

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
EKONOMIKAS UN VADĪBAS FAKULTĀTE
STARPTAUTISKO EKONOMISKO ATTIECĪBU KATEDRA

Vadības zinību bakalaura studiju programmas studiju virziens

Starptautiskais bizness

**ĢIMENES UZŅĒMUMI LATVIJĀ UN ĀRVALSTĪS:
PROBLĒMAS UN ATTĪSTĪBAS IESPĒJAS**

Family businesses in Latvia and abroad: problems and development
opportunities

BAKALAURA DARBS

Autors: **Ieva Grasa**

Studenta apliecības Nr.: ig05057

Darba vadītājs: dr. oec., prof. Margarita Dunska

RĪGA 2014

ANOTĀCIJA

Latvijā ģimenes uzņēmums praktiski nav pētīts, tomēr likumdošanā ir formulēts. Nav precīzu datu par ģimenes uzņēmumu izplatību Latvijā, kā arī nav veikta izpēte par ģimenes uzņēmuma darbības ietvariem Latvijā.

Darba mērķis ir noskaidrot ģimenes uzņēmuma teorētiskos pamatus, to saistību ar pārvaldi, uzņēmuma kontroli un īpašumtiesībām, atklāt galvenos izaicinājumus ar ko saskaras ģimenes uzņēmums gan mantošanas jautājumos, gan uzņēmuma pārvaldē, noskaidrot ģimenes uzņēmuma definīcijas saistību ar uzņēmējdarbības formām, atainot ģimenes uzņēmumu izplatību un ietekmi pasaulē, ģimenes biznesa izglītības veidošanos, ģimenes uzņēmuma attīstību Latvijā no 19. gadsimta līdz 20. gadsimta vidum un mūsdienās, kā arī veikt ģimenes uzņēmumu aptauju Latvijā, teorētiskās informācijas un aptaujas rezultātā iegūtās informācijas analīzi.

Pētījuma rezultāti ir pārsteidzoši – ģimenes uzņēmumi ir būtiska daļa no pasaules ekonomikas, veido nozīmīgu daļu no valstu kopprodukta un nodarbina lielu daļu pasaules darbaspēka, citu uzņēmumu vidū izceļas ar uzsvāru uz ilglaicīgu darbību un vērtību saglabāšanu.

Darbs sastāv no ievada, trīs nodaļām ar apakšnodaļām, secinājumiem un priekšlikumiem, izmantotās literatūras un avotu saraksta.

ABSTRACT

Latvian family business practice has not been studied, but the legislation is drafted. There is no accurate data on the prevalence of Latvian family businesses, as well as the absence of research on family businesses operating in a Latvian framework.

The aim is to clarify the theoretical foundations of the family business, their relationship with management, control and ownership of the company. To identify the main challenges faced by the family business both in succession issues and the management of the company. To display the family business spread and impact in the world of business, education and family formation. To examine the family company in the Latvian 19th century to the 20th mid-century and modern , as well as a family business survey, Latvian theoretical data and survey information resulting from the analysis.

The research results are surprising - family businesses are a vital part of the global economy, a significant part of the national gross domestic product and employ a large proportion of the world's labor force. The family business stands out among other companies with a focus on long-term performance and value retention .

The work consists of an introduction, three chapters subdivision, conclusions and proposals, bibliography and list of sources .

SATURS

IEVADS	4
1. GALVENIE ASPEKTI ĢIMENES UZŅĒMUMA PĒTNIECĪBĀ	
1.1. Teorētiskie pamati ģimenes uzņēmuma pētniecībā – pārvalde, uzņēmuma kontrole un īpašumtiesības.....	6
1.2. Galvenās ārvalstu literatūrā apskatītās problēmas un priekšrocības ģimenes uzņēmumā.....	10
1.2.1. Dažādās sistēmas un konflikti ģimenes uzņēmumā.....	10
1.2.2. Mantošanas problēmas.....	13
1.2.3. Ģimenes uzņēmumu priekšrocības un ietekme uzņēmējdarbībā.....	16
2. ĢIMENES UZŅĒMUMI ĀRVALSTĪS	
2.1. Pētījumu problemātika ģimenes uzņēmuma ilgumžības izpētē.....	19
2.2. Ģimenes uzņēmumu izplatība Pasaulē.....	23
2.3. Ģimenes biznesa izglītība Pasaulē.....	29
3. ĢIMENES UZŅĒMUMS LATVIJĀ	
3.1. Ģimenes uzņēmuma attīstība Latvijā no 19. gadsimta līdz 20. gadsimta vidum.....	31
3.2. Ģimenes uzņēmums Latvijā mūsdienās.....	35
3.3. Latvijas ģimenes uzņēmumu aptaujas rezultāti.....	37
SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI.....	43
IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI	44
PIELIKUMI.....	47
Aptaujas jautājumi ģimenes uzņēmumam	
Dokumentārā lapa	

IEVADS

Latvijā ģimenes uzņēmums praktiski nav ticis pētīts un tam ir objektīvi apstākļi – tikai pēdējos, nedaudz vairāk kā 20 gados, kopš Latvijas neatkarības atgūšanas ģimenes uzņēmumi ir varējuši sākt savu darbību un attīstīties.

Latvijā pastāv dažādas uzņēmējdarbības formas – Sabiedrība ar ierobežotu atbildību, Akciju sabiedrība un citas, jau kopš 1992. gada likumā ir definēts ģimenes uzņēmums - tiesību subjekts, kas izveidots ģimenes kopīpašuma organizēšanai, lai veiktu saimniecisko darbību likumā „Par individuālo (ģimenes) uzņēmumu un zemnieka vai zvejnieka saimniecību” un citos normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā.¹ Tikai vienā uzņēmējdarbības - Individuālā komersanta (IK) formā tiek atspoguļots ģimenes uzņēmuma ietvars, tomēr vai tā ir vienīgā uzņēmējdarbības forma, kura var piederēt vai kuru var kontrolēt, vai tajā darboties ģimene? Vai šāds iedalījums atbilst ģimenes uzņēmuma būtībai, kādas priekšrocības vai trūkumus tā ietver?

Pētot literatūru par šo jomu pasaulē, saskārāties ar ļoti plašu pārklājumu dažādās zinātnes jomās - vadības zinībās, psiholoģijā, ekonomikā, socioloģijā, antropoloģijā, un citās. Ir skaidrs, ka šajā darbā nav iespējams aptvert visu, kas ir sasniegts šajā jomā, tomēr tas var būt sākums ģimenes uzņēmuma izpētei Latvijā.

Materiālos par ģimenes uzņēmumu pasaulē iezīmējas vairāki būtiski jautājumi kuriem tiek pievērsta īpaša uzmanība, un tie ir ģimenes uzņēmuma definīcijas meklējumi, ģimenes un uzņēmējdarbības savienošana jautājumi, konkurētspējas un ļoti nozīmīgie ģimenes uzņēmuma ilgmūžības – mantošanas jautājumi, par šiem jautājumiem, kā arī par ģimenes biznesa izglītību pasaulē.

Darba mērķis ir atspoguļot ģimenes uzņēmumu pētniecības galvenos aspektus, problēmas un priekšrocības ģimenes uzņēmumu darbībā, ģimenes uzņēmumu izplatību, un attīstību pasaulē un Latvijā, noskaidrot tendences ģimenes uzņēmumos Latvijā mūsdienās.

Darbā tiek izvirzīti šādi uzdevumi: izpētīt atbilstošo literatūru par šo jomu pasaulē, izpētīt

¹ LR Likums par individuālo (ģimenes) uzņēmumu, zemnieka saimniecību vai zvejnieka saimniecību - ar pēdējiem grozījumiem 01.07.2009

ģimenes uzņēmumu atšķirības no citiem uzņēmumiem, noskaidrot galvenās problēmas ar kurām saskaras ģimenes uzņēmumi, izpētīt ģimenes uzņēmumu stāvokli un raksturīgās tendences Latvijas uzņēmumiem, veikt rezultātu analīzi, izstrādāt secinājumus un priekšlikumus.

Balstoties uz darbā izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem darba struktūra sastāv no trīs nodaļām, pirmajā nodaļā atspoguļoti ģimenes uzņēmuma pētniecības galvenie aspekti, to saistība ar uzņēmuma mantošanu, īpašumtiesībām un kontroli, otrajā nodaļā apskatītas ārvalstu literatūrā atspoguļotās galvenās problēmas un priekšrocības ģimenes uzņēmumos, trešā nodaļa pieskaras ģimenes uzņēmumu attīstībai Latvijā, iepazīstina ar veiktajiem ģimenes uzņēmumu aptaujas rezultātiem, tendencēm ģimenes uzņēmumos Latvijā mūsdienās.

Pētījuma veikšanai izmantotas aprakstošā un kvalitatīvās aptaujas metodes, nodrošinot atvērtas atbildes iespējas uz pētāmajai grupai uzdotajiem jautājumiem. Darbā tika ievērota respondentu konfidencialitāte, tāpēc netiek norādīts uzņēmumu nosaukumus, tomēr tiek atainotas minēto uzņēmumu darbības jomas. Aptaujas atbilžu sniegšanā piedalījās 12 ģimenes uzņēmumi.

Pētījuma veikšanai tika izmantoti dažādi zinātniskie avoti, gūts ieskats ar jomu saistītajā likumdošanā Latvijā, Eiropas Komisijas, Uzņēmējdarbības un rūpniecības ģenerāldirektorāta pētījums, ar ģimenes uzņēmumu pētniecību saistītie resursi internetā.

1. GALVENIE ASPEKTI ĢIMENES UZŅĒMUMA PĒTNIECĪBĀ

1.1. Teorētiskie pamati ģimenes uzņēmuma pētniecībā – pārvalde, uzņēmuma kontrole un īpašumtiesības

Definīcijas par to kas ir ģimenes uzņēmums katrā valstī var būt atšķirīgas, šobrīd vien Eiropā ir apzinātas 90 dažādas definīcijas, kuru kopējā iezīme - par būtiskāko tiek uzskatīta ģimenes ietekme uz īpašumtiesībām uzņēmumā un vadību / stratēģisko kontroli. Turklāt visā pasaulē, dažādās valstīs ar atšķirīgām kultūrām, likumiem un tradīcijām veidojas atšķirīgas ģimenes uzņēmuma definīcijas.

Tomēr, kā uzsver Andrea Colli ģimenes uzņēmumam ir trīs kopīgi elementi: radnieki (kā noteikts attiecīgas noteiktas kultūras ietvaros), īpašums (īpašumtiesības uz būtisku uzņēmuma kapitāla daļu), un kontrole (vara pār sabiedrības stratēģisko vadību).¹

Ģimenes uzņēmums ir definēts arī kā organizācija, kurā ģimenes locekļi (vai vairākas ģimenes) efektīvi kontrolē uzņēmuma stratēģisko virzību, un, ja veic uzņēmējdarbību, iegulda nozīmīgus ģimenes resursus un piešķir uzņēmumam personīgu identitāti.²

Litzs (1995) uzsver, ka svarīga ģimenes uzņēmuma definīcijai ir ģimenes kontroles saglabāšana no iepriekšējām paaudzēm nākošajās.

Hidemasa Morikava uzskata, ka ģimenes uzņēmums ir uzņēmums, kas pieder un ko pārvalda dibinātāja ģimenes (dažkārt saistībā ar algoto vadītāju) pēc dibinātāja aiziešanas pensijā vai miršanas, vai uzņēmums, kuru vada algoti vadītāji, ieceļ amatā un atbrīvo ģimene³. Šī definīcija no autora viedokļa šķiet nepilnīga, jo netiek ņemta vērā ģimenes uzņēmuma pirmā paaudze.

¹ Colli Andrea; „History of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003- 201p 2. Torsten M.

² Pieper; “Non solus: Toward a psychology of family business”; Journal of Family Business Strategy; Elsevier; 2010– 271p.;

³ Hidemasa Morikawa; “A History of Top Management in Japan: Managerial Enterprises and Family Enterprises”; Oxford University Press; Cary, NC, USA, 2001- 41p.

Šāds dalījums, pēc autora domām, tomēr būtu lietderīgs tikai lai apskatītu uzņēmumu no nākošo paaudžu skatpunkta, lai smeltos pieredzi veiksmīgu/neveiksmīgu uzņēmumu mantošanu un darbības turpināšanu nākošajās paaudzēs, veiksmīgu stratēģiju veidošanu mantošanas un pārvaldesjautājumos. Taču atbilstoši šai definīcijai nebūtu iespējams iegūt datus par pirmajā ģimenes uzņēmuma paaudzē aktuālajiem jautājumiem, pie kam, kā mēs noteiksim kad ģimenes uzņēmums ir sācis savu darbību ja pirmā paaudze nav definēta kā ģimenes uzņēmums?

„Ekonomisti parasti izmanto definīcijas, kas atspoguļotu parādības būtību, netieši atsaucoties uz veselo saprātu un skaidri noteiktu kontekstu, piemēram, atšķirības starp, Itālijas, Korejas, ASV un Brazīlijas ekonomisko, tiesisko un institucionālo sistēmu radīs atšķirīgu ģimenes uzņēmuma definīciju.”¹

Dažādās valstīs ir atšķirīgs skatījums par to cik procentuāli lielam jābūt ģimenes īpašumam uzņēmumā, lai tas varētu saukties par ģimenes uzņēmumu. „Augošs pētījumu apjoms mēģina saistīt biznesa veikspēju ar īpašumtiesību struktūru, bet, kopš tie tendējas uz skaidri noteiktām nozarēm un/vai valstīm, kas parasti ir salīdzinoši īsā laika posmā, ir gandrīz neiespējami atrast neapstrīdamus rezultātus īpašumtiesību struktūras ietekmei uz biznesa veikspēju.”²

Ir autori, kas uzsver ģimenes ietekmes nozīmību, nosakot stratēģisko virzību uzņēmumā apgalvo, ka pārvaldība jāapvieno ar uzņēmuma kontroli (aut.- noteiktu īpašumtiesību vai citu tiesību apjomu uzņēmumā, kas ļauj kontrolēt uzņēmumu), tas liecinātu, ka ģimenei pieder dominējošs koalīcijas apjoms uzņēmumā. Pastāv arī uzskats, ka īpašumtiesības var aizstāt citi faktori, piemēram, ģimenes kontrole pār uzņēmuma pārvaldību. Ģimenes locekļi ietekmē uzņēmējdarbību pat tad, ja tiem pieder mazākums akciju, līdz ar to uzņēmumu var uzskatīt par ģimenes uzņēmumu. Fred Neubauer un Alden savā grāmatā „Family Business” min sekojošo: uzņēmuma ilgtspējīgai pārvaldībai būtiska ir balstiesību atrašanās vietas ģimenes rokās. Kompānija Siemens tiek minēta kā piemērs, jo galvenā kontrole pār uzņēmuma darbību atrodas ģimenes rokās.

