkcija tiešā vai netiešā veidā pamatā tiek izmantota Krievijas tirgū.

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC - LV

Atslēgvārdi: *konkurētspēja, eksporta struktūra, pievienotā vērtība*

LIDOSTAS EFEKTIVITĀTES FAKTORI: PASAŽIERU APKALPOŠANAS JAUDAS PALIELINĀJUMS

AIRPORT EFFICIENCY FACTORS: PASSENGERS SERVING CAPACITY INCREASE

Sergejs Paramonovs

University of Latvia

E-pasta adrese: sergeypar@yahoo.com

Nowadays, more and more government owned airports around the world turn into businesses. The scale to what airdromes become private varies, but necessity to tracking efficiency is common and crucial for survival and development of enterprises. Two efficiency factors are discussed in the given study – passengers serving capacity increase and their scaled satisfaction level. In the available articles, authors suggest introduction of automatic service systems to further reduce expenses and increase volume of served passengers. Specifically, this study covers automatic machines to replace service desk personnel. Accordingly to authors and experts, the efficiency and economy is never less than 30%. The goal of the work is to better understand the airports' functioning efficiency factor and make it an integrative part of the newly developing airports' efficiency model, in a context of a related doctoral thesis. Methods – content analysis, experts' interviews, monographic method. Key findings are: in the result of the introduction of the new approach, the personnel costs will be reduced about 30%, human factor minimized, but the most important capacity of serving passengers increased. The study has a strong practical use in terms of efficiency increase and development of the Riga International Airport.

Atslēgvārdi: *airport efficiency; airport rush hour; serving passengers' capacity; passenger traffic planning.*

The study is supported by the National Research Program 5.2. EKOSOC-LV

GRAVITĀCIJAS MODEĻA DATU SAISTĪBAS INTERPRETĀCIJA LATVIJAS UZŅĒMUMU KONKURĒTSPĒJAS ĀRĒJOS TIRGOS NOVĒRTĒŠANĀ

DATA COMMITMENTS INTERPRETATION OF GRAVITY MODEL FOR LATVIAN ENTERPRISES COMPETITIVENESS EVALUATION IN FOREIGN MARKETS

Jevgeņija Purmale-Nikitina

Rīgas Tehniskā universitāte

E-pasta adrese: jevgenija.purmale@gmail.com

Kopš 1950. gadiem valstu ārējās tirdzniecības plūsmas tiek pētītas ar gravitācijas modeli. Tas kļūst plaši pielietojams ārējās tirdzniecības plūsmu novērtēšanā sakarā ar modeļa augstu precizitāti. Gravitācijas modelis ir mijiedarbības modelis. Tās pamatojumā ir pieņēmums, ka divpusējās tirdzniecības plūsmu apjoms ir tieši proporcionāls valstu ekonomikas apjomam un pretēji proporcionāls attālumam starp valstīm un citiem tirdzniecības barjeriem.

Attiecīgi uzņēmumu konkurētspēju ārējos tirgos varētu novērtēt ar gravitācijas modeli. Ņemot vērā, ka uzņēmumu konkurētspēju ārējos tirgos varētu pētīt nozares ietvaros, būtiskā nozīme ir izmantoto faktoru saistībām. No faktoru jeb fiktīvo mainīgo datu saistību interpretācijas ir atkarīgs, kā šie mainīgie ietekmē novērtējumu un vai tiks izmantoti gravitācijas modeļa analīzē vai netiks izmantoti. Pētījuma ietvaros tiek vērtēts, kādus fiktīvus mainīgus un to datus ir iespējams izmantot gravitācijas modeļa Latvijas uzņēmumu konkurētspējas analīzē ārējo tirgus novērtēšanā.

Pētījums veikts Valsts Pētījumu programmas 5.2. „Tautsaimniecības transformācija, gudra izaugsme, pārvaldība un tiesiskais ietvars valsts un sabiedrības ilgtspējīgai attīstībai – jaunas pieejas ilgtspējīgas zināšanu sabiedrības veidošanai (EKOSOC-LV)” 5.2.1. projekta ietvaros.

