

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
Ekonomikas un vadības fakultāte
Starptautisko ekonomisko attiecību katedra

STARPTAUTISKA UZŅĒMUMA UZŅĒMĒJDARBĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ

International organisation business opportunities in Latvia

BAKALaura DARBS

Autors: **Vadības zinību bakalaura
studiju programmas
Starptautiskais business
studiju virziena
4. kursa students
Jānis Čačka
jc07030**

Darba vadītājs: **Dr. oec., Doc. Juris Brencis**

RĪGA 2011

Anotācija

Bakalaura darba tēma ir „Starptautiska uzņēmuma uzņēmējdarbības iespējas Latvijā”. Darba mērķis ir iepazīties ar jēdzienu uzņēmējdarbības vide, analizēt Latvijas uzņēmējdarbības vidi, kā arī pētīt starptautiska mēbeļu furnitūras tirgotāja biznesa uzsākšanu Latvijā. Bakalaura darbs sastāv no teorētiskās, analītiskās un praktiskās daļas. Teorētiskajā daļā tiek aplūkots un noskaidrots uzņēmējdarbības vides jēdziens. Analītiskajā daļā tiek analizēta Latvijas uzņēmējdarbības vide. Praktiskajā daļā tiek veikta intervija ar lielāko vietējo mēbeļu furnitūras tirgotāju un iegūto datu rezultātā izstrādāti priekšlikumi starptautiskam mēbeļu furnitūras tirgotājam uzņēmējdarbības uzsākšanai Latvijā.

Atslēgvārdi: uzņēmējdarbības vide, uzņēmējdarbības uzsākšana Latvijā, PEST modelis, mēbeļu furnitūra, intervija.

Annotation

The Bachelor thesis theme is „International organization business opportunities in Latvia”. The goal of Bachelor thesis is to understand what is business environment, to analyze Latvian business environment and to research international furniture accessories dealer business opportunities in Latvia. Bachelor thesis consists of theoretical, analytical and practical parts. In theoretical part the meaning of business environment is defined. In analytical part Latvian business environment is analyzed. In practical part interview is made with local furniture accessories dealer and all the data obtained is used to make suggestions for international furniture accessories dealer on starting business in Latvia.

Keywords: business environment, doing business in Latvia, PEST model, furniture accessories, interview.

SATURS

IEVADS	5
1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS VIDE	7
1.1. Uzņēmējdarbības vides jēdziens	7
1.2. PEST modelis	17
1.3. Attiecības starp uzņēmējdarbību un vidi.....	22
2. LATVIJAS UZŅĒMĒJDARBĪBAS VIDE	26
2.1. Latvijas uzņēmējdarbības vides raksturojums	26
2.2. Uzņēmējdarbības uzsākšanas novērtējums Latvijā	37
2.3. Uzņēmējdarbības formas Latvijā.....	47
2.4. Mēbeļu furnitūras tirgus analīze	49
3. STARPTAUTISKA MĒBEĻU FURNITŪRAS RAŽOTĀJA „X” UZŅĒMĒJDARBĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ.	57
3.1. Uzņēmējdarbības plānošana.....	57
3.2. Intervija	61
3.3. Lēmums par uzņēmējdarbības uzsākšanu.	65
SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI	68
IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI.....	71
PIELIKUMI.....	73
1. pielikums. Intervija.....	73

IEVADS

Jebkura sistēma funkcionē konkrētā vidē. Un sistēmas funkcionēšanas efektivitāte tiešā mērā ir atkarīga no vides, kurā tā atrodas. Arī visa uzņēmējdarbība ir atkarīga no vides, kurā norisinās darbība. Ja uzņēmējs kļūdīsies izvēloties piemērotāko vidi savam uzņēmumam, tad arī varētu teikt, ka viņš kļūdīsies pašā uzņēmējdarbībā. Pirms kaut kā uzsākšanas ir jāiepazīstas ar vidi, kurā ir plānots darboties, citādi var kļūt par zaudētāju jau pašā darbības sākumā. Lai iepazītos ar kādas valsts uzņēmējdarbības vidi, jāveic plaša vides ietekmējošo faktoru analīze un jāizvērtē, kuri faktori var ietekmēt konkrēta uzņēmuma darbību. Vides izpētes gaitā tiek atklāti arī potenciāli riskanti elementi, kuri var ietekmēt uzņēmējdarbības veikšanu ilgtermiņā. Vides pievilcību nosaka gan uzņēmumu skaits, kuri tajā darbojas, gan šo uzņēmumu gada pārskati, gan arī zems bezdarba līmenis un darbinieku skaita nemitīga palielināšanās uzņēmumos.

Bakalaura darba tēma ir „Starptautiska uzņēmuma uzņēmējdarbības iespējas Latvijā”. Tēmas aktualitāte tiek pamatota ar faktiem, ka pēdējos gados Latvijā bezdarba līmenis ir strauji pieaudzis līdz pat 13.9 %, uzņēmumu darbinieku skaits regulāri tiek optimizēts un samazināts, Latvijas uzņēmumu kopējā peļņa no 1.69 miljardiem latu 2007. gadā ir sasniegusi 754 miljonu latu lielus zaudējumus 2009. gadā, kā arī darbaspējīgo iedzīvotāju kopējie migrācijas apjomi pieckārtīgi pārsniedz imigrantu skaitu. 2008. gadā Latviju piemeklēja globāla ekonomiskā krīze, kas varētu būt par iemeslu šādiem valsts rādītājiem. Lai arī pirms krīzes Latvijas ekonomika uzplauka un attīstījās neticamos ātrumos, krīzes iespaidā daudzi ekonomiskie rādītāji kritās un iestājās recesija. Latvijas uzņēmējdarbības vides pievilcība pasliktinājās arī ārvalstu investoru acīs, 2009.gadā, salīdzinot ar 2008.gadu, nefinanšu investīciju apjoms salīdzināmajās cenās samazinājies par 34,2%. Šie visi rādītāji būtiski var ietekmēt ārvalstu uzņēmumu lēmumus par uzņēmējdarbības uzsākšanu Latvijā.

Lai noskaidrotu konkrēta uzņēmuma iespējamo lēmumu, darba autors ir nolēmis apskatīt un novērtēt starptautiska uzņēmuma biznesa uzsākšanas iespējas Latvijā šajos ekonomiskajos apstākļos. Potenciālais uzņēmums ir starptautisks mēbeļu furnitūras tirgotājs, kas nozīmē, ka jāveic mēbeļu furnitūras tirgus izpēte un analīze.

Bakalaura darba mērķis ir priekšlikumu un ieteikumu izstrāde starptautiskam mēbeļu furnitūras tirgotājam uzņēmējdarbības uzsākšanai Latvijā. Lai sasniegtu darba mērķus, tika veikti šādi uzdevumi:

- 1) Uzņēmējdarbības vides jēdziena izprašana izmantojot gan Latvijas, gan ārzemju literatūru.

- 2) Latvijas uzņēmējdarbības vides analīze, izmantojot pieejamos datus.
- 3) Pamatojoties uz iegūtajiem datiem, novērtēt iespējas un izstrādāt priekšlikumus attiecībā uz starptautiska mēbeļu furnitūras tirgotāja ieiešanu Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū.

Pētījuma hipotēze ir – Latvijas uzņēmējdarbības vide šajos ekonomiskajos apstākļos nav pievilcīga starptautiskam mēbeļu furnitūras tirgotājam.

Pētījuma ietvaros tika veikta intervija ar vienu no vietējiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem, uzklusītas tirgotāja domas saistībā ar mēbeļu nozares tirgus darbību Latvijā, kā arī izstrādāti priekšlikumi starptautiska mēbeļu furnitūras ražotāja uzņēmējdarbības uzsākšanai Latvijā.

1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS VIDE

1.1. Uzņēmējdarbības vides jēdziens

„Ja Tavā biznesā trūkst skaidrības, būs gandrīz neiespējami nokļūt tur, kur vēlies”: tā ir teicis viens no pasaules biznesa līderiem Sers Gerijs Robinsons. [2.22.lpp] Viens no veiksmīga biznesa sākumiem ir vienkārši skaidrs priekšstats par to, ko uzņēmējs vēlas sasniegt. Kad uzņēmums darbojas veiksmīgi, pienāk brīdis, kad uzņēmuma vadība sāk domāt par paplašināšanos. Zipcar dibinātāja un bijusī izpilddirektore Robina Čeisa stāsta: „Apsver svarīgāko, kas Tev ir jāizprot pirms paplašināšanās, - ienākumu modeli, darbības un to, kā pozicionēt sevi tirgū. Kad Tu to zini, Tu vari izplesties ļoti ātri un veikt izmēģinājuma ekspansiju, lai izprastu, kā tas notiks un kas vēl nav apsvērts. Pēc tam Tu vari īstenot savu lielo ekspansiju”. [2.80.lpp] Lai gūtu panākumus, uzņēmējam ir jāpaplašinās tikai tad, kad business to atļauj. [2.81.lpp]

Starptautiskā vide pēdējos gados ir ļoti strauji mainījusies. Mūsdienās pasaules ekonomika ir krasi savādāka par to, kāda tā bija pirms pieciem gadiem. Tas skaidrojams ar starptautiskajiem tirdzniecības regulējumiem, jauno tehnoloģiju attīstību un mazo un vidējo starptautisko uzņēmumu attīstību. [12.12.lpp]

Uzņēmumi darbojas patstāvīgi mainīgos apstākļos, ko nosaka vide un attiecību daudzveidīgums, kāds veidojas starp uzņēmumiem un dažādiem ekonomiskiem subjektiem. Šo attiecību kopums daudzējādā ziņā nosaka uzņēmuma darbības raksturu. Uzņēmums var izdzīvot un attīstīties, kad tas konstanti un ātri adaptējas vides izmaiņām. Mēs dzīvojam dinamiskā pasaulē, kura piedzīvo ātras izmaiņas, jo tiek ietekmēta ar jaunām idejām, politiskajām izmaiņām un modernām tehnoloģijām. Keits Deiviss (Keith Davis) ir novērojis, ka uzņēmējdarbības vide ir kopums visiem nosacījumiem, faktoriem un notikumiem, kuri aptver un ietekmē uzņēmējdarbību. [6.5.lpp]

Citējot Artūru M. Veimeru (Arthur M. Weimer): „Uzņēmējdarbības vide ir nosacījumu kopums – ekonomisko, sociālo un politisko – kurā tiek veiktas saimnieciskās darbības”.

Citējot Beiārdū O. Vīleru (Bayard O. Wheeler): „Uzņēmējdarbības vide ir ārējās ietekmes lietu kopums, kas skar un ietekmē uzņēmumu un nozaru organizāciju un darbību”.

Citējot Dunhemu un Pīrsu (Dunham and Pierce): „Uzņēmējdarbības vide ietver nosacījumu, apstākļu un ietekmes kopumu, kurš aptver un ietekmē organizācijas funkcionēšanu. Šo vidi veido dažādi individuāli ietekmējoši faktori (patērētāji, iedzīvotāji), organizācijas (piegādātāji, nodarbinātības aģentūras) un valdība”. [6.6.lpp]

Uzņēmējdarbība ir ekonomiskas darbības, kuras veic organizācija, lai sasniegtu mērķi, kura pamatā ir produkcijas vai pakalpojumu piedāvājums, peļņas gūšana, tehnoloģiju attīstīšana, paplašināšanās utt. Katrai organizācijai ir nepieciešami resursi, lai realizētu noteiktos mērķus. Mērķu realizēšana nav atkarīga tikai no resursiem, jo uzņēmējdarbības vide ir svarīgs faktors. Vide pēc definīcijas ir kaut kas ārējs individuālai personai vai organizācijai, ko ne individuāla persona, ne organizācija nespēj kontrolēt vai ietekmēt. Tādējādi, uzņēmējdarbības vide attiecas uz visiem ārējiem faktoriem, kuriem ir tieša vai netieša ietekme uz uzņēmējdarbības veikšanu. Citiem vārdiem, uzņēmējdarbības vide var tikt raksturota kā ārējās vides faktoru kopums, kuri nav kontrolējami un ietekmē organizācijas vai firmas uzņēmējdarbības lēmumus.

Uzņēmumi savu darbību neveic vakuumā. Tas ir, daudzi citi cilvēki, apstākļi un dažādi elementi ietekmē uzņēmuma darbību. Daži no šiem faktoriem ir iekšēji, kamēr pārējie ir ārējie faktori. Kopumā šos faktorus var iedalīt trijās grupās. Viena no grupām ir ieinteresētās personas, kuras vēlas veikt uzņēmējdarbību. Dažas ieinteresētās personas ir uzņēmuma iekšienē, dažas ir ārpus uzņēmuma, kurām interesē noteiktas preces vai pakalpojumi. Uzņēmējdarbības veikšana ir arī atkarīga no investoriem, patērētājiem, darbiniekiem un pašas sabiedrības.

Otra grupa ir pats uzņēmums. Uzņēmums sastāv no dažādiem elementiem un faktoriem, kuri vadītājam ir loģiski jāpakārto, lai uzņēmumam būtu konkrēts mērķis biznesa veikšanai. Uzņēmuma struktūra ir kopums, kurš parāda kā uzņēmuma darbība organizē, aranžē un sagrupē uzdevumus, kurus ir jāveic.

Trešā grupa ir pati uzņēmējdarbības vide, kurā uzņēmums veic savu darbību. Uzņēmējdarbības vide arī apkopo tos faktorus, kuri netieši ietekmē uzņēmuma darbību un šos faktorus uzņēmumi nevar ietekmēt vai mainīt. [7.3,4.lpp]

Uzņēmējdarbības vidi var iedalīt gan iekšējā vidē, gan ārējā vidē. Pēc ekspertu domām, uzņēmējdarbības vidi var iedalīt gan mikrovidē, gan makrovidē. [10.1.lpp]

Iekšējā vide ietver uzņēmuma iekšējos faktorus, kurus pats uzņēmums var ietekmēt. Tas attiecas uz uzņēmuma iekšējo vidi. Uzņēmuma iekšēja vide ietver mērķus, vadības politiku, dažādus organizācijas departamentus, organizācijas vadību un darbiniekus, darbaspēka pārvaldības attiecības, preču un korporācijas zīmolus, fiziskos resursus, tostarp uzņēmējdarbības infrastruktūru, uzņēmuma vīziju, organizācijas izpēti un attīstības aktivitāti, darba apstākļus organizācijā, morāli un darbaspēka lojalitāti pret uzņēmumu. Iekšējā vide ietver 5 faktorus – darbaspēku, resursus, finansiālos līdzekļus, darba tehniku un vadību. Iekšējās vides komponenti parasti ir uzņēmējdarbības kontrolē, tos var ietekmēt un mainīt. Darbaspēka kvalitāte ir viens no svarīgākajiem faktoriem uzņēmējdarbībā. Ja

darbinieki ir profesionāli un lojāli savam uzņēmumam, tad tie uzņēmumam var palīdzēt sasniegt nebijušus augstumus biznesā. Ja darbinieki nav apmierināti, tad viņu darba kvalitāte samazināsies un tas var novest pie streika, kam būs negatīvas sekas uz uzņēmējdarbību. Ārējās vides pētīšana ir organizācijas vadības ziņā (kuri, protams, ir iekšējās vides sastāvdaļa). Ja vadītājiem ir plašs redzējums un kreatīva domāšana, tad viņi var paredzēt vides izmaiņas un attiecīgi rīkoties. Mārketinga aktivitātes, ieskaitot izpēti un attīstības aktivitātes, ir daļa no iekšējās vides. Ja organizācijai ir labi izpēti un attīstības procesi, tā var spert milzu soli priekšā konkurentiem un iegūt lielu daļu tirgus. Fizisko un finanšu resursu pieejamība arī ir daļa no iekšējās vides. Ja organizācijai ir pietiekami finanšu resursi, tā var atļauties vairāk tērēt izpēti un mārketingam. [6.7.lpp]

Ārējā vide attiecas uz ārējiem aspektiem, kuri atrodas uzņēmējdarbības apkārtnē un ietekmē biznesa funkcionēšanu. Ārējās vides faktori ir daudz un dažādi un tos nevar ietekmēt organizācija. Tie ietver dažādus faktorus, kuri var pavērt iespējas un draudus uzņēmējdarbības veikšanai. Veiksmīga biznesa noslēpums ir uzņēmuma apkārtējās vides novērtēšana, analizēšana un veiksmīga pielāgošanās vides izmaiņu rezultātā.

Citējot Reinču un Skoelu (Reinche and Schoell): „Uzņēmējdarbības vide sastāv no ārējiem faktoriem, kuriem uzņēmums ir pakļauts un kuri tieši vai netieši ietekmē to”.

Citējot Viljamu Gluku un Džaku (William Gluck and Jauck): „Vidē ir ārējie faktori, kuri konstanti rada iespējas un draudus firmām, kuras nodarbojas ar biznesu. Tie ir sociālie, ekonomiskie, tehnoloģiskie un politiskie faktori”.

Ārējo vidi var sadalīt 2 daļās: **Mikrovidē** un **Makrovidē**.

Mikrovide ir to faktoru un spēku kopums, kuri atrodas tuvu uzņēmumam un ietekmē tā spēju darboties. Tie ir tieši ietekmējošie ārējās vides faktori.

Citējot Filipu Kotleru (Philip Kotler): „Mikrovide sastāv no organizāciju tieši ietekmējošiem faktoriem, kuri ir piegādātāji, starpnieki, konkurenti, patērētāji un valsts”.

Citējot Hillu un Džonsu (Hill and Jones): „Uzņēmējdarbības mikrovide sastāv no tiem elementiem, kur tieši ietekmē organizāciju. Tie ir konkurenti, patērētāji un piegādātāji”.

[6.8.lpp]

Organizāciju tieši ietekmējošo ārējo vidi veido pieci galvenie elementi: patērētāji (pircēji), konkurenti, piegādātāji, likumdošana, sabiedriskās organizācijas un prese.

Patērētāji (pircēji) ir galīgais mērķis, ko cenšas apmierināt organizācijas, lai pārdotu preces. Lai apmierinātu viņu vajadzību pēc precēm un pakalpojumiem, tiek dibināti

saimnieciski sakari ar piegādātājiem un starpniekiem. Pastāv pieci pircēju tirgus tipi: patēriņa tirgus; industriālais tirgus; starpnieku tirgus; valsts tirgus; starptautiskais tirgus.

Patēriņa tirgus dalībnieki ir atsevišķi cilvēki vai ģimenes, kas pērk preces un pakalpojumus personisko vajadzību apmierināšanai.

Industriālā tirgus dalībnieki ir uzņēmumi, organizācijas, kas preces un pakalpojumus pērk, lai ražotu citu produkciju.

Starpnieku tirgus dalībnieki ir organizācijas, kas preces un pakalpojumus pērk, lai tos pārdotu tālāk.

Valsts tirgū preces un pakalpojumus pērk valsts institūcijas, lai ražotu citas preces vai patērētu tās.

Starptautiskajā tirgū pircēji meklējami ārpus valsts robežām, to vidū ir individuāli pircēji, ražotāji, starpnieki, valsts.

Konkurenti arī ir viens no organizācijas ārējās vides elementiem. Tie ietekmē tirgus izvēli, kā arī mārketinga starpnieku un piegādātāju izvēli, preču sortimenta veidošanu un visu menedžmenta darbību kopumā.

Konkurences vidi nedrīkst reducēt tikai uz konkurējošām organizācijām. Pastāv daudzi citi konkurences veidi. Katrs pircējs it kā sev prasa: „Ko es pašlaik vēlētos darīt?” No konkrētajā brīdī iespējamiem rīcības variantiem (garīgā attīstība, nodarbošanās ar sportu, sabiedriskā darbība) viņš izvēlas, piemēram, ēšanu; tā ir vēlmju konkurence.

Seko nākamais jautājums: „Ko es gribētu ēst?” No dažādajiem variantiem pircējs var izvēlēties konditorejas izstrādājumus. Šo konkurences veidu, kas rodas, pārstāvot daudzām citām precēm, kuras spējīgas apmierināt pircēja analogas vajadzības, sauc par funkcionālo konkurenci.

Funkcionālā konkurence nav atkarīga no tā, vai tirgū ir konkurenti, kas piedāvā analogas preces, vai nav. Tā, piemēram, konkurenci attiecībā uz saldumiem var radīt diabētiķi un citi pircēji, kuri nelieto uzturā saldumus.

Kad par pirkumu pieņemts funkcionāls lēmums, jāatbild uz nākamo jautājumu: „Kādu konditorejas izstrādājumu veidu es vēlos?” Tā ir veidu konkurence, kas attiecas uz vienas un tās pašas preces dažādiem veidiem, kuri var konkurēt cits ar citu.

Tikai pēc visu minēto lēmumu pieņemšanas, izvirzās jautājums par noteikta uzņēmuma izvēli, kas apmierina konkrēto vajadzību. Tā ir starpuzņēmumu konkurence. Dažādu iemeslu dēļ pircējs izšķiras par konkrētu uzņēmumu. Šādas konkurences pastāvēšana spiež uzņēmumu pētīt, ko pircējam pārdod konkurenti, ko patērētāji iegādājas vislabprātāk, kādi vajadzību apmierināšanas veidi iespējami.

Piegādātāji nodrošina organizācijas „ieeju”, piegādā resursus. Organizācijas atkarība no piegādātāju tīkla – tas ir spilgts ārējās vides tiešās ietekmes piemērs. Piemēram, resursu piegāde no citas valsts var būt izdevīga (cena, kvalitāte u.tml.), bet riska pakāpe ir lielāka (valūtas kursa svārstības, politiska nestabilitāte u.tml.). Sadarbība tikai ar vienu piegādātāju (valsts vai privāts uzņēmums) stratēģiski ir kā izdevīga (ilgtermiņa līgums, pazīstami menedžeri u.tml.), bet alternatīvu variantu trūkums var arī dārgi maksāt (negaidīta cenas paaugstināšana u.tml.). Piegādātāju atlasīti var veikt pēc sekojošiem kritērijiem: cenas līmenis; apkalpošanas kvalitāte; piegādes drošība un ātrums; piegādātāja finansiālais stāvoklis; izvietojums.

Likumdošana ietekmē menedžmenta galvenās funkcijas – plānošanu, organizēšanu, koordinēšanu, motivēšanu un kontroli. Agrāk valsts regulēšanas ietekme nebija tik jūtama, taču pēdējos gados vērojama tendence (acīmredzot neatgriezeniska), ka pastiprinās valsts iejaukšanās organizāciju vadībā. Augošā valsts regulējošā loma izraisīja strauju juristu skaita palielināšanos organizācijās; viņu uzdevums ir sniegt ieteikumus par pieņemamajiem menedžmenta lēmumiem; izveidotas daļas sakariem ar dažādām valsts iestādēm vietējā, reģionālā un nacionālā līmenī, kā arī ar visiem likumdošanas dienestiem.

Sabiedriskās organizācijas. Tā ir jebkura pietiekami precīzi finansējama cilvēku grupa, kura izrāda reālu vai potenciālu interesi par uzņēmuma darbību un var arī zināmā mērā to ietekmēt.

Katram uzņēmumam, pirmkārt, ir saikne ar tādu sabiedrības kategoriju, kuras intereses saskan ar uzņēmuma interesēm, šai grupai pieskaitāmas, piemēram, arodbiedrības. Noteikti pastāv arī tādi sabiedrības iedibinājumi, kas uzņēmuma darbībā gan ir ieinteresēti, taču neizrāda pret to pozitīvu reakciju: tādi ir masu informācijas līdzekļi. Beidzot, pastāv tādas iedzīvotāju grupas, kas interesējas par uzņēmumu, un tādas, kurām tas neinteresē. Šeit minamas dažādas patērētāju tiesību aizsardzības asociācijas.

Prese ir masu informācijas un komercinformācijas līdzeklis, piemēram, avīzes, žurnāli, radio, televīzija u.c. Preses līdzekļi pauž jaunāko informāciju, apskatus par aktuāliem jautājumiem, redakciju komentārus utt. Katram uzņēmumam ir ļoti nozīmīga preses attieksme pret tā darbību. Preses pozitīvas attieksmes veidošana ir viena no svarīgākajām menedžmenta problēmām. Daudzām organizācijām ir pat īpašas daļas sakariem ar presi. Šādas daļas menedžeris personiski pazīst ietekmīgu masu informācijas līdzekļu pārstāvjus un patstāvīgi uztur abpusēji izdevīgas attiecības ar viņiem. Parasti viņš neizdara spiedienu, neizvirza prasības, bet gan piedāvā interesantu materiālu, jaunāko informāciju. [11.94.lpp]

Makrovide veido vispārējos tās vides apstākļus, kurā atrodas uzņēmums. Lielākoties makrovidei nav nekāda speciāla virzība pret atsevišķu uzņēmumu. Vienlaikus katrs atsevišķais uzņēmums izjūt ārējās vides faktoru iedarbību un galvenais – uzņēmums šos faktorus nevar vadīt.

Makrovīdes faktori ir:

- Demogrāfiskie
- Ekonomiskie
- Dabas vides
- Zinātnes un tehnikas
- Politiskie un tiesiskie
- Sociālie un kultūras

Demogrāfiskie faktori. Iedzīvotāju skaits. To izvietojums teritorijā (valstī, rajonā). Apdzīvotības blīvums. Migrācijas tendences. Vecuma struktūra. Dzimstība un mirstība. Laulību un šķiršanos skaits. Etniskā un reliģiskā iedzīvotāju struktūra. Iedzīvotāju izglītības līmenis.

Ekonomiskie faktori. Konjunktūra. Finanšu stāvoklis un kredīta reitings valstī. Valūtas stabilitāte. Nodokļu sistēma. Inflācijas līmenis. Iedzīvotāju pirktspēja. Izmaiņas iedzīvotāju patēriņa struktūrā. Patēriņa elastība.

Dabas vides faktori. Izejvielu un energoresursu avotu stāvoklis un šo avotu izmantošana. Dabas vides piesārņojuma līmenis un valsts ietekme uz resursu izmantošanas intensitāti. Dabas aizsardzības normatīvie akti.

Zinātnes un tehnikas faktori. Tehnoloģisko izmaiņu temps kontrolējamā un ar to saistītā nozarē. Inovatīvais potenciāls valstī, uzņēmumā un tā konkurentiem. Tehnoloģiskiem jaunievedumiem izvirzāmo drošības prasību pastiprināšana.

Politiskie un tiesiskie faktori. Saimniecisko darbību regulējošo likumu un citu normatīvo aktu stāvoklis. Valsts ekonomiskā politika. Ārējās politikas ietekme uz tirdzniecību. Sabiedrības ietekme uz valsts institūciju pieņemto lēmumu raksturu.

Sociālie un kultūras faktori. Pircēju kultūras un citas morālās vērtības. Cilvēku apziņas pakļaušanās pakāpe ārējai iedarbībai (masu kultūra). [9.31]

Makrovide ir uzņēmējdarbības vide kopumā. Uzņēmums makrovīdes elementus nevar ietekmēt vai kontrolēt, salīdzinot ar mikrovides elementiem. Uzņēmuma izaugsme un izdzīvošana biznesā atkarīga no tā adaptēšanās spējām makrovīdes faktoriem, kuri ietver ekonomisko vidi, politisko vidi, sociālkultūras vidi, tehnoloģijas vidi, dabu, starptautisko vidi un demogrāfisko vidi. Šie faktori rada iespējas un draudus uzņēmējdarbībai.

Citējot Filipu Kotleru (Philip Kotler): „Makrovide ietver elementus, kuri rada iespējas un draudus uzņēmumiem. Šie elementi ietver ekonomiskos, demogrāfiskos, vides, tehnoloģiskos, politiskos un kultūras faktorus”.

Citējot Hillu un Džonsu (Hill and Jones): „Makrovide sastāv no plašākas ekonomikas, sociāliem, politiskajiem, juridiskajiem, demogrāfiskajiem un tehnoloģiskajiem faktoriem, kuri ietekmē, kurā nozarē uzņēmējdarbība tiks veikta”. [6.10.lpp]

Organizācijas netiešo ārējo vidi veido pieci galvenie elementi: valsts ekonomiskais stāvoklis, sociālkultūras attiecības, valsts politika, zinātnes un tehnikas attīstība, starptautiskās attiecības.