1. Colli Andrea; „History of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003 - 171p.;

2. Turpat - 81p

Siemens ģimenes kontrolē ir tikai 10% no uzņēmuma balsstiesībām, 90% balsstiesību pieder 607.000 akcionāriem kuri nav ģimenes locekļi. Tādējādi Siemens ģimenes ietekme ir ļoti ievērojama.¹

Saistībā ar ģimenes iesaisti uzņēmuma pārvaldībā Jurgens Kocka klasificē uzņēmumus trīs kategorijās:

Uzņēmumu definīcijas pēc J. Kockas³

1.1. tabula

Īpašnieka uzņēmumi	Uzņēmumi, kuros īpašnieki pieņem ilgtermiņa stratēģiskos lēmumus un ikdienas vadības lēmumus
Vadības uzņēmumi	Uzņēmumi, kuros lēmumus pieņem algoti vadītāji, tikai retos gadījumos, uzņēmuma daudzveidīgo aktīvu īpašnieki
Jauktas pārvaldības uzņēmumi	Uzņēmumi, kuros stratēģiskus lēmumus (jo īpaši lēmumus par ieguldījumiem) veic dibinātājs, viņa ģimene, mantinieki, un tuvi draugi, tomēr lielākā daļa ikdienas lēmumu un administratīvo jautājumu ir algotu vadītāju pārziņā

Arī Eiropas savienībā nav noteiktas kādas vienojotas ģimenes uzņēmuma definīcijas, ir salīdzinoši plašs nevienbūtīgums dažādu definīciju piemērošanā sociāli ekonomiskos pētījumos. Tomēr pētniecībā, vairumā gadījumu, ģimene uzņēmumi tiek definēti pēc stingri noteiktiem rādītājiem, lai tos atšķirtu no ne ģimenes uzņēmumiem, ģimenes uzņēmuma definīcijai būtiska ir ģimenes īpašuma daļa un vadība uzņēmumā), šie dati ir viegli izmērāmi un salīdzinoši precīzi. Lai atšķirtu ģimenes biznesu no ne ģimenes biznesa svarīga ir ģimenes kultūras mijiedarbība sociālās attiecībās starp ģimeni un to uzņēmumu sniegumu ekonomikā, vadībā un uzņēmuma sociālajos aspektos. Šajā dalījumā jāsaprot, ka runa ir nevien par vienu uzņēmumu bet ģimenes biznesu kopumā, kas var iervert vairākus uzņēmumus. Dažās valstīs (piemēram , Beļģijā, Somijā , Slovēnijā) pārejas punkts no ģimenes uz ne ģimenes uzņēmumu kas ir divas galējās pozīcijas

1. Johnston Sheelah E. “The Family Business: Statistics, Profiles and Peculiarities”; De La Salle University, CBE fakultāte kolonnā Business Focus Manilas Bulletin, publicēts Feb 6, 2004

2. Pēc Hidemasa Morikawa; “A History of Top Management in Japan: Managerial Enterprises and Family Enterprises”; Oxford University Press; Cary, NC, USA, 2001- 116lp, materiāla, autora izveidota tabula

uzņēmumā nav viegli nosakāms, tādējādi, ģimenes uzņēmumu definē atkarīgā no F - PEC mēroga, ti, ģimenes ietekmi uz enerģiju - spēku, pieredzi un kultūru. "Spēks" tiek saprasts kā īpašumtiesību un stratēģiskās / vadības kontroles apjoms. "Pieredze" nozīmē uzkrātās pieredes ģimene biznesā pielietojumu uzņēmumā, t. i., paaudžu skaitu, kuras atbild par īpašumtiesībām un apsaimniekošanu laika gaitā. "Kultūra" attiecas uz vērtībām uzņēmumā un ģimenes locekļu apņemšanām attiecībā pret uzņēmumu.¹ Lai novērtētu, cik liela ir ģimenes ietekme uz jebkuru uzņēmumu (ļauj izmērīt ģimenes ietekmi uz rezultātiem, piemēram, veiksmēm, neveiksmēm, stratēģiju un darbību), tiek lietota F-PEC metode, kas ir standartizēts un derīgs instruments lai novērtētu ģimenes ietekmi uz uzņēmuma nepārtrauktību mērogā, ietverot trīs apakšgrupas: spēku, pieredzi un kultūru.²

25 visietekmīgākajos rakstos, kas pētīja ģimenes uzņēmējdarbību tiek atspoguļots, ka aģentūras teorija ir ģimenes uzņēmējdarbības pētniecības teorētiskais pamats. Aģentūras teorija izriet no racionālas izvēles teorijas, kas pieņem, ka cilvēki seko tikai savām interesēm (t.i., iznākuma maksimāli sagaidāmajam derīgumam), un gaida ka citi izturēsies tāpat. Aģentūras teorija tiek kritizēta tās šaurās koncentrēšanās dēļ uz rezultātiem, kā tikai darījumu un vērtību mijiedarbību un tās daudzu un svarīgu sociālo aspektu attiecībās ignorēšanu.³ Aģentūras teorija apgalvo, ka sabiedrību var raksturot ar saikni līgumiem (brīvi definētiem) starp resursiem un īpašniekiem. Aģentūras attiecības rodas, ja viena vai vairākas personas, ko sauc par direktoriem nolīgst vienu vai vairākas citas personas, ko sauc par aģentiem, lai tie veiktu kādus pakalpojumus. Galvenās aģentu līgumattiecības, uzņēmējdarbībā, ir (1) starp akcionāriem un vadītājiem, (2) starp akciju turētājiem un vairumtirgotājiem. Šīs attiecības var būt saistītas ar aģentūras konfliktiem, vai interešu konfliktiem starp aģentiem un pasūtītājiem. Aģentūras mēdz radīt starpniecības izmaksas, izdevumus, kas rodas, lai uzturētu efektīvus aģentus (piemēram, piedāvājot vadības prēmijas par darba rezultātiem, lai veicinātu vadītājiem rīkoties akcionāru interesēs). Aģentūras teorija ir ir plaši apspriesta biznesa ētikā.⁴

1. Mandl Irene; "Overview of Family Business Relevant Issues" – Gala ziņojums, Pētījums veikts ar Eiropas Komisijas, Uzņēmējdarbības un rūpniecības ģenerāldirektorāta pasūtījumu; KMU FORSCHUNG AUSTRIA Austrian Institute for SME Research; 2008;(141pp)

2. The F-PEC Scale of Family Influence: A Proposal for Solving the Family Business Definition Problem; Joseph H. Astrachan, Sabine B. Klein, Kosmas X. Smyrniotis; Family Business Review; 2002; 451pp,

3. Torsten M. Pieper; "Non solus: Toward a psychology of family business"; Journal of Family Business Strategy; Elsevier; 2010– 281p.;

4. <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/A-Ar/Agency-Theory.html>

1.2. Galvenās ārvalstu literatūrā apskatītās problēmas un priekšrocības ģimenes uzņēmumā

1.2.1. Dažādās sistēmas un konflikti ģimenes uzņēmumos

Davis un Dyer parāda trīs sistēmas ģimenes uzņēmumā, kas krustojoties var radīt problēmas, tās ir:

- 1) biznesa sistēma;
- 2) ģimenes / pārvaldības sistēma ;
- 3) ģimenes sistēma.

Ņemot vērā, ka ģimenes locekļi vada uzņēmumu, ģimenes jautājumi nonāk biznesā un uzņēmējdarbības jautājumi tiek pārnesti ģimenē.¹

Apskatīta problēma literatūrā par ģimenes uzņēmumiem ir cilvēciskie faktori, kas ir saistīti ar attiecībām ģimenē, iespējamiem nenokārtotiem mantošanas secības jautājumiem, strīdu rašanās dēļ lielā mantinieku skaita, kas var būtiski ietekmēt uzņēmuma darbību un pastāvēšanu.

Tāpat kā vadības uzņēmumā arī ģimenes uzņēmumā ir iespējami konflikti.

Literatūrā parasti izšķir trīs konfliktu veidus:

- 1) Uzdevumu konflikts - attiecas uz domstarpībām par mērķiem un uzdevumu rezultātiem, kas jāpaveic;
- 2) Procesu konflikts - attiecas uz domstarpībām par to, kā noteiktu uzdevumu būtu jāveic un cik liela atbildība ir atsevišķiem grupas dalībniekiem par uzdevuma izpildi;
- 3) Attiecību konflikti - attiecas uz konfliktiem, kas saistīti ar starppersonu jautājumiem, individuālām normām, vērtībām un vēlmēm.

Pēc Tyler & De Cremer atziņām vairāki mainīgie var ietekmēt arī patiesas motivācijas

1. Johnston Sheelah E. "The Family Business: Statistics, Profiles and Peculiarities"; De La Salle University, CBE fakultāte kolonnā Business Focus Manilas Bulletin, publicēts Feb 6, 2004

attīstību ģimenes uzņēmumā, īpaši nozīmīgi ir procesuālais taisnīgums, uzticība, sociālās vērtības un identitāte. ¹

Iepriekšminētās sistēmas, dažādie konfliktu veidi un morālie aspekti ģimenes uzņēmumā var pārklāties arī savā starpā, veidojot problēmu kombinācijas, kas var būtiski ietekmēt ģimenes uzņēmumu veiksmīgu darbību. Taču arī priekšrocības var dubultoties, jo personīgā motivācija attīstīt savai ģimenei piederošu uzņēmumu, vienojoties par ģimenes locekļu uzvedības modeļiem konkrētās situācijās, var radīt ievērojamas priekšrocības, salīdzinājumā ar vadības uzņēmumiem.

Tāpat kā jebkura cita uzņēmuma veidam arī ģimenes uzņēmumam ir vairākas attīstības fāzes, pēc amerikāņu menedžmenta profesora Izaka Adizes teorijas, uzņēmuma dzīves cikls iedalās aģitācijas, bērnības, augšanas, jaunības, ziedu laiku, stabilitātes un aristokrātijas fāzēs.

Ģimenes uzņēmumā šīs fāzes var noritēt vairāku paaudžu laikā, pie tam ar lielu iespēju atjaunoties un pārveidoties.

Agrākos pētījumus par ģimenes biznesu, ko veica tādi psihologi kā Richard Beckhard, Elaine Kepner, EJ Miller un AK Rice, Ivan Lansberg, un Manfred Kets de Vries, tie pamanīja svarīgas izmaiņas ģimenēs, kas strādāja kopā biznesā.

Ģimenes uzņēmums saskaras ar atšķirīgu problēmu risināšanu, kas pašas par sevi ir unikālas. Sakarā ar dualitāti vai atšķirīgām lomām (t.i., tēvs, vīrs un uzņēmuma prezidents), problēmas var rasties, ja viens ģimenes loceklis darbojas ārpus lomas, neatbilstoši situācijai. Ģimenes konflikti, ja tiek atstāti bez ievēribas, var novest pie biznesa sabrukuma. ²

Agrie ģimenes biznesa pētnieki uzsvēra psiholoģiskos aspektus, radnieciskās attiecības, un to ietekmi uz ģimeni un uzņēmumiem. Laika gaitā, tēmas, kas saistītas ar makroekonomikas jautājumiem uzņēmumu līmenī, kļuva vairāk izplatītas. ³

1. Torsten M. Pieper; "Non solus: Toward a psychology of family business"; Journal of Family Business Strategy; Elsevier; 2010– 28lp.;

2. Johnston Sheelah E. "The Family Business: Statistics, Profiles and Peculiarities"; De La Salle University, CBE fakultāte kolonnā Business Focus Manilas Bulletin, publicēts Feb 6, 2004

3. Torsten M. Pieper; "Non solus: Toward a psychology of family business"; Journal of Family Business Strategy; Elsevier; 2010– 28lp.;

ASV 19. gadsimta beigās, „Otrās rūpnieciskās revolūcijas” laikā, ražošanas uzņēmumu paplašināšanās, ražošanas un sadales funkciju sarežģītība izraisīja organizatorisko revolūciju, kā arī salīdzinoši vienkāršu uzņēmumu struktūru pārtapšanu daudz sarežģītākās U (dažādu nodaļu vadītāji (grāmatvedība, personālvadība, ražošanas, pārdošanas, u.c.) ir pakļauti organizācijas vadītājam) un M (daļēji neatkarīgas organizācijas vienības - filiāles, kas darbojas saskaņoti ar vadošajiem uzņēmuma vadītājiem, ar savu funkcionālo hierarhiju un zināmu autonomiju) uzņēmumu struktūrās.

„Algotu vadītāju profesionālās zināšanas un to vadīto uzņēmumu spēja ģenerēt nepieciešamos līdzekļus pastāvīgai paplašināšanai noveda pie tā, ka algotie vadītāji sāka kontrolēt uzņēmumus, kuros tie tika nodarbināti ... lielā, vairāku vienību uzņēmumā. . . algots, vidējā līmeņa vadītājs, kurš nebija uzņēmuma īpašnieks vai kam piederējaniecīga īpašumtiesību daļa kļuva atbildīgs par preču plūsmu koordinēšanu un operatīvo vienību uzraudzību. Šie vadītāji galu galā pārņēma augstākā līmeņa lēmumu pieņemšanu no īpašniekiem vai uzņēmumu finansētājiem, vai to pārstāvjiem, nebija pietiekami daudz laika, informācijas vai pieredzes lai ierosinātu alternatīvas.”¹

Ievērtību pelnījis zinātnieka Alfrēda Čandlera, kas ilgus gadus nodarbojas ar ģimenes uzņēmumu pētniecību arguments par „vadības” uzņēmumu pieaugumu mūsdienās. Čandlers argumentē, ka ģimenes uzņēmuma dzīves cikls - ģimenes uzņēmumi, kas laika gaitā aug un attīstītās, veidojas par uzņēmumiem ar izklaidētām īpašumtiesībām un profesionālu vadību, tādējādi beidzoties ģimenes ietekmei.²

Tomēr ģimenes ietekmes mazināšanos ģimenes uzņēmumos dzīves cikla ietekmē nevar tik viennozīmīgi vispārināt. Ar katru nākošo paaudzi, ņemot vērā katra cilvēka individuālās iezīmes, sabiedrības ietekmi uz personību un personības ietekmi uz uzņēmumu, uzņēmums mainās.