Pētījuma rezultātus plānots izmantot, izstrādājot teorētisko pamatojumu Latvijas uzņēmumu konkurētspējas ārējos tirgos novērtēšanai EKOSOC-LV projekta ietvaros.

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC – LV.

Atslēgvārdi: *gravitācijas modelis, fiktīvie mainīgie, uzņēmumu konkurētspēja*

LATVIJAS EKSPORTA KONKURĒTSPĒJAS VĒRTĒJUMU MĀRKETINGA ASPEKTĀ DINAMIKAS ANALĪZE

THE ANALYSIS OF DYNAMICS OF THE EVALUATION OF LATVIAN COMPETITIVENESS IN MARKETING ASPECT

Sanita Rugina

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: sanita@kolumbs.lv

Aktualitātes pamatojums. Saskaņā ar ekonomikas teoriju konkurētspēja ir uzņēmuma, nozares vai valsts spēja pārdot savus produktus, preces vai pakalpojumus tirgū. Līdz ar to konkurētspēja ir viena no svarīgākajām preču un pakalpojumu tirgu raksturojošajām kategorijām. Šobrīd neviens vairs neapšaubā tautsaimniecības konkurētspējas nozīmīgumu mūsdienās. Konkurētspējas paaugstināšana kā galvenais darbības virziens ir minēts daudzu valstu, tostarp, Latvijas tautsaimniecības ilgtermiņa attīstības stratēģiskajos dokumentos. Pastāv virkne dažādu vispārzināmu faktoru, kas būtiski ietekmē valsts konkurētspēju, tai skaitā, tirgus lielums un attīstības pakāpe, makroekonomiskā vide, biznesa vides nosacījumi u.c. Būtiska nozīme ir arī mārketinga aspektam – faktoriem, kas potenciālam sadarbības partnerim liktu izvēlēties par labu vienai vai otrai kompānijai.

Pētījums mērķis un izmantotās metodes. Pētījums mērķis ir izvērtēt Latvijas eksporta konkurētspēju mārketinga aspektā. Pētījums analizē sekojošus Latvijas biznesa vides rādītājus – darba tirgus efektivitāte, finansiālo pakalpojumu pieejamība un uzticamība bankām, valsts tiesiskās sistēmas efektivitāte juridisku strīdu risināšanā, Latvijas tirgus spēlētāju ētiskie standarti, tirgus vispārējās infrastruktūras kvalitāte, finanšu tirgus attīstība, tehnoloģiskā gatavība un inovāciju līmenis, augstākās izglītības kvalitāte laika periodā no 2005.-2015. gadam un salīdzina šos rādītājus ar citām valstīm. Pētījumā veikta zinātniskās literatūras un starptautiskās, Eiropas un Latvijas statistiskās, Pasaules Ekonomikas foruma (*World Economic Forum*) un Pasaules Bankas (*World Bank*) datu analīze.

Pētījuma galvenie rezultāti. Pētījuma rezultātā ir izanalizēta Latvijas eksporta konkurētspēja mārketinga aspektā laika periodā no 2005.-2015.gadam, kā arī salīdzināti vairāki konkurētspējas rādītāji ar pārējām Baltijas valstīm. Ir izdarīti šādi secinājumi par rādītājiem: ir panākts zināms uzlabojums darba tirgus efektivitātes, finansiālo pakalpojumu pieejamības un uzticamības bankām sfērā, kā arī firmu tehnoloģiskās gatavības sfērā. Nedaudz uzlabojušies ir tirgus spēlētāju ētiskie standarti un augstākās izglītības kvalitāte, taču tādi rādītāji kā valsts tiesiskās sistēmas efektivitāte juridisku strīdu risināšanā un inovāciju līmenis turpina kristies.