Valsts ekonomiskais stāvoklis var būtiski, kaut arī netieši ietekmēt organizācijas caur inflāciju, procentu likmi, bezdarbu, iedzīvotāju maksātspēju u.c.

Inflācijas laikā uzņēmuma izdevumi par resursiem nemitīgi pieaug, ar to neizbēgami saistīta cenas paaugstināšana, lai segtu lielās izmaksas.

Ja procentu likmei ir tendence palielināties, tas nestimulē investīcijas tautsaimniecībā. Otrādi – procentu likmes pazemināšana pozitīvi ietekmē investīciju aktivizēšanos.

Kad palielinās bezdarbs, organizācijām ir it kā plašas iespējas darbinieku izvēles jomā, taču maksātspējas samazināšanās nozīmē arī pieprasījuma (pēc precēm un pakalpojumiem) samazināšanos.

Iedzīvotāju pirktspējas pazemināšanās pirmkārt skar uzņēmumus, kas ražo un pārdod ilgstošas lietošanas preces. Savus nelielos ienākumus pircēji iztērē fizioloģisko vajadzību apmierināšanai.

Organizācijas menedžerim jāprognozē un jānovērtē valsts ekonomiskais stāvoklis un gaidāmās izmaiņas. Gaidāmas inflācijas gadījumā būtu lietderīgi palielināt resursu krājumus, veikt sarunas ar darbiniekiem par fiksēto darba algu, lai nodrošinātu pieaugumu nākotnē, ņemot kredītus, jo maksājuma termiņa naudai būs zemāka vērtība.

Gaidāmas ekonomikas lejupslīdes apstākļos uzņēmuma menedžeri var piedāvāt samazināt preču krājumus, lai nebūtu grūtību to realizēšanā, samazināt darbinieku skaitu, atlikt uzņēmuma rekonstrukcijas u.tml.

Sociālkultūras attiecības kopumā ietver demogrāfisko stāvokli valstī, vēsturiskās tradīcijas, cilvēku paradumus, kultūras vērtības, dzīvesveidu u.c.

Demogrāfiskā ziņā svarīgs ir iedzīvotāju skaita pieaugums, jo līdz ar to arī noteiktas pirktspējas apstākļos palielinās vajadzības, kas sekmē tirgus attīstību, vai arī, ja iedzīvotāju skaita pieaugums pārsniedz ražošanas iespējas, tirgū rodas negatīvas sekas. Neatkarīgi no šiem apsvērumiem iedzīvotāju skaita pieaugums uz katru uzņēmumu iedarbojas dažādi, un katrs uzņēmums atšķirīgi reaģē uz to. Svarīga nozīme ir arī iedzīvotāju sadalījumam pēc

vecuma grupām, pēc dzimuma. Jāņem vērā, ka galvenais patērētājs visbiežāk ir nevis indivīds, bet ģimene. Tāpēc pieprasījuma attīstības tendenču noteikšanā svarīgi ir arī tādi faktori, kā bērnu skaits ģimenē, laulību un šķiršanās gadījumu samēri, strādājošo ģimenes locekļu skaits.

Sabiedriskā doma var ietekmēt cilvēku attieksmi pret konkrētām preču grupām, piemēram, pret veselībai kaitīgām precēm (tabakas izstrādājumi, alkoholiskie dzērieni) pret sporta apģērbu (treniņtērpi, sporta apavi) utt.

Ņemot vērā sociālkultūras faktoru svarīgo nozīmi, organizācijai jāprognozē sabiedrības sociālās vēlmes. Līdz ar izmaiņām sabiedrībā jāmaina arī menedžmenta stils.

Valsts politika organizāciju darbību var ietekmēt divējādi:

- Valsts ekonomiskā regulēšana;
- Valsts institūciju attieksme pret biznesa un nebiznesa organizācijām.

Šo faktoru ietekme ir:

- Nosaka noteiktus organizācijas darbības ierobežojumus, lai tās ievērotu sabiedrības intereses;
- Ekonomiskā politika var atbalstīt, motivēt vai neatbalstīt biznesa attīstību;
- Stabila politika veicina ilgtermiņa plānošanu biznesā, bet nestabila politika apdraud normālu biznesa attīstību.

Standartizācija, sertifikācija, licencēšana, drošības normas un pārējie biznesa ierobežojumi nepieciešami, lai aizsargātu uzņēmumus pret konkurentu nelikumīgu darbību, aizsargātu patērētājus pret uzņēmēju patvaļu, aizsargātu sabiedrības intereses pret uzņēmējdarbības bezatbildības iespējamajām sekām.

Biznesa atbalsts saistīts ar nodokļu atvieglojumiem, kredītiem, investīciju projektiem, valsts pasūtījumiem, eksportētāju atlīdzību u.tml. Un otrādi – lieli nodokļi biznesa organizācijām, liela procentu likme, investīciju projektu un valsts pasūtījumu trūkums, vienalīdzība pret eksportētāju vajadzībām nemotivē biznesa attīstību.

Stabila nodokļu politika, stabils valūtas kurss veicina naudas ieguldījumus savā valstī, un otrādi – nestabila iekšējā finansu politika sekmē biznesu ārzemēs. Pēc iespējas stabilai jābūt ne tikai finansu politikai, bet arī politikai preču un darba tirgū.

Zinātnes un tehnikas attīstība – plašākā nozīmē ir ne tikai iekšējā, bet arī ārējā organizācijas vide. Šis progress ietver zinātni, tehniku un tehnoloģiju un ietekmē virzību šādos virzienos:

- Tehniski un tehnoloģiski jauninājumi veicina produkcijas ražošanas un pārdošanas efektivitātes paaugstināšanu;

- Zinātnes un tehnikas jaunatklājumi tajā pašā laikā paātrina produkcijas novecošanos un prasa jaunas produkcijas ražošanas attīstīšanu;

- Progress veicina komunikācijas līdzekļu attīstību, atvieglo un paātrina darbu ar informāciju.

Nav pareizs uzskats, ka zinātnes un tehnikas attīstība skar tikai organizācijas, kuras saistītas ar zinātnes un tehnikas ietilpīgo attīstību. Piemēram, strauja informācijas tehnoloģijas attīstība būtiski ietekmē praktiski jebkuru komercsabiedrību un jebkuru komercdarbību.

Starptautiskās attiecības ir sarežģītākas par visiem pārējiem ārējās vides elementiem, jo ietver gan ekonomiku, gan politiku, gan sociālās kultūras faktorus.

Kad jebkura organizācija plāno uzsākt biznesu citās valstīs, tai pilnīgi vai daļēji jāmodificē menedžmenta paņēmieni un metodes, kuri sekmīgi darbojās, strādājot vietējos apstākļos. Tātad jānosaka:

- Jaunās vides atšķirības no vietējās vides;
- Kādā veidā jāmaina menedžments, strādājot jaunajos apstākļos.

Lai iekļūtu starptautiskajā tirgū, biznesa organizācijas lieto dažādas darbības formas un metodes:

- Produkcijas eksports (nolūkā paplašināt eksportu var izveidot meitas uzņēmumu vai eksporta nodaļu organizācijas ietvaros);

- Licencēšana (uzņēmums var pārdot licenci vai patentu ārzemju uzņēmumam ar tiesībām ražot un pārdot savu produkciju ārzemju tirgū);

- Kopuzņēmuma veidošana (divi vai vairāki uzņēmumi no divām vai vairāk valstīm iegulda kapitālu kopuzņēmumā, lai realizētu savstarpēji izdevīgu projektu);

- Tieši kapitāla ieguldījumi (uzņēmums var nolemt ražot produkciju arī ārzemēs ar pilnu kontroli ražošanas, mārketinga un finansu jomā);

- Transnacionālas korporācijas veidošana (apvieno daudzus uzņēmumus daudzās valstīs ar īpašuma un menedžmenta tiesībām).

Starptautisko vidi veido šādi faktori:

- Sociālā kultūra;
- Ekonomika;
- Likumi un valsts regulēšana;
- Politiskais stāvoklis.

Pirms iekļaušanās starptautiskajā tirgū, jānovērtē visi šie faktori un jāpieņem lēmums par to lietderīgumu. [11.102.lpp]

Kad uzņēmumi plāno uzsākt ražošanu vai tirdzniecību noteiktā valstī, vispirms ir detalizēti jāizpēta valsts ekonomiskais stāvoklis. Šīs izpētes rezultāti ir ļoti svarīgi, jo valsts ekonomikas attīstības tendences ir ļoti svarīgas, kad jālemj, vai valsts ir piemērota ražošanas vai tirdzniecības nolūkiem. [1.155.lpp]

Uzņēmēji izmanto daudz un dažādus pētījumus, lai noskaidrotu konkrētas valsts ekonomisko stāvokli un potenciālu. Jo valsts ekonomiskais stāvoklis ir viens no svarīgākajiem faktoriem ārvalstu uzņēmēju izpētē. Daudzi uzņēmēji skatīsies valsts preču un pakalpojumu plūsmu naudas izteiksmē, jeb tā saukto nacionālo ienākumu (NI). Pēc tam viņi papildina savu analīzi ar saistītiem faktoriem kā izaugsmes tempi, ienākumu sadale, inflācija, bezdarbs, parādi, maksājumu bilance utt.

Nacionālais ienākums atspoguļo gan vietējo uzņēmumu darbības ienākumus, gan arī valsts uzņēmumu darbības ienākumus, kuri veic savu biznesu ārvalstīs. Pēc definīcijas nacionālais ienākums ir kopējais visu preču un pakalpojumu daudzums naudas izteiksmē, ko valsts saražo un piedāvā viena gada laikā.

Nacionālais ienākums ir visplašākais valsts saimnieciskās darbības novērtējums. Svarīga nacionālā ienākuma sastāvdaļa ir iekšzemes kopprodukts (IKP). Iekšzemes kopprodukts ir kopējā preču un pakalpojumu vērtība naudas izteiksmē, kura ir realizēta valsts robežās viena gada laikā, neatkarīgi no tā, vai to ir paveicis vietējais vai ārvalstu uzņēmums. [4.125.lpp]

Tātad nacionālais ienākums un tā sastāvdaļas atspoguļo absolūto un relatīvo valsts ienākumu līmeni. Un tādējādi šie dati rada spēcīgu priekšstatu par konkrētas valsts ekonomisko darbību un potenciālu. Bet vadītāji pēta arī citus saistošus faktoros, kā inflācija, bezdarba līmenis un valsts parādi, kuri nebūt nav mazsvarīgi.

Inflācija ir visaptverošs un nepārtraukts cenu līmeņu pieaugums dažādām precēm un pakalpojumiem. Inflācija rodas, kad kopējais pieprasījums aug straujāk, nekā kopējais piedāvājums – jeb pārāk daudz patērētāju mēģina iegādāties pārāk maz preču, tādējādi radot pieprasījumu, kurš veicina cenu līmeņa celšanos ātrāk, nekā palielinās ienākumi. Uzņēmēji ļoti rūpīgi vēro inflācijas līmeni valstī, jo inflācija ietekmē procentu likmes, valūtas maiņu, dzīvošanas izmaksas, vispārējo ekonomikas uzticību un pašreizējo politiskās sistēmas stabilitāti. [4.131.lpp]

Bezdarba līmenis atspoguļo to darbinieku skaitu, kuri ir gatavi strādāt, bet nevar atrast darbu, attiecībā pret kopējo darbaspējīgo iedzīvotāju skaitu. Daudzās valstīs patieso bezdarba līmeni ir grūti noteikt, jo nav vienota standarta, pēc kura tiek noteikts bezdarba līmenis valstī. Valstis, kuras nespēj nodrošināt darbu saviem iedzīvotājiem rada riskantu uzņēmējdarbības vidi. Kopumā, bezdarbnieki ir viens no šķēršļiem valsts ekonomiskajai izaugsmei, rada

sociālo spiedienu, un rada politikas nestabilitāti. Daudzi ekonomisti uzskata, ka uzņēmēji var īpaši novērtēt valsts ekonomisko aktivitāti saskaitot inflācijas līmeni kopā ar bezdarba līmeni. Jo augstāks rezultāts, jo sliktākā stāvoklī ir valsts ekonomika, tādējādi tas novedīs pie tā, ka patērētāji un uzņēmumi samazinās savus tēriņus un samazināsies investīciju apjoms valstī. [4.134.lpp]

Parādi ir kopējās valdības finanšu saistības, kuras iekļauj aizņēmumus no ārvalstu uzņēmumiem, valdībām un starptautiskām institūcijām. Jo lielāks ir valsts parāds, jo nestabilāka var kļūt valsts ekonomika, jo valsts nauda tiek novirzīta aizdevumu procentu likmēs un iedzīvotāji var sākt uztraukties par to, kā nākošās paaudzes atmaksās valsts parādus. Mūsdienās katras valsts parādi principā pieaug. Valsts parādus var iedalīt iekšējos un ārējos parādos. Iekšējais parāds rodas tad, kad valdība tērē vairāk par ieņēmumiem. Ārējie parādi rodas tad, kad valdība aizņemas finanšu līdzekļus no ārvalstu aizdevējiem. [4.134.lpp]

Kopumā valsts ekonomiskais stāvoklis un svarīgākie rādītāji zināmā mērā sniedz priekšstatu par uzņēmējdarbības vidi potenciālajiem uzņēmējiem.

1.2. PEST modelis

PEST modelis, kurš ietver **Polītiskos, Ekonomiskos, Sociālos un Tehnoloģiskos** faktorus, atklās daudzus ārējās vides elementus, kuriem ir liela ietekme uzņēmējdarbības veikšanā.

Daļu informācijas PEST analīzei var iegūt arī izpētot konkurentus un to darbības, kā arī veicot stratēģiskās un taktiskās plānošanas aktivitātes biznesa veikšanai. Vairāk informācijas var iegūt pētot nozīmīgu laikrakstu un žurnālu sniegto informāciju un faktus par konkrēto nozari vai valsti. Priekš neliela uzņēmuma, visu šo informāciju un datus ir iespējams iegūt arī interneta avotos. [5.32.lpp]

Zināma arī kā „vides skenēšana”, PEST analīze ir ļoti noderīgs instruments, lai uzraudzītu un novērtētu faktorus, kuri varētu ietekmēt organizāciju ilgtermiņā. Pētījumos parādīts, ka uzņēmumu darbībā ir iekļauts arī šis „vides skenēšanas” faktors. Katrs no faktoriem sniedz atbildi uz konkrētiem jautājumiem, kuri palīdz organizācijām novērtēt potenciālo uzņēmējdarbības vidi.

- Politiskā un tiesiskā vide – Vai pašreizējā valdība ir stabila un kādas ir tās stiprās puses? Vai valdība ir uzlikusi kādus ierobežojumus uzņēmējdarbības veikšanai, vai tā plāno ieviest ierobežojumus nākotnē? Vai Eiropas Savienības valstīs, apvienošanās rezultātā būs kāda ietekme vai ierobežojumi uzņēmējdarbības veikšanai?

- Ekonomiskā vide – Vai ir novērojama ekonomiskā izaugsme vai arī ir saskatāmi recesijas draudi? Vai darba algas un patēriņš valstī pieaug? Kuri ekonomiskie sektori valstī aug un kuri nē? Kuri reģioni valstī ir pievilcīgākie uzņēmējdarbībai? Vai valstī ir augsts bezdarbs?

- Sociālkultūras vide – Vai sabiedrības kultūra ir daudzveidīga? Kāds ir izglītības līmenis valstī? Vai sievietes aktīvi iesaistās biznesā? Kāds ir ģimenes dzīves modelis – vai valstī ir daudz ģimenes ar vientuļajiem vecākiem, vai tomēr dominē pilnās ģimenes?

- Tehnoloģiskā vide – Kāds ir tehnikas attīstības līmenis valstī, kā arī cik daudz iedzīvotājiem ir tehniskās izglītības attiecīgajos sektoros? Vai ir novērojama tehnoloģiskā izaugsme? Vai ir pieejams valdības atbalsts un finansēšana tehnoloģiskās attīstības jomā? Vai sabiedrība ir apguvusi datorzinības? [8.30.lpp]

Atbildes uz šiem – un daudziem citiem – jautājumiem sniedz priekšstatu par sabiedrību un tās vidi, kurš ļaut atšķirt konkrētu sabiedrības daļu no citām, pat ja tās atrodas vienā ģeogrāfiskajā rajonā. PEST analīze ir ļoti noderīga stratēģiskās plānošanas menedžeriem starptautiskajā biznesā, kuri darbojas dažādos uzņēmējdarbības vides apstākļos.

Lai arī PEST analīze sniedz zināmu priekšstatu par valsts uzņēmējdarbības vidi, tā pilnībā tomēr neatklāj uzņēmējdarbības vidi un tās iespējas. Politiskie un tiesiskie faktori parasti ir sagrupēti kopā. Taču paplašinot akronīmu uz TE PEST K, mēs varam iekļaut **tiesiskos** faktorus kā atsevišķu grupu, kā arī pievienot **ekoloģiskos** faktorus un valsts **konkurētspējas** faktorus, kas dos plašākas „vides skenēšanas” iespējas.

Ja uzņēmējdarbību ir plānots paplašināt savā valstī, tad uzņēmēji noteikti daudz labāk pārzinās šos visus faktorus, kuri veido uzņēmējdarbības vidi. Taču ja biznesa paplašināšanās ir vērsta uz citām valstīm, tad uzņēmējiem būs neliela nojausma par citu valstu uzņēmējdarbības vidi. Jo vairāk zināšanu un faktoru analīzes rezultātu ir pieejami, jo lielāka iespēja izvairīties no dārgām kļūdām. Kad organizācija ir veikusi ārvalstu uzņēmējdarbības izpēti tai ir jānoskaidro, vai ir izdevīgi paplašināt un uzsākt savu biznesu tur. [8.31.lpp]

Artūrs Veiss (Arthur Weiss) , AWARE (Marketing Intelligence for Business Growth) dibinātājs stāsta par PEST (politiskie, ekonomiskie, sociālkultūras un tehnoloģiskie faktori) analīzes nozīmīgumu. PEST analīze (dažos gadījumos minēta arī kā STEP analīze) pēta ārējo uzņēmējdarbības vidi. Tehnoloģiskie faktori ietver sevī arī ekoloģiskos un vides faktorus.

Šajā analīzē tiek pētīta katra faktora ietekme (un savstarpējā mijiedarbība) uzņēmējdarbības veikšanā. Rezultāti tiek izmantoti, lai izmantotu iespējas un izstrādātu plānus iespējamo draudu novēršanā, kad tiek izstrādāti biznesa un stratēģiskie plāni. Ir jāaplūko katrs PEST faktors atsevišķi, jo tie spēlē lielu lomu uzņēmējdarbības vides

noteikšanā. Tādējādi, ja tiek skatīti politiskie faktori, jāņem vērā arī politiskie lēmumi un likumdošanas izmaiņas, kas varētu ietekmēt uzņēmēju biznesu. Ja uzņēmējs darbojas vairākās valstīs, katra valsts ir jāpēta atsevišķi un pēc kārtas. Politiskie faktori ietver likumus par maternitātes tiesībām, datu aizsardzību un pat vides politiku. Šie trīs piemēri jau vien ietekmē nodarbinātības nosacījumus, informācijas pieejamību, produktu specifikācijas un biznesa procesus daudzos uzņēmumos visā pasaulē.

Daudzi politiskie grozījumi un izmaiņas radušies ekonomisko un sociālkultūras izmaiņu rezultātos. Lai gan nodokļu likmes parasti nosaka politiķi, nodokļu lēmumus ietekmē arī valsts ekonomiskais stāvoklis. Eiropā politiķi nolēma ieviest vienoto valūtu Eiro, bet tam ir arī ietekme uz ekonomiku: pārrobežu cenas, Eiropas procentu likmes, banku pakalpojumu likmes, cenu pārskatāmība utt. Citi ekonomiskie faktori ietver valūtas maiņas kursus, inflācijas līmeni, ienākumu pieaugums, parādus un uzkrājumus (kas ietekmē pieejamo naudas daudzumu), un patērētāju un uzņēmēju uzticību. Var būt arī nenozīmīgi pasākumi, kuri kļuvuši svarīgi. Piemēram, pieejamība kvalificētam darbaspēkam un izejmateriālu izmaksas var ietekmēt nozares dažādos veidos.

Jaunākajām tehnoloģijām var būt būtiska priekšrocība uzņēmējdarbības veiksmīgai darbībai, jo uzņēmumi, kuri neseko tehnoloģiskajam progresam bieži vien izbeidz savu darbību. Tehnoloģiju izmaiņas ietekmē arī politiskie un ekonomiskie aspekti un spēlē lielu lomu tam, kā cilvēki uztver pasauli. Piemēram, internetam ir bijusi ļoti liela nozīme tam, kā uzņēmēji un patērētāji noskata produkciju un to iegādājas. Dažus gadus atpakaļ patērētāji nemaz nedomāja par produkcijas iegādi ārpus savas valsts robežām. Tagad ir attīstījušies interneta veikali no visas pasaules un pat mazie uzņēmumi var izmantot pasaules tirgu. Vides faktori sevī ietver klimata izmaiņu ietekmi uz degvielas cenām – ja pasaules temperatūra pieaugtu par dažiem grādiem, degvielas cenas varētu mainīties ļoti strauji.

Galū galā visas PEST analīzes reglamentē sociālkultūras faktori (uzskati, vērtību attieksme), elementi, kuri veido sabiedrību un ietekmē iedzīvotāju izvēli. Izprast izmaiņas ir ļoti svarīgi, jo tās noved pie politikas un sabiedrības pārmaiņām: demogrāfiskās izmaiņas, patērētāju viedoklis par produktiem un industriju, vides izmaiņas, dzīvesveids, dzimums, darbs un atpūta. Vēl varētu minēt etniskās un sociālās grupas. Jo ne visām grupām ir vienāda attieksme, un tas ietekmē to, kā šīs grupas uztver dažādus produktus un pakalpojumus. [29]

Makroekonomikas vidē ir ļoti daudz faktoru, kas ietekmēs organizāciju un uzņēmumu vadītāju lēmumus. Nodokļu izmaiņas, jauni likumi, tirdzniecības barjeras, demogrāfiskās pārmaiņas un valdības politikas izmaiņas ir piemērs makrovides izmaiņām. Lai palīdzētu analizēt šos faktorus vadītāji var kategorizēt tos izmantojot paplašināto PEST modeli

PESTEL. Atšķirībā no PEST modeļa klāt nāk vides faktori (E - environmental factors) un juridiskie faktori (L - legal factors). Kopumā PESTEL modelis atspoguļo:

- Politiskos faktoros: Šie rādītāji attiecas uz valsts politiku, piemēram, valdības ietekmes pakāpi uz valsts ekonomiku. Kādas preces un pakalpojumus valdība vēlas nodrošināt? Cik lielā mērā tiek piešķirtas subsīdijas uzņēmumiem? Kādas ir valdības prioritātes attiecībā uz uzņēmējdarbības atbalstu? Politiskie lēmumi var ietekmēt daudzas vitālas biznesa ietekmējošas sfēras, piemēram, darbinieku izglītību, tautas veselības stāvokli un valsts infrastruktūru kā ceļu un dzelzceļa sistēmas kvalitāti.

- Ekonomiskos faktoros: Šie faktori ietver procentu likmes, nodokļu izmaiņas, ekonomisko izaugsmi, inflāciju un valūtas kursu izmaiņas. Ekonomiskajām pārmaiņām var būt ļoti liela ietekme uz uzņēmuma darbību kā piemēram: augstākas procentu likmes var ietekmēt ieguldījumus, jo aizņemšanās izmaksas ir dārgākas; „spēcīga” valūta var padarīt eksportu grūtāku, jo tas var paaugstināt cenas ārvalstu valūtā; inflācija var izraisīt lielāku algu pieprasījumu no darbiniekiem un paaugstināt ražošanas izmaksas; augstāks nacionālā ienākuma pieaugums var palielināt pieprasījumu pēc uzņēmuma produktiem.

- Sociālie faktori: Izmaiņas sociālajās tendencēs var ietekmēt pieprasījumu pēc uzņēmuma produktiem un darbaspēka pieejamību un vēlmi strādāt. Iedzīvotāju novecošanās var ietekmēt uzņēmumu izmaksas, kuras ir apņēmušās izmaksāt pensijas saviem darbiniekiem. Iedzīvotāju novecošanai ir arī ietekme uz pieprasījumu, piemēram, palielināsies pieprasījums pēc mājokļiem un medicīniskajiem pakalpojumiem, bet pieprasījums pēc rotaļlietām saruks.

- Tehnoloģiskie faktori: Jaunas tehnoloģijas nozīmē jaunus produktus un jaunus procesus. MP3 atskaņotāji, datorspēles, interneta azartspēles, augstas izšķirtspējas TV ir viss jaunais, kas ir sasniegts pateicoties tehnoloģiju attīstībai. Iepirkšanās internetā, svītrkodi un datora tehnika ir visi uzlabojumi, tam, kā mēs veicam uzņēmējdarbību pateicoties jaunākajām tehnoloģijām. Tehnoloģijas var samazināt izmaksas, uzlabot kvalitāti un novest pie inovācijām. Šie uzlabojumi un iespējas dod labumu gan patērētājiem, gan uzņēmumiem.

- Vides faktori: Vides faktori ietver laika un klimata izmaiņas. Gaisa temperatūras izmaiņas var ietekmēt gan lauksaimniecību, gan tūrismu un arī apdrošināšanas nozares. Sakarā ar globālo sasilšanu notiek klimatiskās pārmaiņas, tāpēc šo faktori uzņēmumiem ir jāņem vērā veicot vides izpēti. Pieaugot vides aizsardzības nozīmīgumam tiek ietekmētas dažādas biznesa nozares, kā tūrisms un transports, jo tiek paaugstināti gaisa satiksmes nodokļi un attīstās hibrīdauto.

- Juridiskie faktori: tie ir saistīti ar tiesisko vidi, kurā darbojas uzņēmumi. Pēdējos gados ir bijušas daudzas svarīgas juridiskās izmaiņas, kas ietekmē uzņēmējdarbības veikšanu. Ir

parādījušies vecuma un invaliditātes diskriminācijas tiesību akti, minimālās darba samaksas pieaugums un arī stingrākas prasības uzņēmumiem produktu pārstrādē. Juridiskās izmaiņas var ietekmēt uzņēmumu izmaksas un pieprasījumu. [28]

Izmantojot PESTEL modeli var tikt analizēti daudz un dažādi faktori, kas ietilpst uzņēmuma makrovidē. Dažos gadījumos atsevišķi faktori var ietilpt vairākās kategorijās. Piemēram, Monetārās politikas komitejas izveide 1997. gadā, kā struktūra, kura bija neatkarīga no valdības, bet bija spējīga noteikt procentu likmes, kas bija politisks lēmums, bet ar ekonomiskām sekām. Tikmēr valdības ekonomikas politika var stimulēt investīcijas jaunajās tehnoloģijās ar nodokļu atlaidēm. Ja konkrēts faktors var ietilpt vairākās kategorijās, vadītāji vienkārši pieņem lēmumu par to, kur attiecīgākais faktors vislabāk iedarbotos.