1. Colli Andrea; „History of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003- 4lp

2. Stamm Isabell, Lubinski Christina ; „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates”; Journal of Family Business Strategy; September 2011-119lp

Zinātnieki ir pierādījuši, ka vel joprojām veiksmīgi darbojas liela mēroga ģimeņu pārvaldīti uzņēmumi un uzņēmumu grupas visā pasaulē. ¹

1.2.2. Mantošanas problēmas

Ir uzskats, kas apstiprina, ka ir vajadzīgs pielāgoties videi un veikt atbilstošus pasākumus uzņēmuma ilgtspējīgai pastāvēšanas iespējai - „Jaunas organizācijas, kas nav izstrādājušas drošas pastāvēšanas pamatus vai nav veikušas soļus piemērojoties savai videi, visticamāk, nonāk pie sabrukuma vai absorbcijas” ²

Parasti aiz katra veiksmīga uzņēmuma dibinātāja ir ģimene, kas nesusi upurus un smagi strādājusi kopā ar dibinātāju, tāpēc liekas dabiski, ka dibinātājs savas cerības saista ar saviem mantiniekiem.³

Pirmajā ģimenes uzņēmuma paaudzē uzņēmuma radīšanas fāzē, bērņības, augšanas, jaunības, ziedu laiku un stabilitātes fāzēs uzņēmuma dibinātājs ir realizējis savas idejas, nodrošinājis apgrozījumu, piesaistījis profesionālus darbiniekus, izveidojis funkcionāli sakārtotu, organizatorisku struktūru un panācis uzņēmuma stabilitāti, tomēr...

Sociāli politiskā ziņā starp katru paaudzi ir pārtraukums, atjaunošanās, un sākas jauns posms. Tā ir ģimenes uzņēmuma montāža, kur katra uzņēmēju paaudze pieņem jaunus lēmumus, izpēta jaunus virzienus un turpina būt inovatīviem. ⁴ Pirmajā paaudzē uzņēmuma dibinātājs ir ieguldījis lielus resursus lai izveidotu un attīstītu uzņēmumu.

1Stamm Isabell, Lubinski Christina ; „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates”; Journal of Family Business Strategy; September 2011; 118lp

2. Pramodita Sharma, Frank Hoy, Joseph H. Astrachan, Matti Koiranen; „The practice-driven evolution of family business education”, Journal of Business Research; 2007 - 1012lp

3. Hidemasa Morikawa; “A History of Top Management in Japan: Managerial Enterprises and Family Enterprises”; Oxford University Press; Cary, NC, USA, 2001- 4lp

4. Stamm Isabell, Lubinski Christina ; „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates”; Journal of Family Business Strategy; September 2011; 119lp

Nododot uzņēmumu pēcnācējiem, no viņiem tiek sagaidīts šī darba turpinājums. Taču vai dibinātāju pēcnācējiem ir tādi paši dzīves mērķi kā uzņēmuma dibinātājiem?

Otrā paaudze pateicoties dibinātāja sekmīgai darbībai ir kļuvusi bagāta. Paaudze pēc dibinātāja ir sajutusi materiālās bagātības garšu, bieži vien saņemot labu izglītību, tomēr saņemot arī ietekmi no pasaules, kas ir ārpus ģimenes uzņēmuma ietekmes robežām. Pēc Morikava Hidemasa domām šādi apstākļi ir ideāli piemēroti "pazudušā dēla" mantinieka tēla veidošanai - tie attīsta dziļu interesi par mākslu vai citām jomām, tomēr ne par ģimenes uzņēmumu.

Ģimenes resursi atbilstošu uzņēmuma vadītāju izvēlē no ģimenes vidus ir ierobežoti. Iepriekšminētie aģentūras līgumi var būt veiksmīgs risinājums šīs problēmas novēršanai, tomēr arī šajā situācijā ģimenes locekļiem būtu jābūt pietiekoši spējīgiem izvēlēties tādus pakalpojuma sniedzējus, kas nodrošinātu veiksmīgu uzņēmuma pastāvēšanu nākotnē. Ģimenes uzņēmumu īpašnieki ir pārliecināti, ka uzņēmums ko radījuši ģimenes priekšteči pieder ģimenei un ģimenei ir tiesības tam piederēt vienmēr, tāpēc ģimenes locekļi stingri pastāv uz savām tiesībām. Savukārt algoti augstākā līmeņa vadītāji arī var būt ieinteresēti panākt ietekmi, aktīvu pārdali vai peļņas daļu uzņēmumā, līdz ar to šeit var rasties interešu vai aģentūru konflikti. Par šo attiecību problēmām runā arī Morikava Hidemasa, kurš aplūko galvenos konfliktu rašanās iemeslus - īpašnieku bailes no algotu vadītāju pārsteidzīgas rīcības pieļaut riskus, tieksmes pārāk strauji paplašināties, riskantām investīcijām, tieksšanās pēc arvien lielākiem atalgojumiem. Savukārt uzņēmumu algotie vadītāji var būt neapmierināti ar īpašnieku pārāk lēnīgu lēmumu pieņemšanu, nepieļaujot riskus, kas var kaitēt uzņēmuma attīstībai.¹

Tomēr vai var idealizēt ģimenes uzņēmuma dalībnieku spēju vienmēr pieņemt pareizos lēmumus? Uzņēmuma dibinātāja dzīves nogalē, dibinātājs ir sasniedzis to vecumu kad iespēja racionāli spriest un izdarīt lēmumus samazinās, tomēr, ja dibinātājs ir paturējis sev tiesības pieņemt lēmumus, tie var tikt pieņemti nepārdomāti, radot kaitējumu uzņēmumam. Iespējamais kaitējums var izpausties netaisnīgi iejaucoties personāla jautājumos, jaucot privātās lietas ar uzņēmuma darbību, kas var ietekmēt darbinieku morāli, un radīt smagnējas un nevajadzīgas problēmas uzņēmumā. Ņemot vērā šīs atziņas ģimenes uzņēmumā būtu jāveido sistēmas, kas

1. Hidemasa Morikawa; "A History of Top Management in Japan: Managerial Enterprises and Family Enterprises"; Oxford University Press; Cary, NC, USA, 2001- 4lp

liedz pieņemt neapdomīgus lēmumus, viens veids kā to izdarīt ir pēctecības plānošana.

Atbilstoši ģimenes komersantu tradīcijām Edo laikmetā Japānā, tika veidoti stingri noteikumi, kas veicināja uzņēmumu turpmāku pastāvēšanu, tie aizliedza rīkoties ar ģimenes uzņēmumiem kā ar privātu īpašumu. Piemēram, Konoike ģimenes priekšraksti (veidoti 1723. gadā) paredzēja, ka jebkuram ģimenes mantiniekam ir jāievēro ģimenes priekšraksti līdz uzņēmuma nodošanai nākamajam mantiniekam (leģitīmam pēcnācējam). Ģimenes priekšrakstos ietverts nosacījums, ka mantinieks pieņem ģimenes īpašumu kā vērtību, ko viņam uzticējuši viņa senči.¹

Rietumnieciskāku veiksmīgas mantošanas pieeju demonstrē Astrachan un Kolenko. Pētot 600 ģimenes uzņēmumus, tika konstatēts, ka kopīgu padomju direktoru tikšanās, stratēģiskās plānošanas un biežas ģimenes tikšanās bija saistītas ar biznesa ilgmūžību vairākās paaudzēs, tomēr pēctecības plānošanas nebija. Arī Kirbijs un Lī nonāca pie tādiem pašiem secinājumiem mantošanas pārvaldīšanā ģimenes uzņēmumos Ziemeļ-Austrum Anglijā.²

Šo apgalvojumu labi ataino Du Pont ģimenes uzņēmums, ķīmiskās rūpniecības gigants 165 gadu ilgā vēsturē, laikā no uzņēmuma dibināšanas līdz tās 11. prezidents atkāpās 1967. gadā, uzņēmuma prezidents un priekšsēdētājs bija du Pont ģimenes locekļi (tas nozīmē, ka tie bija vai nu tieši pēcteči vai tiešo pēcnācēju laulātie).

Iespējams, ka veiksmes stāsta pamatā ir arī dibinātāja prakse un mantotā ģimenes uzņēmuma vadītāja attieksme, ģimenes locekļus iecelt vadošā amatā tikai pēc tam kad tie ir pierādījuši savu organizatorisko kompetenci.³ Lai gan ir daudzi cilvēciski faktori, kas ietekmē ģimenes uzņēmuma ilgmūžību, zinātnieki skaidri liecina, ka ģimenes uzņēmuma ilgmūžība, tāpat kā jebkuras citas uzņēmējdarbības attīstība ir atkarīga no vispārējās ekonomiskās attīstības valstī vai reģionā, kā arī ražošanas un reģiona īpašajiem apstākļiem.

1. Hidemasa Morikawa; "A History of Top Management in Japan: Managerial Enterprises and Family Enterprises"; Oxford University Press; Cary, NC, USA, 2001- 201p.

2. Stamm Isabell, Lubinski Christina ; „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates”; Journal of Family Business Strategy; September 2011 ; 1201p.

3. Colli Andrea; „History of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003- 131p.

Ģimenes uzņēmuma attīstību un to mirstību jāanalizē noteiktā laikā un telpā, kas ir būtiska daļa no izziņas.

1.2.3. Ģimenes uzņēmumu priekšrocības un ietekme uzņēmējdarbībā

Ģimenes uzņēmuma izcelsmi ir neiespējami noteikt ar precīzu vietu un laiku. Tas ir skaidrojams ar to, ka dati par ģimenes uzņēmumiem netika datēti vai nav sagalbājušies, arī lemt vai publiskot tos ir katras ģimenes izvēle. Tomēr ir zināms par vel joprojām, caur gadsimtiem pastāvošiem uzņēmumiem. Senākie ģimenes uzņēmumi sastopami vairākās valstīs – tādās kā Japāna, Itālija, Francija, Vācija. Viens no senākajiem ģimenes uzņēmumiem - Japānas “Kongo Gumi” pastāvēja vairāk kā 1400 gadus, līdz 2006. gadam, dibināts 578 gadā.¹

Pirmās industriālās revolūcijas laikā un pirmsrūpniecības periodā, ģimenes uzņēmumi bija absolūts vairākums, tie ir daudzu neseno rūpniecības valstu mugurkauls, to klātbūtne joprojām ir dzīva "vecajās industriālajās valstīs".

Ievērojami ģimenes uzņēmuma panākumi ir Rotšildu ģimenei gan izplatīšanās ziņā, gan ilgmūžības ziņā. 1760-tajos gados Vācijā, ebreju rajonā, Frankfurtē tika izveidots Rotšildu ģimenes uzņēmums. Ģimenes biznesu veidoja Meijers Amšels Rotšilds. Šajā banku biznesā tika iesaistīti pieci viņa dēli. 1789. gadā piecās lielākajās Eiropas pilsētās uzsākās veiksmīgas biznesa karjeras, vecākais dēls Amšels palika pie tēva Frankfurtē, Salomons pārcēlās uz Vīni, Nātans uz Londonu, Karls uz Neapoli, Džeimss uz Parīzi. Nātana pēcnācēji radīja visā pasaulē pazīstamus augstas kvalitātes vīnus, šis ģimenes bizness turpinās arī šodien. Džeimsa pēcnācējs Deivids Rotšilds šodien veiksmīgi vada banku biznesu.³

Ģimenes locekļu sadarbības rezultātā tika radīts starptautisks tīkls, kurā notiek zināšanu

1. The end of a 1,400 year old business; <http://www.businessweek.com/stories/2007-04-1/the-end-of-a-1-400-year-old-business>businessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice - skatīts 20.10.2013

2 Colli Andrea; „Hystory of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003- 61p.;

3. Bibliography; www1.rothschildarchive.org/archive - skatīts 10.11.2012

un informācijas aprite un kurš pastāv vēl šodien. Rotšildu dinastijai bijusi arī nozīmīga loma Eiropas valstu vēsturē. Napoleona karu laikā, Rotšilds palīdzēja Lielbritānijas valdībai, nosūtot naudas līdzekļus saviem sabiedrotajiem, izveidoja aģentu un kurjeru tīklu, kas nogādāja naudu Vēlintonas hercoga armijai Portugālē un Spānijā. 1825. gadā Rotšildi piegādāja Anglijas Bankai pietiekami daudz metāla monētu, lai novērstu finanšu krīzes.

19.gadsimtā “NM Rothschild” palīdzēja Lielbritānijai iegūt kontrolējošo ietekmi Suecas kanālā, finansējot “Cecil Rhodes” Britu Dienvidāfrikas kompāniju, un uzpērkot lielus nākotnes saimniecības gigantus, tādus, kā kalnrūpniecības uzņēmumu Rio Tinto un dimantu ieguves uzņēmumu De Bīrs.¹

Šobrīd Rotšildu grupas pamatus veido trīs bankas - N.M.Rothschild&Sons Ltd Lielbritānijā, Rothschild Company Bank Francijā un Rothschild Bank Šveicē. Grupai ir filiāles un meitas uzņēmumi vairāk nekā 20 valstīs, darbības jomas ir dažādas – apdrošināšanas fondi, naftas bizness, enerģētikas kompānijas, plašsaziņas līdzekļi u.c.

Kādā intervijā Rotšildu dinastijas 7. paaudzes pārstāvis kopš dibināšanas barons Bendžamins Rotšilds pauž viedokli par atšķirīgajām pieejām vadības biznesā un ģimenes biznesā. Vadības uzņēmumi ir vairāk orientēti uz ātru peļņu. Uzņēmumu vadītāji ir spiesti par saviem sasniegumiem akcionāriem atskaitīties katru ceturksni, jo akcionāri gaida drīzu peļņu un uzņēmumu izaugsmi, kamēr ģimenes uzņēmumam nevienam nav jāatskaitās un rezultāti var tikt sagaidīti pat pēc vairākiem gadiem.²

Pēc autora domām vadības uzņēmuma vadītājam, atšķirībā no ģimenes uzņēmuma vadītāja trūkst personīgas motivācijas attīstīt uzņēmumu, ja neņem vērā ienākumus, pastāvīgs stress gūt sasniegumus, kas no vadītāja tiek sagaidīti cilvēku iztukšo, un peļņa, kura ir jāpanāk visiem spēkiem, tikai lai saglabātu savu amatu vai atalgojumu, rada iespēju dažādām spekulācijām. Kā zināms tieši spekulācijas bija par iemeslu nesējai krīzei.

1. Harijs Wilson; <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/banksandfinance/8302288/Rothschild-history-of-a-London-banking-dynasty.html>; skatīts 15.10.2013

2. Family values; Eitans Avriels and Gais Rolniks <http://www.haaretz.com/weekend/magazine/family-values-1.323094> - skatīts 20.11.2013.

Lai nodrošinātu stabilu uzņēmumu pastāvēšanu par būtisku minēta pienācīgi plānota pēctecība un jaunu paaudžu apmācība, kas ir izrādījusies nepieciešama aktīvai sabiedrības paplašināšanai un labklājībai. Marks Keisons ierosinājis preciklisku uzvedību ģimenes uzņēmumos - lēni jauninājumi labvēlīgos periodos, bet labuma gūšana no to "Piesardzīgās stratēģijas" krīzes laikā.¹

Kets de Vries atzīmē, ka ģimenes uzņēmuma ilgtermiņa orientācija, kultūra, izturība, zināšanas un elastīgums nodrošina ģimenes uzņēmumu dabiskās priekšrocības pār vadības uzņēmumiem. Tomēr, ierobežota piekļuve kapitāla tirgiem, nepotisma aizbildnieciskie paņēmieni, galējas psiholoģiskas problēmas starp ģimenes locekļiem, kas pārņem uzņēmumu var anulēt šīs priekšrocības. Ir zinātnieki, kas dedzīgi aizstāv vadības uzņēmuma pārsvaru pār ģimenes uzņēmumiem un arī pretēji, kas pierāda ģimenes uzņēmuma priekšrocības salīdzinājumā ar vadības uzņēmumiem. Pēc autora domām katrā atsevišķā gadījumā taisnība var būt katram no viedokļiem, tāpēc tie jāapskata kontekstā ar katru konkrēto situāciju.