Atslēgvārdi: *konkurētspēja, eksports, imports, biznesa vide.*

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC - LV

LATVIJAS ENERGOSEKTORA KONKURĒTSPĒJAS SISTĒMDINAMIKAS MODEĻA IZSTRĀDE

DEVELOPMENT OF THE LATVIAN ENERGY SECTOR COMPETITIVENESS SYSTEM DYNAMIC MODEL

Valērijs Skribans

Rīgas Tehniskā universitāte

Inženierekonomikas un vadības fakultāte

E-pasta adrese: valerijs.skribans@rtu.lv

Viena no Latvijas ekonomikas problēmām ir saistīta ar enerģētikas sektoru. Sektora kompānijas darbojas lielas konkurences apstākļos. Konkurences pieaugums ir skaidrojams ar reģionālo tirgu paplašināšanu, jauno pārvades savienojumu veidošanu; kurināmā un elektroenerģijas tirgus cenu konjunktūras būtiskām izmaiņām; energoefektivitātes prasības palielināšanu, atjaunojamo energoresursu izmantošanas prasībām; jauniem tirgus regulējošiem mehānismiem. Risināt sektora konkurētspējas problēmu ir nepieciešamas vispusīgi, gan enerģijas ražošanā, gan patēriņā. To palīdz kopējās sistēmas modelis, kurš ir izstrādāts, izmantojot sistēmdinamikas metodi.

Pētījuma mērķis ir izstrādāt Latvijas enerģijas sektora konkurētspējas sistēmdinamikas modelis.

Mērķa sasniegšanai ir izvirzīti sekojoši uzdevumi:

- atspoguļot modeļa blokus, pamatot modeļa pieņēmumus un iekļautās ekonomiskās sakarības;
- atspoguļot modeļa darbību, veikt modeļa simulācijas, noteikt sektora konkurētspējas paaugstināšanas priekšnosacījumi.

Pētījumā analizējamie rādītāji ir ierobežoti ar Latvijas tautsaimniecību. Visi pārējie globāli ietekmējošie faktori – tādi kā energoresursu cenas, klimata izmaiņas, vidējā gaisa temperatūra, rakstā netiek apskatīti.

Ar izstrādāto modeli tiek novērtēts, ka paredzams lēzens kopējais elektroenerģijas patēriņš Latvijā tuvāko 10 gadu laikā (ap 10%), bet straujš patēriņš pēc 2021. gada (izņemot atsevišķas nozares). Tiek sagaidīts elektroenerģijas zudumu un elektroenerģijas importa samazinājums. Tiek paredzēts pētāmā objekta jaudas un saražotā enerģijas apjoma palielinājums. Tālākais darbs paredz detalizētāko modeļa rezultātu novērtēšanu, lai spriestu par nepieciešamību veikt modeļa korekcijas.

Atslēgas vārdi: *elektroenerģija, patēriņš, ražošana, konkurētspēja, sistēmdinamika*

LATVIJAS AUGSTĀKĀS IZGLĪTĪBAS EKSPORTA IESPĒJU ANALĪZE

ANALYSIS OF LATVIAN HIGHER EDUCATION EXPORT

Biruta Sloka

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Biruta.Sloka@lu.lv

Alīna Gržibovska

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Alina.Grzibovska@lu.lv

Beāte Ramaņa – Lo Bello

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Beate.Ramina@lu.lv

Justs Dimants

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Justs.Dimants@lu.lv

Renāte Vidruska

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: Renate.Vidruska@lu.lv

Augstākās izglītības eksportam pēdējos gados ir veltīti daudzi pētījumi daudzās valstīs, jo jaunu cilvēku skaita ievērojams samazinājums rada lielas problēmas studējošo pietiekama skaita nodrošināšanai daudzās valstīs, tajā skaitā Latvijā. Tiek izmantoti dažādi informācijas kanāli informēšanai par studiju iespējām, par konkrētās augstskolas un studiju programmas pievilcības aspektiem. Līdz ar interneta un sociālo tīklu arvien plašāku izmantošanu, rodas jauni izaicinājumi un arī iespējas informācijas nodrošināšanai tajā skaitā par iespējām ārvalstu studentiem arī Latvijā.

Pētījumā izmantota zinātnisko pētījumu rezultātu analīze, informācijas internetā un sociālos tīklos par augstskolu un studiju programmu piedāvājuma ārvalstu studentiem analīzes rezultāti – tie salīdzināti ar pirms gada veiktajiem novērtējumiem, ekspertu aptauja, kā arī ārvalstu studentu aptauja.