Tomēr ir svarīgi ne tikai apskatīt visus PESTEL faktoros. Vadītājiem ir jāanalizē, kuri faktori visticamāk var mainīties un attiecīgi ietekmēt vadītāja uzņēmuma darbību, uzņēmumiem ir jāidentificē pašiem savas vides svarīgākie faktori. Uz farmācijas uzņēmumiem lielu ietekmi atstās valdības likumdošanas izmaiņas, uz citiem varētu atstāt ietekmi procentu likmju izmaiņas, kas nāktu par labu firmām, kuras ir aizņēmušās lielas naudas summas. Vadītājiem ir jālemj par relatīvo nozīmi attiecībā uz dažādiem faktoriem un jāsadala tie pēc riska pakāpes un jāvērtē iespējamās izmaiņas un to sekas. Jo augstāka varbūtība, ka kāds no faktoriem varētu piedzīvot izmaiņas un atstāt nopietnu ietekmi uz uzņēmumu, jo svarīgāks būs šis faktors uzņēmējdarbības plānošanā. [28]

Ārējā vide ir ārkārtīgi sarežģīta un dinamiska. Uz mirkli novērsiet savu uzmanību no ārējās vides un nozīmīgas izmaiņas ir notikušas konkurences vidē. Šis ir iemesls, kādēļ PESTEL modeļa analīze būtu jāveic ļoti regulāri. Tomēr pat tad nebūs garantijas, ka šī analīze atspoguļos un parādīs visas būtiskās izmaiņas. Tas ir kā salīdzinājums tam, kad kāda persona gaida otru personu kādā pārpildītā vietā, bet nespēj to saskatīt, lai arī otra persona burtiski atrodas blakus. Pirmā persona bija pārāk aizņemta skatoties vai meklējot kaut ko citu. Tas pats var notikt ar vadītājiem pētot ārējo vidi – ārējā vidē notiek ļoti daudzas aktivitātes un izmaiņas un ir liela iespēja, ka tiks palaista garām kāda nozīmīga izmaiņa, kas vēlāk var izrādīties ļoti nopietns iemesls uzņēmējdarbības veikšanā. Šīs lietas var atgadīties, kad persona jau ir pieņēmusi domu, kam būtu jānotiek. Viņa zina, no kuras puses nāks otra persona, tāpēc arī tiek skatīta šī puse. Tomēr otra persona var izvēlēties ierasties no citas puses. Izmantojot PESTEL modeli, vadītājiem būtu jālūkojas visos virzienos un tie jāpēta. [28]

Tātad PEST analīze jebkuram uzņēmumam ir viens no uzdevumiem, kas jāveic pirms uzņēmējdarbības uzsākšanas konkrētā reģionā vai valstī.

1.3. Attiecības starp uzņēmējdarbību un vidi

Uzņēmējdarbība un vide padziļināti atspoguļo to, kā uzņēmējdarbība, industrija, fiziskā vide un sociālās izmaiņas ir attīstījušies mijiedarbojoties šiem diviem faktoriem. [3.1.lpp]

Uzņēmējdarbība un vide savstarpēji ir cieši saistīti. Vide var darboties gan kā stimulants, gan kā uzņēmējdarbības ierobežojums. Ja dominējošā vide ir nelabvēlīga, uzņēmējdarbības veikšana var saskarties ar izaicinājumiem un problēmām. Attiecības starp uzņēmējdarbību un vidi var apspriest šādi:

- Savstarpēji saistīti: starp uzņēmējdarbību un vidi notiek korelācija. Uzņēmējdarbību ietekmē vide un tas ietekmē vairākus vides aspektus. Kad ražošanas nozare saskaras ar lejupslīdi, uzņēmums samazinās ražošanas apjomus; kad konkurence pastiprinās, uzņēmums var pielietot agresīvo reklāmu. Tai pašā laikā konkrētas nozares uzņēmumi var izdarīt spiedienu uz valdību, lai tā mainītu savu politiku attiecībā uz ekonomiku. Tātad uzņēmējdarbība un vide ir savstarpēji saistīti un ietekmē viens otru.

- Dinamiski: daudzi vides elementi nepārtraukti mainās – ekonomiskie, sociālie, politiskie, kultūras un tehnoloģiskie faktori nekad nepaliek konstanti. Šie faktori ir elastīgi vai dinamiski, tādēļ uzņēmējdarbības politikai būtu jābūt pietiekoši dinamiskai, lai varētu pielāgoties mainīgajai videi. Pieredzējuši vadītāji apgūst prasmes, kas palīdz risināt mainīgās vides problēmas.

- Iespējas un draudi: ja esošā vide ir labvēlīga priekš ekonomiskās izaugsmes un labklājības, tad uzņēmumu vadītāji ir priecīgi un reaģē pozitīvi. Ja valdība piedāvā subsīdijas vai atvieglo nodokļu slogu, tad uzņēmumi ir motivēti palielināt produkcijas apjomus. Tomēr ja uzņēmējdarbības vide rada draudus, tad tā, protams, nav labvēlīga vide uzņēmējdarbībai. Ja valdība piemēro augstus nodokļus ienākumiem, tas ir šķērslis ekonomiskajai izaugsmei.

Ir skaidrs, ka uzņēmējdarbība un vide ir atkarīgi viens no otra. Uzņēmējdarbība ietekmē vidi un vide ietekmē uzņēmējdarbību. Šis ir nebeidzams mijiedarbības process. [6.16,17.lpp]

No visiem menedžmenta teorētiķiem D. Tompsons bija pirmais, kas pierādīja organizācijas vides analīzes nozīmīgumu un nepieciešamību. Viņš uzvēra, ka kopumā vides faktoru ietekmes pakāpe jāanalizē no diviem viedokļiem:

- izmaiņas pakāpe;
- viendabīguma pakāpe.

Izmaiņas pakāpe rāda organizācijas vides stabilitātes līmeni:

- samērā stabils;

- samērā dinamisks.

Viendabīguma pakāpe rāda organizācijas vides sarežģītības līmeni:

- samērā vienkāršs (maz elementu un segmentu);
- samērā sarežģīts (daudz elementu un segmentu).

Pēc D. Tompsona domām organizācijas vides faktoru izmaiņas un viendabīguma pakāpe ir savstarpēji saistītas un izpaužas ar nenoteiktības pakāpi.

Savukārt nenoteiktības pakāpe ietekmē organizāciju lēmumu pieņemšanu. Līdz ar to iespējami četri varianti:

Vismazākā vides nenoteiktība ir raksturīga organizācijām ar stabilu un vienkāršu vidi. Šādām organizācijām pieskaitāmi ātrās ēdināšanas pakalpojumu sniedzēji, kuri orientējas uz zināmu patērētāju segmentu, ražo stingri ierobežotu produkcijas apjomu, kam izveidojies stabils piegādātāju loks un ir samērā mazs konkurentu skaits.

Mērena vides nenoteiktība ir raksturīga organizācijām ar dinamisku un tajā pašā laikā vienkāršu vidi. Šādām organizācijām pieskaitāmi vieglās rūpniecības uzņēmumi. Tiem ir noteikts precīzs tirgus segments, tie izmanto ierobežotus sadales kanālus, ir samērā maza valsts regulējošā darbība, savukārt ļoti dinamiski izmainās pieprasījums pēc modes precēm.

Mērena vides nenoteiktība ir arī tad, ja organizācijai ir stabila un tajā pašā laikā sarežģīta vide. Lielam autoražotāju koncernam ir ļoti daudz piegādātāju, valsts regulējošo instanču, pircēju grupu un konkurentu. Taču izmaiņas autorūpnīcā nav tik dinamiskas, kā vieglajā rūpniecībā. Tāpat kā pirms vairākiem gadiem joprojām automobilim ir četri riteņi, viena stūre, iekšdedzes motors.

Vislielākā vides nenoteiktība raksturīga organizācijām ar dinamisku un sarežģītu vidi. Tādām organizācijām ir daudz vides elementu, kuri strauji mainās. Šādām organizācijām pieskaitāmi informācijas tehnoloģijas uzņēmumi. Elektroniskajā rūpniecībā ļoti strauji mainās tehnoloģija, nepārtraukti mainās patērētāju grupas, ir nestabili piegādātāji, katru gadu uzrodas jauni konkurenti. [11.104.lpp]

Cits pazīstams menedžmenta speciālists profesors M. Porters (Michael E. Porter), analizējot vides ietekmi, piedāvā citu stratēģiskā menedžmenta pieeju. Pēc viņa domām visi vides elementi izpaužas caur pieciem faktoriem, kas apdraud organizāciju mērķu sasniegšanu:

- jaunu konkurentu parādīšanās tirgū;
- konkurentu rīcība tirgū;
- jaunu vai aizvietojošu preču parādīšanās tirgū;
- pircēju iespējas un rīcība tirgū;
- piegādātāju iespējas un rīcība tirgū.

Konkrētu faktoru un draudu pakāpes noteikšana dod organizācijas menedžerim iespēju plānot menedžmenta stratēģiju: kā apsteigt konkurentus, kā attīstīt jaunu preču ražošanu, kā iekarot jaunus tirgus u. tml.

Menedžmenta teorija izvirzīja un arī parādīja praktiskā pieredzē dažādu vides ievērošanas metožu lietošanu organizācijās. Galvenās no tām ir:

- informācijas menedžmenta sistēmas izveidošana;
- stratēģijas menedžmenta lietošana;
- organizatoriskās struktūras pilnveidošana;
- dažādu organizāciju akciju kontrolpakešu apvienošana, pilnveidošana, pirkšana;
- vides faktoru tiešā ietekme.

Informācijas menedžmenta sistēmas izveidošana ir viens no vides ievērošanas virzieniem. Modernas informācijas sistēmas nodrošina iespēju vākt, apstrādāt un analizēt milzīgu daudzumu informācijas par visiem ietekmējošiem faktoriem un līdz ar to prognozēt to izmaiņas.

Stratēģijas menedžmenta lietošana arī ir svarīga vides ievērošanas metode. Lai nenokļūtu krīzes situācijā, organizācijām jābūt spējīgām elastīgi reaģēt uz apkārtējo faktoru pārmaiņām. Protams, tāpēc jānosaka, pat jāparedz kādu notikumu tuvošanās un jānovērtē savas iespējas reaģēt uz pārmaiņām.

Organizācijas struktūras pilnveidošana ir viena no metodēm, kā organizācijas pielāgojas ārējiem apstākļiem. Uzņēmumiem ar samērā mazu ārējās vides nenoteiktību labāk pietāv tā saucamā birokrātiskā organizācijas struktūra ar noteiktiem standartiem, noteikumiem, instrukcijām. Bet līdz ar nenoteiktības pakāpes palielināšanos, nepieciešams mainīt organizatorisko struktūru.

Organizāciju apvienošanu, pievienošanu un pirkšanu izmanto gadījumos, kad vairs nevar līdzēt nedz stratēģiskie manevri, nedz struktūras izmaiņas. Ja divi vidēja lieluma uzņēmumi nolēmuši apvienoties un izveidot vienu spēcīgu uzņēmumu, lai konkurētu ar trešo uzņēmumu, tā ir apvienošana. Ja viens uzņēmums, neprasot otra uzņēmuma piekrišanu, vienkārši nopērk akciju kontroles paketi, tā ir pirkšana ar to pašu galīgo rezultātu – spēcīga uzņēmuma izveidošana. Beidzot, pievienošana nozīmē kaut ko vidēju starp apvienošanu un pirkšanu: viens uzņēmums spiests slēgt līgumu ar otru uzņēmumu, kas ierobežo tā patstāvīgo darbību tirgū.

Vides faktoru tiešā ietekme. Daudzas organizācijas ir spējīgas ne tikai pielāgoties apstākļiem, bet arī var atgriezeniski ietekmēt ārējo vidi.

Uzņēmumi var dažādi ietekmēt piegādātāju rīcību. Viens no paņēmieniem ir palielināt piegādātāju skaitu, lai samazinātu atkarību no kāda konkrēta piegādātāja rīcības. Otrais – pēc

iespējas slēgt ilgtermiņa līgumus ar fiksētām cenām, lai izvairītos no inflācijas. Trešais – apvienoties ar piegādātāju, pievienoties piegādātājam vai nopirkt tā akciju kontroles paketi.

Uzņēmumi var ietekmēt konkurentu darbību, kaut gan tas ir grūtāk nekā ietekmēt piegādātājus. Viens no paņēmieniem var būt cenas pazemināšana, reklāmas dažādošana un izmantošana un pārējo mārketinga metožu lietošana.

Pircēja rīcību uzņēmumi var ietekmēt vismaz divējādi: pirmkārt, palielināt preču pircēju skaitu, otrkārt, izmainīt jau esošo pircēju vajadzības. Piemēram, uzņēmums pievilina pircēju, izmantojot papildus reklāmas paņēmienus, - tā ir pirmā pieeja, ja uzņēmums piedāvā jaunu automobiļu modeli ar papildus ērtībām – tā ir otrā pieeja. Abas pieejas cieši saistītas ar mārketinga menedžmentu.

Dažas organizācijas var ietekmēt arī valsts regulējošo darbību. Protams, runa ir par likumīgu ietekmi caur lobismu parlamentā, ar asociāciju un komiteju palīdzību, ar pārējiem paņēmieniem, kas nodrošina iespēju piesaistīt sabiedrisko domu organizācijas mērķu aizstāvēšanai.

Tādējādi organizācijas var izvēlēties ārējās vides ietekmēšanas formas un metodes atkarībā no savām iespējām, ieskaitot menedžeru pieredzi un prasmes. [11.107.lpp]

Kopumā uzņēmējdarbības un vides nepārtrauktā mijiedarbība veicina uzņēmējdarbības vides attīstību. Tomēr vide ir galvenais faktors, kurš ietekmē uzņēmējdarbības veikšanu.

2. LATVIJAS UZŅĒMĒJDARBĪBAS VIDE

2.1. Latvijas uzņēmējdarbības vides raksturojums

Lai sāktu uzņēmējdarbību, uzņēmējiem nepieciešama drošība ieguldīt līdzekļus mērķa sasniegšanā un cīņā ar konkurentiem, savukārt, valdībai ir jāradā tāda vide, kurā uzņēmēji varētu attīstīt savu biznesu

Latvijas uzņēmējdarbība galvenokārt ir koncentrēta galvaspilsētā Rīgā vai tās apkārtnē, tomēr ar dažādu atbalsta mehānismu tiek veicināta arī uzņēmējdarbības attīstība reģionos, piemēram, izveidojot speciālās ekonomiskās zonas – ostās vai dzelzceļu mezglos, kur firmas var strādāt ar dažādiem atvieglojumiem. Latvijā ir attīstīta ražošanas un transporta infrastruktūra – industriālie parki, noliktavas, komunikāciju tehnoloģijas, ostas, dzelzceļš, kā arī lielākais aviosatiksmes mezgls Baltijā.

Latvijas ekonomika ir brīvā tirgus ekonomika, to regulē attiecīgi likumi, nodrošinot komercietību, preču zīmju, kā arī investīciju aizsardzību. Latvijas likumdošanā ir pārņemtas Eiropas Savienības prasības, kā arī Latvijā nav noteikti ierobežojumi vai citādāka attieksme pret ārvalstu investīcijām un uzņēmumiem. [16]

Valsts konkurētspējas pamatā ir konkurētspējīgi uzņēmēji, kuru sekmīga darbība ir atkarīga no labvēlīgas uzņēmējdarbības vides. Šādas vides nodrošināšana ir valsts pārvaldes pamatuzdevums. Uzņēmējdarbības veikšanu būtiski ietekmē gan atbilstošas infrastruktūras pieejamība, gan atbalsta pieejamība, bet ne mazāk svarīga ir normatīvā vide, kurā uzņēmējs darbojas. Tādējādi var teikt, ka uzņēmējdarbības vide ir objektīva realitāte no cilvēka gribas neatkarīgu saimniecisku, juridisku, administratīvu, ekoloģisku, demogrāfisku un citu nosacījumu un procesu reāla eksistence, aktīvu saimniekošanas subjektu, objektu, procesu un spēku kopums, kas pastāv reālā īstenībā neatkarīgi no cilvēka gribas.

Lai raksturotu Latvijas uzņēmējdarbības vidi, darbā tika izmantots Pasaules Bankas *Doing Business* pētījums.

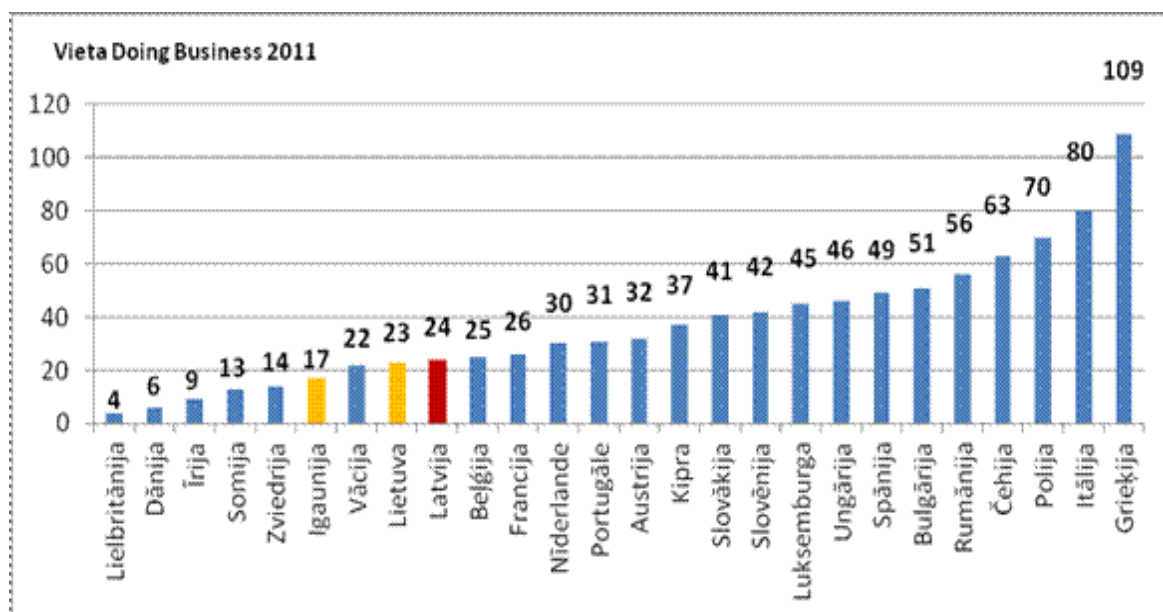
Pasaules Bankas *Doing Business* pētījums (www.doingbusiness.org) ir starptautisks, salīdzinošs uzņēmējdarbības vides reitings, kurš ik gadus mēra uzņēmējdarbību regulējošās administratīvās procedūras un to piemērošanu dažādās pasaules valstīs. *Doing Business* kvantitatīvi mēra un salīdzina valstu regulējošos nosacījumus un procedūras - gan tās, kas veicina uzņēmējdarbības aktivitāti, gan tās, kas to ierobežo.

Doing Business pētījums nav tikai kvalitatīvs, aprakstošs uzņēmējdarbības vides novērtējums, bet kvantitatīvs indikatoru kopums, kas mēra uzņēmējdarbības regulējumu 183

dažādās pasaules valstīs. Turklāt katru gadu valstis izpētot kopējos reitingus tiek stimulētas uzlabot savas pozīcijas uz citu fona, ieviešot dažādas reformas un grozījumus likumdošanā.

Gadskārtējais uzņēmējdarbības vides reitings un pievienotais tematiskais ziņojums tiek veidots jau septiņus gadus. *Doing Business* mēra likumdošanu 10 jomās, kas skar visus uzņēmējdarbības "dzīves cikla" posmus: uzņēmējdarbības uzsākšanu, būvniecības saskaņošanu, darbinieku nodarbināšanu, īpašuma reģistrēšanu, kredītu reģistrus, investoru aizsardzību, nodokļu maksāšanu, importa un eksporta procedūras, līgumsaistību izpildi un uzņēmējdarbības izbeigšanu.

Doing Business Latvijas pētījumā 2011.gadam nav ietverta "darbinieku nodarbināšana", jo tiek mainīta metodoloģija, lai rastu līdzsvaru starp elastīgumu un sociālo drošību, bet papildus ir iekļauta metodoloģija elektroenerģijas pieslēguma nodrošināšanas procedūrām, kas atspoguļosies nākamajā *Doing Business* pētījumā 2012.gadam. [25]



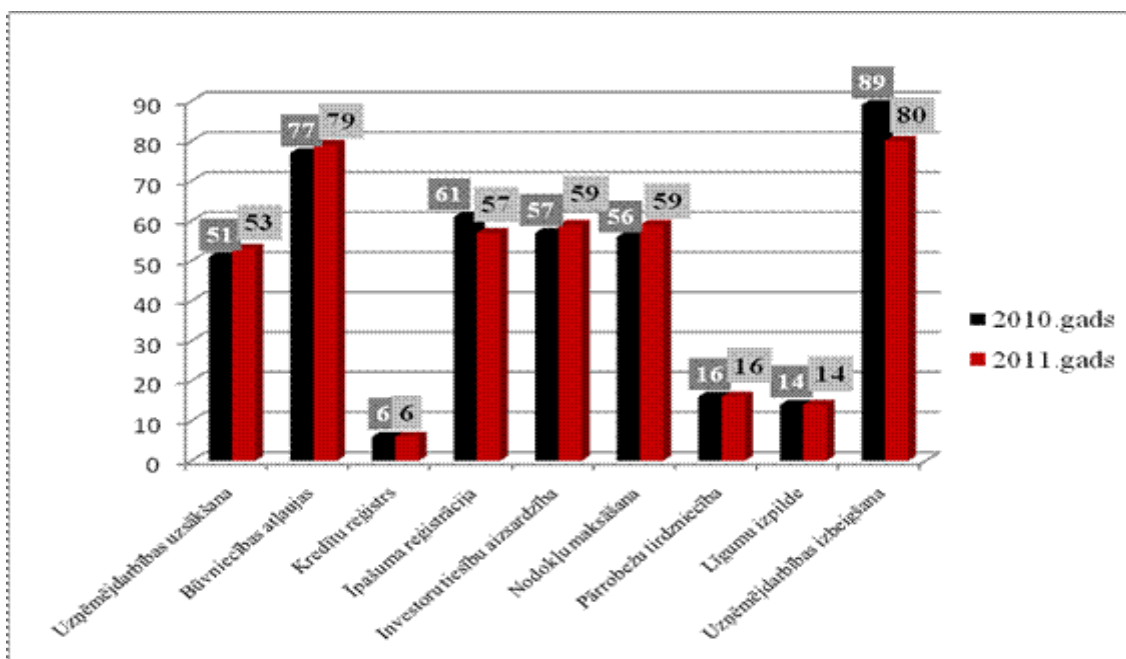
2.1. att. Latvijas un ES dalībvalstu vietas pētījumā *Doing Business* 2011.gadā

Latvija *Doing Business* 2011.gada indeksā starp 183 pasaules valstīm ierindota 24.vietā, ko var redzēt 2.1. attēlā. Tas ir par 3 vietām augstāk nekā *Doing Business* pētījumā 2010.gadam, un ir 9.vietā starp ES dalībvalstīm. Vienlaikus Igaunija ieņem 17.vietu, bet Lietuva - 23.vietu, tātad starp Baltijas valstīm Igaunijas un Lietuvas uzņēmējdarbības vide ir pievilcīgāka uzņēmējiem, nekā Latvijas uzņēmējdarbības vide. Tas varētu būt viens no noteicošajiem faktoriem kaimiņvalstu izvēlē potenciālo ārvalstu uzņēmēju biznesa uzsākšanā Baltijas valstīs. Aiz Latvijas reitingā ir palikušas tādas valstis kā Beļģija, Francija, Nīderlande, Portugāle un arī Spānija.

Tomēr Latvija ir ierindota starp tām valstīm (85% no visām *Doing Business* pētījumā ietvertajām), kurā pēdējos 5 gados veiktās reformas ir atvieglojušas uzņēmējdarbības veikšanu, tajā pašā laikā Igaunija un Lietuva ir ierindota grupā, kurā uzņēmējdarbības veikšana ir kļuvusi grūtāka.

Jāatzīst, ka valstis, kurās ir maksimāli elektronizēti pakalpojumi ieņem *Doing Business* reitinga pirmās vietas, savukārt Latvijā e-pakalpojumu ieviešana ir kritiska visās jomās.

Doing Business 2011. gada pasaules pētījumā pirmo vietu ieņēma Singapūra, savukārt kā pievilcīgākā ES uzņēmējdarbības vide tika piešķirta Lielbritānijai.



2.2. att. Latvijas salīdzinošie rādītāji *Doing Business* pētījumā 2010.gadā un 2011.gadā

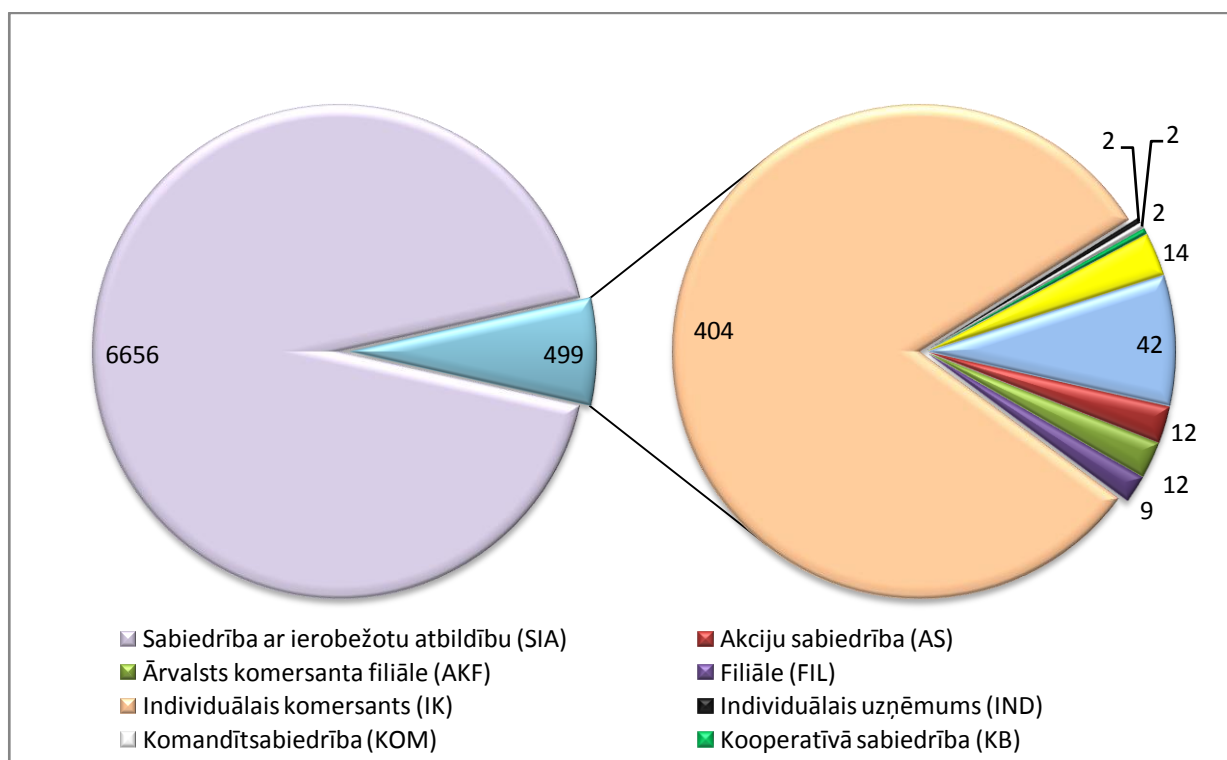
Kā redzams 2.2 attēlā, tad tiek salīdzinātas Latvijas pozīcijas ar iepriekšējā gada pētījumu. Latvijas kāpums *Doing Business* 2011.gada pētījumā ir panākts mērķtiecīgi ieviešot reformas 2009.gadā un 2010.gadā tādās uzņēmējdarbības jomās, kas saistītas ar maksātspējas procesa pilnveidošanu, ieviešot ārpustiesas izlīguma procesu, kā arī saīsinot maksātspējas procedūru laiku, un reformām pārrobežu tirdzniecības jomā, ieviešot elektronisko muitas deklarēšanas sistēmu, samazinot laiku, kas nepieciešams eksporta-importa procedūru veikšanai. Ir atvieglota nekustamā īpašuma reģistrēšana, ieviešot iespēju Zemesgrāmatu tiesnešiem pārliecināties par nekustamā īpašuma nodokļa nomaksu tiešsaistes režīmā. [25]

2010.gada ietvaros ir atvieglota uzņēmumu saimnieciskā darbība un samazinātas tiem piemērojamās administratīvās procedūras. Vienlaikus jāatzīmē, ka jomās, kurās Latvijas vieta

pazeminājusies, tas noticis tāpēc, ka citas valstis, veicot tajās reformas, ir apsteigušas Latviju. [25]

Pārrobežu tirdzniecība ir vienkārša un tai nav šķēršļu, valsts šajā ziņā ierindojas 16. vietā. Kredītņēmēji un aizdevēji ir aizsargāti un informācija par finanšu stāvokli ir pieejama, šajā rādītāja Latvija atrodas 6. vietā. Valsts tiesu sistēma ļauj panākt līgumu izpildi, Latviju šajā indeksā ierindojot 14. vietā

Sliktākie rādītāji Latvijai ir attiecībā uz biznesa slēgšanas procedūru vienkāršību (89. vieta 2010. gadā un 80. vieta 2011. gadā) un būvniecības atļauju iegūšanu (77. vieta 2010. gadā un 79. vieta 2011. gadā), tomēr šajā ziņā 2010. gadā ir ieviesti uzlabojumi, proti, atvieglota un paātrināta gan uzņēmumu, gan fizisko personu maksātspējas procedūra, kā arī samazināts būvniecībai nepieciešamās dokumentācijas apjoms. [16]



2.3. att. Reģistrēto uzņēmumu skaits 2011. gadā pēc to uzņēmējdarbības formas

Kā redzams 2.3. attēlā (Statistika aktualizēta 12.05.2011 plkst. 1:29:46, avots – Lursoft), tad līdz 2011. gada 12. maijam Latvijā tika reģistrēti kopumā 7155 jauni uzņēmumi. Vairākums uzņēmumu ir reģistrēti kā Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA) – 6656 uzņēmumi. Otrs populārākais uzņēmuma veids bija Individuālais komersants (IK) – 404 reģistrēti uzņēmumi, kuram seko Zemnieku saimniecība (ZEM) ar 42 reģistrētiem uzņēmumiem. [26]

Lai arī no 2007 – 2009. gadam reģistrēto SIA daudzums Latvijā strauji samazinājās (attiecīgi 11970, 8934 un 7173), 2010. gadā to skaits sasniedza 11897 jaunreģistrētus uzņēmumus. 2011. gadā šī tendence turpina uzlaboties, kad jau pa 5 mēnešiem jaundibināto SIA skaits gandrīz sasniedz 2009. gada rādītājus. Turklāt www.firmas.lv apkopotie dati liecina, ka šā gada pirmajos trīs mēnešos Latvijā dibināts gandrīz divreiz vairāk uzņēmumu nekā attiecīgajā periodā pērn. 2010.gada 1. ceturksnī, kad vēl nebija iespējas dibināt mazkapitāla SIA, Latvijā tika reģistrēti 3 048 jauni uzņēmumi, bet 2011.gada pirmajos trīs mēnešos reģistrēti jau 5 675 uzņēmumi, turklāt statistika liecina, ka reģistrēto uzņēmumu skaitam ir tendence pieaugt katru mēnesi.