Pēc autora domām, ņemot vērā visu iepriekš minēto, kādas ģimenes loma var būt diezgan noteicoša daudzu cilvēku dzīvēs, to nevar novērtēt par zemu. Gan ģimenes uzņēmuma, gan vadības uzņēmuma ietekme uz daudziem procesiem valstīs, sabiedrībās var būt diezgan nozīmīga, tāpat kā jebkura cita vara, kas dod iespēju pārvaldīt cilvēkus, tāpēc ir svarīga varas lietošanas morālā puse. Vērtību saglabāšanā tieši pēcnācēji būs tie, kas turpinās ģimenes tradīcijas pēc dibinātāja aiziešanas.

1. Colli Andrea; „History of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003- 13lp.;

2. ĢIMENES UZŅĒMUMI ĀRVALSTĪS

2.1. Pētījumu problemātika ģimenes uzņēmuma ilgmūžības izpētē

Lielākā daļa (divas trešdaļas) ģimenes uzņēmumu īpašnieku Barclays / Economist aptaujās liecina, ka veido biznesu lai nodrošinātu iztikas līdzekļus apgādājamajiem. Family Firm Institūts (kopš 1988. gada apvieno pasaules vadošos speciālistus ģimenes biznesa jomā, rīko starptautiskas konferences). Bet vai šī ideja nonāk no paaudzes paaudzē?

Ir kāds populārs viedoklis par ģimenes uzņēmuma samazināšanos trīs paaudzēs, dažādās variācijās, piemēram: "Vectēvs dibina sabiedrību, dēls attīstīta, mazdēls iznīcina"², šādai parādībai ir dots apzīmējums - "Trešās paaudzes efekts" Šādos gadījumos ģimenes īpašumtiesību struktūra pierāda, saskaņā ar tās kritizētājiem, ka tā ir nepilnīga, un neefektīva, un tā sekas ir stagnācija un pagrimums.²

Savukārt, Izabella Štamma un Kristina Lubinski rakstā žurnālā Family Business Strategy „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates” kritiski izvērtē esošos pētījumus par ģimenes uzņēmumu mantošanu, kur tiek pieminēts uzņēmumu izdzīvošanas līmenis (kopā 28 raksti un disertācijas ir pārskatīti 2009. gadā, apkopoti Eiropas ģimenes biznesa centra Visbādene, Vācija), kuros tiek apgalvots, ka tikai 30 % no ģimenes uzņēmumiem izdzīvo otrajā paaudzē, un pat mazāk nekā 10 - 15 % turpina darboties trešajā paaudzē, tomēr neviens no 28 darbiem nesniedz tam pierādījumus. Visos darbos tiek citēti skaitļi no citiem autoriem. Tikai divi darbi sniedz sīkāku informāciju par datiem izmeklēšanas kontekstā.

To pamatā ir divi raksti - Beckhard un Dyer 1983. gadā, tika citēts vienpadsmit reizes, un Warda monogrāfija 1987. gadā, tika citēta deviņas reizes.

Pirmais raksts - “Managing the Continuity in the Family-Owned Business”, kurā bija minēts, ka „neskatoties uz ģimenes uzņēmumu nozīmi, ģimenes uzņēmumu vadītājiem bija grūti veiksmīgi

1. Isabell Stamm, Christina Lubinski ; Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates; Journal of Family Business Strategy; September 2011, 1211p;

2. History of Family Business, 1850-2000, Andrea Colli ;12lp.

tos pārvaldīt laika gaitā; daudzi pārstāja darboties pēc desmit gadiem, un tikai trīs no desmit izdzīvoja otrajā paaudzē. Uzņēmumu vidējais dzīves ilgums ir 24 gadi” - šis citāts parāda problemātisko novērtējumu ģimenes uzņēmumu izdzīvošanai un to dzīves ilgumam, tomēr teiktajam nav empīrisku pierādījumu, kas apstiprinātu šos skaitļus, drīzāk tie tiek atspoguļoti lai parādītu "svarīgās problēmas un dilemmas" kas rodas ģimenes uzņēmumos.

Otrs raksts, Džona L. Warda monogrāfijā “Keeping the Family Business Healthy” - vienīgajā darbā, kur tika atspoguļots izdzīvošanas līmenis pamatojoties uz empīriskiem pētījumiem reģionālā līmenī, mērķtiecīgi pārraugot 200 ražošanas uzņēmumus ar vairāk nekā 20 darbiniekiem, tika konstatēts, ka 20 % no uzņēmumiem, kas darbojās 1924. gadā, darbojās arī 1984. gadā un 13 % no visiem uzņēmumiem joprojām piederēja vienai ģimenei, no kā tika izdarīti secinājumi, ka "mazāk nekā 30 procenti no sekmīgiem ģimenes uzņēmumiem darbojas trešajā paaudzē, un mazāk nekā 15 procenti izdzīvo trešajā paaudzē..."Daudzi zinātnieki atkārtoti šos skaitļus bez to izcelsmes citēšanas un pētniecības metodoloģijas noteikšanas, kā arī ierobežojumiem. Pēc Izabellas Štammas un Kristinas Lubinski teiktā: „mēs nevaram atrast, ka šie slavenie skaitļi ir "replicēti visā pasaulē gan pētniecībā, gan pieredzē" ..." ¹

Salīdzinot ar Ward analīzi, Izabella Štamma un Kristina Lubinski atzīmēja ievērojami augstāku uzņēmumu vecumu savā izlasē, pēc viņu pētījuma 1960. gada drukātā izdevuma, par 310 Vācijas uzņēmumiem, kas atradās Diseldorfā un Mīnhenē 1960. gadā, par īpašumtiesībām un vadības struktūras attīstību līdz 2008. gadam. Pētījums ietver visas juridiskās formas un visu nozaru uzņēmumus. Ierobežojums ir attiecībā uz uzņēmuma lielumu, tika pētīti tikai lielie uzņēmumi ar vairāk kā 250 darbiniekiem. Visi dati tika pārbaudīti un papildināti ar papildus avotiem, katru gadījumu izskatot atsevišķi. To skaitā monogrāfijas, krājumi, bibliogrāfiskās vārdnīcas, nozares katalogi, laikraksti, korporatīvie ieraksti, komerciāli pieejamo uzņēmumu datu bāzes un uzņēmumu arhīvi.

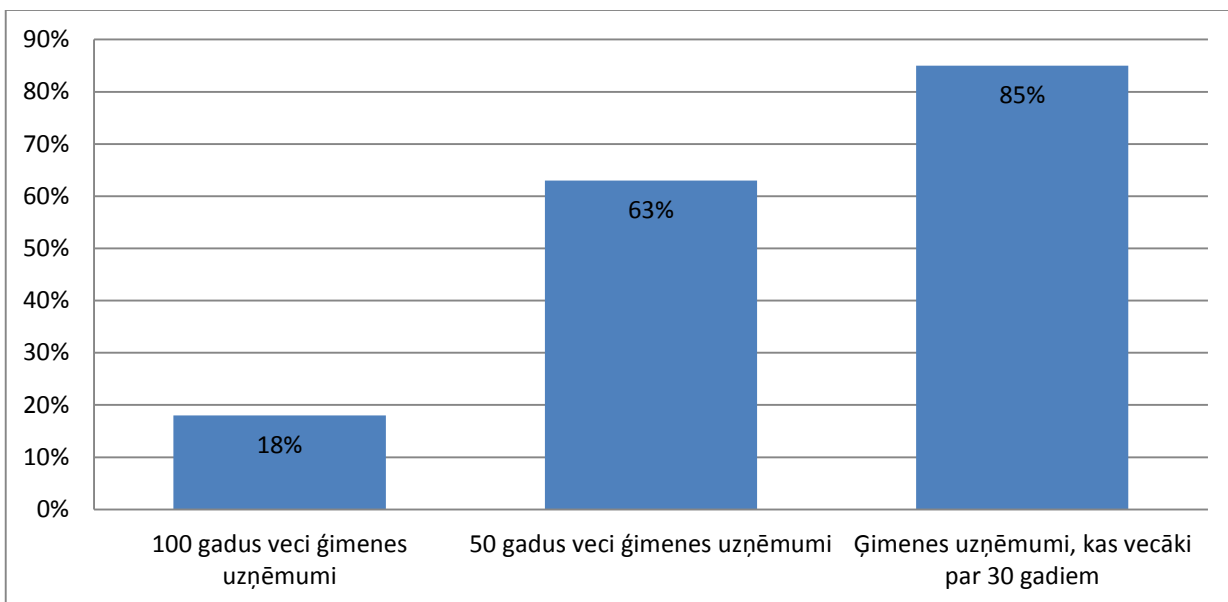
No 310 uzņēmumiem 53 % vai 165 uzņēmumi bija ģimenes ietekmē 1960. gadā, kas nozīmēja, ka ģimenes īpašumā ir vismaz 50 procenti no īpašuma vai ģimenes kontrolē vismaz 25 % no

1. Stamm Isabell, Lubinski Christina ; „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates”; Journal of Family Business Strategy; September 2011; 121.lp;

balsttiesībām, un vienlaikus tie tika aktīvi pārvaldīti.

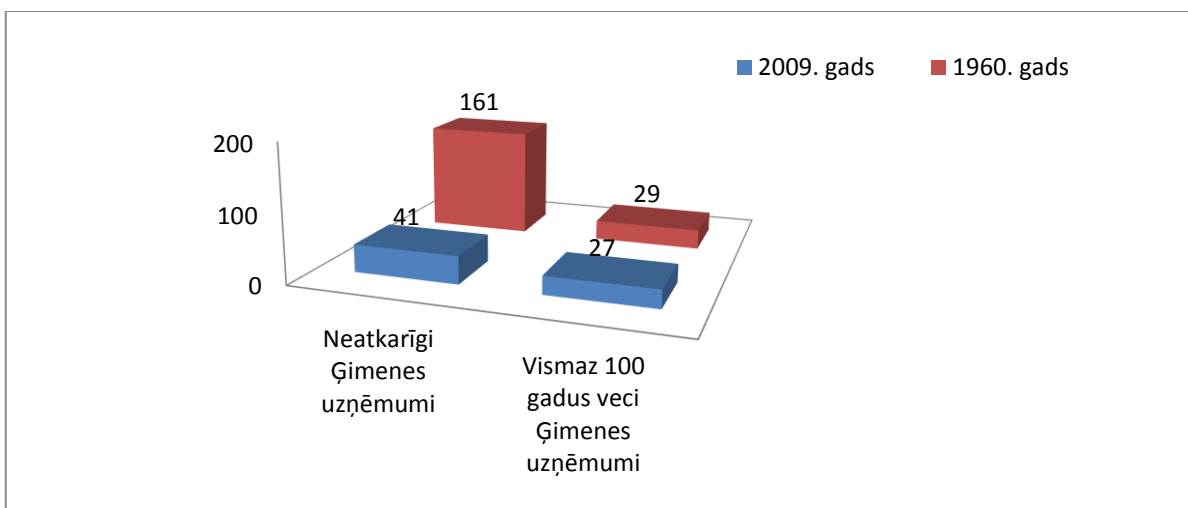
Pēckara Rietumvācijas kontekstā, ģimenes ietekmē bija uzņēmums kam piederēja lielākā daļa uzņēmuma akciju. Tādēļ pieeja atbilst vēsturiskam kontekstam un attiecas uz uzņēmumiem kas ir ģimenes kontrolē 1960. gadā.

161 no 165 ģimenes uzņēmumiem var identificēt dibināšanas gadu. Tajos gadījumos, kad ģimenes uzņēmums bija vecāks par 1960. gadu, dibināšanas datums tika noteikts sākot no gada, kad ģimene ieguva kontroli pār to. 1960. Gadā, 29 uzņēmumi jeb 18 procenti, bija vismaz 100 gadus veci. 100 uzņēmumiem vai 63 procentiem bija vairāk par 50 gadiem. Vecāki par 30 gadiem bija 135 uzņēmumi vai 85 procenti.



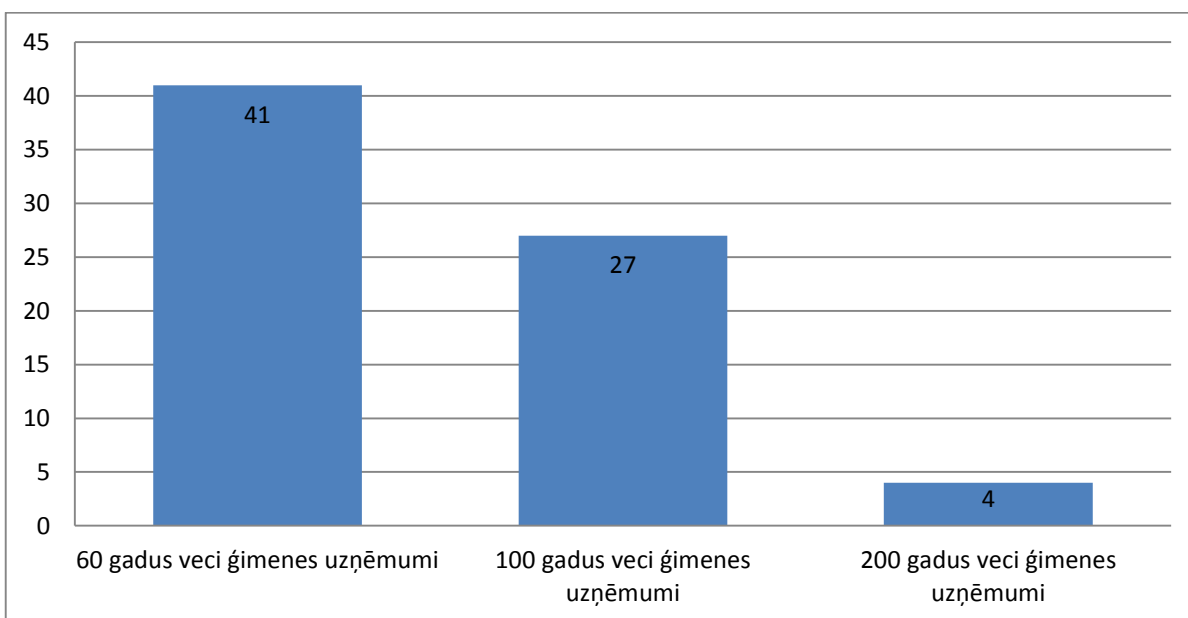
att. 2.1. Ģimenes uzņēmumu vecuma attiecība 1960. gadā Rietumvācijā (no 165 uzņ.)