Pētījuma rezultāti liecina, ka informācijas internetā un sociālos tīklos par augstskolu un studiju programmu piedāvājuma ārvalstu studentiem ir papildināta tikai daļēji, ir joprojām daudz aspektu, kas interesentiem no ārvalstīm nav pieejami angļu valodā. Efektīvs veids ārvalstu studentu piesaistīšanai ir aktīva dalība starptautisko izglītības izstāžu darbā un augstskolas aģentu aktīva darbība ārvalstīs, bet arvien nozīmīgāki informācijas kanāli sākotnējās informācijas ieguvei ir sociālie tīkli un internets.

Atslēgvārdi: *augstākās izglītības eksports, sociālie mediji, internets*

Pētījumu atbalsta Valsts Pētījumu programma 5.2. EKOSOC - LV

MĀRKETINGA INSTRUMENTI EKSPORTA ATBALSTAM UN TO LOMA UZŅĒMUMU KONKURĒTSPĒJAS STIPRINĀŠANAI ĀRVALSTU TIRGOS

THE ROLE OF MACRO MARKETING TOOLS IN INTERNATIONAL COMPETIVENESS

Aija van der Steina, Justs Dimants, Ksenija Ijevleva

Latvijas Universitāte

E-pasta adrese: aija.vdsteina@lu.lv

Efektīvs mārketinga starptautiskos tirgos ir viens no uzņēmumu un tautsaimniecības nozaru konkurētspējas faktoriem. Apzinoties mārketinga lomu eksportspējas veicināšanai daudzas valstīs tiek īstenotas atbalsta programmas mārketinga īstenošanai ārvalstu tirgu piesaistei. Atbalsts dalībai starptautiskās nozaru izstādēs, tirgus pētījumi, dalība valsts vizīšu programmās ir vieni no visbiežāk izmantotajiem instrumentiem no plašā instrumentu klāsta. Šī pētījuma mērķis ir apzināt starptautiskā mārketinga atbalsta instrumentus un novērtēt to lomu dažādu tautsaimniecības nozaru uzņēmumu konkurētspējas veicināšanā. Pētījuma ietvaros tika izmantoti sekundārie un primārie dati. Starptautiskās pieredzes apkopošanai tika izpētītas dažādu valstu īstenotās eksporta atbalsta programmas un iekļautie atbalsta instrumenti starptautiskajam mārketingam. Lai izvērtētu atbalsta nepieciešamību starptautiskajā mārketingā un izmantotos instrumentus makro līmenī Latvijā, tika īstenots kvalitatīvs pētījums. Padziļinātas intervijas tika veiktas ar dažādu tautsaimniecības nozaru pārstāvošo organizāciju, kā piemēram, Latvijas Augstākās izglītības eksporta padomes, Latvijas dizaineru padomes, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras un citu organizāciju pārstāvjiem. Pētījuma rezultāti atklāj, ka dažādās tautsaimniecības nozarēs makro mārketinga loma starptautisko tirgu piesaistē ir atšķirīga. Tautsaimniecības nozarēs un sektoros, kurus galvenokārt pārstāv MVU atbalsts starptautiskam mārketingam ir ar lielāku nozīmību, taču izmantoto mārketinga instrumentu klāsts ir atšķirīgs un nozarei specifisks. Pašreizējo valsts atbalstu mārketinga īstenošanai ārvalstu tirgu piesaistei eksperti kopumā vērtē pozitīvi. Šī pētījuma rezultāti sniedz praktiski izmantojumus rezultātus, atklājot galvenos instrumentus starptautiskā mārketinga īstenošanai dažādās tautsaimniecības nozarēs, kā arī pašreizējo makro mārketinga aktivitāšu vājās vietas un uzlabošanas potenciālu.