Saskaņā ar apkopotajiem datiem, laikposmā no 2010.gada 1.maija līdz šā gada 15.aprīlim kopumā Latvijā nodibinātas aptuveni 9 000 mazkapitāla SIA.

Vairākums šogad dibināto uzņēmumu ir reģistrējušies tieši kā mazkapitāla SIA (pamatkapitāls līdz 2000 Ls), bet vislielākais īpatsvars – 2 582 uzņēmumi – ir izmantojuši iespēju reģistrēties ar pašu mazāko – 1 līdz 10 latu pamatkapitālu.

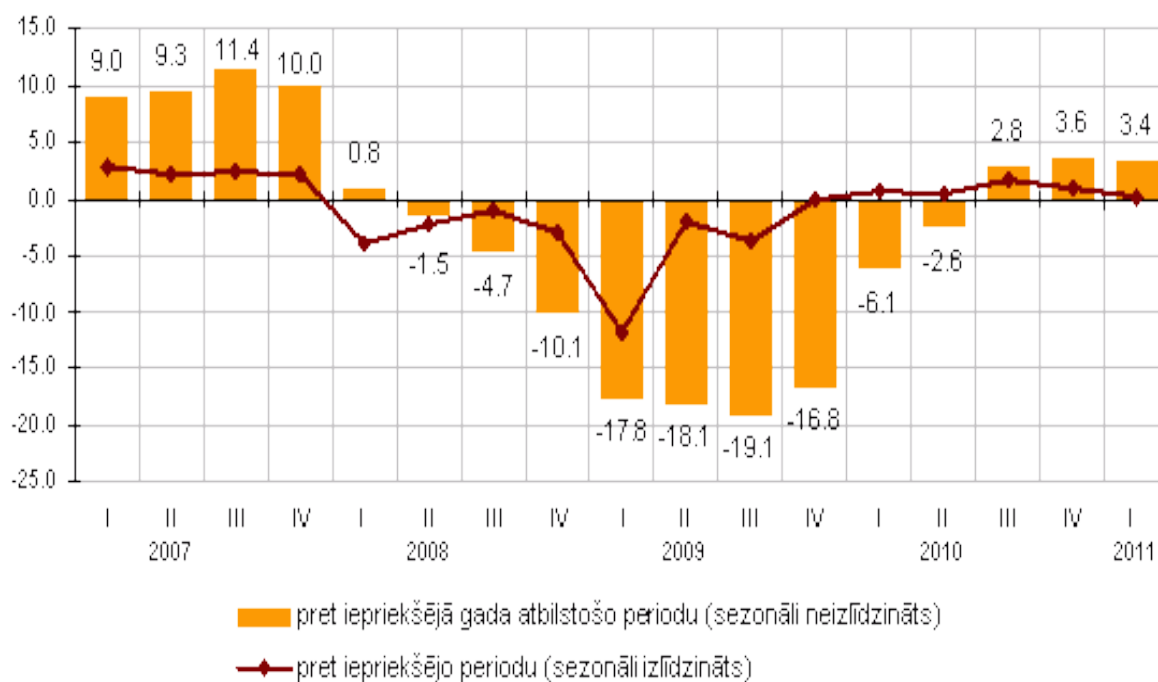
No mazkapitāla sabiedrībām, kuras uzrādījušas savu darbības veidu, visvairāk reģistrēts pārtikas tirdzniecības un ēdināšanas jomā; finanšu un apdrošināšanas; apģērba un apavu; skaistumkopšanas; transporta; atpūtas un tūrisma; sakaru un informācijas jomā.

Savukārt mikrouzņēmuma nodokļa statuss laikposmā no 2010.gada 1.septembra, kopš tiek piedāvāta iespēja kļūt par šī nodokļa maksātāju, līdz 2011.gada 4.aprīlim ir apstiprināts 10 381 uzņēmumam, liecina Valsts ieņēmumu dienesta informācija.

Šāda uzņēmumu dibināšanas dinamika skaidri apliecina, ka 2000 latu pamatkapitāls ir bijis bremsējošs faktors jaunu uzņēmumu dibināšanai. Vienlaikus nevar nenovērtēt arī mikronodokļa ieviešanas nozīmi – 2010. gada septembrī, kad tika ieviests šis nodoklis, jaunreģistrēto uzņēmumu skaits sāka pieaugt vēl straujāk.

Ekonomikas attīstību balstīt uz mazajiem un mikrouzņēmumiem ir pareizais ceļš nākotnē, tādēļ tiesiskās vides pakāpeniska pielāgošana šim ceļam ir vērtējama pozitīvi, bet valsts ekonomika nevar iztikt arī bez lielajiem uzņēmumiem.

Valsts ekonomiskais stāvoklis ir viens no svarīgākajiem faktoriem potenciālo uzņēmēju acīs, kad tie veic noskatītās uzņēmējdarbības vides analīzi. Lai arī no 2004. gada līdz 2008. gadam Latvijai bija viena no visstraujāk augošajām ekonomikām Eiropas Savienībā, iestājoties globālajai krīzei, kura sasniedza Latviju 2008. gadā, daudzi ekonomiskie rādītāji kritās un iestājās recesija.



2.4. att. IKP apjoma izmaiņas salīdzināmajās cenās, 2007.1.cet. - 2011.1.cet.

Kā redzams 2.4. attēlā, IKP apjoms 2009. gada otrajā ceturksnī pat samazinājās par 18.1%. Latvija piedzīvoja vienu no visstraujākajiem ekonomikas kritumiem Eiropas Savienībā. Tomēr jau 2010. gadā Latvija spēja pārvarēt recesiju un 2011. gada pirmajā ceturksnī IKP pieaudzis par 3.4 %. Analītiķi prognozē, ka Latvijas ekonomiku tuvākajos gados sagaida stabila izaugsme, kas tomēr būs mērenāka, bet ilgtspējīgāka nekā pirms krīzes periodā pieredzētā. [21]

Vēl viens svarīgs rādītājs, kuru interesēs potenciālie uzņēmēji ir bezdarbs. Reģistrētā bezdarba līmenis Latvijā aprīļa beigās bija 13,9% no ekonomiski aktīvo iedzīvotāju kopskaita. Salīdzinājumā ar 2011.gada martu bezdarba līmenis ir samazinājies par 0,5%. Nodarbinātības valsts aģentūrā (NVA) uzskaitē aprīļa sākumā bija 163 454, aprīļa beigās – 157 857 bezdarbnieki. Tātad 5597 NVA reģistrētie bezdarbnieki aprīlī ir iekārtojušies darbā, kas varētu liecināt par ekonomikas uzplaukumu un jaunu darbavietu radīšanu iedzīvotājiem. Salīdzinoši zemākais bezdarba līmenis reģistrēts Rīgas reģionā – 10,5%, augstākais bezdarba līmenis bija Latgales reģionā – 22,5%. Kurzemes reģionā bezdarba līmenis bija 14,8%, Zemgales reģionā – 15,4%, Vidzemes reģionā – 15,7%.

Valsts lielākajās pilsētās bezdarba līmenis aprīlī bija Rīgā – 9,7%, Jelgavā – 11,0%, Ventspilī – 11,6%, Daugavpilī – 12,1%, Valmierā – 12,2%, Jūrmalā – 13,2%, Liepājā – 15,6%, Jēkabpilī – 16,3%, Rēzeknē – 20,5%. [21]

Tāpat uzņēmēji ļoti rūpīgi vēros inflācijas līmeni valstī, jo inflācija ietekmē ļoti daudzus faktorus, kuri var atstāt iespaidu uz uzņēmējdarbības vidi. Latvijā 2011. gada aprīlī vidējais patēriņa cenu līmenis, salīdzinot ar iepriekšējā gada aprīli, bija par 4,5% augstāks. Precēm cenas pieauga par 6,1%, bet pakalpojumiem - par 0,2%. Vidējais patēriņa cenu līmenis 2011.gada aprīlī, salīdzinot ar 2011.gada martu, palielinājās par 1,1%. Precēm cenas pieauga par 1,6%, bet pakalpojumiem vidējais cenu līmenis nemainījās. 2010.gada aprīlī, salīdzinot ar 2010.gada martu, vidējais patēriņa cenu līmenis palielinājās par 0,9%. Pēdējo 12 mēnešu vidējais patēriņa cenu līmenis, salīdzinot ar iepriekšējiem 12 mēnešiem, ir palielinājies par 1,5%.

2.1. tabula

Imigrantu un emigrantu galvenās vecuma grupas 2010. gadā

Vecuma grupa	Imigrācija	%	Emigrācija	%
Līdz darbības vecumam (0-14 gadi)	711	25,5	1573	14,7
Darbības vecumā (15-61 gads)	1710	61,3	8477	79,2
Virš darbības vecuma (62+)	369	13,2	652	6,1

Kā liecina 2.1. tabulas dati, bērnu īpatsvars emigrācijā bija lielāks nekā imigrācijā. Turpretī darbības vecuma iedzīvotāju vidū emigrantu bija 5 reizes vairāk nekā imigrantu, pensijas vecuma iedzīvotāju vidū emigrantu skaits 1,8 reizes pārsniedza imigrantu skaitu. Salīdzinoši lielais bērnu īpatsvars imigrantu vidū lielā mērā izskaidrojams ar ārvalstīs dzimušo bērnu deklarēšanu vecāku dzīvesvietā Latvijā.

Tomēr analizējot emigrāciju raksturojošo informāciju jāsecina, ka, kaut arī Iedzīvotāju reģistra likuma IV nodaļas 15. pants nosaka, ka personai, kurai ir Latvijas valstiskā piederība un kura uzturas ārpus Latvijas ilgāk par sešiem mēnešiem, ir pienākums paziņot Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldei par dzīvesvietas maiņu, taču, izbraucot uz ārzemēm, ne visi iedzīvotāji to dara. Tāpēc iespējami precīza informācija par emigrējošo personu skaitu tiks iegūta pēc 2011. gada tautas skaitīšanas rezultātu apkopošanas.

Analizējot valsts iekšējo iedzīvotāju migrāciju Latvijā, atklājas, ka 2010. gadā pastāvīgo dzīvesvietu no vienas administratīvās teritorijas uz citu mainīja 38,1 tūkstoši cilvēku, jeb par 1,9 tūkstošiem cilvēku mazāk nekā 2009. gadā. Joprojām saglabājas iekšējās migrācijas tendence pārcelties uz dzīvi valsts galvaspilsētā un tās reģionā - 2010. gadā uz dzīvi Rīgā ieradās 8,2 tūkstoši, Rīgas reģionā - 11,1 tūkstoši cilvēku. [21]

Kopumā Latvijas darbības vecuma iedzīvotāju emigrācijas līmenis ir augsts, kas samazina Latvijā pieejamā darbaspēka piedāvājumu.

Latvijas nodokļu sistēma nebūt nav tā vienkāršākā, tomēr to nevar uzskatīt arī par ļoti sarežģītu salīdzinājumā ar vecajām ES dalībvalstīm.

Latvijā ir noteikti 13 nodokļi: iedzīvotāju ienākuma nodoklis, mikrouzņēmumu nodoklis, uzņēmuma ienākuma nodoklis, valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas, nekustamā īpašuma nodoklis, pievienotās vērtības nodoklis, akcīzes nodoklis, muitas nodoklis, dabas resursu nodoklis, izložu un azartspēļu nodoklis, vieglo automobiļu un motociklu nodoklis, elektroenerģijas nodoklis, dienesta auto nodoklis, kuru likmes un piemērošanu regulē konkrēti nodokļu likumi. Ik gadu Latvija ir piedzīvojusi lielākas vai mazākas izmaiņas nodokļu normatīvajos aktos. Izņēmums nav bijis arī 2011. gads, kad no 1. janvāra pieauga teju visu svarīgāko nodokļu likmes, izņēmums bija iedzīvotāju ienākuma nodoklis - tā likme tika samazināta par vienu procentpunktu.

2.2 tabula

Būtiskākie nodokļi un to standartlikmes Baltijas valstīs

Nodokļi/Valsts	Latvija	Lietuva	Igaunija
Uzņēmuma ienākuma nodoklis	15 %	15 %	21 %
Nekustamā īpašuma nodoklis	0.2 – 3 %	0.3 – 1 %	0.1 – 2.5 %
Sociālais nodoklis	35.09 %	31 %	33 %
Nodoklis mazajiem uzņēmumiem	9 %	5 %	-
Uzņēmuma vieglo transportlīdzekļu nodoklis	19 – 40 Ls	-	32 eiro gadā par kravas auto
Pievienotās vērtības nodoklis	22 % (samazinātā likme 12 %)	21 %	20 %
Kapitāla iegūšanas nodoklis	10 - 15 %	24 % (dāvanām virs 2230 eiro)	-

Latvija kā ES dalībvalsts ievēro ES obligātos uzstādījumus attiecībā uz nodokļu lietām. Lai gan kopējais nodokļu slogs Latvijā ir viens no zemākajiem ES un ir nedaudz zem 30% no IKP (iekasēto nodokļu apjoma īpatsvars pret iekšzemes kopproduktu), tomēr salīdzinot minimālās iedzīvotāju ienākuma nodokļa likmes, to slogs ir viens no augstākajiem ES. Jāņem

vērā, ka Latvijā ir liels “ēnu ekonomikas” īpatsvars, kura pieaugumu pēdējā laikā ietekmējusi globālā finanšu krīze un arī nodokļu izmaiņas.

Darbspēka nodokļi

Salīdzinājumā ar 2010. gadu 2011.gadā ir notikušas izmaiņas darbspēka nodokļu likmēs. Proti, par diviem procentpunktiem no 9% līdz 11 % palielināta ir daba ņēmēja valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu likme, kamēr darba devēja maksājamā daļa 24,09% nav mainījusies. Savukārt pretējā virzienā – par vienu procentpunktu samazināta ir iedzīvotāju ienākuma nodokļa likme no 26 % 2010. gadā līdz 25% 2011. gadā.

Uzņēmumu ienākumu nodoklis Latvijā ir viens no zemākajiem ES – 15%. [16] Ar 2011. gadu Latvijā atkal ir atjaunota uzņēmumu ienākuma nodokļa atlaide lielajiem – 7.1 milj. eiro (5 milj. Ls) un vairāk – investīciju projektiem, tiesa, gan tikai prioritārajās nozarēs. Īpašu atbalstu varētu saņemt tikai ierobežots nozaru klāsts — pārtikas produktu ražošana (izņemot lauksaimniecību un zivsaimniecību), koksnes izstrādājumu ražošanai, ķīmisko un farmaceitisko izstrādājumu, datoru, elektrisko un optisko iekārtu ražošana, kā arī metālu un gatavo metālizstrādājumu ražošana, izņemot tērauda rūpniecību un kuģubūvi.

Nodoklis mazajiem uzņēmumiem

Latvija ar 2011. gadu ir ieviesusi 9% nodokli — mazajiem uzņēmumiem, kuru apgrozījums nepārsniedz 100 000 eiro (70 000 Ls) gadā un kuri nodarbina līdz 5 strādājošajiem.

Nekustamā īpašuma nodoklis

2010. gadā valdības akceptētās nodokļu un nodevu sistēmas attīstības pamatnostādnes 2011. – 2016. gadam paredz pakāpeniski palielināt nekustamā īpašuma nodokļa likmes mājokļiem, kā rezultātā 2011. gadā faktiski dubultojies nekustamā īpašuma nodoklis mājokļiem.

Nekustamā īpašuma nodokļa likmes:

- 1.5 % no kadastrālās vērtības zemei, saimnieciskajā darbībā izmantojamām ēkām, inženierbūvēm (ne mazāk kā 5 Ls par katru objektu),
- 3 % no kadastrālās vērtības neapstrādātai lauksaimniecības zemei, saimnieciskajā darbībā izmantojamām ēkām un būvēm (ne mazāk kā 5 Ls par katru objektu)
- 0,2– 0,6% no kadastrālās vērtības dzīvojamām mājām (ne mazāk kā 5 Ls par katru objektu)

Uzņēmumu vieglo transportlīdzekļu nodoklis

Ar 2011. gadu Latvijā ir jauns transportlīdzekļa ekspluatācijas nodokļa un uzņēmumu vieglo automašīnu nodokļa likums. Tagad transportlīdzekļa ekspluatācijas nodokli par vieglo auto aprēķina, summējot nodokļa likmes atbilstoši vieglā automobiļa pilnai masai, motora

tilpumam un motora maksimālajai jaudai, kā rezultātā jaunu, jaudīgāku auto īpašniekiem nākas maksāt ievērojami lielāku nodokli nekā pirms gada. No 2011.gada ar uzņēmumu vieglo transportlīdzekļu nodokli tiek aplikti visi uzņēmumu īpašumā vai turējumā esošie vieglie transportlīdzekļi, pieņemot, ka tie tiek izmantoti arī darbinieku privātajām vajadzībām. Uzņēmums šo nodokli nemaksā, ja tas var pierādīt, ka auto netiek izmantots privātām vajadzībām.

Ja transportlīdzekļu motora tilpums ir līdz 2000 cm³, tad nodokļu likme mēnesī ir 19 Ls. No 2001-2500 cm³ - 30 Ls mēnesī, bet virs 2500 cm³ jānomaksā 40 Ls liels nodoklis. Turklāt šis nodokļu likmes piemērojamas par transportlīdzekļiem, kas reģistrēti pēc 2005. gada 1. janvāra, par pārējiem nodokļa likme noteikta 30 Ls mēnesī. [16]

Salīdzinot ar kaimiņvalsts **Lietuvas** nodokļiem, darba autors atklāj, ka 2011. gada 1. janvārī valdība samazināja standarta **uzņēmumu ienākumu nodokli** no 20 uz 15%, kas bija spēkā divus gadus. Iepriekš 2008. gada beigās valdība pieņēma lēmumu palielināt uzņēmumu ienākuma nodokli par 5% punktiem.

Uzņēmumu ienākuma nodoklis maziem uzņēmumiem – līdz 10 darbiniekiem un ar gada apgrozījumu līdz 145 000 eiro – tika samazināts no 15 uz 5 %, sākot ar 2010. gadu. Likums tika pieņemts 2010. gada novembrī, bet stājās spēkā ar atpakaļejošu datumu. [15]

Darba devēji par katru darbinieku maksā 31% **sociālās apdrošināšanas nodokli**, bet sociālās apdrošināšanas nodokļa iemaksa, kas jāveic darbiniekiem, ir 9%.

Juridiskām personām ir jāmaksā **nekustamā īpašuma nodoklis**, kas variējas no 0,3 līdz 1% no viņiem piederošā īpašuma kopējās vērtības. Privātpersonām līdz šim nav bijis jāmaksā nekustamā īpašuma nodoklis. [15]

Pievienotās vērtības nodoklis Lietuvā no 2009. gada 1. septembra ir pacelts no 19% - 21%.

Kapitāla iegūšanas nodoklis ir 24% visām dāvanām, kuru vērtība pārsniedz 7 680 LTL (2230 eiro).

Visbeidzot, tika apskatīta arī **Igaunijas** nodokļu sistēma. Igaunijas nodokļu sistēmas pamats ir vienotais **ienākuma nodoklis**, kas tika ieviests 1994. gadā, un to piemēro gan privātpersonu, gan juridisko personu ienākumiem. Nodokļa likme līdz 2004. gadam bija 26%, un bija paredzēts to pakāpeniski samazināt līdz 18% 2012. gadā. 2008. gadā sakarā ar krīzi turpmāka nodokļa samazināšana tika atlikta uz nenoteiktu laiku, šobrīd nodokļa likme ir 21% no neto ienākumiem. [14]

Sociālais nodoklis ir 33% no personas ienākumiem, dažos izņēmuma gadījumos arī 13%. Lai gan nav noteikts maksimālais sociālā nodokļa limits un tā lielums ir atkarīgs tikai no personas ienākumiem, valsts ir noteikusi minimālo maksājumu, kas jāmaksā neatkarīgi no

tā, cik mazi ir ienākumi. Juridisku personu gadījumā 2011.gadā minimālais maksājums ir noteikts 91,75 eiro mēnesī par vienu darbinieku, bet FIE (pašnodarbinātie uzņēmēji, kas reģistrēti Igaunijas uzņēmumu reģistrā) gadījumā mazākais iespējamais maksājums ir 1 100,96 eiro gadā. Papildu sociālajam nodoklim par katru darbinieku ik mēnesi ir jāmaksā bezdarba apdrošināšanas iemaksa. 2010. un 2011. gadā iemaksa ir 4,2% no ienākumiem. Divas trešdaļas no nodevas maksā darba devējs, pārējo – darbinieks.

Igaunijas **PVN** likme, kas gandrīz divus gadu desmitus bija 18%, recesijas laikā tika paaugstināta par diviem procenta punktiem – līdz 20%. PVN par sniegtajiem pakalpojumiem un pārdotajām precēm ir jādeklarē katru mēnesi. Uzņēmēji var pieteikties PVN atmaksai, saņemot atpakaļ to PVN, ko viņi samaksājuši iegādājoties materiālus, preces vai pakalpojumus.

Igaunijā ir arī **zemes īpašuma nodoklis**, kura likme mainās atkarībā no tās atrašanās vietas, kas ir 0,1% līdz 2,5% no zemes vērtības gadā. Igaunijas galvaspilsēta Tallina ievieša 1% **tirdzniecības nodokli**, kas stājās spēkā 2010. gadā. Tirdzniecības nodoklis ir līdzīgs PVN, ko uzliek par pārdotajām precēm un sniegtajiem pakalpojumiem. Arī kravas mašīnu īpašniekiem ir jāmaksā smago transportlīdzekļu nodoklis, kas ir, sākot no 32 eiro gadā.

Uzņēmuma izmaksas, dāvinājumi un ziedojumi neapliekas ar peļņas nodokli. [14]

Kopumā analizējot datus darba autors secina, ka Igaunijā nodokļu slogs uzņēmumiem ir lielākais starp 3 Baltijas valstīm. Uzņēmuma ienākuma nodoklis ir par 6 % lielāks nekā Latvijā un Lietuvā, arī sociālais nodoklis Igaunijā ir 33 % un papildus tam vēl jāsamaksā divas trešdaļas no 4.2% bezdarba apdrošināšanas iemaksām par katru darbinieku. Igaunijā vidējā darba alga ir 810 eiro. Papildus vēl var minēt 1 % tirdzniecības nodokli Tallinā un kravas mašīnu nodokli sākot ar 32 eiro gadā.

Savukārt Lietuvā uzņēmuma ienākumu nodoklis ir samazināts līdz 15 %, arī nekustamā īpašuma nodoklis jāmaksā tikai juridiskām personām un tas nepārsniedz 1% no īpašuma kopējās vērtības. PVN ir 21 % un kapitāla iegūšanas nodoklis uzņēmumiem ir 24 %, ja dāvanu vērtība pārsniedz 2230 eiro, kas Lietuvas nodokļu slogu uzņēmumiem starp Baltijas valstīm padara vismazāko.

Raksturojot atbalsta pieejamību ārvalstu uzņēmumiem, Latvijas investīciju un attīstības aģentūra piedāvā bezmaksas informatīvo atbalstu un konsultācijas ārvalstu uzņēmējiem par būtiskiem uzņēmējdarbības aspektiem Latvijā – ekonomiskās situācijas raksturojumu, tirdzniecības prasībām, uzņēmējdarbības uzsākšanas aspektiem, nodokļu politiku, statistiku, Latvijas likumdošanas vidi un prasībām attiecībā uz konkrētiem uzņēmējdarbības veidiem un citu informāciju attiecībā uz uzņēmējdarbību.

2.2. Uzņēmējdarbības uzsākšanas novērtējums Latvijā

Augsta uzņēmējdarbības aktivitāte ir viens no svarīgākajiem nosacījumiem ekonomiskajai augšupejai. Konkurences palielināšanās piedāvājuma pusē starp ražotājiem vai pakalpojumu sniedzējiem rada nepieciešamību celt katra individuālā komersanta konkurētspēju, tādējādi nodrošinot arī kopējās valsts ekonomikas konkurētspējas attīstību. Taču lai nodrošinātu augstu uzņēmējdarbības aktivitāti, valstij ir jānodrošina pievilcīga uzņēmējdarbības vide uzņēmējiem, kā arī jārada iespaids, ka biznesa uzsākšana Latvijā nav sarežģīts un laikietilpīgs process.

2.3. tabula

Latvijas rādītāju izmaiņas *Doing Business* pētījumā 2011.gadam pret attiecīgajiem 2010.gada rādītājiem

Latvijas rādītāji <i>Doing Business</i> pētījumā	2010.gads	2011.gads	Izmaiņas
Uzņēmējdarbības uzsākšana	51	53	-2
Būvniecības atļaujas	77	79	-2
Kredītu reģistrs	6	6	0
Īpašuma reģistrācija	61	57	+4
Investoru tiesību aizsardzība	57	59	-2
Nodokļu maksāšana	56	59	-3
Pārrobežu tirdzniecība	16	16	0
Līgumu izpilde	14	14	0
Uzņēmējdarbības izbeigšana	89	80	+9
Kopējā vieta	27	24	+3

Pasaules Bankas pētījumā *Doing Business 2011* Latvija ierindojas 24. vietā starp 183 valstīm, novērtējot kopējo biznesa vides labvēlību. 2.3. tabulā redzamas izmaiņas Latvijas rādītājos salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Pateicoties reformām 2009. un 2010. gadā Latvija ir pakāpusies par 3 vietām salīdzinot ar 2010. gada *Doing Business* pētījumu.

Doing Business pēta 10 jomas, kas skar uzņēmējdarbības uzsākšanas posmus: uzņēmējdarbības uzsākšanu, būvniecības saskaņošanu, *darbinieku nodarbināšanu*, īpašuma reģistrēšanu, kredītu reģistrus, investoru aizsardzību, nodokļu maksāšanu, importa un eksporta procedūras, līgumsaistību izpildi un uzņēmējdarbības izbeigšanu. *Doing Business* pētījumā 2011.gadam nav ietverta "*darbinieku nodarbināšana*", jo tiek mainīta metodoloģija, lai rastu līdzsvaru starp elastīgumu un sociālo drošību.

Pētījumā tiek apskatīts procedūru skaits, ilgums, izmaksas, gan arī dažādi indeksi, kas sniedz skaidrāku priekšstatu potenciālajiem uzņēmējiem par uzņēmējdarbības uzsākšanas iespējām Latvijā.

Uzņēmējdarbības uzsākšana

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Uzņēmējdarbības uzsākšana	Procedūru skaits	5	5	5
	Ilgums (dienas)	16	16	16
	Izmaksas (% no IKP uz 1 iedzīvotāju)	1,5	2,1	2,3
	Minimālais pamatkapitāls (% no IKP uz 1 iedzīvotāju)	15,9	14,2	16,9
	Reitings	53	51	35

Jaunu uzņēmumu reģistrēšanas izmaksas nav dārgas, tās sastāda ap 100 ls un kopā tiek veiktas piecas procedūras: Dibināšanas līgums; Sabiedrības pamatkapitāla iemaksāšana; Reģistrācija Uzņēmumu reģistrā; Konta atvēršana bankā; Reģistrācija Valsts ieņēmumu dienestā PVN maksātāju reģistrā. [23]

Tomēr jāreķinās, ka, piemēram, sabiedrības ar ierobežotu atbildību dibināšanā jāatvēl 2000 Ls pamatkapitālam. No 2010. gada Latvijā atļauts reģistrēt mazkapitāla sabiedrību ar ierobežotu atbildību arī ar mazāku pamatkapitālu – pat 1 Ls, tomēr šādiem uzņēmumiem noteikta prasība 25% no ikgadējās peļņas atvēlēt obligātā rezervē. Šo naudu paredzēts izmantot saistību dzēšanai vai arī pamatkapitāla palielināšanai, lai ar laiku kompānija varētu kļūt par standarta SIA ar 2000 Ls pamatkapitālu. Minimālais kapitāls akciju sabiedrībām Latvijā ir 25 tūkst. Ls. [16]

2010.gada 1.maijā stājās spēkā grozījumi Komerclikumā, kas atvieglo uzņēmējdarbības veikšanu:

- 1) pagarināti valdes locekļu pilnvaru termiņi - noteikts beztermiņa pilnvaru termiņš sabiedrību ar ierobežotu atbildību amatpersonām, savukārt akciju sabiedrībām - pagarināts uz 5 gadiem;
- 2) kā pamatkapitālu apliecinošs dokuments der ne tikai bankas izsniegta izziņa;
- 3) nav jāiesniedz kapitālsabiedrību amatpersonu paraksta paraugi.

Tāpat no 2010.gada 1.jūnija nodrošināta iespēja vienlaikus ar pieteikumu par komersanta ierakstīšanu komercreģistrā iesniegt pieteikumu reģistrācijai PVN maksātāju reģistrā, nodrošināta uzņēmumu reģistrācijas apliecību izsniegšana elektroniski, kā arī samazināts dienu skaits reģistrācijai par PVN maksātāju no 15 uz 10 dienām.

Komerclikuma grozījumi, kas paredz iespēju dibināt SIA ar pamatkapitālu, kas ir mazāks par 2000 latiem, ir devuši būtisku stimulu ekonomiski aktīvo iedzīvotāju iesaistīšanai uzņēmējdarbībā. No 2010.gada maija līdz decembrim ieskaitot kopējais Komercreģistrā

reģistrētais samazinātā pamatkapitāla uzņēmumu skaits - 5179 SIA jeb 57% no kopējā reģistrēto SIA skaita minētajā periodā.

Tomēr jāņem vērā, ka saskaņā ar Doing Business metodoloģiju, tiek vērtētas procedūras, kas ir attiecināmas uz sabiedrību ar ierobežotu atbildību, kuras pamatkapitāls ir 2000 latu, tāpēc šis atvieglojums, lai arī ārkārtīgi būtisks uzņēmējdarbības uzsākšanas atvieglošanā, tomēr neietekmēs Latvijas rādītājus *Doing Business* pētījumā.

Neskatoties uz īstenotajām aktivitātēm, t.sk., pat uzlabojot Latvijas rādītāju uzņēmējdarbības uzsākšanas izmaksu ziņā, tomēr Latvija uzņēmējdarbības uzsākšanā ir zaudējusi *Doing Business* 2011.gada pētījumā pozīciju par 2 vietām, ierindojoties 53.vietā, kas skaidrojams ar citu dalībvalstu veiktajām reformām. Piemēram, Jaunzēlande joprojām saglabā 1.vietu, jo ir ieviesta uzņēmuma reģistrācija tiešsaistes režīmā, t.sk., nodevu apmaksa, PVN nodokļu maksāšanas statusa pieteikšana, (www.companies.govt.nz), tādējādi procesam atvēlot 1 dienu un 1 administratīvo prasību.

2.5. tabula

Būvniecības atļaujas

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Būvniecības atļaujas	Procedūru skaits	24	25	25
	Ilgums (dienas)	186	187	187
	Izmaksas (% no ienākuma uz 1 iedzīvotāju)	19,3	17,3	20,6
	Reitings	79	77	78

Būvniecības atļauju iegūšanas izmaksas ir apmēram 1200 Ls un sastāv no 24 procedūrām: Jāpieprasa arhitektūras plānošanas nosacījumi; Jāsaņem tehniskās prasības no Latvijas vides aģentūras - *veselības aizsardzības aģentūras, elektroenerģijas piegādātājiem; ūdens piegādes un kanalizācijas uzņēmumiem un no telefonsabiedrības*; Jāsaņem konstrukciju un dizaina apstiprinājums no dažādām aģentūrām, kuras izsniedz tehniskās prasības - *veselības aizsardzības aģentūras, elektroenerģijas piegādātājiem; ūdens piegādes un kanalizācijas uzņēmumiem, telefonsabiedrības un no ugunsdzēsības un glābšanas dienesta*; Jāsaņem galējais projekta apstiprinājums; Jāsaņem būvatļauja; Jānodrošina elektroapgāde; Jānodrošina ūdensapgāde un kanalizācija; Jānodrošina telefonlīnija; Jānodrošina veselības aizsardzības aģentūras inspekcija; Jānodrošina vides aizsardzības inspekcija; Jānodrošina ugunsdzēsības un glābšanas dienesta inspekcija; Jānodod būve ekspluatācijā; Jāsaņem īpašas valsts institūcijas novērtējums; Jānodrošina speciālas komisijas inspekcija; Jāreģistrē būve zemesgrāmatā. [19]

2010.gadā tika apstiprināts MK un pirmo reizi iesniegts Saeimā 2010.gada 6.jūnijā jaunais likumprojekts "Būvniecības likums", kas paredz vienkāršot būvniecības procesu un samazināt būvniecības saskaņošanas procedūru ilgumu: esošo 186 dienu un 24 procedūru vietā paredzētas 69 dienas un 6 procedūras, ierobežojot būvprojektu saskaņošanā iesaistīto valsts un pašvaldību institūciju skaitu un maksimāli patērējamo laiku. Tāpat paredzēts diferencēt prasības atkarībā no paredzamās būves. Plānots Būvniecības likumu iesniegt MK atkārtoti 2011.gada februārī.

Likuma projekts paredz atteikties no daudzajiem starplēmumiem, lai tuvinātos Pasaules Bankas pētījumā *Doing Business* minētajiem Dānijas rādītājiem – būvniecības saskaņošanai nepatērēt vairāk par 70 dienām. Tā mērķis ir mūsdienīgs būvniecības procesa tiesiskais regulējums, kas harmonizēs nacionālos normatīvus ar ES tiesību aktiem. Pašlaik spēkā esošais likums ir pieņemts 1995. gadā.

Būvatļauju saņemšanas jomā Latvija, salīdzinot ar saviem kaimiņiem, Lietuvu un Igauniju, *Doing Business* 2011.gada indeksā atradās vissliktākajā - 79.vietā. Būvniecības likumprojekta pieņemšana 2011.gadā būtiski uzlabos Latvijas būvniecības saskaņošanas procesa rādītājus *Doing Business* pētījumā.

Būvniecības likumprojekta pieņemšana ierindotu Latviju šajā jomā 1.vietā (t.i., par 78 vietām augstāk) un ceļot kopējo reitingu par 6 vietām (no 24.vietas uz 18.vietu) kopējā novērtējumā *Doing Business* 2011.gada rādītājos pie citiem nemainīgiem rādītājiem. Tādējādi Latvija būvniecības procesā būtu labākais piemērs pasaulē.

2.6. tabula

Nekustamā īpašuma reģistrācija

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Īpašuma reģistrācija	Procedūru skaits	6	6	7
	Ilgums (dienas)	42	45	50
	Izmaksas (% no īpašuma vērtības)	2,0	2,0	2,0
	Reitings	57	61	79

Nekustamā īpašuma reģistrācija sastāv no 6 procedūrām: Nosaukuma pārbaude; Jāsaņem ziņojums par nekustamā īpašuma nodokli; Jānoslēdz līgums par pašvaldības pirmpirkuma tiesībām; Ziņojums par pircēja akcionāriem; Jāiegūst notariāls apstiprinājums līgumam; Zemesgrāmatā jānorāda nekustamā īpašuma īpašnieka vārds. Kopējās izmaksas sastāda apmēram 72 Ls. [19]

Saskaņā ar likuma "Par nekustamā īpašuma nodokli" 9.panta trešo daļu un pārejas noteikumu 29. un 30.punktu ar 2010.gada 1.jūliju izziņa par samaksātu nekustamā īpašuma

nodokli zemesgrāmatu nodaļā vairs nav jāiesniedz. Zemesgrāmatu nodaļa par parādu neesamību pārliecinās tiešsaistes datu pārraides režīmā. Ja tiek konstatēts, ka par attiecīgo nekustamo īpašumu nodoklis nav pilnībā nomaksāts, reģistrācija tiek atteikta līdz nodokļa nomaksas brīdim. Ja pašvaldība nav nodrošinājusi zemesgrāmatu nodaļai iespēju pārliecināties par nodokļa parāda neesamību, tad zemesgrāmatā reģistrē īpašnieka maiņu bez pārliecināšanās.

Pateicoties nekustamā īpašuma nodokļa nomaksu tiešsaistes režīma ieviešanai zemesgrāmatu nodaļās, nekustamā īpašuma jomā Latvija ierindota 57.vietā, kas ir par 4 vietām augstāk salīdzinājumā ar *Doing Business* 2010.gada rādītāju.

Tāpat Likums "Par pašvaldībām", kas stājušies spēkā 2010.gada 1.oktobrī, nosaka, ka pašvaldībām pirmpirkuma tiesību izmantošanu turpmāk pamatojama ne tikai ar nepieciešamību šo īpašumu izmantot pašvaldību funkciju īstenošanai, bet arī ar šīs funkcijas īstenošanai attiecīgā nekustamajā īpašumā atbilstošiem teritorijas attīstības plānošanas dokumentiem. Tāpat precizēta vietējo pašvaldību pirmpirkuma tiesību izmantošanas kārtība un termiņi, t.sk., nosakot, ka izziņa par atteikumu izmantot pirmpirkuma tiesības tiek izsniegta 5 darba dienu laikā. Šobrīd *Doing Business* pētījumā ir identificētas 20 darba dienas lēmuma par atteikumu izmantot pirmpirkuma tiesības izsniegšanai. Minētie grozījumi vēl nav iekļauti *Doing Business* 2011.gada indeksā.

Grozījumi Likumā par pašvaldībām uzlabos *Doing Business* 2012.gada novērtējumu, iespējams paaugstinot Latvijas pozīciju par 10 vietām (no 57.vietas uz 47.vietu) un par 1 vietu (no 24.vietas uz 23.vietu) kopējā novērtējumā *Doing Business* 2011.gada rādītājos pie citiem nemainīgiem rādītājiem.

2.7. tabula

Kredītu reģistrs

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Kredītu reģistrs	Tiesību apjoma koeficients (0-10)	9	9	9
	Kredītu informācijas indekss (0-6)	5	5	4
	Publisko kredītreģistru segums (% no pieaugušo iedzīvotāju kopskaita)	57,2	46,5	3,7
	Privāto kredītreģistru segums (% no pieaugušo iedzīvotāju kopskaita)	0,0	0,0	0,0
	Reitings	6	6	12

Latvijas rādītājs *Doing Business* 2011.gadam kredītu reģistra jomā joprojām ir viens no vislabākajiem pasaulē, ierindojot to 6.vietā aiz Malaizijas, Lielbritānijas, Jaunzēlandes un ieņemot vienādas pozīcijas ar Amerikas Savienotajām Valstīm, Singapūru un Izraēlu.

Latvijā Kredītu reģistrs izveidots saskaņā ar Kredītiestāžu likuma, Krājaizdevu sabiedrību likuma, Apdrošināšanas sabiedrību un to uzraudzības likuma, un Latvijas Bankas Kredītu reģistra noteikumu, Maksas par Kredītu reģistra izmantošanu apmēra un maksāšanas kārtības un Noteikumu elektroniskai informācijas apmaiņai ar Latvijas Banku prasībām. Kredītu reģistrs izveidots, ievērojot Latvijas Republikas MK 2007.gada 6.marta sēdē atbalstīto Finanšu ministrijas "Ziņojumu par patēriņa cenu inflācijas attīstību un samazināšanas priekšlikumiem".

Kredītu reģistru uztur un ziņas no tā sniedz Latvijas Bankas Maksājumu sistēmu pārvalde. Šajā reģistrā ir informācija par visiem fizisko un juridisku personu kredītiem (hipotēku kredītu, kredītu patēriņa preču iegādei, norēķinu karšu kredītu, finanšu līzingu, kredītu apgrozāmo līdzekļu palielināšanai, operatīvo līzingu un faktoringu u.c.), sniegtajiem galvojumiem un citām saistībām (pēc kredītsaistību nokārtošanas ziņas par personu un viņa agrākajām saistībām saglabājas).

Visas Latvijas Republikā reģistrētās bankas un ārvalstu banku filiāles, to meitas sabiedrības, kas sniedz ar kredītrisku saistītus finanšu pakalpojumus, krājaizdevu sabiedrības un apdrošināšanas sabiedrības ir Kredītu reģistra dalībnieki. 2010.gada 21.decembrī reģistrā ir reģistrēti 96 dalībnieki.

Kredītu reģistra dalībnieki ievada ziņas par katru izsniegtu aizdevumu/saistību, kā arī Kredītu reģistrā automātiski reģistrēta parādnieku informācija, kura līdz tam bija reģistrēta Parādnieku reģistrā. Kredītu reģistra informācija ir pieejama tā dalībniekiem, Finanšu un kapitāla tirgus komisijai, Latvijas Bankai un aizņēmējiem (tikai par sevi). Dalībnieki par saviem aizņēmējiem saņem pilnu informāciju, bet par citiem aizņēmējiem - ierobežotu.

2.8. tabula

Investoru aizsardzība

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Investoru tiesību aizsardzība	Darījumu caurspīdīguma indekss (0-10)	5	5	5
	Direktora atbildības indekss (0-10)	4	4	4
	Akcionāru tiesību indekss (0-10)	8	8	8
	Investoru tiesību aizsardzības indekss (0-10)	5,7	5,7	5,7
	Reitings	59	57	53

Latvijā darījumu caurspīdīgumu, uzņēmēju atbildību un tiesības, kā arī investoru tiesību aizsardzību regulē Komerclikums, Gada pārskatu likums, Finanšu instrumentu tirgus likums un Civillikuma normas.

Kā uzrāda *Doing Business* metodoloģija, tad Latvijas vieta pēdējos gados ir būtiski pasliktinājusies - kopumā ir zaudētas 6 vietas 2 gadu laikā, Latviju *Doing Business* 2011.gada pētījumā ierindojoš 59.vietā, kas skaidrojams ar citu valstu pasākumiem investīciju vides uzlabošanā.

2.9. tabula

Nodokļu administrēšana

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Nodokļi	Maksājumu skaits	7	7	7
	Ilgums (stundas)	293	279	279
	Kopējā nodokļu likme (% no peļņas)	38,5	38,5	33,0
	Reitings	59	56	37

Vidējam uzņēmumam Latvijā ir jānomaksā šādi nodokļi: Pievienotās vērtības nodoklis; Dienesta auto nodoklis; Degvielas nodoklis (kurš jau ir iekļaus degvielas cenā); Vides nodoklis; Nekustamā īpašuma nodoklis; Uzņēmuma ienākumu nodoklis; Sociālās apdrošināšanas iemaksas. [19]

Nodokļu administrēšanas vienkāršošanā 2010.gada 1.septembrī ir stājies spēkā Mikrouzņēmumu nodokļa likums, kas nosaka iespēju mikrouzņēmumiem pieteikties iegūt mikrouzņēmuma nodokļa maksātāja statusu un tā saimnieciskajai darbībai piemērot 9% likmi, kas ir galīgs maksājums. Šī stimula ieviešana, pēc Valsts ieņēmumu dienesta sniegtajiem datiem, veicinājusi 2733 jaunu uzņēmumu - mikrouzņēmumu nodokļa maksātāju - reģistrēšanu (VID dati uz 2011.gada 5.janvāri).

Lai gan likums ir absolūti inovatīvs uzņēmējdarbības veicināšanai, jāatzīmē, ka Mikrouzņēmumu nodokļa ieviešana neatstās ietekmi uz Latvijas vietu *Doing Business* pētījumā, jo saskaņā ar pētījuma metodoloģiju tiek vērtētas reformas, kas attiecināmas uz "parastu" uzņēmumu.

Latvija *Doing Business* 2011.gada rādītājos nodokļu administrēšanas jomā ir ierindojusies 59.vietā starp visām pasaules valstīm, kas ir par 3 pozīcijām zemāk nekā gadu iepriekš.

Jānorāda, ka sākot ar 2011.gada 1.janvāri nodokļu un informatīvās deklarācijas VID ir jāiesniedz tikai elektroniski, izmantojot Elektroniskās deklarēšanas sistēmu, tādējādi samazināsies uzņēmumu nodokļu saistību izpildei patērētais laiks.

Pārrobežu tirdzniecība (muita)

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Ārējā tirdzniecība	Eksporta veikšanai nepieciešamo dokumentu skaits	5	5	5
	Eksporta veikšanai nepieciešamais laiks (dienas)	10	13	13
	Maksa standarta partijai eksportam (ASV \$ par konteineru)	600	600	900
	Importa veikšanai nepieciešamo dokumentu skaits	6	6	6
	Importa veikšanai nepieciešamais laiks (dienas)	11	12	12
	Maksa standarta partijai importam (ASV \$ par konteineru)	801	801	850
	Reitings	16	16	17

Pārrobežu tirdzniecības jomā pateicoties elektronisko muitas deklarēšanas sistēmas ieviešanai, tādējādi samazinot laiku, kas nepieciešams eksporta-importa procedūru veikšanai, *Doing Business* 2011.gadam Latvija saglabāja 16.vietu. Minētās sistēmas ieviešana ir atzīta par būtiskām reformām uzņēmējdarbības veicināšanai.

Līgumu izpilde

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Līgumu izpilde	Procedūru skaits	27	27	27
	Ilgums (dienas)	309	309	279
	Izmaksas (% no prasības apjoma)	23,1	23,1	16,0
	Reitings	14	15	2

Latvijā līgumu izpildes jomu regulē Civilprocesa likums, Administratīvā procesa likums, Administratīvā procesa pārkāpumu kodekss, Maksātnespējas likums, Komerclikums un citi normatīvie akti.

Doing Business 2011.gadam līgumu izpildes jomā Latvija ir uzlabojusi savu rādītāju par 1 vietu, pakāpjoties no 15.vietas uz 14.vietu.

Saskaņā ar *Doing Business* aprakstīto metodoloģiju, prasītājs tiesā iesniedz pieteikumu par zaudējumu un parādu piedziņu (pircējs nav samaksājis par piegādāto precī). Atbilstoši Tiesu administrācijas statistikas datiem, tiesa pieteikumu skata no 8,5 līdz 18 mēnešiem.

Uzņēmējdarbības izbeigšana

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Uzņēmējdarbības izbeigšana	Maksātnespējas procesa ilgums (gadi)	3	3	3
	Procesa izmaksas (% no īpašuma vērtības)	13	13	13
	Apmierināto prasību koeficients (centi no 1 dolāra)	31,9	29,0	29,0
	Reitings	80	89	89

2009.gadā 1.jūnijā tika veikti grozījumi bijušajā Maksātnespējas likumā (līdz 2010.gada 1.novembrim spēkā esošs), kas vērstas uz maksātnespējas procesu pieejamību, ātrumu, vienkāršību un efektivitāti, paredzot, ka juridiskajām personām maksātnespējas situācijās ir iespēja izmantot divus procesus: tiesiskā aizsardzības procesu un juridiskās personas maksātnespējas procesu. Pateicoties minēto grozījumu ieviešanai, uzņēmējdarbības izbeigšanas jomā Latvija ir pakāpusies par 9 vietām, ierindojoties 80.vietā *Doing Business* rādītājos 2011.gadam.

2010.gada 1.novembrī stājies spēkā jaunais Maksātnespējas likums, kas ir plašāks un vienlīdz labvēlīgs visiem komersantiem neatkarīgi no to juridiskā statusa. Prognozējams, ka *Doing Business* rādītāju par maksātnespējas procesa garumu, izmaksas un apmierināto prasību koeficientu ietekmēs tādi Maksātnespējas likuma uzlabojumi kā:

- 1) samazināts termiņš maksātnespējas procesa pieteikuma izskatīšanai un tiesas sprieduma pasludināšanai,
- 2) nav paredzēta maksātnespējas ierosināšana kā patstāvīga procesuālā stadija un līdz ar to iespējams nodrošināt, ka lieta tiek izskatīta vienas tiesas sēdes laikā;
- 3) vairs nav paredzēts "bilances tests", kā rezultātā samazinās tiesai vērtējamo jautājumu loks;
- 4) nav paredzēta nepieciešamība iecelt administratoru pēc maksātnespējas procesa pieteikuma saņemšanas tiesā un administratora pienākumu vērtēt, vai parādnieks ir atzīstams par maksātnespējīgu;
- 5) visiem kreditoriem ir noteikts 1 mēnesis kreditoru prasījumu pieteikšanai, kā arī nav nepieciešams obligāti sasaukt pirmo, kārtējo un noslēguma kreditoru sapulci;
- 6) noteikts termiņš 2 mēneši parādnieka mantas pārdošanas plāna sastādīšanai un noteikts, ka visa parādnieka manta pārdodama 6 mēnešu laikā pēc maksātnespējas procesa pasludināšanas - iepriekš termiņš netika paredzēts, pieļaujot mantas pārdošanas procedūras novilcināšanu;

7) nav paredzēta sanācijas vai izlīguma iespējamība maksātnespējas procesā;

8) ar juridiskās personas maksātnespējas procesa nodrošināšanu saistītie šā procesa izdevumi nedrīkst pārsniegt 5 % apmēru no parādnieka aktīvu atsavināšanas ieņēmumu kopsummas - iepriekš šāds ierobežojums netika paredzēts;

9) pieļauta parādnieka mantas pārdošana arī bez izsoles, lai pēc iespējas ātrāk un dārgāk pārdot mantu, kā arī neieķīlātās mantas izsoles procedūra ir saīsināta;

10) noteikts, ka administratoram jāizvērtē iespēju pārdot parādnieka uzņēmumu kopumā, tādējādi sekmējot lielāku atgūstamo kopējo līdzekļu apjomu.

Saskaņā ar Maksātnespējas likumu maksātnespējas process sākas ar tā pasludināšanu (tiesas spriedums) un beidzas ar tā tiesas lēmumu par tā izbeigšanu, savukārt *Doing Business* metodoloģija paredz, ka maksātnespējas process sākas ar brīdinājuma iesniegšanu.

Tomēr tas būtiski neietekmē maksātnespējas procesa kopējo novērtējuma uzlabošanos. Kopumā aplēšot maksātnespējas ilgumu, paredzams, ka tas samazināts no *Doing Business* 2011.gadam uzrādītajiem 3 gadiem līdz aptuveni 1 gadam un 1 mēnesim. Tāpat procesa izmaksas sastāda uz pusi mazāku summu - aptuveni 7% līdzšinējo 13 % vietā. Kā arī plānojams, ka apmierināto prasību koeficients varētu pieaugt par 50%.

Pateicoties jaunā Maksātnespējas likuma ieviešanai, Latvijas pozīcijas uzņēmējdarbības izbeigšanas jomā varētu paaugstināties par 50 vietām (no 80.vietas uz 30.vietu) un kopējā novērtējumā par 4 vietām (no 24.vietas uz 20.vietu) 2011.gada *Doing Business* rādītājos pie citiem nemainīgiem rādītājiem.

2.13. tabula

Darbinieku nodarbināšana

Joma	<i>Doing Business</i> rādītāji	2011.gads	2010.gads	2009.gads
Darba tiesisko attiecību regulēšana	Darbā pieņemšanas indekss (0-100)	Nav datu	50	50
	Darba laika elastīguma indekss (0-100)	Nav datu	40	40
	Atlaišanas no darba indekss (0-100)	Nav datu	40	40
	Nodarbināšanas elastīguma indekss (0-100)	Nav datu	43	43
	Atlaišanas izmaksas (apmaksātās darba nedēļas)	Nav datu	17	17
	Reitings	Nav datu	128	125

Doing Business pētījumā 2011.gadam nav ietverta "*darbinieku nodarbināšana*", jo tiek mainīta metodoloģija, lai rastu līdzsvaru starp elastīgumu un sociālo drošību. Šīs jomas rādītāji tiks iekļauti nākamajā *Doing Business* 2012.gadam pētījumā.

Latvijas darba tiesības regulējošie normatīvajos aktos noteiktās administratīvās prasības *Doing Business* 2010. gadā ierindoja Latviju 128.vietā pasaulē, kas ir par 3 vietām zemāk nekā 2009.gadā.

2.3. Uzņēmējdarbības formas Latvijā

Ar uzņēmējdarbības vides raksturojumu vien nepietiek, lai uzsāktu savu biznesu iecerētajā reģionā. Ir jāizpēta un jānoskaidro kādas uzņēmējdarbības formas konkrētajā valstī ir pieņemtas. Latvijas uzņēmējdarbības veikšanu regulē Komerclikums. [24] Komerclikums paredz šādas uzņēmējdarbības formas jeb komersanta veidus: pašnodarbināta persona, individuālais komersants, personālsabiedrība un kapitālsabiedrība.

Pašnodarbināta persona: Pašnodarbinātā persona ir persona, kas veic saimniecisko darbību un ir reģistrēta kā pašnodarbinātā persona. Reģistrēties var dzīvesvietas Valsts ieņēmumu dienesta teritoriālajā iestādē. Tai nav juridiskā statusa un noteikta pamatkapitāla, dibinātāju skaits ir 1 un dibinātājs atbild ar visu savu mantu. Saimnieciskā darbība ir jebkura sistemātiska, patstāvīga darbība par atlīdzību. Saimnieciskā darbība, piemēram, ir ar uzņēmuma līguma izpildi saistīta darbība, nekustamā īpašuma apsaimniekošana, arī personas īpašumā esošas piemājas saimniecības darbība. Saimnieciskā darbība ir arī profesionālu pakalpojumu sniegšana, ja nav darba attiecības ar tiem, kam sniedzat pakalpojumus. Tā ir, piemēram, zinātniskā, literārā, pasniedzēja, aktiera, režisora, ārsta, zvērināta advokāta, zvērināta revidenta, zvērināta notāra, zvērināta mērnika, zvērināta taksatora, mākslinieka, komponista, mūziķa, konsultanta, inženiera vai arhitekta darbība.

Individuālais komersants: Individuālais komersants ir fiziska persona, kura veic saimniecisko darbību, un kura kā individuālais komersants ierakstīta komercreģistrā. Individuālais komersants par savām saistībām atbild ar visu savu mantu, dibinātāju skaits ir 1 un tai nav juridiskā statusa un noteikta pamatkapitāla. Fiziskajai personai, kas veic saimniecisko darbību, ir pienākums pieteikt sevi ierakstīšanai komercreģistrā kā individuālo komersantu, ja gada apgrozījums no tās veiktās saimnieciskās darbības pārsniedz 200 000 latu vai arī tās veiktā saimnieciskā darbība atbilst abām šādām pazīmēm: gada apgrozījums no šīs darbības pārsniedz 20 000 latu; tā savas saimnieciskās darbības veikšanai nodarbina vienlaikus vairāk nekā piecus darbiniekus.

Personālsabiedrība: Personālsabiedrība ir komercsabiedrība, kura tiek dibināta komercdarbības veikšanai, izmantojot kopīgu firmu (nosaukumu) un kurā uz sabiedrības līguma pamata, apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri). Personālsabiedrībai nav juridiskās personas statuss, taču tai ir tiesībspēja, t.i., tā, izmantojot savu firmu (nosaukumu) var iegūt tiesības un uzņemties saistības, iegūt īpašuma un citas lietu tiesības, kā arī būt prasītāja un atbildētāja tiesā. Piedziņu uz sabiedrības mantu var vērst tikai pēc tiesas nolēmuma lietā, kurā atbildētāja ir sabiedrība. Par personālsabiedrības biedru var būt tikai fiziska vai juridiska persona. Par personālsabiedrības biedru nevar būt personālsabiedrība vai līgumsabiedrība.

Atkarībā no tā, vai visi personālsabiedrības biedri neierobežoti atbild par sabiedrības saistībām vai arī kāda personālsabiedrības biedra atbildība pret personālsabiedrības kreditoriem ir ierobežota, personālsabiedrības iedalās pilnsabiedrībās un komandītsabiedrībās.

Pilnsabiedrība: Pilnsabiedrība ir personālsabiedrība, kuras mērķis ir komercdarbības veikšana, izmantojot kopīgu firmu, un kurā uz sabiedrības līguma pamata, neierobežojot savu atbildību pret pilnsabiedrības kreditoriem, apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri). Visi pilnsabiedrības biedri nes neierobežotu atbildību pret pilnsabiedrības kreditoriem kā kopparādnieki personiski ar visu savu mantu.

Komandītsabiedrība: Komandītsabiedrība ir personālsabiedrība, kuras mērķis ir komercdarbības veikšana, izmantojot kopēju firmu, un kurā uz sabiedrības līguma pamata apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri), ja vismaz viena sabiedrības biedra (komandīta) atbildība attiecībā uz sabiedrības kreditoriem ir ierobežota ar viņa ieguldījuma apmēru, bet pārējo personiski atbildīgo sabiedrības biedru (komplementāru) atbildība nav ierobežota. Komandītsabiedrībā vismaz viena biedra (komandīta) atbildība attiecībā uz sabiedrības kreditoriem ir ierobežota ar viņa ieguldījuma apmēru, bet pārējo biedru (komplementāru) atbildība nav ierobežota.[24]

Kapitālsabiedrība: Kapitālsabiedrība ir komercsabiedrība, kuras pamatkapitāls sastāv no pamatkapitāla daļu vai akciju nominālvērtību kopsummas. Tātad būtiskākais kapitālsabiedrības elements ir pamatkapitāls, bez kura izveidošanas kapitālsabiedrību nevar nodibināt. Kapitālsabiedrība ir juridiska persona un tās dalībnieki (akcionāri) atšķirībā no personālsabiedrības biedriem neatbild par sabiedrības saistībām, līdz ar ko kapitālsabiedrības kreditori nevar vērst savas prasības pret dalībniekiem (akcionāriem). Kapitālsabiedrību atšķirībā no personālsabiedrības var dibināt arī viena persona. Kapitālsabiedrību var dibināt fiziska vai juridiska persona, kā arī personālsabiedrība.

Kapitālsabiedrības iedala sabiedrībās ar ierobežotu atbildību (SIA) un akciju sabiedrībās (AS). Ir paredzēti arī izņēmumi, kad kapitālsabiedrību var nodibināt kā sabiedrību

ar papildu atbildību, kurā vismaz viens dalībnieks (akcionārs) par sabiedrības saistībām atbild personiski ar visu savu mantu. Sabiedrību ar papildu atbildību var dibināt gan kā slēgtu sabiedrību, gan arī kā atklātu sabiedrību.[24]

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību ir slēgta sabiedrība, kuras daļas nav publiskās apgrozības objekts. Sabiedrība ir juridiska persona. SIA pamatkapitāls ir 1/2000 Ls un valsts nodeva par SIA reģistrāciju ir 100 latu.

Akciju sabiedrība ir atklāta sabiedrība, kuras daļas (akcijas) var būt publiskās apgrozības objekts. Sabiedrība ir juridiska persona. AS pamatkapitāls ir 25 000 Ls un valsts nodeva par AS reģistrāciju ir 250 latu.

2.4. Mēbeļu furnitūras tirgus analīze

Uzņēmuma vadīšanā viena no būtiskām operācijām ir tirgus un tā ietilpības novērtēšana. Ja uzņēmumam iesācējam vai uzņēmumam, kas darbojas jau ilgāku laiku, precīzi jānosaka savs mērķis un atbilstīgi tam jāizstrādā šā mērķa sasniegšanai atbilstīga stratēģija, tad uzņēmumam jāzina, cik liels ir tirgus. Tātad jāzina tirgus ietilpība (pašreizējais pieprasījums) un tā dinamika (tendences tirgū, potenciālā izaugsme). Tirgus ietilpība ir iespējamais produkta pārdošanas apjoms, kas atkarīgs no pircēju pieprasījuma un produktu piedāvājuma mijiedarbības.

Pirmkārt, tirgus ietilpības novērtēšana ir viens no nosacījumiem, lai novērtētu tirgus ekonomisko pievilcīgumu un pieņemtu lēmumu, cik pamatota varētu būt īsākā vai garākā laika periodā darbība konkrētajā tirgū.

Otrkārt, tirgus ietilpība (gan faktiskā, gan potenciālā) jāsalīdzina ar uzņēmuma iespējām (tehniskām, finansiālām, materiālām, darbaspēka) ražot un pārdot konkrēto produktu pircēju prasībām atbilstīgā kvalitātē un viņiem vajadzīgā daudzumā, kā arī sortimentā.

Treškārt, jāizsver uzņēmuma iespējas nepieciešamības gadījumā samazināt ražošanas izmaksas, lai būtu iespējams variēt ar cenu.

Ceturtkārt, jānovērtē, vai būs nepieciešama pēcpārdošanas apkalpošana un cik tā varētu izmaksāt.

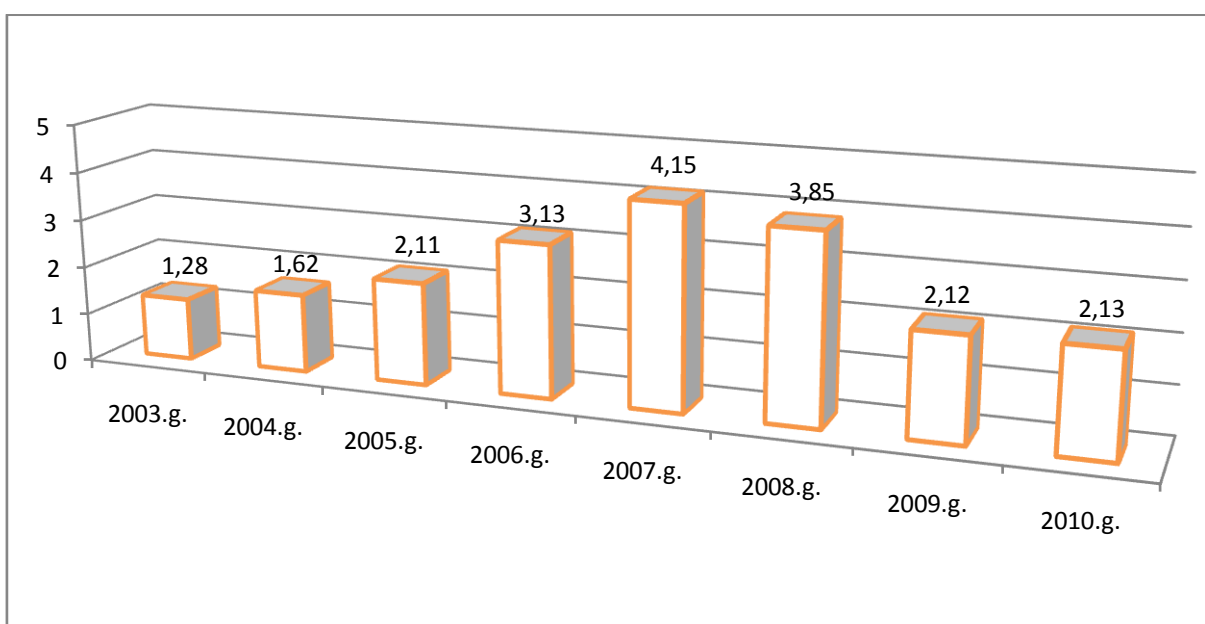
Piektkārt, ņemot vērā uzņēmuma stratēģisko mērķi un naudas plūsmu, jāpieņem lēmums par darbošanos tirgū, precizējot savu mērķa segmentu vai pat nišu un plānojot pārdošanas apjomus, vietu, laiku, cenu, reklāmu un citus mārketinga kompleksa elementus.

[9.69.lpp]

Lai izpētītu mēbeļu furnitūras tirgu Latvijā, tika apkopoti dati par visiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem Latvijā. Kopumā Latvijā ir 33 mēbeļu furnitūras tirgotāji un vairākums no tiem atrodas Rīgā – 25 uzņēmumi. Tika apskatīti 3 Rīgas uzņēmumi, kā arī 1 Jelgavā esošs uzņēmums un analizēta to darbība par pēdējiem 2-4 gadiem. Mēbeļu furnitūras tirgotāju lielākie klienti nenoliedzami ir mēbeļu ražotāji, jo mēbeles bez aksesuāriem, rokturiem, skrūvēm un eņģēm nav iespējams pagatavot.

Mēbeļu ražošanas jauda salīdzinājumā ar 2007.gadu kritusies trīs reizes - tieši tik, par cik samazinājies vietējā tirgus apgrozījums. 2007.gadā Latvijas tirgū mēbeles tika realizētas 118 miljonu latu vērtībā, turpretī 2009. un 2010.gadā - tikai 42 miljonu latu vērtībā. Mēbeļu eksports salīdzinājumā ar pirmskrīzes laiku līdz šim brīdim samazinājies par aptuveni 45% (līdz ~45 miljoniem latu). Turklāt kopš 2007.gada kopumā savu darbību Latvijā pārtraukuši 48 mēbeļu ražotā. Kā tas ir ietekmējis mēbeļu tirgotājus Latvijā ? Tas tika noskaidrots analizējot mēbeļu furnitūras tirgus dalībnieku finanšu rādītājus. [27]

Viens no lielākajiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem Latvijā ir SIA „AM Furnitūra”, kurš atrodas Rīgā, Gaujas ielā 5. Vadošais mēbeļu un durvju furnitūras tirdzniecības uzņēmums Latvijā „AM Furnitūra” piedāvā visplašāko mēbeļu un durvju furnitūras sortimentu, sākot ar skrūvēm, virām un vadotnēm, līdz pat sarežģītiem un ekskluzīviem materiāliem un furnitūras, ko izmanto mēbeļu ražošanā un interjera papildināšanā. Uzņēmums Latvijas tirgū ienāca 1998. gada jūnijā. Kopš 1998.gada uzņēmums ir strauji attīstījies un šobrīd ir viens no vadošajiem uzņēmumiem mēbeļu un durvju furnitūras nozarē Latvijā. [13]



2.5. att. AM Furnitūra apgrozījums (milj. Ls)

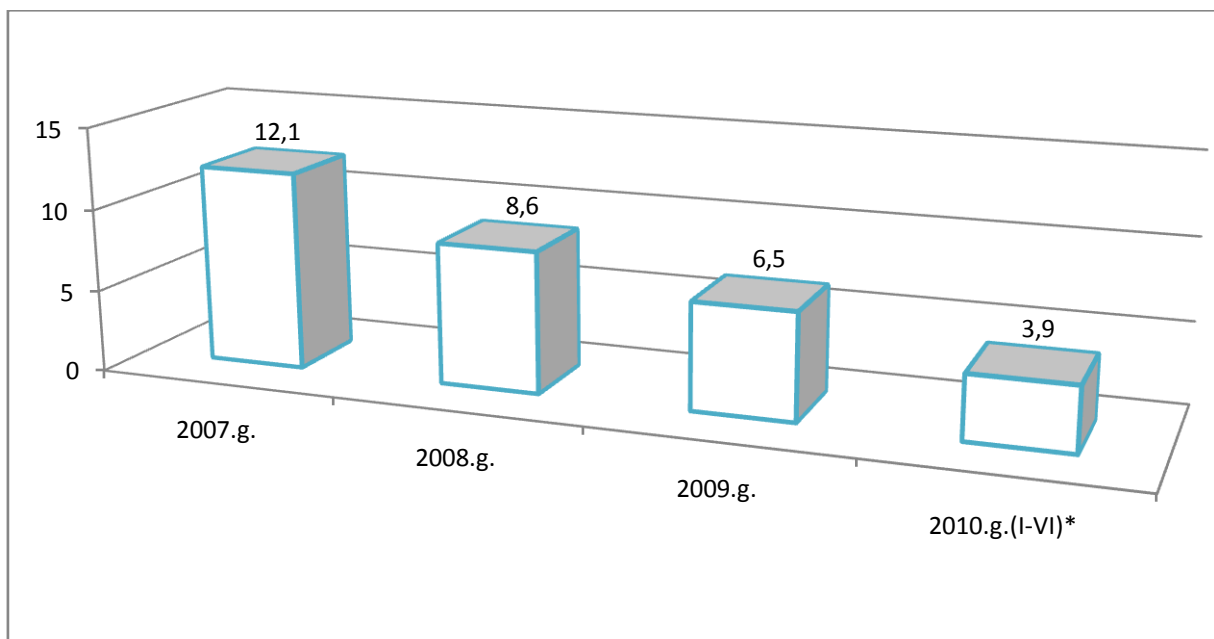
Līdz pat 2007. gadam mēbeļu furnitūras tirgotāja "AM furnitūra" apgrozījums ar katru gadu pieaudzis. Uzņēmums 2007.gadā strādāja ar 4,153 miljonu latu apgrozījumu un guva 232,6 tūkstošu latu peļņu, bet 2008 strādāja ar 3,848 miljonu latu apgrozījumu, kas bija par 7% mazāk nekā gadu iepriekš, savukārt peļņa bija 2,2 reizes mazāka salīdzinājumā ar 2007.gadu – 105 tūkstoši latu. Šis kritums saistīts ar ekonomisko krīzi, kura aizsākās 2008. gadā. Uzņēmums turpmākajā darbībā piedzīvoja vēl lielāku apgrozījuma samazināšanos, strādājot jau ar zaudējumiem. 2009. gadu uzņēmums noslēdza ar 2,126 miljonu latu apgrozījumu un 95,9 tūkstošu latu lieliem zaudējumiem. Tas uzņēmuma vadībai lika meklēt iespējas samazināt uzņēmuma izdevumus, kas noveda pie darbinieku skaita un darba algu samazināšanas. Līdz ar nelielām reformām, 2010. gadu uzņēmums noslēdza ar 2,134 miljonu latu apgrozījumu un strādāja ar 68,9 tūkstošu latu lielu peļņu.

„AM Furnitūra” lielākie klienti ir mēbeļu ražotāji, kuri iegādājas furnitūru mēbeļu un dažādu pasūtījumu ražošanai. Tādējādi, ja mēbeļu ražošanas apjomi Latvijā samazinās, arī „AM Furnitūra” produkcijas pieprasījums samazināsies. Mēbeļu ražošanas izmaksas vistiešākā veidā ietekmē elektroenerģijas, siltuma, gāzes un degvielas cenas, kas nepārtraukti aug. Tā 2009. gadā salīdzinājumā ar 2000. gadu cenas benzīnam cēlušās 1,7 reizes, dīzeļdegvielai un elektroenerģijai 1,9 reizes. 2010. gadā lielu iespaidu uz ražošanas izmaksām atstājusi arī akcīzes nodokļa ieviešana gāzei. Līdz ar to mēbeļu ražošanas izmaksu pieaugums 2010. gadā sasniedzis 8,5%.

Otra grupa ir būvniecības firmas, kuras nodarbojas ar dzīvokļu un māju remontiem un interjera izbūvēšanu. Iepriekšējos gados, kad strauji attīstījās nekustamo īpašumu tirgus, tika iegādāti un labiekārtoti gan dzīvokļi, gan mājas. Protams, mēbeļu furnitūras pieprasījums auga.

Pārējie ir individuālie un patstāvīgie klienti, kuri iegādājas furnitūru savam mājoklim, vai vienkārši aizstājot salūzušās detaļas.

Viens no „AM Furnitūra” lielākajiem klientiem SIA **„Daiļrade Koks”** ir moderns mēbeļu ražošanas uzņēmums, kas strādā ar jaunajām tehnoloģijām un materiāliem. Uzņēmums nodarbojas arī ar mēbeļu furnitūras tirdzniecību. SIA „Daiļrade Koks” dibināta 1994. gadā un šobrīd kļuvusi par vienu no vadošajiem mēbeļu ražošanas uzņēmumiem Latvijā. Uzņēmuma mēbeļu ražošana notiek četrās ražotnēs, viena no tām atrodas Rīgā, Čiekurkalna 1. līnijā 11. [18]



2.6. att. Daiļrade koks apgrozījums (milj. Ls) (*2010.g. dati par pirmo pusgadu)

"Daiļrade koks" apgrozījums 2010. gada pirmajā pusgadā bijis 3,9 miljoni latu, pērn šajā pašā laika posmā uzņēmums apgrozījis 2,99 miljonus latu. Arī koncerna meitasuzņēmuma SIA "Valmieras mēbeles" apgrozījums pieaudzis par 15% – no 1,05 miljoniem latu līdz 1,2 miljoniem latu, turklāt abi uzņēmumi strādājuši ar peļņu.

"Apgrozījuma pieaugumu var skaidrot ar to, ka eksports aug un uzņēmumam rodas jauni klienti. Atgriezās arī iepriekšējie klienti – preču pasta katalogi, kas bija pievērsušies sadarbībai ar Austrumu mēbeļu ražotājiem, taču nu atkal sadarbojas ar mums," stāsta uzņēmuma valdes priekšsēdētājs Andris Jansons. Uzņēmuma valdes priekšsēdētājs arī skaidro, ka konkurētspējas atgūšanas pamatā ir darbinieku samazinātās algas un kokmateriālu cenu kritums.

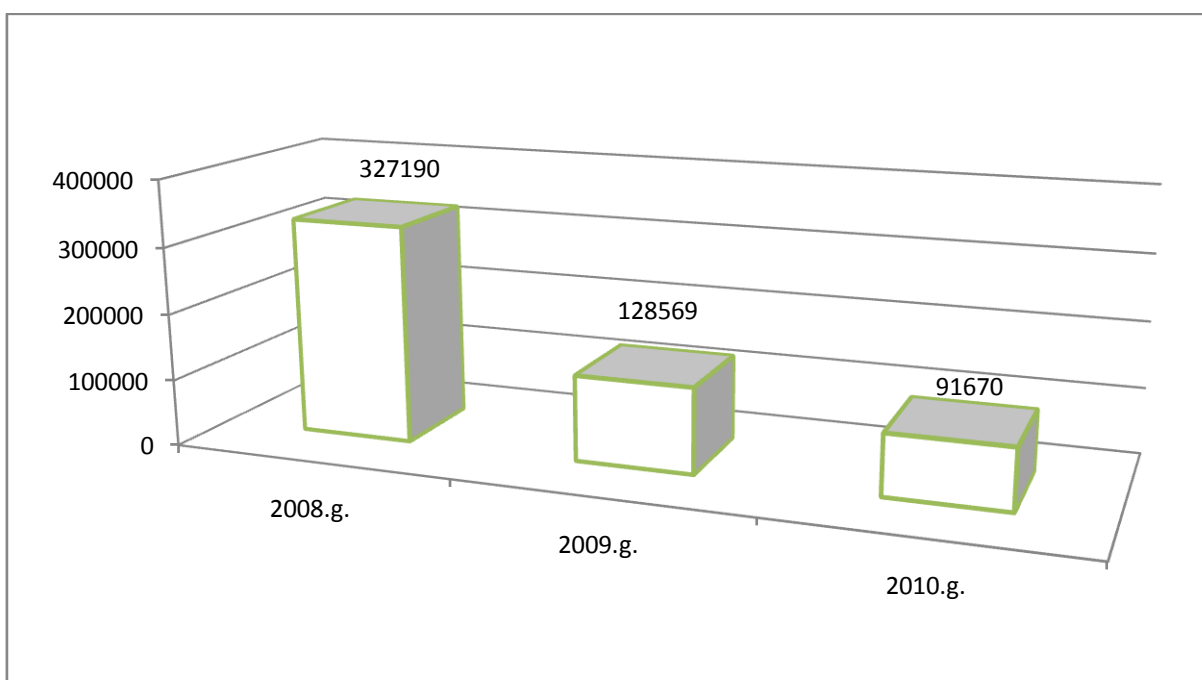
"Daiļrade koks" 2009. gadā strādāja ar 6,5 miljonu latu apgrozījumu un 19 000 latu peļņu. Uzņēmums 2008.gadā strādāja ar 52 000 latu zaudējumiem un 8,6 miljonu latu apgrozījumu. Tas ir par 11,3% mazāk nekā 2007.gadā, kad koncerna apgrozījums bija 12,1 miljons latu.

2009. gads SIA "Daiļrade Koks" bijis samērā veiksmīgs, jo, neskatoties uz dziļu ekonomisko recesiju galvenajos noieta tirgos un apgrozījuma samazināšanos par 24.5%, izdevies nostabilizēt uzņēmuma saimniecisko darbību un pārskata gadu noslēgt pat ar nelielu peļņu. Tas panākts galvenokārt pateicoties spējai strauji pielāgoties apstākļiem, optimizējot izmaksas un paaugstinot ražošanas efektivitāti. Lielu atspaidu deva arī atsevišķu izejmateriālu un pakalpojumu cenu samazināšanās, kā arī darbaspēka izmaksu kritums. Tomēr galvenais panākuma pamats ir uzņēmuma tālredzīgā pārdošanas un attīstības politika vairāku gadu

garumā, kas sāk dot augļus. Šeit var minēt gan apzināti paciestos zaudējumus pēdējos trijos gados klientu noturēšanas vārdā, gan ļoti pamatoto lēmumu attīstīt vietējā tirgus pārdošanu, paplašinot veikalu Čiekurs (pārdošanas apjoma kritums pret 2008. gadu ir tikai 10%), gan plānveidīgos ieguldījumus jaunu dizaina produktu attīstībā un pārdošanā.

Runājot par uzņēmuma tālākās attīstības perspektīvu tuvākajos gados jāsaprāt, ka valda piesardzīgs optimisms. Tas pamatojas uz to, ka uzņēmums ir veicis lielu darbu pie iekšējās sakārtošanās, pārskatot visus procesus nolūkā rast rezerves, principiāli ir izmainīts un padarīts tehnoloģisks darbs pie jaunu dizaina projektu izstrādes, praksē ieviestas jaunas metodes darbā ar klientiem, lai paaugstinātu to apmierinātību. Nepārtraukti notiek darbs pie uzņēmuma konkurētspējas uzlabošanas, paaugstinot darba ražīgumu un tādējādi samazinot produkcijas pašizmaksu. Optimismu nedaudz atvēsina notiekošais pašmāju tirgū - šeit ar prognozēm jābūt piesardzīgiem, ņemot vērā neskaidro politisko situāciju un sarūkošo iedzīvotāju maksātspēju. Jebkurā gadījumā uzņēmuma vadība prognozē, ka vietējā tirgū jāērēķinās ar apjomu kritumu un konkurences pastiprināšanos, taču kopumā plānots, ka uzņēmuma apgrozījums pieaugs par 10-15% pret iepriekšējo gadu, vēl gan nesasniedzot 2008. gada apjomu. Arī uzņēmuma peļņa tiek plānota būtiski lielāka nekā pārskata gadā.

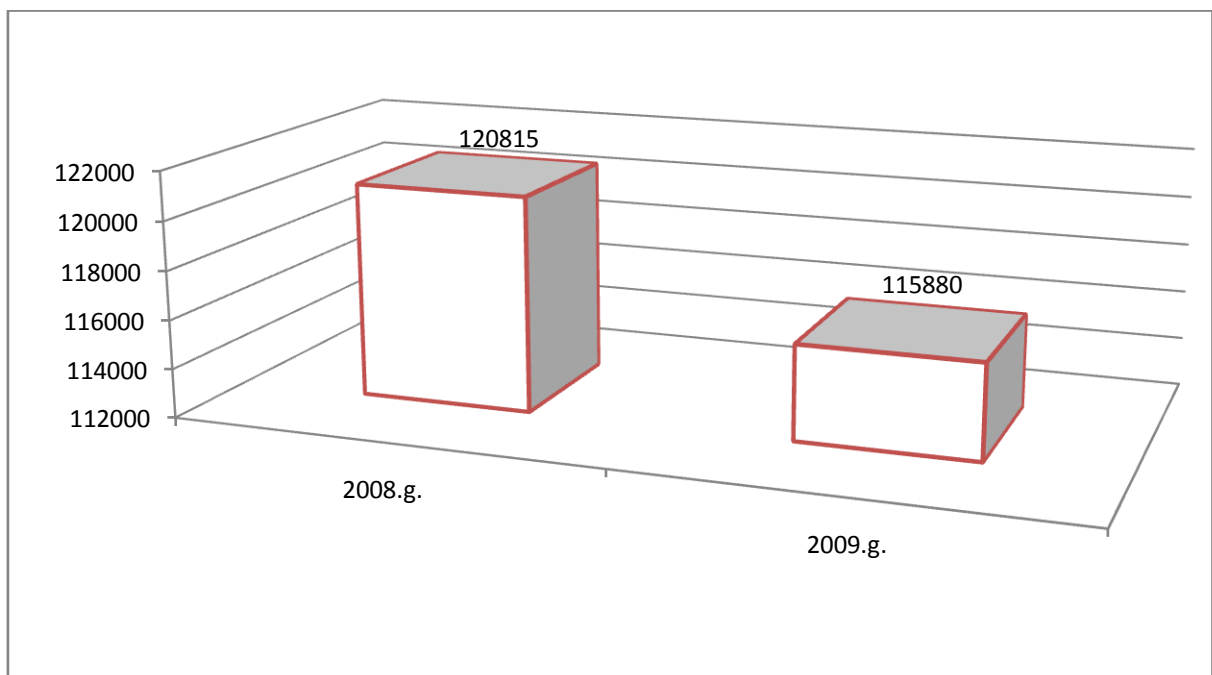
Nākošais mēbeļu furnitūras tirgotājs, ko izdevās apskatīties ir salīdzinoši nelielais SIA „Roja” RF, kurš atrodas Krustpils ielā 35, Rīgā. Uzņēmums ir neliels, jo tajā vidēji strādā 9 cilvēki un apgrozījums pēdējos divos gados nepārsniedz 130 tūkstošus latu. Uzņēmums reģistrēts 1991. gadā un darbojas vēl šodien. SIA „Roja” ir SIA „AM Furnitūra” klients.



2.7. att. Roja RF apgrozījums (tūkstoš. Ls)

2009. gadā uzņēmums darbojies ar 128 569 latu apgrozījumu un Roja RF peļņa bijusi 29 274 latu. Priekš tik maza mēbeļu furnitūras tirgotāja tas ir ievērojams rādītājs. Savukārt 2008. gads uzņēmumam bijis ļoti ražens gads, Roja RF strādājis ar 327 190 latu apgrozījumu, bet peļņa bijusi salīdzinoši neliela – 7621 lats. Kā jau iepriekš apskatītajiem uzņēmumiem, arī Roja RF 2010. gada darbības rādītāji nav pieauguši salīdzinot ar iepriekšējo gadu – 91 670 latu apgrozījums un 14 611 latu peļņa. Jāpiebilst, ka uzņēmuma produkcijas klāsts ir ievērojami mazāks, nekā AM Furnitūrai un Daiļrade koks.

Visbeidzot kā pēdējais tika aplūkots SIA „Lumahs”, kurš kā līdzīgie iepriekšējiem, nodarbojas ar mēbeļu furnitūras tirdzniecību un uzņēmums savu darbību veic Jelgavā, Rīgas ielā 4. SIA "Lumahs" tika nodibināta 1999.gadā, un darbojas Latvijas tirgū jau 12. gadu. Uzņēmuma klientu loks pārsvarā ir Zemgales mēbeļu meistari, savukārt pats SIA „Lumahs” mēbeļu furnitūru iepērk no „AM Furnitūras”.



2.8. att. Lumahs apgrozījums (tūkstoš. Ls)

Uzņēmuma SIA „Lumahs” apgrozījums, salīdzinot ar 2008. gada rādītājiem, 2009. gadā samazinājās par 4.08 % un sastādīja 115 880 latu. Turklāt uzņēmuma peļņa 2009.gadā bija 17 519 latu, pateicoties procentu maksājumu divkāršai samazināšanai attiecībā pret 2008. gada periodu. 2008. gadā uzņēmuma peļņa bija 5 747 latu, lai arī uzņēmuma apgrozījums bija

augstāks par 2009. gada rādītājiem. Par 2010. Gadu dati vēl nav pieejami, jo uzņēmums kavējas ar gada pārskata iesniegšanu.

Kopējā tendence mēbeļu furnitūras tirgū ir uzņēmumu apgrozījumu samazināšanās, salīdzinot ar 2008. gada rādītājiem, kuri dažiem uzņēmumiem bija visaugstākie. Ir jūtama globālās krīzes ietekme, pieprasījuma samazināšanās, kā arī esošo klientu pirktspējas samazināšanās.

Pateicoties straujajai nekustamo īpašumu tirgus attīstībai iepriekšējos gados, pieauga mēbeļu tirgotāju skaits, un konkurence bija milzīga. Laikā no 2003. līdz 2007. gadam pieprasījums pēc mēbelēm audzis pat piecas reizes, un ražotāji un tirgotāji, novērojot šo tendenci, sāka orientēties uz vietējo tirgu.

Tā kā mēbeļu tirgus ir cieši saistīts ar nekustamā īpašuma tirgu, ražotājiem un tirgotājiem šā brīža ekonomiskā situācija ir divtik smaga, jo, no vienas puses, samazinoties dzīvokļu un māju iegādei, ir samazinājies pieprasījums pēc mēbelēm, bet no otras, ekonomiskās krīzes rezultātā ir kritusies potenciālo klientu pirktspēja.

2.14. tabula

RU07. RŪPNIECĪBAS PRODUKCIJAS APJOMA PĀRMAIŅAS NOZARĒS PA MĒNEŠIEM												
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
% pret iepriekšējo periodu, sezonāli izlīdzināti dati												
mēbeļu ražošana (33)												
2010	-1.9	-1.2	3.3	-2.2	6.8	2.0	1.8	-3.4	2.3	9.9	-3.5	-2.6
2011	-6.4	4.4	-0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Avots: LR Centrālā statistikas pārvalde

2.14 tabulā redzams, ka mēbeļu ražošanas apjomi pret iepriekšējo gadu 2011. gada janvārī ir samazinājušies par 6.4 %, kas varētu būt izskaidrojams ar jauna gada sākumu, inventarizācijām uzņēmumos, laika apstākļiem, nodokļu likmes pieaugumu. Februārī ražošanas apjomi pieauguši par 4.4 %, kas liecina par mēbeļu pieprasījumu un attiecīgās nozares izaugsmi. Martā ražošanas apjomi samazinājušies par 0.6 % salīdzinājumā ar 2010. gada martu. Tam varētu būt PVN pacelšanas uz 22 % ietekme, jo firmas tomēr saprot, ka dēļ nodokļu likmes pieauguma samazināsies pieprasījums, jo tam ir būtiska ietekme uz iedzīvotāju ienākumiem. Reizē arī palielināsies uzņēmuma izdevumi mēbeļu furnitūras un materiālu iegādē. (Dati no CSP) [21]

UF022. KOMERSANTU (KOMERCSABIEDRĪBU) PEĻŅA VAI ZAUDĒJUMI PA DARBĪBAS VEIDIEM (NACE 2. red.), milj. latu			
	2007	2008	2009
..Mēbeļu ražošana (33)	-3.7	-3.1	-15.0

Avots: LR Centrālā statistikas pārvalde

2.15 tabulā vērojama mēbeļu ražotāju darbība pa pēdējiem 3 gadiem. Kopumā mēbeļu ražotāji pēc statistikas datiem ir strādājuši ar zaudējumiem. 2007. gadā 3.7 milj. latu zaudējumi, 2008. gadā 3.1 milj. latu zaudējumi, bet 2009. gadā mēbeļu ražotāji kopā strādājuši ar 15 milj. latu lieliem zaudējumiem, kas skaidrojams ar ekonomiskās krīzes saasināšanos Latvijā tajā laika posmā. Būvniecības bums apstājās dēļ finansiālajām grūtībām, nekustamo īpašumu tirgus aktivitāte samazinājās, iedzīvotāji mājokļa labiekārtošanu atlika, lai ietaupītu finansiālos līdzekļus. Valdības cīņa ar ekonomisko krīzi noveda pie budžeta konsolidēšanas, iedzīvotāju vidējās darba algas samazināšanos, nodokļa sloga pieaugumu.

3. STARPTAUTISKA MĒBEĻU FURNITŪRAS RAŽOTĀJA „X” UZŅĒMĒJDARBĪBAS IESPĒJAS LATVIJĀ.

Darba pētnieciskajā daļā tika izvēlēts starptautisks mēbeļu furnitūras tirgotājs, kurš ir noskatījis Latviju kā potenciālo valsti, kurā uzsākt uzņēmējdarbību. Darba autors ir nolēmis veikt Latvijas uzņēmējdarbības vides izpēti un nonākt pie lēmuma par uzņēmējdarbības uzsākšanu. Lai varētu pēc iespējas pilnvērtīgāk veikt pētījumu, tika veikta intervija ar vienu no lielākā mēbeļu furnitūras tirgotāja SIA „AM Furnitūra” veikala vadītāju, lai rastos reāls priekšstats par uzņēmuma darbību pašlaik konkrētajā nozarē. Pētījuma un intervijas rezultātā tiks pieņemts lēmums un izstrādāti priekšlikumi par starptautiskā mēbeļu furnitūras ražotāja iespējām ienākt Latvijas tirgū.

3.1. Uzņēmējdarbības plānošana

Uzņēmuma apraksts.

Potenciālais uzņēmums ir starptautisks mēbeļu furnitūras tirgotājs „X”, kurš sekmīgi darbojas vairākās Rietumeiropas valstīs jau vairākus gadus. Uzņēmums nodarbojas ar mēbeļu furnitūras ražošanu, mazumtirdzniecību, vairumtirdzniecību un piegādi. Ir iespēja veikt arī individuālus specpasūtījumus.

Piedāvātie produkti vai pakalpojumi.

Uzņēmums piedāvā gan mēbeļu furnitūru, gan durvju furnitūru.

Mēbeļu furnitūras sortimentu veido viras, vadotnes, mēbeļu kājas, ritenīši; stikla plauktu turētāji; galda virsmu blīvējumi; ventilācijas restes un kabeļu kanāli; iebūvējamās lampas; atslēgu mehānismi; alumīnija profilu līstes, bīdāmās sistēmas skapjiem un garderobēm.

Durvju furnitūras sortimentā ietilpst rokturi, slēdzenes, cilindri, eņģes, ventilācijas restes, blīvslotiņas, durvju actiņas, atdures, pasta lūkas; bīdāmās sistēmas un furnitūra stikla durvīm.

Paplašināšanās mērķis.

Uzņēmums sekmīgi darbojas jau vairākus gadus, tāpēc ir nolemts veikt uzņēmuma paplašināšanos. Tirgotājs ir regulāri saņēmis pasūtījumus gan no Lietuvas, gan no Igaunijas un Latvijas, tādēļ ir nolēmis paplašināties un atvērt savu mēbeļu furnitūras veikalu šo valstu reģionā, izvēloties Latviju kā ģeogrāfiski izdevīgāko vietu, kura atrodas pa vidu visām minētajām valstīm. Uzņēmējdarbības uzsākšana šajā reģionā paplašinātu uzņēmuma tirgus apjomu, kā arī palielinātu klientu loku.

Latvijas PEST analīze.

Veicot *Doing Business 2011* pētījuma rezultātu analīzi, darba autors atklāj, ka Latvijas uzņēmējdarbības veikšanas labvēlības indekss ir ierindots 24. vietā pasaulē un 9. vietā starp Eiropas Savienības valstīm, kas ir ļoti labs rādītājs. Uzņēmuma vadība nekavējoties pieņemtu lēmumu par Latvijas biznesa vides izpēti.

Ja uzņēmums vēlētos paplašināties savā valstī, tam būtu gan informācija, gan priekšstats par valsts ekonomisko un politisko aktivitāti, un uzņēmējdarbības vidi. Bet tā kā Latvija ir sveša valsts, par kuru informācija ir ļoti minimāla, tiek veikta uzņēmējdarbības ārējās vides izpēte izmantojot PEST modeli, lai noteiktu Latvijas uzņēmējdarbības vides pievilcību un uzņēmuma biznesa iespējas tajā.

Pētot *politisko* vidi, uzņēmums atklās, ka valdība jau vairākus gadus mēģina cīnīties ar 2008. gada globālo ekonomisko krīzi un tā rezultātā vairākas reizes tika konsolidēts valsts budžets, turklāt pašlaik tiek lemts par nākošo budžeta konsolidācijas laiku un apjomu.

Latvija ir aizņēmusies finanšu līdzekļus no SVF un 2013.-2015.gadā jāsāk atmaksāt lielas parāda summas – trijos gados 2,8 miljardi latu. Ir izstrādāts arī uzņēmējdarbības vides uzlabošanas plāns, kuru ir plānots realizēt, kā arī tiek izskatīts jaunais būvniecības likums, kurš būtiski atvieglotu būvprojektu realizāciju.

Tomēr vērtējot pašreizējo Latvijas ekonomikas stāvokli, 84% iedzīvotāju to atzinuši par kopumā sliktu un valdības darba vērtējums joprojām ir kritisks – 88% iedzīvotāju ar valdības paveikto nav apmierināti.

Pētot valsts *ekonomiku*, uzņēmums atklās, ka 2011.gada divos mēnešos valsts konsolidētā kopbudžeta ieņēmumi bija 709,9 milj. latu, kas salīdzinājumā ar 2010.gada attiecīgo periodu samazinājās par 52,2 milj. latu jeb 6,9%. Kopbudžeta ieņēmumu samazinājumu galvenokārt radīja kritums ieņēmumos no ārvalstu finanšu palīdzības un nenodokļu ieņēmumos valsts pamatbudžetā. 2011.gada divos mēnešos kopējie nodokļu ieņēmumi bija 574,7 milj. latu, kas ir par 7,2% vairāk nekā 2010.gada divos mēnešos, ko galvenokārt noteica sociālo apdrošināšanas iemaksu un IIN pieaugums, kā arī ekonomiskās situācijas stabilizēšanās. Uzņēmuma ienākuma nodokļa ieņēmumi 2011.gada divos mēnešos bija 22,3 milj. latu, kas salīdzinājumā ar 2010.gada diviem mēnešiem ir par 2 milj. latu jeb 8,2% mazāk. Tas skaidrojams ar to, ka 2009.gadā turpināja samazināties uzņēmumu peļņa, kā rezultātā samazinājās uzņēmumu ienākuma nodokļa iemaksas.

Šī gada aprīlī vidējais patēriņa cenu līmenis, salīdzinot ar iepriekšējā gada aprīli, bija par 4,5% augstāks. Tātad inflācijas līmenis Latvijā 2011. gada aprīlī ir 4.5 %, turklāt vidējais patēriņa cenu līmenis 2011.gada aprīlī, salīdzinot ar 2011.gada martu, palielinājās par 1,1%.

Pētot bezdarba līmeni atklāsies, ka reģistrētā bezdarba līmenis Latvijā šī gada aprīļa beigās bija 13,9% no ekonomiski aktīvo iedzīvotāju kopskaita. Salīdzinājumā ar 2011.gada martu bezdarba līmenis ir samazinājies par 0,5%. Turklāt zemākais bezdarba līmenis reģistrēts Rīgas reģionā – 10.5 %.

Tāpat no 2011. gada 1. janvāra paaugstināts PVN no 21 % uz 22 %, kas kopumā paaugstinās pakalpojumu un preču cenas, kas varētu ietekmēt uzņēmumu apgrozījumus un peļņu. Iedzīvotāji vairāk sāks taupīt un atteiksies no daudziem tēriņiem un preču iegādes.

Vidējā darba alga Latvijā 2010. gada nogalē bija ap 600 Euro, kas ir stipri zemāka, nekā Rietumeiropas valstīs. Tas savukārt izraisa iedzīvotāju migrāciju uz citām valstīm labākas dzīves meklējumos. Turklāt no Latvijas aizplūst kvalificētais darbaspēks.

Ēnu ekonomika 2010. gadā Latvijā sasniedza 38,1% no iekšzemes kopprodukta (IKP), kas ir par 1,5 procentpunktiem vairāk nekā 2009.gadā, liecina Eiropas Mazo uzņēmumu padomes (European Council for Small Business and Entrepreneurship – ECSB) pētījums par ēnu ekonomiku Baltijas valstīs, tomēr ēnu ekonomikas apjomu precīzi nav iespējams noteikt. Reālais apjoms varētu būt vēl augstāks. No dažādiem pētījumiem iespējams iegūt datus, ka apklošņu algas Latvijā maksā 35 % uzņēmumu, kas ir ļoti augsts rādītājs. Līdz ar to valsts budžetā neieplūst lielas naudas summas, kas nekādā veidā nestimulē ekonomisko izaugsmi.

Pētot *sociālos* faktoros jāņem vērā Latvijas demogrāfiskie rādītāji. Šī gada sākumā Latvijā dzīvoja 2 230 000 cilvēku jeb par 18,7 tūkstošiem mazāk nekā pirms gada. Iedzīvotāju skaita samazinājuma temps 2010. gadā bija 0,83 % salīdzinājumā ar 0,57 % 2009. gadā. Iedzīvotāju skaita samazināšanās skaidrojama ar darba un labākas dzīves meklējumiem ārzemēs.

2010. gadā laulību skaits salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu samazinājās par 6,4 %, un to skaits uz 1 000 iedzīvotājiem bija 4,1. Latvijā ir augsts neprecēto cilvēku skaits. 40 % vīriešu un 31% sieviešu vecumā no 25 līdz 49 gadiem nepastāv oficiāli reģistrētā laulībā.

Dzimušo skaits 2010. gadā bija 19,2 tūkstoši jeb par 4 700 bērniem mazāk nekā 2008. gadā (23,9 tūkstoši), kad bija augstākā dzimstība kopš 1994. gada. Kopš 2008. gada uz 1 000 iedzīvotājiem dzimstības līmenis 2010. gadā samazinājās par 18,9 %.

2010. gadā Latvijā nomira 30 tūkstoši cilvēku. Mirstības vispārējais koeficients – 13,4 mirušie uz 1 000 iedzīvotājiem pieauga par 0,8 %.

Izpētot *tehnoloģisko vidi*, atklājās, ka ar Eiropas Savienības atbalstu Latvijā 2011. gadā darbu sāks seši kompetences centri, kuros piecu gadu laikā tiks veikti vairāk kā 120 tautsaimniecībai nozīmīgi pētījumi. Šo summu paredzēts izmantot vismaz 124 zināšanu ietilpīgu pētījumu veikšanai. Kompetences centros apvienojušies radniecīgu nozaru

uzņēmumi un zinātniskās institūcijas ar kopīgu mērķi radīt jaunus, konkurētspējīgus produktus un tehnoloģijas. [17]

Tāpat gandrīz visā Latvijas teritorijā ir pieejams internets, bezvadu interneta iespējas turpina strauji attīstīties Latvijā. Arī mobilajos tālruņos ir nodrošināta pieeja internetam. Tomēr pašas jaunākās un mūsdienīgākās tehnoloģijas Latviju sasniedz krietni vēlāk. Aktuāla tēma ir par datu drošību internetā kā arī valsts pārvaldēs. Atbildīgo personu vieglprātīga rīcības rezultātā notikusi vērienīga datu noplūde no Valsts ieņēmumu dienesta. Elektroniskās pārvaldes jomā, lai uzlabotu iepirkumu efektivitāti un caurspīdīgumu, 2010. gada 20. aprīlī Ministru kabinetā tika apstiprināts Elektronisko iepirkumu sistēmas izmantošanas uzlabošanas plāns 2010.-2012. gadam, kas paredz virkni pasākumu, lai veicinātu elektronisko iepirkumu (e-iepirkumi) izmantošanu un attīstību, kas ļautu atkarībā no izmantotā e-iepirkumu veida (elektroniskā izsole, e-konkurss un elektroniskais katalogs) ievērojami vienkāršot iepirkuma procesu un nodrošināt izdevīgākus piegādes vai pakalpojumu sniegšanas nosacījumus, kā arī nodrošinātu veselu virkni citu priekšrocību. Latvijā kopējais finansējums pētniecībai un attīstībai 2009. gadā, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, samazinājās gandrīz par 40% un bija 59,9 milj. latu jeb 0,5% no IKP. Visstraujāk samazinājies ārvalstu sektora un valsts sektora finansējums pētniecībai. Ārvalstu sektora, tajā skaitā ES struktūrfondu finansējums pētniecībai un attīstībai bija 9,2 milj. latu, t.i., 0,07% no IKP. Valsts un augstskolu sektorā finansējums pētniecībai un attīstībai 2009. gadā bija 0,2% no IKP jeb 28,6 milj. latu, un šī sektora ieguldījums ir samazinājies līdz 2005. gada līmenim. Savukārt privātā sektora ieguldījums pētniecībā un attīstībā 2009. gadā bija 0,2% no IKP jeb 22,1 milj. latu, kas faktiskajos skaitļos ir par 18% mazāk nekā 2008. gadā. [22]

Potenciālie konkurenti.

Latvijā ar mēbeļu furnitūras tirdzniecību nodarbojas 33 uzņēmumi. Lielākie no tiem ir SIA „AM Furnitūra” un SIA „Daiļrade koks”, turklāt šajos uzņēmumos lielākā mēbeļu furnitūras daļa tiek iepirkta no ārzemju ražotājiem. Uz vietas saražotā produkcija ir neliela, tā vairāk saistās ar bīdāmo durvju furnitūras izgatavošanu pēc pasūtījumiem, kā arī speciālu mēbeļu rāmīšu izgatavošanu no alumīnija profiliem. Šis fakts starptautiskajam uzņēmumam „X” paver potenciālas iespējas sekmīgi ienākt Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū un piedāvāt savu produkcijas klāstu. Pamatojums tam ir tāds, ka vietējie mēbeļu furnitūras tirgotāji un ražotāji ietaupītu naudu un laiku iegādājoties preces vietējā tirgū, nevis pasūtot no ārzemēm un gaidot nedēļu vai divas, līdz pasūtījums atnāk. Pasūtot mēbeļu furnitūru no ārzemēm pastāv risks, ka prece atšķirsies no tās, kāda tā ir attēlota katalogā, prognozētie piegādes laiki var aizkavēties vai piegādātā prece var tikt bojāta.

Tā piemēram „AM Furnitūra” piegādātāji ir tādi uzņēmumi kā Hafele, Blum, Mandelli, Koblenz, Kitmar, Rejs, Gamet utt. Atkarībā no uzņēmuma, furnitūras piegādes tiek veiktas no 1 – 3 reizēm mēnesī.

„Daiļrade koks” pasūta furnitūru no HT Bendix, SISO, Herlac, Salice u.c. Visi šie ir starptautiski uzņēmumi.

Protams, ieiešana Latvijas tirgū saasinātu konkurenci starp mēbeļu furnitūras tirgotājiem, tam sekotu dažādas mārketinga aktivitātes un reklāmas kampaņas un pat iespējama preču cenu samazināšana vai jaunu produktu piedāvāšana.

3.2. Intervija

Pētot mēbeļu furnitūras tirgus analīzi, bakalaura darba autors nolēma veikt interviju ar vienu no lielākā mēbeļu furnitūras tirgotāja SIA „AM Furnitūra” veikala vadītāju Signi Kociņu. Uzņēmums tika izvēlēts, jo 2010. gada rādītāji liecina par uzņēmuma izaugsmi, jo ir palielinājies gan apgrozījums, gan peļņa, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, kā arī uzņēmums ir pietiekami ilgi darbojies Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū. AM Furnitūra bija arī viens no retajiem, kuri izrādīja pretimnākšanu un atrada laiku intervijas veikšanai. Kopumā tika uzdoti 8 jautājumi un intervijas jautājumu saturu iespējams apskatīties pielikumā. Intervija kalpoja gan kā potenciālā konkurenta iepazīšana un izpēte, gan kā mēbeļu furnitūras tirgus analīze.

Uz pirmo jautājumu, par uzņēmuma darbības uzsākšanu Latvijā, veikala vadītāja sīki un smalki atbildēt nevarēja, jo viņa kolektīvam pievienojās dažus gadus vēlāk. Bet intervijas gaitā atklāj faktus, ka uzņēmums uzsācis savu darbību Latvijas tirgū 1998. gadā kā neliels skrūvju veikals. Uzņēmuma piedāvājuma klāstā esot bijušas skrūves un dažādi papildmateriāli. Tomēr uzņēmuma darbība esot bijusi veiksmīga, pieprasījums audzis un tika uzsākta sadarbība ar ārvalstu mēbeļu furnitūras ražotājiem Hafele (Vācija) un Blum (Austrija). Acīmredzot tajā laikā Latvijā šāda mēbeļu furnitūra bija jaunums, tāpēc interese un pieprasījums no mēbeļu ražotājiem auga un jau 2000. gadā tika atvērts mazumtirdzniecības veikals. Tikai pa 2 gadiem no skrūvju pārdošanas uzņēmums izauga līdz plaša mēbeļu furnitūras klāsta tirgotājam. Uzņēmums turpinājis strauju izaugsmi un 2003. gadā tika atvērts durvju furnitūras veikals, kurš atrodas blakus mēbeļu furnitūras veikalam, tādējādi klientiem ir iespēja izvēlēties gan durvju, gan mēbeļu furnitūru vienuviet. Veikala vadītāja stāsta, ka durvju furnitūras pieprasījums gan neesot audzis tik strauji, kā mēbeļu furnitūrai, bet līdz pat šai dienai abi veikali darbojas sekmīgi. Laika gaitā uzņēmuma piedāvātā produkcija tikai paplašinājās.

Otrs intervijā uzdotais jautājums bija par uzņēmuma pašreizējo un pēdējo gadu darbību. Veikala vadītāja stāsta, ka pašlaik uzņēmumam ir grūti laiki, bet tāpat iet arī citiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem. Finansiālie rezultāti 2009. gadā bija negatīvi, kad uzņēmums strādājis ar zaudējumiem. Gada sākumā bija vērojams straujš apgrozījuma kritums, gada otrajā pusē krituma tempi samazinājās, līdz gada beigās jau bija vērojama apgrozījuma nostabilizēšanās. Intervijas laikā tika izklāstīti arī aptuvenie finansiālie rādītāji. Uzņēmuma apgrozījums 2009. gadā, salīdzinot ar 2008. gadu, kopumā samazinājās par apmēram 40% un sasniedza 2.1 miljonu latu. Uzņēmuma zaudējumi sastādīja 90 000 latu. Par laimi 2010. gads uzņēmumam noslēdzās jau ar peļņu tuvu 70 000 latu apmērā, un tāda pati tendence novērojama arī 2011. gada sākumā.

Intervijā tika uzdots jautājums, lai noskaidrotu iemeslus šīm finansiālo rādītāju izmaiņām. Vadītāja atklāja, ka 2009. gads kopumā bijis smags visiem mēbeļu furnitūras biznesā iesaistītajiem uzņēmumiem, kā galveno iemeslu minot ekonomisko krīzi un pieprasījuma samazināšanos. Daži no klientiem pat esot pārstājuši darboties šajā nozarē, daži esot samazinājuši mēbeļu ražošanas tempus, jo pieprasījums pēc tām esot krities. Toties 2010. gads jau bijis krietni veiksmīgāks, ja tiek salīdzināts ar iepriekšējo gadu. Šādi rezultāti panākti ar uzņēmuma izdevumu samazināšanu, kura ietvēra darbinieku skaita optimizāciju, kā rezultātā darbinieku vidējais skaits tika samazināts par apmēram 9 darbiniekiem. Tika pārskatīta arī atalgojumu sistēma un lemts par tās pilnveidošanu. Rezultātā vidējais darbinieku atalgojums samazinājās, tika optimizētas arī darbinieku prēmiju izmaksas, bet atalgojuma līmenis joprojām esot palicis konkurētspējīgs. Uzņēmuma produkcijas krājumi tika samazināti par 30 %, jo preču dīkstāve uzņēmumam peļņu nenes. Tika arī veiktas pārrunas ar ārzemju piegādātājiem par iepirkuma cenu samazināšanu. Viena no problēmām bija arī klientu pēcapmaksas nosacījumu izpildes kavēšanās, līdz ar to tika pieņemts lēmums turpmākajā sadarbībā ar vairākiem klientiem iekļaut priekšapmaksas nosacījumus. Savukārt pieprasījums pēc mēbeļu furnitūras joprojām bija zemāks, nekā tas ir bijis pirms 3-4 gadiem.

Nākošais, jeb ceturtais jautājums saistīts ar uzņēmuma jaunajiem produktiem un inovācijām. Intervijā tika noskaidrots, ka 2009. gada augustā uzņēmums atvēra jaunu tirdzniecības vietu AMF Salons. Šāds lēmums tika pieņemts, jo iepriekšējais uzņēmums piedāvāja pārņemt savu biznesu, jo nespēja nokārtot pēcapmaksas saistības ar AM Furnitūra. Veikala vadītāja skaidro, ka šis piedāvājums uzņēmumam šķitis vilinošs, jo tā bija iespēja paplašināt savu klientu loku un palielināt uzņēmuma apgrozījumu, kā arī piedāvāt gatavo produkciju jaunā un modernā veikalā. Tomēr šis lēmums nebija tas labākais, jo jau pēc gada veikals tika slēgts. Iemesls tam bija patērētāju nelielā interese par piedāvāto produkciju, kā arī

atrašanās vieta, kas ir izskaidrojams ar iepriekšējā mēbeļu furnitūras tirgotāja neveiksmi turpināt biznesu Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū. Tas, protams, uzņēmumam nesa zaudējumus, kuri tiek atspoguļoti 2009. gada darbības finansiālajos rādītājos.

Tomēr uzņēmums turpināja iet uz priekšu un radās ideja par interneta veikala izveidošanu. 2010. gada sākumā uzņēmums nodeva ekspluatācijā interneta veikalu un uzsāka aktīvu darbu pie tā popularizēšanas. Visa gada garumā notika darbs pie interneta veikala funkcionalitātes uzlabošanas ar mērķi padarīt klientiem to maksimāli ērtu un palielināt pirkuma skaitu tajā. Interneta veikala viens no mērķiem bija klientu laika ietaupīšana. Klienti no saviem datoriem ļoti ērti varēja redzēt preču un produktu izskatu, daudzumus veikalos un tā cenas. Turklāt varēja komplektēt pasūtījumus internetā un ierodoties veikalā saņemt savu preci nekavējoties.

2009. gadā uzņēmums uzsāka klientiem piedāvāt divus jaunus pakalpojumus - pēc klienta norādījumiem izmēriem un komplektācijas izgatavot bīdāmās durvis, kā arī spoguļus ar LED apgaismojumu. Augstā kvalitāte un konkurētspējīgā cena nodrošināja interesi par šiem produktiem ne vien Latvijā, bet ļāva uzsākt sarunas par minēto produktu eksportu arī uz citām Eiropas Savienības valstīm. Turklāt spoguļi ar LED apgaismojumu ir jaunums Latvijas tirgū, kas izraisīja mēbeļu ražotāju un individuālo klientu interesi par to. Spoguļi ar LED apgaismojumu tiek ražoti uz vietas pēc individuālajiem pasūtījumiem, kā arī ir iespēja iegādāties arī gatavus produktus pēc savas izvēles un gaumes. Uzņēmuma vadība cer, ka tieši šie jaunie un inovatīvie produkti nodrošinās uzņēmuma apgrozījuma pieaugumu 2011. gadā.

Intervijas tālākā gaitā veikala vadītāja atbild uz jautājumu par uzņēmuma klientu loku. Pārsvārā lielākie klienti ir tieši mēbeļu ražotāji, kuri iegādājas dažādu mēbeļu furnitūru un materiālus vairumā. Lai noturētu klientus, uzņēmums piedāvā dažādas atlaides un arī pasūtīto preču piegādi ar savu transportu, par kuru klientiem nav jāmaksā. Piegādes regulāri tiek veiktas katru dienu Rīgas rajonā, bet speciāli piektdienās uzņēmums veic piegādi arī klientiem ārpus Rīgas – piemēram piegāde uz Jelgavu vai Liepāju. Otri lielākie klienti ir būvniecības firmas, kuras nodarbojas ar dzīvokļu iekšdarbu remontu un interjera remontdarbiem. Pēdējos gados klientu loks gan ir strauji samazinājies, dēļ būvniecības buma samazināšanās. Tomēr ir palikuši lojālie klienti, kuri atzīst un novērtē AM Furnitūra produkcijas kvalitāti un cenu līmeni. Pēc tam seko dažādas privātpersonas, kuras iegādājas mēbeļu furnitūru savām vajadzībām gan mājās, gan remontiem. Protams, iegādāto preču apjoms nav liels, dažkārt tiek pirkta mazās skrūvju paciņas, bet vadītāja uzver, ka ikviens klients uzņēmumam ir svarīgs.

Sestais intervijā uzdotais jautājums ir par konkurentiem. Uzņēmuma vadītāja atklāj, ka jebkurš mēbeļu furnitūras tirgotājs Latvijā ir uzņēmuma konkurents. Viens no galvenajiem

konkurentiem ir SIA „Daiļrade koks”, kurš atrodas ļoti netālu no SIA „AM Furnitūra” veikala. Uzņēmums vairāk koncentrējas uz mēbeļu ražošanu un ir viens no vadošajiem šajā lomā, bet tā kā ir pieprasījums pēc mēbelēm, kas vairo uzņēmuma atpazīstamību, tad arī rodas pieprasījums pēc mēbeļu furnitūras. AM Furnitūra šajā sakarā regulāri izvērtē iespējas paplašināt savu produkcijas klāstu un piedāvāt jaunus produktus. Plašs solis sperts LED spoguļu ražošanā, par kuru ir interese arī pašam Daiļrade koks, tādējādi ar jaunajiem produktiem uzņēmums cenšas būt soli priekšā konkurentiem. Uzņēmumā regulāri tiek veikta konkurentu izpēte un to produkciju klāsts, taču par konkurentu izpētes veidiem uzņēmuma veikala vadītāja nevēlējās pastāstīt sīkāk.

Uzdodot jautājumu par starptautiska mēbeļu furnitūras tirgotāja ienākšanu Latvijā veikala vadītāja atklāj, ka nekavējoties tiktu veikta jaunā uzņēmuma izpēte un produkcijas klāsta apskats. AM Furnitūra būtu svarīgi izpētīt, vai jaunais uzņēmums piedāvā kādu jaunu un inovatīvu produkciju, kura varētu ieinteresēt Latvijas mēbeļu ražotāju tirgus dalībniekus, kā arī salīdzināt piedāvātās cenas. No vienas puses būtu labi, ka starptautisks uzņēmums piedāvātu savu produkciju Latvijā, jo tas pavērtu iespēju mēbeļu ražotājiem veidot jaunus mēbeļu dizainus un veidus, kas varētu palielināt pieprasījumu pēc mēbelēm. No otras puses, tas varētu atņemt lielu daļu klientu loku vietējiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem. Pie reizes veikala vadītāja arī šaubās, vai šis laiks ir tas piemērotākais mēbeļu furnitūras tirgotājam kaut ko te uzsākt, jo vietējiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem pieprasījums samazinās, pamatojoties uz to, ka Latvijas mēbeļu tirgus pieprasījuma apjomi nav tik augsti, kā tas bija agrāk.

Pēdējais jautājums ir par valsts iespējām attīstīt mēbeļu furnitūras tirdzniecības un ražošanas nozares. Veikala vadītāja brīdi padomājusi atklāj, ka valstij vajadzētu atbalstīt vietējo mēbeļu ražotājus veidojot mēbeļu iepirkuma konkursus dažādām iestādēm. Tā teikt, valstij būtu jāizvēlas vietējie mēbeļu ražotāji, nevis Ķīnas vai, piemēram, Itālijas mēbeļu ražotāji. Tas palielinātu vietējo ražotāju apjomus, izaugsmi un arī pieprasījumu pēc mēbeļu furnitūras. Tas savukārt novestu pie jaunu mēbeļu kolekcijas izveidošanas savienojumā ar jaunāko mēbeļu furnitūru, un to visu varētu prezentēt starptautiskajās mēbeļu izstādēs un piesaistīt ārzemju klientu interesi, kā arī veicināt mēbeļu eksportu. Runājot par nodokļiem, PVN palielināšana pēc veikala vadītājas domām bija neapdomāts solis, jo budžeta ieņēmumi turpināja samazināties, kas liecina par ēnu ekonomiku un aplokšņu algām uzņēmumos un šie faktori ietekmē godīgo uzņēmumu darbību, kā AM Furnitūra, kuri nomaksā visus nodokļus. Kopumā valstij vajadzētu atkopties no ekonomiskās krīzes sekām, tad arī sekotu ekonomiskā izaugsme un mēbeļu nozares tirgus attīstība.

3.3. Lēmums par uzņēmējdarbības uzsākšanu.

Iegūstot un apkopojot datus par Latvijas uzņēmējdarbības vidi analizējot *Doing Business* 2011 pētījumu, veicot Latvijas PEST analīzi, izpētot Latvijas mēbeļu furnitūras tirgu un veicot interviju ar vienu no lielākajiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem Latvijā SIA „AM Furnitūra” veikala vadītāju Signi Kociņu, bakalaura darba autoram ir pietiekoši daudz informācijas, lai lemtu par starptautiska mēbeļu furnitūras tirgotāja ienākšanu Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū.

Bakalaura darba izstrādes rezultātā autors noskaidroja, ka Latvijā tomēr ir visai nestabila politiskā vide, jo vēl tiek lemts par iespējamo budžeta konsolidāciju un nodokļu izmaiņām. Arī Latvijas iedzīvotāji kopumā neuzticas valdības darbam, ar valdības paveikto nav apmierināti 88 % aptaujāto iedzīvotāju. Budžeta ieņēmumi 2011. gada pirmajos 2 mēnešos bijuši mazāki nekā iepriekšējā gadā, kas skaidrojams ar nodokļu likmju pieaugumu. Ja šāda tendence turpināsies arī nākotnē, valdība būs spiesta spriest par papildus nodokļu ieviešanu vai arī esošo nodokļu celšanu. Tas savukārt draud ar vēl lielāku ēnu ekonomikas pieaugumu. Potenciālie draudi starptautiskajam uzņēmumam būtu uzņēmuma ienākuma nodokļa vai pievienotās vērtības nodokļa paaugstināšana laikā, kad uzņēmums tikko ir uzsācis savu darbību Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū. Tas samazinātu gan uzņēmuma peļņu, gan arī potenciālo pieprasījumu pēc mēbeļu furnitūras. Tomēr speciālisti uzskata, ka 2011. gadā būs novērojama ekonomiskā izaugsme, par ko liecina IKP pieaugums par 3.4%. Bakalaura darba autors uzskata, ka kopumā politiskā situācija valstī neatstāj labu iespaidu uz starptautiska uzņēmuma vadību. Pētot politisko vidi uzņēmumam nāktos prognozēt iespējamus nākotnes lēmumus, kas varētu ietekmēt uzņēmuma sekmīgu darbību Latvijā.

Valsts ekonomisko izaugsmi varētu ietekmēt potenciālā darbaspēka migrācija uz citām valstīm. Lai arī bezdarba līmenis valstī samazinās, to tomēr ietekmē darbaspējīgo iedzīvotāju izceļošana uz citām valstīm. Nākotnē tas varētu ietekmēt valsts ekonomisko izaugsmi, jo tiks ierobežots potenciālais darbaspēka piedāvājums. Turklāt vērojamas tendences, ka no valsts aizbrauc gados jauni iedzīvotāji. Starptautiskā uzņēmuma iespējas būtu Latvijas darbaspēka lielais piedāvājums, kā arī uzņēmums varētu noteikt salīdzinoši zemu darba algu, jo iedzīvotāji tomēr būtu gatavi strādāt par algu, kura ir zem vidējā līmeņa. Tomēr jauno iedzīvotāju migrācija ietekmē pieejamo darbaspēku, kura vidējais vecums varēt būt salīdzinoši augsts un ar laiku palielināties. Kopējā iedzīvotāju skaita samazināšanās Latvijas uzņēmējdarbības vidi nerada pievilcīgu ārvalstu uzņēmumiem.

Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū konkurentu ir salīdzinoši maz, kopumā Latvijā darbojas 33 mēbeļu furnitūras tirgotāji, no kuriem lielākā daļa ir mazie uzņēmumi. Tomēr uzņēmumam

būtu jāņem vērā, ka mēbeļu ražošanas apjomi Latvijā samazinās, kā arī mēbeļu ražotāji kopumā strādā ar zaudējumiem. Arī pieprasījums pēc mēbelēm un mēbeļu furnitūras vairs nav tik augsts, kā tas bija 2007. gadā. Tomēr uzņēmuma potenciālās iespējas būtu jaunu un inovatīvu produktu piedāvājums Latvijas tirgū, kurš ieinteresētu vietējos mēbeļu ražotājus. Piemērs ir AM Furnitūra jaunais produkts LED spogulis ar apgaismojumu, par kuru ir izrādīta interese ne tikai no vietējiem mēbeļu furnitūras ražotājiem un iedzīvotājiem, bet arī no ārvalstu uzņēmumiem. Nebijušu un jaunu produktu piedāvājumam Latvijas tirgū ir potenciālas iespējas, tomēr jāreķinās, ka ienākot Latvijas tirgū konkurenti nekavējoties veiks uzņēmuma izpēti un iepazīsies ar piedāvāto produkciju. Iemesls tam ir esošā ekonomiskā situācija valstī, kad uzņēmumi nevēlas zaudēt savus klientus. Līdz ar to piedāvājot jaunus produktus jāreķinās, ka konkurenti veiks produktu izpēti un darīs to pašu, kas varētu ietekmēt starptautiska uzņēmuma darbību Latvijā. Tātad mēbeļu furnitūras tirgus ir salīdzinoši mazs ar dažiem lieliem uzņēmumiem, kurus būtu ļoti grūti izkonkurēt.

Ja uzņēmums vēlētos saņemt būvniecības atļauju, tam nāktos veikt 24 procedūras, kuras var aizņemt līdz pat 186 dienām. Tas ir ļoti ilgs laiks, kas arī kalpo par šķērslī uzņēmumam būvēt savu ēku un telpas, tāpēc ir izstrādāts jauns Būvniecības likuma projekts, kurš būvatļaujas saņemšanu stipri paātrinātu.

Inflācijas līmenis 2011. gada aprīlī Latvijā sasniedza 4.5 %, bezdarba līmenis šajā pašā periodā bija 13.9 %. Daudzi ekonomisti uzskata, ka uzņēmēji var īpaši novērtēt valsts ekonomisko aktivitāti saskaitot inflācijas līmeni kopā ar bezdarba līmeni. Latvijas rādītājs šajā ziņā būtu 18.4 %. Salīdzinājumā ar Vācijas rādītājiem - bezdarbs 7.3 % un inflācija 2.1 %, kopā 9.4 % - uzņēmuma vadītājam liks aizdomāties. Kā nekā Vācijā iedzīvotāju skaits ir tuvu 82 miljoniem, kamēr Latvijā šis rādītājs ir 2.2 miljoni. Latvija ir maza valsts, turklāt mēbeļu furnitūras tirgus arī ir salīdzinoši mazs. [20]

Darba autora priekšlikums uzņēmuma vadībai ir neuzsākt uzņēmējdarbību Latvijā pašlaik, bet piesaistīt vietējo tirgotāju interesi ar jauniem produktiem un kļūt par oficiālo piegādātāju, tādējādi pavisam neatmetot domu par biznesa iespējām Latvijā. Tajā pašā laikā tiktu rūpīgi sekots līdz ekonomiskajai situācijai Latvijā un pie reizes pētīta mēbeļu ražotāju darbība. Ja būtu novērojams Latvijas ekonomikas uzplaukums ilgākā laika posmā un mēbeļu furnitūras pieprasījuma pieaugums, uzņēmums varētu vēlreiz lemt par ieiešanu Latvijas tirgū un atvērt savu tirdzniecības veikalu.

Veicot šo pētījumu darba autors nonāk pie secinājuma, ka Latvijas uzņēmējdarbības vide starptautiskam mēbeļu furnitūras tirgotājam pašlaik nav pievilcīga. Pašreizējā situācijā, kad valstī ir nestabila politiskā vide, augsts bezdarbs un inflācija, augstas nodokļu likmes,

novērojams samazinājums mēbeļu ražošanas apjomos un līdz ar to mēbeļu furnitūras pieprasījumā, nestabila ekonomiskā izaugsme un augsts iedzīvotāju migrācijas līmenis, darba autora ieteikums starptautiska mēbeļu furnitūras tirgotāja vadībai ir neuzsākt uzņēmējdarbību Latvijā. Ieejot tik mazas valsts tik mazā tirgū šajos ekonomiskajos apstākļos būtu grūti konkurēt ar vietējiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem. Tādējādi šī bakalaura darba izvirzītā hipotēze ir apstiprināta.

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Bakalaura darba izstrādes gaitā radušies secinājumi:

- 1) Jebkurš uzņēmums darbojas noteiktā vidē, līdz ar to uzņēmējdarbības veikšana ir atkarīga no vides, kurā tas darbojas. Uzņēmējdarbības vide ietver to faktoru kopumu, kuri atrodas ap uzņēmumu un ietekmē tā darbību.
- 2) Uzņēmējdarbības vide ir atkarīga no daudziem faktoriem un sastāv no vairākiem elementiem, līdz ar to tā ir mainīga. Lai sekmīgi darbotos noskatītajā vidē, uzņēmuma vadītājiem ir jāveic vides izpēte un jāspēj reaģēt un adaptēties vides izmaiņām.
- 3) Viena no efektīvākajām uzņēmējdarbības vides izpētes metodēm ir PEST analīzes pielietošana. Tā sastāv no politiskajiem, ekonomiskajiem, sociālkultūras un tehnoloģiskajiem faktoriem, kas sniedz priekšstatu par konkrētu vidi.
- 4) Latvijas uzņēmējdarbības vide Pasaules Bankas pētījumā *Doing Business 2011* ir ierindota 24. vietā no 183 pasaules valstīm. Tā ir ierindota 9. vietā visā Eiropas Savienībā. Sliktākie rādītāji Latvijai ir būvatļauju iegūšanā un uzņēmējdarbības izbeigšanā. Būvatļauju iegūšana var aizņemt līdz pat 186 dienām, uzņēmējdarbības izbeigšanai nepieciešami pat 3 gadi.
- 5) Laika periodā no 2007 – 2009. gadam reģistrēto SIA daudzums Latvijā strauji samazinājās, attiecīgi 11970, 8934 un 7173. Tomēr 2010. gadā to skaits sasniedza 11897 jaunreģistrētus uzņēmumus. 2011. gadā šī tendence turpina uzlaboties, kad jau pa 5 mēnešiem jaundibināto SIA skaits gandrīz sasniedz 2009. gada rādītājus.
- 6) Mikrouzņēmuma nodokļa statuss laikposmā no 2010.gada 1.septembra, kopš tiek piedāvāta iespēja kļūt par šī nodokļa maksātāju, līdz 2011.gada 4.aprīlim ir apstiprināts 10 381 uzņēmumam, kas liecina, ka 2000 latu pamatkapitāls ir bijis bremsējošs faktors jaunu uzņēmumu dibināšanai.
- 7) Recesijas laikā Latvijā IKP apjoms 2009. gada otrajā ceturksnī samazinājās par 18.1%, tomēr 2011. gada dati liecina par recesijas pārvarēšanu un IKP pieaugums 2011. gada pirmajā ceturksnī ir 3.4 %.
- 8) Reģistrētā bezdarba līmenis Latvijā aprīļa beigās bija 13,9% no ekonomiski aktīvo iedzīvotāju kopskaita. Salīdzinājumā ar 2011.gada martu bezdarba līmenis ir samazinājies par 0,5%, turklāt zemākais bezdarba līmenis reģistrēts Rīgas reģionā – 10,5%.
- 9) Latvijā ir noteikti 13 nodokļi: iedzīvotāju ienākuma nodoklis, mikrouzņēmumu nodoklis, uzņēmuma ienākuma nodoklis, valsts sociālās apdrošināšanas obligātās iemaksas, nekustamā īpašuma nodoklis, pievienotās vērtības nodoklis, akcīzes nodoklis,

muitas nodoklis, dabas resursu nodoklis, izložu un azartspēļu nodoklis, vieglo automobiļu un motociklu nodoklis, elektroenerģijas nodoklis, dienesta auto nodoklis, kuru likmes un piemērošanu regulē konkrēti nodokļu likumi.

10) Vidējam uzņēmumam Latvijā ir jānomaksā šādi nodokļi: Pievienotās vērtības nodoklis; Dienesta auto nodoklis; Degvielas nodoklis (kurš jau ir iekļaus degvielas cenā); Vides nodoklis; Nekustamā īpašuma nodoklis; Uzņēmuma ienākumu nodoklis; Sociālās apdrošināšanas iemaksas.

11) Salīdzinot Baltijas valstu nodokļu sistēmas atklājās, ka Igaunijā nodokļu slogs uzņēmumam ir lielākais starp Baltijas valstīm. Lietuvai tas ir mazākais, bet Latvija šajā rādītājā atrodas pa vidu.

12) Latvijas uzņēmējdarbības veikšanu regulē Komerclikums. Komerclikums paredz šādas uzņēmējdarbības formas jeb komersanta veidus: pašnodarbināta persona, individuālais komersants, personālsabiedrība un kapitālsabiedrība.

13) Latvijas mēbeļu furnitūras tirgū kopā darbojas 33 uzņēmumi, no kuriem 25 savu uzņēmējdarbību veic Rīgā. Mēbeļu furnitūras tirgotāju lielākie klienti ir mēbeļu ražotāji.

14) Pēdējos 3 gados mēbeļu furnitūras tirdzniecības apjomi ir samazinājušies. To ietekmē mēbeļu ražošanas apjomu samazināšanās, un fakts, ka mēbeļu ražotāji kopumā 2009. gadā darbojušies ar 15 miljonu latu zaudējumiem.

15) Veicot interviju ar vietējo mēbeļu furnitūras tirgotāju, atklājās, ka šajos ekonomiskajos apstākļos uzņēmuma apgrozījums un peļņa nav tik lieli kā pirms ekonomiskās krīzes sākuma. Lai veiksmīgi pārdzīvotu krīzi, uzņēmumam nācās samazināt darbinieku skaitu, darbinieku algas un piedāvāt jaunus un inovatīvus produktus.

16) Starptautiskam mēbeļu furnitūras tirgotājam pašlaik Latvijas uzņēmējdarbības vide nav pievilcīga biznesa uzsākšanai. Politiskā nestabilitāte valstī, augsts nodokļu slogs, augsti inflācijas un bezdarba rādītāji, straujš iedzīvotāju skaita samazinājums un migrācijas palielinājums, mēbeļu furnitūras pieprasījuma un mēbeļu ražošanas apjomu samazinājums, nerada pievilcīgu vidi biznesa uzsākšanai Latvijā.

Bakalaura darba izstrādes laikā radušies priekšlikumi:

- 1) Lai uzsāktu uzņēmējdarbību kādā valstī, uzņēmumiem jāveic rūpīga PEST analīze.
- 2) Pirms uzņēmējdarbības uzsākšanas, starptautisko uzņēmumu vadītājiem jāizmanto Latvijas investīciju un attīstības aģentūras bezmaksas konsultācijas par Latvijas uzņēmējdarbības vidi, tādējādi iepazīstoties ar svarīgākajiem uzņēmējdarbības aspektiem Latvijā.

- 3) Lai stimulētu mēbeļu ražošanu un līdz ar to mēbeļu furnitūras pieprasījuma pieaugumu, Latvijas attiecīgajiem uzņēmumiem mēbeļu iepirkuma konkursos jārod iespēja sadarboties ar vietējiem ražotājiem.
- 4) Vietējiem mēbeļu ražotājiem jāizstrādā un jāpiedāvā jaunas mēbeļu kolekcijas un jārod iespēja piedalīties starptautiskās mēbeļu izstādēs, tādējādi piesaistot ārzemju uzņēmumu interesi, kas veicinātu Latvijas mēbeļu eksporta apjomus un mēbeļu furnitūras pieprasījumu.
- 5) Starptautiskajam mēbeļu furnitūras tirgotājam pašlaik jāpieņem lēmums par uzņēmējdarbības uzsākšanas atlikšanu uz nenoteiktu laiku dēļ potenciālajiem draudiem, kuri novērojami Latvijas ekonomikā un mēbeļu nozares tirgū.
- 6) Starptautiskam mēbeļu furnitūras tirgotājam pašlaik jāpiesaista Latvijas mēbeļu furnitūras tirgotāji un mēbeļu ražotāji piedāvājot inovatīvus un jaunus produktus, lai kļūtu par regulāru piegādātāju, kas palīdzētu sekot mēbeļu nozares tirgus īpatnībām Latvijā.
- 7) Starptautiskajam tirgotājam jāturpina pētīt Latvijas ekonomiskā izaugsme un mēbeļu ražošanas un furnitūras tirdzniecības rādītāji. Jāuztur kontakti ar vietējiem mēbeļu furnitūras tirgotājiem un mēbeļu ražotājiem.
- 8) Ja tiktu novērota stabila valsts ekonomiskā izaugsme un reizē arī mēbeļu nozares tirgus attīstība, tad starptautiskajam mēbeļu furnitūras tirgotājam nākotnē jāapsver iespēja ienākt Latvijas tirgū ar jauniem un nebijušiem mēbeļu furnitūras produktiem.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI

- 1.) Ajami R. A., Cool K., Goddard G. J. *International Business : Theory and Practice*. Armonk, NY, USA. 2006.g., 576lpp.
- 2.) Baroniņa R. *Lessons Learned. Uzsākt biznesu/tulkojums no angļu valodas*. Lietišķās informācijas dienests, Rīga. 2009.g., 104 lpp.
- 3.) Blair A., Hitchcock D. *Environment and Business*. Routledge, USA. 2000.g., 352 lpp.
- 4.) Daniels J.D., Radebaugh L.H., Sullivan D.P. *International Business: environments and operations*. Pearson Prentice Hall. 2007.g., 792 lpp.
- 5.) Friend G., Zehle S. *Guide to business planning*. London, GBR. 2004.g., 287 lpp.
- 6.) Jain T.R., Trehan M., Trehan R. *Business environment*. V.K. Enterprises, India. 2009.g., 337 lpp.
- 7.) Kuhlman B., Wiley W. D., Baker H. K. *Business fundamentals*. Dearborn Trade, USA. 2005.g., 486 lpp.
- 8.) Morrison J. *The International Business Environment. Global and Local Marketplaces in a Changin World. Secon Edition*. Palgrave Macmillan. 2006.g., 516 lpp.
- 9.) Niedrītis J. Ē. *Mārketings: kā labāk saprasties ar pircējiem un gūt peļņu*. BA Turība, Rīga. 2005.g. 407 lpp.
- 10.) Prakash V. *Business Environment*. New Delhi, India. 2005.g., 672 lpp.
- 11.) Praude V., Beļčikovs J. *Menedžments. Teorija un prakse*. Vaidelote, Rīga. 2001.g., 509 lpp.
- 12.) Rugman A.M., Collinson S. *International Business 4th edition*. Pearson Education Limited. 2000.g., 664 lpp.
- 13.) AM Furnitūra mājaslapa. www.amf.lv
- 14.) Baltic Export. Igaunijas nodokļu sistēma <http://balticexport.com/?article=igaunijas-nodoklu-sistema&lang=lv>
- 15.) Baltic Export. Lietuvas nodokļu sistēma. <http://balticexport.com/?article=lietuvas-nodoklu-sistema&lang=lv>
- 16.) Baltic Export. Uzņēmējdarbības vide Latvijā. <http://balticexport.com/?article=uznemejdarbibas-vide-latvija&lang=lv>
- 17.) Baltic news network. Bizness. <http://bnn.lv/temas/bizness/>
- 18.) Daiļrade koks mājaslapa. www.dailrade.lv

- 19.) Doing Business 2011. Latvia.
<http://www.doingbusiness.org/~media/FPDKM/Doing%20Business/Documents/Profiles/Country/DB11/LVA.pdf>
- 20.) Eurostat. Statistics. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
- 21.) Latvijas Republikas centrālās statistikas pārvalde. Galvenie rādītāji.
<http://www.csb.gov.lv/dati/galvenie-raditaji-30424.html>
- 22.) Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. http://www.em.gov.lv/images/modules/items/tsdep/zin_2010_2/2010_dec.pdf
- 23.) Latvijas Republikas uzņēmumu reģistrs. Komercreģistrs.
<http://www.ur.gov.lv/komercregistrs.html>
- 24.) Latvijas Vēstneša tiesību aktu vortāls. Komerclikums.
<http://www.likumi.lv/doc.php?id=5490>
- 25.) Latvijas Vēstneša tiesību aktu vortāls. Par uzņēmējdarbības vides uzlabošanas plānu 2011. gadam. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=225784>
- 26.) Lursoft datu bāze. Statistika. www.lursoft.lv
- 27.) Meža nozares vortāls. Ekonomika, finanses. <http://www.latforin.info/index.php>
- 28.) Oxford University press. PESTEL analysis.
http://www.oup.com/uk/orc/bin/9780199296378/01student/additional/page_12.htm
- 29.) Weiss A. Ask Arthur! Answers to your CI questions. http://www.marketing-intelligence.co.uk/data-sources/papers/CI%20Jul_Aug%2002%20Weiss.pdf

PIELIKUMI

1.pielikums

1. pielikums. Intervija

- 1) Kad un kā uzņēmums uzsāka darbību Latvijā ?
- 2) Vai uzņēmums pašlaik darbojas sekmīgi ? Kā uzņēmums darbojās krīzes gados ?
- 3) Kādus pasākumus uzņēmums veica, lai sasniegtu pēdējo gadu darbības rādītājus ?
- 4) Vai uzņēmums piedāvā jaunus un inovatīvus produktus ?
- 5) Kuras grupas patērētāji ir Jūsu uzņēmuma lielākie klienti ? Kuri ne tik lieli?
- 6) Vai uzņēmumam ir daudz konkurentu ?
- 7) Kāda būtu Jūsu reakcija uz starptautiska mēbeļu furnitūras tirgotāja ienākšanu Latvijas tirgū?
- 8) Vai ir kādi ieteikumi, ko valsts varētu darīt, lai stimulētu mēbeļu ražotāju un mēbeļu furnitūras tirgotāju pieprasījumu?

Bakalaura darbs „Starptautiska uzņēmuma uzņēmējdarbības iespējas Latvijā ” izstrādāts LU Ekonomikas un vadības fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: _____
(vārds, uzvārds) (paraksts) (datums)

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja/s: _____
(zinātniskais grāds, vārds, uzvārds) (paraksts) (datums)

Recenzents: Egīls Fortiņš

Darbs iesniegts Starptautisko ekonomisko attiecību katedrā.

Lietvede: _____
(vārds, uzvārds) (paraksts) (datums)

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

2011. gada “ ___ ”. _____

Protokola Nr. _____

Vērtējums _____

Komisijas sekretāre: _____
(zinātn. grāds, vārds, uzvārds) (paraksts) (datums)