Aplūkojot otru laika posmu no 1960. līdz 2009. gadam, 41 no 161 uzņēmuma joprojām bija neatkarīgi ģimenes uzņēmumi 2009 gadā. Ņemot vērā to dibināšanas dienu vidējais uzņēmuma vecums bija 130 gadi - 2009. gadā. Visiem šiem uzņēmumiem bija 60 gadi vai vairāk.



att. 2.2. Ģimenes uzņēmumu skaits (pastāvēšana) no 1960. līdz 2009. gadam (no 161 uzņēmuma)

2009 gadā Rietumvācijā bija iespaidīgs ilgdzīvojošo uzņēmumu skaits - 27 uzņēmumi bija vismaz 100 gadus veci, un 4 vecākie uzņēmumi bija pastāvējuši vairāk kā 200 gadus.



att. 2.3. Ģimenes uzņēmumu vecums Rietumvācijā 2009. gadā

2.2. Ģimenes uzņēmumu izplatība pasaulē

„Ģimenes uzņēmumi ir ļoti efektīvs instruments uzņēmējdarbības kultūras izplatīšanai un labākais veids, kā miljoniem cilvēku iesaistīt uzņēmējdarbībā, ne tikai MVU (mazais un vidējais uzņēmums), kur strādā vairākums, bet arī lielos ģimenes uzņēmumos, kuru skaits tādās nozīmīgās valstīs kā Vācija, Apvienotā Karaliste, Itālija vai Francija, ir no 12 % līdz 30 % no kopējā lielo uzņēmumu skaita. Gan lielus, gan mazus ģimenes uzņēmumus raksturo ģimenes locekļu pastāvīga kontrole pār uzņēmumu, pat ja tā ir akciju sabiedrība.”¹

Ģimenes uzņēmumi rada aptuveni 70-90% no pasaules IKP gadā. Lai demonstrētu ģimenes uzņēmumu izplatību un ietekmi, tālāk atspoguļoti dati no visas pasaules.

tabula 2.4.

Ģimenes uzņēmumu izplatība un ietekme Ziemeļamerikā²

Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka)	Citi indikatori
Kanāda		50%	Apmēram 1/3 no Kanādas ĢU plāno nodot uzņēmumu mantošanā tuvākajā laikā, 90% no viņiem plāno, to nodot ģimenes locekļiem. ĢU veido 45% no IKP.
ASV	80-90%	62%	Vairāk kā 30% no visiem ĢU turpina darboties otrajā paaudzē, 85% ĢU īpašnieku uzņēmumu plāno nodot ģimenes loceklim, tomēr 61 gada un vecākā vecumā vel nav izvēlējušies mantinieku – 55% Vecākais ģimenes uzņēmums ASV - Zildjian Cymbal Co, dibināts 1623. gadā Konstantinopolē, no 1929. gada darbojas ASV. ĢU Veido 64% no ASV IKP

1. Cabra De Luna, Zvolská Marie - ziņotāji, EES lietu komitejas atzinums par tematu “Uzņēmējdarbības formu daudzveidība” Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, (2009/C 318/05); 23.12.2009; (22-281p)

2. Global data points - <http://www.ffi.org/?page=GlobalDataPoints#Anchor-North-America>

tabula 2.5.

Ģimenes uzņēmumu izplatība un ietekme Latīņamerikā¹

Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka)	Citi indikatori
Brazīlija	70%	77%	Valstī ir aptuveni 4,1 miljoni ĢU, no tiem 77% nodarbina darbiniekus laukos, veidojot 84% no visiem lauku uzņēmumiem.
Čīle	75-90%		Aptuveni 65 % no vidējiem līdz lieliem uzņēmumiem ir ģimenes īpašumā; koncentrēti lauksaimniecības, pārtikas un dzērienu, kalnrūpniecības, tekstila, zvejas un zivju apstrādes, mežsaimniecības un ražošanas nozarēs

tabula 2.6.

Ģimenes uzņēmumu izplatība un ietekme Eiropā^{2:3}

Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka)	Citi indikatori
Austrija	80%	70-75%	Atcelts mantošanas nodoklis (2008.g.)
Beļģija	70% 52 % no 100,000 lielākajām kompānijām		Līdz 2017. gadam 25% ĢU mainīsies vadība bet tikai 43% plāno kurš būs nākošais vadītājs, tomēr paredz, ka tam jābūt ģimenes loceklim (66%), veido 55% no NKP
Horvātija	77%	50%	
Čehija		80 - 95%	
Igaunija	90%	50%	ĢU nav mantojuma nodokļa

1. Global data points - <http://www.ffi.org/?page=GlobalDataPoints#Anchor-North-America>

Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka)	Citi indikatori
Francija	83%	50%	
	75% no visiem vidējiem uzņēmumiem un 20% no lieliem 49,2% no 500 lielākajiem uzņēmumiem un 59% no 500 ražošanas uzņēmumiem		
Vācija	79%	57%	
Ungārija	70%	55%	
Īrija	50%	39%	
Itālija	65-81%	50%	
Latvija	30% mazie un vidējie uzņēmumi ar mazāk kā 50 darbiniekiem;		Nav mantojuma nodokļa (Individuālais komersants)
	58 % no jaundibinātiem uzņēmumiem ir 1 ģimēnieks,		
	11 % pieder uzņēmējam ar laulāto;		
	5% manto uzņēmumu no vecākiem		
Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka)	Citi indikatori
Lietuva	38%		
	92,3% - mazie un vidējie uzņēmumi		
Luksemburģa	70 %		zemāka nodokļa likme uzņēmuma mantošanai, atšķirībā no citiem ģimējiem
	1/3 no 369 lielākajiem uzņēmumiem		

Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka)	Citi indikatori
Portugāle	70-80%	50%	ĢU nav mantojuma nodoļa
Rumānija	puse no maziem un vidējiem uzņēmumiem kuri reģistrēti no 1990. līdz 2007. gadam, ir ģimenes uzņēmumi	25%	
Slovākija	80-95%		nav mantojuma nodokļu
Slovēnija	60-80%	vismaz 26%	¾ ĢU īpašnieku uzņēmumu paredz nodot mantojumā bērnam, neatkarīgi no dzimuma.
Spānija	85%	75% no privātajos uzņēmumos nodarbinātajiem	ĢU veido 70% no IKP
Šveice			Tikai 36% no Šveices ĢU, uzskata, sevi par konkurētspējīgiem savā tirgū. 30% no Šveices ĢU tiks pārņemti nākamo dažu gadu laikā, ir prognozes, ka tikai 22% piederēs esošajai ģimenei.
Nīderlande	61%	33%	Nīderlandes valdība ir noteikusi nodokļu atvieglojumus ĢU mantošanai.
Apvienotā karaliste	65%	1/3	ĢU veido 41% no IKP. 44 % ĢU kuri tiks mantoti tuvāko 5 gadu laikā saglabās kontroli pār uzņēmumu pašreizējā īpašnieka ģimenē.
	69 % no MVU		

2. Global data points - <http://www.ffi.org/?page=GlobalDataPoints#Anchor-North-America>

3. Mandl Irene; "Overview of Family Business Relevant Issues" – Gala ziņojums, Pētījums veikts ar Eiropas Komisijas, Uzņēmējdarbības un rūpniecības ģenerāldirektorāta pasūtījumu; KMU FORSCHUNG AUSTRIA Austrian Institute for SME Research; 2008;(169lpp)

Ģimenes uzņēmumu izplatība un ietekme Ziemeļvalstīs

Valsts	Ģimenes uzņēmumu īpatsvars uzņēmējdarbībā	Nodarbinātība ģimenes uzņēmumos (no kopējā darbaspēka valstī)	Citi indikatori
Dānija	35% - 95% (atkarībā no definīcijas)		
Islande	70%-80%	70% 80	
Somija	90%	40%	ĢU mantošana tiek plānota 42 % uzņēmumu, bet 26 % plāno uzņēmumu pārdot, 7% slēgt, 18 % no visiem ģimenes uzņēmumiem ir bijusi veiksmīga uzņēmuma mantošana.
Norvēģija	2/3	40%	Vairumā gadījumu ĢU manto vecākais dēls.
	30 % no 500 lielākajiem uzņēmumiem		
Zviedrija	54% no visiem	60%	
	26,4% no lielajiem uzņēmumiem		

Tabulu autors veidojis veidojis pēc Data Global Points un Eiropas komisijas pētījuma datiem.

Kopumā, neatkarīgi no tā, kurā pasaules malā atrodas ģimenes uzņēmums ir zināmas vienojošas tendences, gan izņēmumu izplatības ziņā, gan darbinieku nodarbinātības apjomā dažādu valstu ģimenes uzņēmumos. Vidēji aptuveni 70 % no visiem uzņēmumiem tiek definēti kā ģimenes uzņēmumi valstīs, tomēr, jāņem vērā, ka ģimenes uzņēmumu definīcijas pasaulē ir dažādas. Ir valstis kur par ģimenes uzņēmumiem dēvē mazos un vidējos uzņēmumus. Arī ģimenes definējums dažādās valstīs atšķiras.

Nodarbības apjoma ziņā dažādās valstīs vidēji ģimenes uzņēmumos tiek nodarbināti vismaz 50% darbaspēka. Tomēr jāatzīst, ka jaunajās Eiropas valstīs dati par ģimenes uzņēmumiem ir skopāki. Tas skaidrojams ar ģimenes uzņēmumu neseno vēsturi. Tādās ilgdzīvotāju – ģimenes uzņēmumu valstīs kā Itālija, Francija, Vācija, kur ģimenes uzņēmumi ir pastāvējuši jau gadsimtiem ilgi ir savākta plašāka informācija par ģimenes uzņēmumiem, Arī sabiedrības uztvere par ģimenes uzņēmumiem šajās valstīs ir ilgstošāka, tradicionālāka, raksturojošāka kā jaunajās Eiropas valstīs, kur izpratne par ģimenes uzņēmumu tikai veidojas.

Datu apjoms skaidrojams arī ar dažādu politisku sviru iedarbināšanu ģimenes uzņēmumu politikas labvēlīgākai veidošanai - Spānijā un Apvienotajā Karalistē, publiskās diskusijas galvenokārt uzsāk organizācijas, kuras lobē ģimenes biznesam labvēlīgu nodokļu sistēmu un birokrātijas samazināšanu attiecībā uz ģimenes uzņēmumiem, kā arī lai veicinātu ieguvumus no ģimenes biznesa pēctecības. Tas varētu būt iemesls uzmanīgākai datu izpētei par dažādiem ar ģimenes uzņēmuma izpēti saistītiem jautājumiem. Lielo starptautisko korporāciju ietekme pasaules ekonomikā ir nenoliedzama, lielāko uzņēmumu priekšgalā ir degvielas ražotāji un tirgotāji Royal Dutch Shell, un trešajā vietā Wal-Mart Stores -pasaules lielākais mazumtirgotājs, abi uzņēmumi sākuši darboties kā ģimenes uzņēmumi.¹

Pētniecībā par ģimenes uzņēmumiem liels uzsvars likts uz ģimenes uzņēmuma orientēšanos uz vērtību saglabāšanu, reizēm pat ignorējot ātru peļņas gūšanu ar mērķi saglabāt uzņēmuma identitāti par spīti zaudējumiem vai ne tik straujai izaugsmei. Iepriekšminētajos uzņēmumu piemēros tomēr tiek gūta ievērojama peļņa, tas gan nenozīmē, ka uzņēmuma darbībā ir pieļauti lieli riski, bet vai vērtības ir tās kuras vada šo ģimenes uzņēmumu mērķus?

1. Global 500; http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2012/full_list/

2.3. Ģimenes biznesa izglītība Pasaulē.

Kā atzīst ģimenes biznesa vadošie pētnieki - ģimenes biznesa izglītības novirziena rašanās ir veidojusies pateicoties pieprasījumam no praktiķiem, nevis zinātniskas pētniecības ietekmē.¹

Pramodita Šarma, Franks Hois, Jozefs H. Astrahans, Matti Koiranens savā darbā „Prakses virzīta evolūcija ģimenes biznesa izglītībā” atklāj, ka būtiska infrastruktūras loma ģimenes biznesa izglītībā ir ģimenes biznesa centriem un profesionālajām asociācijām. Darbā norādīta 130 krājumu hronoloģija par galvenajām norisēm ģimenes biznesa izglītībā.

Pēc Otrā pasaules kara biznesa izglītība fokusējās uz lielajām korporācijām nošķirot īpašumtiesības uzņēmumā un pārvaldi. Kaut arī biznesa skolās neliela uzmanība tika pievērsta cilvēku attiecībām, akadēmiskā uzmanība ģimenes uzņēmumam praktiski netika pievērsta. Ģimenes biznesa izglītībā ieinteresētās personu vajadzības pēc izglītības netika apmierinātas ar dominējošās biznesa izglītības palīdzību, tas veicināja ģimenes biznesa centru un profesionālo apvienību attīstību. Pirmie akadēmiskie ieguldījumi ģimenes uzņēmumu pētniecībā nāca no prestižām biznesa skolām, piemēram, Indianas un Hārvardas universitātēm, tomēr ievērojamāka loma ir bijusi praktiķu ieguldījumiem, kuru darbība bija vērsta uz ģimenes uzņēmumu ieinteresēto personu izglītības vajadzību apmierināšanu. Ģimenes biznesa Leon un Katie Danco Centra atklāšana 1962. gadā, bija ievērojams ieguldījums sākotnējās infrastruktūras ģimenes biznesa izglītībā veidošanā, kalpojot ģimenes uzņēmumu īpašnieku un viņu ģimeņu vajadzībām Amerikā. Centrs uzsāka savu darbību bez konkurences un bez ierobežojumiem no augstākās izglītības iestādēm, dodot savu izaugsmi šķietami neierobežotā tirgū, kurš vēl nebija noformējies. Šādā vidē, jebkādām organizatoriskām formām vai stratēģijām, kuras var pieslēgties ģimenes uzņēmumu īpašnieku tirgum, saskaņā ar evolūcijas teoriju, ir labas izredzes gūt panākumus. Vēlāk, septiņdesmito gadu beigās, tika izveidotas profesoru vietas Loyola un Baylor universitātēs, kas deva iespēju akadēmiski nodarboties ar ģimenes biznesa izglītību, tomēr universitāšu centri parasti tika izveidoti lai sniegtu informatīvi - propagandistiskus pakalpojumus un darbojās kā izglītības un attīstības robežu atslēgas, kas ļāva universitātēm apmierināt

1. The practice-driven evolution of family business education, Pramodita Sharma, Frank Hoy, Joseph H. Astrachan, Matti Koiranen, Journal of Business Research 60 (2007) 1012lpp

ieinteresēto personu prasības un vajadzības ģimenes uzņēmējdarbības jomā, atstājot galveno - biznesa izglītību nesatricinātu.