Atslēgvārdi: *starptautiskais marketings, eksports, konkurētspēja*

CILVĒKRESURSI VESELĪBAS SEKTORĀ: VIETĒJAIS TRŪKUMS UN STARPTAUTISKĀ MOBILITĀTE

HUMAN RESOURCES IN HEALTH SECTOR: LOCAL SHORTAGE AND INTERNATIONAL MOVEMENT

Anita Villeruša, Daiga Behmane, Uldis Berķis, Anita Kokarēviča

Rīgas Stradiņa Universitāte

E-pasta adrese: Anita.Villerusa@rsu.lv

The number, composition, distribution and quality of the health workforce are widely recognised as a crucial determinant of health system performance and health outcome of population. Despite a high capacity for medical and nursing training in Latvia, there is a weak coordination between production of health workers and capacity for employment. In this paper, we address the issues of shortage and maldistribution of health personnel in Latvia from one side and the trade of medical education and international movement of health workforce from the other side.

The aim and methods. We aimed to consider the shortage and maldistribution of health personnel in country in the context of health system competitiveness and the engagement in the international trade in health services. The data from the Register of medical personnel and medical support staff maintained by Health Inspectorate and data from Ministry of Health and professional associations were used in our analysis.

Results. Despite the increase in the number of graduates, the total number of medical doctors during 10 years period has decreased by 4%, but number of practicing medical doctors by 3%. A similar situation is characterized by nurses. The largest concentration of medical staff is in capital city Riga, while in other parts of Latvia it is 2-8 times less. Problems with shortages in workforce are more explicit in the public sector, mainly due to the low pay and long working hours. Part of working staff and graduates try to find working place outside country. Unconsciously Latvian has created a market-driven, export-led production of nurses and doctors that seek to respond to international demand. There are two types of health-worker migration: temporary migration and permanent migration. Both of them have different implications for the health system.

Keywords: *human resources, health, provision, migration*

**TENDENCES LATVIJAS LAUKU EKONOMIKĀ:
CEĻĀ UZ GUDRU SPECIALIZĀCIJU**

**PERFORMANCE TRENDS IN LATVIA RURAL ECONOMY:
TOWARDS A SMART SPECIALISATION**

Viktorija Zaļuksne

Latvijas Lauksaimniecības universitāte
E-pasta adrese: viktorija.zaluksne@gmail.com,

Maiga Krūzmētra

Latvijas Lauksaimniecības universitāte
E-pasta adrese: maiga.kruzmetra@llu.lv

Baiba Rivža

Latvijas Lauksaimniecības universitāte
E-pasta adrese: baiba.rivza@llu.lv

Pētījuma aktualitāte saistāma ar nepieciešamību rast jaunas pieejas viedās specializācijas identificēšanai Latvijas lauku telpā. Šis ir viens no Valsts Pētījumu programmas EKOSOC-LV apakš projekta 5.2.3. "Latvijas lauku un reģionālās attīstības procesi un iespējas zināšanu ekonomikas kontekstā" pētījuma posma uzdevumiem.

Pētījuma posma mērķis ir identificēt rādītājus, kas var liecināt par lauku telpas virzību uz viedo specializāciju Latvijā un analizēt tendences, kuras šie rādītāji uzrāda. Pētījuma metodoloģisko pamatu veido četru pētniecisko koncepciju kombinācija, kas ļauj identificēt teritorijas virzību uz viedo specializāciju.

Izmantotās pieejas ir ESPON-CUBE koncepcija lauku teritoriju daudzveidīgai grupēšanai, Teritorijas kapitāla metodoloģiskais skatījums uz attīstības galvenajiem resursiem, Viedās specializācijas koncepcija kā inovatīvas attīstības virzītāja spēka formulēšana un Viedās teritorijas attīstības koncepcija lauku attīstības pamatfaktoru noteikšanai.

Izpētot katru no šīm pieejām autori izvirzījuši rādītāju kopumu, kas varētu raksturot lauku telpas virzību uz viedo specializāciju.

Veicot priekšizpēti par attīstības tendencēm, kuru uzrāda šie rādītāji autori ir noteikuši teritoriju ekonomiskās darbības virzienus un konstatējuši plašas iespējas teritoriju komplementārai kopdarbībai un tajā pašā laikā identificējuši nepieciešamību pēc novadu ekonomiskās darbības diversifikācijas.

Atslēgvārdi: *lauku teritorijas, vieda specializācija, metodoloģija*