Ģimenes biznesa centri ir izplatījušies divdesmitā gadsimta pēdējos divdesmit gados. Izaugsmes pierādījumi tika dokumentēti 1988. gada „Nation's Business” žurnāla izlaidumā, kur tika identificētas divdesmit ģimenes biznesa programmas Amerikas Savienotajās valstīs. Šodien, Family Firm Institūta „Centru un saistīto organizāciju” sarakstā ir vairāk kā 110 organizācijas, Starptautiskā koledžas un biznesa skolu attīstības asociācijas ziņo, vairāk kā 50 akreditētās skolas ar ģimenes biznesa programmām. Lai gan universitāšu ģimenes biznesa centros un programmās pastāv daudzi modeļi, izpētot 128 ģimenes biznesa centrus visā pasaulē atklājas divi dominējošie modeļi: Kenesija modelis un Holistiskais (vienotais) modelis. Kenesija Valsts universitāte dibināta 1986. gadā, šis modelis īsteno programmas saviem ģimenes biznesa locekļiem, kuri maksā ikgadēju biedra naudu programmām un pakalpojumiem. Sākotnēji šī centra panākumi balstījās uz spēju ģenerēt resursus universitāšu un uzņēmējdarbības skolai caur sponsorēšanu, kas nodrošināja pamata bāzi zinātniekiem un izglītības iespējas ģimenes uzņēmumu īpašniekiem, kas atbilda ārējo un iekšējo ieinteresēto pušu vajadzībām.

Stetsonas universitātes Vienotais modelis, izveidots 2000. gadā izmanto atšķirīgu pieeju. Šo programmu galvenais uzsvars tiek likts uz darbībām, kas vērstas uz studējošo vajadzību apmierināšanu studiju programmās. Lai gan informacionāli - propagandiskā un pētniecības aktivitātes ir neatņemamas šim modelim, ģimenes biznesa studenti ir tās kodols.¹

Abu šo programmu elementi atrodami ģimenes biznesa centros visā pasaulē kā šo programmu līderi mēģina saskaņot savu darbību ar vidi un loģikas strukturēšanas iespējām institūtos.

1. (The practice-driven evolution of family business education, Pramodita Sharma, Frank Hoy, Joseph H. Astrachan, Matti Koiranen, Journal of Business Research 60 (2007) 1012lpp)

3. ĢIMENES UZŅĒMUMA ATTĪSTĪBA LATVIJĀ.

Latvijā, pēc struktūras ģimenes uzņēmums nav saistīts ar kādu noteiktu uzņēmējdarbības formu, neatkarīgi no tā atbildība par uzņēmuma darbību gulstas uz uzņēmuma īpašnieku, vai uzņēmumam ir noteikta ierobežota atbildības forma vai uzņēmums balstās uz akciju tiesībām visos šajos uzņēmumos, ar zināmiem izņēmumiem (Valsts uzņēmumi), galvenā pārvalde un īpašumtiesības var piederēt ģimenei.

Ziņas par ģimenes uzņēmumu vēsturi Latvijā ir skopas. Tas ir skaidrojams ar īso laiku, ko Latvijai un tās iedzīvotājiem ir izdevies būt brīviem no citu valstu kundzības. Tikai ar dzimtbūšanas atcelšanu 1819. gadā dzimtcilvēki ieguva personisko brīvību, tomēr vietējā politiskā vara palika zemes īpašnieku, aristokrātu rokās.

3.1. Ģimenes uzņēmuma attīstība Latvijā no 19. gadsimta līdz un 20. gadsimta vidum

Pēc 1850. gada tika uzsākta zemes pārdošana zemniekiem. 1860-1870 gados Aleksandrs II atcēla aizliegumus zemniekiem brīvi iesaistīties tirdzniecībā un izvēlēties profesiju. Baltijas provinču pilsētu ģilžu un lauku zemju īpašnieku ilgstošā kontrole izbeidzās, grūtības, kas atlika topošajiem uzņēmējiem, bija riska kapitāla piesaistīšana, izejvielu šķirošana un gatavās produkcijas izplatīšana.¹

Paaudze, kurai piederēja personiskā brīvība laika periodā no 1830. gada līdz 1860. gadam turpināja veikt galvenokārt lauksaimniecības darbus muižās, jo emancipācija nepiešķīra zemniekiem tiesības uz savu zemi.

Pēc pirmā pasaules kara Baltijā 42 % no visas lauksaimniecības zemes joprojām bija sadalītas muižās. Sanktpēterburgas valdības 1812. gada rīkojums deva zemniekiem tiesības pievienoties tirgotāju Ģildēm par zemāku samaksu (saņemot 40 rubļus 400 vietā), ja to ienākumi no tirdzniecības darbībām pārsniedz 2 000 rubļus gadā. Ar šādu sertifikātu zemnieki ieguva tiesības iegādāties lauksaimniecības preces un arī atvērt laukos nespecializētos veikalus, lai

1. Plakans Andrejs "Family enterprise in the Baltic estate economy", The History of the Family; Elsevier Science žurnāls; 6, 2001; 245lp

pārdošu pilsētā ražotās preces tomēr, ņemot vērā minimālos nelauksaimnieciskos ienākumus, kas norādīti rīkojumā, šīs "tiesības" izmantoja ļoti maz zemnieku.

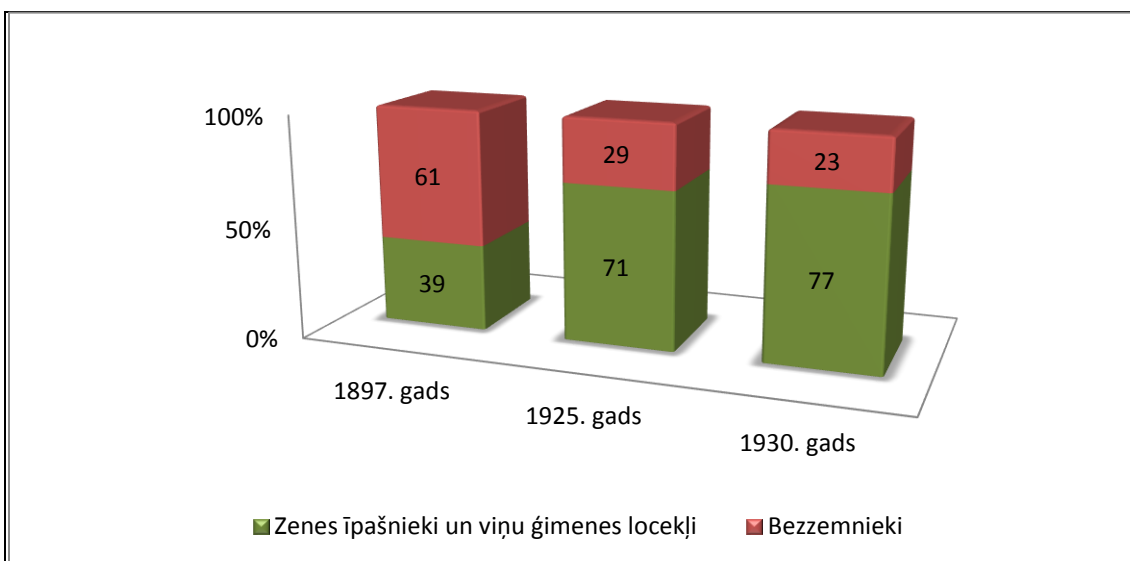
Zemnieku ievestās preces Rīgā varēja pārdot tikai vairumtirgotājiem, kuri noteica iepirkuma cenu, faktiski tāda pati situācija kāda šobrīd ir Latvijas ražotājiem ar lielveikaliem, kuri nosaka preču iepirkuma cenu, vai pretējā gadījumā atsakās to tirgot. Saskaņā ar vēsturnieku pētījumiem par zemnieku ienākumiem deviņpadsmitā gadsimta vidū, saimniecību vadītāji un viņu ģimenes sāka sevi iesaistīt ģimenes ražošanā, tomēr atsevišķos gadījumos muižu īpašnieki joprojām centās ieviest vietējos noteikumus pret zemniekiem, kas nodarbojas ar amatniecības aizsargātiem veidiem, piemēram Smiltenes muižā 1850. gadu sākumā saimniecības vadītāji 35 reizes tika sodīti par zārku izgatavošanu un pārdošanu. Impērijas inspektors ziņoja, ka Briežu muižas zemnieki ievērojami palielināja savus ienākumus, izgatavojot un pārdodot niedru krēslus. Iršu muižā zemnieki izgriezta klavieru kājas un darināja lustras, ko viņi transportēja uz Rīgu pārdošanai.¹

Kamēr dažas saimniecības kombinēja nelauksaimnieciskās un lauksaimnieciskās darbības, citi pilnībā sevi veltīja iepriekšējām nodarbēm, pieņemot līgumdarbu savos novados un atstājot zemes kultivēšanas darbus algotņiem. Deviņpadsmitā gadsimta beigās gandrīz puse no aramzemes joprojām bija muižu īpašnieku īpašumā.

Lauku amatniecības un uzņēmumu pastāvīga iezīme bija nepārtraukta saistīšanās - personiskā, ģimenes un darba - ar lauksaimniecības aktivitātēm, gan ar personām, kas nodibināja šādus uzņēmumus, gan ar tiem, kas tajos strādāja. Nav ziņas par to kādā veidā ģimenēs tika kopīgi saimniekots, lai nodrošinātu saimniecību drošību un stabilitāti, tomēr esošās ziņas ļauj secināt, ka šajā laikā neatkarīgas saimniecības veidojās un pastāvēja.

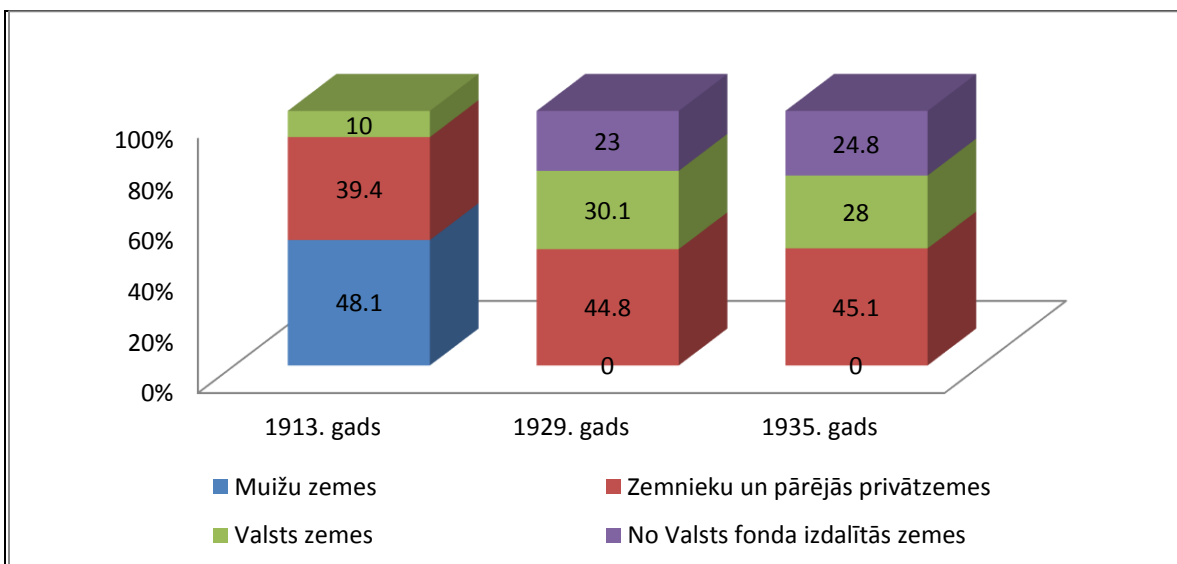
No statistikas datiem ir iespējams iegūt informāciju par Latvijā esošo īpašuma sadalījumu - zemes īpašnieku attiecību pret bezzemniekiem, zemes īpašnieku kategorijām, zemes izmantošanas raksturu no 20. gadsimta sākuma. 3.1. attēlā ir redzams, kā 20. gadsimta sākumā mainās zemes īpašnieku kategorijas un zeme - no muižniecības nonāk valsts un privāto īpašnieku rokās.

1. Plakans Andrejs "Family enterprise in the Baltic estate economy", The History of the Family; Elsevier Science žurnāls; 6, 2001; 245lp



3.1. att. Zemes īpašnieku un bezzemnieku skaita izmaiņas no 1897. līdz 1930 gadam¹

19. gadsimta sākumā muižu zemju īpašumi nomaina Valsts un zemnieku privātzemes, zemju īpašnieki var uzsākt savu saimniecību veidošanu un attīstību.



3.2. att. Zemes īpašnieku kategorijas un viņu īpašumu platība procentos no visas zemes platības (1913. – 1935)²

1,2. Attēlus autors veidojis pēc Agrārreforma; <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/agrarrreforma-32512.html> - skatīts 01.11.2013.

Tomēr Latvijas saimnieku saimnieciskā darbība nebija ilga, Latvijas uzņēmēju iespējas veidot veiksmīgus, ilglaicīgus uzņēmumus tika pārtrauktas ar okupācijas režīmu. Kāda veiksmīga uzņēmēja dzīvesstāsts ataino kopējo situāciju uzņēmējdarbībā Latvijā šajā posmā:

1935. gadā "A./S. Ķuže" ar pamatkapitālu 1 200 000 Ls, savu produkciju - saldumi ap 500 šķirnēm, biskvīti 50 šķirnes, šokolāde 65 šķirnes, konfektes 150 šķirnes, vafeles 25 šķirnes, kafija 30 šķirnes, piparkūkas utt. — eksportēja uz Eiropas valstīm, Ziem.Ameriku, Āfriku, Āziju, Austrāliju. 1935 g. "A./S. Ķuže" eksportēja 485004 kg produkcijas. 1940. gadā A/S "Ķuže" fabriku un veikalus nacionalizēja padomju vara, bet Vilhelmu Ķuzi ar ģimeni izsūtīja uz austrumiem, kur viņš 1941. gadā koncentrācijas nometnē mira.¹

Kopš 1941. gada uzņēmumu pārdēvēja par „17. jūnijs” par godu 1940. gada 17. jūnijam. 1996. gadā tika veikta uzņēmuma privatizācija un nodibināta akciju sabiedrība „Staburadze”. 2000. gadā, lai nodrošinātu uzņēmuma konkurēt spēju Latvijā un Eiropā, Staburadze apvienojās ar Laimu. „Staburadzes” kontrolpakete pieder SIA „Nordic Food”. Sākot ar 2000. gadu uzņēmums produkciju ražo ar tirdzniecības markas Laima nosaukumu. 2005. gada maijā tika nodibināts meitas uzņēmums SIA „Staburadzes Konditoreja”, kas ražo dažādas tortes, un šis uzņēmums pārmantojis arī „Staburadzes” logo.²

1947. gada augustā Latvijā, tāpat kā savulaik vecajās PSRS republikās, tika noteiktas īpašas “kulaku” saimniecību pazīmes. Par tādām līdz 1947. gada 1. novembrim no kopējā Latvijas zemnieku saimniecību skaita - 266187 - par “kulakiem” tika atzītas 10924 saimniecības jeb 4,1 %. Sākot ar 1947. gadu līdz pat 1953. gadam “kulaku” saimniecībām nodokļu pieskaitījumu palielināja regulāri, arvien lielākos apjomos. Par nodokļu parādiem zemnieku saimniecībām, it īpaši “kulakiem” aprakstīja mantu, atņēma lopus, lauksaimniecības inventāru, kā arī citu īpašumu bet viņus pašus nodeva tiesai.³

1999. gadā Amerikas Latviešu apvienība laida klajā J. Riekstiņa dokumentālo pētījumu, kas tobrīd saucās “Patvaļa – staļiniskā totalitārā režīma noziegumi pret Latvijas zemniecību. 1940.–

1. V. Ķuzes saldumu fabrika (Staburadze); <http://www.citariga.lv/lat/grizinkalns/rupnieciba/staburadze/> - skatīts 10.11.2013.

2. Turpat

3. Represijas Latvijas laukos 1944-1949; Dokumenti un materiāli; <http://www.itl.rtu.lv/LVA/rll> - skatīts 11.15.2013

1953. gads”, nodaļā “Kulaku medības Latvijā” J. Riekstiņš autors konstatē: “Ekonomiski un politiski apkarojot, bet pēc tam arī sagraujot turīgāko zemnieku saimniecības, staļiniskie funkcionāri līdz ar to arī pārējiem zemniekiem gribēja atņemt individuālo saimniecību attīstības perspektīvas un sadzīt viņus kolhozos. Un lai arī t.s. “kulaku” saimniecības viņiem izdevās sagraut, Latvijas lauksaimniecība līdz ar to nekādu augšupeju nepiedzīvoja.”

Iepriekšminētajos notikumos skaidri redzams kas notika ar veiksmīgiem uzņēmumiem un lauku saimniecībām.

3.2. Ģimenes uzņēmums Latvijā mūsdienās.

Mūsdienu ģimenes uzņēmums Latvijā praktiski nav ticis pētīts. Tas ir skaidrojams ar neseno uzņēmējdarbības vēsturi Latvijā. Tikai pēdējos 20 gadus kopš Latvijas neatkarības atgūšanas ir iespējama privātīpašuma ieguve un individuālu uzņēmumu dibināšana.

Latvijas Enciklopēdiskajā vārdnīcā tiek minēts, ka ģimenes uzņēmums ir uzņēmums, kas dibināts uz ģimenes ieguldītā kapitāla pamata. Tipisks ģimenes uzņēmums ir zemnieka saimniecība un zvejnieka saimniecība.¹

08.01.1992. tika izsludināts likums "Par individuālo (ģimenes) uzņēmumu, zemnieka saimniecību un individuālo darbu", kurā definēts, ka ģimenes uzņēmums ir tiesību subjekts, kas izveidots ģimenes kopīpašuma organizēšanai, lai veiktu saimniecisko darbību šajā likumā un citos normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā. Šādā uzņēmumā ieguldītā manta pieder ģimenes uzņēmumā iesaistītajiem ģimenes locekļiem. Uz ģimenes uzņēmumu attiecas visi šī likuma noteikumi par individuālo uzņēmumu.²

Līdz 2013.gada 30. jūnijam jāpārveidojas par komercsabiedrību un jāpiesaka attiecīgo komercsabiedrību ierakstīšanai komercreģistrā vai jāpiesaka individuālā uzņēmuma īpašnieku ierakstīšanai komercreģistrā kā individuālo komersantu vai jāveic individuālā uzņēmuma

1. Nacionālais Apgāds, Rīga, 2002

LR Likums par individuālo (ģimenes) uzņēmumu, zemnieka saimniecību vai zvejnieka saimniecību - ar pēdējiem grozījumiem 01.07.2009. ;

likvidāciju un jāpiesaka individuālā uzņēmuma likvidāciju ierakstīšanai uzņēmumu reģistrā. Līdz ar to individuālais (ģimenes uzņēmums) ar 2013. gada 30. jūniju tiek pārdēvēts par komercsabiedrību vai individuālo komersantu.

Ģimenes uzņēmums var veidoties neatkarīgi no uzņēmējdarbības formas un galvenie nosacījumi lai uzņēmums varētu saukties par ģimenes uzņēmumu ir: uzņēmumu jāvada vai tam jāpieder noteiktam īpašumtiesību vai kontroles apjomam, kas nodrošinātu uzņēmuma atrašanos ģimenes rokās. Atbilstoši komerclikumam Latvijā nevienā no uzņēmējdarbības formām nav noteikts, ka sabiedrības biedri vai algotie darbinieki nevar būt radnieki, līdz ar to jebkura uzņēmējdarbības forma var būt ģimenes uzņēmums. Algoto darbinieku tiesības un pienākumi tiek noteikti darba līgumā, sabiedrības biedru savstarpējās attiecības var būt noteiktas sabiedrības līgumā, līdz ar to ģimene var veidot tādus noteikumus, kas ir ģimenes locekļu interesēs.

Latvijā ir situācijas kad uzņēmuma īpašnieks pats nevada uzņēmumu, tomēr to dara kāds no ģimenes locekļiem ar to nodrošinot, ka uzņēmums, pilntiesīgi var saukties par ģimenes uzņēmumu, jo ir noteikts īpašumtiesību apjoms un kontrole vienas ģimenes rokās. No 2010 gada Centrālās Statistikas datiem ir iespējams iegūt informāciju par Lauku saimniecību vadītājiem:

3.3. tabula

Lauku saimniecību vadītāji 2010 gadā Latvijā¹

Lauku saimniecību vadītāji	
Uzņēmuma īpašnieks	80807
Īpašnieka laulātais	726
Īpašnieka cits ģimenes loceklis	1390
Cita persona	463

No attēlotajiem datiem tabulā ir redzams, ka Latvijā 2010. gadā 2116 lauku saimniecības

1. Autora veidota tabula pēc LR Centrālā statistikas pārvalde; Lauku saimniecības pēc īpašnieka (lietotāja) statusa reģionos; LSK 10-I06

atrodas ģimenes īpašumā un kontrolē un var tikt sauktas par ģimenes uzņēmumiem, jo saimniecības vadītājs ir vai nu laulātais vai cits ģimenes loceklis. Kopējais lauku saimniecību skaits Latvijā 2010. gadā bija 83385, no tām 2116 pēc definīcijas ir ģimenes uzņēmumi, kas veido 2,54 procenti no visām lauku saimniecībām.

Mēs nonākam pie secinājuma, ka ģimenes uzņēmums nav iekļaujams kādā atsevišķā kategorijā atbilstoši kādai uzņēmējdarbības formai, bet var tikt veidots atbilstoši tādai uzņēmējdarbības formai, kas ģimenei šķiet vispiemērotākā, atbilst tās iespējām un vajadzībām.

3.3. Latvijas ģimenes uzņēmumu aptaujas rezultāti

2013. gada nogalē tika veikta 15 ģimenes uzņēmumu aptauja. 3 no saņemtajām aptaujām nebija derīgas, jo atbildēs netika norādīta uzņēmuma darbības joma, nosaukums, gada apgrozījums, īpašuma vai lemttiesību apjoms uzņēmumā vai netika atbildēts par ārpusģimenes esošo darbinieku iesaisti lēmumu pieņemšanā, līdz ar to no šīm atbildēm nebūtu iespējams iegūt atbildes uz pētījuma mērķa jautājumiem.

Jautājumi tika veidoti atbilstoši aplūkotajam teorētiskajam materiālam atbilstoši vispārējām ģimenes uzņēmuma definīcijām, kurās par būtiskām tiek uzskatītas darbinieku radniecīgās saites uzņēmumā (tā esamība), īpašumtiesības uz būtisku uzņēmuma kapitāla daļu, un kontroli. Lai noteiktu aptaujāto ģimenes uzņēmumu lielumu un darbības efektivitāti, tāpat apskatīts uzņēmuma apgrozījums, kā arī attieksme pret uzņēmuma mantošanas jautājumiem.

Sākotnēji tika noteikts vai uzņēmums atbilst visiem šiem nosacījumiem vērtējot ģimenes locekļu iesaisti uzņēmumu vadībā, pārvaldes tiesībām uzņēmumā, ģimenes locekļu īpašumtiesību apjomu, iesaisti ikdienas uzņēmuma darbībā.

Tabulā 3.4. aplūkota ģimenes uzņēmumu vadītāju izglītības līmenis, no iegūtajiem datiem varam secināt, ka vairums vadītāju ir ar augstāko izglītību vai maģistra grādu, visi aptaujātie bija darbspējīgā vecumā, Uzņēmumu atrašanās vieta: 6 uzņēmumi atrodas Rīgā un Pierīgā, pārējie – Valmierā, Jūrmalā, Rūjienā, Ogrē, Tukumā un Baldonē.

Visi 12 aptaujātie ģimenes uzņēmumi bija ar ļoti atšķirīgām darbības jomām, sākot ar informācijas tehnoloģijām, beidzot ar piena lopkopību.

Aptaujāto ģimenes uzņēmumu atrašanās vietas, darbības jomas un izglītības atspoguļojums

Nr. p. k	Uzņēmuma vadītāja dzimums	Uzņēmuma vadītāja vecums	Ģimenes uzņēmuma atrašanās vieta	Izglītība	Ģimenes uzņēmuma darbības joma
1	Sieviete	26	Valmiera	Maģistra grāds	zemnieku saimniecība
2	Vīrietis	26	Jūrmala	Augstākā izglītība	informācijas tehnoloģijas
3	Sieviete	35	Salaspils	Maģistra grāds	Uzskaites, grāmatvedības, audita un revīzijas pakalpojumi; konsultēšana nodokļu jautājumos; Konsultēšana komercdarbībā un vadībinībās
4	Vīrietis	35	Rūjiena	Augstākā izglītība	sociālās aprūpes pakalpojumi ar izmitināšanu
5	Sieviete	44	Ogre	Profesionālā vidējā izglītība	Vides aizsardzība, kultūra un amatniecība
6	Vīrietis	39	Tukums	Vidējā izglītība	Konsultēšana komercdarbībā un vadībinībās
7	Vīrietis	51	Salaspils	Profesionālā vidējā izglītība	Mazumtirdzniecība pa pastu vai Interneta veikalos
8	Vīrietis	50	Salaspils	Augstākā izglītība	Restorānu un mobilo ēdināšanas vietu pakalpojumi
9	Sieviete	43	Rīga	Maģistra grāds	Hidro tehnisko objektu būvniecība Citu daudzgadīgo kultūru audzēšana Citur neklasificēta inženierbūvniecība;
10	Vīrietis	24	Rīga	Vidējā izglītība	Atpūtas un sporta laivu būve
11	Vīrietis	42	Rīga	Profesionālā vidējā izglītība	Ainavu veidošanas un uzturēšanas darbības
12	Sieviete	55	Baldone	Maģistra grāds	Piena lopkopība

Par lēmumu pieņemšanu uzņēmumā (tabula 3.5) 8 no 12 uzņēmumiem norādījuši, ka lēmumi tiek pieņemti koleģiāli ar vienādām lēmšanas tiesībām, tomēr aplūkojot datus par šiem uzņēmumiem Lursoft IT Datu bāzēs, tika secināts, ka 8 no 12 uzņēmumiem ir 1 amatpersona uzņēmumā, viens respondents nebija norādījis uzņēmuma nosaukumu. No atbildēm varam secināt, ka atbildes sniegtas vai nu neapzinoties patieso situāciju uzņēmumā vai pamatojoties uz emocionālu, ne faktisku jautājuma izpratni. Tomēr jāatzīst, ka neskatoties uz amatpersonu skaitu uzņēmumā var būt dažādas vienošanās arī savā starpā, kuras noteiktas statūtos vai ar savstarpējiem līgumiem.

Pēc aplūkotajiem datiem iepriekšminētajā datu bāzē var spriest, ka visi uzņēmumi bija vai nu Sabiedrības ar ierobežotu atbildību (9 uzņēmumi) vai Individuālais komersants – zemnieku saimniecības vai vienā gadījumā pat biedrība. Atbilstoši izpratnei par ģimenes uzņēmumiem pasaulē, kur ģimenes uzņēmumus ir tendence pieskaitīt maziem un vidējiem uzņēmumiem, arī šo aptaujas rezultātu vērtējumā aina ir līdzīga.

Arī tabulā 3.6. kur ir aplūkojama uzņēmuma darbības intensitāte laika posmā un uzņēmuma apgrozījums var spriest, ka lielākā daļa ieskaitāma mazo uzņēmumu kategorijā. Jāatzīmē, ka vairāki uzņēmumi datus par gada apgrozījumu nesniedza, tika iegūti no Lursoft IT Datubāzēm, atbildes nesniedz uzņēmumi ar mazāko apgrozījumu.

Tabulā 3.7. aplūkojot uzņēmuma īpašuma sadalījumu ģimenes / ārpusģimenes darbinieku starpā visi respondenti atbildējuši, ka īpašums pieder ģimenei. Aplūkojot īpašuma sadalījumu ģimenes locekļu starpā atklājas, ka 4 ģimenes uzņēmumos uzņēmuma īpašums pieder vienam ģimenes loceklim.

Tabulā 3.8. aplūkota ģimenes uzņēmuma attieksme pret uzņēmuma mantošanas jautājumiem. 8 no 12 aptaujātajiem uzskatīja, ka mantošanas jautājums ir svarīgs un ir būtiski noteikt turpinājumu (nodot mantojumā) savu uzņēmumu, tomēr jautājumā par to vai ir noteikts kas mantos uzņēmumu tikai divi uzņēmumi ir atbildējuši, ka mantošana ir plānota, viens atbildēji, ka par to domā. Šāds skatījums uz mantošanas jautājumiem ir raksturīgs arī iepriekš aplūkotajos datos par ģimenes uzņēmumiem pasaulē. Lai gan ģimenes uzņēmuma mantošana uzņēmuma vadībai ir svarīga, tomēr konkrēts lēmums par mantotāju dažreiz netiek pieņemts pat mūža nogalē. Ņemot vērā, ka Latvijas uzņēmumi ir salīdzinoši jauni – uzņēmumi pirmajā paaudzē, mantošanas tradīcijas nav veidojušās, jāpiemin arī, ka uzņēmumu vadītāji, salīdzinājumā ar datiem no ārvalstīm ir salīdzinoši jauni, kas arī tas var būt iemesls mantošanas jautājumu nerisināšanai.

Lai gan veicot aptauju, ģimenes uzņēmumi netika iepazīstināti ar jebkādu ģimenes uzņēmuma definīciju, visi uzņēmumi var tikt definēti kā ģimenes uzņēmumi, jo atbilst visām pazīmēm pēc kurām var atpazīt ģimenes uzņēmumu, kā jau minēju, radniecība, būtisks īpašuma apjoms un uzņēmuma kontrole ģimenes rokās.

Ģimenes uzņēmumu ģimenes locekļu skaits uzņēmumā/lēmuma pieņemšanas sadalījums

Nr. p. k	Darbinieku skaits ģimenes uzņēmumā / ģimenes locekļu, kuri darbojas uzņēmumā - skaits	Vai ģimenes uzņēmuma vadībā ir darbinieki, kuri nav ģimenes locekļi, kādas pilnvaras ir šiem darbiniekiem?	Cik ģimenes locekļi vada, administrē ģimenes uzņēmumu, cik procenti lēmuma ir katram?
1	2 ģimenes locekļi	Nav	2; 70/30
2	4 darbinieki	Nav	1 - 100%
3	2 ģimenes locekļi	Nav	2; 50/50
4	4 darbinieki / 2 ģimenes locekļi	Nav	2; 50/50
5	8 darbinieki, 2 ģimenes locekļi.	Ir, vidēja līmeņa vadība	2; 50/50
6	5, 2 ģimenes locekļi	Nav	2; 50/50
7	6 darbinieki, tai skaitā 2 ģimenes locekļi	Nav	2; 50/50
8	aptuveni 20 darbinieku firmā	Ir, vidēja līmeņa vadība	1 - 100%
9	5 darbinieki / 4 ģimenes locekļi	Nav	2; 50/50 %
10	2 darbinieki/ 1 ģimenes loceklis	Nav	1 - 100%
11	4 darbinieki/ 2 ģimenes locekļi	Nav	2; 50/50
12	2 ģimenes locekļi	Nav	1 - 100%

Ģimenes uzņēmumu gada apgrozījums/aktivitāte gadā

Nr. p.k.	Uzņēmuma aktivitāte gadā / gada apgrozījums
1	apgrozījums ~ 200 000,- /darbojas visu gadu
2	apgrozījums nav uzrādīts / Darbojas visu gadu
3	apgrozījums ~ 28739, EUR- /Visu gadu
4	200 000 - 400 000 Ls / Visu gadu;
5	apgrozījums nav uzrādīts / Darbojās no Jūlija mēneša
6	apgrozījums 47, EUR(anketas atbildē netika norādīts, iegūts no Lursoft datiem par 2012. gadu) / Lielākā aktivitāte sākot no aprīļa līdz novembrim
7	apgrozījums 21797,- EUR(anketas atbildē netika norādīts, iegūts no Lursoft datiem par 2012. gadu) / Darbojas visu gadu
8	apgrozījums nav uzrādīts / darbojas visu gadu
9	Apgrozījums gadā līdz 100000 LVL / Salīdzinoši sezonāls raksturs, jo ejam 2-3 mēnešu ziemas atpūtā;
10	apgrozījums ~ 20 000,-EUR / 300 dienas gadā
11	apgrozījums 15000 EUR/ visu gadu
12	apgrozījums 8500EUR/darbojas visu gadu

Ģimenes uzņēmumu īpašuma sadalījums ārpus ģimenes / ģimenes locekļu starpā

Nr. p.k.	Statūt kapitāla sadalījums - ģimenei piederošs/ ārpus ģimenes personām piederošs.	Uzņēmuma īpašuma sadalījums ģimenes locekļu starpā
1	Viss ģimenes locekļiem	Diviem uz pusēm
2	100 % ģimenei	100% - vienam
3	Viss ģimenes locekļiem	100% - vienam
4	pieder diviem ģimenes locekļiem	Diviem uz pusēm
5	100% ģimenei	Diviem uz pusēm
6	100% ģimenei	Nav atbildes
7	50/50 - viss ģimenes locekļiem	Diviem uz pusēm
8	viss pieder vienam	100% - vienam
9	100% ģimenes uzņēmums	Diviem uz pusēm
10	100%	Viss vienam ģimenes loceklim
11	50/50 – viss ģimenes locekļiem	Diviem uz pusēm
12	100% - viss ģimenei	Diviem uz pusēm

Pēctecības plānošana ģimenes uzņēmumā

Nr. p.k.	Pēctecības plānošana – vai ir noteikts kurš mantos uzņēmumu, kurš vada uzņēmumu vadības prombūtnes laikā, noteiktās pilnvaras aizvietotājam?	Vai Jums ir būtiski noteikt turpinājumu (nodot mantojumā) Jūsu ģimenes uzņēmumam? (atbildi sniedz par šiem jautājumiem lemttiesīga persona)
1	Jā	Jā
2	Jā, katrs ģimenes loceklis aizveieto viens otru, mantošana nav noteikta	Jā
3	Nav noteikts; aizvieto pēc vajadzības, bet principā nepastāv vadības prombūtne, jo par visu pārvaldība ir 365 dienas gadā, jebkurā pasaules malā	nav
4	Ir plānota pēctecība	Jā
5	Pēctecība nav plānota, prombūtnes laikā aizvieto viens otru	Jā
6	Mantojums nav noteikts	Jā, bet to nevar uzspiest nevienam, tas ir brīvās gribas jautājums.
7	Īpaši noteikta mantotāja nav. Prombūtnes laikā pilnvaras lemt par tekošajiem darbiem tiek nodotas saimniecības pārzinim.	Jā
8	nav noteikts	Ir būtiski
9	Pēctecība nav plānota	Ir būtiski saglabāt aktīvus un kapitālu.
10	nevar nevienam uzticēt	Jā
11	Domā par to	Noteikti, jā
12	Ir noteikts	Nē

Tabulas veidojis autors, pēc veiktās aptaujas rezultātiem

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Veidojot darbu esam nonākuši pie vairākiem secinājumiem, atbilstoši apskatītajiem jautājumiem par ģimenes uzņēmumu:

1. Definīcijas par ģimenes uzņēmumu nav pakļaujamas kādai uzņēmējdarbības formai, ģimenes izvēlas tādas darbības formas kuras tām šķiet piemērotākās, labāk realizē mērķus ko ģimene ir izvirzījusi darbībā;

2. Ģimenes mantošanas jautājumu veiksmīga risināšana ne vienmēr atkarīga no pēctecības plānošanas, arī biežas ģimenes tikšanās, kā arī veiksmīga uzņēmuma darbības stratēģijas izvēle var būt par pamatu veiksmīgai uzņēmuma mantošanai;

3. Ģimenes uzņēmums saskaras ne tikai ar ģimenes uzņēmumam raksturīgām problēmām kā mantošana un dažādo sistēmu pārklāšanās, kā biznesa sistēma; īpašumtiesību / pārvaldības sistēma un ģimenes sistēma, bet arī ar pārējām jebkurai organizatoriskai formai raksturīgām problēmām ikdienas darbībā;

4. Ģimenes uzņēmumi ir vairāk orientēti uz ilgaicīgu darbību un vērtību sagalbāšanu kā neģimenes uzņēmumi;

5. Ģimenes pētniecības norise vairāk ir atkarīga no praktiķu iesaistes pētniecībā kā no akadēmisku programmu pētījumiem, daudzu augstskolu programmās netiek iekļauta ģimenes uzņēmumu izpēte;

6. Ģimenes uzņēmumu ietekme pasaulē ir ievērojama, tomēr daudzās valstīs nav skaidras ģimenes uzņēmuma definīcijas – esošās var variēties, tas ietekmē datu salīdzināšanas un izvērtēšanas iespēju;

7. Latvijā ģimenes uzņēmumiem nav bijusi liela iespēja attīstīties, sakarā ar Latvijas ģeopolitisko situāciju, daudzajiem kariem kas noritējuši tās teritorijā, ģimenes uzņēmumiem nav ilgalicīgas saknes, esošie ģimenes uzņēmumi ir pirmajā paaudzē, vai otrās sākumā;

8. Latvijas uzņēmumiem darbībā ir līdzīgas tendences kā uzņēmumiem pasaulē, tomēr ar skaidru sapratni par ģimenes uzņēmuma būtību – īpašuma, vadības un ģimenes saistības ziņā.

Lai pētniecība par šo jomu būtu kvalitatīva, būtu vajadzīgs ģimenes uzņēmumu pētniecībā vairāk iesaistīties augstskolu un citu zinātnisko struktūru pētniekiem, datu uzkrāšana un izpēte jāveic ilgstošā laika periodā, analizējot ģimenes uzņēmuma dažādos aspektus.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI

1. LR Likums par individuālo (ģimenes) uzņēmumu, zemnieka saimniecību vai zvejnieka saimniecību - ar pēdējiem grozījumiem 01.07.2009. ;
2. LR Komerclikums – ar pēdējiem grozījumiem 06.11.2013.
3. Alanen Ilkka; “The family farm ideology, the Baltic countries, and theories of development”; Toruń : Wydawn; 1995; (5-211pp);
4. Astrachan Joseph H., Klein Sabine B., Smyrnios Kosmas X.; The F-PEC Scale of Family Influence: A Proposal for Solving the Family Business Definition Problem; Family Business Review Volume 15, Issue 1, March 2002; ; (45–581pp)
5. Cabra De Luna, Zvolská Marie - ziņotāji, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinums par tematu “Uzņēmējdarbības formu daudzveidība” (pašiniciatīvas atzinums) Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, (2009/C 318/05); 23.12.2009; (22-281p)
6. Chrisman James J., Kellermanns Franz W., Kam C. Chan, Kartono Liano; "Intellectual Foundations of Current Research in Family Business: An Identification and Review of 25 Influential Articles"; Family Business Review, Family Firm Institute, 2010. marts; (261pp);
7. Colli Andrea; „History of Family Business 1850-2000”; Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, CB2 2RU, Lielbritānija; Cambridge University Press, 2003; (241pp);
8. Hidemasa Morikawa; “A History of Top Management in Japan: Managerial Enterprises and Family Enterprises”; Oxford University Press; Cary, NC, USA, 2001;(2401pp)
9. Johnston Sheelah E. “The Family Business: Statistics, Profiles and Peculiarities”
(Ģimenes Bizness: Statistika, Profili un īpatnības); De La Salle University, CBE fakultāte kolonnā Business Focus Manilas Bulletin, publicēts Feb 6, 2004; (21pp)
10. Latvijas Enciklopēdiskā vārdnīca; Rīga; Nacionālais apgāds; 2002
11. LR Centrālā statistikas pārvalde; Lauku saimniecības pēc īpašnieka (lietotāja) statusa reģionos; LSK 10-I06

12. Mandl Irene; “Overview of Family Business Relevant Issues” – Gala ziņojums, Pētījums veikts ar Eiropas Komisijas, Uzņēmējdarbības un rūpniecības ģenerāldirektorāta pasūtījumu; KMU FORSCHUNG AUSTRIA Austrian Institute for SME Research; 2008;(169lpp)
13. Plakans Andrejs “Family enterprise in the Baltic estate economy”, The History of the Family; Elsevier Science žurnāls; 6, 2001; (241-256lpp)
14. Pramodita Sharma, Frank Hoy, Joseph H. Astrachan, Matti Koironen; „The practice-driven evolution of family business education”, Journal of Business Research; 2007; (1012–1021lpp);
15. Riekstiņš Jānis; Patvaļa: Staļina laika represijas pret Latvijas lauksaimniekiem; Rokvilla; Amerikas Latviešu apvienība; 1999; (121 lpp)
16. Stamm Isabell, Lubinski Christina ; „Crossroads of family business research and firm demography—A critical assessment of family business survival rates”; Journal of Family Business Strategy; September 2011;(117-127lpp);
17. Torsten M. Pieper; “Non solus: Toward a psychology of family business”; Journal of Family Business Strategy, 2010, Elsevier; (26–39lpp)

Darba izstrādei izmantotie intereneta resursi:

18. Agency Theory; www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/A-Ar/Agency-Theory.html
19. Agrārreforma; <http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/agrarreforma-32512.html>
20. Bibliography; www1.rothschildarchive.org/archive
21. Family values; Eitans Avriels and Gais Rolniks
<http://www.haaretz.com/weekend/magazine/family-values-1.323094>
22. Global 500; http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2012/full_list/
23. Global data points - <http://www.ffi.org/?page=GlobalDataPoints#Anchor-North-America>
24. Represijas Latvijas laukos 1944-1949; Dokumenti un materiāli; <http://www.itl.rtu.lv/LVA/rll> - skatīts 11.15.2013

25. Rothschild history of a London banking dynasty; Harijs Wilson;
<http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/banksandfinance/8302288/Rothschild-history-of-a-London-banking-dynasty.html>
26. The end of a 1,400 year old business; <http://www.businessweek.com/stories/2007-04-1/the-end-of-a-1-400-year-old-businessbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>
27. V. Kuzes saldumu fabrika (Staburadze);
<http://www.citariga.lv/lat/grizinkalns/rupnieciba/staburadze/>

JAUTĀJUMI ĢIMENES UZŅĒMUMAM

1. Jūsu uzņēmuma nosaukums, kontakti (netiks izpausti)
2. Uzņēmuma aktivitāte gadā (vai darbojas visu laiku)/ uzņēmuma gada apgrozījums
3. Darbinieku skaits uzņēmumā
4. Ģimenes locekļu skaits uzņēmumā
5. Cik ģimenes locekļi vada, administrē ģimenes uzņēmumu, cik procenti lēmuma ir katram?
6. Vai Ģimenes uzņēmuma vadībā ir arī ārpus ģimenes esoši cilvēki, kādas pilnvaras ir šiem cilvēkiem?
7. Ģimenes locekļu daļa uzņēmuma kapitāldaļās, akcijās, u.c.?
8. Uzņēmuma īpašuma sadalījums ģimenes locekļu, u.c. starpā?
9. Pēctecības plānošana – vai ir noteikts kas un kā mantos uzņēmumu, kas vada uzņēmumu vadības prombūtnes laikā, noteiktās pilnvaras aizvietotājam?
10. Vai Jums ir būtiski noteikt turpinājumu Jūsu Ģimenes uzņēmumā? (atbildi sniedz par šiem jautājumiem lemttiesīga persona)

Paldies par Jūsu atbildēm! Jūsu atbildes tiks izmantotas pētījuma veikšanai, lai novērtētu ģimenes uzņēmuma tendences Latvijā mūsdienās.

Bakalaura darbs „Ģimenes uzņēmumi Latvijā un ārvalstīs: problēmas un attīstības iespējas” 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: Ieva Grasa

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: dr. oec., prof. Margarita Dunska

Recenzents: docents Ilona Baumann-Vītoliņa

Darbs iesniegts Akadēmisko studiju programmu dekanātā

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe Zanda Nilendere

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

prot. Nr.

Komisijas sekretāre: