

LATVIJAS UNIVERSITĀTES
RAKSTI

ACTA UNIVERSITATIS
LATVIENSIS



Ekonomika, II Economics, II

659

ISSN 1407-2157

**LATVIJAS UNIVERSITĀTES
RAKSTI**

659. SĒJUMS

Ekonomika, II

UDK 33 (474.3)(082)
Ek 700

Galvenā redaktore

Elena Dubra

Redkolēģija

Elena Dubra, Edgars Vasermanis, Žans Davids Avenels (*Jean David Avenel*, Francija), Arilds Saeters (*Arild Sæther*, Norvēģija), Dirks Linovskis (*Dirk Linowski*, Vācija), Baiba Rivža, Inesis Feiferis, Inta Ciemiņa, Ērika Šumilo, Agnese Krūmiņa (sekretāre)

Recenzenti

Juris Brencis, LU; Maija Dzelmiņa, LU; Inta Ciemiņa, LU; Zigrīda Goša, LU; Aleksandrs Gutkins, LU; Laimdota Kaire, LU; Edgars Kassalis, LU; Lūcija Kavale, LU; Staņislavs Keišs, Biznesa augstskola "Turība", Latvija; Oļģerts Krastiņš, Latvijas statistikas institūts; Kārlis Krēsliņš, Rīgas ekonomikas augstskola, Latvija; Juris Krūmiņš, LU; Evita Lune, Rīgas ekonomikas augstskola, Latvija; Remigijs Počs, Rīgas Tehniskā universitāte, Latvija; Arilds Saeters (*Arild Sæther*, Norvēģija); Biruta Sloka, LU; Leonards Svarinskis, LU; Baiba Šauriņa, LU; Roberts Škapars, LU; Daina Šķiltere, LU; Ilmārs Vanags, Latvijas statistikas institūts; Velga Vilne, Finanšu un kapitāla tirgus komisija, Latvija; Tatjana Volkova, Banku augstskola, Latvija; Pēteris Zvidriņš, LU

Māksliniece Ināra Jēgere

Pārpublicēšanas gadījumā nepieciešama Latvijas Universitātes Ekonomikas vadības fakultātes sērijas "Ekonomika" redaklēģijas atļauja.

Citējot atsauce uz izdevumu obligāta.

ISSN 1407-2157
ISBN 9984-698-90-4

© Latvijas Universitāte, 2003
© "Zināme", 2003
© Ināra Jēgere, mākslinieciskais noformējums, 2003

Saturs / Contents

Veronika Bikse. Uzņēmējspējas, to veidošana globalizācijas procesu ietekmē / Globalization and Development of Entrepreneurship	8
Inta Brūna, Aldis Donis. Uzņēmuma plānotās naudas plūsmas izmantošana kredītriska novēršanā / Use of the Planned Cash Flow of the Company to Decrease the Credit Risk	21
Inta Brūna, Maksims Smagins. Latvijas un ASV grāmatvedības sistēmu salīdzinājums / The Analysis of Bookkeeping System in Latvia and the United States	31
Dagnija Daņēviča, Justīne Jaunzeme. Starptautisko revīzijas standartu ieviešanas aspekti Latvijā / Aspects of International Auditing Standards' Implementation in Latvia	42
Andris Fomins. Latvijas rūpniecības restrukturizācijas problēmas / Restructuring Problems of Latvian Industry	48
Jevgeņijs Fortūna. Brends (preču zīme) kā faktors produkta efektīvai virzīšanai tirgū / Brand (Trade Mark) as a Factor of an Effective Product Promotion	59
Baiba Griezēna-Vīrcoka. Vienotu radiofrekvenču spektra resursu izmantošanas nosacījumu ieviešana Latvijas sekmīgai iekļaušanai Eiropas Savienības un NATO struktūrās / The Unitary Use Conditions for Frequency Spectrum for Successful Inclusion in European Union and NATO Organization	73
Justīne Jaunzeme, Antons Petrovskis, Dagnija Daņēviča. Strīdīgi jautājumi LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanā / Discussible Issues in the Application of the Law "On Value-Added Tax" of the Republic of Latvia	86
Andrejs Jaunzems, Ilze Balode. Lagranža reizinātāju interpretācija lineāru hipotēžu pārbaudē ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi / The Interpretation of Lagrange Multipliers during Testing of the Linear Hypothesis Using the Generalized Least Squares Method	97

<i>Evija Kopeika.</i> Krievijas krīzes ietekme uz eksporta un importa situāciju Baltijas valstīs / Influence of Russian Crisis upon Export and Import Situation in the Baltic States	111
<i>Inta Kotāne.</i> Lauksaimniecības attīstību kavējošo faktoru analīze / The Analysis of the Obstructing Factors in the Development of Agriculture	124
<i>Ausma Krūmiņa, Gita Actiņa.</i> Stratēģiskā plānošana un mārketinga elementi aizsardzības ministrijas darbā / Strategic Planning and Marketing Elements in the Ministry of Defence	136
<i>Igors Ludboržs, Andrejs Ponomarjovs.</i> Ētikas prasību ieviešana zvērinātiem revidentiem / Introduction of Ethical Requirements to Chartered Accountants	150
<i>Ieva Lūciņa.</i> Latvijas rūpniecības potenciāls un konkurētspēja Eiropas Savienībā / Latvian Industry's Potential and Opportunities of Competitiveness in European Union	161
<i>Tatjana Mavrenko.</i> Krājaizdevu sabiedrība kā sociālās ekonomikas instruments / Savings Structure as a Tool of Social Economics	169
<i>Vilma Paupa, Artūrs Prauliņš.</i> Par atsevišķiem grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas aspektiem / Some Aspects of Accounting Systems Classification	180
<i>Ismena Revīna.</i> Investīciju projektu novērtēšanas metodes / Methods of Investment Project Evaluation	198
<i>Ramona Rupeika-Apoga.</i> Valūtas maiņas kurss kā monetārās politikas transmisijas kanāls / The Currency Exchange Rate as Monetary Policy Transmission Channel	205
<i>Svetlana Saksonova.</i> Latvijas komercbanku aktīvu struktūras pārvaldības problēmas un perspektīvās metodes / The Problems and Promising Methods of Commercial Banks' Asset Structure Management	217
<i>Dmitrijs Solovjovs.</i> Pārejas perioda apstākļiem piemērota kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēma. Sistēmas strukturālais apraksts un shematiskais atspoguļojums / Quality Assurance and Management System Adopted for the Conditions of Transition Period. System's Structural Description and Schematic Reflection	229

Laila Stabulniece. Izmaiņas patērētāju uzvedībā: jauni pircēju tipi un mazumtirdzniecības attīstības tendences (Vācijas pieredze) / Changes in Consumer Behaviour: New Consumer Types and Retail Development Trends (Germany's Experience)	236
Александр Стетюха. Проблемы регулирования тарифов городского пассажирского транспорта / Pilsētas pasažieru transporta tarifu regulēšanas problēmas / The Problems of Rate Regulation of Urban Passenger Transport	253
Dzintars Striķs. Bezskaidras naudas norēķinu loma Latvijas tautsaimniecībā / Cashless Settlement Systems and Its Role in Latvian Economy	264
Александр Шенкман. Системное реформирование промышленных предприятий в условиях переходной экономики / System Approach on Industrial Enterprises' Reformation in the Conditions of Transitional Economics	275
Edgars Vasermanis, Nicholas Nechval, Uldis Rozevskis. Optimization of Savings under Risk / Krājumu optimizācija riska apstākļos	297
Мария Володина. Основы теории конкурентных рынков / Principles of Competitive Market Theory	308

Uzņēmējspējas, to veidošana globalizācijas procesu ietekmē

Globalization and Development of Entrepreneurship

Veronika Bikse
Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: vbikse@lanet.lv

Rakstā ir apskatīts jēdziens *uzņēmējspējas* vēsturiskā skatījumā, noskaidrota tā būtība un parādīts, ka globalizācijas procesi būtiski maina jēdziena *uzņēmējspējas* saturu, piešķirot tam daudz plašāku nozīmi *uzņēmējspēju veidošanas* kontekstā, ietverot divus būtiskus aspektus: noteiktas īpašības, spējas, prasmes, kuras ir jāattīsta, un šo spēju kopuma veidošanas procesu izglītības sistēmā. Rakstā ir doti vairāki kvalitatīvie un kvantitatīvie rādītāji, kurus varētu izmantot, lai novērtētu un salīdzinātu uzņēmējspēju veidošanas praksi dažādās valstīs. Veikta LU studentu aptaujas rezultātu analīze par viņu attieksmi pret uzņēmējdarbību un tā salīdzināta ar līdzīgu pētījumu ASV un ES. Parādītas problēmas šajā jomā un to iespējamie risinājumi.

Atslēgvārdi: uzņēmējspējas, uzņēmējspēju veidošana, kvantitatīvie un kvalitatīvie rādītāji, uzņēmējdarbība

JĒDZIENA “UZŅĒMĒJSPĒJAS” ATTĪSTĪBA

Mūsdienu ekonomikas teorija skaidro, ka uzņēmumi, lai ražotu preces un pakalpojumus, kā arī gūtu ienākumus, izmanto četrus ražošanas faktorus: zemi, kapitālu, darbu un uzņēmējspējas. Tomēr šāds skaidrojums ir bijis ne vienmēr. Ilgu laiku ekonomikas teorijā tika apskatīti tikai trīs ražošanas faktori: zeme, kapitāls, darbs.

Lai gan jēdzienu *uzņēmējspējas* ieviesa daudz vēlāk, vairāki ekonomisti ilgi pirms tam savos darbos norāda, ka bez uzņēmēja tirgus saimniecība nemaz nav iespējama, uzsverot, ka uzņēmējam, lai pelnītu naudu, primāra ir drosme un risks. Piemēram, Ričards Kantiljoni (*Richard Cantillon*) 1755. gadā izdotajā darbā raksta: “Uzņēmējs darbojas saimnieciski nedrošos, nenoteiktos, un nepārredzamos tirgus apstākļos, un tāpēc uzņēmējam ir bieži jāriskē” [1; 67].

Vēlāk vācu ekonomists J. Timens (*J. H. Thimen*) 1850. gadā skaidro atšķirības starp uzņēmēja peļņu un kapitālista peļņu. Viņš uzskata, ka uzņēmēja ienākums ir uzņēmēja peļņa, no kuras būtu jāatskaita procenti par ieguldīto kapitālu uzņēmumā, kā arī apdrošināšanas polises izdevumi (pret iespējamiem zaudējumiem). Peļņā nevar ierēķināt uzņēmuma vadītāja algu. Pārpalikums nozīmē atlīdzinājumu par uzņēmējdarbības "risku" J. Timens skaidri parāda to starpību, kas pastāv starp paša vadīto uzņēmumu, un fabriku, ko vada direktors [1; 67]. Cits, arī vācu, ekonomists H. Mangolds (*H. K. Mangoldt*) veltīja savu mācību riska nozīmei uzņēmējdarbībā, stingri nodalot ražošanu *pēc pasūtījuma (liguma) no ražošanas tirgum*. Pirmais ir drošs, bet otrs – riskants pasākums, jo uzņēmējs nezina, kāds būs viņa preces pieprasījums, cena, peļņa vai zaudējums.

Jānorāda, ka risks kā primāra uzņēmēja īpašība bija svarīga uzņēmējam – tirgotājam. Līdz ko radās akciju sabiedrības, kurās akciju turētājam ir ierobežota atbildība, riska nozīme uzņēmējdarbībā mazinājās. To aizstāja jaunievedumi.

Angļu ekonomiskajā literatūrā termins uzņēmējs (*entrepreneur*) pirmo reizi parādījās 19. gadsimta vidū Džona Mīla (*John Stuart Mill*) darbos. 19. gadsimta beigās iezīmējās jauna tendence, proti – notika strauja kapitāla un ražošanas koncentrācija arvien lielākos uzņēmumos. Tas sekmēja lielražošanas attīstību, lielu uzņēmumu, akciju sabiedrību dibināšanu un to darbības izvērsšanu. Jaunajos apstākļos pieauga ražošanas organizācijas un vadītāja loma. Jaunās tendences ražošanā pamudināja ievērojamo angļu ekonomistu *Alfrēdu Maršalu* (1842.-1924.) veikt pētījumus par uzņēmēja lomu ražošanas organizācijas jautājumu risināšanā, kas 1890. gadā tika publicēti grāmatā *Ekonomikas principi*.

A. Maršals runā galvenokārt par ražošanas organizācijas jautājumiem un vadītāja lomu, nepieciešamajām spējām uzņēmuma vadīšanai. Saskaņā ar Maršala teoriju organizācijai ir vairākas formas: atsevišķa uzņēmuma organizācija, dažādu uzņēmumu organizācija, dažādu darba veidu organizācija.

Jēdziena *uzņēmējspējas* teorētisko pamatojumu izstrādāja Harvardas universitātes profesors Josefs Šumpēters (*Joseph A. Shumpeter*). Viņš veica interesantus un dziļus pētījumus šajā jomā un publicēja tos 1912. gadā izdotajā grāmatā *Ekonomikas attīstības teorija*. Viņa mācības centrā ir uzņēmējs, radoša personība, kas, ieviešot jaunāko tehnoloģiju, ražo jaunus produktu veidus, tos izdevīgi pārdod un gūst uzņēmēja peļņu. No Šumpētera teorijas izriet, ka uzņēmējam jābūt jaunievedumu iniciatoram.

Kopš jēdziena *uzņēmējspējas* ieviešanas pastāv uzskats, ka uzņēmējspējas ir reta parādība, cilvēka īpašs talants ražošanas organizēšanā un vadīšanā.

Uzņēmējspējas ir cilvēks ar īpašu spēju kopumu, kas nepieciešamas, lai uzņemtos risku vadīt un mērķtiecīgi savienot pārējos ražošanas resursus un organizēt tos preču izgatavošanai un pakalpojumu sniegšanai.

Cilvēks ar attīstītām uzņēmējspējām ir svarīgs ekonomisko resursu veids, galvenā persona, kas pieņem svarīgākos lēmumus, ievieš jauninājumus ražošanā un uzņemas atbildību par ražošanas organizēšanu un vadīšanu. Viņš pastāvīgi riskē ar savu autoritāti un kapitālu. Rūpējas par ražošanas faktoru efektīvu izmantošanu un peļņas gūšanu, jo tirgus tāpat vien viņam peļņu negarantē. Tā ir jānopelna, jo peļņa ir samaksa par vadītāja uzņēmību, pūlēm un risku. Turklāt

uzņēmējs saņem samaksu par savām uzņēmējspējām tikai pēc tam, kad ir samaksāts par visu pārējo ražošanas faktoru izmantošanu. No vadītāja talanta, viņa uzņēmējspējām lielā mērā ir atkarīga pārējo ražošanas faktoru izmantošanas pakāpe, ražošanas attīstība un sabiedrības progress.

Mūsdienu globalizācijas procesi – *informācijas tehnoloģiju attīstība, ekonomikas internacionalizācija, zinātniskie atklājumi* un citi – izvirza jaunas prasības cilvēka uzņēmējspējām.

JAUNĀS PRASĪBAS CILVĒKA UZŅĒMĒJSPĒJĀM GLOBALIZĀCIJAS PROCESU IETEKMĒ

Globalizācijas procesi, īpaši tie, kas izsauc jaunu *rūpniecisko revolūciju*, izraisa radikālas pārmaiņas *darba saturā, ražošanas organizācijas pārveidē, nodarbinātības sfērās un cilvēciskā kapitāla attīstībā*. Vadoties pēc šīm pārmaiņām, rietumvalstu eksperti ir izstrādājuši *uzņēmējspēju veidošanas* definīciju [4]. Tajā ir ietverti divi būtiski aspekti.

Pirmais – parāda cilvēka īpašību, spēju, prasmju kopumu, kas ir jāattīsta, lai veidotu uzņēmējspējas. Tās tika apspriestas Nicas (Sofija) 2000. gada oktobrī notikušajā forumā “*Sagatavošana uzņēmējdarbībai*”.

Otrais – skar šo īpašību, spēju, prasmju kopuma veidošanas procesu katrā atsevišķā izglītības sistēmas pakāpē, saistot to ar konkrētu uzņēmējdarbību.

Globalizācijas tendences būtiski maina cilvēku ikdienas dzīvi, darījumu vidi un viņu lomu uzņēmējdarbībā. Lai dzīvotu un darbotos jaunajos apstākļos, ir jā sagatavo ne tikai augstas kvalifikācijas speciālisti, bet arī uzņēmīgi, radoši, neatkarīgi savā rīcībā, iniciatīvas pilni, riskēt gatavi, konkurētspējīgi cilvēki, kas varētu nodarbināt paši sevi un vadīt citus, proti cilvēki ar attīstītām uzņēmējspējām, kas ietver sevī noteiktu īpašību, spēju, prasmju kopumu. Tās var sagrupēt četrās grupās.

1. Vadītāja kompetence (management competence). Informācijas tehnoloģiju izmantošanas ietekmē būtiski mainās *ražošanas organizācija*. Arvien vairāk sāk parādīties darba veidi, kas neprasa pastāvīgu atrašanos uzņēmumā, to izpildi var nodrošināt arī mājās. Darba funkciju izpildē cilvēkam ir lielāka brīvība un neatkarība. Jaunajos apstākļos cilvēks kļūst par savas darba vietas organizētāju un vadītāju. Tas savukārt prasa tādu spēju un prasmju aktivizāciju kā plānošana, lēmuma pieņemšana, sazināšanās un vēlēšanās uzņemties atbildību, patstāvība, spēja saskatīt (atrast) noteiktu problēmu un to atrisināt.

2. Sociālā kompetence (social competence). Informācijas tehnoloģiju izmantošanas ietekmē būtiski mainās *ražošanas attiecības*. Kā redzējam, darba funkciju izpilde arvien vairāk balstās uz darba vietas pašorganizāciju, prasmī strādāt patstāvīgi un reizē saskatot savu rīcību, samērojot to ar citiem vienotas komandas partneriem, un daudzvariantu situācijās

izvēlēties optimālu risinājumu. Svarīgi attīstīt tādas sociālās īpašības kā spēju sadarboties ar citiem, strādāt komandā, mācēt ātri pārorientēties un uzsākt jaunu darbību un citas.

3. *Personas kompetence (personal fields of competence).* Arvien plašāka *informācijas tehnoloģiju* izmantošana padara cilvēka darbu daudzveidīgāku, jo parādās tādi darba veidi, kuru izpildei ir nepieciešama iniciatīva un spēja pielāgoties. Turklāt *ekonomikas internacionalizācijas* ietekmē arvien straujāk sāk veidoties globālais darba tirgus, kas pastiprina cilvēku mobilitātes problēmu plašā nozīmē. Viņiem ir jābūt gataviem nemitīgām pārmaiņām ne tikai ražošanā vispār, bet galvenais - dzīves vietas maiņai, iesaistoties darbaspēka tirgus konkurencē izvēlētajā dzīves vietā, un pārejai uz citu profesiju vai amatu, kā arī pastāvīgai sevī pilnveidošanai. Par konkurences būtiskāko nosacījumu globālajā darbaspēka tirgū kļūst cilvēka izglītības līmenis, viņa iegūtās zināšanas, iemaņas un prasme tās lietot. No šejienes svarīgi attīstīt tādas īpašības kā pašpārlicība un rīcības motivācija, elastība, kritiska un neatkarīga domāšana, īpaši pievēršot uzmanību tam, lai jaunais cilvēks vēlētos un spētu mācīties patstāvīgi visa mūža garumā.

4. *Uzņēmīguma īpašības (entrepreneurial qualities).* *Zinātnisko atklājumu un jaunu tehnoloģisko zinību ietekmē* aizvien straujākos tempos pieaug *jaunatklājumu* skaits zinātnes un tehnoloģijas jomā un to izplatīšanās ātrums. Rodas jauns zināšanu un profesionālo iemaņu ražošanas modelis, kurā apvienojas galēja specializācija un daudzpusīgs jaunrades gars. Svarīgi, lai jaunais cilvēks varētu uzņemties iniciatīvu, izvirzīt reālus mērķus un censties tos sasniegt, radoši darboties, prast pārvarēt neveiksmes un kritiski tās izvērtēt, riskēt, lai īstenotu savu ideju.

Cilvēks nepiedzimst ar gatavām spējām, tās ir jāattīsta. Tāpēc *uzņēmējspēju veidošanas* definīcijai ir otrs aspekts, kas paredz konkrētu rīcību šajā jomā dažādās izglītības sistēmas pakāpēs.

Pamatizglītības līmeni uzņēmējdarbības mācību procesā paredzēts attīstīt skolēnos tādas personiskās īpašības kā radoša attieksme, spēja uzņemties iniciatīvu un patstāvība. Izmantojot aktīvās mācību metodes, svarīgi, lai tās būtu saistītas ar darījumu pasauli, dodot priekšstatu par uzņēmēja lomu mūsdienu sabiedrībā. Mācību programmās varētu iekļaut vienkāršotu ekonomisko modeļu izpēti, projektu izstrādāšanu, lietišķās spēles un vietējo uzņēmumu apmeklējumus.

Vidusskolas līmeni svarīgi pilnveidot iepriekš iegūtās zināšanas par uzņēmējdarbību, tālāk attīstīt skolēna pašapziņu ar virzību, ka viņam vajadzētu būt gatavam kļūt par pašnodarbinātu personu. Piemēram, varētu iesaistīt skolēnus maza uzņēmuma veidošanā un vadīšanā.

Augstskolas līmeni svarīgi veidot studiju programmas tā, lai studentiem piedāvātu tādus studiju kursus, kurus apgūstot, viņi varētu uzsākt reālu uzņēmējdarbību. Tāpēc izglītības procesā teorētisko zināšanu apguve ir jāsaista ar dzīvē īstenojama biznesa plāna izstrādi, uzņēmuma saimnieciskās darbības izvērtēšanu un analīzi, kredita noformēšanu, tirgus izpēti, ražošanas resursu

iegādi un citiem jautājumiem. Jānorāda, ka uzņēmējspēju veidošana ir svarīga ne tikai ekonomikas un vadības, bet arī citu zinātņu nozarēs studējošiem jauniešiem, īstenojot to starpdisciplināro studiju ietvaros.

Lai nodrošinātu uzņēmējspēju veidošanu atbilstoši jaunajām prasībām, izglītības sistēmā radikāli jāmaina *mācību metodes un paņēmienus, aizstājot pasīvās ar aktīvām mācību formām*, kas dotu iespēju vienlaikus ar zināšanu apguvi iesaistīt jauniešus noteiktā praktiskā nodarbē.

Kā redzam, globalizācijas procesi būtiski maina jēdziena *uzņēmējspēju veidošana* saturu. Mūsdienās tam ir daudz plašāka nozīme, jo ietver īpašību kopumu, spējas un prasmes, kuras ir jāattīsta cilvēkā jau no mazotnes. Svarīgi panākt, lai dažādos izglītības līmeņos attīstītu jauniešos pašnodarbinātības apzināšanos kā nākamās karjeras izvēli (būt ne tikai darbiniekam, bet arī uzņēmējam); tādu īpašību, spēju un prasmju attīstīšanu, kas nepieciešamas sekmiģas uzņēmējdarbības veikšanai.

Uzņēmējspēju veidošanas definīcija paredz arī tās vērtēšanas mehānismu, kas ietver noteiktus kvantitatīvos un kvalitatīvos rādītājus.

UZŅĒMĒJDARBĪBAS MĀCĪŠANAS UN UZŅĒMĒJSPĒJU VEIDOŠANAS NOVĒRTĒŠANAS KVANTITATĪVIE UN KVALITATĪVIE RĀDĪTĀJI

Pētījumi Eiropas Savienības valstīs liecina, ka vairākumā valstu ir uzkrāta noteikta pieredze uzņēmējdarbības mācīšanā un uzņēmējspēju veidošanā. Visos izglītības sistēmas līmeņos notiek dažādas darbības, arī atsevišķas institūcijas, sadarbības partneri vai vietējā vara īsteno daudzus pasākumus un iniciatīvas šajā jomā. Diemžēl iegūt kopainu par notiekošo valstī bieži vien nav iespējams. Tas tāpēc, ka nevienā no šīm valstīm nav izstrādāti šī procesa novērtēšanas rādītāji. Eiropas Komisijas eksperti (arī raksta autore) projekta "*Uzņēmums un uzņēmējdarbība*" īstenošanas gaitā ir izstrādājuši vairākus kvalitatīvos un kvantitatīvos rādītājus, kurus iesaka izmantot, lai novērtētu un salīdzinātu uzņēmējspēju veidošanas praksi dažādās valstīs. Galvenie *kvalitatīvie rādītāji* ir šādi:

- valsts līmenī īstenotā politika, lai veicinātu uzņēmējspēju veidošanu izglītības sistēmā;
- uzņēmējspēju veidošanas īstenoto pasākumu efektivitātes novērtēšanas mehānismi;
- kvantitatīvu datu par uzņēmējspēju veidošanu vākšana un apkopošana valsts mērogā;
- privātais finansējums uzņēmējspēju veidošanai izglītības sistēmā (no uzņēmumiem, uzņēmēju asociācijām utt.);
- uzņēmējdarbības jautājumu mācīšanas iekļaušana valstiski izstrādātās mācību programmās pamatizglītības līmenī;
- uzņēmējdarbības jautājumu mācīšanas iekļaušana valsts mācību programmās vispārējās vidējās izglītības līmenī;

uzņēmējdarbības jautājumu mācīšanas iekļaušana valsts mācību programmās vidusskolas līmeņa sākotnējā arodapmācībā;
uzņēmējdarbības mācīšanas un uzņēmējspēju veidošanas jautājumu iekļaušana augstskolu studiju programmās pedagogiem, kā arī skolotāju tālākizglītības programmās, kas tiek īstenotas skolotāju karjeras laikā;
valsts mērogā īstenotie pasākumi, lai veicinātu uzņēmējdarbības studiju kursu pasniegšanu universitātēs un citās augstākās mācību iestādēs.

Kvantitatīvie rādītāji ir šādi.

Pamatskolas līmenī:

skolu skaits (%), kuru piedāvātajās mācību programmās ir iekļauti uzņēmējdarbības elementu mācīšana, un aptverto skolēnu skaits (%).

Vidusskolas līmenī:

skolu (vispārīgglītojošās skolas un arodskolas ar uzņēmējdarbības mācību ievirzi) skaits (%), kuru piedāvātajās mācību programmās ir iekļauta uzņēmējdarbības elementu mācīšana, un aptverto skolēnu skaits (%).

Skolotāju izglītošana:

skolotāju skaits (%), kas apgūst uzņēmējdarbību augstākās mācību iestādēs kā daļu no mācību programmas, un skolotāju skaits (%), kas turpina profesionālo izglītošanos uzņēmējdarbības jautājumos.

Izglītības iestāžu un uzņēmumu sadarbība:

uzņēmēju asociāciju skaits, kas ir iesaistītas kopējās aktivitātēs ar skolām un universitātēm;

skolu skaits (%), kurām ir pastāvīgs sakars ar uzņēmumiem vai uzņēmēju asociācijām, lai veicinātu uzņēmējspēju veidošanu;

augstskolu skaits (%), kurām ir pastāvīgs sakars ar uzņēmumiem vai uzņēmēju asociācijām, lai veicinātu uzņēmējspēju veidošanu.

Augstākās izglītības līmenī:

augstākās izglītības iestāžu skaits (%), kurās ir uzņēmējdarbības katedras;

augstākās izglītības iestāžu skaits (%), kuras bakalaura studiju programmas ietvaros uzņēmējdarbības kursu piedāvā kā atsevišķu priekšmetu;

studentu skaits (%), kas ik gadus apgūst uzņēmējdarbības priekšmetu bakalaura studiju programmas ietvaros;

augstākās izglītības iestāžu skaits (%), kas maģistra studiju programmas ietvaros uzņēmējdarbības kursu piedāvā kā atsevišķu priekšmetu;

studentu skaits (%), kas ik gadus apgūst uzņēmējdarbības priekšmetu maģistra studiju programmas ietvaros;

augstākās izglītības iestāžu skaits (%), kas bakalaura studiju programmas ietvaros uzņēmējdarbības priekšmetus piedāvā kā "B" un "C" daļas priekšmetus;

studentu skaits (%), kas ir izveidojuši savu uzņēmumu triju gadu laikā pēc studiju pabeigšanas.

Kā redzam, tiek piedāvāti vairāki kvantitatīvie un kvalitatīvie rādītāji, kuri var noderēt, ja vēlamies novērtēt (un salīdzināt visas sistēmas) “pūliņus” (valsts administrācija, izglītības iestādes, uzņēmēju asociācija u.c.), lai veicinātu nepieciešamo uzņēmējspēju veidošanu izglītības sistēmā.

Lai gan kvalitatīva analīze tiek uzskatīta par svarīgāku un daudz reālāku uzņēmējdarbības mācīšanas un uzņēmējspēju veidošanas novērtēšanas raksturotāju, tomēr nedrīkst ignorēt arī kvantitatīvo datu analīzi. Diemžēl, kā tika norādīts iepriekš, vispusīgu kā kvalitatīvu, tā arī kvantitatīvu datu iegūšana un apkopošana nacionālā līmenī sagādā lielas grūtības, jo valstī šāda informācija ir tikai daļēji pieejama vai arī tās nav vispār.

Kāda ir dažādu valstu cilvēku attieksme pret pašnodarbinātību mūsdienās? Iepazīsimies ar aptaujas rezultātiem.

ATTIEKSME PRET SAVAS UZŅĒMĒJDARBĪBAS UZSĀKŠANU: APTAUJAS REZULTĀTI ASV, ES UN LATVIJĀ

2000. un 2001. gadā veiktie pētījumi liecina, ka ASV ir vairāk uzņēmīgu cilvēku, kas ir gatavi uzsākt savu uzņēmējdarbību, nekā Eiropas Savienības valstīs. Līdz ar to ES valstīs ir secinājušas, ka tajās ir izveidojies uzņēmējspēju (uzņēmīgu cilvēku) deficīts. Lai noskaidrotu cilvēku attieksmi pret uzņēmējdarbību un izstrādātu rīcības programmu, ES valstīs tiek veikts daudzgadīgs (2001.- 2005. gads) pētījums “*Uzņēmums un uzņēmējdarbība*”, kas attiecināms uz mazajiem un vidējiem uzņēmumiem.

Kopš ar 2002. gada 13. septembra arī Latvija ir pievienojusies šai programmai. Lai apzinātu kā Latvijas izglītības sistēmā tiek nodrošināta uzņēmējspēju veidošana un novērtētu tās efektivitāti, salīdzinātu to ar ārzemju pieredzi, sagatavotu rekomendācijas tās pilnīgošanai, šī projekta īstenošanas gaitā tiek veikti līdzīgi pētījumi.

2001. gada septembrī Eiropas Savienības valstīs tika aptaujāti 8045 cilvēki, ASV 500 respondentu, bet 2002. gada decembrī Latvijā 222 Latvijas Universitātes pirmā un otrā kursa studenti. No tiem: 130 Ekonomikas un vadības fakultātes 1. kursa studenti, kas studē vadības zinību bakalaura studiju programmā; 37 tās pašas programmas otrā kursa studenti; 55 Fizikas un matemātikas fakultātes bakalaura studiju programmas dažādu kursu studenti. Jānorāda, ka dotā raksta ietvaros netiks aplūkoti visi veiktās aptaujas rezultāti, bet tikai tie, kuri skar šī raksta saturu.

Pēdējā laikā presē diezgan bieži parādās raksti par to, ka Latvijas augstskolās sagatavotie speciālisti ir labi izglītoti, bet viņiem trūkst pašiniciatīvas, nav uzņēmīgi. *Šiem darbiniekiem pienākt tendence būt par norādījumu izpildītājiem. Ir labi, ja veicamais darbs prasa preāzu norādījumu izpildi, ja sevi saprot kā pakļauto, nav gatavi neatkarīgu lēmumu pieņemšanai. (Dienas bizness 2001.gada 10.augusts).* Vislielākie pārmetumi ir izteikti Latvijas izglītības sistēmai. Proti – tā uzņēmējspēju veidošanas jautājumiem velta nepietiekošu vērību, galvenokārt sagatavo Latvijas tautsaimniecības vajadzībām augstas kvalifikācijas speciālistus,

kas motivēti darba tirgū kļūt par darba ņēmējiem, bet vismazāk ir sagatavoti savas personiskās nodarbes uzsākšanai. Tāpēc aptaujas gaitā bija svarīgi noskaidrot, cik lielā mērā Latvijas jaunā paaudze ir gatava sevis nodarbināšanai. Respondentu atbildes parāda 1. tabulas dati.

1. tabula

Atbildes uz jautājumu: “Ja Jums būtu iespēja izvēlēties starp dažādiem darba veidiem, kuram no tiem dotu priekšroku?” (% no aptaujāto kopskaita)
Suppose you could choose between different kinds of jobs, which one would you prefer (%)

	Kopā	Ekonomikas un vadības fakultātes 1.kursa studentu atbildes	Ekonomikas un vadības fakultātes 2.kursa studentu atbildes	Fizikas un mate- mātikas fakultātes studentu atbildes
Kļūt par darba ņēmēju	18,9	13,8	21,6	29,1
Kļūt par darba devēju	70,3	76,2	75,7	52,7
Par pašnodarbināto	9,9	9,2	2,7	16,4
Nevienam	0,9	0,8	x	1,8

Aptaujas dati liecina, ka 80,2% jauniešu labāk vēlētos kļūt par darba devējiem vai pašnodarbinātiem nekā par darba ņēmējiem. Ja salīdzina Ekonomikas un vadības fakultātes studentu atbildes ar Fizikas un matemātikas fakultātes studentu atbildēm, tad redzam, ka pēdējie ir vairāk motivēti kļūt par darba ņēmējiem. Daļēji to var izskaidrot šādi: vairums no pirmajiem studē vadības zinību studiju programmā un, jau uzsākot studijas, ir motivēti kļūt par vadītājiem. Latvijas jauniešu motivācija kļūt par darba devējiem ir daudz augstāka nekā ASV un ES valstīs. ASV ir gatavi uzsākt savu uzņēmējdarbību 59% no aptaujātajiem, bet ES valstīs tikai – 48%. Jānorāda, ka arī šajās valstīs jaunieši tāpat kā Latvijā vecumā līdz 25 gadiem ir vairāk motivēti kļūt par pašnodarbinātiem.

Respondentu atbildes uz jautājumu: “Ja Jūs pierunātu izveidot savu uzņēmumu vai iegādāties jau esošu uzņēmumu, kura atbilde jums būtu vispiemērotākā?” parāda, ka vairums LU studentu, neatkarīgi no fakultātes un kursa, ir pozitīvi noskaņoti veidot savu uzņēmumu (skat. 2. tabulu). Diemžēl, viņi vēl ir pārāk jauni, lai aptaujas brīdī viņi būtu uzņēmumu īpašnieki, kā tas ir aptaujāto vidū ASV un ES.

2. tabula

Atbildes uz jautājumu: “Ja Jūs pierunātu izveidot savu uzņēmumu vai iegādāties jau esošu uzņēmumu, kura atbilde jums būtu vispiemērotākā?” (% no aptaujāto kopskaita)

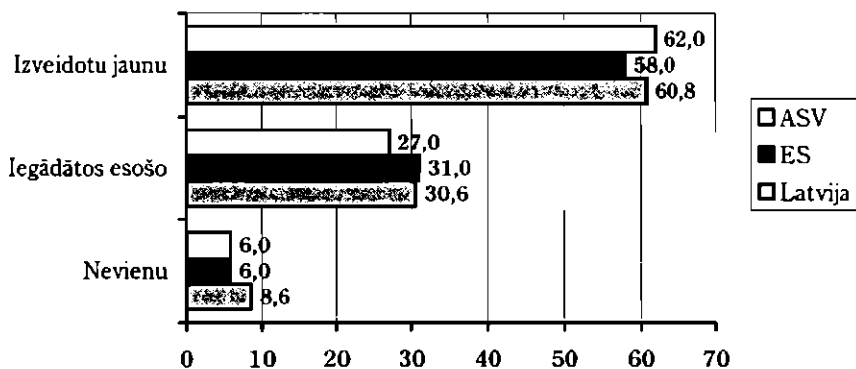
If I were to talk to you about setting up your own business, or taking over someone else's business, what expression would best describe your answer (%)

	Latvijā	Eiropas Savienības (ES) valstīs	ASV
Nekad par to neesmu domājis	19,8	34	30
Dažreiz esmu par to domājis	55,4	33	31
Esmu par to nopietni domājis	23,4	14	16
Esmu jau izveidojis pats savu uzņēmumu	0,9	13	19
Esmu iegādājies jau esošu uzņēmumu	0,5	4	2

1. diagramma

Atbildes uz jautājumu: “Ja Jums patlaban būtu nepieciešamie līdzekļi uzņēmējdarbības uzsākšanai, vai Jūs veidotu jaunu vai iegādātos jau esošu uzņēmumu?” (% no aptaujāto kopskaita)

If you currently had the means to start your own business, would you rather set up a new one or take over an existing one? (%)



Pozitīvi vērtējams fakts, ka gandrīz visu valstu respondenti pēc padoma sava uzņēmuma izveidošanā labprātāk grieztos pie profesionāliem: juristiem, grāmatvežiem, privātiem konsultantiem, Rūpniecības palātā/uzņēmējdarbības asociācijā, citiem uzņēmējiem, nekā pie draugiem, paziņām vai vecākiem.

Uz jautājumu: "Ja Jums patlaban būtu nepieciešamie līdzekļi uzņēmējdarbības uzsākšanai, vai Jūs veidotu jaunu vai iegādātos jau esošu uzņēmumu?"

Latvijas, ES un ASV respondentu atbildes ir ļoti līdzīgas (skat. 1. diagrammu).

Kā redzam, Latvijā mazliet vairāk ir tādu respondentu, kas nav motivēti jauna uzņēmuma izveidei vai esošā iegādei, jo viņus šāds pasākums vispār neinteresē. Toties, ja salīdzina dažādu fakultāšu aptaujāto studentu atbildes, redzam, ka šis procents ir augstāks Fizikas un matemātikas fakultātes studentu vidū (skat. 3. tabulu).

3. tabula

Atbildes uz jautājumu: "Ja Jums patlaban būtu nepieciešamie līdzekļi uzņēmējdarbības uzsākšanai, vai Jūs veidotu jaunu vai iegādātos jau esošu uzņēmumu?" (% no aptaujāto kopskaita)

If you currently had the means to start your own business, would you rather set up a new one or take over an existing one? (%)

	Kopā	Ekonomikas un vadības fakultātes 1. kursa studentu atbildes	Ekonomikas un vadības fakultātes 2. kursa studentu atbildes	Fizikas un matemātikas fakultātes studentu atbildes
Izveidotu jaunu	60,8	56,9	70,3	63,6
Iegādātos esošo	30,6	41,5	24,3	9,1
Nevienu, jo tas mani neinteresē	8,6	1,6	5,4	27,3

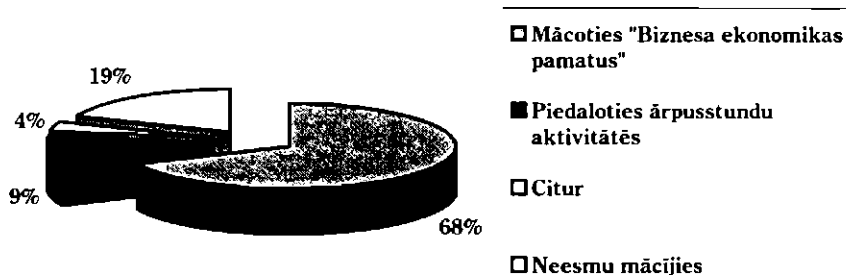
Ja salīdzinām 1. un 3. tabulas datus, tad redzam, ka Fizikas un matemātikas fakultātē aptaujāto studentu atbildes par to, vai *klūt par darbaņēmēju*, vai *uzņēmējdarbības uzsākšana mani neinteresē*, uz abiem jautājumiem ir ļoti līdzīgas. Toties Ekonomikas un vadības fakultātē kā pirmā, tā arī otrā kursa aptaujātie studenti labprāt strādātu par darbaņēmējiem (13,8% un 21,6%), bet tanī pašā laikā tikai 1,6% un 5,4% respondentu neinteresē sava uzņēmējdarbība. Tas liecina, ka vairums no tiem, kas ir motivēti kļūt par darbaņēmējiem, varētu saistīt savu nākotni ar jaunu vai jau esošu uzņēmumu iegādi un uzsākt arī savu uzņēmējdarbību.

Aptauja parādīja, ka vairums Latvijas respondentu pirms studiju uzsākšanas ir apguvuši zināšanas par uzņēmējdarbību vidusskolā, tikai 19% studentu šādu zināšanu nav (skat. 2. diagrammu).

2. diagramma

Atbildes uz jautājumu: "Kur jūs ieguvāt zināšanas par uzņēmējdarbību?"
(% no aptaujāto kopskaita)

Where did you get the basic knowledge of how to run a business? (%)



Lai noskaidrotu uzņēmējspēju veidošanas īstenoto pasākumu efektivitāti vidusskolā, aptaujas gaitā tika uzdoti vēl divi jautājumi, t.i., viens no tiem bija šāds: "Kā Jūs vērtējat vidusskolā iegūto zināšanu līmeni par uzņēmējdarbību?" Procentos no aptaujāto kopskaita iegūto zināšanu līmenis ir šāds: uzskatu, ka iegūtās zināšanas ir ļoti labas – 5,4%; labas – 29,7%; viduvējas – 34,2%; vājas – 19,8%; nekādas – 10,8%. "Nekādas" galvenokārt atbildēja tie respondenti, kas ekonomiku vidusskolā vispār nav mācījušies, jo ekonomikas priekšmeta apguve viņu vidusskolās bija izvēles kurss. Diemžēl lielākā daļa uzskata, ka viņu zināšanas par uzņēmējdarbību ir viduvējas un vājas. Īpaši daudz tādu ir Ekonomikas un vadības fakultātes 1. kursa studentu vidū – 61% no aptaujāto kopskaita.

Uz jautājumu: vai vidusskolā ekonomikas priekšmeta apguve un organizēto ārpusstundu pasākumi motivēja Jūs saskatīt kādu problēmu, noteikt tās rašanās cēloņus un risināt to, uzsākot savu uzņēmējdarbību, vai arī motivēja turpināt studijas, lai iegūtu specialitāti un strādātu labi atalgotu darbu? Aptaujas dati liecina, ka 10,4% no aptaujāto kopskaita lolo ideju, ka viņi varētu to realizēt, uzsākot savu uzņēmējdarbību. Tāpēc daudzi iesaka universitātei veidot mācību procesu tā, lai veidotos ciešāka saikne starp teoriju un praksi jau no paša studiju sākuma, nevis pēdējos kursos. Tomēr vairums aptaujāto – 59,9% uzrāda, ka vidusskolā viņi tika orientēti studijām augstskolā, lai iegūtu specialitāti un strādātu labi atalgotu darbu.

Tādējādi aptaujas dati liecina, ka Latvijā tāpat kā ASV un ES vairums aptaujāto jauniešu labprāt kļūtu par darba devējiem un ir motivēti savu nākotni saistīt ar uzņēmējdarbību, veidojot jaunu vai iegādājoties esošu uzņēmumu. Līdz studiju uzsākšanai Latvijas Universitātē viņi zināšanas un prasmes par uzņēmējdarbību ir ieguvuši vidusskolā, mācoties *Biznesa ekonomikas pamatus* un

piedaloties dažādos ārpusstundu pasākumos. Diemžēl, kā novērtē paši aptaujātie studenti, vairāk nekā pusei zināšanas par uzņēmējdarbību ir tikai viduvējas vai vājas, un tikai 10,4% no aptaujāto kopskaita ir motivēti saskatīt tautsaimniecisku problēmu, īstenojot to, uzsākot savu uzņēmējdarbību. Tas liecina, ka vidusskolai vajadzētu īstenot daudz mērķtiecīgāku uzņēmējspēju veidošanu.

Vienotas Eiropas tagadnes un nākotnes *pamats ir ekonomika*. Pēdējā laikā ekonomikā ir notikušas būtiskas izmaiņas. Lai cilvēks varētu iegūt konkurētspējīgas zināšanas, iemaņas un prasmi tās pielietot, attīstītu savas spējas atbilstoši notiekošajām izmaiņām, ir svarīgi pilnveidot ekonomisko izglītošanu. Tāpēc ES valstīs notiek diskusija par to, vai uzņēmējdarbības mācīšanu un uzņēmējspēju veidošanu noteikt valstiskā līmenī, proti, iekļaujot valsts noteiktās mācību programmās, vai arī īstenot to fakultatīvās nodarbībās. Tomēr, ja uzņēmējdarbības mācīšana un uzņēmējspēju veidošana nebūs integrēti globālā stratēģijā, pat vīstaisistākās un jaunākās shēmas nenodrošinās pilnīgu problēmas atrisinājumu. Izglītības sistēmai ir jāsatatavojas šim pārmaiņām. Tas nozīmē, ka jārada uzņēmējdarbības mācīšanas un uzņēmējspēju veidošanas stabila programma ilgstošai perspektīvai, iesaistot vairāk skolotāju un nodrošinot minētās programmas ar pieejamību visiem studējošajiem.

Lai īstēnotu izvirzītās prasības uzņēmējdarbības mācīšanā un uzņēmējspēju veidošanā, būtu lietderīgi augstskolas līmenī izveidot starpdisciplināro studiju programmu un atsevišķu fakultāti vai centru tās praktiskai realizācijai. Savukārt valsts līmenī varētu izveidot jaunu, visu izglītības sistēmu aptverošu struktūrvienību *Uzņēmējspēju attīstības centru*. Centrs varētu veidot ciešu saikni ar izglītības iestādēm un uzņēmumiem, kā arī ar visu ražošanas nozaru vadošajiem zinātniekiem un speciālistiem.

LITERATŪRA

1. Balabkins N. *Tautsaimnieka atziņu ceļš*. Stokholma–Rīga, 2002.
2. Stenlijs T. Dž. *Miljonāra prāts*. R.: Apgāds Zvaigzne ABC, 2002.
3. *Entrepreneurial attitudes in Europe and the US*, 2002.
4. Education and Training for Entrepreneurship. Draft, November 2002. http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/index.htm.
5. Mill J. Stuart. *Principles of Political Economy*. A. M. Kelley Publishers, 1976.
6. Marshall A. *Principles of Economics*. Eighth Edition. Macmillan Press Ltd, 1952.
7. Shumpeter J. *History of Economic Analysis*, 1954.
8. Shumpeter J. *The Theory of Economic Development*, 1934.

Globalization and Development of Entrepreneurship

Summary

The paper *Globalization and Development of Entrepreneurship* describes the core of the concept – *entrepreneurship*. It shows that in the current situation of globalization the concept of *entrepreneurship* includes two different elements: a broader one – the *entrepreneurial attitudes and skills, which involves developing certain personal qualities* and a more specific element of *teaching and training these attitudes and skills and on how to create a business*. There is given a list of possible qualitative and quantitative indicators to measure the effect produced by the whole system for the promotion of entrepreneurship teaching. The article provides analyses of entrepreneurial attitudes in Europe, US and in Latvia. There are given the proposals how to improve the activities of the entrepreneurship teaching.

Uzņēmuma plānotās naudas plūsmas izmantošana kredītriska novēršanā

Use of the Planned Cash Flow of the Company to Decrease the Credit Risk

Inta Brūna
Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: bruna@lanet.lv

Aldis Donis
VAS "Latvenergo"
Finansu un kredīta departamenta projektu vadītājs
E-pasts: aldis.donis@energo.lv

Rakstā autori apskata uzņēmuma naudas plūsmas sagatavošanas problēmas Latvijā, kā arī ieguvumus, kurus var gūt no naudas plūsmas izmantošanas, analizējot potenciālo aizņēmēju iespējas atmaksāt noteikta apjoma aizņēmumus. Tādējādi tiek apskatītas kredītriska samazināšanas iespējas, izmantojot naudas plūsmas pārskatus. Rakstā autori apskata trūkumus un stiprās puses, kuras piemīt uzņēmumu iepriekšējo periodu naudas plūsmas pārskatiem, kā arī trūkumus un ieguvumus, ar ko ir jārēķinās aizdevējiem, analizējot plānoto uzņēmuma naudas plūsmas pārskatu.

Atslēgvārdi: kredīts, naudas plūsmas pārskats, banka, aizdevējs, kredītrisks

Viena no nozīmīgākajām banku darba organizācijas sastāvdaļām ir tās kredītpolitika, kas visumā nosaka gan kredītu izsniegšanas un noformēšanas kārtību, gan arī klientu sastāvu, un zināmā mērā arī pieņemamos un nenodrošinātos riskus. Aizdevumu izsniegšana rada, galvenokārt, kredītrisku, kura vadība pēc būtības ir nepārtraukts process, taču vienlaicīgi tās pamatā ir stingri izstrādāta savstarpēji saistītu pasākumu sistēma.

Kā liecina Finanšu un kapitāla tirgus komisijas apkopotie dati, kredītu loma un īpatsvars kopējos banku aktīvos aizvien pieaug. Latvijas banku aktīviem 2001. gadā palielinoties par 760 milj. latu jeb 28,2% salīdzinājumā ar 2000. gadu, kredīti pieauga par 50,5%. Šajā periodā pieaugoša tendence bija arī kredītu

īpatsvaram banku kopējos aktīvos no 40,3% līdz 47,3%. No 22 Latvijā darbojošām bankām piecu lielāko banku aktīvos uzskaitīti 73,0% no visiem izsniegtiem kredītiem. Kreditēšanas kāpums vērojams arī atsevišķu nozaru griezumā: apstrādājošā rūpniecībā par 17,7%, tirdzniecībā – 31,4%, transportā, noliktavu saimniecībā un sakaru nozarē – 22,0%, bet būvniecībā izsniegto kredītu apjoms pieauga pat 2,3 reizes. Latvijas komercbanku darbības rādītāji liecina, ka kopumā uzlabojas arī kredītu kvalitāte, jo 2001. gada beigās 95,8% no visiem kredītiem tika novērtēti kā standarta kredīti, bet tikai 1,4% iekļuva uzraugāmo kredītu klasē. Vienlaicīgi ir samazinājies ieņēmumus nenesošo kredītu (zemstandarta, šaubīgo un zaudēto) apjoms un arī īpatsvars nebankām izsniegto kredītu kopsummā – no 4,5% līdz 2,8% [1., 17.].

Izvērtējot banku darbību, būtisku informāciju sniedz kapitāla pietiekamības aprēķins, kura noteikšanai visi aktīvi tiek sagrupēti un izsvērti pēc atbilstošās riska pakāpes. Kaut arī 2001. gada 31. decembrī banku sektora kapitāla pietiekamības rādītājs bija 14,2%, kas pārsniedz normatīvo 10% robežu, tomēr, strauji pieaugot banku kredītportfeļa apjomam, pieauga arī banku sektora aktīvu apjoms ar nosacīto 100% riska pakāpi [1., 18.]. Šie aktīvi, galvenokārt, ir kredīti aizņēmējiem, kuri nav kreditiestādes vai citu valstu centrālās valdības un centrālās bankas. Šīs situācijas cēlonis ir kredītu termiņstrukturās izmaiņas, par ko liecina komerckredītu pieaugums par 66,6%, un kredītlīdzekļu plašāka izmantošana apgrozāmo līdzekļu finansēšanā. Līdz ar to savu aktualitāti nezaudē konsekventa kreditriskā vadības īstenošana un tās nemītīga pilnveidošana.

Kreditriskā vadība sākas ar aizņēmēju loka noteikšanu un turpinās kā secīga izsniegto aizdevumu uzraudzība un novērtēšana dažādās kredītu administrēšanas stadijās. Kreditnodaļas darbiniekiem jāizpilda divi uzdevumi – no vienas puses, jānodrošina klienta piesaistīšana bankai, bet vienlaicīgi jāveic eksperta funkcijas gan kredīta izsniegšanas laikā, gan tā uzraudzības periodā. Pēc iesnieguma saņemšanas no potenciālā kredītņēmēja bankas darbiniekiem, izmantojot aizņēmēja iesniegto informāciju, jāpieņem lēmums, vai klienta kredīta nepieciešamība atbilst bankas politikai, vai nosauktais kredīta mērķis sakrīt ar reālo nepieciešamību. Noskaidrojot patieso kredīta mērķi, ir iespējams noteikt kredīta struktūru pa periodiem, sastādīt kredīta dzēšanas grafiku, kā arī izvēlēties atbilstošāko kredīta veidu. Nākamais uzdevums ir analizēt kredīta dzēšanas avotus. Šī analīze ļauj noskaidrot primāros un sekundāros kredīta dzēšanas avotus un var būt par pamatu kredīta pieteikuma pieņemšanai vai noraidīšanai. Pasaules bankas speciālisti norāda, ka pēc kredīta mērķa un kvalitatīvo risku noteikšanas jāveic kvantitatīvo risku jeb finanšu pārskatu analīze. [5., 66.] Klienta vājās un stiprās puses izvērtē, analizējot auditētu iesniegto finanšu pārskatu (bilanci, peļņas vai zaudējumu aprēķinu, naudas plūsmas pārskatu, pašu kapitāla izmaiņu pārskatu un pielikumu), plānotās naudas plūsmu, informāciju par klienta biznesa stratēģiju, tirgus segmentu, vadības kvalifikāciju un darba pieredzi, kā arī citu informāciju.

Tā kā kredīta dzēšana saistīta ar kredīta ņēmēja spēju aizņēmuma izmantošanas un atmaksāšanas periodā ģenerēt naudu, tad sīkāk aplūkosim informāciju, ko bankas saņem par aizņēmēja naudas plūsmu un ar to saistītās

problēmas. Tātad kredīta saņemšanai iesniedzamo dokumentu sastāvā ir gan naudas plūsmas pārskats par pārskata periodu, gan plānotā naudas plūsma.

Naudas plūsmas pārskats

Naudas plūsmas pārskats ir uzņēmuma finanšu pārskata sastāvdaļa, un tā sagatavošanu nosaka LR likums "Par uzņēmumu gada pārskatiem". Tajā iekļauj informāciju par naudas un tās ekvivalentu kustību pārskata periodā, atsevišķi uzrādot ar pamatdarbību, ieguldījumiem un finanšu darbību saistīto naudas plūsmu.

Naudas plūsmas pārskats palīdz finanšu pārskata lietotājiem, tajā skaitā arī bankām – kredītu devējam atbildēt uz šādiem jautājumiem:

Kādas naudas summas tika saņemtas no pamatdarbības pārskata periodā?

Kādos citos veidos uzņēmums vēl saņēma būtiskas naudas summas?

Vai uzņēmums pietiekami investē iekārtās un citos ilgtermiņa īpašuma objektos, lai nodrošinātu iepriekšējo uzņēmuma ražošanas jaudu līmeni un to palielinātu? Vai notiek veco iekārtu nomaiņa ar jaudīgākām?

Vai liekie naudas līdzekļi tiek reinvestēti ražošanā, vai arī izmaksāti dividendēs?

Kādā mērā uzņēmuma ieguldījumi tiek finansēti no pamatdarbībā veidotās neto naudas pieauguma, un kādā no aizņemtā kapitāla un citiem ārējiem avotiem?

Kāda daļa no ārējiem finansēšanas avotiem attiecas uz aizņemto kapitālu, kāda – uz pašu kapitālu?

Vai uzņēmumam dividenžu izmaksāšanai nepieciešams izmantot aizņemtos līdzekļus? [6.,198.]

Kaut arī naudas plūsmas pārskats nevar sniegt pilnīgas atbildes uz iepriekšminētajiem jautājumiem, tomēr no tā var iegūt papildu informāciju un norādes uz tiem momentiem, kas būtu jāzina kreditoram pirms pieņem lēmumu par aizdevuma izsniegšanu.

Tomēr bankas kā kreditori, no aizņēmējiem saņemot naudas plūsmas pārskatu, var sastapties ar vairākām problēmām, kas var apgrūtināt finanšu pārskatos iekļautās informācijas apkopošanu un izvērtēšanu:

normatīvos aktos nav regulēti jautājumi, kas attiecas uz naudas plūsmas pārskata sastādīšanas veidu un lietojamām metodēm;

darijumu būtībai neatbilstoša naudas plūsmas pārskata posteņu strukturizācija;

pārskatā iekļautās informācijas vēsturiskais raksturs.

1. problēma – *neregulēts naudas plūsmas pārskata sastādīšanas veids un lietojamās metodes.*

LR Uzņēmumu reģistrā vai Komercreģistrā reģistrētiem uzņēmumiem atbilstoši LR likuma "Par uzņēmumu gada pārskatiem" prasībām jā sastāda naudas plūsmas pārskats, bet ne paša likuma tekstā, ne arī citos LR normatīvos aktos nav konkrētu norādījumu par šajā pārskatā uzrādāmiem posteņiem, to grupēšanu un lietojamo metodiku. Tas rada situāciju, ka naudas plūsmas pārskats var būt sastādīts dažādos atšķirīgos veidos, kuri ne vienmēr

ļauj iegūt vajadzīgo informāciju lēmumu pieņemšanai. Veidlapu izdevniecības savās tirdzniecības vietās realizē naudas plūsmas pārskata veidlapas, kas klasificējamās gan kā pārskats, kas sastādīts pēc tiešās metodes, gan pēc netiešās metodes, un to saturs visumā atbilst tai informācijai, kas jāatspoguļo naudas plūsmas pārskatā. Tomēr ir pieejamas arī "vienkāršota naudas plūsmas pārskata" veidlapas, kurās iekļautās informācijas derīguma pakāpe ir visai zema. Šādi sagatavota pārskata saņemšana no potenciālā aizņēmēja bankas kredītdaļas darbiniekiem radīs nepieciešamību iegūt papildu datus par klienta naudas plūsmas veidošanu.

Valstīs, kur nacionālajā uzskaites sistēmā tiek lietoti starptautiskie grāmatvedības standarti (SGS) vai arī tie tiek adaptēti un izveidoti nacionālie grāmatvedības standarti, par pamatu naudas plūsmas pārskata sastādīšanai jāizmanto 7.SGS "Naudas plūsmas pārskati". Latvijā uzņēmumu grāmatvedībā šo standartu lietojums nav obligāts, tādēļ to ievēro pēc uzņēmumu iniciatīvas vai arī tajos uzņēmējdarbības sektoros, kur SGS pielietojums ir reglamentēts (piemēram kredītiestādēs). Neskatoties uz minēto trūkumu, Latvijas uzņēmumiem ir pieejama detalizēta informācija par naudas plūsmas pārskatu un tas ir Latvijas finansu grāmatvedības standarts, 7.daļa: Naudas plūsmas pārskati, kas izstrādāti finansu grāmatvedības standartizācijas tehniskajā komitejā. Diemžēl arī tā izmantošana uzņēmumu finanšu pārskatu sagatavošanā ir brīvprātīga. Šis problēmas risinājums ir – vai nu ar likuma spēku noteikt Latvijas finanšu grāmatvedības standartu obligātu lietošanu, vai arī SGS piemērošanu uzskaitē.

2. problēma – darījumu būtībai neatbilstoša naudas plūsmas pārskata posteņu strukturizācija.

Atbilstoši 7.SGS nosacījumiem (līdzīga pieeja ir arī pēc ASV vispārpieņemtiem grāmatvedības principiem GAAP), naudas plūsmas pārskatu veido trīs sadaļas: naudas plūsma no pamatdarbības, no ieguldījumiem un no finanšu darbības, pie kam tā sastādīšana balstās uz kases principa nevis uzkrāšanas principa pielietojumu.

Pirmajā sadaļā jāiekļauj saimnieciskie darījumi, kas raksturo par pārdotajām precēm un pakalpojumiem saņemto naudu, preču un pakalpojumu piegādātājiem samaksāto naudu, darbiniekiem un viņu vārdā izmaksāto naudu, par ienākumu nodokli izmaksāto vai atmaksāto naudu un citi pamatdarbības darījumi.

Naudas plūsma *no ieguldījumiem* atspoguļo pamatlīdzekļu, vērtspapīru pirkšanu un pārdošanu, naudas avansu un aizdevumu izsniegšanu un atmaksāšanu.

Finanšu darbības naudas plūsma paredz uzrādīt no akciju vai citu pašu kapitāla instrumentu emisijas iegūto naudu, īpašniekiem izmaksāto naudu, lai iegādātos vai atpirktu uzņēmuma akcijas, no ilgtermiņa parādzīmju, aizdevumu un citu īstermiņa vai ilgtermiņa aizņēmumu emisijas iegūto naudu, par aizņēmumiem atmaksāto naudu. [3., 99.-101.]

Pēc šāda sadalījuma uzreiz pareizi sagrupēt darījumus ne vienmēr ir iespējams. Kļūdas var rasties, pirmkārt, tādēļ ka naudas plūsmas pārskats jāsgatavo par naudu un tās ekvivalentiem. 7.SGS kontekstā naudas ekvivalenti

ir īstermiņa ieguldījumi ar augstu likviditāti; tos iespējams ātri pārvērst naudā, un risks, ka to vērtība mainīsies, ir neliels. Tādējādi naudas plūsmas pārskatā nebūtu jāparāda saimnieciskie darījumi, kad nauda pārvēršas par naudas ekvivalentu, vai otrādi, vai arī viena naudas forma pāriet citā.

Uzņēmumu saimnieciskā darbībā ir identificējami kompleksi darījumi, kuros tikai daļa no to vērtības būtu attiecināma uz kādu no naudas plūsmas pārskata sadaļām, nereti uz vairākām. Piemēram, pamatlīdzeklis tiek iegādāts neekvivalentas maiņas darījuma rezultātā, radot papildu saistības attiecībā pret darījuma partneri, kas dzēstas ar īstermiņa aizņēmumu no kredītiestādes. Šajā gadījumā naudas plūsma ir saistīta nevis ar ieguldījumu darbību, bet par aizņēmuma summu ar finanšu darbību un par procentu maksājumiem – ar naudas plūsmu no pamatdarbības.

Visbiežāk problemātisko darījumu skaitā jāmin procentu un dividenžu maksājumi. 7.SGS norādīts, ka “Viens darījums var ietvert naudas plūsmas, kuru iedalījums ir atšķirīgs. Piem., ja naudas atmaksāšana par aizdevumu iekļauj gan procentus, gan aizdevuma pamatsummu, procentu elementu var iedalīt kā pamatdarbību un pamatsummas elementu kā finansēšanas darbību.” [3., 97.]

Šādu neviennozīmīgu darījumu atšķirīga uztvere un iekļaušana pārskatā uzskatāma par vienu no būtiskākajiem naudas plūsmas pārskata trūkumiem.

3.problēma – pārskatā iekļautās informācijas vēsturiskais raksturs.

Naudas plūsmas pārskata analīze parasti ir orientēta uz novērtējumu par pamatdarbības naudas plūsmas pietiekamību, kapitālieguldījumu mērķtiecību un finanšu operāciju struktūru. Iegūtās atziņas var apstiprināt vai noliegt, izmantojot iepriekšējā gada naudas plūsmas pārskata analīzi, tomēr visi dati, ko satur naudas plūsmas pārskats, tāpat kā visu pārējo finanšu pārskata sastāvdaļu informācija, ir neglābjami novecojusi tad, kad to saņem pārskatu lietotāji, arī kredītu devēji. Tas nenozīmē, ka naudas plūsmas pārskats nedod bankas kredītdaļas darbiniekiem vērtīgu informāciju par potenciālo kredītņēmēju, tomēr, lai noteiktu kredīta atmaksāšanas iespējas, ir nepieciešama nākotnē sagaidāmās naudas plūsma.

Plānotā naudas plūsma ir nākotnes naudas plūsmas prognoze ar ikmēneša ienākumu un izdevumu sadalījumu (atsevišķos gadījumos sadalījums ir vēl sīkāks – pa nedēļām vai pat pa dienām). Rūpīgas prognozēšanas darba rezultātam ir raksturīgas vairākas pozitīvas iezīmes:

- var testēt sastādīto plānu finanšu rezultātu pirms faktiskā rezultāta noskaidrošanas;
- ļauj noskaidrot nepieciešamību palielināt kapitālu nākotnes vajadzību ietekmē vairākus mēnešus uz priekšu;
- dod iespēju izvairīties no nevēlama naudas līdzekļu uzkrājuma, kas nenes uzņēmumam peļņu.

Katra banka savas kredītpolitikas ietvaros izstrādā prasības plānotās naudas plūsmas sastādīšanai, tomēr, praktiski sagatavojot naudas plūsmas prognozi, vēlams ievērot zināmus vispārējus nosacījumus:

Nepieciešams noskaidrot ierobežojošo faktoru. Vispārējā gadījumā tas ir pieprasījums, tas nozīmē, ka uzņēmums nevar paplašināt ražošanu un palielināt realizācijas apjomu, jo papildus saražotai produkcijai nebūs pieprasījuma par uzņēmumam izdevīgu cenu. Cits ierobežojošs faktors var būt uzņēmuma jaudas, izejvielu un materiālu pieejamība.

Tā kā ierobežojošais faktors var būt grūti noskaidrojams pat līdz prognozes sastādīšanai, tad vispirms sastāda realizācijas programmas projektu.

Nākamais etaps – ražošanas plāna sastādīšana. Šis dokuments satur informāciju par paredzamām ražošanas izmaksām tiem produkcijas veidiem, kuri iekļauti realizācijas programmā, ieskaitot krājumu līmeņa pieaugumu vai samazinājumu.

Pēc tam sagatavo atsevišķas prognozes dažādiem pieskaitāmiem izdevumiem par katru uzņēmuma struktūrvienību (realizācijas daļu, grāmatvedību utt.) atsevišķi. Šajās tāmēs jeb prognozēs ražošanas mainīgās izmaksas.

Visbeidzot sastāda naudas plūsmas prognozi, kurā par noteiktu laika periodu parāda kopējo ieņēmumu sadalījumu pa veidiem un kopējo izdevumu summu sadalījumā pa izmaksu posteņiem par šo pašu periodu, kā arī konkrētā perioda neto rezultātu un kumulatīvo naudas līdzekļu atlikumu.

Plānotās naudas plūsmas izstrādāšanas problēmas ir saistītas, galvenokārt, ar grūtībām novērtēt atsevišķus faktoros un veikt nākotnes aprēķinus, un tie būtu jāņem vērā kredītdaļas darbiniekiem, nosakot tās atbilstību kredītņēmēja reālajām iespējām:

Nereti nevar pietiekami precīzi paredzēt realizācijas apjomu, kā arī nepieciešamo resursu daudzumu, it īpaši saistībā ar kvalificētu darbaspēku;

Inflācijas dēļ neskaidras ir paredzamās materiālu cenas, darba algas un citu izmaksu līmenis;

Nevēlamas iekšējās konkurences dēļ starp uzņēmuma struktūrvienībām naudas plūsmas prognozē var veidoties zināmas deformācijas – speciāli palielināti izdevumi, lai izvairītos no resursu pārtēriņa, vai arī lai iegūtu priekšrocības kādu resursu izmantošanā.

Prognozes datiem var nebūt precīzi izmantotas faktiskās izmaksu uzskaites metodes un klasifikācija, kas apgrūtina prognozes izpildes kontroli un samazina aprēķinu ticamību.

Prognozēšanā iesaistītie darbinieki var nesaprast vadības uzskaites informāciju, jo nav iepazīnušies ar grāmatvedības terminoloģiju un uzskaites principiem. [4., 289.]

Pieprasot naudas plūsmas pārskatu no potenciālā aizņēmēja, ir jāņem vērā uzņēmuma lielums, uzņēmuma vadība, uzņēmuma biznesa sarežģītības pakāpe un citi apstākļi.

Aizdevēja galvenais uzdevums, saņemot naudas plūsmas pārskatu, ir pārliecināties par tās realitāti un ticamības pakāpi. Tāpēc pieprasāmās naudas plūsmas prognozes lieliem un maziem uzņēmumiem var būt atšķirīgas. No maza uzņēmuma nav lietderīgi pieprasīt, lai tas iesniedz detalizētu un sarežģītu naudas plūsmas prognozi. Visticamāk, ka potenciālais aizņēmējs pasūtīs šo naudas plūsmu kādā finanšu konsultāciju firmā, kura sagatavos vēlamu naudas plūsmas prognozi, bet uzņēmuma vadība nebūs kompetenta. Maziem uzņēmumiem lietderīgāk ir bankai pašai sagatavot plānoto naudas plūsmu, balstoties uz uzņēmuma vēsturisko finanšu informāciju. Tādējādi tiktu ietaupīti uzņēmuma līdzekļi un bankas analītiķu laiks.

Attiecībā uz lieliem uzņēmumiem, tad šajā gadījumā, protams, uzņēmuma rīcībā ir cilvēkresursi ar pieredzi un iemaņām naudas plūsmas sagatavošanā, un šeit bankām, protams, lietderīgāk ir pieprasīt naudas plūsmas pārskatu no uzņēmuma.

Svarīgākie momenti, lai ierobežotu kredītrisku, analizējot naudas plūsmas pārskatu, ir šādi:

- vēsture,
- mērķi,
- pieņēmumi,
- kvantifikācija,
- resursu noteikšana,
- pārbaude,
- jutīguma analīze.

Vēsture – Kāds ir biznesa pašreizējais stāvoklis?

Iepriekšējo gadu rezultātu analīze ir svarīgs moments. Tajā ietilpst uzņēmuma darbības izvērtēšana tādās jomās kā pārdošana, cenu politika, ražošana, izplatīšana, finanšu stāvoklis un administrācija.

Iepriekšējo darbību detalizēta analīze var palīdzēt analītiķim saprast, vai iepriekš nospraustie mērķi pagātnē tika sasniegti.

Mērķi – Ko uzņēmums cenšas sasniegt?

Analītiķa galvenais uzdevums ir noskaidrot, ko uzņēmums cenšas sasniegt. Tas ir tāpēc, ka mazi uzņēmumi ir tik elastīgi, ka vadība var arī nenojaust, kādā virzienā uzņēmums attīstās.

Pieņēmumi – Vai tie ir pareizi?

Šī uzdevuma veikšanai galvenais ir noskaidrot, uz kādiem pieņēmumiem balstās plāns. Parasti pie naudas plūsmas pārskata tiek pievienota informācija par pieņēmumiem. Analītiķa uzdevums ir pārbaudīt visus pieņēmumus.

Kvantifikācija – Kā mērķus izteikt finansiālos terminos?

Mērķu izvirzīšana saistībā ar uzņēmuma stratēģisko attīstību ir ļoti būtiska uzņēmuma attīstībai. Analītiķa uzdevums ir pārliecināties, ka mērķi, kuri ir izteikti skaitļos, ir korekti, un tie patiesi atspoguļo gaidāmo uzņēmuma finansiālo stāvokli.

Resursu noteikšana – Kā sasniegt mērķi?

Kad uzņēmuma mērķi ir izteikti skaitļu valodā, tad jānosaka, kādi pasākumi ir jāveic un kādi resursi nepieciešami plānojamā līmeņa sasniegšanai. Vai to pietiks, piemēram, atsevišķu iecirkņu reorganizācijai? Bankas analītiķis, izmantojot savas zināšanas un pieredzi, nosaka plānoto pasākumu realitāti.

Jūtīguma analīze – Vai plāns ir elastīgs?

Bankas analītiķa uzdevums ir veikt naudas plūsmas pārskata pārbaudi, piemēram, veicot jutīguma analīzi. Papildu pārbaude (šķērsveida pārbaude) parādīs, kādas sekas izmaiņām dažos galvenajos pieņēmumos būs uz naudas plūsmas plāna iznākumu, t.i., cik plāns ir jutīgs pret šādām izmaiņām.

Bankas analītiķu uzdevums ir noskaidrot vēl sekojošus momentus, kas var ietekmēt spriedumus par plānoto naudas plūsmu.

Objektivitāte. Lai plāns būtu izmantojams, tam jābūt reālam un tajā jāņem vērā visi uzņēmuma trūkumi un tās personāla ierobežojošie faktori. Tādējādi, analītiķis pārliecinās, vai plāns ir izpildāms, balstoties uz pieejamajiem resursiem.

Plānā ietvertais laika posms. Daudziem uzņēmumiem ir noteikts priekšstats par to, cik ilgam laika posmam jāveido perspektīvais plāns, lai tas būtu precīzs. Tomēr vairākumam uzņēmumu šis priekšstats ir mainīgs. Tajā pašā laikā daudzi uzskata, ka plāna svarīgums zūd proporcionāli plānojamā perioda palielināšanai. Tādējādi, pieaugot aprēķinu sarežģītībai, plānošanas process draud pārvērsties par mehānisku prāta vingrinājumu. Prognoze desmit gadus garam laika posmam diez vai būs vērtā tik daudz, cik papīrs, uz kura tā nodrukāta, ja vien tā nav plaša stratēģiska ideja par papildu biznesa radīšanu. Vidējam biznesam trīs gadus ilgs plānojamais posms ir vispiemērotākais, pirmajam gadam sagatavojot detalizētu analīzi, bet pārējiem diviem tā izdarāma galvenajos vilcienos. Ātri mainīgām struktūrām ar augstu tehnoloģijas izmantošanas īpatsvaru šis periods var būt vēl īsāks, pat līdz diviem gadiem vai pusotram gadam, kā garākajam plānošanas termiņam. Tātad katram uzņēmumam jāizvēlas tādu plānošanas periodu, kas vislabāk atbilst tā vajadzībām. Strauji mainīgai ražošanai un ražošanai ar augstu investīciju līmeni ir dažāda attīstība.

Bieži bankās ir ieviesti klientu iekšējie kreditleitīgi, un attiecībā uz naudas plūsmas analīzi varētu būt ieviesti sekojoši jautājumi, uz kuriem ir nepieciešams atbildēt. Bez tam ir jāpiemin, ka bieži vien plānotais naudas plūsmas pārskats ir biznesa plāna sastāvdaļa, tātad turpinājumā tiek sniegti jautājumi, uz kuriem bankas analītiķim ir nepieciešams atbildēt:

Vai klients ir iesniedzis bankā biznesa plānu?

Vai biznesa plāns paredz bankas finansējumu projektam nozarē, kurā uzņēmums līdz šim jau darbojies (pretstatā jaunai nozarei)?

Vai uzņēmuma vadības kompetences līmenis (izglītība un/vai praktiskā pieredze nozarē) ir atbilstošs, lai sekmīgi realizētu piedāvāto projektu?

Vai nozare, kuras ietvaros plānots realizēt piedāvāto projektu, pēdējo 3 gadu laikā Latvijā ir attīstījusies un tiek uzskatīta par perspektīvu?

Vai biznesa plānā ir norādīti uzņēmuma produkta pašreizējie un/vai potenciālie noieta tirgi un sniegta to ietilpības un attīstības tendenču analīze?

Vai uzņēmums ir konkurētspējīgs tā izvēlētajos noieta tirgos un nav šaubu par to, ka veidosies vai saglabāsies pieprasījums pēc uzņēmuma produkta?

Vai biznesa plānā ir sniegta informācija par uzņēmuma būtiskākajiem pašreizējiem un / vai potenciālajiem klientiem un konkurentiem un vai uzņēmumam ir izstrādāta mārketinga stratēģija?

Vai biznesa plānā ir sniegts reāls un pamatots piedāvātā projekta realizācijas izklāsts un vai uzņēmuma rīcībā esošie un/vai potenciāli pieejamie resursi pārliecina par sekmīgas projekta realizācijas iespējamību?

Vai biznesa plānam ir pievienots finanšu plāns (minimums – naudas plūsmas prognoze projekta realizācijas periodam)?

Vai iesniegtais finanšu plāns ir reāls un, vai, to sastādot, ir ņemti vērā pašreizējie uzņēmuma finansiālās darbības rādītāji?

Vai saskaņā ar naudas plūsmas prognozi projekta realizācijas periodam, uzņēmuma rīcībā būs pietiekoši naudas līdzekļi aizdevuma un procentu atmaksai no saimnieciskās darbības rezultātā gūtajiem ienākumiem?

Nobeigumā var secināt, ka plānotās naudas plūsmas pārskats, kas tiek analizēts kā atsevišķs dokuments, vai arī šis dokuments, kas ietilpst detalizēta biznesa plānā, sniedz bankas analītiķiem detalizētu informāciju par iespējām atmaksāt kredītu. Tomēr ir nepieciešams sakārtot likumdošanu, lai būtu vienotas prasības naudas plūsmas pārskatiem, kas tiek sagatavoti gada pārskata vajadzībām.

LITERATŪRA

1. *Finanšu un kapitāla tirgus komisijas 2001.gada pārskats*. R., 2002. 45 lpp.
2. *Latvijas finanšu grāmatvedība*. 7.daļa: Naudas plūsmas pārskati. LVS 264-7:2000. R.: Latvijas standarts, 2000. 21 lpp.
3. *Starptautiskie grāmatvedības standarti*. R.: Latvijas Banka, 1997. – 647 lpp.
4. *Бухгалтерский анализ* /Под ред. М.А.Гольцберга. Киев: Торгово-издательское бюро BHV, 1993. 425 с.
5. МакНотон Д. и др. *Укрепление руководства и повышение чувствительности к переменам*. Том 1. Всемирный Банк Вашингтон. М.: Финансы и статистика, 1994. 322 с.
6. Энтони Р., Рис Дж. *Учет : ситуации и примеры*. М.: Ф. и Ст. 1993. 558 с.
7. Nicholas Rouse. *Bankers' Lending Techniques*, 1995.
8. Ēriks S. Sīgels. *Ernst & Young biznesa plāna ceļvedis*. Rīga, 1994, 189. lpp.

Use of the Planned Cash Flow of the Company to Decrease the Credit Risk

Summary

This article examines problems relating to preparation of cash flow statements in Latvia. There are also described benefits from using the cash flow statements in analysis of potential borrowers. There is described possibility to decrease the credit risk. Authors look at strong and weak points, when banks evaluate the cash flow statements for previous periods and forecasted cash flow statements. Authors propose to standardize the procedure of preparations of cash flow statements and suggest that banks should more concentrate on cash flow statements analysis.

Latvijas un ASV grāmatvedības sistēmu salīdzinājums

The Analysis of Bookkeeping System in Latvia and the United States

Inta Brūna

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

Maksims Smagins

SIA "JTI Marketing and Sales"
Blaumaņa iela 28, 4. stāvs, Rīga, LV-1011
E-pasts: maksimSM@one.lv

Pētījuma mērķis ir, salīdzinot ASV un Latvijas uzskaites sistēmu būtību, pielietojuma vidi, terminoloģiju, bāzes principus un normatīvos pamatus, noteikt šo sistēmu kopīgās un atšķirīgās pazīmes, kā arī izvērtēt pozitīvās pieredzes pielietojuma iespējas Latvijas apstākļos. Pamat-akcents balstīts uz būtiskām atšķirībām starp uzskaites modeļiem un principiem, kas dažādi lietojami Latvijas un ASV apstākļos.

Atslēgvārdi: grāmatvedības uzskaites sistēmas; uzskaites definīcija; uzskaites modeļi, vispārpieņemtie uzskaites principi.

Grāmatvedību bieži sauc par biznesa valodu. Un tas patiešām tā ir, grāmatvedības uzskaitē un pārskatos ir apkopoti darbības rezultāti un uzņēmuma esošais finansiālais stāvoklis. Grozījumi Latvijas ekonomikas sistēmā bija par cēloni grozījumiem uzņēmuma darbībā, kam bija jāatrod adekvāts atspoguļojums grāmatvedības uzskaitē.

Dažas pašreizējās Latvijas grāmatvedības uzskaites sistēmas īpatnības objektīvi pazemina tās vērtīgumu saimnieciskā apgrozījuma dalībniekiem un traucē normālai ekonomikas attīstībai. Vienlaicīgi Latvijas ekonomiskā sistēma turpina intensīvi mainīties, izveidojas jauni saimnieciskās darbības veidi, kuriem jāatrod adekvāts atspoguļojums pārskatos. Grāmatvedības uzskaites sistēma Latvijā pašreiz ir ieguvusi pabeigtu formulējumu likumdošanā, pieņemti

grāmatvedības likumi, ir vienots metodoloģiskais pamats, uz kura tiek bāzēta uzskaites regulēšana.

Tieši no šī viedokļa starptautiskās pieredzes aplūkošana ir ļoti interesanta, jo daudz kas no tās varētu būt pārņemts, ieviešot labumu arī Latvijā. Protams, pārņemšana nedrīkst būt ar mehānisku raksturu, bet jānovērtē Latvijas lietišķās vides specifika. ASV finanšu pārskatu sistēmas pētīšana, ar tās vairāk nekā simts gadu garo attīstības pieredzi, ir būtisks moments ne tikai metodikas pārņemšanai, bet arī lai izvairītos no kļūdām, kas pieļautas uzskaites regulēšanas procesā.

ASV finanšu uzskaites principu izpratne ieguva īpašu nozīmi mūsdienu apstākļos, kad Latvijas uzņēmumi aktīvi inēģina iekļūt Amerikas fondu un finanšu tirgos. Lidztiesīga sadarbība ar partneriem no Amerikas Savienotajām valstīm noteikti prasa spēju saprast viņu piedāvātos pārskatus, un, savukārt, iesniegt savus pārskatus tādā formātā, kā tas pieņemts Amerikas tirgū. Diemžēl, līdz šim brīdim visiem nav skaidri redzama atšķirība starp Latvijas un Amerikas uzskaites modeļiem. Tas attiecas pat uz tādiem pamatjēdzieniem, kā uzskaites raksturs ASV. Šajā ziņā ir raksturīga kļūda, kuru ir pieļāvis profesors J.Sokolovs savā pēcvārdā B.Nidza un citu autoru grāmatai "Принципы бухгалтерского учета". Tur viņš apgalvo, ka "...nodokļu administrēšanas mērķim rietumu speciālisti veido to, ko viņi sauc par finanšu uzskaiti". [8., 478.] Šeit uzreiz varam redzēt divas kļūdas, kas raksturīgas arī Latvijas grāmatvedības uzskaites speciālistiem. Pirmajai kļūdai ir terminoloģisks raksturs, "rietumu" ir ne tikai amerikāņu speciālisti, bet finanšu uzskaitē – pārsvarā tirs amerikāņu fenomens. Otrai kļūdai piemīt principiāls raksturs, finanšu uzskaitē nav identiska fiskālajai (vai nodokļu), tā atrodas nodokļu sistēmas ietekmē, bet attīstās patstāvīgi.

Uzskaites definīcija, jēdzienu atbilstības problēma

Principiālu atšķirību starp Latvijas un Amerikas uzskaites sistēmām varam ievērot uzreiz, tiklīdz mēs uzmanīgāk ieskatāmies to vērtēšanā. ASV finanšu uzskaites definīcijā ir teikts, ka "Finanšu uzskaitē – tas ir process, kas beidzas ar finanšu pārskata sagatavošanu attiecīgi visam uzņēmumam kopumā, kas tiek izmantots gan ārējiem, gan iekšējiem lietotājiem... Šis pārskats nodrošina pakāpenisku un nepārtrauktu ekonomisko resursu un uzņēmumu saistību atspoguļojumu un ekonomisko darbību vēsturi, izpaustu naudas izteiksmē, kura izmaina šos resursus vai saistības." [5., 2.] Grāmatvedības uzskaites definīcija pēc Latvijas nosacījumiem mazliet atšķiras: "Grāmatvedības uzskaitē – tā ir novērošanas, mērījumu, registrācijas, apstrādes un informācijas nodošanas sistēma, kas saistīta ar īpašuma vērtības novērtējumu, tās izveidošanas avotu (saistības), un saimnieciskās operācijas saimniecisko subjektu (juridiska persona)" [9., 13]

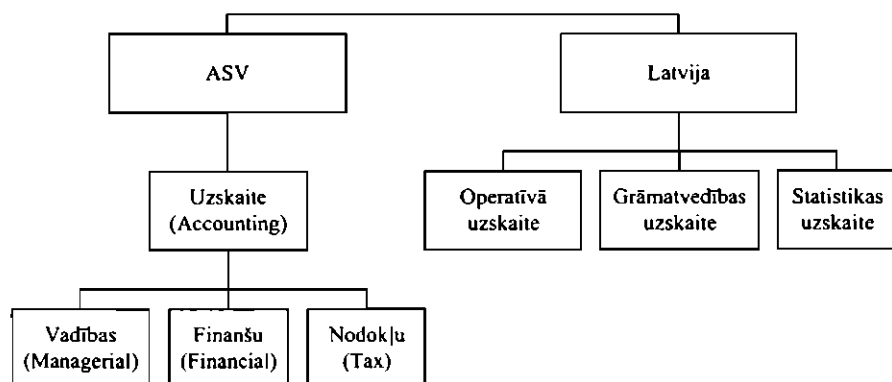
Kā pamatatšķirību varam izcelt to, uz ko ir vērsta uzmanība. Pirmajā gadījumā uzskaitē – tas ir process, kas rada rezultātu (finanšu pārskatu), kas ir uzskaites mērķis. Galvenais nav pats process, bet gan rezultāts. Otrā gadījumā uzskaitē tiek uztverta kā sistēma, kurā visi tās komponenti ir līdzvērtīgi, un sistēmas mērķis noteikts atsevišķi.

Par papildatšķirību varam uzskatīt to, ka finanšu pārskata sagatavošana Latvijas definīcijā vispār nav izcelta un ir informācijas apstrādes procesa sastāvdaļa. ASV tā gluži vienkārši nav izcelta kā posms, bet ir kā uzskaites procesa kulminācija, kas norādīta pat finanšu uzskaites nosaukumā – tā parasti netiek saukta vienkārši par finanšu uzskaiti, bet par finanšu uzskaiti un pārskatiem. Šī saikne ir tik cieša, ka atsevišķa finanšu uzskaites vadības pārbaude, kas neskar pārskatu sastādīšanas pareizību, ASV praktiski nav iespējama. Respektīvi, uzskaites vadības pareizība tur tiek pārbaudīta pareiza pārskata sastādīšanas griezumā, kad tiek sagatavots auditora slēdziens.

Eksistē vēl viena svarīga piezīme, kas skar nosacītu atšķirību. Salīdzinot Latvijas un ASV uzskaites praksi, parasti apskata grāmatvedības uzskaiti Latvijā un finanšu uzskaiti (financial accounting) ASV. Savukārt, uzkaite (accounting) ASV neaprobežojas tikai ar finanšu uzskaiti. ASV zinātnieks Kieso savos pētījumos izceļ šādus uzskaites veidus:

- finanšu uzkaite (Financial accounting)
- vadības uzkaite (Managerial accounting)
- nodokļu uzkaite (Tax accounting)
- bezpeļņas organizācijas uzkaite (Non-commercial accounting) [5., 7]

Šim sadalījumam ir nosacīts raksturs, tādējādi līdzās bezpeļņas organizāciju uzskaitē, varam apskatīt arī uzskaiti valsts organizācijās. Atbilstoši informācijas uzkrāšanas un izmantošanas mērķiem uzskaiti var sadalīt vairākās apakšsistēmās (skat. 1.att.). Uzskaiti Latvijā var sadalīt trīs pietiekoši dažādos informācijas sistēmas veidos, no kuriem visi ir līdztiesīgi, kaut gan cieši savstarpēji saistīti: operatīvā uzkaite, grāmatvedības uzkaite un statistikas uzkaite. Operatīvās un grāmatvedības uzskaites saistība ir ciešāka nekā pēdējās saistība ar statistikas uzskaiti, un, vadoties pēc Latvijas grāmatvedības likumdošanas, šo informācijas sistēmu kopums iedalāms finanšu uzskaitē un vadības uzskaitē.



1. att. Uzskaites informācijas sistēmu veidi Latvijā un ASV.

The Kinds of the Information System of Accounting in Latvia and the USA.

Daudzējādā ziņā Latvijas uzskaitē ir tuvāka tieši nodokļu, bet nevis finanšu uzskaitē, kāda tā ir ASV. Kaut arī grāmatvedības likumdošana paredz kārtību, kas nebūtu tiešā veidā jāsaista ar nodokļu aprēķināšanas prasībām, tomēr Latvijas uzņēmumu grāmatveži nereti savu grāmatvedības politiku izveido tā, lai vienkāršotākā veidā sagatavotu nodokļu pārskatus. Amerikas grāmatvedības praksē nodokļu uzskaitē nav svarīgākais uzdevums. To ietekmē arī ASV likumdošana, kas balstās uz precedenta tiesību sistēmu (common law). Līdz ar to nodokļa uzskaites principi ne tikai nav noformēti likumdošanā, bet pat nav aprakstīti nevienā noteiktā normatīvo aktu salikumā. Veicot nodokļu uzskaiti, jāievēro IRS (Internal Revenue Service) prasības, tas ir analogs Latvijas Republikas Valsts Ieņēmumu dienestam. Zināma nozīme ir arī tiesas spriedumu atsevišķiem precedentiem, kas balstās uz IRS lēmumiem un likumiem. Abu valstu uzskaites sistēmu atbilstības novērtēšanu apgrūtina arī tas, ka ASV nodokļu uzskaites sistēma nav pabeigta un pastāvīga, bet bāzēta uz noteikumiem un finanšu uzskaites un pārskatu principiem. Līdzīgā veidā vērtējama arī Latvijas nodokļu uzskaites kārtība, kurā regulāri tiek izdarītas būtiskas izmaiņas.

Ievērojot minētos faktorus, lietderīgi salīdzināt abu valstu grāmatvedības uzskaites veidošanās un attīstības ceļus un metodoloģiskos pamatus.

Vēsturiskie priekšnoteikumi un ārējās vides ietekme

Par divu modeļu atšķirību pamatiemesliem neapšaubāmi varam uzskatīt: 1) ārējās vides faktorus un 2) vēsturiskās attīstības ceļus. Gan vienus, gan otros sadalīt sikākos kopīgos cēloņos ir ārkārtīgi grūti. Katrā ziņā pareizāk būtu runāt par pamatatšķirībām, kuru iemesls ir attīstība dažādos vēsturiskos apstākļos.

Amerikas sistēma attīstījās pietiekoši ilgu laiku konkurences apstākļos kapitālistiskās ekonomikas ietvaros. Attiecīgi finanšu pārskatu jēdziens izauga no iekšfirmas uzskaites mazos uzņēmumos, tiem pārvēršoties par lielām akciju sabiedrībām. Tām attīstoties, vienota uzskaites koncepcija neeksistēja. Attīstība notika pakāpeniski un visi pamatjautājumi tika izstrādāti tad, kad pēc tiem radās nepieciešamība. Tā notika, piemēram, ar amortizācijas jēdzienu, kurš ienāca grāmatvežu un uzņēmēju aprītē tikai līdz ar lielu kapitāla objektu parādīšanos, tādu kā dzelzceļi, un līdz ar to kļuva aktuāla problēma par to vērtības sadali laika periodā, kurā tie bija lietojami.

Amerikas uzskaites teorijā izceļ trīs attīstības periodus [3., 9]:

1. Neformālais periods – līdz mūsu gadsimta 30. gadu sākumam;
2. Problēmu risinājumu periods;
3. FASB veidošana 1973. gadā [10., 54] un finanšu uzskaites konceptuālā pamata attīstība.

Neformālais periods raksturīgs ar sabiedriska diplomētā, vai citā tulkojumā, zvērināta (certified public accountant CPA) grāmatveža profesijas izveidošanos un tās attīstības noteiktu līmeni. Tomēr vienošanās starp grāmatvežiem un auditoriem nebija – grāmatvežu lēmumi balstījās nevis uz formāliem noteikumiem, bet uz intuīciju un grāmatvežu pieredzi. Pieejamas

informācijas formu un apjomu menedžeri bija noteikuši pietiekami patvaļīgi, un auditori, sniedzot savu slēdzienu (kurš tajā periodā praktiski nebija vajadzīgs), sekoja saviem priekšstatiem par pārskatu sastādīšanas pareizību. Protams, tas radīja būtiskas atšķirības finanšu pārskatos starp dažādiem uzņēmumiem, kam nebija likumsakarīgs raksturs, bet nejašu iemeslu rezultāts, un līdz ar to uzņēmumu savstarpējā salīdzināšana bija praktiski neiespējama. Tam nebija būtiskas nozīmes, kamēr galveno lomu uzņēmumu finansēšanā spēlēja kreditori, un uzņēmuma izmēri nepārsniedza noteikto limitu. Bet, kad noteicošais finansējums tika saņemts no akcionāriem, un bilances vietā par svarīgāko finanšu pārskata sastāvdaļu kļuva peļņas un zaudējumu pārskats – radās fondu tirgus attīstības ierobežojumi un disproporcijas tā struktūrā. Tā standartizācijas mēģinājumiem bija rekomendējošs raksturs. Vienīgā nozare, kurā bija sasniegts obligātās unifikācijas zināms līmenis, bija dzelzceļi. Pat tur valsts iejaukšanos grāmatveži pārsvarā uztvēra negatīvi. Pat mūsdienīgā literatūrā dzelzceļa attīstības novērtējumam tiek piešķirts samērā negatīvs raksturs. Tā Kieso apgalvo, ka, kaut gan ICC (Tirdzniecības starpstatu komisija) prasības "...savā laikā bija progresīvas, bet tās ātri novecoja un sāka ierobežot nozares attīstību." [5., 35]

Otrais periods finanšu uzskaites attīstībā saistīts ar Lielās Depresijas rezultātiem. Pirmkārt, tie izpaudās kā finanšu pārskatu prasību neadekvāts pazeminājums, bet grāmatvežu uzskatam bieži bija pārāk subjektīvs raksturs. Otrkārt, Vērtspapīru Komisijas (Securities Exchange Commission SEC) izveidošana 1934. gadā. Pirmais bija par cēloni tam, ka grāmatveži uzsāka standartu izstrādāšanas mēģinājumus. SEC, no savas puses, varēja izvirzīt prasības to firmu finanšu pārskatiem, kuru akcijas kotējās Amerikas fondu biržās. Tomēr 1938. gadā [3., 24] Komisija standartu izstrādāšanas ziņā izvēlējās pilnvaru deleģēšanu privātajām organizācijām. Galvenās no šīm organizācijām bija: Amerikāņu Grāmatvežu institūts (AIA) vēlāk pārveidots par Amerikas Zvērinātu grāmatvežu institūtu (AICPA), šī institūta komitejas: Uzskaites procedūru komiteja (CAP, 1936) un Grāmatvedības uzskaites principu izstrādāšanas padome (APB, 1958); Amerikas grāmatvedības asociācija (NAA), Finanšu vadītāju institūts (FEI) [5., 8]. Standartu izpildīšanas funkcijas nodrošināšanu SEC atstāja sev. Par standartu pamatavotiem pēc SEC lēmuma kļuva CAP biļeteni un APB ieteikumi. To organizāciju darbība bija vairāk vai mazāk veiksmīga, bet pamatproblēma bija vienotas uzskaites koncepcijas trūkums. Šo problēmu risināšanai tika dibināta neatkarīga organizācija – Finanšu uzskaites standartu izstrādāšanas padome (FASB, 1973). [10., 54]

Tieši ar *FASB rašanos* saistīta finanšu uzskaites Konceptuālo pamatu (Conceptual framework) izstrāde, kurā iespēju robežās bija integrēti un unificēti galvenie grāmatvedības uzskaites principi. Tieši FASB nolikumi (Statements), kuri balstās uz Konceptuālo pamatu, formē bāzi tam, kas mūsdienās tiek uzskatīts par galvenajiem finanšu uzskaites principiem ASV.

Latvijas grāmatvedības uzskaitē ir daudz īsāka vēsture, un tas ir saistīts ar daudz vēlāku kapitālistisko attiecību attīstību pirmsrevolūcijas periodā Latvijā, kā arī ar to, ka PSRS grāmatvedības uzskaitē nebija patstāvīgas nozīmes, tā

uzņēmumos bija tikai nedaudz privilīģētākā stāvoklī nekā statistiskā un operatīvā uzskaitē. Tāpat arī metodiskajai uzskaitē bija principiāli cits raksturs – uzskaites principu pamatā bija nevis grāmatvežu racionālie spriedumi, bet gan formalizētu noteikumu ievērošana un pareiza izpilde. Arī uzskaites mērķis bija cits – nevis nodrošinājums ar informāciju investīciju un citu lēmumu pieņemšanai, bet gan, galvenokārt, kontrole sociālistiskā īpašuma saglabāšanai, plāna izpilde un produkta pašizmaksas ievērošana. Tāpat uzskaites nozīme bija ievērojami zemāka, tāpēc ka informācijas lietotājs bija valsts, kura varēja grāmatvedības uzskaites datus papildināt ar plānveida, statistikas un citiem datiem.

Grāmatvedības uzskaites loma un koncepcija cieta kardinālas izmaiņas, Latvijas ekonomikā pārejot uz tirgus ekonomiku. Bija deklarēta pāreja uz mūsdienīgu uzskaites sistēmu. Tiešām, pārveidotā uzskaites sistēma daudz labāk atbilst tirgus ekonomikas vajadzībām. Tomēr galvenā atšķirība turpina saglabāties galvenais grāmatvedības uzskaites informācijas patērētājs turpina būt valsts nodokļu orgānu personā, bet darījumu apgrozījuma dalībnieku – investoru, kreditoru, menedžeru, kā arī pašu grāmatvežu un auditoru regulējošā loma ir pielīdzināta minimumam. Šāda situācija un arī pietiekami zemā grāmatvežu un grāmatvedības informācijas patērētāju kvalifikācija ļauj izteikt pieņēmumu, ka istā tirgus ekonomikas attīstība Latvijā ir tikai sākusies.

Aptuvenie izmaiņu salīdzinājumi tirgus attīstības un regulēšanas līmeņos, uzskaites sistēmas attīstības laikā ir jāsaieta ar valsts regulējuma iespējām abās valstīs. ASV jau kopš 19.gadsimta beigām valsts regulējuma pakāpe aizvien pieaug, taču Latvijas vēsturiskās attīstības piemērs liecina, ka pāreja no plānveida ekonomikas PSRS sastāvā uz tirgus ekonomiku ir saistīta ar valsts regulējuma lomas samazināšanos. Tomēr jāatzīmē, ka Latvijā grāmatvedības attīstības regulēšanas procesi sākās daudz augstākā stadijā, jo varēja izmantot starptautiskās iestrādes un citu valstu pieredzi. Un, ņemot vērā, ka ASV attīstības process noritēja daudz ilgāku laiku, attīstības procesu Latvijā ir jāatzīst par pietiekami ātru.

Uzskaites modeļu atšķirības

Pasaulē eksistē pietiekami liels uzskaites modeļu skaits. Šo modeļu atšķirības ir radījuši vēsturiski iemesli, kā arī apkārtējās vides dažādie apstākļi, kuros funkcionēja dažādu valstu uzņēmumi. Klasificēt tos pēc visiem parametriem ir neiespējami, un vai tas ir nepieciešams. Bet ir iespējams izdalīt divas klasifikācijas, kuras ir pietiekami vienkāršas, bet, neskatoties uz to, ir pietiekami interesantas.

Pirmais iedalījums tiek veikts pēc “ģeogrāfiskā” principa. Tas iespējams ir vecākais klasifikācijas iedalījuma mēģinājums, kas radies jau pagājušā gadsimta 20.gados. [2., 328] Protams, valstis tiek sadalītas pa modeļiem pēc to uzskaites praktiskas līdzības pakāpes, bet ne pēc to ģeogrāfiskā izvietojuma.

1. *Britu-amerikāņu modelis* – pamatojas uz sīko un vidējo investoru vajadzību apmierināšanu augsti attīstīta tirgus apstākļos. Tam ir raksturīga informācijas

atklātības (pieejamības) maksimālā pakāpe un kvalitāte, kā arī salīdzinoši zema valsts iejaukšanās pakāpe.

2. *Kontinentālais modelis* – vairākumā Eiropas valstu galvenie finanšu donori ir bankas. Mazāk aktuālās informācijas pieejamība bankām, kuras parasti piedalās uzņēmumu vadībā, rada to, ka informācijas atklāšanas kvalitāte šajās valstīs ir zemāka, un valsts pieliek visas pūles lai to palielinātu.

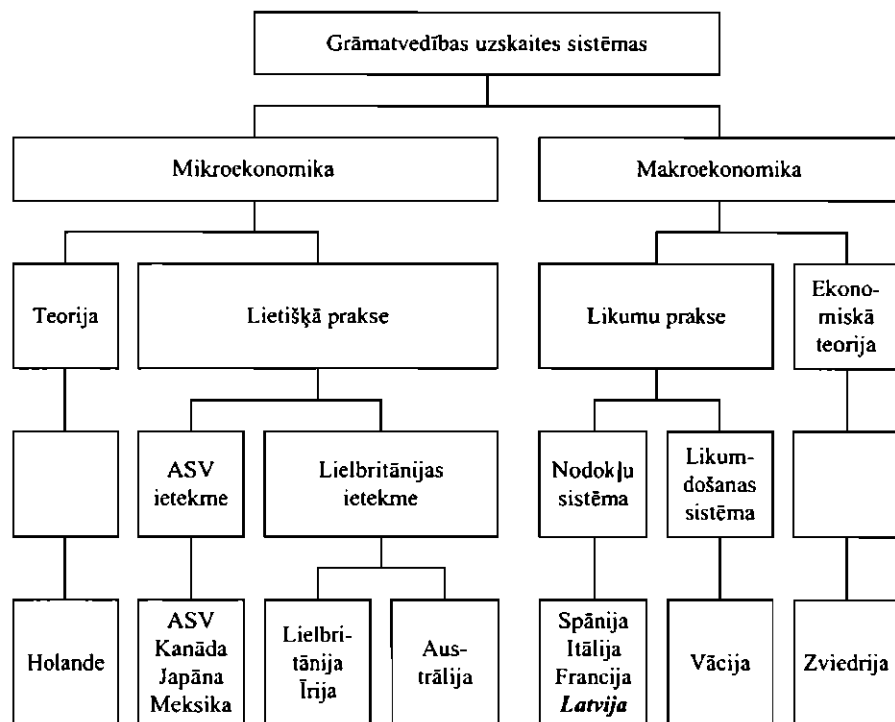
3. *Latīņamerikas modelis* – šī modeļa atšķirība ir tā, ka tas precīzi orientēts uz valsts vajadzībām, tieši uz nodokļu vajadzībām. Šī modeļa valstīm ir raksturīga liela unificēta un mazāka pārskatu sarežģītība. Tāpat tām ir raksturīgi attīstīti inflācijas uzskaites mehānismi. Kā redzams no nosaukuma, šis modelis ir raksturīgs Latīņamerikas valstīm. Latvijas uzskaites sistēmai piemīt vairākas pazīmes, kas ir raksturīgas šim modelim.

Cits interesants modelis, kurā tipizācija tiek īstenota, atklājot ne tikai raksturīgākos veidus un pazīmes, bet arī to hierarhisko pakļautību, ir attēlota 2.attēlā. Augšējais hierarhijas līmenis nosaka to, uz kādiem ekonomiskiem mērķiem – makro- vai mikroekonomiskiem – tiek orientēta valsts uzskaites sistēma. Pēc tam tiek īstenota gradācija atkarībā no tā, uz ko valsts orientējas savā uzskaites sistēmas veidošanā – uz teorētiskiem izstrādājumiem, vai arī lietišķās pasaules, vai likumdošanas praktiskām vajadzībām. Visbeidzot, sistēmās, kuras orientētas uz praksi, var veikt sadali pēc tā, kā tiek īstenota regulēšana – ar likumdošanas palīdzību (Britu sistēma un Vācija), vai galveno lomu spēlē likumam pakļautie akti. Makroekonomiskajos modeļos tās ir nodokļu aplikšanas īpatnības, bet amerikāņu – privātorganizāciju veidošanas īpatnības.

Šīs klasifikācijas veidotāji Latviju neapskatīja un tā ir iekļauta nosacīti. Tomēr, galvenās pazīmes ir kopīgas gan Latvijai, gan arī citām šīs grupas valstīm. Jebkurā gadījumā redzams, ka Latvija un ASV atbilst dažādām sistēmas klasēm, un šī atšķirība sākas jau visaugstākajā hierarhijas līmenī.

Normatīvās bāzes galvenās atšķirības

Ar grāmatvedības uzskaites normatīvās bāzes noteikšanu Latvijā nav nekādu problēmu. Par uzskaites sistēmas pamatu tiek uzskatīti likumdošanas akti, tādi kā LR likums "Par grāmatvedību", "Par uzņēmumu gada pārskatiem", LR MK noteikumi Nr.243. "Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju" [1] kā arī citi normatīvie akti, kurus sagatavojusi LR Finanšu ministrija vai Valsts ieņēmumu dienests.



2. att. Uzskaites modeļu klasifikācija. [6., 164]
Classification of the Accounting Models

Latvijas uzskaites normatīvās bāzes galvenais raksturojums ir tas, ka tā ir obligāta izpildei, bet sankcijas par to nepildīšanu var būt pietiekoši stingras. Parasti likumam pakļautie akti tiek izdoti, lai paskaidrotu atsevišķu objektu uzskaites kārtību. Šo aktu rezultātā veidojas alternatīvo uzskaites veidu izvēles sašaurināšanās tendence. Tāpat arī normām, kuras regulē Latvijas grāmatvedības uzskaiti, piemīt tas, ka savas kompetences ietvaros tām ir visaptverošs raksturs. To pierāda arī Ministru kabineta noteikumi Nr.243 "Noteikumi par grāmatvedības kārtošanu un organizāciju", kas paredz, ka šie noteikumi nosaka uzņēmuma, uzņēmēj sabiedrības, iestādes un organizācijas grāmatvedības kārtošanas un organizācijas pamatprasības. Tādā veidā šādi regulēto uzņēmumu un uzņēmēj sabiedrību loks ir pietiekami plašs.

Situācija ASV atšķiras, no vienas puses, ar vienkāršību: par likumdošanas bāzi vispārējai finanšu uzskaites un atskaišu regulēšanai ir daži likumi, pirmām kārtām, likumi par vērtspapīriem un fondu biržām. Tomēr ne tikai likumi un likumam pakļautie akti regulē ASV finanšu uzskaiti. Katrā auditora atskaitē tiek minēts tas, ka tā atbilst GAAP – Generally Accepted Accounting Principles – vispārpieņemtiem uzskaites principiem. Tomēr nepastāv vienota dokumenta vai dokumentu komplekta, kuros būtu formulēti šie principi, nepastāv pat vienotas

vispārpieņemtās definīcijas par to, kas tad īsti tas ir. Jēdziens par to, vai šis konkrētais princips ir vispārpieņemts vai nav, līdz šim ir bijis sarežģīts uzdevums. Proti, SEC prasības ir tikai GAAP apakšprasības.

Tikai SEC piemīt vara piespiest firmas, turklāt tikai vērtspapīru tirgus dalībniekus, ievērot noteiktus finanšu pārskatu iesniegšanas noteikumus. Turklāt vēl dažiem IRS atskaites noformēšanas kārtības rīkojumiem arī ir obligāts raksturs. Noteikumus, kuru ievērošanu prasa SEC, nosaka ne tikai pati SEC, bet arī privātorganizācijas. Tieši pie šiem noteikumiem šaurākā nozīmē pielieto GAAP jēdzienu. Lai noteiktu to, kādus noteikumus un metodes atbalsta SEC, praksē tika ieviests interesants jēdziens – *pietiekošs autoritātes atbalsts*. Visām firmām, kas iesniedz pārskatus SEC, jāpielieto metodes un principi, kuriem ir pietiekošs autoritātes atbalsts. Attiecīgi, izdalījās noteikts organizāciju loks, par kuru atbalstu bija lēmumi un publiskie iesniegumi. Metodes, kuras nav aprakstītas šo organizāciju publiskajos materiālos, vai ir pretrunā ar tiem, tika izsludināti par tādām, kurām nav autoritātes atbalsta. [4., 88]

Sākumā par tādu organizāciju, kuras risinājumiem ir pietiekošs autoritatīvs atbalsts, bija CAP un tās pētījuma biļeteni (ARB) uzskaitē, pēc tam APB un tā rekomendācijas (APB Opinions) un, visbeidzot, šo lomu uzņēmās FASB un tās nolikumi (FASB Statements). Vēlākiem dokumentiem ir prioritāte pār agrākiem, bet līdz šim vairāki APB lēmumi nezaudēja savu nozīmi. Pavisam savā pastāvēšanas laikā CAP izdevusi 51 biļetenus, APB – 31 rekomendācijas [10., 49, 58], bet FASB 1995.gada beigās izdevusi 123 nolikumus. [7.]

Tomēr tas ir tikai, no vienas puses. Bez dokumentiem, kuriem ir oficiāls raksturs, šie FASB un tās apakšnodaļas publicē vēl divus dokumentu veidus, kas var kalpot par GAAP avotiem: interpretācijas (FASB Interpretations) un tehniskie biļeteni (FASB Technical Bulletins). To atbalsta FASB autoritāte, un parasti tie iznāk pirms kādiem padomes lēmumiem un paskaidro tos. Tāpat arī AICPA izdod virkni dokumentu, kuri ir obligāti jāievēro visiem biedriem, t.i., visiem zvērinātiem grāmatvežiem (CPA). Bez tam citas grāmatvežu asociācijas (AAA, NAA) publicē dokumentus, kas tiek likti par pamatu, ja ne izplatītajos (promulgated) uzskaites principos, tad vismaz veido daļu no šo principu eksistēšanas vides.

Papildinot iepriekš minēto, uzskaites metodes noteiktā veidā ietekmē arī uzņēmēju negrāmatvedības apvienības, piemēram, FEI, un valsts iestādes, kas regulē dažādas rūpniecības nozares. Par pēdējā visspilgtāko piemēru var uzskatīt starpštatu tirdzniecības komiteju (ICC Interstate Commerce Commission), kas 30.-40.gados regulēja dzelzceļa akcionārās sabiedrības, turklāt kontrole bija tik augstā līmenī, ka tām bija noteikta arī rēķinu plāna struktūra.

Un pēdējie pēc kārtas, bet ne pēdējie pēc svarīguma GAAP avotiem, ir uzskaites precedenti un vispārpieņemtā biznesa prakse. Šie GAAP avoti ir maz dokumentēti un praktiski netiek apkopoti. Tomēr tos nedrīkst nenovērtēt. Vispārējā uzskaites prakses orientācija uz saprātīgumu un apzinīgumu bieži vien rada to, ka, lai pierādītu šī uzskaites veida pielietošanu, pietiek pierādīt to, ka šis veids jau tika lietots vai tika lietots līdzīgos apstākļos.

Attiecīgi, iepriekšminētam ir atšķirīgi obligātie noteikumi, kas ir uzskaites normu saturs. ASV finanšu uzskaitē un audita pārskatu iesniegšana ir stingri obligāta tikai kompānijām, kuru akcijas kotējas fondu tirgū. Pārējām kompānijām GAAP ievērošana lielā mērā ir brīvprātīgs process. Ja kompānijai nav nepieciešams auditora – zvērināta grāmatveža (CPA) pozitīvs slēdziens, tad tā var neievērot vispārpieņemtos uzskaites principus, sastādot pārskatus un veidojot uzskaiti. Turpmāk, novirze no standartiem ir iespējama un pat obligāta, ja standarta ievērošana var izraisīt lietotāju kļūdainus secinājumus, protams, ja tiek atklātas tādas novirzes.

Kā redzams no iepriekš minētā materiāla, starp Latvijas un Amerikas uzskaites sistēmām ir daudz dažāda līmeņa atšķirību. Ne visas no tām ir pamatoti izskaidrojamas, tomēr dažas no tām raksturo terminoloģiska rakstura atšķirības vai arī tulkošanas problēmas. Taču paliek vairākas principiāla rakstura atšķirības. Neapšaubāmi grāmatvedības uzskaites sistēmas pilnveidošanas nolūkā ir nepieciešams zināt un izprast visas atšķirības starp dažādām valstīm, pie tam būtiski ir izprast labāko pieredzi, šajā gadījumā – normatīvo prasību izstrādāšanas un aprobēšanas procesa sākšanu no zemākā līmeņa izmantot Latvijas grāmatvedības attīstībā.

LITERATŪRA

1. LR likums "Par grāmatvedību", "Par uzņēmumu gada pārskatiem", LR MK noteikumi Nr. 243.
2. Arrapan J., Radebaugh L. *International Accounting and Multinational Enterprises*. John Wiley & Sons, 1985. ISBN 0-471-88231-3.
3. Chasteen L., Flaherty R., O'Connor M. *Intermediate Accounting*. McGraw-Hill, 1989. ISBN 0-07-557638-4.
4. *The Development of SEC Accounting*. /Edited by G.J. Previts. Addison-Wesley, 1981. ISBN: 0-201-05784-0.
5. Kieso and Weygandt. *Intermediate Accounting*. John Wiley & Sons, 1989. ISBN 0-471-63098-5.
6. Nobes C., Parker R. *Comparative International Accounting*.
7. J. Williams. *GAAP Guide*. Preface.
8. Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэл Д. *Принципы бухгалтерского учета*. М.: "Финансы и статистика", 1994. ISBN 5-279-00926-1.
9. Кондраков Н.П.. *Бухгалтерский учет*. М.: Инфра-М, 1996. ISBN 5-86225-212-6.
10. Эддон С. Хендриксен, Майкл Ф. ван Бреда. *Теория бухгалтерского учета*. М.: "Финансы и статистика", 1997. ISBN: 5-279-01669-1.

The Analysis of Bookkeeping System in Latvia and the United States

Summary

The purpose of this research is to compare the nature, terminology, basic principles, normative ground of bookkeeping system in USA and Latvia, and also

to establish common and different features of the system, to appraise the experience of using the possibilities in Latvian circumstances. The main stress is made on essential differences in models and principles, which are accepted and used by the specialists in Latvia and USA.

Starptautisko revīzijas standartu ieviešanas aspekti Latvijā

Aspects of International Auditing Standards' Implementation in Latvia

Dagnija Daņeviča

Ventspils Augstskola

Inženieru iela 101, Ventspils, LV-3600

E-pasts: danevica@mail.teliامتc.lv

Justine Jaunzeme

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: jjaunzeme@hotmail.com

Rakstā apskatīti Starptautisko revīzijas standartu ieviešanas aspekti Latvijā. Analizēta situācija revīzijas pakalpojumu tirgū, esošā likumdošana revīzijas jomā un Starptautisko revīzijas standartu [4] ieviešanas praktiskās problēmas. Noskaidrots, ka likums "Par zvērinātiem revidentiem" kopumā atbilst Eiropas Savienības direktīvai revīzijas jomā, un Latvijas Zvērinātu Revidentu asociācija sākusi intensīvu darbu pie revīzijas kvalitātes kontroles sistēmas ieviešanas.

Starptautisko revīzijas standartu ieviešanas problēmu analīze ļāvusi autorei izdarīt secinājumu, ka, lai ieviestu revīziju kvalitātes kontroles sistēmu, ir nepieciešams veikt izmaiņas likumā "Par zvērinātiem revidentiem"

Atslēgvārdi: starptautiskie revīzijas standarti, ieviešana Latvijā

Revīzijas pakalpojumu tirgus Latvijā pēdējo desmit gadu laikā ir attīstījies ļoti dinamiski. Latvijas revīzijas pakalpojumu tirgū patlaban darbojas 87 licencētas zvērinātu revidentu komercsabiedrības. Tuvākajā laikā to skaits varētu sasniegt 100, jo atsevišķas komercsabiedrības nepaspēja saņemt licenci līdz 2003. gada 1. janvārim. Vairāk nekā 140 fiziskām personām ir izsniegti zvērinātu revidentu sertifikāti. Lielākais īpatsvars tirgū – aptuveni 80% ir ārvalstu auditoru kompānijām [3].

Lielu ieguldījumu revīzijas pakalpojumu tirgus sakārtošanā ir devis jaunais Latvijas Republikas likums "Par zvērinātiem revidentiem", kas stājās spēkā 2002. gada 1. janvārī. Likums ir sagatavots atbilstoši Eiropas Savienības Revīzijas direktīvai. Būtiskākā atšķirība no iepriekšējā likuma "Par zvērinātiem revidentiem" ir tā, ka zvērinātu revidentu komercsabiedrības tiek licencētas un zvērinātu revidentu komercsabiedrību kapitāla struktūru nosaka likums. Šis likums lielā mērā ir sakārtojis revīzijas pakalpojumu tirgu, jo, sākot ar 2003. gada 1. janvāri, revīzijas pakalpojumus var sniegt tikai licencētas komercsabiedrības. Lielāka loma revīzijas pakalpojumu tirgus attīstībā ir Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijai, jo līdztekus fizisko personu sertifikācijai tā veic arī juridisko personu licencēšanu.

Atbilstoši likumam "Par zvērinātiem revidentiem" zvērinātu revidentu komercsabiedrībā vairāk nekā 50% procentiem balsstiesīgo kapitāla daļu jāpieder zvērinātiem revidentiem vai zvērinātu revidentu komercsabiedrībām, vai Eiropas Savienības dalībvalstu, vai Eiropas ekonomiskās telpas valstu revidentiem, vai revidentu komercsabiedrībām, kas saskaņā ar Eiropas Savienības dalībvalsts vai Eiropas ekonomiskās telpas valsts likumiem ir tiesīgas veikt profesionālo darbību, kuru atbilstoši Latvijas likumiem veic zvērināts revidents vai zvērinātu revidentu komercsabiedrība. Zvērinātu revidentu komercsabiedrības valdes locekļu vairākumam jābūt zvērinātiem revidentiem. Šādu prasību ietveršana likumā palīdz īstenot vienu no zvērināta revidenta profesionālās darbības pamatprasībām, t.i., neatkarību.

Likums "Par zvērinātiem revidentiem" nosaka revīziju veikšanas ētiskos pamatprincipus, kas pilnībā atbilst Starptautiskās Grāmatvežu federācijas izdotajam Grāmatvežu profesionālās ētikas kodeksam. Likums pieprasa revīzijas veikt arī atbilstoši Starptautiskās Grāmatvežu federācijas izdotajiem Starptautiskajiem revīzijas standartiem. Likumdošana šajā jomā principā ir sakārtota, izņemot vienu aspektu, kas attiecas uz revīziju kvalitātes kontroli un kas tiks apskatīts vēlāk. Tomēr Starptautisko revīzijas standartu praktiskā ieviešana ir ilggadīgs process, kas saistīts arī ar Latvijas finanšu tirgus specifiku. Rakstā tiks analizētas Starptautisko revīzijas standartu ieviešanas praktiskās problēmas kontekstā ar šo Latvijas finanšu tirgus specifiku.

Lai gan revīzijas pakalpojumu tirgus ir attīstījies ļoti strauji, revīzija Latvijā vēl joprojām ir samērā jauns pakalpojuma veids bez simtgadīgām tradīcijām, kā tas ir daudzās Eiropas valstīs. Piemēram, pašvaldību finanšu pārskati ir pakļauti revīzijai tikai pēdējo gadu laikā. Līdz ar to revidenti nav vēl uzkrājuši lielu pieredzi pašvaldību revīziju darbā, un arī pašvaldību vadība ne vienmēr pilnībā izprot revidenta lomu. Pašvaldību grāmatvedību regulējošā likumdošana atšķirībā no uzņēmēj sabiedrību grāmatvedību regulējošās normatīvās bāzes ir nepilnīgi izstrādāta un atsevišķos gadījumos tā ir pat pretrunīga. Iepriekšminēto apstākļu dēļ, pašvaldību revīzijas ne vienmēr dod gaidīto rezultātu. Jāatzīmē, ka Latvijas sabiedrībā kopumā joprojām nav pilnīga priekšstats par neatkarīgas revīzijas būtību. Šajā aspektā varētu vēlēties lielāku Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijas aktivitāti, veidojot zvērināta revidenta tēlu sabiedrībā.

Pēc raksta autoru domām, viens no lielākajiem šķēršļiem Starptautisko revīzijas standartu ātrai un pilnīgai ieviešanai visos tirgus segmentos ir tas, ka

Latvijā ir ļoti mazs finanšu tirgus, ir nedaudz biržā kotētu uzņēmumu un ļoti daudz viena īpašnieka uzņēmumu, kuri lielākā vai mazākā mērā paši kontrolē savus finanšu resursus. Saskaņā ar likumu "Par uzņēmumu gada pārskatiem" uzņēmuma gada pārskatam ir jābūt revidētam, ja bilances sagatavošanas datumā tā finanšu pārskata rādītāji pārsniedz divus no trim sekojošiem kritērijiem:

Aktīvu kopsumma > 100 000 LVL

Neto apgrozījums > 200 000 LVL

Vidējais strādājošo skaits > 25

Praksē šos kritērijus sasniedz pat mazi un vidēji uzņēmumi (Eiropas Savienības valstu izpratnē). Šādiem uzņēmumiem visbiežāk ir viens vai divi īpašnieki, kas paši ir arī direktori un tieši piedalās uzņēmumu pārvaldē. Maziem un vidējiem uzņēmumiem parasti vienīgais finanšu pārskatu lietotājs ir Valsts ieņēmumu dienests un vislielākais risks ir soda naudu uzrēķini iespējamās Valsts ieņēmumu dienesta pārbaudēs. Tāpēc vairumā gadījumu mazie un vidējie uzņēmumi ir ieinteresēti veikt tikai nodokļu revīziju, un finanšu pārskatu revīzijas uzskata tikai par formālu likuma prasību. Acīmredzami, ka šādā situācijā revidenta un uzņēmuma vadības sadarbība nebūs visproduktīvākā. No otras puses, tā kā nodokļu risks daudzos gadījumos maziem un vidējiem uzņēmumiem patiešām ir vislielākā riska zona, revidentam būtu jāpievērš pastiprināta uzmanība nodokļu revīzijai, pat ārpus iepriekšnoteiktā būtiskuma robežām.

Vidēja lieluma uzņēmumiem un augošiem maziem uzņēmumiem bez Valsts Ieņēmumu dienesta kā revidētā gada pārskata lietotājs jāmin arī komercbankas, kam jāizlemj, vai izsniegt kredītus šiem uzņēmumiem, vai nē. Tomēr šīs komercbankas savus lēmumus parasti tikai mazā mērā balsta uz revidēto finanšu pārskatu analīzi. Prakse rāda, ka komercbankas savus lēmumus attiecībā uz kredītu izsniegšanu vislielākā mērā balsta tieši uz potenciālā kredīta nodrošinājuma novērtēšanu. Tādējādi pēdējo gadu laikā revīzijas pakalpojumu loma efektīvākā kredītresursu nodrošināšanā uzņēmumiem un valsts un pašvaldību iestādēm nav bijusi īpaši liela. Varētu spriest, ka komercbankas, pieņemot kredītesanas lēmumus, ne īpaši paļaujas uz revidēto finanšu pārskatu analīzes rezultātiem, tāpēc, ka tās pilnībā neuzticas revidentu darba kvalitātei. Revidentu darba kvalitātes paaugstināšana noteikti veicinātu komercbanku lielāku uzticību revidētajiem finanšu pārskatiem, padarot tos noderīgākus potenciālo aizņēmēju kredīspējas analīzei. Tas savukārt varētu veicināt lētāku un lielāku kredītresursu piesaistes iespējas revidētajiem uzņēmumiem. Lai revīzijas pakalpojumi būtu kvalitatīvi, ir nepieciešams, lai revidenti ievērotu Starptautiskos Revīzijas standartus.

Nelielā revīzijas pakalpojumu tirgū, par kādu uzskatāma Latvija, revidentiem ir arī mazākas iespēja specializēties kādā noteiktā tirgus segmentā. Līdz ar to ir grūtāk izpildīt Starptautisko Revīzijas standartu prasību par klienta uzņēmējdarbības padziļinātu izpratni dažādās uzņēmējdarbības sfērās. Nelielais revīzijas pakalpojumu tirgus un arī revīzijas pakalpojumu sezonālitate nosaka to, ka daudzi, parasti individuāli praktizējoši zvērināti revidenti, paralēli revidenta darbam papildus strādā arī citās profesijās, visbiežāk grāmatveža profesijā. No vienas puses, grāmatvedības pakalpojumi ir ar revīziju saistīts pakalpoju veids un

grāmatvedības zināšanas noder revidenta darbā, bet, no otras puses, tas, ka revīziju veikšana nav galvenā vai vienīgā nodarbošanās var pazemināt revīziju kvalitāti. Nelielais revīzijas pakalpojumu tirgus un šaurais profesionāļu loks, kas tajā darbojas, var ietekmēt arī revidentu neatkarību. Bieži vien zvērināti revidenti, uzņēmuma vadība un grāmatveži ir pazīstami no iepriekšējām darba gaitām, ir studiju vai skolas biedri. Protams, ka šis fakts nav viennozīmīgi negatīvi vērtējams, bet atsevišķos gadījumos tas var būt drauds neatkarībai un objektivitātei. Tā kā 80% no revīzijas pakalpojumu tirgus aizņem tā saucamās "lielā piecinieka" auditorfirmas, vairāki individuāli praktizējoši zvērināti revidenti ir katrs atkarīgi no maza klientu skaita. Arī šāda atkarība no maza klientu skaita var mazināt šo revidentu neatkarību attiecībā pret šiem klientiem.

Latvijas likumdošana nosaka, ka uzņēmumos revidentu ievēl īpašnieku pilnsapulce. Praksē īpašnieku pilnsapulce revidentu parasti ievēl, balstoties uz uzņēmuma vadītāja (pat tad, ja viņš nav uzņēmuma īpašnieks) un galvenā grāmatveža ieteikumiem. Rezultātā revidents, būdams ieinteresēts, lai viņu atkal pārvēlētu, cenšas pēc iespējas labāk apmierināt uzņēmuma vadības intereses, un var mazināties revidenta neatkarība attiecībā pret pārējiem revidētā gada pārskata lietotājiem.

Latvijas likums "Par uzņēmumu gada pārskatiem" nosaka, ka zvērināta revidenta pienākums ir ne tikai veikt gada pārskata revīziju, bet arī pārbaudīt, vai uzņēmums ievēro likumdošanu un pats savus statūtus. Šī prasība ir ļoti plaša, un daudziem revidentiem praksē to var būt grūti realizēt (var būt sarežģīti pārbaudīt, piemēram, Būvniecības likuma ievērošanu). Revidējamo uzņēmumu vadība nereti neapzinās revidentu pienākumu robežas, un vēlas, lai revidenti veiktu pilnīgu uzņēmējdarbības revīziju (novērtētu darbības efektivitāti un konkurētspēju u.tml.), kā arī palīdzētu uzņēmumiem uzlabot savu konkurētspēju. Revidenta pienākumus un to robežas, protams, jāatrunā revīzijas pakalpojumu līgumā. Tomēr neatkarīgie revidenti reizēm var būt ieinteresēti uzņemties arī pienākumus, kas pārsniedz finanšu pārskatu revīzijas robežas. Starptautiskie revīzijas standarti pārsvarā attiecas tikai uz finanšu pārskatu auditu. Šie standarti tikai minimāli regulē prasību ievērošanas auditu, un tie vispār neapskata operāciju auditu.

Atbilstoši likumam "Par zvērinātiem revidentiem" Latvijas Zvērinātu revidentu asociācija ir noteikusi, ka tās biedriem ir jāveic revīzijas atbilstoši Starptautiskās Grāmatvežu federācijas publicētajiem Starptautiskajiem Revīzijas standartiem. Lai šo lēmumu varētu īstenot dzīvē, Latvijas Zvērinātu revidentu asociācija ir veikusi lielu praktisko darbu, tulkojot šos standartus latviešu valodā, organizējot apmācību kursus, kā arī skaidrojot Starptautisko Revīzijas standartu lietošanas jautājumus Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijas Izglītības centra izdotajā žurnālā "Grāmatvedība un revīzija" Latvijas Zvērinātu revidentu asociācijā ir nodibinātas Ētikas un Kvalitātes komitejas, kuras seko tam, lai Latvijas zvērināti revidenti ievērotu asociācijas publicēto Zvērinātu revidentu Ētikas kodeksu, kā arī profesijas tehniskos standartus.

Patlaban Latvijas Zvērinātu revidentu asociācija ir uzsākusi darbu, lai ieviestu revīziju kvalitātes kontroles sistēmu. Par pirmo soli šajā jomā ir uzskatāma revīzijas ziņojumu standartu apstiprināšana. Revīzijas ziņojumu standarti atbilst

Starptautiskajos Revīzijas standartos noteiktajiem revīzijas ziņojumu veidiem. Lai izvēlētos Latvijai vispiemērotāko revīziju kvalitātes kontroles modeli, ir izpētīta vairāku Eiropas valstu pieredze šajā jomā. Ir sagatavots Kvalitātes komitejas nolikums, kas paredz pārbaudi revidentu praksēs ne retāk kā reizi piecos gados. Tas pilnībā atbilst Eiropas Savienības rekomendācijām [1], kurās ir paredzēta revīziju kvalitātes kontrole ne retāk kā reizi sešos gados. Analizējot Eiropas valstu pieredzi, noskaidrots, ka revīziju kvalitātes kontrolē pamatā tiek izmantoti divi modeļi – “peer review” un monitorings, vai arī šo abu modeļu kombinācijas. “Peer review” nozīmē, ka revīziju kvalitātes kontroli veic paši revidenti. Šeit iespējami vairāki modeļi – kvalitātes kontroli var veikt speciāla ekspertu grupa, vai arī kvalitātes kontrolē var tikt iesaistīti visi zvērinātie revidenti, veicot savstarpējas pārbaudes. Monitorings nozīmē, ka kvalitātes kontroles revīzijā tiek iesaistīti speciālisti ārpus revidentu profesionālās vides. Abiem šiem kontroles mehānismiem ir savas pozitīvās puses un savi trūkumi. Monitoringa priekšrocība ir tā, ka kontrole šajā gadījumā ir it kā objektīvāka, jo kontrolieris atrodas ārpus kontrolējamās vides. Monitoringa trūkums ir tas, ka kontrolieris var nebūt tik liels speciālists revīziju jomā. “Peer review” priekšrocība, turpretī, ir tieši šis profesionālisms, bet trūkums, savukārt, varētu būt mazāka neatkarība un līdz ar to arī objektivitāte. Ievērojot iepriekšminēto, Eiropas valstu praksē visbiežāk tiek izmantota abu iepriekšminēto modeļu kombinācija. Arī Latvijas Zvērinātu revidentu kvalitātes komiteja ir paredzējusi pamatā ieviest “peer review” sistēmu, papildinot to ar monitoringa elementiem [2]. Patlaban valstiskā uzraudzība pār Latvijas Zvērinātu revidentu asociāciju ir uzticēta Finanšu ministrijai, līdz ar to jau praktiski darbojas monitoringa elementi. Konkrēts revīziju kvalitātes kontroles modelis vēl pilnībā nav izstrādāts, bet, domājams, ka tiks izveidota speciāli sagatavota ekspertu komisija, kuras uzdevums būs veikt revīziju kvalitātes kontroli. Šādas pieejas priekšrocība ir tā, ka tiek mazināts subjektivisma moments un pārbaudžu kvalitāte ir augstāka.

Lai pilnībā ieviestu revīziju kvalitātes kontroles sistēmu, ir nepieciešams veikt izmaiņas likumā “Par zvērinātiem revidentiem” Pašreizējā likuma redakcija aizliedz zvērinātam revidentam bez klienta atļaujas ar darba dokumentiem iepazīstināt trešās personas. Problēmas kvalitātes kontroles sistēmas ieviešanā sagādā arī tas, ka Latvijā nav pietiekoši augstas kvalifikācijas neatkarīgu ekspertu, piemēram, pensionētu zvērinātu revidentu.

Rezumējot iepriekšminēto, var teikt, ka normatīvā bāze revīzijas jomā, izņemot iepriekšējā rindkopā minēto problēmu, praktiski ir sakārtota un ir atbilstoša Eiropas Savienība prasībām. Tajā pašā laikā nevar teikt, ka praksē revīzijas visos gadījumos tiek veiktas atbilstoši Starptautiskajiem Revīzijas standartiem. Tomēr, Latvijas Zvērinātu revidentu asociācija un tās izglītības centrs, apmācot revidentus un veidojot revīziju kvalitātes kontroles sistēmu, veicina Starptautisko revīzijas standartu praktisko ieviešanu.

LITERATŪRA

1. *Eiropas Komisijas rekomendācijas "Revidenta neatkarība Eiropas Savienībā: minimālās prasības"*. Brisele, 2002. gada 16. maijs.
2. Punāne A. *Zvērinātu revidentu profesionālās darbības kontroles sistēmas izveidošana*: 5. starptautiskās konferences "Audit 2002" materiāli. Rīga, 2002.
3. *Vispārīgs tirgus raksturojums*. 5. starptautiskās konferences "Audit 2002" materiāli. Rīga, 2002.
4. *IFAC Handbook 1998*. Technical Pronouncements. New York.

Aspects of International Auditing Standards' Implementation in Latvia

Summary

This paper deals with the aspects of International Auditing Standards' implementation in Latvia. Situation in the market for auditing services, current auditing legislation and the practical problems of International Auditing Standards' implementation are analyzed. The authors are investigated that the Latvian law "On certified auditors" complies with the directive on auditing of the European Union and that the Latvian Association of the Certified Auditors has begun an intensive work to implement the system of auditing quality control.

Analysis of problems arising in implementation of the International Auditing Standards in Latvia has made the authors to draw a conclusion that it is necessary to amend the law "On certified auditors", if the system of auditing quality control is to be implemented.

Latvijas rūpniecības restrukturizācijas problēmas

Restructuring Problems of Latvian Industry

Andris Fomins

Hipotēku banka

Doma laukums 4, Rīga, LV-1977

E-pasts: andrisf@hipo.lv

Raksts apskata rūpniecības restrukturizācijas problemātiku Latvijā, tās konkurētspējas palielināšanas kontekstā. Tā nostādnes ir balstītas uz autora veiktajiem pētījumiem rūpniecības nozarē, kā arī uz valsts institūciju un uzņēmumu pieredzi šajā jomā. Autors pēta pasaules ekonomiski attīstīto valstu pieredzi rūpniecības restrukturizācijā, kā arī analizē tās pielietojumu Latvijas apstākļos. Rakstā ir apskatītas rūpniecības restrukturizācijas teorētiskās nostādnes, kā arī tās praktiski piemēri. Tajā ir novērtēta globalizācijas ietekme uz Latvijas tautsaimniecību un apskatīti tās iespējamie attīstības scenāriji.

Atslēgvārdi: inovācija (inovatīvā darbība), valsts inovatīvās attīstības politika, Nacionālā inovāciju sistēma, sindicētā kreditēšana, MVU (mazie un vidējie uzņēmumi)

Ekonomikas attīstības procesiem pasaulē ir raksturīga to norise trīs galvenajos līmeņos: lokālajā, nacionālajā un globālajā (starptautiskajā). Pastāv daudzi faktori, kas vienlaikus pastiprina gan globalizācijas, gan lokalizācijas tendences. Piemēram, informācijas tehnoloģijas un mūsdienu telekomunikācijas veicina daudzu valsts un sabiedrības dzīves jomu globalizāciju, palielina dažādu valstu, uzņēmumu, organizāciju vai atsevišķu indivīdu iespēju dibināt kontaktus, nodarboties ar uzņēmējdarbību, veikt citas aktivitātes bez centrālās varas starpniecības.

Globalizācijas procesā katra valsts daudz ātrāk iegūst informāciju par jaunām tehnoloģijām, izgudrojumiem, atklājumiem vai praktisku pieredzi jebkurā jomā. Tas veicina ātrāku šīs valsts attīstību. Pateicoties starpnacionālajām institūcijām, tiek atvieglota ekonomiskā sadarbība. No tā iegūst katra atsevišķa valsts neatkarīgi no tās attīstības līmeņa. Globalizācijas un lokalizācijas padziļināšanās ietekmē arvien vairāk mainās daudzi ekonomiskie mehānismi, kā arī valsts pārvaldes un sabiedrības funkcionēšanas pamatprincipi. Līdz ar kapitāla un preču plūsmu pasaulē arvien mobilāks kļūst arī darbaspēks.

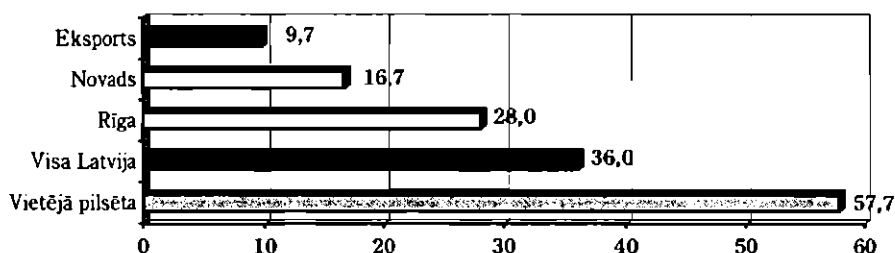
Informācijas un komunikāciju tehnoloģiju attīstības līmenis dod iespēju ekonomiskajiem subjektiem būt savstarpēji saistītiem jebkurā darbības sfērā globālā mērogā. Rodas principiāli jauni darbības un attīstības noteikumi, kas balstās uz visu ekonomisko subjektu iespējām piekļūt informācijai un adaptēt to. Tiek nodrošināta visu dalībnieku identitāte un sadarbība, visu procesu decentralizācija, vairs nav centra un nomaļu. Tajā pašā laikā nelielām un pat vidēja lieluma valstīm vairs nav noteicošas ietekmes uz kopējiem ekonomiskajiem procesiem. Šajā situācijā īpaša nozīme ir Baltijas valstu vienotības nostiprināšanai un savstarpējai sadarbībai.

Veidojas jauni integrēti globālie tirgi, kas strādā 24 stundas diennaktī reālā laikā. Parādās jauni *spēles noteikumi* daudzvalstu līgumi dažādās jomās (tirdzniecība, intelektuālais īpašums, datu aizsardzība, vides aizsardzība), kas arvien vairāk ietekmē dažādas saimnieciskās darbības iespējas. Pasaules tirdzniecības pieaugums dod arvien lielākas iespējas preču izvēlē, padara tās lētākas. Tajā pašā laikā pieaug arī konkurence, palielinās starptautisko organizāciju un transnacionālu kompāniju ekonomiskā un politiskā ietekme. Šādos apstākļos lielākas priekšrocības izrādās tiem uzņēmumiem, kas ir konkurētspējīgāki un spēj ātrāk reaģēt uz pārmaiņām.

Pēc politiskās neatkarības atjaunošanas ir pagājuši 10 gadi, kuriem ir raksturīga nepietiekoši konsekvanta un vāji koordinēta valsts ilgtermiņa attīstības politika. Lai gan makroekonomiskie rādītāji Latvijā pēdējos gados kopumā ir sabalansēti, valūtas kurss ilgtermiņā ir stabils un valsts budžeta deficīts ir pieņemamās robežās, ekonomikas attīstības paātrināšanas iespējas ierobežo tās zema kapitalizācijas līmenis kā tautsaimniecības infrastruktūrā, tā arī uzņēmējdarbībā. Tas kontrastē ar nesamērīgi lielo nacionālo ienākumu veidojošo fiziskā kapitāla daļu salīdzinājumā ar darbaspēka daļu. Šī pretruna pastāv tādēļ, ka liela pamatlīdzekļu daļa ir fiziski un morāli novecojusi, tās uzturēšanas izmaksas ir nesamērīgi augstas. Arī ražojamās produkcijas kvalitāti šis kapitāls nespēj pietiekami nodrošināt.

Latvijas rūpniecības uzņēmumu restrukturizācija, mainot uzņēmējdarbības formu no valsts uzņēmumiem uz privātiem uzņēmumiem pamatā ir pabeigta. Tā Latvijas rūpniecībā (iegūstošā un apstrādājošā) privātā sektora īpatsvars pievienotajā vērtībā 2002. gada 1. oktobrī sasniedza 99% [1]. Tātad, kā pasaules praksē ir pierādījies, rūpniecība ir tā tautsaimniecības nozare, kur privātais sektors var ļoti efektīvi darboties un attīstīties. Jāatzīmē tas, ka pašreiz rūpniecības nozares struktūra nav optimāla konkurēt un globālajā ekonomikā attīstīties spējīgas ekonomikas izaugsmē.

Latvijas rūpniecība pašreiz ir orientēta uz preču ražošanu ar zemu pievienoto vērtību un realizēšanu vietējā tirgū. 2002. gadā SKDS veiktajā MVU pētījumā uzņēmēji ir norādījuši sekojošus produkcijas noieta tirgus (1. attēls) [11].



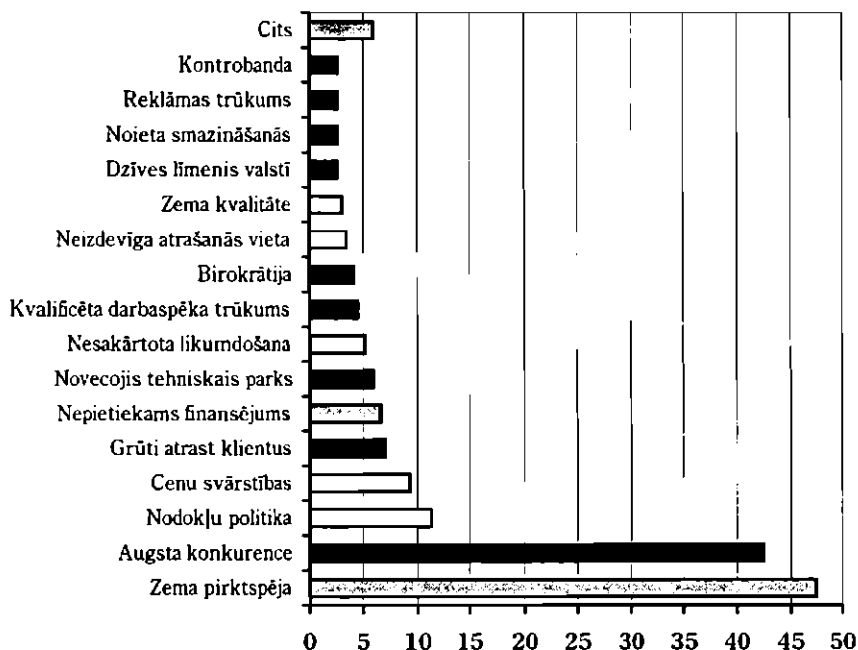
1. att. Latvijas mazo un vidējo uzņēmumu galvenie noieta tirgi.

The main sales markets of Latvian small and medium size enterprises.

Kā redzams 1. attēlā, tikai 9,7% aptaujāto uzņēmēju noieta tirgu min ārpus Latvijas republikas robežām. Tas rada būtiskas problēmas uzņēmējdarbības attīstībai, jo Latvijas tirgus ir ļoti šaurs [11].

Autors saskata divus attīstības scenārijus:

1. paplašināt rūpniecības uzņēmumu saražotās produkcijas noieta vietējā tirgū. Tas ir īstenojams, paaugstinot iekšzemes patēriņu Latvijā. Saskaņā ar 2002. gadā veikto MVU pētījumu, lielākā daļa uzņēmēju mazo un vidējo uzņēmumu grupā zemo pirkjspēju min kā galveno problēmu uzņēmuma apgrozījuma pieaugumā un attīstībā (2. attēls) [11].



2. att. Mazo un vidējo uzņēmumu produkcijas vai pakalpojumu pārdošanas galvenās problēmas Latvijā.

The problems of sales increase in small and medium size enterprises in Latvia.

Galvenais tā paaugstināšanas instruments ir valsts izdevumu palielināšana, kas īsā laikā paaugstinātu iedzīvotāju ienākumus un pirkatspēju. Taču šāda scenārija īstenošanas galvenais trūkums ir budžeta izdevumu un ar to arī budžeta deficīta palielināšanās. Ņemot vērā to, ka Latvija ir uzņēmusies starptautiskas saistības, kas stingri reglamentē valsts fiskālās politikas realizēšanu, tad šāda budžeta deficīta palielināšana, kas pārsniedz 3% no IKP varētu negatīvi ietekmēt valsts politisko tēlu un atstāt negatīvas sekas arī uz valsts ekonomiku.

Noietā tirgus palielināšana ārpus Latvijas Republikas robežām šis ir vienīgais reālais strauju nozares attīstību veicinošais scenārijs. Tādēļ autors mēģinās ieskicēt galvenos pasākumus realizācijas tirgu paplašināšanai ārpus Latvijas robežām. Latvijai, kā mazai atvērtas ekonomikas valstij, tautsaimniecības strauja izaugsme un sociālās labklājības pieaugums lielā mērā ir atkarīgs no spējas radīt un realizēt konkurētspējīgas preces un pakalpojumus pasaules tirgū. Lai palielinātu valsts kopējo konkurētspēju, nepieciešama mērķtiecīga valsts inovatīvās politikas īstenošana, kas veicinātu jaunu, uz zināšanām balstīto nozaru paštrinātu attīstību un preču ar augstu pievienoto vērtību īpatsvara palielināšanu tradicionālajās nozarēs. Ekonomiski spēcīgāko pasaules valstu attīstības pieredze uzskatāmi parāda, ka pēdējos gadu desmitus šīs valstis veidojušas inovācijām atvērtu ekonomiku. Ekonomikas globalizācija un straujā tehnoloģiju attīstība dažām valstīm rada unikālas iespējas straujai attīstībai, citām draudus ekonomiskai stagnācijai un pat lejupslīdei. Spēja radīt jaunas idejas un tās komerciāli izmantot ir ekonomiskās izaugsmes galvenais virzītājspēks. Šis process ir nozīmīgs visiem uzņēmējdarbības virzieniem un nozarēm (rūpniecībai, pakalpojumiem, tūrismam, lauksaimniecībai), visu veidu uzņēmumiem (mikro, maziem, vidējiem, lieliem un transnacionāliem uzņēmumiem), kā arī visiem sociālajiem slāņiem un reģioniem. Ekonomiskās attīstības dinamiku vairs nenosaka tikai tradicionālie resursi – dabas bagātības, darbaspēks, kapitāls un klasiskās rūpniecības un lauksaimniecības nozares, bet gan arīvien lielākā mērā uz augstām tehnoloģijām balstītās nozares. Augsto tehnoloģiju komponents ir kļuvis par galveno konkurētspējas un pievienotās vērtības avotu visās tautsaimniecības nozarēs. Savukārt, uz augstām tehnoloģijām bāzētie uzņēmumi un augsto tehnoloģiju pielietošana tradicionālo nozaru uzņēmumos attīstās tikai tādā ekonomiskajā vidē, kas ir labvēlīga inovācijām un inovatīvai darbībai, t.i., valstīs, kas konsekventi realizē nacionālo inovatīvās attīstības politiku un kur sekmīgi darbojas nacionālā inovāciju sistēma.

Par izšķirošu ekonomiskās izaugsmes faktoru pasaulē kļūst zināšanas. Uz zināšanām balstītā *jaunā ekonomika* dod lielākus ienākumus, garantē augstākus dzīves standartus, bet tā prasa arī ilgtermiņa ieguldījumus kā cilvēkkapitālā, tā izglītībā un zinātniskajā pētniecībā. Tā rezultātā mainās ražošanas izmaksu struktūra, kur to lielākā daļa ir saistīta ar nemateriāliem ilgtermiņa ieguldījumiem. Savukārt šo ieguldījumu pieaugušais īpatsvars un straujās tehnoloģiju izmaiņas palielina uzņēmēju risku. Virzība uz informācijas sabiedrību kā jaunu, augstāk organizētu, uz zināšanām bāzētu sabiedrības tipu, ir tiešs minēto procesa rezultāts. Process vienlaikus norisinās visās galvenajās pasaules ekonomiskajās zonās – Rietumeiropā, Ziemeļamerikā un Dienvidaustrumāzijā.

Eiropas Savienības (ES) un Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (OECD) nostādnes nepārprotami parāda, ka nacionālā politika un stratēģija inovāciju jomā ir tās ilgtermiņa ekonomiskās attīstības un sabiedrības intelektuālās izaugsmes garants un pamats, lai veidotu tādu ekonomiku, kuru uz 21.gadsimta sliekšņa sauc par “jauno ekonomiku” vai “zināšanu ekonomiku”. Ekonomiskās attīstības orientāciju uz inovatīvo darbību praksē jau ir apliecinājušas tādas salīdzinoši mazas valstis kā Somija, Īrija, Izraēla, nemaz nerunājot par mazām Dienvidaustrumāzijas valstīm. Skaidru nostāju inovāciju politikas jomā ir izteikušas arī mūsu kaimiņvalstis Igaunija un Lietuva. Šādas izvēles pamatā ir fakts, ka, izvērtējot pasaules valstu ekonomiskās attīstības likumsakarības, iekšzemes kopprodukta pieaugums ir tieši proporcionāls inovatīvu, uz jaunām tehnoloģijām balstītu produktu eksporta pieaugumam. Piemēram, attīstītās pasaules un Eiropas valstīs uz zināšanām balstīto un zinātnietilpīgo ražošanas nozaru īpatsvars eksporta struktūrā ir ap 30-50%, bet Latvijā tas nepārsniedz 6%. Arī mazo un vidējo uzņēmumu skaits uz 1000 iedzīvotājiem Latvijā ir tikai 15, bet Eiropas Savienības valstīs 30-50 [3]. Tas lielā mērā ir izskaidrojams ar visu inovācijas sistēmas sastāvdaļu nepietiekamo līmeni – kritiski zems pētniecības un attīstības finansējums, pētnieciskā darbā praktiski nav iesaistīti ražojošie uzņēmumi, zems tehniskais nodrošinājums pētnieciskam darbam universitātēs, vājas saites starp pētnieciskām laboratorijām un rūpniecību, nepietiekama un pasaules līmenim neatbilstoša tehnoloģiskā izglītība universitātēs, inovatīvai darbībai nepietiekami labvēlīga likumdošanas vide, problēmas ar investīciju piesaisti pētnieciskam darbam jaunu produktu vai pakalpojumu izstrādei u.c. Eiropas Padomes speciālajā sanāksmē Lisabonā 2000. gada 23.-24. martā, kuras mērķis bija noteikt jaunās Savienības mērķus un stratēģiskos virzienus nodarbinātības, ekonomisko reformu un sociālās kohēzijas veicināšanai, gala dokumentā tika norādīts, ka Eiropa tehnoloģiju attīstības jomā sāk atpalikt no ASV un Japānas. Sanāksmē tika uzstādītas prasības ES dalībvalstīm aktīvāk realizēt inovāciju politiku, norādot uz nepieciešamību:

maksimāli efektīvi izmantot dalībvalstu tehnoloģiskās attīstības pieredzi un pētniecības rezultātus;

radīt draudzīgu vidi inovatīvas uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstībai.

Valdībai ir noteicošā loma inovācijām labvēlīgas vides izveidē, racionāli veicot ekonomikas pārstrukturēšanu un efektīvi izmantojot tās rīcībā esošos resursus, veicināt tehnoloģiski orientētas uzņēmējdarbības attīstību. Primārais stratēģiskais uzdevums ir radīt priekšnoteikumus inovatīvai darbībai – jaunu, konkurētspējīgu produktu un pakalpojumu izstrādei, praktiski lietojamo pētījumu veikšanai, augstākās kvalifikācijas speciālistu sagatavošanai, uzņēmējdarbības attīstībai, kvalitātes sistēmu ieviešanai, augsto tehnoloģiju un perspektīvo nozaru ar augstu pievienoto vērtību stimulēšanai u.c., kas kopumā veicinātu uzņēmumu, un līdz ar to arī valsts, konkurētspējas izaugsmi.

Tradicionālo rūpniecības nozaru vidū labas attīstības iespējas paredzamas:

nozārēm, kas saistītas ar meža izmantošanu; pagaidām Latvijas mežu resursu izmantošana vēl nav specializējusies tādā mērā, lai tas varētu kļūt par tās efektivitātes palielināšanās faktoru, tādēļ paredzams, ka galvenais šīs nozares attīstības virziens būs saistīts ar dziļāku koksnes pārstrādi; attīstīsies koksnes pārstrādes cikls – kokmateriāli, mēbeles, celuloze, papīrs, poligrāfija, koksnes ķīmija; nozarei strukturējoties šādā veidā, veidosies viena no nozīmīgākajām Latvijas industriālajām grupām (klasteriem);

darbaspēka intensīvas izmantošanas nozarēm, tādām kā tekstilrūpniecība, vairākas aparātu un iekārtu komplektējošās nozares, kuģu būve un remonts; pakāpeniski zūdot lētā darbaspēka pieejamībai, nozīmīgāki kļūs citi konkurences aspekti, piemēram, ES kvalitātes standartu prasību apmierināšana un darbinieku apmācība, jaunas produkcijas un jaunu tirgu apgūšana, mārketinga, morāli un fiziski novecojušās infrastruktūras atjaunošana u.c.;

ekoloģiski tīras pārtikas ražošanai, kā arī netradicionālo lauksaimniecības nozaru (arī nepārtikas) attīstībai; maz piesārņotā augsne ir vietējās lauksaimniecības priekšrocība, laba bāze Latvijas pārtikas rūpniecībai un atjaunojamo izejvielu bāze pārstrādei;

pakalpojumu nozaru attīstībai, kura noritēs, pieaugot ekonomiskajām aktivitātēm, tajā skaitā vāji attīstītos reģionos, uzlabojoties infrastruktūrai, pastāvot efektīvākam mazo uzņēmumu atbalstam, kā arī veidojoties pieprasījumam pēc jauniem pakalpojumu veidiem, kas saistīti ar tehnisko progresu un iedzīvotāju dzīves standartu pieaugumu; pakalpojumu struktūrā notiks izmaiņas, pieaugs informatīvo, finansu un citu *virtuālo* pakalpojumu daļa.

Apmēram 99% no Latvijā reģistrētiem uzņēmumiem ir klasificējami kā mazie un vidējie uzņēmumi. To saražoto preču un sniegto pakalpojumu apjoms sastāda 60% no IKP un tajos ir nodarbināti ap 70% strādājošo. Salīdzinot ar Eiropas valstīm, situācija nav īpaši laba. Par to liecina arī reģistrēto uzņēmumu skaits uz 1000 iedzīvotājiem. Rūpniecība kā viena no tautsaimniecības nozarēm arī nav izņēmums. Tādēļ šīs nozares attīstībai, lai noritētu tās veiksmīga un strauja restrukturizācija, ir jāpievērš īpaša uzmanība [1].

Jau no 1991. gada Latvijas Republikas valdības vienmēr par vienu no galvenajām savas darbības prioritātēm ir deklarējušas atbalstu uzņēmējdarbības veicināšanai, jo īpaši mazo un vidējo uzņēmumu attīstībai. Ņemot vērā ierobežotos valsts budžeta līdzekļus, MVU mērķprogrammu realizācija līdz šim ir veikta ierobežotā apmērā. Tomēr atbilstoši valsts attīstības stratēģijas dokumentiem mazās un vidējās uzņēmējdarbības veicināšana ir viena no svarīgākajām prioritātēm valsts tālākās attīstības nodrošināšanai. Tāpēc, lai paātrinātu MVU attīstību un jaunu uzņēmumu veidošanos, iecerēts realizēt to attīstības kreditēšanas programmas otro posmu, kas ļaus nodrošināt uzņēmējus ar attīstībai nepieciešamo finansējumu ar atvieglotiem noteikumiem.

1999. gadā Ministru kabinets akceptēja Latvijas mazo un vidējo uzņēmēju attīstības kreditēšanas projekta koncepciju, kuras realizācijai apstiprināja Ls 10 milj. valsts galvojumu Hipotēku bankai. Šīs koncepcijas realizācija bija saskaņota ar MVU attīstības nacionālo programmu 1997.-2001. gadam.

2000. gadā Hipotēku banka uzsāka MVU attīstības kreditēšanas programmas realizāciju. Programmas ieviešanu atbalsta Eiropas Komisija, Vācijas attīstības banka un Eiropas Padomes attīstības banka.

Ņemot vērā uzņēmēju viedokli par grūtībām saņemt finansējumu uzņēmumu attīstībai un izvērtējot MVU attīstības kreditēšanas programmas līdzšinējos rezultātus, paredzēts realizēt šīs programmas otro posmu, atbilstoši iepriekš Ministru kabinetā apstiprinātajai MVU attīstības kreditēšanas programmas koncepcijai.

Šīs programmas realizācija ir saistīta arī ar 1999. gada Ministru kabineta apstiprinātās koncepcijas par valsts akciju sabiedrības "Latvijas Hipotēku un zemes bankas" attīstību līdz 2005. gadam ieviešanu. Koncepcijā paredzēts Hipotēku banku pārstrukturēt attīstības bankas funkciju veikšanai. MVU attīstības kreditēšanas programmas ir viena no svarīgākajām aktivitātēm attīstības banku darbībā [9].

MVU attīstības kreditēšanas programmas mērķis nodrošināt MVU izaugsmi, veicinot finansējuma saņemšanas iespējas, kā arī iedibināt efektīvu MVU atbalsta mehānismu, kuru var izmantot dažādu valsts prioritāšu realizācijai.

MVU sektora attīstība tiek plānota, veicinot šādus pasākumus uzņēmējdarbībā [9]:

- palielinot MVU skaitu un to lomu tautsaimniecības attīstības nodrošināšanā;
- palielinot uzņēmumu apgrozījumu un ienākumu apjomu;
- palielinot jaunu darba vietu skaitu;
- palielinot uzņēmējdarbības uzsācēju skaitu;
- veicinot investīciju apmēru pieaugumu mazos un vidējos uzņēmumos;
- uzlabojot tehnoloģiju līmeni;

MVU finansēšanas un atbalsta sistēmas pilnveidošana ir paredzēta, nodrošinot šādus pasākumus [9]:

- veicinot aizdevumu pieejamību specifiskām MVU grupām, kurām tas pašreiz ir apgrūtināši vai neiespējami;
- nodrošinot finansējumu uzņēmējiem, kuriem komercbankās aizņēmumus saņemt ir apgrūtināši nepietiekamas kredītvēstures, nodrošinājumu u.tml. iemeslu dēļ, ja MVU piedāvātie projekti ir īpaši ekonomiski izdevīgi un praktiski ieviešami;
- izveidojot efektīvu atbalsta sistēmu, kas sniedz nepieciešamo atbalstu mazajiem un vidējiem uzņēmumiem izaugsmes veicināšanai, kā arī spēj ieviest citus specifiskus valsts atbalsta projektus;

MVU zināšanu līmeņa uzlabošana tiks veikta šādi [9]:

- sniedzot konsultatīvo un finansiālo atbalstu MVU kooperēšanās un pašfinansēšanās organizāciju izveidē;

paaugstinot uzņēmumu vadītāju un darbinieku kvalifikāciju, sniedzot tiem nepieciešamo informatīvu un konsultatīvo palīdzību; sniedzot finansējuma piesaistes palīdzību, t.sk., palīdzības programmu un fondu piesaistes jomā.

MVU attīstības kreditēšanas programma paredz risināt galvenās Latvijas mazo un vidējo uzņēmēju problēmas finansējuma piesaistes jomā, t.i., uzņēmējdarbības uzsākšanu un attīstību. Programmas ietvaros MVU tiek mērķtiecīgi sagatavoti to finansēšanai no komercbanku puses, izsniedzot tiem aizdevumus. Rezultātā uzņēmēji spēs sekmīgāk attīstīties, līdz ar to kļūdami pievilcīgāki komercbankām. Bez tam tiem veidosies kredītvēsture un finanšu piesaistes pieredze. Tā rezultātā uzņēmums pēc aizdevuma atmaksas varēs vienkāršāk piesaistīt finanšu resursus no komercbankām.

MVU attīstības kreditēšanas programmas ietvaros uzņēmēji var saņemt investīciju un tiem pakārtotos apgrozāmo līdzekļu aizdevumus ar atvieglotiem nosacījumiem.

MVU attīstības kreditēšanas programmas ietvaros aizdevumi ir pieejami arī uzņēmējdarbības uzsācējiem un uzņēmumiem ar nepietiekamu nodrošinājumu un kredītvēsturi, kuru komerciāla kreditēšana ir apgrūtināta. Īpašu vērību programmas realizācijas ietvaros paredzēts pievērst sektoriem, kuros komercbankas darbojas nelabprāt, t.i., uzsācēju un mikro uzņēmumu (līdz 10 strādājošajiem) piedāvāto projektu finansēšanā.

Programmas galvenā atšķirība no tirgū pieejamajiem aizdevumiem ir nodrošinājuma prasību jomā. Šīs programmas ietvaros paredzēts, ka minimālās nodrošinājuma prasības MVU ir 100% no aizdevuma summas (parastiem aizdevumiem šis rādītājs ir robežās no 130-140%). Šiem aizdevumiem ir pieejami arī citi izdevīgi noteikumi, piemēram, pamatsummas atmaksu varēs sākt divus gadus pēc aizdevuma apstiprināšanas, ja tam ir pamatots iemesls. Maksimālais aizdevumu termiņš ir līdz 10 gadiem. Kredītu procentu likmes ir atkarīgas no aizdevuma riska pakāpes. Aizdevumi ir pieejami arī par nedaudz zemākām procentu likmēm nekā līdzīgiem aizdevumiem komercbankās. Aizdevumu izskatīšanas un noformēšanas maksas ir atbilstošas banku sektorā lietotajiem vidējiem izcenojumiem [9].

Īpaši perspektīvu (ar augstu ienesīgumu un straujām izaugsmes iespējām) MVU attīstības nodrošināšana, uzlabojot tiem pieeju finanšu resursiem, paredzēti paaugstināta riska aizdevumi.

Šis komponents ir ierosināts, ņemot vērā nepieciešamību veicināt straujāku Latvijas tautsaimniecības attīstību. MVU, kas sāk strauju attīstību, bieži vien nespēj piedāvāt pietiekamu nodrošinājumu savu projektu realizācijai. Aprobējot paaugstināta riska MVU projektu finansēšanas shēmu, šis MVU atbalsta veids varētu būt viens no faktoriem straujākai MVU un līdz ar to arī valsts attīstībai.

Lai MVU saņemtu paaugstināta riska aizdevumu, Hipotēku banka veic MVU projektu analīzi, īpaši pievēršot vērību tā ekonomiskajiem rādītājiem un to sasniegšanas realitātei. Pozitīva lēmuma gadījumā Hipotēku banka sadarbībā ar privātajām finanšu institūcijām lems par sindicēto projekta kreditēšanu. Sindicētā kreditēšana nodrošina padziļinātu MVU komercdarbības un gaidāmās naudas

plūsmas analīzi. Šajā gadījumā finanšu institūcijas kopīgi lemj par sindicētās kredīšanas apjomu un savstarpējā riska sadalījumu. Rezultātā tiek pieņemti vismaz divi neatkarīgi lēmumi par MVU projekta dzīvotspēju, kas nodrošina stingrākas prasības pret MVU piedāvātajiem projektiem.

Šis finansējuma veids nodrošina tādu MVU projektu realizāciju, kuru finansēšana līdz šim vispār nebija iespējama.

MVU aizdevumi ir pieejami pret MVU projekta prognozēto naudas plūsmu. Minimālais nepieciešamais aizdevuma nodrošinājums ir 70% no aizdevuma apjoma. Hipotēku banka varēs finansēt piedāvāto MVU projektu sadarbojoties tikai ar citu finanšu institūciju. MVU šajā gadījumā būs pieejams sindicētais aizdevums [9].

Iespējams, ka atsevišķu projektu gadījumā, papildus apmācību vai konsultāciju saņemšana, varētu būt par priekšnosacījumu finansējuma saņemšanai.

Daļa no MVU piedāvātajiem paaugstināta riska projektiem tomēr tiek noraidīti. Ja, veicot analīzi, tiek secināts, ka noraidīto paaugstināta riska MVU projektu ekonomiskie rādītāji ir reāli sasniedzami, šo projektu tālākai attīstībai un pilnveidošanai var tikt piedāvāta papildu palīdzība. Šo projektu pilnveidošana iespējams ļautu uzsākt to ieviešanu vēlāk, novēršot iepriekš konstatētās projekta nepilnības, kā arī uzlabojot vispārējo projektu vadības līmeni.

Ņemot vērā MVU attīstības kredīšanas programmas uzdevumus un struktūru, piedāvāto mehānismu turpmākajos gados varēs ērti izmantot dažādu valsts prioritāšu realizācijai. Šādos gadījumos MVU attīstības kredīšanas programmas ietvaros tiks izstrādātas un realizētas attiecīgas apakšprogrammas.

Viens no iespējamajiem finanšu avotiem apakšprogrammu realizācijai varētu būt ES struktūrfondi. Šajā gadījumā apakšprogrammu vadība un ieviešana notiktu atbilstoši Nacionālā attīstības plāna prioritātēm, pasākumiem un aktivitātēm, ievērojot plāna ieviešanas institucionālo shēmu.

Piedāvātais atbalsta mehānisms ir ekonomiski efektīvs, ņemot vērā, ka MVU atmaksā finanšu resursus un tie ir atkārtoti pieejami citiem aizņēmējiem. Programmas realizācijas mehānisms ļauj ietaupīt apakšprogrammu administrācijai nepieciešamos valsts budžeta līdzekļus, tos iekļaujot Hipotēku bankas kredīšanas izmaksās (no bankas viedokļa programmas uzraudzība tiek pielīdzināta tās ikdienas darbam ar aizņēmējiem).

Visbeidzot uzņēmumos būtiska nozīme ir kvalitātes sistēmu ieviešana un to sertificēšana atbilstoši starptautisko standartu prasībām. Galvenokārt šie standarti ir pazīstami kā ISO 9000 standartu saime. Atbilstoši šiem standartiem Latvijā šobrīd ir sertificēti tikai daži desmiti dažādu nozaru uzņēmumi, kaut gan attīstītajās pasaules valstīs tā ir parasta norma kā kvalitātes nodrošināšanas līdzeklis. Interesanti, ka vislielākais īpatsvars no sertificētiem uzņēmumiem ir būvniecības nozarē, nevis ražošanas sfērā. Te Latvijas valdībai ir par ko padomāt, jo, iestājoties Eiropas Savienībā, šie kvalitātes standarti kļūs obligāti. Taču vietējie uzņēmēji sāk apzināties kvalitātes sistēmas ieviešanas nozīmi konkurētspējas paaugstināšanā. ISO 9000 standartu ieviešana nozīmē arī uzņēmumu sakārtošanu saskaņā ar visiem kvalitāti ietekmējošiem rādītājiem, sākot ar firmas vadību, līgumu slēgšanu, sagādi, dokumentāciju, mērīšanu,

pārbaudi un, protams, arī pamatrazošanas un pakalpojumu operācijām. Kopumā tās ieviešana nodrošina:

- pārvaldes efektivitāti;
- lielāku klientu apmierinātību;
- personāla motivāciju;
- augstāku produktivitāti.

Standartu ieviešana nodrošina uzņēmumu konkurētspējas paaugstināšanu ārējā tirgū, jo standarts un arī attiecīgais ISO 9000 saimes sertifikāts ir starptautiski pazīstams un atzīts jebkurā valstī un rada lielāku pārliecību par produkcijas vai pakalpojumu kvalitātes stabilitāti. Valstij būtu jāveicina uzņēmumu sertifikācija atbilstoši ISO 9000 standartiem, galvenokārt, publicējot nepieciešamo normatīvo dokumentu saturu, kā arī nosakot to par vienu no būtiskākajiem kritērijiem valsts un pašvaldību pasūtījumu konkursu nolikumos.

LITERATŪRA

1. *Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību*. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. 2002. gada jūnijs. Rīga: LR EM, 2002. www.lem.gov.lv.
2. *Zinātniskais pētījums nacionālās inovāciju programmas izstrādei*. Rīga: BDO Invest Rīga 20. 208 lpp.
3. *Nacionāla inovāciju koncepcija*. Akceptēta MK sēdē 27.02.2001. protokols Nr. 9 – 39. www.innovation.lv.
4. Ilgvars Forands. *Stratēģija. Kvalitāte*. Rīga: Latvijas Izglītības fonds, 2000. 253 lpp.
5. Colin Kirkpatrick, Frederick Nixon. *Privatization, Enterprise Development and Economic Reform*. London, 1998, 303 lpp.
6. Andreja Bohm, Uroš Korže. *Privatization through restructuring*. Ljubljana: CEEP, 1994. 242 pp.
7. *Latvijas tautsaimniecība. Makroekonomiskais apskats*. Nr. 4. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. 2002. gada jūnijs. Rīga: LR EM, 2002. www.lem.gov.lv.
8. *Latvijas ilgtermiņa ekonomiskā stratēģija* (akceptēta Ministru kabineta 2001. gada 17. jūlija sēdē). Rīga: LR EM, 2002. www.lem.gov.lv.
9. *Mazo un vidējo uzņēmumu attīstības kreditēšanas programma* (otrais posms). Rīga: LR EM, 2002. www.lem.gov.lv.
10. *Latvijas rūpniecības attīstības pamatnostādnes*. Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija. Rīga: LR EM, 2002. www.lem.gov.lv.
11. *Mazās un vidējās uzņēmējdarbības vide Latvijā*. Latvijas uzņēmumu aptaujas rezultāti. 2002. gada jūnijs/jūlijs. Rīga: Hipotēku banka, SIA "SKDS". 49 lpp.

Restructuring Problems of Latvian Industry

Summary

Globalisation process in the economy lets the country to get information about new technologies, inventions or practical experience much faster than ever before. The economical cooperation is much easier now. The development of

information and communication technologies makes it possible for businessmen to be liked in every business globally.

Approximately 99% of the registered enterprises in Latvia are classified as small and medium size enterprise. They employ around 70% of employees and produce around 60% of Latvia's GDP. To speed up the development of small and medium size enterprises, it is necessary to imply the second part of SME development state program. That will let businessmen to apply for loans on more acceptable conditions.

It is necessary to implement quality systems in the enterprises according to the international regulations. We know these standards as ISO 9000 standards. Implementing of these standards means putting in order all of the enterprise beginning with the management, contracting, documentation, measurements, control and the basic production and service operations.

Brends (preču zīme) kā faktors produkta efektīvai virzīšanai tirgū

Brand (Trade Mark) as a Factor of an Effective Product Promotion

Jevgeņijs Fortūna

Intelektuālā īpašuma aģentūra FORAL

E-pasts: eugen@foral.lv

Šī pētījuma mērķis ir formulēt pamatstratēģijas produkcijas marķēšanai ar preču zīmēm un analizēt šo stratēģiju izmantošanas priekšrocības un trūkumus. Mērķa sasniegšanai raksta pirmajā un otrajā sadaļā tika pētīti brenda (preču zīmes) teorētiskie aspekti no mārketinga un jurisprudences pozīcijām, kā arī tiek pamatota brenda nozīme produkcijas virzīšanā tirgū. Raksta trešajā sadaļā tika nošķirtas un analizētas galvenās marķēšanas pamatstratēģijas un šo stratēģiju apakšveidi. Veikto pētījumu rezultātā autors nošķīra un analizēja tādas marķēšanas pamatstratēģijas, kā visas produkcijas marķēšana ar korporatīvo zīmi, kombinācijas no produkcijas marķēšanas ar korporatīvo zīmi un katras preču grupas marķēšanas ar atsevišķām zīmēm, kombinācijas no produkcijas marķēšanas ar korporatīvām zīmēm un katra ražojuma marķēšanas ar atsevišķām zīmēm, katra atsevišķa ražojuma vai preču grupas marķēšana ar atsevišķu zīmi, katra ražojuma vai preču grupas marķēšana ar vairākām atsevišķām pazīstamām zīmēm. Analīzei tika pakļauti arī tādi šo stratēģiju apakšveidi un citu stratēģiju veidi, kā marķēšana iekšējās konkurences gadījumā, brendētās produkcijas marķēšana ar kolektīvu zīmi vai sertifikācijas zīmi, produkcijas marķēšana ar izplatītāja korporatīvo zīmi un marķēšanas stratēģija, izmantojot t.s. brīvās zīmes.

Atslēgvārdi: brends, preču zīmes, intelektuālais īpašums, mārketing, preču marķēšanas stratēģija

Kā liecina statistikas dati, iepērkoties vairāk nekā 50% gadījumos patērētājs rīkojas impulsīvi.¹ Kā impulss, neskaitot cenu faktoru, kalpo arī asociācijas un sajūtas, kas radušās patērētāja zemapziņā reklāmas kampaņas rezultātā.

Ar reklāmas kampaņu un sabiedrisko attiecību palīdzību ir iespējams radīt noteiktu veidolu, kas rezultātā provocēs šādus impulsus, liekot patērētājam iegādāties precī. Tomēr, kā panākt, lai šis veidols "strādātu" arī attiecībā uz citām konkrētās kompānijas precēm? Kā aizliegt konkurentiem ekspluatēt šo radīto "veidolu"? Un, vispār, pie kā "piesaistīt" šo veidolu?

Šeit ražotājam palīgā nāk tāds universāls mārketinga un juridisks, konkrētās intelektuālā īpašuma tiesību jomas aizsardzības instruments kā brends, vai, runājot juristu valodā, - preču zīme.

Mūsdienās ražotājs pārdod preci, bet patērētājs "pērk" sajūtas, kas nostiprinātas saistībā ar konkrēto brendu², kurš, savukārt, dod ražotājam iespēju "piesaistīt" ražojumam un uzņēmumam reklāmas radīto veidolu, kā arī nodrošina iespēju tiesiski aizsargāt to.

Tādējādi spēcīgs brends piesaista patērētāju un rosina viņu nopirkt tieši šo produktu, un vienlaikus, nodrošina ražotājam īpašumtiesības uz radīto veidolu. Tāpēc mūsdienu tirgus apstākļos brendam ir būtiska nozīme preces virzīšanā tirgū un tālākā pozīciju saglabāšanā tirgū.

BREND (PREČU ZĪMES) DEFINĪJUMS NO MĀRKETINGA UN JURISPRUDENCES POZĪCIJĀM

Praksē gadās, ka daži pētnieki terminus "brends" un "preču zīme" uzskata par sinonīmiem. Citi pētnieki apgalvo, ka neskatoties uz to, ka abiem terminiem ir kopējs pamats, tie tomēr ietver nedaudz atšķirīgus jēdzieniskos akcentus. Ir nācies dzirdēt viedokli, ka brends – tā ir preču zīme ar reputāciju. Šobrīd ar pārliecību var teikt vienu – termins "preču zīme" tiek izmantots jurisprudences jomā, bet termins "brends" – mārketinga jomā.

Literatūras pētījumu rezultāti mārketinga jomā ļauj izdarīt secinājumu, ka mūsdienās neeksistē vienota vispārpieņemta brenda definīcija. Pauls Feldviks (Paul Feldwick), piemēram, uzskata, ka brends – tas ir uztveres komplekss patērētāja iztēlē, Leslijs De Černatoni (Leslie De Chernatony), savukārt domā, ka brends – tas ir identificējamais produkts, serviss, personība vai vieta, kas radīti tādā veidā, ka patērētājs vai pircējs uztver unikālo pievienoto vērtību, kura atbilst viņa prasībām vislabākajā veidā, bet Dāvids Ogilvijs (David Ogilvy) definē brendu kā produkta netaustāmu īpašību – vārda, iesaiņojuma un cenas, vēstures, reputācijas un reklamēšanas paņēmiena summu. Brends tāpat ir arī to iespaidu kopums, ko tas atstāj uz patērētāju un viņu pieredzes rezultāts brenda izmantošanā.³

Citi eksperti atzīmē, ka "brends un produkts – kā dvēsele un miesa konceptuāli atšķirīgi, bet nedalāmi elementi"⁴. Un ja produkts ir materializēts, tad brends eksistē tieši patērētāja apziņā.

Šajā sakarībā autors sliecas atbalstīt koncepciju, pēc kuras no mārketinga pozīcijām brends tiek traktēts kā patērētāja uztveres vai sajūtu identificējamais komplekss (t.i., ar konkrētu produktu, vai uzņēmumu saistīts uztveres vai sajūtu komplekss, kurš ir atšķirams no ar citu produktu vai uzņēmumu saistītiem uztveres vai sajūtu kompleksiem). Pie tam dotajā gadījumā ļoti nozīmīga ir identifikācijas iespēja, jo brendam jāpiemīt atšķirīgumam, lai patērētājs varētu sameklēt nepieciešamo produktu visu citu tirgū piedāvāto vienveidīgo produktu vidū.

Vairumā valstu terminam “preču zīme” lieto identisku definīciju apzīmējums, kas kalpo viena uzņēmuma preču atšķiršanai no otra uzņēmuma precēm.⁵

Preču zīmi var salīdzināt ar mākslinieka parakstu uz sava darba. Šis paraksts identificē viņu kā darba radītāju. Analogiska funkcija ir arī preču zīmei, kas ļauj atšķirt konkrētas kompānijas preces vai pakalpojumus no konkurentiem. Gluži tāpat kā gadījumā ar pazīstama mākslinieka parakstu uz jaunas gleznas, pazīstama preču zīme uz jauna, vēl nepazīstama ražojuma – jau iepriekš noskaņo patērētāju šā ražojuma pozitīvai uztverei. Un otrādi, nepazīstamas zīmes izmantošana uz ražojuma patērētājam tādu iespaidu nerada, kā rezultātā patērētājs jau iepriekš ražojumu novērtē kritiski.

Tātad preču zīme identificē tās īpašnieku (vai precī starp citām šī vai cita uzņēmuma precēm⁶), saista precī ar noteiktu kvalitāti un dod ražotājam iespēju “piesaistīt” reklāmas radīto veidolu konkrētai precei vai uzņēmumam.

Tāpēc no jurisprudences pozīcijām termins “brends” ir ļoti līdzīgs terminam “preču zīme”, ar tādu atšķirību, ka preču zīme ir “apzīmējums”, bet brands – “uztveru vai sajūtu komplekss”. Citiem vārdiem, var pieņemt, ka “brenda” un “preču zīmes” gadījumā runa ir par vienu un to pašu objektu, bet no dažādiem aspektiem (mārketinga un jurisprudences).

No preču zīmju rakstības (izpildīšanas) viedokļa izšķir piecus preču zīmju veidus:

vārdiskās (sastāv no burtiem, vārdiem, personvārdiem, uzvārdiem vai cipariem – *Laima®*, *Marc O'Polo®*, *Always Coca-Cola®*);
grafiskās (attēls, zīmējums, grafiskais simbols, krāsu kombinācijas “gliemežvāks” *Shell*);

telpiskās (preces vai iepakojuma forma);

kombinētās (sastāv no minēto elementu kombinācijas);

īpašās vai speciālās (skaņas – *motocikla Harley-Davidson® motocikla dzinēja skaņa*,

gaismas signāli, smaržas).⁷

No cilvēka uztveres viedokļa izšķir sekojošus preču zīmes apzīmējumus: fantāzijas (izdomātas, kam nav nozīmes – *KODAK® fotoprecēm un pakalpojumiem*);

patvaļīgas (eksistējoši vārdi ar nozīmi, bet kuriem nav sakara ar preču izmantošanu – *APPLE®* datoriem, *CAMEL®* cigaretēm);

asociatīvas (uzvedinošas uz konkrētu precī vai pakalpojumu, bet tās neapprakstošas – *WHIRPOOL®* veļas mašīnām, *TORPEDO®* elektrodzinējiem un turbīnām);

- aprakstošas jeb atšķirtnespējīgas (*ultra, extra*)⁸, maldinošas.

BRENDA (PREČU ZĪMES) FUNKCIJAS NO MĀRKETINGA UN JURISPRUDENCES POZĪCIJĀM

Kā zināms, kompānijas mārketinga un juridiskās nodaļas attiecībā uz izstrādājamiem brendiem parasti atrodas saspringtas diskusijas stāvoklī. Tas izskaidrojams ar to, ka mārketinga un juridiskās nodaļas mēģina sasniegt dažādas mērķus. Atšķirība starp juristiem un mārketinga speciālistiem sākas ar dažādu terminu izmantošanu vienu un to pašu objektu apzīmēšanai (mārketinga speciālisti saka – “brends”, juristi – “preču zīme”) un beidzas ar prasībām, kuras tiek uzstādītas izstrādāmajām preču zīmēm (brendiem). Mārketinga speciālisti grib radīt brendu, kas izdevīgā veidā apraksta preci un pats to “pārdod”, bet juristi apgalvo, ka preču zīmei nevajag būt aprakstošai, jo tādā gadījumā tai nepiemīt aizsardzības spēja. No juridiskās prakses viedokļa spēcīgi ir oriģināli, izdomāti apzīmējumi, kuriem nav nozīmes un analoģu. Marketologi uzskata, ka aprakstošiem un asociatīviem apzīmējumiem ir lielākas priekšrocības veiksmīgas reklāmas kampaņas veidošanā.

Tādējādi, var secināt, ka “preču zīme” un “brends” slēpj sevī arī nedaudz atšķirīgas funkcijas. Tomēr kā brendam, tā preču zīmei ir virkne kopīgu un ne mazāk svarīgu funkciju. Brenda galvenais mērķis – rosināt patērētāju iegādāties konkrēto preci. Preču zīmes galvenais mērķis – dot patērētājam iespēju atšķirt viena ražotāja preces no cita ražotāja precēm.

“Preču zīmes” un “brenda” kopējo funkciju vidū var izcelt trīs pamatfunkcijas:

- īpašnieka/produkta identifikācija,
- aizsardzība,
- kvalitātes garantija.

Īpašnieka/produkta identifikācijas funkcija. Preču zīmei (brendam) ir jāļauj atšķirt viena uzņēmuma preces un pakalpojumus no citām šī vai cita uzņēmuma precēm un pakalpojumiem. Pircējs, kurš vienreiz izmantojis kvalitatīvu preci, marķētu ar tādu, atšķirtspēju apveltītu zīmi, arī nākamreiz, visticamāk, no piedāvātā asortimenta izvēlēšies jau zināmo, viņam iepatikušos preci, bet preču zīme palīdzēs atrast interesējošo ražojumu.

Aizsardzības funkcija paredz uzņēmuma tiesības uz zīmes valdījuma iespēju. Bez tam populāra preču zīme (brends) dod ražotājam garantiju, ka viņa produkcija būs pieprasīta. Nebrendētai (“bezsejas”) produkcijai tādas garantijas nav, jo gadījumā, ka izplatītājs atsakās realizēt šādu preci un tās aizvietošanas gadījumā ar konkurenta analoģisku nebrendētu preci, konkrētais ražotājs burtiskā nozīmē zaudēs pieprasījumu uz savu produkciju. Turpretim brendētās produkcijas īpašnieks šajā ziņā ir aizsargāts – patērētājs jautās savā iemīlotā brenda preci un maksās “par vārdu”

Bez jau minētajām preču zīmes un pakalpojuma zīmes funkcijām vēl iztīrāsīm preces *kvalitātes garantijas* funkciju. Preču zīme saista preci vai pakalpojumu ar noteiktu to kvalitāti (augstu vai zemu)⁹. Kvalitātes nemainīgums veicina patērētāja uzticības pieaugšanu zīmei, un attiecīgi vairo tās labo slavu.

Tomēr panākt šīs funkcijas izpildi nav zīmi izstrādājošā dizainera uzdevums, bet gan preces ražotāja pienākums. Citiem vārdiem, šīs funkcijas nodrošināšana ir iespējama nevis, pateicoties zīmes pievilcībai vai citām īpašībām, bet pateicoties ražojuma nemainīgajai kvalitātei.

PREČU MARKĒŠANAS STRATĒGIJAS

Kā zināms, viens no panākumu faktoriem preču virzīšanai tirgū un tirgus pozīciju noturēšanai vienlaicīgi ar pieņemamu cenu, pareizi izvēlētu vietu (izplatīšanas kanālu), kvalitatīvu iesaiņojumu, efektīvām reklāmas akcijām un citiem faktoriem, ir ražojuma vai iesaiņojuma originalitāte.

Jauna, oriģināla ražojuma vai iesaiņojuma izstrādāšanas gadījumā pastāv reālas iespējas veiksmīgai iziešanai tirgū. Efektīva reklāmas kampaņa veicinās pārdošanas apjoma palielināšanu. Ņemot vērā to, ka brennds ir galvenais instruments patērētāja ierosināšanā izvēlēties konkrēto preci, reklāmas kampaņas mērķi tiešāk var raksturot kā uztveres vai sajūtu kompleksa radīšanu patērētāja apziņā un preču zīmes, ar kuru marķēts produkts, popularitātes veicināšanu.

Tomēr bieži vien pēc veiksmīgas reklāmas kampaņas analogisku produktu sāk ražot arī konkurenti, pie tam nereti ekspluatējot kompānijas-celmlauža radīto uztveres un sajūtu kompleksu. Tādos gadījumos rodas loģisks jautājums – kā panākt, lai patērētājs iegādātos tieši firmas-iniciatora reklāmas kampaņas preci? Tieši šeit palīgā nāk preču zīme, kura ietver sevī aizsardzības funkciju un, reklāmas akcijas panākumu rezultātā patērētājam asociējas ar konkrēto realizējamo preci, ko ražo konkrētā firma. Tādējādi preču zīme kļūst par savienotājloekli starp ražojumu un ražotājfirmu-iniciatoru (identifikācijas funkcija), no vienas puses, asociējoties patērētāja apziņā ar konkrēto preci un ražotāju, un, no otras puses, dodot ražotājam garantiju, ka konkurents nevarēs izmantot viņa sekmīgās reklāmas kampaņas augļus.

Bez tam preces marķēšanas stratēģijas izvēle ir tieši saistīta ar preces popularizēšanai nepieciešamo kapitālieguldījumu apjomu un uzņēmuma aktīvu vērtības palielināšanu. Pareizi izvēlēta marķēšanas stratēģija var palīdzēt iekarot patērētāja lojalitāti jaunā (papildu) tirgus segmentā pie relatīvi nelieliem ieguldījumiem reklāmā. Vai otrādi, pretējas, kapitālapjomīgas stratēģijas izvēle var palīdzēt daudzkārt palielināt kompānijas aktīvus un vienlaicīgi samazināt riskus, kas saistīti ar jaunu tirgus nišu apgūšanu.

Mūsdienās var izšķirt piecas galvenās pamatstratēģijas ražojuma marķēšanai ar preču zīmēm¹⁰:

- visas produkcijas marķēšana ar korporatīvo zīmi¹¹,
- kombinācijas no produkcijas marķēšanas ar korporatīvu zīmi un katras preču grupas marķēšanas ar atsevišķām zīmēm,
- kombinācijas no produkcijas marķēšanas ar korporatīvām zīmēm un katra ražojuma marķēšanas ar atsevišķām zīmēm,
- katra atsevišķa ražojuma vai preču grupas marķēšana ar atsevišķu zīmi,
- katra ražojuma vai preču grupas marķēšana ar vairākiem atsevišķiem brendiem.

Produkcijas marķēšana ar korporatīvu zīmi (pazīstama arī kā “lietussargu” stratēģija). Stratēģija, kad visi firmas izlaistie ražojumi tiek marķēti ar vienu korporatīvu zīmi, noderīga nelieliem uzņēmumiem ar plašu ražojumu sortimentu, kā arī lielām kompānijām, kas darbojas samērā šaurā sfērā un ražo preces ar pietiekami līdzīgiem raksturojumiem. Piemēram, gadījums ar firmas HEINZ produkciju, kas ražo dažus desmitus pārtikas produktu no vienas preču kategorijas, kuru marķēšana nemainīgi ietver korporatīvo zīmi HEINZ un papildinformāciju par tā vai cita produkta šķiru vai veidu.

Visu kompānijas ražoto produktu marķēšana ar vienu korporatīvo zīmi veicina zīmes atpazīšanas sekmēšanu, prasot pie tam samērā nelielus finanšu izdevumus preču zīmes reputācijas veidošanai.

Tomēr vienlaicīgi eksistē arī noteikts risks, ka viena produkcijas veida iespējamās neveiksmes gadījumā, tas var automātiski norobežot patērētājus no citiem konkrētās kompānijas ražojumiem.

Vēl viena stratēģija – tā ir *apvienota visa produkcijas spektra marķēšana ar korporatīvu zīmi un katra ražojuma marķēšana ar atsevišķām preču zīmēm*. Kā šīs stratēģijas izmantošanas piemēru var minēt atsevišķas zīmes izmantošanu pienam, atsevišķas – krējumam un atsevišķas – tējai. Jāatzīmē, ka firmām ar pietiekami lieliem brīvajiem līdzekļiem daudz izdevīgāk ir izmantot nevis vienu korporatīvu zīmi visai produkcijai, bet vairākas preču zīmes, marķējot katru produkcijas veidu ar atsevišķu zīmi, un vienlaicīgi izmantojot savu korporatīvo zīmi. Pateicoties tādām marķēšanas paņēmieniem, paaugstinās kompānijas nemateriālo aktīvu vērtība un parādās jauni pazīstami brendi, kurus pēc tam var izmantot patstāvīgi. Bez tam dotā stratēģija ļauj paaugstināt korporatīvās zīmes atpazīstamību un popularitāti, kā rezultātā aug tās vērtība un rodas iespēja viegli ievest tirgū jaunu ražojumu un ar maziem izdevumiem veicināt jaunās preču zīmes atpazīstamības paaugstināšanu.

Šai stratēģijai, tāpat kā iepriekšējai, ir savi mīnusi. Pirmkārt, salīdzinot ar produkcijas marķēšanas ar korporatīvu zīmi stratēģiju, šīs stratēģijas īstenošana prasa mazliet lielākus kapitālieguldījumus, un, otrkārt, tā kā ražojumu, kas marķēti ar korporatīvu zīmi, sakarība patērētājam viegli uztverama, tad viena ražojuma vai ražojumu grupas neveiksmes gadījumā, pastāv risks, ka patērētāji piesardzīgi pieies citiem konkrētās kompānijas ražojumiem.

Marķēšanas ar korporatīvu zīmi un atsevišķu zīmi katrai preču grupai stratēģija ir ļoti tuva marķēšanas stratēģijai ar korporatīvu zīmi un atsevišķu zīmi katrai precei. Šādas stratēģijas izmantošanas piemērs kopējas zīmes izmantošana piena produktu grupai (pienam un krējumam) un atsevišķas zīmes tējai. Skaidrs, ka nepieciešamais kapitālieguldījumu apjoms popularitātes radīšanai tādām preču grupas individuālām zīmēm ir mazliet zemāks nekā, izmantojot iepriekšējo stratēģiju. Tomēr kopā ņemot, negatīvas ietekmes risks uz korporatīvās zīmes reputāciju ir mazliet augstāks nekā preču marķēšanas ar korporatīvu zīmi un atsevišķu zīmi katram produktam stratēģijas gadījumā, jo, ievērojot to, ka lielāku daudzumu vienveidīgas preces marķē ar vienu zīmi, risks koncentrēts uz mazāku zīmju skaitu.

Katras atsevišķas preces vai preču grupu marķēšana ar atsevišķu zīmi. Kā rāda prakse, viens brends nevar pilnīgi piesātināt tirgu, tāpēc rodas iespēja aizpildīt nišu ar alternatīvas koncepcijas brendiem. Tādējādi kompānija, kam ir liels finanšu potenciāls, var mēģināt piesātināt tirgu tikai ar savu produkciju, izmantojot vairākus brendus. Dotās stratēģijas gadījumā ražojuma zīme nav saistīta ar kompānijas korporatīvo zīmi, un tas ļauj kompānijai būt brīvākai “mārketinga eksperimentos” attiecībā uz konkrētiem ražojumiem. Šī stratēģija ir laba tādā nozīmē, ka samazinās uzņēmuma riski, tas ir, neveiksmes gadījumā ar kādu no ražojumiem negatīvajai situācijai nebūs globālu mērogu firmas robežās, un tas ļaus panākt brīvāku un elastīgāku reklāmas politiku. Bez tam tāds mārketinga politikas izmantošanas variants veicina strauju kompānijas nemateriālo aktīvu vērtības palielināšanu, iegūstot dažus neatkarīgus brendus, kuri pietiekami viegli atdalāmi no kompānijas, bez kompānijai manāmiem zaudējumiem (kas ir sevišķi aktuāli pie kompānijas sadalīšanas, pārdošanas vai atsevišķas produkcijas līnijas licencēšanas).

Saprotams, ka dotās stratēģijas galvenais trūkums ir nepieciešamais liels līdzekļu apjoms, kas vajadzīgs atsevišķu neatkarīgu brendu radīšanai.

Katra ražojuma vai preču grupas marķēšana ar vairākiem atsevišķiem brendiem (t.s. preču zīmju kumulācija¹²). Dotās stratēģijas būtība ir tā, ka konkrēto ražojumu marķē ar divām vai vairākām pazīstamām zīmēm, lai paplašinātu patērētāju loku. Šīs stratēģijas pazīstamākie piemēri veļas mazgājamās mašīnas Whirpool®, kas rekomendē veļas pulveri Ariel®, datortehnika, marķēta ar zīmēm Intel® (procesors), MAG® (monitors) un Microsoft® (pele), automobiļi Hyundai® ar balstiekārtu Mitsubishi® un tā tālāk. Šādu stratēģiju izmanto arī jauna produkta ražošanā, kas radīts pretlicencēšanas shēmas¹³ izmantošanas rezultātā.

1. tabula

Piecas stratēģijas produktu marķēšanai ar preču zīmēm¹⁴ **Five Strategies for Marking Goods with Trade Marks**

Prece:	Preču marķēšanas paņēmieni:				
	KZ	KZ + PZ atsevišķam produktam	KZ + PZ produktu grupai	PZ atsevišķam produktam	≥ 2 pazīstamas dažādu kompāniju PZ
Sviests	X	X + A	X + A	A	EE + FF
Piens	X	X + B	X + A	B	EE + FF
Krējums	X	X + C	X + A	C	EE + FF
Tēja	X	X + D	X + D	D	EE + FF
Riska novērtējums (1-4); max 4	4	2	3	1	
Nepiec. kapitālieguld. apjoma novērtējums (1-4); max 4	1	1-3	1-2	4	-

1. tabulas piemērā dotas četru plaša patēriņa produktu – sviesta, piena, krējuma un tējas, ko ražo uzņēmums ar korporatīvo zīmi (KZ) “X” un atsevišķām preču zīmēm katram produktam (PZ) “A”, “B”, “C”, “D”, marķēšanas stratēģijas un visas kompānijas reputācijas pasliktināšanās riska novērtējums neveiksmes gadījumā ar vienu no produktiem, kā arī nepieciešamā kapitālieguldījuma apjoma novērtējums (saskaņā ar četru ballu skalu, kur 4 – maksimālā balle). Tabula satur arī divu neatkarīgu kompāniju minēto četru produktu marķēšanas piemēru ar divām atšķirīgām zīmēm “EE” un “FF”

Bez šaubām, marķēšanas varianti, kas doti minētajā tabulā, nav izsmeljoši, un praksē var tikt lietotas dažādas kompāniju izmantoto preču zīmju kombinācijas. Piemēram, interesants ir vēl viens atsevišķas preces vai preču grupas marķēšanas ar atsevišķu zīmi stratēģijas paveids – *marķēšanas variants tū sauktās iekšējās konkurences gadījumā* (konkurence vienas kompānijas ietvaros). Tādas stratēģijas piemērs dots 2. tabulā – katra veida cepumu marķēšana ar savu zīmi, kur G, H, I, J – kompānijas atsevišķas preču zīmes.

2. tabula

Vienas grupas preces marķēšana ar atsevišķām neatkarīgām zīmēm (iekšējās konkurences efekta izmantošana)

Marking of One Group Goods with Special (Individual) Trade Marks (using the effect of internal competition)

Prece:	Preces marķēšanas paņēmieni:
	PZ
Sausie cepumi	G
Cepumi ar šokolādes glazūru	H
Sāļie cepumi	I
Smilšu cepumi	J
Riska novērtējums (1-4); max 4	1
Nepieciešamo kapitālieguldījumu apjoma novērtējums (1-4); max 4	4

Demonstrējamā marķēšanas stratēģijas paveida galvenais mērķis – paplašināt patērētāju auditoriju. Šajā gadījumā šo mērķi sasniedz, izceļot produkta atsevišķas īpašības vai variantus, tādējādi piesaistot patērētājus ar dažādām gaumēm. Bieži vien šo marķēšanas stratēģiju īsteno tādā veidā, ka patērētājs marķētās preces uztver kā dažādu konkurējošo firmu preces. Tāds iekšējās konkurences piemērs veļas mazgājamo pulveru brendi TIDE, ARIEL un BONUX, kas pieder kompānijai Procter & Gamble.

Konkurencei starp precēm vienas firmas ietvaros, neskatoties uz nepieciešamo kapitālieguldījumu lielo apjomu, ir arī krietni daudz plusu. Pirmkārt, neskatoties uz to, ka patērētājs, kuru kaut kādā veidā neapmierina viena prece, dod priekšroku konkurējošai precei, ienākums vienai paliek vienā

kompānijā. Tādējādi samazinās iespējamība zaudēt patērētāju, kā arī samazinās īstenā konkurenta tirgus daļa. Otrkārt, izmantojot rīcībā esošos konkrētos mārketinga datus, salīdzinot pārdošanas rādītājus un analizējot patērētāju izvēli, kompānija var pilnveidot ražojumu, iesaiņojuma kvalitāti un dizainu, kā arī reklāmas stratēģiju un citus faktorus, kas ietekmē pircēja izvēli. Treškārt, pieaug uzņēmuma nemateriālo aktīvu vērtība.

Tomēr, izmantojot doto stratēģiju, pastāv t.s. brendu “kanibālisma” risks, kad patērētājs priekšroku dod palīgbrendam (piemēram, izmantojamam lētākai produkcijai). Šajā gadījumā galvenajam brendam tiek nodarīts kaitējums, tādējādi mazinās galvenā brenda vērtība un palielinās kompānijas ieņēmumu samazināšanās risks.

Savdabīga ražojuma marķēšanas stratēģijas modifikācija ar vairākiem atsevišķiem brendiem, kas pieder dažādām kompānijām, ir *brendētās produkcijas marķēšana ar kolektīvu zīmi* (kas pieder noteiktai asociācijai vai gildei) vai *sertifikācijas zīmi*. Konkrētajā gadījumā šīs stratēģijas izvēle ļauj ne tik lielā mērā nostiprināt individuālā brenda reputāciju kā, vērsoties pie zināmām patērētāja jūtām, palielināt produkcijas noietu (t.i., paaugstināt marķētās preces konkurētspēju patērētāja acīs). Piemēram, sertifikācijas zīme parasti patērētājam rada pārliecību par marķētās produkcijas atbilstību zināmiem kvalitātes standartiem. Kolektīvā zīme parasti liecina par to, ka marķētajai precei piemīt zināmas īpašības, kas atšķiras no citu ražotāju analogisku preču īpašībām. Tā, izvēloties divu mazpazīstamu konkurējošu kompāniju preci (viena no kurām ir marķēta ar sertifikācijas zīmi), patērētājs, pie pārējiem vienādiem nosacījumiem, visticamāk priekšroku dos precei, kas marķēta ar sertifikācijas zīmi, jo jutīsies aizsargātāks attiecībā uz dotā ražojuma kvalitāti. Kolektīvā zīme turpretim patērētājam var pateikt priekšā, ka dotā ražotāja vīnam ir tādas pašas specifiskās garšas īpašības, kādas piemīt tās pašas provinces citu vīna ražotāju produkcijai (kuri izmanto to pašu kolektīvo zīmi), jo šī vīna ražošanā ir izmantotas atbilstošas izejvielas, bet izgatavošana notikusi saskaņā ar stingri reglamentētiem ražošanas standartiem un receptūru).

Vēl viens interesants preces marķēšanas stratēģijas variants ir *produkcijas marķēšana ar izplatītāja korporatīvo zīmi*. Tas ir gadījums, ja veikalu tīkla īpašnieks ar savu brendu (pazīstamu tirdzniecības tīkla zīmi) marķē plaša patēriņa preces, kuras parasti ražo vadošie izgatavotāji (kuriem pieder savas zīmes) un kuri vēlas pilnībā izmantot savu rūpnīcu neizmantotās jaudas.

Pēc Knuta Kvisvika, RIMI Latvija ģenerāldirektora, apgalvojuma uzņēmums 2002.gadā ievēdī savas preču zīmes – produktus ar RIMI marku un plāno attīstīt šo virzienu visās pārtikas un nepārtikas preču kategorijās¹⁵. Šodien RIMI veikalu tīklā var atrast dabīgo mazmineralizēto ūdeni ar zīmi RIMI, kā arī kafiju, kafiju paciņās, konservētu kukurūzu un konservētus zīmīšus burciņās, kas marķētas ar RIMI zīmi. VP MARKET veikalu tīklā arī ir pietiekoši plašs produkcijas sortiments ar zīmi TAUPA, kura vidū var minēt, piemēram, autiņbiksītes, tualetes papīru, miltus, putraimus, etiķi, pārslas (sausās brokastis), veļas pulveri, balinātāju u.c.

No prakses var secināt, ka produkcijas, kas marķēta ar izplatītāja zīmi, cena parasti ir vidēji 20-40% zemāka par pazīstamu ražotāju brendu analogisku

produktu cenu¹⁶. Tāpat var konstatēt, ka patērētāju attieksme pret izplatītāja zīmēm uz precēm nav viennozīmīga. Prakse rāda, ka ne visas izplatītāju lētās preces ir augstvērtīgas. Tāpēc bieži vien patērētājiem ir negatīva attieksme pret tādu zīmi, kā arī pret visām pārējām precēm, kas markētas ar šādu zīmi.

Diezgan bieži izplatītāju zīmes uz preces patērētājam neizsauc brendiem raksturīgas asociācijas (t.i., noteiktu pozitīvu veidolu, kas identificējas tikai ar konkrēto ražotāju vai brenda īpašnieku), bet, gluži pretēji, izsauc asociācijas ar "sasvērtu preci" (nemarkētu preci). Citiem vārdiem, dažu ar izplatītāja brendiem markētu preču gadījumā patērētājs "pērk" ne "sajūtu" vai veidolu (kā gadījumā ar populāriem brendiem), bet vienkārši preci kā tādu – tieši tā kā līdz brendinga ēras sākumam, kad patērētājs gāja veikalā ne pēc sajūtām, bet pēc produkta – nopirkt vienkārši tualetes papīra rullīti, bet ne "mikstuma un svaiguma sajūtu"). Patiesības labad jāatzīmē, ka ne visi izplatītāju brendi uz precēm izsauc asociācijas ar "sasvērtām precēm" Daudzi izplatītāju brendi izsauc asociācijas, kas raksturīgas populāriem ražotāju brendiem.

Bez šaubām, produkcijas markēšanas ar izplatītāja korporatīvo zīmi izmantošana ir pietiekami ienesīga veikalu tīklu īpašniekiem, jo izdevumi tādu preču realizēšanai parasti ir zemāki nekā izdevumi analogām precēm ar ražotāja brendiem. Tomēr zemas kvalitātes produktu markēšanas gadījumā ar izplatītāja zīmi, tīkla īpašnieks riskē pavājināt sava brenda reputāciju attiecībā uz galveno darbības sfēru – mazumtirdzniecības pakalpojumiem. Bez tam liela supermārketu tīkla īpašniekam ir riskanti aizrauties ar "savu preču" vietas palielināšanu uz plaukta, izspiežot preces ar citu ražotāju brendiem, jo šādā gadījumā pastāv varbūtība, ka patērētājs aizies uz citu tirdzniecības tīklu.

Dabīgi, ka galvenais kritērijs stratēģijas izvēlei preces markēšanā ar izplatītāja brendu ir izvēlēta tirgus niša. Kā zināms, veikalu THE BODY SHOP un GAP tīkli veiksmīgi realizē produkciju ar savām zīmēm, tomēr tāda tipa veikalu tīkli parasti nav galvenie konkurenti veikalu klasiskajiem tīkliem, kuros patērētājam piedāvā plašu dažādu konkurējošo ražotāju preču spektru.

Atsevišķi būtu jārunā par preču *markēšanas stratēģiju, izmantojot t.s. brīvās zīmes*, t.i., sugas vārdus un aprakstošos apzīmējumus, tādus kā *ultra, lights, super, premium* u.tml. Šādas brīvas zīmes nespēj veikt tā vai cita uzņēmuma preču vai pakalpojumu identifikācijas funkciju, tāpēc nevar būt reģistrētas kā preču zīmes. Brīvas zīmes var izmantot jebkurš tirgus dalībnieks, jo nedrīkst monopolizēt tādus apzīmējumus, ko izmanto, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti, lietojumu, vērtību vai citas preču un pakalpojumu īpašības, vai arī īpašības, kas attiecībā uz konkrētām precēm vai pakalpojumiem kļuvušas vispārpieņemtas ikdienas valodā vai godprātīgas un vispāratzītas komercdarbības paražās.

Bez šaubām, tādu apzīmējumu izmantošana produkcijas mārketingā prasa ievērojami mazākus kapitālieguldījumus nekā jaunu izdomātu vārdu izmantošana, kuriem nepiemīt patērētājam zināma nozīme, jo tādas brīvās zīmes kā *ultra, super, premium* utt. patērētājam ir zināmas un jau no sākuma ietver sevī noteiktas pozitīvas asociācijas.

Tomēr dotās markēšanas stratēģijas izmantošanai ir divi lieli mīnusi patērētājam būs grūti saistīt doto zīmi ar vienu konkrētu ražotāju, un bez tam

konkurentiem būs iespēja brīvi izmantot tādu pašu apzīmējumu uz savas produkcijas, t.i., tie varēs nesodīti ekspluatēt izgatavotāja reklāmas kampaņas augļus.

Katrai preces ražošanas nozarei un pakalpojumu sniegšanai ir sava specifika, tāpēc kāda marķēšanas varianta izmantošana vienai precei var gūt absolūtus panākumus, un būt pilnīgi nepieņemama citai precei. Atsevišķu preču zīmju izmantošana, neizmantojot korporatīvu zīmi attiecībā uz pirmās nepieciešamības precēm, ir lietderīga firmām, kas īsteno iekšējās konkurences politiku, bet mazāk efektīva attiecībā pret precēm, pieprasījumu pēc kurām nosaka mode. Piemēram, parfimērijas izstrādājumus, kas stipri pakļauti modes prasībām, lietderīgāk marķēt ar atsevišķu preču zīmi kopā ar korporatīvu zīmi, jo pēc zināma laika, stihiskajam preces pieprasījumam krītoties, atsevišķā preču zīme tiek aizmirsta un netiek vairs izmantota, bet korporatīvās zīmes, kuru turpina izmantot, slava jeb reputācija paliek.

Dažos gadījumos kompānijas var veiksmīgi izmantot iepriekšminēto stratēģiju kombinācijas. Veiksmīgi tas izdevās, piemēram, kompānijai TOYOTA, kas izmantoja gan visa spektra produkcijas marķēšanas ar korporatīvu zīmi un katra ražojuma marķēšanas ar atsevišķām preču zīmēm stratēģiju, gan ražojumu grupas marķēšanas ar atsevišķu brendu stratēģiju (gadījumā ar patstāvīgo zīmi LEXUS "lukss" klases automobiļiem). Var lietot arī brendu izmantošanas stratēģijas un stratēģijas bezbrenda preču ražošanas brīvo ražošanas jaudu aizņemšanai izmantošanas kombināciju.

Tāpēc, izvēloties preces vai pakalpojuma marķēšanas stratēģiju, nepieciešams vadīties no darbības sfēras specifikas un citiem faktoriem. No stratēģijas izvēles nepieciešams periodiski veikt zīmju portfeļa auditu un tās vai citas stratēģijas izmantošanas efektivitātes analīzi, izdarot nepieciešamās korekcijas.

ATSAUCES UN PIEZĪMES

Sk., piemēram, Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент*. Санкт-Петербург: Питер, 2001, стр. 287.

Šeit, acimredzot, ir lietderīgi citēt Lielbritānijas pētniekus – Lesliju de Černatoni un Frančesku Dal'Olmo Rileju, kuri apgalvo, ka «sen jau ievērots, ka cilvēkiem ir raksturīgi pierakstīt apkārtesošajām lietām cilvēciskas, personiskas īpašības. Izvēloties preci, pircējs priekšroku dod tai, kura, pēc viņa domām, atbilst viņa raksturam.» Vienlaicīgi, pēc aģentūras Ogilvy & Mather līdzstrādnieku apgalvojuma «brends ir tas, ko patērētāji izjūt attiecībā uz ražojumu; tā ir pieķeršanās tam; tās personīgās īpašības, kuras viņi pieraksta ražojumam, uzticēšanās un padevība, ko viņi izjūt pret to.» Tādējādi var apgalvot, ka pērkot brendētu ražojumu, patērētājs iegādājas sajūtas, kas saistītas ar ražojuma «veidolu» vai brendu.

³ Перция В. Определение брэнда. <http://www.marketingmix.com.ua/stories/brand.html?cmd=printit&from=/stories/brand.html> (18.02.2001).

Brand Valuation. Edited by Raymond Perrier. 3rd edition. London: Premier Books, 1997, p. 19.

⁵ Sk., piem., LR likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 1.p.l.p.

- ⁶ Piemēram, gadījumā, kad pēc preču zīmes patērētājs nevar identificēt ražotāju bez papildus informācijas (sk. šeit tālāk, sadaļu "Katras atsevišķas preces vai preču grupu marķēšana ar atsevišķu zīmi"), vai kad patērētājs konkrēto zīmi identificē tikai ar konkrētu preci (piem., zīmi SERENĀDE® ar šokolādes konfektēm ar žāvēto augļu un riekstu pildījumu, bet zīmi PROZIT® ar šokolādes konfektēm ar alkoholisko dzērienu pildījumu).
LR likuma "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 3.p.
- ⁸ Sk., piemēram, Paine J. Developing the Perfect Trademark, *INTA Bulletin*, January 1, 2003, Vol. 58, No. 1, p. 1, 6.
- ⁹ Jāatzīmē, ka dažreiz zīme nepilda absolūtas kvalitātes garantijas funkciju. Piemēram, gadījumā ar plaši pazīstamu un godājamu sadzīves tehnikas ražotāju zīmēm. Nav retas situācijas, kad patērētājs no pārdevēja gūst informāciju par to, "kur komplektēts ražojums", un, neskatoties uz to, ka divas analogiskas preces ražotas viena un tā paša uzņēmuma divās filiālēs (piemēram, Eiropas un Āzijas) un attiecīgi marķētas ar vienu zīmi, patērētājs dažkārt priekšroku dod Eiropas komplektējumam. Tas liecina par to, ka vienas un tās pašas firmas vai dažādu firmu, kuras apvieno viena zīme, preces kvalitāte tomēr var atšķirties dažādu iemeslu dēļ.
- ¹⁰ Tālāk rakstā doti daži šo stratēģiju apakšveidi, kā arī dažas citas stratēģijas, kuras, pēc autora domām, nevar tikt pieskaitītas pie pamatstratēģijām.
- ¹¹ Dotajā kontekstā termins "korporatīva zīme" (KZ) lietota atšķiršanai no "preču zīmes" kā atsevišķa ražojuma vai ražojumu grupas individuālās zīmes. Termins "korporatīva zīme" tiek izmantots kā "modernais" sinonīms terminam "firmas zīme" Piemērs – grafiskā zīme Laima ® ir kompānijas Laima korporatīva zīme, bet zīmes SERENĀDE®, AVE SOL® un PROZIT® – katras preces individuāla preču zīme.
- ¹² Sk., piem., Кумуляция товарных знаков // G.Pojakovs. *Rūpnieciskā īpašuma aizsardzība*: skaidrojošā vārdnīca. Rīga, 1999, 352. lpp.
- ¹³ Sk., piem., Fortūna J. Starptautiskā licencēšana kā uzņēmuma biznesa stratēģijas sastāvdaļa// *Ekonomikas un vadības zinību attīstības problēmas, IV*: Zinātniskie raksti. Asoc. prof. Elenas Dubras redakcijā, 647.sējums. Rīga: Latvijas Universitātes Ekonomikas un vadības fakultāte. 2002, 213.-214. lpp.
- ¹⁴ Pircēju lojalitātes zaudēšanas riska novērtējums visai kompānijas produkcijai un kapitālieguldījumu apjoma novērtējums zīmes reputācijas un popularitātes "radišanā" aprēķināts nosacīti un norāda konkrētās stratēģijas vietu vispārējā piecu apskatīto variantu sarakstā. Tabulā nav norādīts riska novērtējums un kapitālieguldījumu apjoma novērtējums, izmantojot ražojumu marķēšanas stratēģiju ar divām atšķirīgām zīmēm EE un FF, jo šie novērtējumi ir atkarīgi no tā, kādas ir zīmes EE un FF. Ja EE un FF – korporatīvas zīmes, tad risks ir maksimāls (4), bet nepieciešamo kapitālieguldījumu apjoms – minimāls (1), bet, ja EE un FF – atsevišķas patstāvīgas zīmes, veiksmīgi izmantojamas citās kompānijas darbības sfērās, tad risks relatīvi neliels (starp 2 un 3) un kapitālieguldījumu apjoms zems (starp 1 un 2).
- ¹⁵ No Intervijas ar Knutu KVISVIKU // *Коммерсант BAL TIC* # 1 (166), 6 января 2003 года, стр. 23.
- ¹⁶ Sk. arī Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент*. Санкт-Петербург: Питер, 2001, стр. 279. un Ассэль Г. *Маркетинг: принципы и стратегия*: Учебник для вузов. Второе издание. Москва: Инфра-М, 2001, стр. 380.

LITERATŪRA

1. Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm. LR likums. Likums Saeimā pieņemts 1999.gada 16.jūnijā.
2. Polakovs G. *Rūpnieciskā īpašuma aizsardzība*: skaidrojošā vārdnīca. Rīga, 1999, 340.-379. lpp.
3. Fortūna J. Starptautiskā licencēšana kā uzņēmuma biznesa stratēģijas sastāvdaļa// *Ekonomikas un vadības zinību attīstības problēmas, IV*: Zinātniskie raksti Asoc. prof. Elenas Dubras redakcijā, 647.sējums. Rīga: Latvijas Universitāte. 2002, 213.-214. lpp.
4. Ассэль Г. *Маркетинг: принципы и стратегия*: учебник для вузов. Второе издание. Москва: Инфра – М, 2001, стр. 368-385.
5. Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент*. Санкт-Петербург: Питер, 2001.
6. Перция В. *Клейменные железот* 1. http://www.marketingmix.com.ua/stories/iron_brand_2.html?cmd=printit&from=/stories/iron_brand_2.html (01.01.2000).
7. Перция В. *Определение брэнда*. <http://www.marketingmix.com.ua/stories/brand.html?cmd=printit&from=/stories/brand.html> (18.02.2001).
8. Темпорал П. *Эффективный бренд-менеджмент*. Санкт-Петербург: Издательский Дом «Нева», 2003, стр. 21-136.
9. *Коммерсант BALTIC*, No 1 (166), 6 января 2003 года, стр. 23.
10. Paine J. Developing the Perfect Trademark, *INTA Bulletin*, Jan. 1, 2003, Vol. 58, No. 1, p. 1, 6.
11. *Brand Valuation*. 3rd edition/ Edited by Raymond Perrier. London: Premier Books, 1997, p. 19.

Brand (Trade Mark) as a Factor of an Effective Product Promotion

Summary

The main attention in this article is paid to formulation of strategies for marking goods and analysis of advantages and disadvantages of use of these strategies. Besides, in this research was made an attempt to compare the essence and functions of the "brand" and "trade mark" from the position of marketing and jurisprudence as well as substantiated the significance of brand (trade mark) in sales promotion. As a result of research, the author had distinguished and tried to analyse such basic marking strategies, as marking of all production by house mark, combination of marking of production by house mark and by special (individual) mark for each product line, combination of marking of production by house mark and by special (individual) mark for each product, marking of each product or product line by separate mark, marking of each product or product line by several famous marks, as well as such subtypes of these strategies and types of other strategies, as marking in case of internal competition, marking of branded

products by a collective mark or certification mark, marking of products by private brands and marking strategy using the so-called trademarks common to the trade.

Vienotu radiofrekvenču spektra resursu izmantošanas nosacījumu ieviešana Latvijas sekmīgai iekļaušanai Eiropas Savienības un NATO struktūrās

The Unitary Use Conditions for Frequency Spectrum for Successful Inclusion in European Union and NATO Organization

Baiba Griezēna-Vircoka

Latvijas Valsts elektrosakaru inspekcija

Elizabetes iela 41/43, Rīga, LV-1010

E-pasts: baibaw@latnet.lv

Katrai valstij ir sava metodika kā aprēķināt radiofrekvenču spektra izmantošanas maksu, tādēļ raksta mērķis ir atspoguļot radiofrekvenču spektra izmantošanas aprēķinu veidus dažādās valstīs, nosakot atbilstošus tarifus. Līdz šim Latvijā nav veikta minēto tarifu aprēķināšanas salīdzināšana un detalizēta analīze.

Pētījuma rezultātā, izmantojot kādu no atspoguļotajām radiofrekvenču spektra izmantošanas aprēķināšanas metodēm, iegūts iespējamo radiofrekvenču spektra izmantošanas apmērs Latvijā, veicot iegūto rezultātu un problēmu skaidrojumu.

Lai veiktu minētos aprēķinus, nepieciešams izprast tarifu aprēķinu principus dažādās valstīs, kā rezultātā izstrādāt priekšlikumus tādai radiofrekvenču spektra izmantošanas politikai, kas būtu skaidra, nepārprotama un draudzīga radiofrekvenču spektra lietotājam, kur galvenais nosacījums ir veicināt elektronisko komunikāciju attīstību valstī.

Atslēgvārdi: elektrosakari, frekvenču kanāls, radiofrekvenču spektrs, radioviļņi, radiotraucējumu avots

VIENOTU RADIOFREKVENČU SPEKTRA RESURSU IZMANTOŠANAS NOSACĪJUMU IEVIEŠANA LATVIJAS SEKMĪGAI IEKĻAUŠANAI EIROPAS SAVIENĪBAS UN NATO STRUKTŪRĀS

Elektrosakari ir viens no galvenajiem līdzekļiem civilās aviācijas darbības, gaisa un jūras satiksmes vadības, mobilo un fiksēto telekomunikāciju, televīzijas un skaņas apraides, satelītu un radioamatieru sakaru nodrošināšanas veidiem. Sakaru pareiza organizēšana ir viens no svarīgākajiem noteikumiem iepriekš uzskaitīto sakaru veidu drošības un regularitātes nodrošināšanā un šo uzņēmumu komerciālajā darbībā. Godīga un nediskriminējoša attieksme radiofrekvenču spektra piekluvē ir svarīgs faktors valsts uzņēmējdarbības attīstībai un sabiedriskas nozīmes pasākumu drošai īstenošanai.

Eiropas apvienošanās tendence rada nepieciešamību harmonizēt frekvenču spektra izmantošanu Eiropas valstīs, lai palielinātu kopējo tirgu, ievērojot nacionālo Sakaru administrāciju noteikumus. Svarīgākā institūcija pasaulē, kas nodarbojas ar radiofrekvenču spektra izmantošanas regulēšanu, frekvenču izmantošanas koordināciju starp valstīm ir Apvienoto Nāciju Organizācijas specializētā aģentūra Starptautiskā elektrosakaru savienība (ITU¹), kura tika izveidota jau 1865. gadā radiosakaru traucējumu un starptautisku konfliktu novēršanai. Mūsdienās tās vadībā notiek telekomunikāciju tīklu izbūves un ekspluatācijas koordinācija visā pasaulē.

Valstīm, kas pievienojušās Starptautiskajai elektrosakaru konvencijai un līdz ar to ir ITU dalībvalstis, ir jāizpilda saistības, kas noteiktas Starptautiskajā elektrosakaru konvencijā un Radioreglamentā. Ja kādas valsts Sakaru administrācija piešķir frekvenču izmantošanas pilnvaras fiksētajam dienestam, sauszemes mobilajam dienestam, apraides, radionavigācijas un citiem dienestiem, tad tās pienākums ir dienestiem piešķirtās frekvences reģistrēt Radiosakaru biroja Starptautiskajā frekvenču reģistrā.

Radiosakaros galvenais ITU juridiskais dokuments ir Radioreglaments. Tā pirmais teksts pieņemts 1906. gadā. Radioreglamentam ir starptautiska līguma statuss, kurā ieviesta Starptautiskā radiofrekvenču sadalījuma tabula. Reglamentā izklāstīti galvenie dažādu radiosakaru dienestu principi radiofrekvenču spektra izmantošanā. Izmaiņas radiofrekvenču sadalījuma tabulā, kā arī Radioreglamentā kopumā var izdarīt tikai Pasaules radiosakaru konference, kurā piedalās ITU dalībvalstis. Pašreiz pavisam ir 189 dalībvalstis. Latvija dalību ITU atjaunoja 1991. gadā [3].

Tā kā radiofrekvenču spektrs sastāv no neredzamiem radioviļņiem, tad turpmāk parādītais 1. attēls un 1. tabula palīdz izprast radiofrekvenču spektra vietu elektromagnētiskajā spektrā.

ELEKTROMAGNĒTISKAIS SPEKTRS

Radiofrekvenču spektrs											Rentgena stari	Gamma stari	Kosmiskie stari
ELF	VLF	LF	MF	HF	VHF	UHF	SHF	EHF	IR	UV			

1. att. Elektromagnētiskais spektrs [9]
Electromagnetic spectrum

1. tabula

Starptautiskais radiofrekvenču sadalījums
International frequency allocation

Nr.p.k.	Apzīmējums	Frekvenču josla	Atbilstošais metriskais apzīmējums
1.	ELF		Īpaši īsie viļņi
2.	VLF	3 - 30 kHz	Miriametriskie viļņi
3.	LF	30 - 300 kHz	Kilometru viļņi
4.	MF	300 - 3 000 kHz	Hektometru viļņi
5.	HF	3 - 30 MHz	Dekametru viļņi
6.	VHF	30 - 300 MHz	Metru viļņi
7.	UHF	300 - 3 000 MHz	Decimetru viļņi
8.	SHF	3 - 30 GHz	Centimetru viļņi
9.	EHF	30 - 300 GHz	Milimetru viļņi
10.		300 - 3 000 GHz	Decimetru viļņi
11.	IR		Infra sarkanie stari
12.	UV		Ultra violetie stari

Avots: Latvijas Nacionālā frekvenču tabula, www.vej.lv.

Attīstoties visa veida radiosakaru sistēmām, arvien lielāku nozīmi iegūst radiofrekvenču spektra optimāla izmantošana. Radiofrekvenču spektra kā starptautiska resursa tehnisko apsaimniekošanu, izmantošanas plānošanu un regulēšanu, aizsardzību un efektīvas izmantošanas kontroli Latvijā veic Latvijas Valsts elektrosakaru inspekcija [2] (turpmāk tekstā – LVEI). Tās galvenais uzdevums ir nodrošināt elektromagnētisko saderību visām radioviļņus izstarojošām iekārtām.

Ieviešot jaunas tehnoloģijas un attīstoties radioelektroniskajai aparātūrai, elektromagnētiskā situācija kļūst aizvien sarežģītāka, tiek izmantoti jauni radiofrekvenču diapazoni. Pašreiz Latvijā strādā vairāk nekā 500 000 visdažādāko radiostaciju - sauszemes fiksētā un mobilā radiodienestā, radiofonijas un televīzijas, satelītu un amatieru radiodienestos. Līdz ar to krasi palielinās radiotraucējumu daudzums, mainās un dažādojas to raksturs un izpausmes veidi, kā arī, veicot elektromagnētiskās saderības ekspertīzes un aprēķinus, jāņem vērā

aizvien jauni faktori un radiofrekvenču izmantošanas īpatnības. To operatīvai atklāšanai nepieciešama mūsdienīga radiofrekvenču spektra pārvaldes sistēma, kura ļautu darboties atbilstoši Starptautiskās elektrosakaru konvencijas un Starptautiskās elektrosakaru savienības (ITU) un Eiropas pasta un elektrosakaru administrācijas (CEPT²) rekomendāciju prasībām, tādējādi sekmējot un paātrinot Latvijas iekļaušanos Eiropas Savienībā un NATO³ struktūrās.

Latvijā pilnīgi ieviestas Eiropas Savienības frekvenču direktīvas, kas attiecas uz Globālo mobilo sakaru sistēmu (GSM⁴), Eiropas radio ziņojuma sistēmu (ERMES⁵) un Eiropas ciparu bezvadu elektrosakaru sistēmu (DECT⁶), kā arī pilnīgi ieviesti 22 Eiropas Radiosakaru komitejas (ERC⁷) lēmumi.

Pieaugošais jauno tehnoloģiju izmantojums radījis milzīgas iespējas sakaru infrastruktūras un ekonomikas uzlabošanai valstī. Vēl vairāk, notiekošā tehnoloģiskā attīstība ir devusi jaunas spektra izmantošanas iespējas. Šī attīstība, kura padarījusi radiofrekvenču spektra izmantošanu daudz efektīvāku, izraisījusi lielu interesi un pieprasījumu pēc ierobežotajiem spektra resursiem.

Uzlūkojot frekvenču spektru kā nepietiekošu resursu, jāpieņem lēmumi, kas attiektos uz spektra menedžmentu no ekonomiskā viedokļa. Tādējādi ir vajadzīgs katrs pieejamais līdzeklis, lai uzlabotu nacionālo spektra pārvaldi.

ITU rekomendācijās tiek iekļauti arī radiofrekvenču spektra izmantošanas ekonomiskie jautājumi, to pielietošanas efektivitāte un nepieciešamība. Šo ekonomisko aspektu izvērtēšanai ITU organizācijas ietvaros tiek organizētas un apvienotas vairāku valstu darba grupas, kopīgai šo svarīgo ekonomisko instrumentu izvērtēšanai.

Neraugoties uz to, ka jautājums par radiofrekvenču ekonomisko aspektu pielietošanas izmantošanu tiek pētīts jau ITU darba grupas ietvaros, Latvijas Valsts elektrosakaru inspekcija seko šo jautājumu risināšanas aktualitātēm, pielāgojot finanšu instrumentu izmantošanu atbilstoši Latvijas ģeogrāfiskajiem apstākļiem, iedzīvotāju blīvuma rādītājiem, kā arī dažādiem raksturīgiem radiofrekvenču maksas noteikšanas tehniskajiem elementiem.

Šā jautājuma pētīšanu Latvijas Valsts elektrosakaru inspekcija veic pastāvīgi, kurā tiek apkopota informācija, kas iegūta ECTRA valstīs ļoti plašā radiofrekvenču spektra izmantošanas maksu klāstā par mūsdienu ekonomisko lēmumu izmantošanas tendencēm radiofrekvenču spektra pārvaldes uzlabošanai.

Latvijas radiofrekvenču politiku ir lietderīgi analizēt kopējo Eiropas procesu kontekstā. Tas parāda kā veicamo darbu plašais spektrs aptver daudzus virzienus, tā arī procesa ekonomisko un politisko sarežģītību un tās risināšanas pakāpenības nepieciešamību, kas Latvijā vēl līdz galam nav izprasta. Tā kā informācija, ko var iegūt, darbojoties saistībā ar radiofrekvenču spektra politiku un pārvaldību, var būt komerciāli jutīga, tādēļ, veicot datu apkopošanu, ir jāievēro konfidencialitātes principi.

Pētījuma mērķis ir solis vispārīgu metodoloģijas nosacījumu izstrādāšanai radiofrekvenču spektra pieejamības un efektīvas izmantošanas nodrošināšanai Latvijā.

Daudzas Eiropas Savienības un tās kandidātu valstis pašlaik atrodas procesā, kad tiek pārdomāti radiofrekvenču spektra vadības finansējuma veidi, tehniskās un administratīvās efektivitātes veicināšanai. Tādēļ apkopotais pārskats par ES valstu radiofrekvenču izmantošanas maksu parametriem ir potenciāli lietderīgs,

izvērtējot Latvijas apstākļiem piemērotāko parametru izvēli, nosakot radiofrekvenču lietošanas maksu.

Kā viena no radiofrekvenču maksu aprēķināšanas metodēm, lai noteiktu radiofrekvenču spektra maksājumus radiofrekvenču lietotājiem pa noteiktiem radiosakaru veidiem un radiofrekvenču joslu platumiem, ir progresīvās maksājumu formulas, kurās tiek izmantoti dati no nacionālās spektra datu bāzes. Tajās tiek uzkrāta informācija par frekvenču joslām, raidītāja kapacitāti, ģeogrāfisko izvietojumu, antenas tipu un tās augstums (u.c. parametri), kuri tiek izmantoti, izstrādājot vienotu pieeju radiofrekvenču izmantošanas maksas noteikšanai, t.i., progresīvās aprēķinu formulas. Piemēram, Somija un Grieķija izmanto progresīvās aprēķinu formulas pieeju.

Somijā radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas aprēķināšanai izmanto šādu formulu:

$$RFS \text{ izmantošanas maksa} = K1 \times K2 \times K3, \quad (1)$$

kur

RFS – radiofrekvenču spektrs,

K1 – frekvenču joslas koeficients,

K2 – pārklājuma zonas koeficients,

K3 – izmantošanas laika perioda koeficients = 1 [6, 29].

Grieķijā radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas aprēķināšanai izmanto šādu formulu:

$$RFS \text{ izmantošanas maksa} = \sum 1 \times \sum 2 \times \sum 3 \times \sum 4 \times \sum 5 \times KPA \times EP / EPA, \quad (2)$$

kur

RFS – radiofrekvenču spektrs,

$\sum 1$ – frekvenču joslas noslogojuma koeficients,

$\sum 2$ – tehnoloģiskais faktors,

$\sum 3$ – apraides staciju skaits,

$\sum 4$ – apraides staciju skaita koeficients,

$\sum 5$ – frekvenču joslas koeficients,

EP/EPA – radiokanāla maksa x radiokanāla platums / atsaukšanās radiokanāla platums [6, 30].

2. tabula sniedz pārskatu par Somijā un Grieķijā izmantotajiem radiofrekvenču izmantošanas maksas noteikšanas elementiem.

2. tabula

Progresīvo maksu formulās izmantoto parametru pārskats
Overview of parameters used in countries which incentive fee formulas

Nr.p.k.	Parametrs	Somija	Grieķija
1.	Staciju skaits		X
2.	Staciju skaita koeficients		X
3.	Frekvenču joslas platums	X	X
4.	Aiztures koeficients		X
5.	Tehnoloģiskais koeficients		X
6.	Izmantotā frekvenču diapazona koeficients	X	X
7.	Pārklājuma zonas koeficients	X	
8.	Izmantošanas laika koeficients	X	
9.	GSM un DCS-1800 operatoru maksa par licenci un spektru 1 gadā (eiro)	807 136	72 505 733

Var secināt, ka radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas variācija ir diezgan plaša. Galvenais iemesls šādi atšķirībai radiofrekvenču spektra izmantošanas maksās ir augstās vienreizējā maksa, kas tiek praktizēta licences izsniegšanai.

Eiropas Savienības valstīs bieži sastopama radiofrekvenču resursu izmantošanas aprēķina formulu ar sekojošiem elementiem:

$$P_k = Fi \times Sm \times B \times t \quad (3)$$

kur

P_k – ikgadējā maksa par elektromagnētiskās saderības nodrošināšanu;

Fi – radiofrekvences joslas platums MHz, i -tās frekvences piešķiršanai;

Sm – pārklātā ģeogrāfiskā teritorija;

B – iedzīvotāju blīvums uz 1 km²;

t – laiks [5, 68].

Pirmais iespaids, kas rodas izvērtējot radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas aprēķināšanas progresīvās formulas, ir tāds, ka minētās progresīvās formulas ir ļoti atšķirīgas un grūti savstarpēji salīdzināmas. Progresīvās formulas ietver dažādus elementus tāds, kā tehniskos (piemēram, raidītāja jauda), administratīvos (koordinēšanas jautājumu risināšana), un sistēmu izmēru elementus (piemēram, staciju skaits un ģeogrāfiskais pārklājums). Katrā valstī aprēķins balstīts uz dažādu augstāk minēto elementu kombinācijām, kuru rezultātā var izveidot gandrīz bezgalīgas iespēju variācijas.

Katrs iepriekšminētās formulas parametrs var sastāvēt no vairākām daļām:

- a) laiks t visiem radiofrekvenču lietotājiem ir vienāds ar vienu gadu ($t=1$), jo pārsvarā tiek praktizēta radiofrekvenču spektra lietotāju ikgadējās maksas nosacījumu piemērošana;
- b) teritoriālais iedzīvotāju blīvums nav vienveidīgs. Teritorijas ar augstāku iedzīvotāju blīvumu ir daudz vairāk pievilcīgas telekomunikāciju pakalpojumu operatoriem. Tādēļ, izvērtējot Latviju, tās teritorija tiek sadalīta m teritoriālos apgabalos, atbilstoši Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas un Centrālās statistikas pārvaldes 1999.gada 30.martā parakstītajam protokolam.

Pastāv daudz dažādu variāciju, nosakot progresīvo formulu parametrus, ko nosaka katra valsts individuāli, atkarībā no datu uzskaites precizitātes un ieinteresētības uzrādīt šos datus caurskatāmus. Raksta mērķis ir atspoguļot radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas noteikšanas plašo aprēķina daudzveidību, tādā veidā uzsverot, ka radiofrekvenču spektrs, kas balstīts uz administratīvajām maksām, tiek aizstāts ar progresīvo formulu aprēķināšanas maksām, kurās savstarpēji mijiedarbojas radiofrekvenču tehniskie un ekonomiskie standarti, izveidojot specifiskus algoritmus, šī specifiskā dabas resursa izmantošanas noteikšanai.

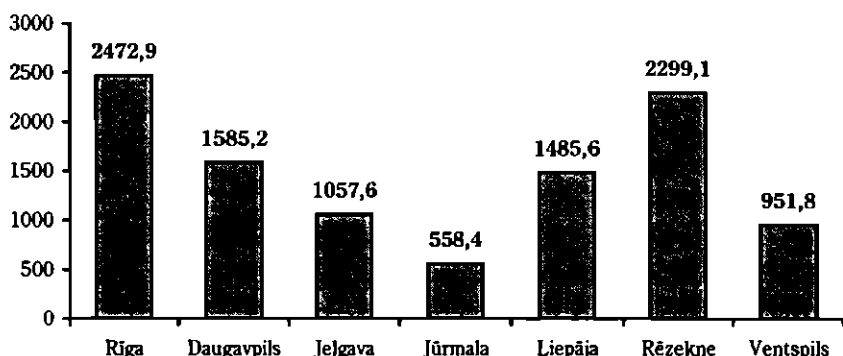
Tā kā pasaulē tendence pāriet no administratīvajām maksām uz progresīvajām aprēķinu formulām turpina pieaugt, tad Latvijai arī jāņem vērā pasaules tendence un ITU rekomendāciju prasības sava radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas noteikšanai. Lai Latvijā pārietu no administratīvajām radiofrekvenču spektra izmantošanas maksām, ir jāveic virkne specifisku aprēķinu, izvērtējot citu valstu progresīvo aprēķinu formulu lietderību, kā arī izmantojot atbilstošāko parametru ieviešanu progresīvās formulas izstrādāšanai tieši Latvijas apstākļiem.

Pētījuma priekšmets aprobežojas ar sauszemes mobilā dienesta frekvences joslu virs 146 MHz individuālas radiofrekvences izmantošanai visā Latvijas teritorijā ar joslas platumu 200 kHz. Padziļinātu pētījumu par radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas noteikšanas pieejām nevar pilnībā sniegt šī raksta ierobežotā apjoma dēļ.

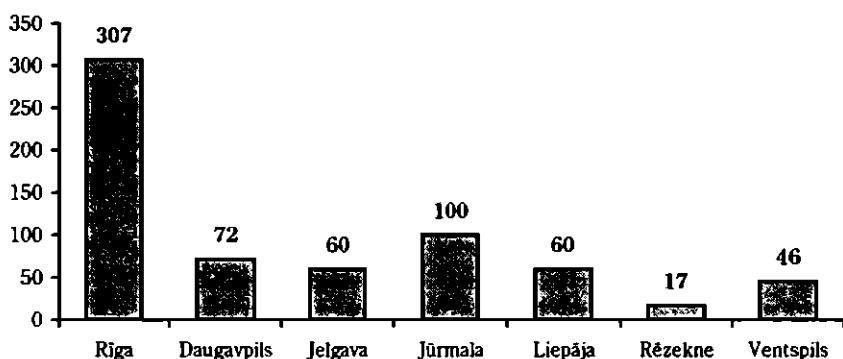
Latvijā pastāv izteiktas atšķirības reģionu sociālajā un ekonomiskajā attīstībā. Viens no attīstības potenciāla rādītājiem ir iedzīvotāju skaits. Pēdējos desmit gados iedzīvotāju skaits reģionos ir krietni sarucis. Šo nelabvēlīgo demogrāfisko tendenci deviņdesmito gadu pirmajā pusē galvenokārt izraisīja emigrācija, bet kopš 1995.gada – negatīvs dabiskais pieaugums. Rīgas rajona īpatsvars ir 2 reizes lielāks, salīdzinot ar pārējiem Latvijas reģioniem, kas iedzīvotāju skaita ziņā ir visai līdzīgi (skat. 2., un 3. attēlu).

Autors uzskata, ka viens no galvenajiem radiofrekvences izmantošanas maksas izstrādāšanas nosacījumiem Latvijā ir iedzīvotāju skaits attiecīgajā telekomunikāciju pakalpojumu operatora darbības zonā, tādā veidā rūpējoties par sekmīgu reģionālo uzņēmumu attīstību. LVEI uzdevums ir ļoti sarežģīts, jo nepieciešams, ņemot vērā tautsaimniecības konkurētspēju, uzturēt līdzsvaru starp diviem kritērijiem: iedzīvotāju pirktspējas palielināšanu, no vienas puses,

un telekomunikāciju pakalpojumu sniedzošo uzņēmumu ekonomiski pamatotas peļņas garantēšanu, no otras puses.

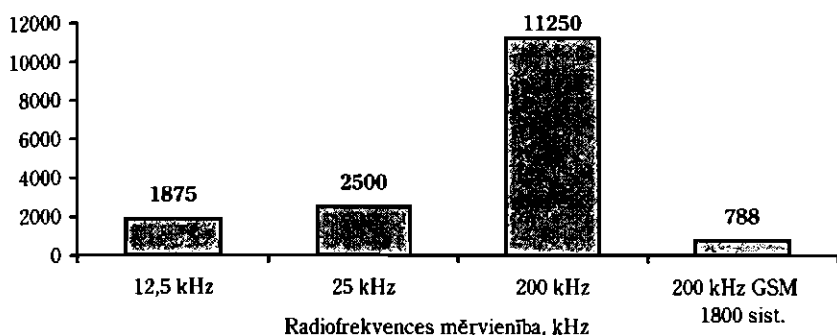


2. att. Iedzīvotāju blīvums uz 1 km² lielajās Latvijas pilsētās
Inhabitants per km² in largest cities of Latvia



3. att. Teritoriju platība lielākajās Latvijas pilsētās, km²
Area in the biggest cities of Latvia, km²

Maksa par elektromagnētiskās saderības nodrošināšanu sauszemes mobilā dienesta frekvenču joslā virs 146 MHz, izmantošanai visā Latvijas teritorijā, ar dažādiem joslas platumiem atspoguļota turpmākajā attēlā. Kā jau no 4. attēla redzams, tad radiofrekvenču spektra izmantošanas maksa arī Latvijā ir atkarīga no izmantotās frekvenču joslas platuma. Frekvence ar joslas ar platumu 200 kHz atšķiras no pārējo frekvenču joslu maksas līmeņa, jo tās izmantošana ir ļoti ierobežota, saskaņā ar frekvenču joslas noslogojumu un tās izmantošanas ekskluzivitāti.



4. att. Individuālas radiofrekvences virs 146 MHz izmantošanas maksa visā Latvijas teritorijā, Ls
Frequency over 146 MHz fee for using in the territory of Latvia, LVL

Tā kā vēsturiski izveidotie radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas noteikšanas nosacījumi Latvijā neparedzēja iespēju diferencēt iepriekšminētās maksas atkarībā no telekomunikāciju pakalpojumu operatoru darbības vietas, tad neelastīga pieeja šīs frekvences izmantošanā nestimulēs turpmāku Latvijas reģionālo attīstību. Tādēļ, izmantojot iepriekšminēto valstu pieredzi un radiofrekvenču spektra maksas noteikšanas parametrus, 3. tabulā tiek veikta sauszemes mobilā dienesta frekvenču joslā virs 146 MHz, izmantošanai visā Latvijas teritorijā ar joslas platumu 200 kHz izmantošanas maksas aprēķins, papildus izmantojot teritorijas platības un iedzīvotāju blīvuma uz 1 km² rādītājus.

3. tabula

Radiofrekvences joslā virs 146 MHz izmantošanas maksas spektrs, Ls
Frequency over 146 MHz fee, LVL

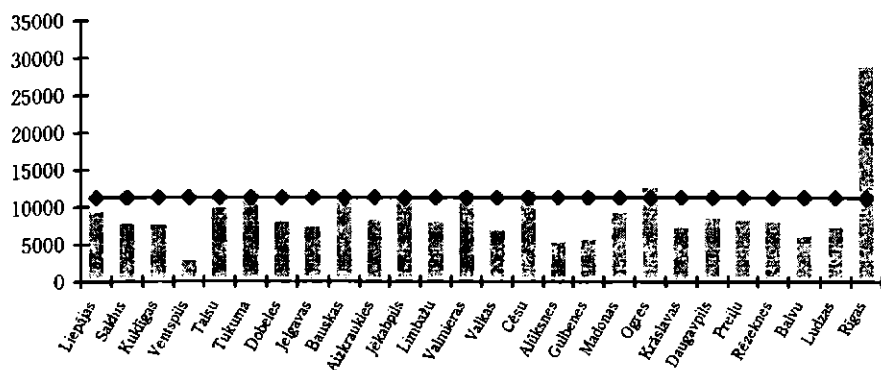
Reģions		Teritoriju platība, km ²	Iedzīvotāju blīvums uz 1 km ² (2001.g.)	Zi par EMS nodrošināšanu 200kHz=0,2 MHz frekvences joslai
	Pilsētas			
Rīgas reģ.	Rīga	307	2 472,9	151 836
Latgales reģ.	Daugavpils	72	1585,2	22 827
Zemgales reģ.	Jelgava	60	1 057,6	12 691
Rīgas reģ.	Jūrmala	100	558,4	11 168
Kurzemes reģ.	Liepāja	60	1 485,6	17 827
Latgales reģ.	Rēzekne	17	2 299,1	7 817
Kurzemes reģ.	Ventspils	46	951,8	8 757
	Kopā	662		

3. tabulas turpinājums

Reģions		Teritoriju platība, km ²	Iedzīvotāju blīvums uz 1 km ² (2001.g.)	Zi par EMS nodrošināšanu 200kHz=0,2 MHz frekvences joslai
	Rajoni			
Kurzemes reģ. 23.6	Liepājas	3594	13,0	9 344
	Saldus	2182	17,8	7 768
	Kuldīgas	2502	15,2	7 606
	Ventspils	2472	5,9	2 917
	Talsu	2751	18,1	9 959
Zemgales reģ. 26.2	Tukuma	2447	22,0	10 767
	Dobeles	1633	24,6	8 034
	Jelgavas	1604	23,2	7 443
	Bauskas	1882	28,1	10 577
	Aizkraukles	2565	16,2	8 311
Vidzemes reģ. 18.1	Jēkabpils	2998	18,7	11 213
	Līmbažu	2602	15,4	8 014
	Valmieras	2365	25,4	12 014
	Valkas	2437	14,0	6 824
	Cēsu	3067	19,7	12 084
Latgales reģ. 26.2	Alūksnes	2243	11,7	5 249
	Gulbenes	1877	15,1	5 669
	Madonas	3346	13,8	9 235
	Ogres	1840	34,3	12 622
	Krāslavas	2285	16,0	7 312
Rīgas reģ. 276.9	Daugavpils	2525	16,9	8 535
	Preiļu	2041	20,3	8 286
	Rēzeknes	2655	15,3	8 124
	Balvu	2386	12,7	6 060
	Ludzas	2569	14,4	7 399
	Rīgas	3059	47,3	28 938
	Kopā	63 927		
	PAVISAM KOPĀ	64 589	36,6	472 791
Iedzīvotāju skaits		2 346 000	70,8% pilsētās	29,2% laukos

Avots: Latvijas reģioni skaitļos 2001- teritoriju platība, km², iedzīvotāju blīvums uz 1 km²

Tā kā teritorijas ar augstāku iedzīvotāju blīvumu ir daudz vairāk pievilcīgas telekomunikāciju pakalpojumu operatoriem, tad ir nepieciešams ekonomiski izvērtēt radiofrekvenču lietotāju maksas pilnveidošanas variantu, diferencēt radiofrekvenču lietotāju maksu atkarībā no uzņēmējdarbības sniegšanas vietas, t.i., telekomunikāciju pakalpojumu operatoru darbības vietas.



5. att. Maksa par 200kHz joslas izmantošanu Latvijas rajonos, papildus ņemot vērā iedzīvotāju skaitu un teritorijas platību, Ls

Fee for frequency band 200 kHz in different regions of Latvia, LVL

5.attēlā tiek atspoguļoti iegūtie analīzes dati, kur redzams, ka daudzos Latvijas rajonos, saskaņā ar izmantotās formulas elementiem, maksa par radiofrekvenču spektra izmantošanu būtu jāsamazina, bet tādā vietā kā Rīga, kur koncentrējas liels telekomunikāciju pakalpojumu patērētāju loks tieši pretēji – maksa par spektra izmantošanu ir jāpalielina, jo iespējamais radiotraucējumu avotu skaits arī pieaug.

Lai iegūtu salīdzināmu rezultātu, kopējā ikgadējā radiofrekvenču spektra izmantošanas maksa tiek attiecināta pret iedzīvotāju skaitu katrā no augstāk aplūkotajām valstīm Somijā, Grieķijā un Latvijā.

4. tabula

Radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas īpatsvars
attiecībā pret iedzīvotāju skaitu, eiro
Total fee for spectrum per inhabitant (fees in Euro)

Valsts	Iedzīvotāju skaits	Maksa par radiofrekvenču spektra izmantošanu (eiro)	Ikgadējā radiofrekvenču izmantošanas maksa (eiro)/iedzīvotājiem	Valsts teritoriālā platība, km ²
Somija	5 142 000	807 136	0,16	338 000
Grieķija	10 940 000	72 505 733	6,63	131 957
Latvija	2 346 000	2737570	1,17	64 589

Avots: [6]

Izvērtējot 4.tabulas rezultātus var secināt, ka radiofrekvenču spektra izmantošanas slogs Latvijā uz katru iedzīvotāju salīdzinot ar Somijas Sakaru administrāciju sniegto informāciju ir 7,3 reizes lielāks. Savukārt, mobilo telekomunikāciju operatoru teritoriālā pārklājuma iespējas Somijā ir 5,2 reizes

lielāks, kā arī potenciālo mobilo telekomunikāciju lietotāju skaits 2,2 reizes lielāks, kas arī ietekmē pašreizējo radiofrekvenču spektra izmantošanas maksu Latvijā. Radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas noteikšana katrā valstī cieši saistīta ar valsts teritoriālo platību un iedzīvotāju skaitu tajā, kā arī telekomunikāciju infrastruktūras potenciālās attīstības iespējām.

Augstām maksām var būt negatīva ietekme uz elektronisko komunikāciju attīstību valstī. Latvijai, izvērtējot citu valstu pieredzi, ir jāizveido pamatnostādnes tarifu politikas izstrādāšanai. Jaunie elektronisko komunikāciju operatori, kuri savu darbības uzsākot negūst ienākumus, bet tikai veic ieguldījumus sava tīkla un pakalpojumu attīstībā, izrāda neapmierinātību par augstajām maksām, jo to slogs palielina tarifus klientiem, palēnina jaunu, inovatīvu pakalpojumu attīstību, samazina infrastruktūras investīcijas un kaitē konkurencei. Tādēļ ir jāizvairās no lielām maksām par labu radiofrekvenču spektra izmantošanas ikgadējām maksām.

Tā kā raksta mērķis ir noteikt radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas apmērus dažādās valstīs un tad atspoguļot tās ar viegli salīdzināmiem paņēmieniem, kur rezultātā iegūst detalizētu informāciju par radiofrekvenču spektra izmantošanas maksas apjomiem, to aprēķinu metodēm un izveidošanas struktūru, autors vēlas uzsvērt, ka šīs analīzes veikšanai ir nepieciešamas sīkas zināšanas par izmaksām radiofrekvenču spektra vadībā. Viss iepriekšizklāstītais ir tikai neliels ieskats pētāmā darba apmēros un sarežģītībā.

Telekomunikāciju tīklu liberalizācija visās ES valstīs ir radījusi konkurenci vairāku operatoru starpā. Šāda konkurence stimulē tirgu un jaunu tehnoloģiju izmantošanu savā darbībā. Daudzu operatoru vide, vēl joprojām augošais tirgus un jauno tehnoloģiju iespējas, veicina lielāku noteikta spektra izmantošanas pieprasījumu un padara radiofrekvenču spektra pārvaldes sistēmas darbu sarežģītāku.

ATSAUCES

- ITU – International Telecommunication Union – Starptautiskā elektrosakaru savienība.
- ² CEPT – European Conference of Postal and Telecommunications Administration – Eiropas pasta un elektrosakaru administrācija.
- NATO – North Atlantic Treaty Organization – Ziemeļvalstu pakta organizācija.
- GSM – Global System for Mobile Communications – Globālā mobilo sakaru sistēma.
- ⁵ ERMES – European Radio Messaging System – Eiropas radio ziņojumu sistēma (peidžings).
- ⁶ DECT – Digital European Cordless Telecommunication System – Eiropas ciparu bezvadu elektrosakaru sistēma.
- ERC – European Radiocommunications Committee – Eiropas Radiosakaru komiteja.

LITERATŪRA

1. Latvijas Republikas likums "Par telekomunikācijām", 2001.gada 30.nov. *ZINOTĀJS*, No 23, 2001.

2. Latvijas Republikas Ministru Padomes lēmums Nr.264 "Par radiofrekvenču spektra izmantošanu Latvijas Republikas teritorijā", pieņemts 1991.07.10; *AP MP*, No 7, 1991.gada 25. oktobris.
3. Latvijas Republikas Ministru Padomes lēmums Nr.314 "Par Latvijas Republikas pievienošanās Starptautiskajai Elektrosakaru Konvencijai", pieņemts 1991.gada 13.novembrī, *ZINOTĀJS*, No 15, 1992. gada 16.aprīlis.
4. CEPT/ERC/RR(99)98A. The role of spectrum pricing as a means of supporting spectrum management, September, 1999, pp. 11-16; 61.
5. ITU-R SM Series reports. Economic aspects of spectrum management (study Group 1), Report ITU-R SM.2012. 1999.05.07. P.27.
6. European Commission. Ann Vandenbroucke. *Fees for Licensing Telecommunications Services and Networks*, October, 1999, p. 92.
7. *Latvijas reģioni skatļos*. 2001. Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde.
8. Latvijas Valsts elektrosakaru inspekcija. Nacionālā frekvenču tabula. 2000.
9. www.jsc.mil/jschome/jscindex.asp

The Unitary Use Conditions for Frequency Spectrum for Successful Inclusion in European Union and NATO Organization

Summary

The purpose of the paper first of all is to identify fees imposed for frequencies in different countries and present them in an easily comparable manner. It will provide information on the level of fees, their calculation methods and the structure of the fees. The latter refers to a description of the categories of fees existing in the different countries.

The level and structure of the fees imposed in different countries will be further illustrated in a number of papers. This approach makes it possible to analyse the impact of the different fees on the business case of market players offering different services or using different technologies to provide identical services.

The present paper comes to conclusions relating to necessity of economic aspects in radio frequency spectrum management and the economic approach in instrument solutions and brings forth proposals for working elaborating them and implementing in Latvia in the future.

Strīdīgi jautājumi LR likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” normu piemērošanā

Discussible Issues in the Application of the Law “On Value-Added Tax” of the Republic of Latvia

Justīne Jaunzeme
Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: jjaunzeme@hotmail.com

Antons Petrovskis
Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050
E-pasts: a.petrovskis@lanet.lv

Dagnija Daņēviča
Ventspils Augstskola
Inženieru iela 101, Ventspils, LV-3600
E-pasts: danevica@mail.teliامتc.lv

Šinī rakstā ir aprakstītas tās LR likumā “Par pievienotās vērtības nodokli” un LR Ministra kabineta noteikumos Nr. 374 “Likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” normu piemērošanas kārtība” ietvertās prasības, kuru konkrēta piemērošana grāmatvedības profesijas pārstāvjiem rada neskaidrības un kuras praksē iespējams piemērot dažādi. Rakstā ir rasti un aprakstīti juridiski pamatoti risinājumi nenoteikto un pretrunīgo likumdošanas normu piemērošanai. Tādējādi rakstā tiek izdarīts un pamatots secinājums, ka ārvalstīs sniegtiem pakalpojumiem, kuri ir neapliekami saskaņā ar LR likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” 6.pantu ir jāpiemēro 0% PVN likme (tāpat kā visiem pārējiem ārvalstīs sniegtiem pakalpojumiem). Šiem pakalpojumiem nepieciešams piemērot 0% PVN likmi, nevis neaplikt tos ar PVN vispār tādēļ, ka 0% PVN likmes piemērošana ir izdevīgāka nekā neaplikšana ar PVN vispār, un tādēļ, ka, padarot pakalpojumu sniegšanu ārvalstīs pēc iespējas izdevīgāku, valsts realizē savu fiskālo politiku attiecībā uz tā dēvētā “pakalpojumu eksporta” veicināšanu. Rakstā tiek izdarīti un pamatoti arī secinājumi, ka naudas un mantiskie ieguldījumi pamatkapitālā vispār nebūtu jāņem vērā, aprēķinot maksājamo vai no budžeta atgūstamo PVN, un ka gan procenti par

naudas aizdevumu izsniegšanu, gan tirdzniecības kreditēšanas tirgus vērtība (parasti izsakāma kā procenti) ir uzrādāmi PVN deklarācijā un iekļaujami PVN aprēķinā kā ar PVN neapliekamo darījumu vērtība.

Atslēgvārdi: pievienotās vērtības nodoklis, likums "Par pievienotās vērtības nodokli", likumdošanas piemērošana

Šī rakstā ir aprakstītas tās LR likumā "Par pievienotās vērtības nodokli" un LR Ministra kabineta noteikumos Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība" ietvertās prasības, kuru konkrēta piemērošana grāmatvedības profesijas pārstāvjiem rada neskaidrības un kuras praksē iespējams piemērot dažādi. Rakstā šo nenoteikto un pretrunīgo LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" un LR Ministra kabineta noteikumu Nr. 374 prasību praktiskai piemērošanai tiek rasti un aprakstīti juridiski pamatoti risinājumi. Risinājumi tiek meklēti, analizējot Latvijas nodokļu likumdošanu un uzņēmējdarbību regulējošo likumdošanu, kā arī vadoties pēc vispārējiem ekonomikas un uzņēmējdarbības principiem. Rastie risinājumi var tikt pamatoti uz Latvijas nodokļu likumdošanu, uzņēmējdarbību regulējošo likumdošanu un uz vispārējiem ekonomikas un uzņēmējdarbības principiem.

Ar PVN neapliekami pakalpojumi, kas sniegti ārvalstīs

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" un LR Ministra kabineta noteikumu Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība" normas (2, 3)

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 6. pantā ir uzskaitīti ar pievienotās vērtības nodokli (turpmāk tekstā – PVN) neapliekamās preces un pakalpojumi. Ar PVN neapliekamie pakalpojumi ietver:

- kreditēšanu,
- pakalpojumus, kas saistīti ar noguldījumu un citu atmaksājamo līdzekļu piesaistišanu, skaidras un bezskaidras naudas maksājumu veikšanu, trasta operācijas,
- pakalpojumus, kas saistīti ar maksāšanas līdzekļu izlaišanu un apkalpošanu, kā arī tirdzniecību ar maksāšanas līdzekļiem un citiem naudas tirgus instrumentiem,
- apdrošinātāju un apdrošināšanas starpnieku sniegtos pakalpojumus atbilstoši Apdrošināšanas sabiedrību un to uzraudzības likumam,
- derības, izlozes, loterijas un cita veida azartspēles,
- kultūras sarīkojumu organizēšanu (piemēram, teātru, kino un cirka izrādes),
- izglītības pakalpojumus, ko sniedz valsts un pašvaldību izglītības iestādes un valsts akreditētās privātās izglītības iestādes,
- dzīvojamo telpu īri saskaņā ar noslēgtajiem līgumiem.

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 7. pants savukārt nosaka, ka PVN likme 0% apmērā ir piemērojama tādiem pakalpojumiem, kuru sniegšanas

vieta saskaņā ar likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" noteikumiem nav iekšzeme.

Strīdīgs jautājums – kā PVN piemērot ārvalstīs sniegtiem neapliekamiem pakalpojumiem?

Iepazīstoties ar LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normām, rodas jautājums, vai pakalpojumi, kas saskaņā ar likuma 6. pantu nav apliekami ar PVN un kuru sniegšanas vieta saskaņā ar likuma 4. pantu nav iekšzeme, nav apliekami ar PVN vai arī tiem ir piemērojama 0% likme. Tā, piemēram, nav skaidrs, vai kultūras un izglītības pakalpojumi, kuru sniegšanas vieta likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" izpratnē ir tā vieta, kur šie pakalpojumi faktiski tiek sniegti, ir apliekami ar 0% PVN likmi vai vispār nav apliekami ar šo nodokli, ja tie tiek sniegti ārvalstīs. Ja šie kultūras vai izglītības pakalpojumi tiek aplikti ar 0% PVN likmi, atskaitot priekšnodokli, to sniedzējs ir tiesīgs pieprasīt no valsts atpakaļ atskaitāmo priekšnodokli, bet, ja tie netiek aplikti ar PVN bez tiesībām uz priekšnodokļa atskaitīšanu, – tad pakalpojumu sniedzējs nav tiesīgs atprasīt no valsts PVN, ko tas samaksājis, maksājot rēķinus par precēm un pakalpojumiem šo ārvalstīs sniegto pakalpojumu nodrošināšanai. Tādējādi PVN 0% likmes piemērošana pakalpojumiem parasti ir izdevīgāka nekā šo pakalpojumu neaplikšana ar PVN. Lai demonstrētu atšķirību ar piemēru, pieņemsim, ka SIA ABC ārvalstīs sniedz teātra uzvedumus. Taksācijas mēnesī no teātra uzvedumiem ārvalstīs SIA ABC gūst ieņēmumus Ls 5000. Lai nodrošinātu teātra uzvedumu sniegšanu, šis uzņēmums taksācijas mēnesī ir iegādājies preces (kostīmus, dekorācijas u.tml.) par Ls 3 000 bez PVN, kā arī ir samaksājis par šīm precēm piestādītajos rēķinos ietverto PVN Ls 540 apmērā. PVN aprēķins par taksācijas mēnesi SIA ABC ir šāds:

1. tabula

**PVN aprēķina varianti, sniedzot ar PVN
neapliekamus pakalpojumus ārvalstīs**
**The options of the value-added tax calculation in case of
rendering services, which are except from VAT, abroad**

	Piemērojot pakalpojumiem 0% PVN likmi	Neapliekot pakalpojumus ar PVN	Starpība
Par apliekamiem darījumiem aprēķinātais PVN	0	0	0
Atskaitāmais priekšnodoklis	540	0	540
No budžeta atmaksājamais PVN	540	0	540

Kā rāda šis aprēķins, SIA ABC ir izdevīgāk aplikēt par teātra uzvedumiem saņemtos ieņēmumus ar 0% PVN likmi nekā neaplikt tos ar PVN vispār, jo

piemērojot, 0% likmi, SIA ABC ir tiesīgs atprasīt no budžeta priekšnodokli Ls 540, bet, neapliekot ieņēmumus ar PVN, SIA ABC nav tiesīgs šo priekšnodokli atgūt.

Saskaņā ar LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 4. pantu ar nekustamo īpašumu saistītu pakalpojumu sniegšanas vieta ir tā vieta, kur šis īpašums atrodas. Šī likuma norma attiecas arī uz nekustamā īpašuma izīrēšanu privātpersonām. Tādējādi, analizējot LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" piemērošanas kārtību, rodas jautājums, vai dzīvojamo telpu izīrēšana ārvalstīs nav jāapliek ar PVN vispār vai arī tai ir jāpiemēro 0% PVN likme.

Risinājums, kā PVN piemērot ārvalstīs sniegtiem neapliekamām pakalpojumiem

Nodokļi ir valsts fiskālās politikas instruments. Nosakot labvēlīgāku nodokļu režīmu atsevišķu veidu darījumiem, valsts veicina šo darījumu veikšanu. Tā, piemēram, likumdošanā nosakot īpaši labvēlīgu režīmu preču eksporta darījumiem un pakalpojumiem, kas sniegti ārvalstīs, valsts realizē savu politiku attiecībā uz preču un pakalpojumu eksporta veicināšanu.

Lai noteiktu, vai ārvalstīs sniegtie pakalpojumi, kas nav apliekami ar PVN saskaņā ar likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 6. pantu, vispār nav apliekami ar PVN vai arī tiem ir piemērojama 0% likme, nepieciešams apzināties, kāds ir bijis valsts fiskālās politikas mērķis attiecībā uz šo ārvalstīs sniegto pakalpojumu atbalstu. Tā, piemēram, LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 6. pantā paredzot atsevišķu darījumu neaplikšanu ar PVN vispār (bez tiesībām uz priekšnodokļa atskaitīšanu), valsts cenšas padarīt uzņēmumiem šo darījumu veikšanu izdevīgāku nekā tad, ja šie darījumi būtu apliekami ar PVN likmi 18%. Valsts tādējādi cenšas veicināt šo darījumu apjomu pieaugumu. Likumdošanā, nosakot 0% PVN likmi (ar tiesībām uz priekšnodokļa atskaitīšanu) ārvalstīs sniegtiem pakalpojumiem, valsts cenšas panākt, lai pakalpojumu sniegšana ārvalstīs uzņēmumiem būtu vēl izdevīgāka nekā to sniegšana iekšzemē, pat vēl izdevīgāka nekā neapliekamo darījumu sniegšana iekšzemē. 0% likmes piemērošana, kas dod tiesības uz priekšnodokļa atskaitīšanu, padara darījumus vēl izdevīgākus nekā to neaplikšana ar PVN vispār bez tiesībām uz priekšnodokļa atskaitīšanu. Tādējādi gadījumā, ja ārvalstīs sniegtie pakalpojumi, kas saskaņā ar likuma 6. pantu ir neapliekami darījumi, netiktu aplikti ar PVN bez tiesībām uz priekšnodokļu atskaitīšanu, to sniegšana būtu pat neizdevīgāka nekā citu likuma 6. pantā minētu pakalpojumu sniegšana. Šo darījumu relatīvais neizdevīgums savukārt būtu pretrunā ar valsts politiku, kas paredz šo darījumu īpašu atbalstu. Šī apsvēruma dēļ, ārvalstīs sniegtiem pakalpojumiem, kas nav apliekami ar PVN saskaņā ar LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 6. pantu, tāpat kā pārējiem ārvalstīs sniegtiem pakalpojumiem, ir piemērojams labvēlīgākais nodokļu režīms – 0% PVN likme, kas dod tiesības uz priekšnodokļa atskaitīšanu.

Tirdzniecības kreditēšana un naudas aizdevumu izsniegšana

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" un LR Ministra kabineta noteikumu Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība" normas (2, 3)

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 6. pants nosaka, ka kreditēšana (tajā skaitā līzings kreditēšana) un naudas aizdevumu piešķiršana un kontrole ir ar PVN neapliekami darījumi. Kreditēšana, izņemot līzings kreditēšanu, nav definēta ne LR likumā "Par pievienotās vērtības nodokli", ne arī LR Ministru kabineta noteikumos Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība"

Nenoteikts jautājums – kā PVN piemērot procentiem par naudas aizdevumu izsniegšanu un tirdzniecības kreditēšanu?

Uzņēmumam, kas pārdod preces ar atliktu samaksu, ņemot procentus no pircēja par tiesībām maksāt vēlāk, var rasties neskaidrības, kā PVN deklarācijā uzrādīt tirdzniecības kredītu, ko tas ir izsniedzis pircējam. Arī uzņēmumam, kas uz procentiem izsniedzis naudas aizdevumu, var rasties neskaidrība, kā PVN deklarācijā kā darījumu uzrādīt šo naudas aizdevumu. Rodas strīdīgs jautājums, vai procentus, ko pircējs maksā uzņēmumam par tirdzniecības kredītu, kā arī procentus, ko aizņēmējs maksā uzņēmumam par naudas aizdevumu, uzrādīt PVN deklarācijā kā neapliekamus darījumus, ieskaitīt kopējā PVN deklarācijā uzrādītajā darījumu vērtībā un ņemt vērā, aprēķinot apliekamo darījumu īpatsvaru kopējos darījumos priekšnodokļa atskaitīšanas vajadzībām, vai arī tā nedarīt.

Risinājums, kā PVN piemērot procentiem par naudas aizdevumu izsniegšanu un tirdzniecības kreditēšanu

Naudas aizdevuma izsniegšana ir pakalpojums LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" izpratnē; un tādējādi procenti par šo aizdevumu uzskatāmi kā maksa par šo pakalpojumu. Tirdzniecības kredītu izsniegšanu, pārdodot preces ar atliktu samaksu, likuma par PVN izpratnē arī var uzskatīt par atsevišķu pakalpojumu, tas ir, par kreditēšanas pakalpojumu, un procentus, ko pircējs maksā par šo kredītu, var aplūkot kā maksu par šo pakalpojumu, kas atspoguļo šī pakalpojuma tirgus vērtību.

LR likums "Par pievienotās vērtības nodokli" attiecas uz kreditēšanu; šī likuma 6. pants nosaka, ka kreditēšana ir ar PVN neapliekams darījums. Tādējādi tirdzniecības kreditēšanas darījuma tirgus vērtība, kas praksē mēdz tikt izteiktā kā procentu maksa par attiecīgo tirdzniecības kredītu, ir jāuzrāda PVN deklarācijā kā neapliekams darījums, jāuzrāda kopējo darījumu sastāvā, kā arī jāņem vērā, rēķinot apliekamo darījumu īpatsvaru kopējos taksācijas perioda darījumos

gadījumā, ja uzņēmums atskaitāmo priekšnodokli ir izvēlēties aprēķināt, kopējo priekšnodokli reizinot ar apliekamo darījumu īpatsvāru kopējos darījumos.

Tirdzniecības kredīvēšanas dilemma

Praksē sastopami divi veidi kā noformēt preču pārdošanu ar atlikto samaksu. Pirmajā gadījumā uzņēmums pārdod preces par paaugstinātu cenu, nosakot šo preču pircējam atlikto samaksu. Otrajā gadījumā uzņēmums pārdod preces par parasto tirgus cenu (kas tiek piemērota, pārdodot preces ar tūlītēju samaksu), nosakot, ka pircējam zināma termiņa laikā pēc preču pārdošanas ir jāsamaksā preču cena un procenti.

Saskaņā ar šajā rakstā iepriekš veikto analīzi, iespējams spriest šādi: ja uzņēmums pārdod ar 18% PVN likmi apliekamas preces, nosakot atlikto samaksu, tad šim uzņēmumam parasti ir izdevīgāk nevis šīs preces pārdot par augstāku cenu, bet gan pārdot tās par parasto tirgus cenu (kas tiek piemērota, pārdodot preces ar tūlītēju samaksu) un papildus par nosakot atlikto samaksu izsniegto tirdzniecības kredītu pieprasīt no pircēja procentu samaksu. Pārdodot ar PVN 18% likmi apliekamas preces par parasto tirgus cenu un nosakot papildu procentu maksājumus par atlikto samaksu, ar PVN 18% likmi tiek aplikta pārdodamo preču tirgus vērtība, savukārt procenti par atlikto samaksu ar PVN aplikti netiek. Šāda darījuma noformēšanas kārtība uzņēmumam ir izdevīgāka, ja izpildās šāds nosacījums:

$$\text{PVN likme} \quad * \quad \text{kredīvēšanas tirgus vērtība} \quad > \quad \text{priekšnodoklis} \quad * \quad \frac{\text{kredīvēšanas tirgus vērtība}}{\text{kopējā darījumu vērtība}}$$

Lai demonstrētu atšķirību ar piemēru, pieņemsim, ka SIA ABC taksācijas mēnesī pārdod preces, kuru kopējā cena bez PVN ir Ls 3000, pieprasot, lai pircējs par šīm precēm samaksā 3 mēnešu laikā. Pret tūlītēju samaksu gan SIA ABC, gan tā konkurenti šīs preces pārdod par Ls 2900. Savas saimnieciskās darbības nodrošināšanai šis uzņēmums ir iegādājies preces par Ls 2 000 bez PVN, kā arī ir samaksājis par šīm precēm izrakstītajos rēķinos ietverto PVN Ls 360 apmērā. Pieņemot, ka triju taksācijas mēnešu laikā no preču pārdošanas brīža SIA ABC vairāk nav nekādu citu darījumu, PVN aprēķins par trim taksācijas mēnešiem SIA ABC ir sekojošs (skat. 2. tabulu).

Kā redzams šajā PVN aprēķinā, budžetā maksājamais PVN ir mazāks tad, ja uzņēmums PVN 18% likmi piemēro pārdoto preču tirgus vērtībai (ņemot par pamatu cenu, par kādu uzņēmums šīs preces pārdod pret tūlītēju samaksu), bet atbildību par pircējam dotām tiesībām samaksāt vēlāk uzrāda deklarācijā kā neapliekamo darījumu.

2. tabula

PVN aprēķina varianti, pārdodot preces ar atliktu samaksu
The versions of calculating the value-added tax in case
of selling goods and allowing for delayed payment

	Apliekot ar PVN preču tirgus vērtību un neapliekot kredītēšanas procentus	Apliekot ar PVN preču pārdošanas cenu	Star- pība
Kopējā darījumu vērtība, bez PVN	3000	3000	0
Apliekamo darījumu vērtība, bez PVN	2900	3000	100
Neapliekamo darījumu vērtība	100	0	(100)
Apliekamie darījumi/ Kopējie darījumi	$2900 / 3000 =$ $= 0,9667$	$3000 / 3000 =$ $= 1,00$	
Par apliekamiem darījumiem aprēķinātais PVN	522	540	18
Kopējais priekšnodoklis	360	360	0
Atskaitāmais priekšnodoklis	$360 * 0,9667 = 348$	$360 * 1,00 = 360$	12
Budžetā maksājamais PVN	174	180	6

Tomēr arī, ja uzņēmums ar atlikto samaksu pārdod preces par paaugstinātu cenu, tas var šo preču realizācijas darījumam piemērot PVN līdzīgi, kā tas piemēro PVN preču pārdošanai par tirgus cenu un procentu aprēķināšanai par tirdzniecības kredītu. Saskaņā ar LR likumu "Par pievienotās vērtības nodokli" ar PVN ir jāapliek preču un pakalpojumu tirgus vērtība. Ja uzņēmums pārdod preces ar atlikto samaksu par cenu, kas ir relatīvi augstāka nekā cena, par kādu tā konkurenti pārdod preces pret tūlītēju samaksu, ir pamats uzskatīt, ka šis uzņēmums LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" izpratnē veic divus darījumus: realizē preces un sniedz tirdzniecības kredītēšanas pakalpojumu. Ja attiecīgo preču realizācija ir ar 18% PVN likmi apliekams darījums, tad 18% likme ir jāpiemēro tikai pārdoto preču tirgus vērtībai, kas var būt zemāka nekā pilnā cena, par kādu preces ir tikušas pārdotas ar atlikto samaksu. Savukārt starpība starp pilno preču realizācijas cenu un to tirgus cenu var tikt atzīta par tirdzniecības kredītēšanas procentiem un neaplikta ar PVN vispār. Lai šādā veidā piemērotu PVN preču pārdošanai ar atlikto samaksu, tomēr nepieciešams izrakstīt PVN rēķinu, kurā atsevišķi būtu norādīta pārdoto preču tirgus vērtība, atlīdzība par tirdzniecības kredītēšanu un par pārdoto preču tirgus vērtību aprēķinātais PVN.

Naudas un mantiskie ieguldījumi citu uzņēmumu pamatkapitālā

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" un LR Ministra kabineta noteikumu Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība" normas (2, 3)

LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 6. pants nosaka to, ka naudas ieguldījumi citu uzņēmumu pamatkapitālā nav ar PVN apliekami darījumi. Tādējādi jāsecina, ka uzņēmumam, kas iegulda naudu cita uzņēmuma pamatkapitālā, ieguldījuma tirgus vērtība, tātad, ieguldītā naudas summa, ir jāuzrāda kā neapliekamais darījums PVN deklarācijā, un pirmais uzņēmums ieguldīto naudas summu var ņemt vērā arī, priekšnodokļa atskaitīšanas vajadzībām aprēķinot apliekamo darījumu īpatsvaru visos uzņēmuma darījumos taksācijas periodā. Mantiskie ieguldījumi citu uzņēmumu pamatkapitālos LR likumā "Par pievienotās vērtības nodokli" vispār netiek apskatīti. LR Ministra kabineta noteikumu Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība" 16. pantā ir skaidrots, ka šis likums vispār neattiecas uz mantiskiem ieguldījumiem citu uzņēmumu pamatkapitālos. Tieša šis LR Ministru kabineta noteikumu Nr. 374 normas interpretācija nozīmē to, ka uzņēmumam, kas izdara mantisku ieguldījumu cita uzņēmuma pamatkapitālā, ieguldījuma vērtība vispār nav jāuzrāda PVN deklarācijā kā darījums un nav ņemama vērā, atskaitāmā priekšnodokļa aprēķināšanas vajadzībām nosakot apliekamo darījumu īpatsvaru visos uzņēmuma darījumos.

Strīdīgi jautājumi – kā PVN piemērot naudas un mantiskiem ieguldījumiem uzņēmumu pamatkapitālos?

Ar PVN apliekami darījumi ir preču piegāde, pakalpojumu sniegšana, imports un pašpatēriņš. LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" 1. panta 3. daļā preču piegāde ir definēta kā darījums, kas izpaužas kā īpašuma tiesību uz lietu nodošana citai personai, lai tā varētu rīkoties ar lietu (īpašumu). Šī likuma 1. panta 3. daļā pakalpojumu sniegšana ir definēta kā darījums, kas nav preču piegāde, bet ir:

- darbība, ko persona veic savas saimnieciskās darbības ietvaros,
- nemateriālā īpašuma (nemateriālo vērtību un tiesību) pārdošana (nodošana),
- saistības atturēties no kādas darbības vai rīcības, vai pieļaut kādu darbību vai rīcību,
- lietu noma,
- nekustamā īpašuma nodošana īpašniekam pēc būvdarbu veikšanas (2).

LR Komerclikums savukārt definē saimniecisko darbību kā jebkuru sistemātisku, patstāvīgu darbību par atlīdzību (1). Tādējādi par pakalpojumu var uzskatīt darījumu, kas veikts sistemātiskas, patstāvīgas darbības par atlīdzību ietvaros.

Lai uzņēmums, kas iegulda naudu cita uzņēmuma pamatkapitālā, uzrādītu šo naudas ieguldījumu savā PVN deklarācijā kā neapliekamu darījumu, ir svarīgi, lai šis darījums atbilstu preču piegādes, pakalpojumu sniegšanas vai pašpatēriņa definīcijai. Naudas ieguldījums citu uzņēmumu pamatkapitālā neatbilst ne preču piegādes, ne pašpatēriņa definīcijai. Tā kā naudas ieguldījums nedod tiesības pieprasīt atlīdzību (jo dividendes nav garantētas, bet gan ir atkarīgas no uzņēmuma sadalāmās peļņas un īpašnieku pilnsapulces pieņemtajiem lēmumiem attiecībā uz šīs peļņas sadali), nav pārliecības arī par šī darījuma atbilstību pakalpojumu sniegšanas definīcijai.

Lai demonstrētu atšķirību ar piemēru, pieņemsim, ka SIA ABC taksācijas mēnesī iegulda Ls 1000 SIA XYZ pamatkapitālā. Kopējā SIA ABC apliekamo darījumu vērtība bez PVN taksācijas mēnesī ir Ls 3000. Savas saimnieciskās darbības nodrošināšanai šis uzņēmums taksācijas mēnesī ir iegādājies preces par Ls 2 000 bez PVN, kā arī ir samaksājis par šīm precēm piestādītajos rēķinos ietverto PVN Ls 360 apmērā. PVN aprēķins par taksācijas mēnesi SIA ABC ir sekojošs:

3. tabula

PVN aprēķina varianti, ieguldot naudu cita uzņēmuma pamatkapitālā
The versions of the value-added tax calculations, in case of monetary investments in other company's statutory capital

	Uzrādot naudas ieguldījumu PVN deklarācijā	Neuzrādot naudas ieguldījumu PVN deklarācijā	Starpība
Kopējā darījumu vērtība, bez PVN	4000	3000	1000
Apliekamo darījumu vērtība, bez PVN	3000	3000	0
Neapliekamo darījumu vērtība	1000	0	1000
Apliekamie darījumi/ Kopējie darījumi	$3000 / 4000 =$ $= 0,75$	$3000 / 3000 =$ $= 1,00$	
Par apliekamiem darījumiem aprēķinātais PVN	540	540	0
Kopējais priekšnodoklis	360	360	0
Atskaitāmais priekšnodoklis	$360 * 0,75 = 270$	$360 * 1,00 = 360$	(90)
Budžetā maksājamais PVN	270	180	90

Kā redzams šajā PVN aprēķinā, budžetā maksājamā vai no budžeta atmaksājamā PVN lielums ir atkarīgs no tā, vai uzņēmuma veiktie naudas

ieguldījumi citu uzņēmumu pamatkapitālā tiek uzrādīti kā neapliekamie darījumi PVN deklarācijā vai netiek uzrādīti kā tādi. Ja šie naudas ieguldījumi netiek uzrādīti PVN deklarācijā kā neapliekamie darījumi, budžetā maksājamais PVN ir mazāks vai no budžeta atskaitāmais PVN ir lielāks nekā tad, ja šie ieguldījumi deklarācijā netiek iekļauti neapliekamo darījumu sastāvā.

LR likumā “Par pievienotās vērtības nodokli” mantiski ieguldījumi citu uzņēmumu pamatkapitālā netiek norādīti kā neapliekami darījumi; šajā likumā mantiskie ieguldījumi vispār netiek apskatīti. Lai uzņēmums mantisku ieguldījumu cita uzņēmuma pamatkapitālā neuzrādītu kā darījumu savā PVN deklarācijā, tikai pamatojoties uz LR Ministru kabineta noteikumiem Nr. 374 “Likuma par pievienotās vērtības nodokli piemērošanas noteikumi”, ir nepieciešams, lai šis darījums neatbilstu ne preču piegādes, ne pakalpojumu sniegšanas, ne arī pašpatēriņa definīcijai. Tomēr viena uzņēmuma veikts mantisks ieguldījums cita uzņēmuma pamatkapitālā atbilst preču piegādes definīcijai, tā kā tas ir darījums, kas izpaužas kā īpašuma tiesību uz ieguldāmo īpašumu nodošana uzņēmumam, kurā šis īpašums tiek ieguldīts, lai šis uzņēmums varētu rīkoties ar īpašumu. Tādējādi, vadoties tikai pēc LR likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” un ignorējot LR Ministru kabineta noteikumus Nr. 374 “Likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” normu piemērošanas kārtība”, varētu spriest, ka tāda mantiska īpašuma ieguldīšana cita uzņēmuma pamatkapitālā, kura piegāde nav atbrīvota no aplikšanas ar PVN, ir aplikama ar PVN. Tomēr LR Ministru kabineta noteikumi Nr. 374 “Likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” normu piemērošanas kārtība” nosaka to, ka mantiska īpašuma ieguldīšana cita uzņēmuma pamatkapitālā vispār nav darījums LR likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” izpratnē: tātad tas nav aplikams ar PVN, nav jāuzrāda PVN deklarācijā un nav jāņem vērā, rēķinot aplikamo darījumu īpatsvaru kopējos darījumos priekšnodokļa atskaitīšanas vajadzībām.

Risinājums, kā PVN piemērot naudas un mantiskiem ieguldījumiem uzņēmumu pamatkapitālos

Ja naudas ieguldījums cita uzņēmuma pamatkapitālā nav atzīstams par pakalpojumu, tad tas nav atzīstams arī par darījumu LR likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” izpratnē: tas nav aplikams ar PVN, nav jāuzrāda PVN deklarācijā un nav jāņem vērā, rēķinot aplikamo darījumu īpatsvaru kopējos darījumos priekšnodokļa atskaitīšanas vajadzībām.

Tā kā LR Ministru kabineta noteikumi Nr. 374 “Likuma “Par pievienotās vērtības nodokli” normu piemērošanas kārtība” nosaka, ka LR likums “Par pievienotās vērtības nodokli” neattiecas uz mantiskiem ieguldījumiem pamatkapitālā, šie mantiskie ieguldījumi nav aplikami ar PVN, nav uzrādāmi PVN deklarācijā un nav ņemami vērā, rēķinot proporciju jeb aplikamo darījumu īpatsvaru kopējos darījumos.

LITERATŪRA

1. LR Komerclikums. Firma "AFS". Rīga, 2001.
2. LR likums "Par pievienotās vērtības nodokli". LR Nodokļu Sistēma. Lietišķās Informācijas Dienests. Rīga, 2003.
3. LR Ministru kabineta noteikumi Nr. 374 "Likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanas kārtība". LR Nodokļu Sistēma. Lietišķās Informācijas Dienests. Rīga, 2003.

Discussible Issues in the Application of the Law "On Value-Added Tax" of the Republic of Latvia

Summary

In this paper, the discussible issues in the application of the law "Of the value-added tax" of the Republic of Latvia and the Cabinet's of Ministers Regulations "The application of the law "On the value-added tax"" have been addressed. In the accounting practice, a discussible issue arises how should the value-added tax be levied on the services, which are exempt from the value-added tax, if these services are rendered abroad. It is also a discussible issue how should the cash and property investments in other companies' equity capital be treated for the purpose of calculating the value-added tax. In this paper, legally grounded solutions to these discussible issues are searched for. The conclusions are drawn that on the services, which are exempt from the value – added tax, if these services are rendered abroad, the value-added tax should be levied at a 0% rate and that cash and property investments in other companies' equity capital should be exempt from the calculation of the value-added tax.

Lagranža reizinātāju interpretācija lineāru hipotēžu pārbaudē ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi

The Interpretation of Lagrange Multipliers during Testing of the Linear Hypothesis Using the Generalized Least Squares Method

Andrejs Jaunzems

Ventspils Augstskola

Inženieru iela 101, Ventspils, LV-3600

E-pasts: jaunzems@venta.lv

Ilze Balode

Ventspils Augstskola

Inženieru iela 101, Ventspils, LV-3600

Rakstā dota vektoriālā Lagranža reizinātāja interpretācija lineāro hipotēžu pārbaudē ar vispārinātās mazāko kvadrātu metodes palīdzību. Parādīts, kāda ir vektoriālā Lagranža reizinātāja nozīme testa P -vērtības jutīguma analizē. Teorētisko rezultātu aprobācija liecina, ka piedāvāto Lagranža reizinātāja pielietojumu var ieviest ekonometriskos aprēķinos.

Atslēgvārdi: lineāra regresija, lineāra hipotēze, vispārinātā mazāko kvadrātu metode GLS, Lagranža funkcija, Lagranža reizinātājs, testa statistika, testa P -vērtība

IEVADS

Kā zināms, risinot nosacītās optimizācijas uzdevumu ar Lagranža funkcijas palīdzību, iegūstam Lagranža reizinātāju. Šis vektors ir bagāts ar saturu, tāpēc operāciju pētišanā Lagranža reizinātāju vienmēr interpretē un izmanto optimizācijas problēmas jutīguma analizē.

Autoru uzmanību piesaistīja fakts, ka ekonometrijā Lagranža reizinātājs, kurš tiek iegūts lineāru hipotēžu pārbaudē ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi, netiek interpretēts. Par to liecina plašas ekonometrijas literatūras studijas. Piemēram, Lagranža reizinātājs netiek interpretēts nozīmīgajās grāmatās:

Ramu Ramanathan. Statistical Methods in Econometrics. – Academic Press, 1993.

Jürgen Bortz. *Statistik für Sozialwissenschaftler. 4. Auflage.* – Springer-Verlag, 1993.

Pārsteidz, ka Lagranža reizinātājs netiek aprēķināts arī populārajā SPSS Base 7.5 for Windows.

Rakstā dota Lagranža reizinātāja interpretācija lineāro hipotēžu pārbaudē ar vispārinātās mazāko kvadrātu metodes palīdzību.

Sākumā lakoniskā formā iztirzāti jautājuma teorētiskie pamati, precizēta terminoloģija, ievesti apzīmējumi. Šajā sadaļā autori nepretendē uz zinātnisku novitāti, bet metodisku novitāti svarīgo ekonometrijas un operāciju pētišanas jautājumu izklāstā. Tālāk aplūkota Lagranža reizinātāja interpretācija lineāru hipotēžu pārbaudē un teorētisko rezultātu aprobācija.

1. Lineārās regresijas modelis $y = X\beta + u$ ar nosacījumu $R\beta = r$. Postulāti.

Aplūkosim lineārās regresijas modeli

$$(1) Y = X\beta + U \text{ jeb } \begin{pmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \vdots \\ y_n \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2m} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nm} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \beta_1 \\ \beta_2 \\ \vdots \\ \beta_m \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} u_1 \\ u_2 \\ \vdots \\ u_n \end{pmatrix}$$

ar nosacījumu $R\beta = r$.

Katra matricas X kolonna atbilst savam regresoram.

Katra matricas X rinda atbilst konkretizētam regresoru vērtību kortežam.

Modeļa (1) postulāti:

A. $(n \times m)$ -matrica X ir determinēta, $m \leq n$; $\text{rank } X = m \Leftrightarrow (X'X)^{-1}$ eksistē.

B. Regresijas parametru $(m \times 1)$ -vektors $\beta \in R^{m,1}$ ir determinēts un pakļauts nosacījumam: $R\beta = r$,

kur R ir determinēta $(k \times m)$ -matrica, $\text{rank } R = k < m$;

r ir determinēts $(k \times 1)$ -vektors.

C. Kļūdu vektors U ir stohastisks $(n \times 1)$ -vektors; $u_i \sim u \ (\forall i = 1, 2, \dots, m)$.

Kļūdu vektora U matemātiskā cerība ir nulles vektors: $E(U) = O$, tāpēc $E(Y) = X\beta$.

Kļūdu vektora U kovariācija – $(n \times n)$ -matrica $\text{cov}(U) := E(UU') = \sigma^2 I$, kur $I \in R^{n,n}$ ir $(n \times n)$ – vienības matrica. Tāpēc arī $\text{cov}(Y) := E(Y Y') = \sigma^2 I$.

D. Papildus vēl prasām, lai stohastiskā kļūdu vektora U sadalījums ir daudzdimensiju normālais sadalījums. Tad kļūdu u sauc par balto troksni *white noise error*.

Ģenerālās pamatsakarības parametri – koeficienti $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m$ un dispersija σ^2 ir nezināmie ģenerālās kopas parametri.

2. Vispārināto mazāko kvadrātu metode.

Sekojoš Kārlim Frīdriham Gausam *Carl Friedrich Gauß*, izmantosim kritēriju

$$Q(b) = (y - Xb)'(y - Xb) = y'y - 2y'Xb + b'X'Xb.$$

Saskaņā ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi *Generalized Least Squares* GLS meklēsim globālo nosacīto minimumu $\min \{Q(b) \mid b \in \mathbb{R}^{m,1}, Rb = r\}$ un atrasto globālo nosacīto minimizatoru ņemsim par β GLS estimatoru $\hat{\beta}_R$

$$(2) Q(\hat{\beta}_R) = \min \{Q(b) \mid b \in \mathbb{R}^{m,1}, Rb = r\}.$$

Tas ir nosacītā ekstrēma uzdevums ar nosacījumu vienādības formā. Šādu uzdevumu risināšanai izmanto Lagranža reizinātāju metodi.

Sastādām Lagranža funkciju: $L(b, \lambda) = Q(b) + \lambda'(r - Rb)$; $b \in \mathbb{R}^{m,1}$, $\lambda \in \mathbb{R}^{k,1}$.

Nosacītā ekstrēma nepieciešamais nosacījums:

$$\frac{\partial L(b, \lambda)}{\partial b} = -2y'X + 2b'X'X - \lambda'R = 0 \text{ (vektoru-rindu formā)}$$

jeb, transponējot vienādības abas puses,

$$-2X'y + 2X'Xb - R'\lambda = 0 \text{ (vektoru-kolonnu formā),}$$

plus nosacījums: $Rb = r$.

Izmantojot nepieciešamo nosacījumu sistēmu, aprēķināsim b un λ .

$$2b = (X'X)^{-1}(2X'y + R'\lambda) = 2\hat{\beta} + (X'X)^{-1}R'\lambda \text{ (atcerēsimies, ka } (X'X)^{-1}X'y =: \hat{\beta} \text{)}.$$

$$2r = 2R\hat{\beta} + R(X'X)^{-1}R'\lambda.$$

No šejienes $\lambda = 2[R(X'X)^{-1}R']^{-1}(r - R\hat{\beta})$ jeb $\lambda = 2S(r - R\hat{\beta})$,
kur $S := [R(X'X)^{-1}R']^{-1}$.

Tālāk iegūsim

$$2b = 2\hat{\beta} + (X'X)^{-1}R'2S(r - R\hat{\beta}), \quad b = \hat{\beta} + (X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}).$$

Par β GLS estimatoru ņem atrasto b :

$$(3) \hat{\beta}_R = \hat{\beta} + (X'X)^{-1}R'[R(X'X)^{-1}R']^{-1}(r - R\hat{\beta}) = \hat{\beta} + (X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}).$$

Lagranža reizinātājs ir:

$$(4) \lambda^* = 2 [R(X'X)^{-1}R']^{-1}(r - R\hat{\beta}) = 2S(r - R\hat{\beta}).$$

Tālāk aprēķinām:

$$\begin{aligned} Q(\hat{\beta}_R) &= (y - X\hat{\beta}_R)'(y - X\hat{\beta}_R) = \\ &= [y - X\hat{\beta} - X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta})]' [y - X\hat{\beta} - X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta})] = \\ &= (y - X\hat{\beta})'(y - X\hat{\beta}) - 2(y - X\hat{\beta})'X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}) + \\ &+ (r - R\hat{\beta})'SR(X'X)^{-1}X'X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}) = \\ &= (y - X\hat{\beta})'(y - X\hat{\beta}) + (r - R\hat{\beta})'S(r - R\hat{\beta}) = \\ &= \hat{u}'\hat{u} + (r - R\hat{\beta})'S(r - R\hat{\beta}) = Q(\hat{\beta}) + (r - R\hat{\beta})'S(r - R\hat{\beta}). \end{aligned}$$

Izmantojam to, ka

$$\begin{aligned} (y - X\hat{\beta})'X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}) &= \\ &= y'X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}) - \hat{\beta}'X'X(X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta}) = \\ &= \hat{\beta}'R'S(r - R\hat{\beta}) - \hat{\beta}'R'S(r - R\hat{\beta}) = 0, \text{ jo } \hat{\beta}' = y'X(X'X)^{-1}. \end{aligned}$$

$$\text{Ievērosim, ka } (r - R\hat{\beta})'S(r - R\hat{\beta}) = Q(\hat{\beta}_R) - Q(\hat{\beta}).$$

Sacīsim, ka statistikas $\hat{\beta}_R$, $Q(\hat{\beta}_R)$, λ^* ir iegūtas ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi, jeb, ka tās ir GLS statistikas.

3. Lineārās hipotēzes pārbaude ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi.

Lineārās hipotēzes $H_0: R\beta = r$ pārbaudei izmanto testa statistiku

$$(5) TS := \frac{[Q(\hat{\beta}_R) - Q(\hat{\beta})]/k}{Q(\hat{\beta})/(n-m)}$$

Ja hipotēze $H_0: R\beta = r$ ir spēkā, tad testa statistika ir sadalīta pēc Fišera sadalījuma ar k , $n-m$ brīvības pakāpēm: $TS \sim F(k, n-m)$.

Vispirms ievērosim, ka vienmēr $Q(\hat{\beta}_R) \geq Q(\hat{\beta})$, tāpēc TS vērtības ir nenegatīvas.

Ja īstenībā vienādība $R\beta = r$ ir spēkā, tad nosacījums $R\beta = r$ neiespaido Q minimumu un $Q(\hat{\beta}_R) = Q(\hat{\beta})$; testa statistikas novērotās vērtības šādā gadījumā ir tuvu nullei.

Jo spēcīgāk nosacījums $R\beta = r$ ir pretrunā ar datu iekšējo struktūru, jo vairāk $Q(\hat{\beta}_R)$ novērotās vērtības pārsniedz $Q(\hat{\beta})$ novērotās vērtības; testa statistikai tad ir liela novērotā vērtība.

Pārbaudot hipotēzi $R\beta = r$ praktiski, aprēķina testa statistikas $TS = \frac{[Q(\hat{\beta}_R) - Q(\hat{\beta})]/k}{Q(\hat{\beta})/(n-m)}$ novēroto nozīmības līmeni jeb tā saucamo P -vērtību

$Prob\{F \geq ts\}$. (*The observed significance level or the P-value of a test.*)

Ko izsaka iegūtā P -vērtība?

Tā ir robežšķirtne starp visiem tiem nozīmības līmeņiem α , kuriem testa novērotā vērtība ts liek nulles hipotēzi noraidīt, un tiem nozīmības līmeņiem α , kuriem ar testa novēroto vērtību ts nulles hipotēzi noraidīt nevar.

Nulles hipotēzi noraida ar katru nozīmības līmeni α , kas lielāks par novēroto nozīmības līmeni vai vienāds ar to.

Nulles hipotēzi akceptē ar katru nozīmības līmeni α , kas mazāks par novēroto nozīmības līmeni.

Zinot testa statistikas novērotajai vērtībai ts atbilstošo P -vērtību, ekonometrists pieņem lēmumu par hipotēzes $H_0: R\beta = r$ noraidīšanu vai akceptēšanu.

Tādējādi novērotais nozīmības līmenis jeb novērotā P -vērtība ir svarīgs, ērti lietojams rādītājs. Lietojot P -vērtību, atkrīt nepieciešamība izvēlēties to vai citu nozīmības līmeni α , meklēt tam atbilstošo kvantili un noteikt kritisko apgabalu.

Jāievēro, ka ar F -sadaliņuma tabulu palīdzību P -vērtības praktiski noteikt nav iespējams. P -vērtību noteikšanai jāizmanto *EXCEL* funkcija *FDIST*. Tas arī ir iemesls, kāpēc pirmskompjūteru perioda mācību grāmatās P -vērtības hipotēžu pārbaudēs neizmantoja.

4. Nosacītās optimizācijas uzdevums $\text{extr} \{ f(X) \mid \Psi(X) = C \}$ un Lagranža reizinātāja λ saturs.

Visās zinātnes nozarēs nākas risināt sekojošu nosacītās optimizācijas uzdevumu:

noteikt funkcijas $z = f(X)$ ekstremizatorus kopā $\{ X \mid \Psi(X) = C \}$.

Citiem vārdiem: jāatrod funkcijas $z = f(X)$ ekstremizatori pie nosacījuma $\Psi(X) = C$.

Šeit: $X = (x_1 \ x_2 \ \dots \ x_n) \in \mathbb{R}^n$, $z = f(X) \in \mathbb{R}$, $\Psi(X) = (\Psi_1(X) \ \Psi_2(X) \ \dots \ \Psi_m(X)) \in \mathbb{R}^m$,
 $C = (c_1 \ c_2 \ \dots \ c_m) \in \mathbb{R}^m$

Nosacītā ekstremizatora nepieciešamā pazīme dota sekojošā teorēmā.

Teorēma. Pieņemsim, ka punkts $X^* \in \mathbb{R}^n$ ir funkcijas $z = f(X)$ ekstremizators kopā $\{X \mid \Psi(X) = C\}$. Pieņemsim, ka jakobiāna – $(m \times n)$ -matricas $\Psi_X(X^*)$ rangs ir m .

Tad $\exists \lambda^* \in \mathbb{R}^m$ tāds, ka izpildās vienādības $f_X(X^*) + \lambda^* \Psi_X(X^*) = 0$, $\Psi(X^*) = C$.

Vektoru λ^* sauc par Lagranža reizinātāju.

Noskaidrosim Lagranža reizinātāja λ^* saturu. Ieviesīsim apzīmējumus, kas akcentē ekstremizatora X^* un Lagranža reizinātāja λ^* atkarību no C .

Uzdevuma *extr* $\{f(X) \mid \Psi(X) = C\}$ ekstremizatoru apzīmēsim ar $X^*(C)$, Lagranža reizinātāju apzīmēsim ar $\lambda^*(C)$. Mērķa funkcijas $f(X)$ atbilstošo ekstremālo vērtību apzīmēsim ar $z^*(C)$.

Ir spēkā vienādības

$$(6) f_X(X^*(C)) + \lambda^*(C) \Psi_X(X^*(C)) = 0, \Psi(X^*(C)) = C, z^*(X^*) = f(X^*(C)).$$

Izmantojot ķēdes likumu, aprēķināsim gradientu $z^*_C(C)$:

$$(7) z^*_C(C) = f_X(X^*(C)) X^*_C(C).$$

Ievērosim, ka

$$(8) \Psi_X(X^*(C)) X^*_C(C) = I, \text{ kur } I \text{ ir } (m \times m)\text{-vienības matrica.}$$

$$\text{No (6) iegūsim } f_X(X^*(C)) = -\lambda^*(C) \Psi_X(X^*(C)).$$

Ievietojot šo izteiksmi izteiksmē (7) un ņemot vērā vienādību (8), iegūsim $z^*_C(C) = -\lambda^*(C) \Psi_X(X^*(C)) X^*_C(C) = -\lambda^*(C)$.

Vienādība $z^*_C(C) = -\lambda^*(C)$ izsaka Lagranža reizinātāja $\lambda^*(C)$ saturu, ko sevišķi uzskatāmi parāda Teilora formula:

$$(9) z^*(C + \Delta C) = z^*(C) - \lambda^*(C) \Delta C + o(|\Delta C|).$$

5. Kā interpretēt vispārinātās mazāko kvadrātu metodes Lagranža reizinātāju?

Kā jau sacīts, vispārinātajā mazāko kvadrātu metodē risina nosacītās optimizācijas uzdevumu $Q(\hat{\beta}_R) = \min \{Q(b) \mid b \in \mathbb{R}^{m,1}, Rb = r\}$.

Šī uzdevuma globālais nosacītais minimizators ir $\hat{\beta}_R(r) = \hat{\beta} + (X'X)^{-1}R'S(r - R\hat{\beta})$.

Lagranža reizinātājs ir $\lambda^*(r) = 2 [R(X'X)^{-1}R']^{-1}(r - R\hat{\beta})$.

Lineārās hipotēzes $H_0: R\beta = r$ pārbaudei izmanto testa statistiku

$$(10) TS(r) = \frac{[Q(\hat{\beta}_R) - Q(\hat{\beta})]/k}{Q(\hat{\beta})/(n-m)} = \frac{n-m}{k Q(\hat{\beta})} Q(\hat{\beta}_R) - \frac{n-m}{k}.$$

Ja nosacījuma $R\beta = r$ vietā ir nosacījums $R\beta = r + \Delta r$, tad saskaņā ar vienādību (9), $Q(\hat{\beta}_R)$ vērtība mainās par $\lambda^*(r) \cdot \Delta r + o(|\Delta r|)$.

Atmetot $o(|\Delta r|)$, iegūsim

$$(11) TS(r + \Delta r) = TS(r) + \frac{n-m}{k Q(\hat{\beta})} \lambda^*(r) \Delta r$$

Sakarība (11) rāda, kā mainās testa statistikas vērtība, ja nulles hipotēzes $R\beta = r$ labā puse mainās par Δr . Atkarībā no testa statistikas vērtības izmaiņas varam spriest par P -vērtības izmaiņu.

Tādējādi Lagranža reizinātājs $\lambda^*(r)$ ļauj spriest par vektora r izmaiņām, kas samazina vai palielina P -vērtību.

Praktiski tas, piemēram, lietojams šādi.

Pieņemsim, ka iegūtā P -vērtība ir tik maza, ka nulles hipotēze jānoraida. Lagranža reizinātājs $\lambda^*(r)$ rāda, kā jāmaina nosacījuma $R\beta = r$ labā puse, lai P -vērtība palielinātos un mēs tuvotos hipotēzei, kura nav jānoraida.

Ja iegūtā P -vērtība ir tik liela, ka nulles hipotēze nav jānoraida, tad Lagranža reizinātājs $\lambda^*(r)$ ļauj spriest, kā jāmaina nosacījuma $R\beta = r$ labā puse, lai P -vērtība samazinātos un mēs tuvotos hipotēzei, kura ir jānoraida.

6. Teorētiskā rezultāta praktiska aprobācija.

Ilustrēsim Lagranža reizinātāja nozīmi ar piemēra palīdzību.

Kā piemēru izmantosim O. Krastiņa datus [8]. Aprēķini veikti ar *Microsoft Excel*.

Graudaugu ražība cnt/ha	Tirumu kvalitātes novērtējums ballēs	Izlietotais minerālmēslojums cnt/ha
y	x1	x2
24,1	33	1,57
45,3	49	2,87
29	32	1,8
20,6	38	0,83
35,4	40	2,57
43,3	51	3,02
29,8	35	1,37
23	37	1,26
23,2	36	0,72
28,1	37	1
40	43	3,48

Graudaugu ražība cnt/ha	Tirumu kvalitātes novērtējums ballēs	Izlietotais minerālmēslojums cnt/ha
45,8	44	3,68
44,7	43	3,44
45,8	59	2,38
34,6	40	2,05
30,2	25	2,7
22,5	34	0,7
23,1	36	1,04
32,2	37	2,56
45,3	51	3,06

6.1. Ģenerālās pamatsakarības $y = \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 + u$, kur $u \sim N(0, \sigma^2)$, vērtēšana.

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0,9701
R Square	0,9412
Adjusted R Square	0,9343
Standard Error	2,3708
Observations	20

ANOVA

	df	σ	MS	F	Significance F
Regression	2	1529,2064	764,6032	136,0311	3,47E-11
Residual	17	95,5536	5,6208		
Total	19	1624,76			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%
Intercept	-0,8137	2,8212	-0,2884	0,77651135	-6,7660	5,1386
x1	0,5269	0,0793	6,6484	0,00000411	0,3597	0,6941
x2	6,1936	0,6270	9,8776	0,00000002	4,8707	7,5165

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modelī bez ierobežojumiem:

$\hat{\beta}_1$	0,5269
$\hat{\beta}_2$	6,1936
$\hat{\beta}_3$	-0,8137

6.1.1. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 0$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modelī ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	0,0000
$\hat{\beta}_{R2}$	8,2428
$\hat{\beta}_{R3}$	15,9490

Lagranža reizinātājs: $\lambda^* = -943,0477$;

testa statistika: TS = 44,2015; P-vērtība = 4,1106E-06.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 0 + 0,01$	42,5237	5,2308E-06	42,5396	5,2187E-06
$H_0: \beta_1 = 0 + 0,001$	44,0337	4,2096E-06	44,0339	4,2095E-06
$H_0: \beta_1 = 0 - 0,01$	45,8793	3,2520E-06	45,8952	3,2449E-06

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,1779 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, TS = 0,1779 (344,0012 + (-943,0477) $\cdot \Delta r$) - 17.

6.1.2. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 0,3$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modelī ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	0,3000
$\hat{\beta}_{R2}$	7,0760
$\hat{\beta}_{R3}$	6,4049

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = -406,1102$;

testa statistika: TS = 8,1970; P-vērtība = 1,0773E-02.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 0,3 + 0,01$	7,4745	1,4135E-02	7,4905	1,4049E-02
$H_0: \beta_1 = 0,3 + 0,001$	8,1248	1,1065E-02	8,1250	1,1064E-02
$H_0: \beta_1 = 0,3 - 0,01$	8,9196	8,2887E-03	8,9355	8,2418E-03

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,1779 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, TS = 0,1779 (141,6275 + (-406,1102) $\cdot \Delta r$) - 17.

6.1.3. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 1$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modelī ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	1
$\hat{\beta}_{R2}$	4,3537
$\hat{\beta}_{R3}$	-15,8646

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = 846,7440$;

testa statistika: TS = 35,6348; P-vērtība = 1,5229E-05.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 1 + 0,01$	37,1412	1,1914E-05	37,1571	1,1883E-05
$H_0: \beta_1 = 1 + 0,001$	35,7854	1,4855E-05	35,7856	1,4855E-05
$H_0: \beta_1 = 1 - 0,01$	34,1283	1,9612E-05	34,1442	1,9559E-05

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,1779 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, TS = 0,1779 (295,8493 + 846,7440 $\cdot \Delta r$) - 17.

6.1.4. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 0, \beta_2 = 0$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modeli ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	0
$\hat{\beta}_{R2}$	0
$\hat{\beta}_{R3}$	33,3

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = (-2151,600, -310,760)$;

testa statistika: $TS = 136,0311$; P-vērtība = 3,47048E-11.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 0 + 0,01$ $\beta_2 = 0 + 0,02$	133,5643	4,01735E-11	133,5780	4,01404E-11
$H_0: \beta_1 = 0 + 0,001$ $\beta_2 = 0 + 0,002$	135,7844	3,52124E-11	135,7845	3,52121E-11
$H_0: \beta_1 = 0 + 0,001$ $\beta_2 = 0 - 0,002$	135,8950	3,49839E-11	135,8951	3,49837E-11

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,0890 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, $TS = 0,0890 (1624,760 + (-2151,60) \cdot \Delta r_1 + (-310,76) \cdot \Delta r_2) - 8,5$.

6.1.5. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 0,3, \beta_2 = 5$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modeli ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	0,3
$\hat{\beta}_{R2}$	5
$\hat{\beta}_{R3}$	10,775

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = (-710,500, -78,269)$;

testa statistika: $TS = 11,3257$; P-vērtība = 7,4751E-04.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 0,3 + 0,01$ $\beta_2 = 5 + 0,02$	10,5544	1,0474E-03	10,5682	1,0409E-03
$H_0: \beta_1 = 0,3 + 0,001$ $\beta_2 = 5 + 0,002$	11,2486	7,7269E-04	11,2487	7,7265E-04
$H_0: \beta_1 = 0,3 + 0,001$ $\beta_2 = 5 - 0,002$	11,2764	7,6349E-04	11,2765	7,6346E-04

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,0890 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, $TS = 0,0890 (222,8725 + (-710,500) \cdot \Delta r_1 + (-78,269) \cdot \Delta r_2) - 8,5$.

6.1.6. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 0,8, \beta_2 = 5$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modeli ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	0,8
$\hat{\beta}_{R2}$	5
$\hat{\beta}_{R3}$	-9,225

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = (469,5000, -4,9590)$;
 testa statistika: $TS = 5,96614$; P-vērtība = $1,0891E-02$.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 0,8 + 0,01$ $\beta_2 = 5 + 0,02$	6,37496	8,5938E-03	6,38874	8,5265E-03
$H_0: \beta_1 = 0,8 + 0,001$ $\beta_2 = 5 + 0,002$	6,00702	1,0633E-02	6,00716	1,0632E-02
$H_0: \beta_1 = 0,8 + 0,001$ $\beta_2 = 5 - 0,002$	6,00879	1,0622E-02	6,00887	1,0621E-02

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,0890 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, $TS = 0,0890 (469,5000 + 941,500 \cdot \Delta r_1 + (-4,9590) \cdot \Delta r_2) - 8,5$.

6.1.7. Hipotēze $H_0: \beta_1 = 1, \beta_2 = 5$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modelī ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{R1}$	1
$\hat{\beta}_{R2}$	5
$\hat{\beta}_{R3}$	-17,225

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = (941,500, 24,365)$;
 testa statistika: $TS = 18,51774$; P-vērtība = $5,3832E-05$.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_1 = 1 + 0,01$ $\beta_2 = 5 + 0,02$	19,39860	4,0984E-05	19,41238	4,0812E-05
$H_0: \beta_1 = 1 + 0,001$ $\beta_2 = 5 + 0,002$	18,60583	5,2363E-05	18,60596	5,2361E-05
$H_0: \beta_1 = 1 + 0,001$ $\beta_2 = 5 - 0,002$	18,59716	5,2506E-05	18,59724	5,2505E-05

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,0890 \cdot \lambda \cdot \Delta r$, $TS = 0,0890 (303,7225 + 941,500 \cdot \Delta r_1 + 24,365 \cdot \Delta r_2) - 8,5$.

6.2. Ģenerālo pamatsakarību

$y^{(1)} = \beta_{11} x_{11} + \beta_{12} x_{12} + \beta_{13} + u^{(1)}$, kur $u^{(1)} \sim N(0, \sigma^2)$,

$y^{(2)} = \beta_{21} x_{21} + \beta_{22} x_{22} + \beta_{23} + u^{(2)}$, kur $u^{(2)} \sim N(0, \sigma^2)$, vērtēšana.

y	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{21}	x_{22}	x_{23}
20,6	38	0,83	1	0	0	0
22,5	34	0,7	1	0	0	0
23	37	1,26	1	0	0	0
23,1	36	1,04	1	0	0	0
23,2	36	0,72	1	0	0	0
24,1	33	1,57	1	0	0	0
28,1	37	1	1	0	0	0
29	32	1,8	1	0	0	0
29,8	35	1,37	1	0	0	0

y	x ₁₁	x ₁₂	x ₁₃	x ₂₁	x ₂₂	x ₂₃
30,2	25	2,7	1	0	0	0
32,2	0	0	0	37	2,56	1
34,6	0	0	0	40	2,05	1
35,4	0	0	0	40	2,57	1
40	0	0	0	43	3,48	1
43,3	0	0	0	51	3,02	1
44,7	0	0	0	43	3,44	1
45,3	0	0	0	49	2,87	1
45,3	0	0	0	51	3,06	1
45,8	0	0	0	44	3,68	1
45,8	0	0	0	59	2,38	1

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modeli bez ierobežojuma:

$\hat{\beta}_{11}$	0,0933	$\hat{\beta}_{21}$	0,6059
$\hat{\beta}_{12}$	4,5618	$\hat{\beta}_{22}$	5,5641
$\hat{\beta}_{13}$	16,2337	$\hat{\beta}_{23}$	-2,6448

Hipotēze $H_0: \beta_{11} = \beta_{21}, \beta_{12} = \beta_{22}$.

Koeficientu estimatoru novērotās vērtības modeli ar ierobežojumu:

$\hat{\beta}_{11}$	0,5463	$\hat{\beta}_{21}$	0,5463
$\hat{\beta}_{12}$	6,4076	$\hat{\beta}_{22}$	6,4076
$\hat{\beta}_{13}$	-1,7020	$\hat{\beta}_{23}$	-2,3791

Lagranža reizinātājs $\lambda^* = (48,2198, -4,2302)$;

testa statistika: TS = 0,84369; P-vērtība = 0,450860.

Hipotēzes variācijas	Paredzētā TS	Paredzētā P-vērtība	Patiesā TS	Patiesā P-vērtība
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} - 0,1$ $\beta_{12} = \beta_{22} + 0,1$	0,41145	0,670445	0,47307	0,632694
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} - 0,01$ $\beta_{12} = \beta_{22} + 0,01$	0,80047	0,468642	0,80109	0,468383
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} - 0,001$ $\beta_{12} = \beta_{22} + 0,001$	0,83937	0,452603	0,83938	0,452601
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} - 0,01$ $\beta_{12} = \beta_{22} - 0,01$	0,80744	0,465720	0,80784	0,465555
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} - 0,1$ $\beta_{12} = \beta_{22} - 0,1$	0,48117	0,627911	0,52077	0,605132
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} + 0,1$ $\beta_{12} = \beta_{22} - 0,1$	1,27594	0,309718	1,33755	0,294046
$H_0: \beta_{11} = \beta_{12} + 0,01$ $\beta_{12} = \beta_{22} - 0,01$	0,88692	0,433845	0,88753	0,433608

Paskaidrojums: $\Delta TS = 0,0824 \cdot \lambda$ $\Delta r, TS = 0,08241 (48,21978 + 941,500 \Delta r_1 + (-4,23021) \cdot \Delta r_2) - 7$.

7. Secinājumi un priekšlikumi.

7.1. Lineāras hipotēzes pārbaudē ar vispārinātās mazāko kvadrātu metodes palīdzību rekomendējam testa P-vērtības jutīguma analizē izmantot Lagranža reizinātāju.

7.2. Testa P-vērtības jutīguma analīzes metodes aprobācija uz piemēra bāzes liecina par labu praktisku pielietojamību.

7.3. Piedāvājam firmai *SPSS Inc* iekļaut šo testa P-vērtības jutīguma analīzes metodi ar Lagranža reizinātāja palīdzību savos datorproduktos.

LITERATŪRA

1. Ramu Ramanathan. *Statistical Methods in Econometrics* . Academic Press, 1993.
2. Ramu Ramanathan. *Introductory Econometrics with Applications* . 4th Edition. The Dryden Press, 1998.
3. Christopher Dougherty. *Introduction to Econometrics*. Oxford University Press, 1992.
4. Maddala G. S. *Introduction to Econometrics* . 2nd Edition. Prentice Hall, 1992.
5. Jürgen Bortz. *Statistik für Sozialwissenschaftler* . 4. Auflage. Springer-Verlag, 1993.
6. Gujarati, Damodar N. *Essentials of Econometrics*. McGraw-Hill, Economic Series, 1992.
7. Матнус Я. Р., Катышев П. К., Пересецкий А. А. *Эконометрика*. Начальный курс. Академия народного хозяйства. Москва, "Дело", 1998.
8. Krastiņš Oļģerts. *Varbūtību teorija un matemātiskā statistika*. Otrais izdevums. Rīga: "Zvaigzne", 1985.
9. Krastiņš Oļģerts. *Statistika un ekonometrija*. Mācību grāmata augstskolām. Rīga: "Latvijas statistika", 1998.
10. SPSS Base 7.5 for Windows. User's Guide. SPSS Inc. 1997. ISBN 0-13-657214-6.
11. SPSS Base 7.5 Applications Guide. SPSS Inc. 1997. ISBN 0-13-656992-7.

The Interpretation of Lagrange Multipliers during Testing of the Linear Hypothesis Using the Generalized Least Squares Method

Summary

In this paper we investigate the interpretation of Lagrange multipliers during testing of the linear hypothesis using the generalized least square method GLS. As it is known, solving of the conditional optimization problems with the help of Lagrange function it gives us also Lagrange multiplier as a vector. Because of the maintenance of this vector, Lagrange multiplier is always interpreted and used as a tool of sensitivity analysis in operations research. The studies of a wide set of literature in econometrics convinced the authors of this paper, that Lagrange

multiplier in GLS has not been interpreted. For example, Lagrange multiplier is not interpreted in the following significant books:

Ramu Ramanathan. *Statistical Methods in Econometrics*. Academic Press, 1993.

Jürgen Bortz. *Statistik für Sozialwissenschaftler*. 4. Auflage. Springer-Verlag, 1993.

Even more surprising is the fact that Lagrange multiplier is not calculated in the *SPSS Base 7.5 for Windows*.

Krievijas krīzes ietekme uz eksporta un importa situāciju Baltijas valstīs

Influence of Russian Crisis Upon Export and Import Situation in the Baltic States

Evija Kopeika

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5-332, Rīga, LV-1050

Rakstā ir analizēta eksporta un importa attīstības dinamika Latvijā. Darba mērķa (novērtēt situāciju Latvijas ārējā tirdzniecībā) sasniegšanai ir izvirzīti vairāki uzdevumi: 1) izpētīt eksporta, importa statistikas datus Latvijā, Lietuvā un Igaunijā, sākot no 1992. gada; 2) izanalizēt Krievijas krīzes ietekmi uz šo valstu ārējo tirdzniecību; 3) salīdzināt eksporta ieņēmumus un importa izdevumus. Analizējot Latvijas eksporta situāciju salīdzinājumā kā ar Lietuvu, Igauniju, tā arī ar plašo importu Latvijā, ir secināts, ka, lai uzlabotu situāciju Latvijas ārējā tirdzniecībā, nepieciešams pārorientēties uz citu nozaru eksporta stimulēšanu, piemēram, lauksaimniecības produktu.

Atslēgvārdi: imports, eksports

KRIEVIJAS KRĪZES IETEKME UZ EKSPORTA UN IMPORTA SITUĀCIJU BALTIJAS VALSTĪS

Eksporta nostiprināšana ir vitāli svarīgs risināms uzdevums jebkurai valstij, arī Latvijai, it īpaši pašreizējā ekonomiskajā situācijā, kad imports nevēlami pārsniedz eksportu. Tas ir nozīmīgs faktors ārzemju valūtas piesaistīšanai un ražošanas nozaru darbības sekmēšanai. Eksporta dinamika un attīstība liecina par valsts ekonomiskā sektora noturīgumu, kā arī par uzņēmumu un mājsaimniecību konkurētspēju ārvalstu tirgos. Ir svarīgi valstij rūpēties par katras nozares ārējās tirdzniecības attīstīšanu, jo tas rada papildu līdzekļus, kas ieplūst gan nodokļu veidā "valsts kasē", gan attīstot uzņēmumus un radot papildu darbavietu nodrošinājumu iedzīvotāju "makos". Tas stimulē valsts iekšzemes kopprodukta pieaugumu, dod iespēju ražotājiem samazināt savas ražošanas izmaksas, paplašināt tirdzniecības zonu un paaugstināt produktu kvalitāti. Mūsdienā Latvijas ekonomikā eksports ir kļuvis par lielu balstu tautsaimniecībai.

Krievijas rubļa kursa straujais kritums attiecībā pret ASV dolāru pagājušā gadsimta beigās un vēl joprojām kaimiņos esošā nestabilitāte ir jūtami ietekmējusi arī Baltijas valstu uzņēmumu darbu.

Saskaņā ar ekonomikas pētījumiem kopumā Latvijas eksports uz Krieviju krīzes dēļ ir samazinājies aptuveni par 20%, savukārt no Lietuvas tas samazinājās pat trīs reizes, tiesa, šeit nav ņemts vērā kopējais Latvijas eksportēto preču apjoms uz NVS valstīm – arī šo valstu ekonomika tomēr lielā mērā ir saistīta ar Krieviju.

Praktiski visi Latvijas pārtikas pārstrādes uzņēmumi, kam līdz krīzei noietu tirgus bija Krievija, to īpaši neaizstājot, pārtrauca jebkādu sakarus ar šo valsti tās maksātnespējas dēļ. Daži gan (piemēram, Ave Lat grupas uzņēmums 'Salacgrīva '95') darījumus mēģina kārtot bartera formā, par samaksu nedrošo Krievijas rubļu vietā saņemot citas preces vai ražošanā nepieciešamās izejvielas. Līdzīgi rīkojās arī medikamentu ražotājs "Olainfarm", taču šā uzņēmuma realizācija, salīdzinot ar plānoto, ir samērā niecīga. Savukārt saldumu ražotājs "Laima" nolēma uz Sanktpēterburgu nosūtīto produkciju vest atpakaļ un realizēt citā tirgū [2].

Mūsdienu globalizācijas apstākļos veidojas arvien ciešāki sakari starp dažādām pasaules valstīm. Deviņdesmito gadu beigās Igaunijai bija ekonomiskās attiecības ar vairāk nekā 150 pasaules valstīm. Arvien biežāk tiek runāts par pasaules ekonomiku. Ekonomisko plūsmu modelis būtu pilnīgs, ja līdzās mājāsaimniecībām un uzņēmumiem tajā iekļautu arī ārzemniekus un starptautisko tirgu. Tas palīdzētu attīstīt valsts ekonomiku un sekmēt preču un pakalpojumu apmaiņu starp dažādām valstīm.

Ja salīdzina tikai kopējos Igaunijas un Latvijas eksporta rādītājus, var apgalvot, ka Igaunijas straujā eksporta pieaugums ir kronas piesaistes eiro rezultāts. Taču rūpīgāk izvērtējot izmaiņas Igaunijas eksporta dinamikā pa precēm un valstīm, jāsecina, ka eiro kursa pavājināšanās nebūt nav bijis Igaunijas eksporta pieauguma iemesls. Patiesībā ir pat grūti saskatīt, kur Igaunija ir intensīvi izmantojusi eiro kursa pavājināšanās priekšrocības. Igaunija jau vairākus gadus ir vienīgā valsts, kuras precēm Krievija noteikusi dubultos muitas tarifus, un tie ir spēkā joprojām. Lai arī sākotnēji Krievijas spiediens radīja nopietnus zaudējumus uzņēmumiem, kas orientējās uz austrumu tirgu, kopumā tas nav ļoti kaitējis Igaunijas ekonomikai.

Krievijas ekonomiskais spiediens faktiski bija ļoti lietderīgs Igaunijas ekonomikai, jo tas ir veicinājis straujāku ekonomikas attīstību. Kad Krievija sāka izmantot ekonomisko spiedienu, Igaunija bija spiesta pārorientēties no austrumu tirgus uz rietumu tirgiem. Tas, protams, sākumā nebija tik viegli, jo uzņēmumi bija spiesti ieviest jaunas iekārtas, tehnoloģijas un darba kultūru, kā arī piesaistīt investīcijas. Bet tas ir bijis pamats Igaunijas ekonomikas straujai un pozitīvai attīstībai.

Ekonomiskie procesi Krievijā negatīvi ietekmē arī mūsu valsti – Latvijas ekonomiskās izaugsmes tempi tika bremsēti, jo Krievija, it īpaši līdz krīzes periodam, bija viena no lielākajām mūsu valsts tirdzniecības un finanšu partnerēm [9].

1997. gadā 21% no Latvijas precēm pirka Krievijā, savukārt Krievijas preču īpatsvars Latvijas importā bija 15,6%. Lielā kaimiņvalsts izmantoja aptuveni 70% mūsu valsts sniegto tranzitpakalpojumu. Tādējādi aptuveni 5,5% no mūsu

iekšzemes kopprodukta saistīti ar darījumiem ar Krieviju. Mūsu valstu finanšu tirgi ir saistīti, jo kā Latvijas, tā Krievijas uzņēmēji ir savstarpēji investējuši savus līdzekļus valsts tautsaimniecībā.

Latvija no Krievijas pārsvarā iaved minerālos produktus, metālus, ķīmisko un mašīnbūves produkciju. Bet uz Krieviju eksportē pārsvarā pārtikas produktus – 35,5% no Krievijas eksporta. Latvijas Ekonomikas ministrijas speciālisti uzskata, ka Krievijā ražotie pārtikas produkti var konkurēt ar Latvijas produktiem savā tirgū, īpaši apstākļos, kad pieaug inflācija un samazinās iedzīvotāju pirktspēja. Tas nozīmē, ka jau teorētiski tirdzniecības apgrozījumam starp mūsu valstīm būtu jāsamazinās [1].

Latvijas uzņēmumi un Latvijas tirdzniecības centri cits veiksmīgāk, cits mazāk veiksmīgi orientējas Krievijas krīzes radītajā situācijā un turpina tirgoties ar Krieviju dažādos veidos. Vairāki Latvijas uzņēmēji izmanto citas metodes darījumiem ar mūsu kaimiņvalsti, piemēram, stingri tiek pielietots princips – vispirms nauda un tikai tad prece, vai arī prece tiek piegādāta tikai nelielos apjomos. Turklāt Latvijas pusi interesē tikai tie darījumi, kas noslēgti ārvalstu valūtā.

Pašreizējā situācija nav vērtējama viennozīmīgi. Sākoties pirmajām būtiskajām nesaskaņām ar Krieviju, mūsu uzņēmēji pakāpeniski izmaina savas tirdzniecības metodes un meklē citus preču noieta tirgus, jo tirgoties tikai ar vienu valsti ir ļoti bīstami.

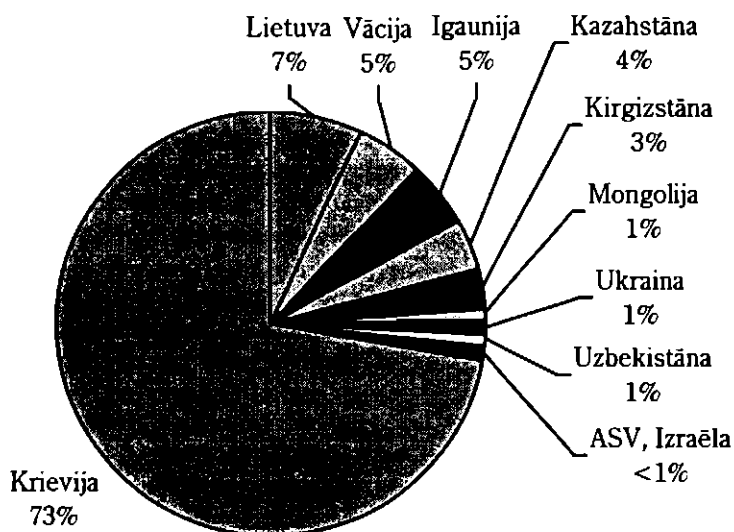
Krievijas krīze parādīja arī to, ka starpvalstu noslēgtie brīvās tirdzniecības līgumi (BTL) bieži vien nedarbojas vai tajos ir būtiski trūkumi. Līdz 1998. gadam Latvijas uzņēmēji pat īpaši nemēģināja izmantot noslēgto līgumu priekšrocības, jo galvenais bija Krievijas tirgus, bet nu izrādās, ka daudzi BTL ir noslēgti, īpaši nedomājot par valstu reālo ekonomisko sadarbību, drīzāk gan vadoties pēc principa, lai vispār būtu līgums.

Kā liecina EM dati, Krievijas krīzes dēļ 1998.-1999.gada laikā ir samazinājušies Latvijas eksporta apjomi. Gada laikā eksporta apjoms uz Krieviju bija samazinājies par 6,8 miljoniem latu jeb 50,5%. Taču, sākot no 2001. gada, eksporta apjomi atkal nedaudz pieaug. Šo notikumu dēļ pasliktinājās banku darbības rādītāji, taču Latvijas finanšu sistēma kopumā ir stabila. Vairums banku Krievijas radītos zaudējumus ir spējušas pārciest, saglabājot kapitāla bāzi, kas ļauj tām turpināt darbu. Par vienu no pozitīvajiem momentiem var uzskatīt to, ka Krievijas krīzes rezultātā, pēc EM datiem, nav būtiski samazinājušās ārvalstu investoru intereses ieguldīt Latvijā savus līdzekļus, vienīgi ir atlikta atsevišķu projektu īstenošana, kuri orientēti uz NVS valstīm.

Krievijas tirgus parādīja, ka jānotiek tirgus pārorientācijai, kā arī to, ka uzņēmēji nespēj vienoties par kopēju ārējās stratēģijas politiku.

Piemēram, A/S "Laima" pirms krīzes savu eksportu galvenokārt orientēja uz NVS valstu, to skaitā – Krievijas tirgu. No kopējā eksporta uz šo valsti tika eksportēti 73%, tagad vairs 10% (skat. 1. att. un 2. att.).

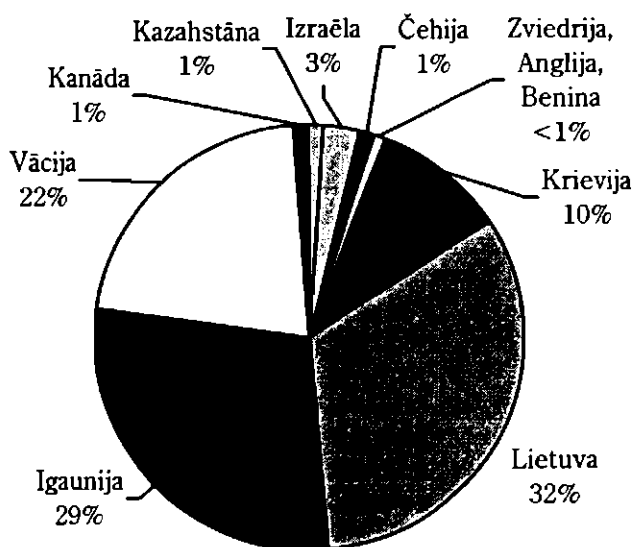
Lai arī piensaimnieki galvenokārt bijuši orientēti uz ES valstu tirgiem, Krievijas tirgus tika uzskatīts par vienu no perspektīvākajiem, pieaugot piena produktu ražošanas apjomiem. Piena pārstrādes uzņēmumi Krievijas krīzes ietekmi vairāk izjūt pastarpināti, kritoties iedzīvotāju pirktspējai un pastiprinoties konkurencei vietējā un Baltijas tirgū, kas savukārt veicināja produkcijas cenu krišanos.



1. att. A/s Laima produkcijas eksports 1998. gada sešos mēnešos

Point stock company "Laima" production export in 1998 six months

Avots: Latvijas statistikas grāmata 2001.



2. att. A/s Laima produkcijas eksports 1999.gada sešos mēnešos

Point stock company "Laima" production export in 1999 six months

Avots: Direction of trade statistics yearbook 2000

Salīdzinot 1998. gada un 1999. gada datus, redzams, ka A/S "Laima" produkcijas eksports uz Krieviju ir samazinājies 7,3 reizes, uz Kazahstānu 4 reizes. Uz tādām valstīm kā Kirgizstāna, Mongolija, Ukraina un Uzbekistāna šāda veida prece vairs netiek eksportēta. Toties krass eksporta pacēlums ir uz Lietuvu, kas ir palielinājies 4,7 reizes, uz Igauniju – 5,8 reizes un Vāciju – 4,4 reizes.

Ārējās tirdzniecības dati ir aprēķināti, izmantojot informāciju no muitas kravas deklarācijām un statistikas pārskatiem.

Preču eksports uzrādīts faktiskajās FOB cenās. Tā ir preces cena, kuru veido preces vērtība, ieskaitot transporta un apdrošināšanas izmaksas līdz eksportētājvalsts robežai.

Preču importa dati, sākot ar 1995. gadu, uzrādīti faktiskajās CIF cenās. Tā ir preces cena, kuru veido preces vērtība, ieskaitot transporta un apdrošināšanas izmaksas līdz importētājvalsts robežai.

Ievestās un izvestās preces ir klasificētas atbilstoši Latvijas kombinētajai nomenklatūrai, kuras pamatā ir harmonizēta preču aprakstīšanas un kodēšanas sistēma un Eiropas Savienības kombinētā nomenklatūra.

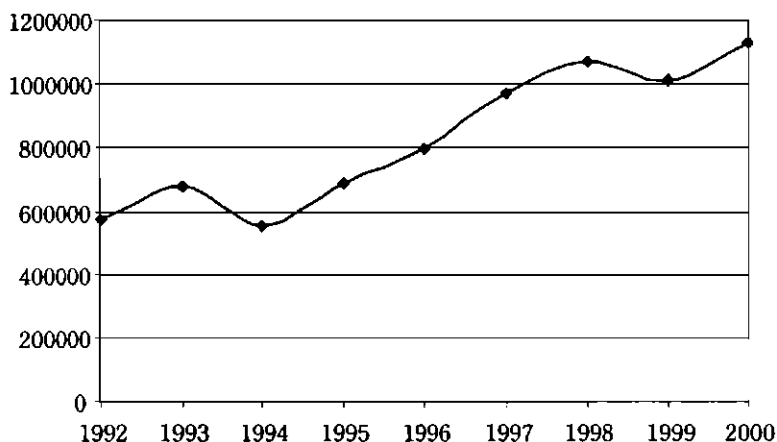
1. tabula

**Latvijas eksports pa valstu grupām (1992.-2000.g.)(LVL)
Latvian export in states' groups (1992-2000)**

Gads	Latvijas eksports uz		Pavisam
	ES	NVS	
1992	228354	257717	572666
1993	225359	321590	675611
1994	217044	236375	553437
1995	303212	263561	688413
1996	355457	284764	795172
1997	474807	286848	971749
1998	604459	202611	1068852
1999	630655	121205	1008333
2000	730956	98255	1131315

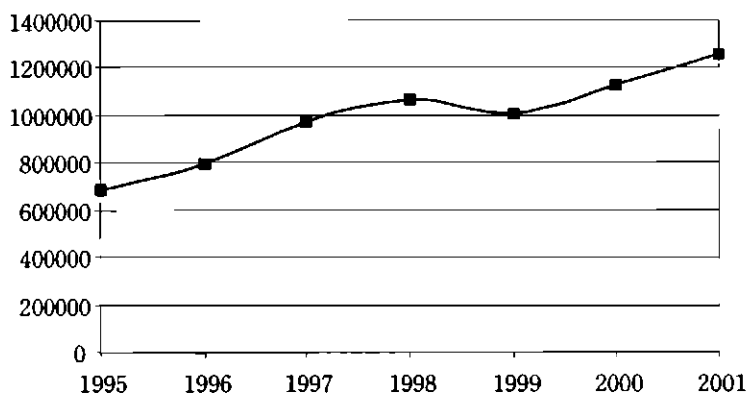
Avots: Direction of trade statistics yearbook 2000.

Aplūkojot 1. tabulu, redzams, ka no 1992. gada līdz 2000. gadam eksports uz ES valstīm ir palielinājies, toties uz NVS valstīm ir samazinājies. Salīdzinot datus, eksporta pieaugums uz ES ir 3,20097743 reizes, bet kritums uz NVS ir 2,6229403 reizes. No 1992. gada līdz 1994. gadam lielākā eksporta daļa aiziet NVS valstīm, bet, sākot ar 1995. gadu, krass eksporta palielinājums ir uz ES valstīm.



3. att. Eksporta tendences, sākot ar 1992. gadu (LVL)
Export tendencies starting from the 1992 (LVL)

Pēc 3. attēla ir skaidri redzams, ka Latvijas ienākumi no eksporta pieaug ar katru gadu. Tikai 1994. gadā un 1999. gadā eksportu ir ietekmējuši dažādi faktori Latvijas un citu valstu ekonomikā. Situācija Lietuvā un Igaunijā ir ļoti līdzīga.

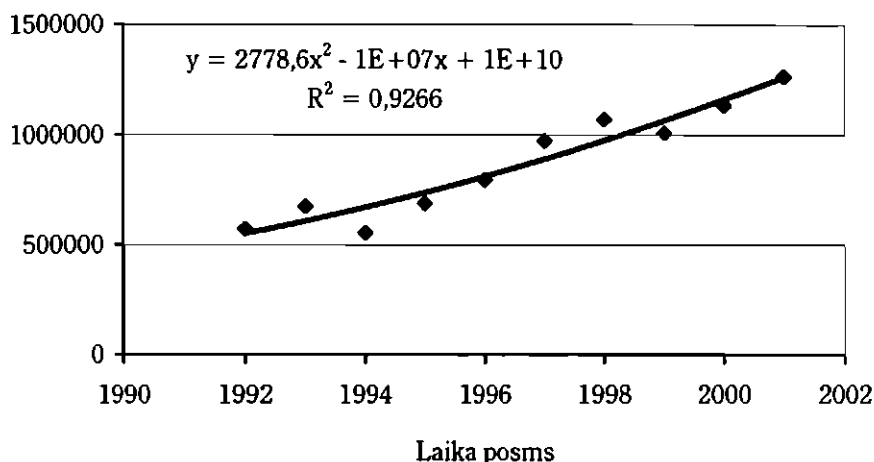


4. att. Latvijas ienākumi no eksporta (LVL)
Latvia's incomes from export (LVL)

No 4. attēla var viegli izsekot Latvijas ienākumus. Ar katru gadu ienākumi no eksporta palielinās, izņemot laika periodu, kuru ietekmējusi Krievijas krīze.

Lai veiksmīgi varētu pētīt ekonomikas procesus Latvijā un veicināt Latvijas ekonomisko attīstību, nepieciešams prognozēt turpmākos iespējamos ienākumus, eksporta apjomu un tendences.

Poligons



5. att. Ienākumi no eksporta (LVL) Income from export (LVL)

Šī rezultāta sasniegšanai varētu izmantot regresiju analīzi. Apskatīsim datus par kopējiem ieņēmumiem no eksporta (skat. 1. tabulu).

Lai gan datu pagaidām vēl nav tik daudz kā varētu vēlēties, visprecīzākos rezultātus var pētīt un prognozēt ar ticamību līdz 92,26%.

Ja salīdzina eksporta situāciju ar tuvākajām kaimiņvalstīm, var vērot šādu situāciju:

2. tabula

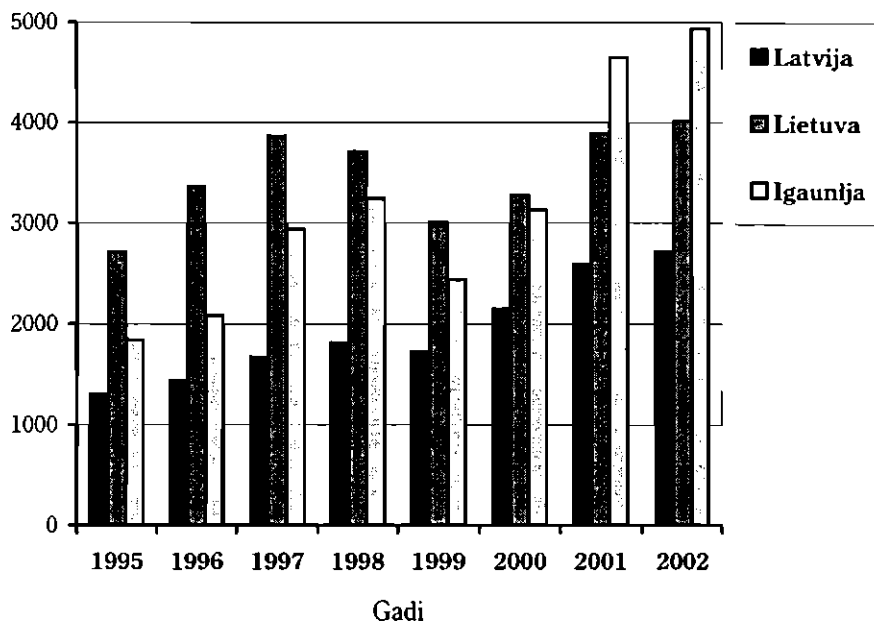
Preču eksports (FOB cenās, milj. ASV dolāru) Export of Goods (in FOB prices, million USD)

	1995.	1996.	1997.	1998.	1999.
Igaunija	1840	2076	2935	3245	2438
Latvija	1305	1443	1671	1811	1724
Lietuva	2706	3356	3863	3711	3004

Avots: "Latvia, Lithuania. Foreign trade 2001." Statistical Yearbook of Estonia 2001

Salīdzinot preču eksportu Baltijas valstīs, redzams, ka Latvijā tas ir viszemākais. 1995., 1996. un 1999. gadā Igaunija preču eksporta ziņā Latviju pārspēj 1,4 reizes, bet 1997. un 1998. gadā – 1,8 reizes. Salīdzinot Latviju un

Lietuvu, 1995. un 1998. gadā preču eksports Lietuvā ir 2,1 reizi augstāks, 1996. un 1997. gadā – 2,3 reizes, bet 1999. gadā – 1,7 reizes.



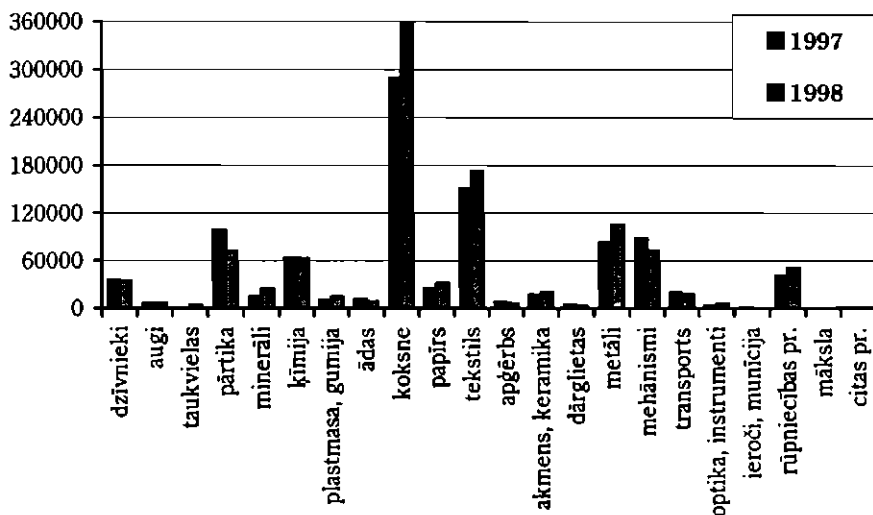
6. att. Preču eksports Baltijas valstīs (ASV dolāri (*100))

Export of goods in the Baltic states (USD (*100))

Avots: Latvijas statistikas grāmata 2001.

Pēc 6. attēla ir labi redzams, kāda ir ienākumu no eksporta attiecība starp Baltijas valstīm līdz 2002. gadam (Latvijas situācija nav tā labākā). Ja sākumposmā no eksporta lielākos ienākumus gūst Lietuva, tad, sākot ar 2000. gadu, liderpozīcijās izvirzās Igaunija. Līdz ar to Latvijai būtu vēlams meklēt jaunus risinājumus valsts valdības līmenī, kā paplašināt eksporta tirgus iespējas.

Lai veiksmīgāk varētu risināt šo jautājumu, pievērsīsimies eksportam pa preču grupām.



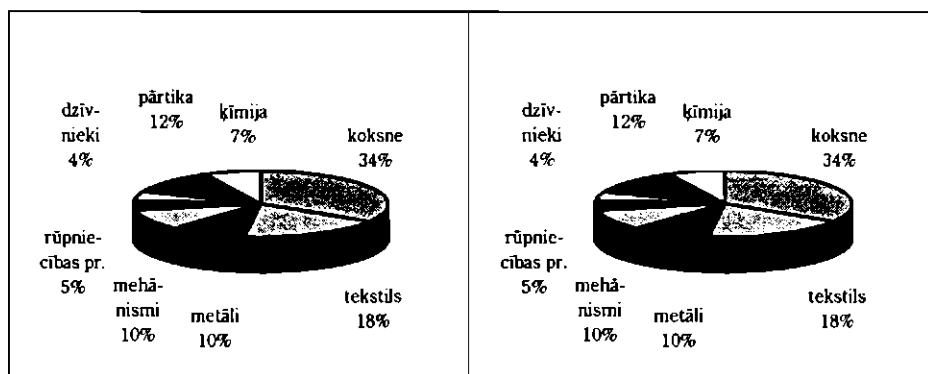
7. att. Latvijas eksports pa preču grupām 2000.-2001.gadā (* 1000 LVL)

Latvia's export in goods groups in 2000-2001 (* 1000 LVL)

Avots: Latvijas statistikas grāmata 2001.

Latvijas galvenā eksportprece ir koksne (7. attēls). Kokmateriālu eksportam ir tendence pieaugt, taču nākotnē tā vairs nevarētu būt. Kokmateriālu eksports vairs nav tik ienesīgs kā agrāk, jo konkurence palielinās un cenas pasaules tirgū krītas. Par spīti tam, arī koksnes eksporta tirgus daļa ir palielinājusies no 34% 2000. gadā uz 38% 2001. gadā. Otra lielākā eksportpreču grupa ir tekstils un tā izstrādājumi. Tomēr tās apjoms ir apmēram uz pusi mazāks nekā kokmateriālu izvestais daudzums. Vēl pieaudzis ir metālu, to izstrādājumu, minerālu, papīra un rūpniecības preču eksports, bet lopkopības produkcijas, pārtikas, mašīnu un mehānismu eksports, vai nu ir samazinājies, vai palicis nemainīgs.

Kopējais eksporta apjoms 2001. gadā salīdzinājumā ar 2000. gadu ir pieaudzis par 10%.



8. att. Nozīmīgākās eksportpreces
2000. gadā
Main export goods in 2000

9. att. Nozīmīgākās eksportpreces
2001. gadā
Main export goods in 2001

Avots: Latvia. Lithuania. Foreign trade 2001.

Aplūkojot 8. un 9. attēlu ir iespējams saskatīt nozīmīgāko eksportpreču īpatsvaru 2000. un 2001. gadā. Salīdzinot šo divu gadu dotos datus, redzams, ka koksnes, tekstila, metālu eksports ir palielinājies 1,1 reizi; mehānismu eksports samazinājies 1,3 reizes un pārtikas eksports 1,5 reizes; rūpniecības preču, dzīvnieku un ķīmijas eksports palicis tāds pats.

4. tabula

Imports pa valstu grupām (1992.-2000.g.) (LVL)
Import in states groups (1992-2000 year) (LVL)

Gads	Imports uz Latviju no		Pavisam
	ES	NVS	
1992	159770	203713	541520
1993	174940	244380	639247
1994	281685	211600	694588
1995	478589	270847	959636
1996	629465	326279	1278169
1997	841225	312160	1582352
1998	1039492	301063	1881285
1999	940166	258314	1723931
2000	1014082	327488	1933935

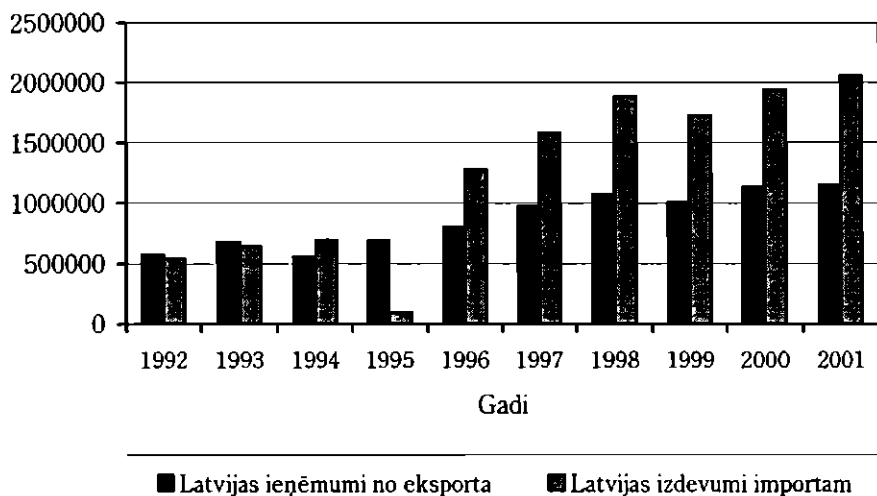
Avots: Latvia. Lithuania. Foreign trade 2001.

Tā kā uz koksnes eksporta pastāvīgu pieaugumu nevar paļauties, pie tam, jāpdomā arī par zaļās zonas saglabāšanu, varbūt varētu paaugstināt koksnei un koka izstrādājumiem pievienotās vērtības nodokli, kā arī būtu laiks domāt par kādas citas nozares attīstības stimulēšanu, piemēram, lauksaimniecības.

Lai spētu analizēt mūsu valsts iekšzemes kopproduktu, ir svarīgi aplūkot, ne tikai eksportēto preču daudzumu uz ārvalstīm, bet arī ieplūstošo preču importu Latvijā.

Aplūkojot 4. tabulā dotos skaitļus, redzams, ka Latvijā no 1992. gada līdz 2000. gadam importēto preču un pakalpojumu apjoms ir palielinājies 3,6 reizes. 1992. un 1993. gadā lielākā importa ieplūde ir no NVS valstīm, taču, sākot ar 1994. gadu, lielāko importa daļu Latvijā sastāda preces un pakalpojumi no ES valstīm.

Latvijas izdevumu (no importa) raksturliķni, salīdzinot ar ienākumiem pēc eksporta, var ērti izanalizēt no 10. attēla. Imports palielinās ar katru gadu. Vienīgais pieprasījuma samazināšanās periods ir novērojams 1998. gada laikā, t.i., Krievijas krīzes laikā.



10. att. Latvijas ieņēmumi no eksporta, salīdzinot ar izdevumiem no importa (LVL)
Latvia's expenditure due to import compared to incomes due to export (LVL)

Izanalizējot Latvijas eksportu un importu, ir redzams, ka eksports strauji attīstās un pieaug, bet diemžēl importa pieaugums ir daudz lielāks, un tāpēc eksporta un importa saldo ir negatīvs.

Iekšzemes kopprodukts ir noteikts valsts tautsaimniecības gada laikā saražotais galaprodukts naudas izteiksmē, to rada gan pastāvīgie, gan iebraukušie iedzīvotāji. To rēķinot, netiek ieskaitīti starpprodukti (t.i., produkti, ko uzņēmums nodod cits citam), bet tikai gala produkti, kuros ietilpst: patēriņa preces, kapitālpieces, krājumi.

Izmantojot iekšzemes kopprodukta klasisko formulu:

$$IKP = C + G + I + E,$$

kur

IKP – iekšzemes kopprodukts;

C – privātais patēriņš;

G – valsts patēriņš;

I – investīcijas;

E – tīrais eksports (eksports mīnuss imports),

tiek raksturots valsts attīstības līmenis. Tādēļ var secināt, ka Latvijas eksportam ir jāpalielinās, bet importam jāsamazinās, lai būtu vismaz līdzsvars, un līdz ar to pieaugtu Latvijas IKP. Latvijas eksports aug gausi, pārvarot ne mazums grūtību, kam ir ne tikai tīri ekonomisks raksturs, bet arī tas, ka LR importa attīstībai ir labvēlīgi apstākļi:

1. Latvijā importam ir radīta pozitīva gaisotne, to papildina labvēlīgs muitas režīms;
2. Latvijai manāmi trūkst enerģētisko resursu, ko koksne un kūdra nespēj aizstāt;
3. Materiālus, izejvielas, komplektējošas detaļas, plašs investīciju klāsts ir jāieved no citām valstīm;
4. Trūkumi muitas kontrolē vājina tās iekšējā tirgus aizsargpasākumus, ko pieļauj starptautiskās vienošanās, piemēram, kvalitātes jomā.

No apkopotajiem datiem var secināt, ka Latvijai ir raksturīgs liels importēto preču īpatsvars. Taču neskatoties uz dažādaļām grūtībām, kas ir radušās Baltijas valstu ekonomikā Krievijas krīzes un citu iemeslu dēļ, eksports šajās valstīs ar katru gadu pieaug. Tālaika situācija piespieda pārorientēt eksporta tirgu vairāk uz citām valstīm (piem., kā to veiksmīgi veica A/S "Laima" (1., 2.att.)), kā arī lika vairāk pedomāt par eksportējamās preces kvalitāti, kas ir viens no galvenajiem nosacījumiem preces pieprasījuma palielināšanai ārpus Latvijas robežām.

LITERATŪRA

1. Krievijas krīze arī Latvijā, *Neatkarīgā Rīta Avīze*, 1998. gada 23. septembris.
2. Krīze Krievijā gremdē Latvijas ekonomiku, *Vakara Ziņas*, 1998. gada 4. septembris.
3. Gadu pēc Krievijas krīzes saredz pozitīvas tendences, *Diena*, 1999. gada 17. augusts.
4. Latvijas statistikas grāmata 2001, LR Centrālā statistikas pārvalde, 2001.
5. G. Lībermanis. Ārējās tirdzniecības sakari un Latvija. Rīga: SLA "Kamene", 1998.
6. Directions of Trade Statistics Yearbook, 2000. pp. 300.-301.; pp. 945.-946.
7. International Financial Statistics, August 2002, pp. 66.-67.; pp. 550.-501.
8. Latvia, Lithuania. Foreign trade 2001, p. 19., p. 83., p. 90.
9. Statistical Yearbook of Estonia, 2001. Foreign trade.

Influence of Russian Crisis upon Export and Import Situation in the Baltic States

Summary

In the report the dynamics of export and import development in Latvia in the last decade has been analysed. So, to reach the aim of the paper (i.e., to estimate the current situation in Latvia's foreign trade), several tasks are to be set: 1) to explore the statistic data about export and import in Latvia, Lithuania and Estonia starting from the year 1992.; 2) to analyse the influence of Russian crisis on the foreign trade of these countries; 3) to compare the export income and import expenditure and estimate this situation. After the analysis of Latvia's export situation compared to Lithuania, Estonia, as well as extensive import in Latvia, it has been concluded that after considering all the circumstances in order to improve the situation it is necessary to stimulate the export of other branches, for instance, agricultural products.

Lauksaimniecības attīstību kavējošo faktoru analīze

The Analysis of the Obstructing Factors in the Development of Agriculture

Inta Kotāne

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5 - 426, Rīgā, LV-1050

E-pasts: inta@ru.lv

Lauksaimniecība ir viena no tautsaimniecības nozarēm, kuras attīstību ietekmē dažādi gan iekšējās, gan arī ārējās vides faktori.

Lauksaimnieciskās ražošanas attīstību kavējušos faktorus ir pētījuši Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija un Latvijas Valsts Agrārās ekonomikas institūts, Baltijas pētniecības datu centrs. Šie faktori nav pētīti atsevišķi pa reģioniem. Taču reģionālās atšķirības Latvijā ir būtiskas, respektīvi, arī kavējošie faktori varētu atšķirties dažādos reģionos. Tāpēc autore pētījusi tieši Latgales reģiona lauksaimnieciskās ražošanas attīstību kavējošos faktorus. Šajā darbā autore sniedz pētījuma rezultātus, kas saistīti ar lauksaimnieciskās ražošanas attīstību kavējošo faktoru salīdzinošo analīzi 2 gadu laikā. Pētījums veikts Rēzeknes rajonā, kurā ir visaugstākais bezdarba līmenis Latvijā.

Atslēgvārdi: lauksaimniecība, zemnieku saimniecības, attīstība, faktori, problēmas

Lauksaimniecība ir viena no tautsaimniecības nozarēm, kuras attīstību ietekmē dažādi gan iekšējās, gan arī ārējās vides faktori.

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (VARAM) un Latvijas Valsts Agrārās ekonomikas institūta (LVAEI) pētījuma rezultāti liecina, ka lauksaimnieciskās ražošanas attīstību kavē:

- sākuma kapitāla trūkums saimnieciskās darbības uzsākšanai;
- bailes uzņemties risku, domāšanas inertums;
- mārketinga speciālistu trūkums;
- augsta lauksaimniecības produkcijas pašizmaksa;
- zems tehniskais nodrošinājums, esošās tehnikas nolietojums;
- vāja produkcijas uzglabāšanas infrastruktūra;
- kvalificēta darbaspēka trūkums, uzņēmējdarbības panīkums laukos kopumā;
- augsti banku kredīta procenti, kredītu ķīlas nodrošinājuma trūkums;

sakaru un ceļu kvalitātes problēmas;
izglītotu jauniešu aiziešana no laukiem;
lauksaimniekiem nav ekonomiskās motivācijas [3]

Tātad, jāsecina, ka viens no ekonomisko attīstību bremzējošiem faktoriem ir grūtības kredīta saņemšanā vai kapitāla jeb finanšu resursu trūkums. Parasti grūtības saņemt kredītu rodas mazajiem lauku uzņēmējiem, kas ir saistīts ar banku nevēlēšanos riskēt aizdodot nelielas summas lauksaimniekiem. Pēc Baltijas pētniecības datu centra veiktajām aptaujām, lielākās grūtības, ar kurām uzņēmējs saskaras, pieprasot aizdevumu, ir augstās procentu likmes, kā arī lauku uzņēmējiem nav pieņemamas arī pārmērīgās papildu prasības un pieprasīto dokumentu lielais apjoms (skat.1.tabulu).

1. tabula

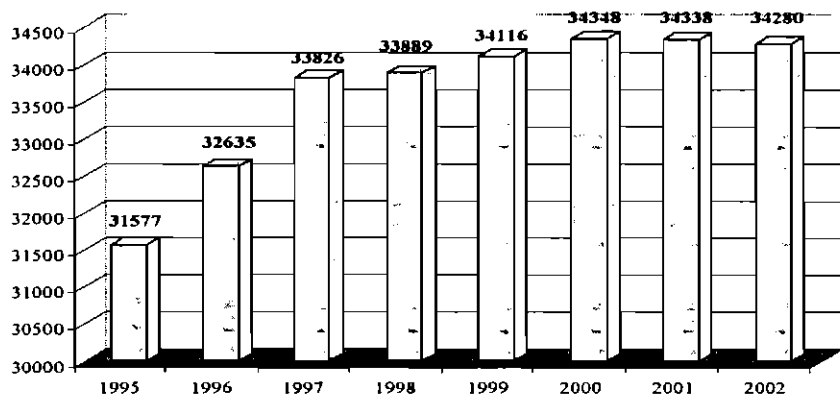
**Galvenās grūtības kredīta saņemšanā
Main Difficulties in Receiving the Credit**

1	Augstās procentu likmes	49%
2	Pārmērīgas papildu prasības	36%
3	Bankas pieprasa pārāk daudz dokumentu	22%
4	Bankas nevēlas izsniegt nelielus kredītus	10%
5	Neapmierinoši atmaksāšanas termiņi	15%
6	Bankas dod priekšroku zināmiem klientiem	13%
7	Aizdevēji uzņēmumu neuzskata par pietiekoši rentablu	10%
8	Bankas nevēlas izsniegt sākumkapitālu	8%

Avots: [2]

Varam secināt, ka 1999.gadā veiktās Baltijas pētniecības datu centra un VARAM / LVAEI aptaujas nonāk pie līdzīgiem secinājumiem, – kredītu procentu lielums ir viens no svarīgākajiem iemesliem, kas traucē straujāku lauksaimniecības attīstību.

Darbojošos zemnieku saimniecību skaits (reģistrētās zemnieku saimniecības – likvidētās zemnieku saimniecības) pēc Lursoft datiem līdz 2000.gadam palielinājās, bet, sākot ar 2001.gadu, vērojams zemnieku saimniecību skaita samazinājums (1.attēls).



1. att. Zemnieku saimniecību skaits Latvijā 1995.-2002.gadā [1]

Number of farms in Latvia in 1995.-2002 [1]

Nodarbinātību veicinošie pasākumi un ekonomiskās aktivitātes pieaugums pagaidām nenodrošina cerētās pozitīvās izmaiņas daudzos lauku rajonos. Vissmagākā situācija ir Latgalē, kurā bezdarba līmenis atsevišķos rajonos pārsniedz 20% no ekonomiski aktīvajiem iedzīvotājiem, kad valstī 2002. gada 3. ceturksnī reģistrētais bezdarba līmenis bija 7,9%, bet reālais bezdarbs (darba meklētāju īpatsvars) – 10,8%). [4]

Latgales reģionā nav pētīti lauksaimnieciskās ražošanas attīstību kavējošie faktori, tāpēc raksta autore ir veikusi lauksaimnieciskās ražošanas attīstību kavējošo faktoru salīdzinošo analīzi, pamatojoties uz Rēzeknes rajona zemnieku saimniecību izlases novērošanas datiem 2000. un 2002.gadā.

Darbojošos zemnieku saimniecību skaita dinamikai Latgales reģionā, pēc Lursoft datiem, ir tādas pašas tendences kā kopumā visā Latvijā. Lielāko īpatsvaru no visām Latgales reģiona zemnieku saimniecībām 1995.-2002.gadā sastāda Rēzeknes rajona un Preiļu rajona zemnieku saimniecības – katrs rajons vidēji 19,5%.

Latvijas ilgtermiņa ekonomiskā stratēģija paredz zināšanu un augsto tehnoloģiju intensīvāku izmantošanu, pāreju no darbietilpīgas ekonomikas uz zināšanu ietilpīgu ekonomiku, pieaugot zināšanu kā resursa un bagātības nozīmei jebkurā, arī tradicionālā nozarē, produktā un profesijā.

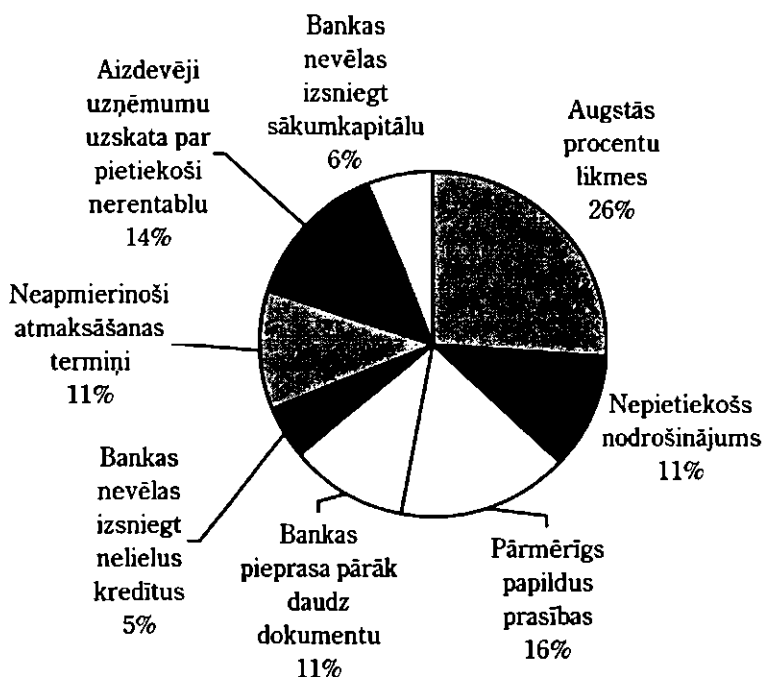
Pēc autora izstrādātās zemnieku aptaujas anketas 2000.gadā tika veikta Rēzeknes rajona zemnieku izlases novērošana, kurā piedalījās 44 zemnieku saimniecības, kuras pēc lauksaimniecības konsultācijas dienesta datiem visbiežāk izmantoja konsultāciju pakalpojumus (kursi, semināri, kārtējas konsultācijas) un sastādīja 3,2% no zemnieku saimniecību kopskaita Rēzeknes rajonā.

Analizējot lauksaimnieciskajai ražošanai izmantojamās zemes platības izmaiņas, varam secināt, ka lielākajai daļai zemnieku saimniecību tās ievērojami nemainījās (65,9%); palielinājās, paplašinot ražošanu (22,7%) un samazinājās, sašaurinot ražošanu (11,4%). Galvenās zemnieku saimniecību darbības nozares bija graudkopība (21,6%), piena lopkopība (20,6%) un gaļas lopkopība (17,5%), kā

1. vietā – zema produkcijas cena / neizdevīga ražošana, šo problēmu kā vissvarīgāko atzīmēja 52,3% no aptaujāto zemnieku saimniecību vadītājiem. 2.vietā – finanšu resursu trūkums, šo faktoru atzīmēja 25% no aptaujāto zemnieku saimniecību vadītājiem. Jāuzsver, ka pavisam neliela starpība 2.vietas ieguvē bija arī tādai problēmai kā lauksaimniecības produkcijas imports un iekšējā tirgus neaizsargātība (22,7%). 3.vietā – neskaidra situācija par lauksaimniecības vispārējās politikas un produkcijas tirgus nākotni (25,6%) un 4.vietā – finanšu resursu trūkums (31,7%). 5.vietā – attālinātība no preču realizācijas tirgiem (27,7%), 6.vietā ar vienādiem vērtējumiem 2 problēmas- sociālo un profesionālo kontaktu trūkums ar citiem lauksaimniekiem un zema produkcijas kvalitāte (17,6%), 7.vietā – pārāk maz zināšanu par saimniekošanas ekonomiku, ko atzīst 1/3 daļa no zemnieku saimniecību vadītājiem, jeb 32,2%, 8.vietā ar vienādiem vērtējumiem arī parādās 2 problēmas nozīmīgu ražošanas resursu trūkums (lopbarība, aprīkojums, tehnika utt.) un sociālo un profesionālo kontaktu trūkums ar citiem lauksaimniekiem (26,6%), 9.vietā sociālo un profesionālo kontaktu trūkums ar citiem lauksaimniekiem (21,4%), 10.vietā – zema produkcijas kvalitāte (32,2%), 11.vietā un 12.vietā konsultējošo servisu trūkums, attiecīgi 29,7% un 40,7%.

Zemnieku saimniecību vadītāju aptaujā tika noskaidrots, ka 43,2% no aptaujātajiem par galveno lauksaimnieciskās darbības finanšu resursu avotu uzskata paša vai ģimenes ietaupījumus, 29,7% – bankas aizdevumus, 10,8% – aizņēmumus no draugiem un paziņām, bet 16,2% – citi avoti (pensijas, valsts darbs utt.).

Bankas aizdevumu ir ņēmuši 68,2% no aptaujāto zemnieku saimniecību vadītājiem un 67% visiem potenciālajiem kredītaņēmējiem bijušas grūtības kredīta saņemšanā. Analizējot potenciālo kredītaņēmēju grūtības kredīta saņemšanā, jāatzīmē, ka 25,4% no aptaujātajiem kā galveno šķērslī minēja augstās procentu likmes kredīta saņemšanā (skat.2.attēlu), 2.vietā – pārmērīgas papildu prasības (15,8%) un 3.vietā – aizdevēji uzņēmumu uzskata par pietiekoši nerentablu (14,3%).



2. att. Lauksaimnieku galvenās grūtības kredīta saņemšanā 2000. gadā Farmers' main difficulties in getting the credit in 2000

Kredīta saņemšanai visbiežāk tika izmantots Zemesgrāmatā reģistrēts nekustamais īpašums (36,7%) un transporta līdzekļi, lauksaimniecības mašīnas un iekārtas (36,7%), komercķīla (18,4%) un galvojums (8,2%).

Pēc autora izstrādātās zemnieku aptaujas anketas 2002.gadā tika veikta atkārtota Rēzeknes rajona zemnieku izlases novērošana, kurā jau piedalījās 70 zemnieku saimniecības, kas sastādīja 5% no zemnieku saimniecību kopskaita Rēzeknes rajonā.

Analizējot lauksaimnieciskajai ražošanai izmantojamās zemes platības, varam secināt, ka lielākajai daļai zemnieku saimniecību tās ievērojami nemainījās (42,9%); palielinājās, paplašinot ražošanu (21,4%) un samazinājās, sašaurinot ražošanu (35,7%).

Galvenās zemnieku saimniecību darbības nozares arī 2002.gadā bija graudkopība (22,4%), piena lopkopība (22,4%) un gaļas lopkopība (18,8%), kā arī pašpatēriņš (14,1%) un cits variants (pakalpojumu sniegšana, zirgkopība u.c.) (9,4%). Dārzenkopība sastāda 4,7%, augļkopība – 3,4%, putnkopība – 2,4% un mēžkopība – 2,4%.

Zemnieku saimniecību pārdošanas īpatsvars no kopējās saražotās lauksaimniecības produkcijas, kad līdz 50% no kopējās saražotās lauksaimniecības produkcijas kopapjoma tiek pārdots, tika novērotas 40,0%

zemnieku saimniecības, u, 51-75% tika novērotas 38,6% zemnieku saimniecības, bet 76-100% – tika novērotas 21,4% zemnieku saimniecības. Zemnieku saimniecību pārdotās lauksaimniecības produkcijas īpatsvars kopējos ģimenes ienākumos līdz 50% no kopējiem ienākumiem sastādīja 57,1% zemnieku saimniecību, 51-75% sastādīja 14,3% zemnieku saimniecību, bet 76-100% – 28,6% zemnieku saimniecību.

Lauksaimnieciskai ražošanai izmantojamās zemes platības 2002.gadā samazinājās, salīdzinot ar 2000.gadu, sašaurinot ražošanu (skat. 3.tabulu).

3. tabula

Aptaujas rezultātu salīdzinošā analīze (%)
Comparative Analyses of the Opinion Poll Results (%)

Rādītāji	2000.gads	2002.gads
Lauksaimnieciskai ražošanai izmantojamās zemes platības izmaiņas:	100,0	100,0
• palielinājās, paplašinot ražošanu	22,7	21,4
• samazinājās, sašaurinot ražošanu	11,4	35,7
• ievērojami nemainījās	65,9	42,9
Pārdošanas īpatsvars no kopējās saražotās lauksaimniecības produkcijas:	100,0	100,0
• 0 – 25%	20,5	27,1
• 26 – 50%	31,8	12,9
• 51 – 75%	13,6	38,6
• 75 – 100%	34,1	21,4
Pārdotās lauksaimniecības produkcijas īpatsvars kopējos ģimenes ienākumos:	100,0	100,0
• 0 – 25%	27,3	40,0
• 26 – 50%	29,5	17,1
• 51 – 75%	15,9	14,3
• 75 – 100%	27,3	28,6

2002.gadā palielinājās, salīdzinot ar 2000.gadu, pārdošanas īpatsvars no kopējās saražotās lauksaimniecības produkcijas. 2000.gadā virs 51 % no saražotās lauksaimniecības produkcijas apjoma pārdeva 47,7% no zemnieku saimniecību kopskaita, bet 2002.gadā – 60%. Kaut gan jāsecina, ka pārdošanas apjoma pieaugums nepalielināja pārdotās lauksaimniecības produkcijas īpatsvaru kopējos ģimenes ienākumos, jo virs saražotās produkcijas 51% - pārdotā lauksaimniecības produkcija 2000.gadā sastādīja 43,2%, bet 2002.gadā 42,9% no kopējiem ienākumiem.

Izanalējot iegūtos aptaujas datus, darba autore noskaidroja, ka lauksaimniekiem vissvarīgākās problēmas 2002.gadā bija šādas (skat.4.tabulu)

1.vietā – zema produkcijas cena / neizdevīga ražošana, šo problēmu atzīmēja 55,4% no aptaujāto zemnieku saimniecību vadītājiem. Tātad, lielākais zemnieku

saimniecību vadītāju īpatsvars šo problēmu izvirza kā vissvarīgāko arī 2002.gadā. 2.vietā un 3.vietā lauksaimniecības produkcijas imports un iekšējā tirgus neaizsargātība, attiecīgi 30,8% un 23,1%. 4.vietā neskaidra situācija par lauksaimniecības vispārējās politikas un produkcijas tirgus nākotni (19,0%). 5.vietā –zema iedzīvotāju pirktspēja (23,2%), 6.vietā –finanšu resursu trūkums (19,6%), 7.vietā –nozīmīgu ražošanas resursu trūkums (lopbarība, aprīkojums, tehnika utt.) 27,5%, 8.vietā, 11. un 12.vietā –pārāk maz zināšanu par saimniekošanas ekonomiku, attiecīgi 22,4%, 26,8% un 31,0%, 9.vietā lauksaimniecības pakalpojumu trūkums (35,4%), bet 10.vietā –sociālo un profesionālo kontaktu trūkums ar citiem lauksaimniekiem (35,6%).

4. tabula

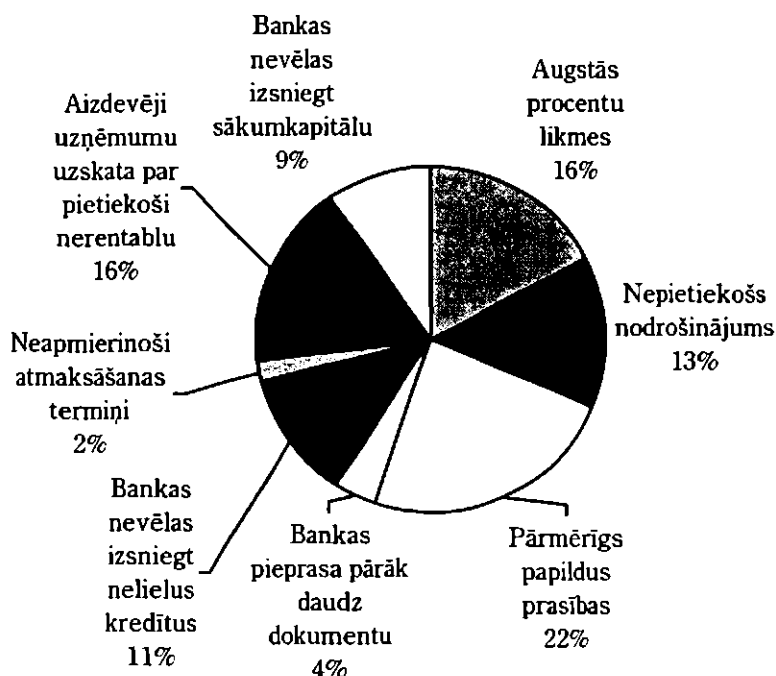
Lauksaimnieku problēmu grupējums 2002.gadā (%)
Ranging of farmers' problems in 2002 (%)

Problēmas	Vietu iedalījums (pēc svarīguma)											
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Zema produkcijas cena / neizdevīga ražošana	55,4	15,4	16,9	6,4	7,1	-	-	-	-	-	-	-
Lauksaimniecības produkcijas imports un iekšējā tirgus neaizsargātība	9,2	30,8	23,1	17,5	5,4	5,9	2,0	-	-	-	-	-
Neskaidra situācija par lauksaimniecības vispārējās politikas un produkcijas tirgus nākotni	15,4	24,6	15,4	19,0	8,9	11,9	-	4,1	-	-	-	-
Finanšu resursu trūkums	13,8	6,1	10,8	11,1	14,3	19,6	15,7	-	4,2	-	-	-
Pārāk maz zināšanu par saimniekošanas ekonomiku	-	-	-	-	-	3,9	-	22,4	12,5	8,9	26,8	31,0
Nozīmīgu ražošanas resursu trūkums (lopbarība, aprīkojums, tehnika utt.)	-	3,1	6,1	9,5	14,3	15,7	27,5	16,3	4,2	-	4,4	9,5
Sociālo un profesionālo kontaktu trūkums ar citiem lauksaimniekiem	-	-	-	-	-	-	7,8	20,4	4,2	35,6	20,0	9,5
Zema produkcijas kvalitāte	-	-	-	-	-	-	7,8	18,4	8,3	24,5	22,2	16,7
Lauksaimniecības pakalpojumu trūkums	-	-	-	1,6	8,9	3,9	9,8	10,2	35,4	4,4	2,2	21,4
Konsultējošo servisu trūkums	-	4,6	-	-	-	3,9	17,7	4,1	16,6	22,2	24,4	11,9
Zema iedzīvotāju pirktspēja	3,1	12,3	10,8	19,0	23,2	17,6	7,8	-	6,3	-	-	-
Attālinātība no preču realizācijas tirgiem	3,1	3,1	16,9	15,9	17,9	17,6	3,9	4,1	8,3	4,4	-	-
Kopā:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Zemnieku saimniecību vadītāju aptaujā tika noskaidrots, ka 44,6% no aptaujātajiem par galveno lauksaimnieciskās darbības finanšu resursu avotu uzskata paša vai ģimenes ietaupījumus, 24,8% – bankas aizdevumus, 6,9% – aizņēmumus no draugiem un paziņām, 2% – aizņēmumus no citiem

lauksaimniekiem, bet 21,7% – citi avoti (pensijas, valsts darbs, darbs ārzemēs utt.).

Bankas aizdevumu ir ņēmuši 62,9% no aptaujāto zemnieku saimniecību vadītājiem, un 27,3% visiem potenciālajiem kredīta ņēmējiem bijušas grūtības kredīta saņemšanā. Analizējot potenciālo kredīta ņēmēju grūtības kredīta saņemšanā (skat. 3. attēlu), jāatzīmē, ka 22,2% no aptaujātajiem kā galveno šķērslī minēja pārmērīgās papildu prasības, bet 2.vietā izvirzījās 2 kritēriji – augstās procentu likmes un aizdevēji uzņēmumu uzskata par pietiekoši nerentablu (15,6%) un 3.vietā – nepietiekošs nodrošinājums (13,3%).



3. att. Lauksaimnieku galvenās grūtības kredīta saņemšanā 2002. gadā
Farmers' main difficulties in getting the credit in 2002

Kredīta saņemšanai visbiežāk tika izmantots Zemesgrāmatā registrēts nekustamais īpašums (41,3%) un transporta līdzekļi, lauksaimniecības mašīnas un iekārtas (34,7%), komercķīla (13,3%) un galvojums (10,7%).

Lauksaimniecības attīstību traucējošo problēmu svarīguma apzināšanā, 2000. un 2002.gadā ir līdzīgs problēmu grupējums (skat. 5. tabulu).

5. tabula

Lauksaimniecības attīstību ietekmējošo faktoru salīdzinošā analīze Comparative Analyses of Obstructive Factors of Agricultural Development

Rādītāji	2000.gads	2002.gads
Galvenās lauksaimnieku problēmas: (%)		
zema produkcijas cena /neizdevīga ražošana	1.vieta - 52,3%	1.vieta - 55,4%
finanšu resursu trūkums	2.vieta - 25,0% 4.vieta - 31,7%	-----
neskaidra situācija par lauksaimniecības vispārējās politikas un produkcijas tirgus nākotni	3.vieta - 25,6%	4.vieta - 19,0%
lauksaimniecības produkcijas imports un iekšējā tirgus neaizsargātība	-----	2.vieta - 30,8% 3.vieta - 23,1%
Lauksaimnieciskās darbības galvenie finanšu resursi (%)		
paša vai ģimenes ietaupījumi	47,4	44,6
aizņēmums no draugiem un paziņām	13,6	6,9
aizņēmums no citiem lauksaimniekiem		2,0
bankas aizdevums	25,4	24,8
citi avoti	13,6	21,7
Lauksaimnieku galvenās grūtības kredīta saņemšanā(%)		
augstās procentu likmes	25,4	15,6
nepietiekošs nodrošinājums	11,1	13,3
pārmērīgas papildu prasības	15,8	22,2
bankas pieprasa pārāk daudz dokumentu	11,1	4,4
bankas nevēlas izsniegt nelielus kredītus	4,8	11,1
neapmierinoši atmaksāšanas termiņi	11,1	2,2
bankas dod priekšroku zināmiem klientiem		6,7
aizdevēji uzņēmumu neuzskata par pietiekoši rentablu	14,3	15,6
bankas nevēlas izsniegt sākumkapitālu	6,4	8,9

2000. un 2002.gadā 1.vietā kā vissvarīgākā problēma – zema produkcijas cena / neizdevīga ražošana. 2002.gadā zemnieku saimniecību vadītāju īpatsvars, kas šo problēmu uzskatīja par vissvarīgāko, pieauga par 3,1%. Finanšu resursu trūkums 2000.gadā bija 2. un 3.vietā, bet 2002.gadā šī problēma netiek minēta kā viena no četrām svarīgākajām. Neskaidra situācija par lauksaimniecības vispārējās politikas un produkcijas tirgus nākotni 2000. gadā bija 3.vietā (25,6%), bet 2002.gadā – 4.vietā (19,0%). Tātad, samazinās problēmas svarīgums. 2002.gadā bija 2.un 3.vietā lauksaimniecības produkcijas imports un iekšējā tirgus neaizsargātība – problēma, kura 2000. gadā netika atzīmēta kā viena no četrām svarīgākajām problēmām.

Lauksaimnieciskās darbības galvenie finanšu resursu avoti 2000. un 2002.gadā ir zemnieka paša vai ģimenes ietaupījumi, bet kuru īpatsvars kopējos lauksaimnieciskās darbības finanšu resursos 2002.gadā, salīdzinot ar 2000.gadu, samazinājās par 2,8%. Bankas aizdevumi 2000.un 2002.gadā ir otrs svarīgākais finanšu resursu avots, bet 2002.gadā par 39,7% samazinājies to zemnieku

saimniecību īpatsvars, kurām ir bijušas grūtības kredīta saņemšanā, kā arī mainījušās galvenās grūtības kredīta saņemšanā. 2000.gadā vislielāko īpatsvaru sastāda augstās procentu likmes – 25,4%, bet 2002.gadā pārmērīgas papildu prasības un tas, ka aizdevēji uzņēmumu neuzskata par pietiekoši rentablu – 15,6%. Salīdzinot galvenās grūtības kredīta saņemšanā 2000. un 2002.gadā ir redzams, ka galvenās grūtības kredīta saņemšanā samainījušās vietām 2000.gadā augstās procentu likmes ir 1.vietā, bet 2002.gadā 2.vietā, bet 2002.gadā pārmērīgas papildu prasības ir 1.vietā, bet 2000.gadā tās ir 2.vietā.

Salīdzinot pētījumu rezultātus, var izdarīt šādus secinājumus:

1. Salīdzinot VARAM / LVAEI 1999.gadā veikto pētījumu rezultātus ar 2000.gada aptaujas rezultātiem, varam secināt, ka zema produkcijas cena/neizdevīga ražošana VARAM / LVAEI pētījuma rezultātos ir 4.vietā – kā augsta lauksaimniecības produkcijas pašizmaksa, nevis 1.vietā. Salīdzinot Baltijas pētniecības datu centra pētījuma datus ar 2000.gada aptaujas rezultātiem, jāsecina, ka augstās procentu likmes bija galvenās grūtības kredīta saņemšanā.
2. Lauksaimnieciskai ražošanai izmantojamās zemes platības 2002.gadā samazinājās, sašaurinot ražošanu un galvenās lauksaimniecības nozares kā 2000.gadā, tā arī 2002.gadā graudkopība, piena lopkopība un gaļas lopkopība.
3. 2002.gadā zemnieku saimniecībās palielinājās pārdošanas īpatsvars no kopējās saražotās lauksaimniecības produkcijas, bet nepalielinājās zemnieku saimniecību pārdotās lauksaimniecības produkcijas īpatsvars kopējos ģimenes ienākumos.
4. Svarīgākās problēmas, kuras kavē lauksaimniecības attīstību 2000. un 2002.gadā: zema produkcijas cena / neizdevīga ražošana; lauksaimniecības produkcijas imports un iekšējā tirgus neaizsargātība; neskaidra situācija par lauksaimniecības vispārējās politikas un produkcijas tirgus nākotni un finansu resursu trūkums.
5. Lauksaimnieciskās darbības galvenie finanšu resursu avoti 2000. un 2002.gadā ir zemnieka paša vai ģimenes ietaupījumi. Bankas aizdevumus 2000.un 2002.gadā ir ņēmuši 2/3 no zemnieku saimniecību vadītājiem, bet 2002.gadā samazinājies to zemnieku saimniecību īpatsvars kurām ir bijušas grūtības kredīta saņemšanā, kā arī mainījušās galvenās grūtības kredīta saņemšanā.

LITERATŪRA

1. Lursoft statistika – <http://www.lursoft.lv>
2. Mazūre G. Crediting possibilities and problems of rural entrepreneurs in Latvia // *Rural development within the process of integration into the European Union*. International scientific conference reports (proceedings). LLU, Jelgava 2000.
3. Varika A., Lismanis A., Pirāgs K., Miglavs A. *Pierobežas ietekmes izvērtējums Latvijas teritoriālajā attīstībā*. VARAM, LVAEI, Rīga 1999. 95.lpp.
4. *Zinājums par Latvijas tautsaimniecības attīstību*. LR Ekonomikas ministrija, 2002.gada decembris, 144 lpp.

The Analysis of the Obstructing Factors in the Development of Agriculture

Summary

Agriculture is one of the national economy branches and its development is influenced by a range of both internal and external environment factors. Obstructive factors of agricultural production have been studied by Ministry of Environment Protection and Regional Development, as well as by Latvian National Institute of Agrarian Economics and Baltic Research Data Centre. However these factors are not examined by regions. Since regional gaps in Latvia are significant, the obstructive or procrastinator factors could vary in different regions. Thus the author has investigated obstructive factors of agricultural production development in Latgale region particularly. The results of the author's research are carried out in Rzekne district. Comparative analyses of obstructive factors in agricultural production within last 2 years evidence that land area usable for agriculture production decreased in 2002 causing narrowing production. Specific weight of sales of total agriculture output produced increased in 2002 nonetheless the weight of agriculture products sold by farms in total family incomes did not increase.

The main problems that have impeded agriculture production in 2000 and 2002 are as follows: low price of products/disadvantageous production; import of agricultural products and defencelessness of internal market; indistinct situation regarding the future of general agriculture policy and future of products' market, as well as lack of financial resources.

Stratēģiskā plānošana un mārketinga elementi aizsardzības ministrijas darbā

Strategic Planning and Marketing Elements in the Ministry of Defence

Ausma Krūmiņa

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

Tālr. 7312372, e-pasts: ausmak@lanet.lv

Gita Actiņa

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

Tālr. 7312372, e-pasts: ausmak@lanet.lv

Pakalpojumus patērētājiem sniedz ne tikai firmas, bet arī nekomerciālās organizācijas, tajā skaitā Aizsardzības ministrija, kas izstrādā un realizē valsts aizsardzības politiku, koordinē ministrijas pakļautībā un pārziņā esošo institūciju darbību ar mērķi nodrošināt valsts militāro aizsardzību un Latvijas integrēšanos Eiroatlantiskās drošības sistēmā. Pētījumā analizēta nesen ieviestās "Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēmas" realizācija, resursu un materiāltechnisko līdzekļu nepieciešamības plānošana saskaņā ar iepirkšanas loģistikas principiem. Raksturota un novērtēta Aizsardzības ministrijas sistēmā veiktā mārketinga darbība, kas galvenokārt ir saistīta ar informācijas izplatīšanu.

Atslēgvārdi: Aizsardzības ministrija, Nacionālie bruņotie spēki, pakalpojumu mārketingš, stratēģiskā plānošana, iepirkšanas loģistika, mārketinga komunikācijas

Mārketingš ir uzskatāms par vadišanas filosofiju, saskaņā ar kuru firmas (organizācijas) ilglaicīgie panākumi ir atkarīgi no spējas darboties efektīvāk par konkurentiem. Divdesmit pirmā gadsimta mārketingā nepieciešams akcentēt tādu kvalitatīvi jaunu parādību kā savstarpējo sakaru attīstību, tāpēc varam teikt, ka notiek pāreja no "darījumu mārketinga" uz "attiecību mārketingu". Un vēl – arvien lielāka vērtība tiek veltīta pakalpojumu mārketinga jautājumiem. Tam ir šādi iemesli: mūsdienu ekonomikā pakalpojumu sfēra ir ļoti plaša un tā attīstās

strauji; pakalpojumu sfēras vadīšana ir specifiska; mūsdienīgo pakalpojumu sfēras kompāniju darbība kalpo par paraugiem efektīvu vadīšanas modeļu izstrādei [4; 447], [5; 8-32].

Pakalpojumu sfēra ietver visdažādākās nozares. Izšķir ražošanas pakalpojumus, piemēram, remontu, sadales sfēras pakalpojumus (tirdzniecību, transportēšanu, sakaru pakalpojumus u.c.), profesionālos pakalpojumus (piemēram, banku, apdrošināšanas, konsultāciju pakalpojumus u.c.), patērīna jeb masu pakalpojumus (tie ir saistīti ar mājaisaimniecībām, brīvā laika pavadīšanu) un sabiedriskos pakalpojumus (televīzija, izglītība, kultūra utt.). Daudzveidīgus pakalpojumus iedzīvotājiem sniedz ne tikai firmas, bet arī valsts iestādes – šie pakalpojumi saistīti ar izglītību, veselības aizsardzību, *armiju*, tie ir juridiskie, sociālie, informācijas u.c. pakalpojumi.

Realizējot mārketinga pamatprincipus apkalpošanas sfērā, jāņem vērā pakalpojumu īpatnības – tie nav taustāmi priekšmeti, tie nav atdalāmi no lietotāja, tos grūti standartizēt, tie nav saglabājami un lietotājs nevar gūt īpašuma tiesības uz pakalpojumu.

Lielu daļu pakalpojumu patērētājiem sniedz nekomerciālās organizācijas – gan privātās, gan valsts (skat 1. att.). To darbību raksturot ir grūti, jo bieži vien šīs organizācijas var gūt arī peļņu, piemēram, ja nodarbojas ar tirdzniecību vai izsūta katalogus. Tomēr peļņas gūšana nav nekomerciālo organizāciju galvenais mērķis, jo tās paredzētas kādam konkrētam uzdevumam, piemēram, organizācijas biedru interešu aizsardzībai. Svarīgākais un specifiskais ir tas, ka valsts sektora organizācijas par savu darbību atskaitās valsts iestādēm nevis saviem darbiniekiem vai ieinteresētajām grupām. Nav šaubu par šo organizāciju pastāvēšanas nepieciešamību, lai gan daudzās valstīs to darbība tiek nopietni kritizēta – par to, ka nepietiekami tiek ņemtas vērā patērētāju vēlmes un vajadzības, ka tās nedarbojas pietiekami efektīvi, ka nav konkurences utt.

Nekomerciālā organizācija *A* saņem:

no dalībnieka *B* – ziedojumus, biedru maksu, sadarbību, ticību ideāliem u.c.

no dalībnieka *C* – līdzekļus no nodokļiem, tiesisko palīdzību, uzticību, aizsardzību tādā mērā, kādā tā nepieciešama dalībniekam *B* un, īpaši, dalībniekam *D*;

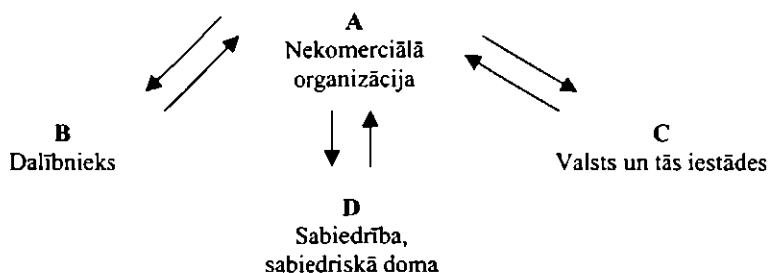
no dalībnieka *D* – cieņu, piekrišanu, uzticību un atbalstu attiecībās ar dalībnieku *C*.

Nekomerciālā organizācija *A* sniedz (dod):

dalībniekam *B* – informāciju, interešu aizsardzību, palīdzību, atbalstu, prestižu;

dalībniekam *C* – palīdzību, pildot pienākumus, pateicību u.c.;

dalībniekam *D* – palīdzību noteiktu uzdevumu risināšanā, informāciju, sabiedriski svarīgu uzdevumu nostādni utt.



1. att. Dalībnieku savstarpējās attiecības nekomerciālā mārketiņā [9; 148]
 Relations of participants in non-commercial marketing

Pastāv iestādes, kuras var attiecināt uz politikas sfēru – tiesas un aizsardzības ministrijas iestādes. Tajās nav iespējama ne vadīšanas autonomija, ne konkurence. Vienīgais ārējais šo iestāžu darbības stimuls ir periodisks, neatkarīgs audits. Ir jāvērtē, kā izvirzīti iestāžu darbības mērķi, vai tie tiek sasniegti un vai veiktā darbība atbilst sabiedrības vēlmēm. Nekomerčiālās organizācijas strādā efektīvi tikai tādā gadījumā, ja tās vada nevis “formāli” administratori, kas uzmanību velta tikai iekšējām procedūrām, bet “mūsdienīgi menedžeri”, kas atbild par savas darbības rezultātiem, un, kas ir pietiekami izglītoti dažādās jomās, tajā skaitā “pieņēmuši” mārketiņā un loģistikas koncepcijas un izprot stratēģiskās vadīšanas kultūru. Iesaistot visu motivēto personālu, šīs organizācijas jāvada, pamatojoties uz izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem un orientējoties uz formulētajām stratēģijām – tā, lai darbība tiktu vērtēta un analizēta gan no gūto rezultātu, gan no patērētāju vēlmju un vajadzību apmierināšanas pakāpes viedokļiem [4; 447-486], [8; 9-72], [9; 5-25], [9, 144-151].

Aizsardzības ministrija (AM) ir bezpeļņas organizācija, kuras galvenais uzdevums – izstrādāt un realizēt valsts aizsardzības politiku, koordinēt ministrijas pakļautībā un pārziņā esošo institūciju darbību, lai nodrošinātu valsts militāro aizsardzību un Latvijas integrēšanos Eiroatlantiskās drošības sistēmā. Aizsardzības ministrija veic bruņoto spēku pārraudzību un plāno to attīstību, īstenojot MK un Saeimas uzticētos uzdevumus valsts aizsardzības jomā.

Aizsardzības ministrija ar tās apakšvienībām ir valsts iestāde. Tās pārziņā un pakļautībā ir vairākas struktūrvienības. Aizsardzības ministrijas darbu vada ministrs, kas ir politiski atbildīgs Saeimai. Aizsardzības ministrijas struktūra, vērtējot no kopējās darbības vadīšanas un stratēģiskās plānošanas viedokļa, atbilst administratīvās vadības modelim – izpildītāji veic darbības pēc direktīvu saņemšanas. Ievērojot Latvijas dalībai NATO nospraustos uzdevumus un budžeta palielināšanu (2001.gadā 1,7% no IKP, 2002.gadā 2% no IKP), katru gadu tiek turpināta Aizsardzības ministrijas struktūras optimizēšana. Sagatavošanās process ir nesaraucams saistīts ar aizsardzības resora juridiskās un konceptuālās bāzes pilnveidošanu un sakārtošanu, ar bruņoto spēku personāla apmācību un apgādes sistēmas pilnveidošanu atbilstoši NATO prasībām, ar administratīvās kapacitātes palielināšanu proporcionāli veicamo uzdevumu apjomam.

Aizsardzības ministrijā pašlaik ir Audita departaments, Juridiskais departaments, Iegādes un apsaimniekošanas departaments, Starptautisko sakaru departaments, Plānu un NATO integrācijas departaments, Sabiedrisko attiecību departaments, Sakaru un informācijas tehnoloģijas departaments, kā arī patstāvīgās nodaļas, tajā skaitā 2002. gadā izveidotās divas jaunās nodaļas – Centralizētā algu nodaļa un *Plānošanas un programmēšanas nodaļa*. Pēdējās darba uzdevumi saistīti ar Latvijas aizsardzības sistēmas plānošanas vadīšanas un koordinācijas uzlabošanu, kā arī ar integrācijas NATO nodrošināšanu.

Mārketinga funkcijas Aizsardzības ministrijā realizē *Sabiedrisko attiecību un preses nodaļa*. Tās uzdevumos ietilpst sabiedrisku pasākumu organizēšana – konferenču un semināru rīkošana reģionos ar mērķi nodrošināt publicitāti, sabiedrības uzmanību un sapratni par NATO jautājumiem, starptautisku konferenču rīkošana sabiedrisko attiecību speciālistiem ar mērķi veicināt speciālistu sadarbību, pozitīva starptautiskā tēla veidošana, AM reprezentācijas materiālu izdošana, un sabiedrības informēšana par notiekošo Aizsardzības ministrijā. Nodaļas vadītājs pilda arī žurnāla “Tēvijas Sargs” padomes locekļa pienākumus un nosaka tur publicējamo informāciju.

Aizsardzības ministrijas un tās apakšvienību darbs notiek saskaņā ar organizācijas un tās mārketinga darbības vadīšanas četrām galvenajām funkcijām (plānošana, organizēšana, motivēšana, kontrole). Plānošanas, organizēšanas un kontrolēšanas funkcijas ir noteiktas instrukcijās, kuras apstiprina Aizsardzības ministrs, Ministru kabinets vai Finanšu ministrija. Motivēšanas funkcijai pagaidām tomēr vēl netiek pievērsta tik liela uzmanība, kā tas būtu nepieciešams saskaņā ar mārketingā izmantojamiem darba organizācijas principiem. Tas izskaidrojams ar administratīvo vadības modeli. Šajā jomā Aizsardzības ministrijai un tās apakšvienībām vēl ir diezgan iesīkstējuši uzskati un tos būtu vēlams mainīt [1; 65], [1, 10].

Stratēģiskā plānošana Aizsardzības ministrijā un tās pakļautībā un pārziņā esošajās vienībās

Firmas vai organizācijas stratēģiskā vadīšana nozīmē, ka tiek izvirzīti mērķi un uzdevumi, kas orientēti uz salīdzinoši tālu nākotni. To sasniegšanas gaitā jāuztur cieši sakari ar ārējo vidi, kas ļauj realizēt darbību saskaņā ar iekšējām iespējām. Palielinoties nestabilitātei un paātrinoties izmaiņām ārējā vidē, stratēģiskās vadīšanas nozīme pieaug. Saka, ka vadīšana ir stratēģiska, ja tiek ievēroti šādi nosacījumi: vadītāji māk modelēt situāciju; vadītāji spēj noteikt nepieciešamās izmaiņas; vadītāji spēj izstrādāt stratēģijas jeb galvenos darbības virzienus; vadītāji, veicot izmaiņas, māk lietot pareizās metodes; vadītāji spēj īstenot stratēģijas [3; 2-47].

Firmu ekonomiskās darbības pamatā ir racionalizācijas principi – “ar noteiktiem ieguldījumiem iespējams sasniegt maksimālu ienākumu līmeni” vai “iespējams panākt noteiktu rezultātu ar minimāliem ieguldījumiem” Šos principus izvirzīto mērķu sasniegšanai parasti lieto uzņēmējdarbībā. Tomēr arī Aizsardzības ministrijas sistēmas darbībā tie tiek realizēti, jo finanšu līdzekļi vienmēr ir limitēti un no nelielās piešķirtās summas ir jāiegūst maksimāls labums. Visumā var uzskatīt, ka Aizsardzības ministrijā un tās apakšvienībās lieto stratēģiskās vadīšanas metodes – tiek izstrādāta stratēģisko plānu sistēma un notiek to realizācija.

Visām organizācijām jāpievērš liela uzmanība savas darbības nākotnei, lai skaidri aptvertu, kur un kādā veidā tās grib virzīties. Lai sasniegtu nospraustos mērķus, organizācijas plāno savu darbību. Ar jēdzienu "plānošana" saprot mēģinājumu paredzēt nākotnes norises, pamatojoties uz sistemātisku rīcību. Pat saka, ka plānošana ir uzskatāma par nākotnes mēģinājumu un, kā zināms, "katrs mēģinājums uzlabo izrādes kvalitāti". Plānošanas procesā nepieciešams saskaņot viedokļus un meklēt kompromisus. Un tas nozīmē, ka plānošanas procesā, ko sauc arī par lēmumu pieņemšanas procesu, tiek apgūtas zināšanas. Stratēģiskā plānošana ir vadīšanas procesa elements, kas orientēts uz mērķu sistēmas izstrādāšanu saskaņā ar firmas (organizācijas) iespējām, resursiem, kā arī ar paredzamajām tirgus vajadzībām. Stratēģiskā plānošana ietver mērķu izvirzīšanu, gan "stipro" un "vājo" pušu izvērtēšanu, gan "iespēju" un "draudu" noteikšanu, stratēģiju formulēšanu, uzdevumu izvirzīšanu, atbalstošu programmu un projektu izstrādi un realizāciju, atgriezenisko saīsu un kontroles nodrošināšanu.

Mārketinga plānošana sekmē resursu efektīvāku izmantošanu un uzņēmuma spēju pareizi rīkoties negaidītās situācijās. Mārketinga plānošana pamatojas uz tendenču, pircēju, konkurentu un iespēju analīzi. Mārketinga plānošanas procesā izstrādā stratēģijas (darbības virzienus), kas orientētas uz kompānijai visizdevīgāko pircēju apkalpošanu. Izstrādātajām stratēģijām jāpamatojas uz reālām kompānijas priekšrocībām. Savukārt, darbības programmas nodrošina stratēģiju ieviešanu. Programmu realizēšanai jākoncentrē visi nepieciešamie resursi [1; 60-102], [2; 32], [7; 41-69].

Stratēģiskā plānošana ir svarīga Aizsardzības ministrijas darbības tālākai attīstībai. Stratēģiskie plāni ir pamats taktisko un operatīvo plānu izstrādei. Plānošanas procesā plānu sistēmas ietvaros tiek izstrādāti budžeta projekti nākošajam gadam.

Aizsardzības ministrijā dažādos līmeņos realizējamais stratēģiskās plānošanas process ietver:

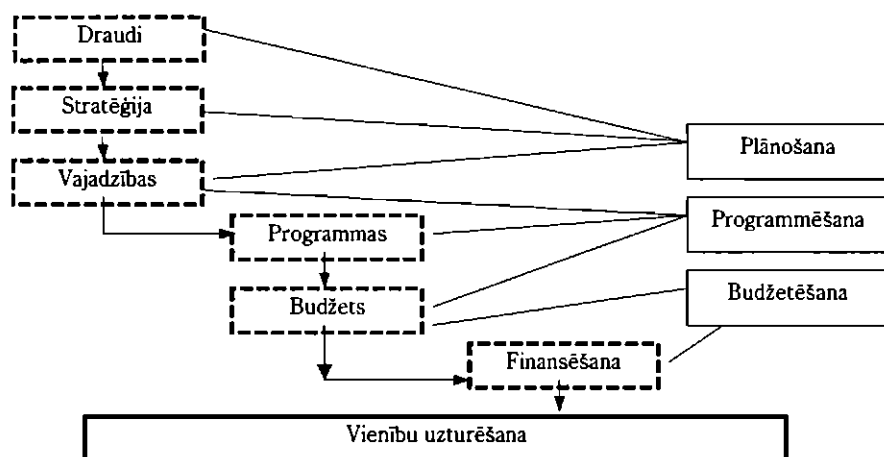
- darbības veida noteikšanu un attīstības stratēģiskā virziena noteikšanu (notiek Saeimas un ministrijas līmeņos);
- mērķu pārvēršanu konkrētos darbības virzienos jeb stratēģiju formulēšanu (notiek ministriju līmenī);
- izvēlēto stratēģiju realizāciju (notiek ministrijas un vienību līmenī);
- izvēlēta plāna realizāciju (notiek vienību līmenī);
- veiktā darba novērtēšanu (notiek ministrijas un Saeimas līmenī – vienības sniedz atskaites par plānu izpildi augstākām instancēm, kuras, savukārt, apkopo datus un tos nodod ministrijai, kas atskaitās Ministru kabinetam un Saeimai).

Nacionālo bruņoto spēku ilgtermiņa (12 gadu) attīstības plāns pirmo reizi tika sagatavots 1999. gadā. Vidēja termiņa (4 gadu) NBS attīstības plāns tika sagatavots 2000. gadā. Katru gadu izstrādā īstermiņa plānu nākošajam gadam. Līdz ar to stratēģiskā, taktiskā un operatīvā plānošana ir kļuvusi par valsts aizsardzības sistēmas attīstības stratēģijas pamatu, kā arī sekmē aizsardzības operatīvās vadības un tehnisko iespēju uzlabošanu.

Pamatojoties uz ASV armijas pieredzi, 1999. gadā tika aizsākta sistemātiska valsts aizsardzības plānošana, kas balstās uz ikgadēju **“Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēmas”** (PPBS) ieviešanu. Šo pasākumu administrēšanas prasības radīja nepieciešamību pārveidot Aizsardzības ministrijas struktūru.

“Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēma” ir ciklisks process, kas veidots, pamatojoties uz “Projekta cikla menedžmenta” metodi. Tas sastāv no identificēšanas, sagatavošanas, vērtēšanas, finansēšanas, īstenošanas un novērtēšanas fāzēm. “Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēma” ietver sevī 3 posmus. **Plānošanas** posmā tiek noteikta Latvijas un Aizsardzības ministrijas militārā loma un vieta pasaules kontekstā, nacionālā militārā stratēģija un tiek plānota Nacionālo bruņoto spēku darbība stratēģiju realizēšanai. **Programmēšanas** posms saistīts ar vispārēju vadlīniju un sadarbības principu formulēšanu. Lai visa “Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēma” būtu pārskatāma un efektīva un tajā pašā laikā arī viegli vadāma un kontrolējama, ir nepieciešams izstrādāt projektus. Viena projekta ietvaros tiek risināts kāds konkrēts uzdevums un, tāpēc var teikt, ka projektorientēta darba organizācijas forma ir ieviesta Aizsardzības ministrijas apakšvienību darbā. **Budžetēšanas** posmā Aizsardzības ministrijas pakļautībā un pārziņā esošajām struktūrvienībām ir jāsgatavo detalizēti budžeta pieprasījumi programmēšanas posmā apstiprinātajiem pasākumiem nākošajam budžeta gadam (skat. 2. att.).

“Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēmas” ietvaros pieņemtajiem lēmumiem jābalstās uz politiku, mērķiem, prioritātēm un stratēģijām, ko nosaka LR Valsts Aizsardzības koncepcija. PPBS galamērķis ir izveidot operatīvā līmeņa komandieriem labāko pieejamo spēka, ekipējuma un atbalsta sistēmu (ievērojot finanšu ierobežojumus). Visa PPBS procesa laikā Aizsardzības ministrs sniedz politiskas norādes, tomēr tiesības un atbildība par procesa izpildi ir attiecīgo struktūrvienību un programmu vadītājiem.



2. att. Plānošana, programmēšana un budžetēšana Aizsardzības ministrijā [10]
Planning, programming and budgeting in Ministry of Defence

Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas procesā nosaka iegādājamās materiāltehniskos līdzekļus. Instrukcija paredz, ka pirkt atļauts tikai to, kas iekļauts PPBS procesā izstrādātajos plānos un programmās.

Aizsardzības ministrijā un tās pakļautībā un pārziņā esošajās vienībās *loģistikas funkcijas* ir orientētas uz materiālu iegādi un tās darbībā tiek piemēroti iegādes (sagādes, iepirkšanas) loģistikas elementi. Te gan jāņem vērā, ka AM sistēmas vajadzībām nepieciešamo materiāli tehnisko līdzekļu, pakalpojumu un būvdarbu (būvniecības projektēšanas darbu, būvdarbu un remontdarbu) plānošanas un iegādes kārtību nosaka "Valsts pasūtījumu plānošanas instrukcija" [10].

Aizsardzības ministrijā un tās apakšvienībās ir izveidota vienota *iegāžu un jauniegāžu plānošanas un izpildes sistēma*. Tās realizācija pamatojas uz institūciju un struktūrvienību attīstības un darbības plāniem, komandiera, iestādes priekšnieka vai vadītāja noteiktajām prioritātēm, štata nodrošinājuma tabulām un patēriņa normām, kā arī prasībām materiāltehnisko līdzekļu iegādei. Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas (PPBS) procesā tiek izplānoti un noteikti iegādājami materiāltehniskie līdzekļi. Iegādes procesu pārrauga Aizsardzības ministrijas valsts sekretārs. AM valsts sekretāra vietnieks finanšu jautājumos un AM valsts sekretāra vietnieks nodrošinājuma jautājumos kontrolē iegādes instrukcijas ievērošanu un ir atbildīgi par šīs instrukcijas izpildi. AM Iegāžu un apsaimniekošanas departaments nosaka centralizēto iegāžu (valsts pasūtījuma) izpildītāju un metodiski vada decentralizēto iegāžu valsts pasūtījuma noteikšanas procedūru realizāciju.

Mārketinga komunikācijas aizsardzības ministrijas sistēmā

Mārketinga komunikācijas nozīmē informācijas apmaiņas procesu starp firmu (organizāciju) un citiem mārketinga darbības subjektiem ar mērķi uzlabot firmas (organizācijas) darbu. Informācijas apmaiņa nepieciešama, lai virzītu firmu vai organizāciju piedāvātos produktus un pakalpojumus. Mārketinga darbiniekiem, izstrādājot komunikāciju sistēmu, jānosaka mērķgrupas un vēlamā pircēju atsaucība, jāizvēlas ziņojuma saturs, struktūra un forma, kā arī ziņojuma izplatīšanas līdzekļi u.c.

Informācijas izplatīšanas līdzekļus jeb komunikāciju kanālus, iedala divās grupās: personu komunikācija un masveida komunikācija. Starp tām pastāv cieši savstarpējie sakari [6; 499-511].

Aizsardzības ministrija mārketinga komunikācijas neizmanto saskaņā ar vispārpieņemtiem mērķiem, t.i., preču pārdošanai, bet gan informācijas izplatīšanai par savu darbību un sabiedrības viedokļa ietekmēšanai. Šim nolūkam izmanto tikai dažus mārketinga komunikāciju veidus un, pēc autoru domām, tiem netiek pievērsta pietiekoši liela uzmanība.

Aizsardzības ministrija un Nacionālie bruņotie spēki informācijas izplatīšanai lieto masu komunikāciju līdzekļus. Ir izveidoti iknedēļas raidījums televīzijā "Laiks vīriem", ikmēneša žurnāls "Tēvijas Sargs", Aizsardzības ministrijas un nacionālo bruņoto spēku mājas lapas, kā arī tiek izdoti bukleti un brošūras par aizsardzības tēmu. Personiskie kontakti tiek izmantoti mazāk, tomēr arī tie ir

pieskaitāmi pie Aizsardzības ministrijas un Nacionālo bruņoto spēku lietotajiem komunikācijas kanāliem. Personīgo kontaktu un atgriezeniskās saiknes veidošanai tiek organizētas lekcijas skolās un notiek jaunsargu apmācības.

Aizsardzības ministrijas sabiedrisko attiecību darba mērķauditorijas ir sociāli, politiski un ekonomiski mazāk aktīvās sabiedrības grupas un cittaunieši. Par tikpat svarīgu ir izvirzīta mījiedarbība ar sabiedrības aktīvākajām grupām – studentiem, skolēniem, nevalstiskajām organizācijām. Darbs ar sabiedrību, lai to informētu, izglītotu un iesaistītu aizsardzības jautājumu risināšanā, ir viena no Aizsardzības ministrijas prioritātēm. “Sabiedrisko attiecību strātēģija aizsardzības jomā” 2002. gadā tika papildināta. Ir izstrādātas vadlīnijas darbam ar sabiedrību, kā arī veicamo pasākumu plāns, kas balstīts uz sabiedriskās domas pētījuma datiem par aizsardzības jomu. “Latvijas rīcības plāns dalībai NATO” paredz sabiedrības informēšanu par integrācijas NATO jautājumiem, veicinot sabiedrības atbalstu.

Statistikas dati liecina, ka armijā dienotājiem (neskaitot vadības līmeni) ir zems izglītības līmenis. Tāpēc lielāka uzmanība nekā līdz šim jāvelta tiem Aizsardzības ministrijas mārketinga pasākumiem, kas vērsti uz studentiem un augstskolu absolventiem.

Sabiedriskās saskares ieguldījumu organizācijas darbā ir grūti novērtēt, jo tās izmanto kopā ar citiem stimulēšanas līdzekļiem. Visvienkāršākais rādītājs, kas raksturo efektivitāti ir personu kontaktu skaits ar materiāliem, kas publicēti masu informācijas līdzekļos.

Informācijas izplatīšanai Aizsardzības ministrija izmanto tos pašus mārketinga komunikāciju līdzekļus, kā uzņēmumi un organizācijas, kuru mērķis ir pārdot produktu. Lai informētu gan Latvijas, gan starptautisko sabiedrību par aktualitātēm, Aizsardzības ministrija regulāri sniedz ziņas masu medijiem. Tās, kā arī jaunumus militārajā jomā Latvijā un pasaulē, atspoguļo *žurnālā “Tēvijas Sargs”*, kas 1999. gada vasarā tika izveidots līdzšinējā tāda paša nosaukuma laikraksta vietā. Ikmēneša žurnāla mērķauditorija ir ne vien lasītāji aizsardzības sistēmā, bet arī diplomātiskajā korpusā un valsts institūcijās strādājošie, kā arī jaunieši un citi interesenti.

Žurnāls ir ļoti nozīmīgs sabiedrisko attiecību, sabiedriskās saskares un sabiedriskās domas veidošanas līdzeklis. Izdevumā tiek apskatīta un izklāstīta tikai militārā tematika. Tajā tiek atspoguļota tas militārās norises Latvijā un ārzemēs. “Tēvijas Sargā” informē par: jaunumiem un aktualitātēm bruņoto spēku struktūrās – Sauszemes spēkos, Gaisa spēkos, Jūras spēkos, obligāto militāro dienestu, bruņojumu un tehniku, tā uzbūvi, vēsturi un nākotnes tendencēm, dažādiem tuvcīņas veidiem, to filosofiju un tehniku, Latvijas vēsturi (materiāli tiek veidoti sadarbībā ar Latvijas Kara muzeju) utt. Žurnāls “Tēvijas Sargs” ir labs palīglīdzeklis gan skolu vadošajam personālam, militāro priekšmetu un vēstures skolotājiem, gan skolēniem – topošajiem karavīriem, kā arī noder jauniešu militārajā apmācībā un sagatavošanā obligātajam dienestam.

Žurnāls tiek izdots 5000 eksemplāros. Tas iznāk reizi mēnesī, ir krāsains un tā apjoms ir 40 lappuses. Žurnālu “Tēvijas Sargs” var pasūtīt gan Latvijā, gan ārzemēs. Tirdzniecībai tiek nodota mazākā daļa no iespiesto žurnālu kopskaita - apmēram 1000 eksemplāri. Tāpēc kioskos tas ir reti sastopams. Katrā izdevumā

tiek sniegti ar armiju saistīti praktiski padomi. Ir izveidota sadaļa, kurā redakcija atbild uz iesūtītajām vēstulēm un tajās uzdotajiem jautājumiem. Piemēram, žurnāla "Tēvijas Sargs" 2002. gada numuros lasītāji ir uzdevuši jautājumus: "Kas nepieciešams, lai iestātos Francijas ārzemju leģionā?", "Ar ko nodarbojas zemessargi?", "Kā var kļūt par zemessardzes speciālās vienības "Vanags" dalībnieku [10].

Izdevuma vāka noformējums vienmēr tiek veidots atturīgs un "neuzbāzīgs" Arī pārējās 36 lapaspusēs ir ieturēts lietišķs stils. Tāpat kā citiem laikrakstiem un žurnāliem, arī šim žurnālam uz vāka ir galveno, svarīgāko tēmu virsraksti. Tomēr sāukmlapa nav "nobērtā" ar intriģējošiem, klieidošiem saukļiem vai reklāmām. Žurnālā vispār tikpat kā nav reklāmas vai sludinājumu.

Tā kā žurnāls ir orientēts uz lasītājiem, kas saistīti ar militāro jomu, personām, kas īpaši neinteresējas par militārajām aktualitātēm, nerodas vēlme to iegādāties. Lai noskaidrotu žurnāla komunikatīvo efektivitāti un izstrādātu mārketinga stratēģiju, kas orientēta uz plašāku lasītāju loku, Aizsardzības ministrijai vajadzētu veikt aptauju iedzīvotāju vidū un gūt atbildes, piemēram, uz šādiem jautājumiem:

1. Vai Jūs zināt, ka LR Aizsardzības ministrija izdod ikmēneša žurnālu "Tēvijas Sargs"?
2. Vai Jūs zināt kādas tēmas tiek apskatītas žurnālā "Tēvijas Sargs"?
3. Vai esat lasījis žurnālu "Tēvijas Sargs"?
4. Ja jā, kā jūs vērtējat žurnālā iekļauto informāciju?
5. Kuras sadaļas Jūs interesē/neinteresē?
6. Kādas vēl sadaļas nepieciešams iekļaut?
7. Ko vajadzētu mainīt žurnālā?

Aptaujas rezultātu analīze dotu iespēju izvērtēt pašreizējo situāciju un pieņemt lēmumus par izmaiņām, kas nepieciešamas, lai veicinātu laikraksta noietu un līdz ar to arī informācijas izplatīšanu.

Lai sniegtu plašāku un akadēmiskāku informāciju par aizsardzības jomu, tiek izdots žurnāls "*Militārais apskats*". Žurnāls iznāk divreiz gadā un to gatavo Nacionālā aizsardzības akadēmija.

Sadarbībā ar radošo grupu "Labvakar" divas reizes mēnesī tiek veidots informējošs raidījums Latvijas televīzijā "*Laiks vīriem*". Tajā atspoguļo aizsardzības politikas un bruņoto spēku aktualitātes plašam skatītāju lokam. Raidījums ir pieskaņots svarīgākajām militārajām norisēm un vairāk vai mazāk tā saturs saskan ar publikācijām žurnālā "Tēvijas Sargs" Ik pēc piecām minūtēm ekrānā parādās e-pasta adrese – tādat skatītājiem ir dota iespēja nosūtīt raidījuma veidotājiem savas atsauksmes un vēlmes. Tomēr, tā kā raidījums īpaši netiek reklamēts, visticamākais, ka mērķauditorija – jaunieši vecumā no 19-27 gadiem, to neskatās. Par pozitīvu var nosaukt faktu, ka raidlaiku nepārtrauc reklāmas. Katrā raidījumā tiek sniegta informācija par dažādiem cīņu veidiem un aktuālākajiem notikumiem šajā jomā un intervijas ar sportistiem. Šī rubrika ir viena no nedaudzajām, kas varētu saistīt plašu skatītāju loku.

Raidījuma sadaļa, kas piesaista uzmanību, ir "Karavīri un viņu tēvi" Tajā reportieri intervē populārus cilvēkus un viņu dēlus, kas dien armijā. Tiek taujāts

par viedokļiem un attieksmi, kā arī tēvu un dēlu armijas pieredzi. Stāstīts, protams, tiek tikai tas labākais, kas varētu samazināt skatītāju uzticamību informācijai. Intervijas faktiski var uzskatīt par slēpto reklāmu, jo tajās ir minēta tikai pozitīvā pieredze un, kā zināms, populāru cilvēku iesaistīšana raidījumos ir bieži izmantots mārketinga paņēmieni. Domājot par jauniešu piesaistīšanu armijai, reklāmas kampaņu varētu orientēt arī uz viņu vecākiem. Bet, lai šādi pasākumi attaisnotos, Aizsardzības ministrijai ir jāspēj garantēt cilvēciska attieksme pret obligātā militārā dienesta karavīriem, kā arī tālākas karjeras iespējas (pēc obligātā militārā dienesta beigšanas, piemēram, kā tas notiek Vācijas un ASV armijā).

Aizsardzības ministrijai izveidojusies laba un ilgstoša sadarbība ar *reģionālajām televīzijām*, kas regulāri veido informatīvus raidījumus par jaunākajiem notikumiem aizsardzības un drošības jomā.

Veiksmīga sadarbība izveidota ar *Latvijas Radio*, kurā katru nedēļu ēterā izskan raidījums *"Junda"*, kas informē par jaunumiem Nacionālajos bruņotajos spēkos un Aizsardzības ministrijā.

Tiešā mārketinga jaunākā forma, ko izmanto arī AM un NBS savas darbības un ideju popularizēšanai, ir interaktīvais mārketingš. Tas nozīmē, ka ātrākas un pieejamākas informācijas izplatīšanai tiek izmantota 1999. gada rudenī izveidotā *Aizsardzības ministrijas mājas lapa internetā*.

Aizsardzības ministrijas mājas lapa ir izveidota informatīviem mērķiem, tāpēc tā noformēta lietišķi un neuzkrītoši. Informācija tiek aktualizēta katru nedēļu. *Sākumlapā* ietverta informācija par Aizsardzības ministriju, tās galvenajiem darbības mērķiem, vēsturi, struktūru, pakļautajām institūcijām, ir iespējams bez maksas iegūt visu tālrunu un adrešu sarakstu. Sadaļā *"Politika"* var iegūt informāciju par drošības un aizsardzības politiku, aizsardzības sistēmas pamatprincipiem, vadlīnijām integrācijai NATO un tajās noteiktajām prioritātēm. Sadaļā *"Dienests"* ir pieejama informācija par Obligāto militāro dienestu (OMD), kas īpaši svarīga vīriešiem vecumā no 19 līdz 27 gadiem. Šeit aprakstīts, kas ir OMD, kāda ir uzskaites un reģistrēšanas kārtība, iesaukšanas sistēma, raksturoti – dienesta gaita un karavīru tiesības un pienākumi. Sadaļā *"Darbs ar sabiedrību"* ir iztirzātas Aizsardzības ministrijas un Nacionālo bruņoto spēku darbības sabiedrisko attiecību jomā, izskaidrotas pirmsdienesta militārās apmācības iespējas un norises, kā arī atspoguļota sabiedrības attieksme.

Aizsardzības ministrijas mājas lapas sadaļā *"Vides aizsardzība"* iekļauta izsmeljoša informācija par AM un NBS nostāju vides aizsardzības jomā. Interneta lapas apmeklētāji var izlasīt par AM un NBS izstrādātajām stratēģijām un projektiem vides aizsardzības jomā. Ir pieejama informācija par piesārņojumu, ko rada armija, un tā likvidēšanu.

Sadaļā *"Normatīvie akti"* ietverta informācija par militāro likumdošanu, un tātad ir dota iespēja iepazīties ar pieņemtajiem likumiem un izstrādātajām koncepcijām valsts aizsardzības jautājumos. Tiek piedāvāta arī informācija par aktualitātēm, notikušajām un turpmākajām svarīgu valsts amatpersonu vizītēm un paziņojumiem presi.

Ar mājas lapas e-pasta palīdzību iedzīvotāji var saņemt atbildes uz viņus interesējošiem jautājumiem. 2001. gadā mājas lapā tika izveidota "Sarunu" sadaļa, kurā ikvienam *interneta* lietotājam ir iespējams uzdot jautājumus amatpersonām vai komentēt aktuālus aizsardzības jomas jautājumus. 2001. gada novembrī mājas lapā tika rīkots konkurss "Tava drošība" Konkursa uzvarētāji viesojās Ādažu mobilo strēlnieku mācību centrā, kā arī Zviedrijas armijas vienībās.

Laikā no 2003. gada 6. līdz 19. janvārim šajā sadaļā tika organizēts konkurss "Ko Tu zini par Nacionālajiem bruņotajiem spēkiem?" Tā mērķis – popularizēt informāciju par NBS un integrācijas procesu NATO. Konkursu organizēja LR Aizsardzības ministrija. Bija jāatbild uz 30 jautājumiem. Konkursā varēja piedalīties jebkurš Latvijas Republikas iedzīvotājs, kurš pieteicās Aizsardzības ministrijas mājas lapā (www.mod.gov.lv) un aizpildīja pieprasīto informāciju par sevi (izņemot Aizsardzības ministrijas, tās pakļautībā vai pārraudzībā esošo iestāžu un NBS darbiniekus, karavīrus un viņu ģimenes locekļus). Konkursa uzvarētāji balvā saņēma dāvanu komplektu – tajā ietilpa lietussargs, soma, T-krekls, krūze, vizītkaršu etviņa, pildspalva, grāmatzīme, informatīvie materiāli ar Aizsardzības ministrijas un NATO simboliku.

Aizsardzības ministrijas mājas lapa nepiedāvā meklēšanas iespējas, toties piedāvā iespēju atvērt citu valstu mājas lapas, kas saistītas ar militāro sfēru. Lapa ir izveidota latviešu un angļu valodā. Tās pamats ir neuzkrītošā zaļganpelēkā krāsā. Lapa nav piesātināta ar krāsainiem attēliem un spilgtiem virsrakstiem, tajā tikpat kā nav pievienoti reklāmas "banneri" Izņēmums un tajā pašā laikā jauninājums – 2003. gadā mājas lapā ir ievietots "baneris", kurā norādīts uz lapu "www.tv.lv", un tas nozīmē, ka ir iespējams noskatīties TV raidījumu "Laiks vīriem" Salīdzinot LR Aizsardzības ministrijas mājas lapu ar ASV Aizsardzības departamenta mājas lapu, ir redzams, ka ASV vairāk domā par savas armijas mārketingu un reklāmu. Lapā ir plašāka informācija; tiek piedāvātas meklēšanas iespējas. Lai informāciju būtu vieglāk atrast, katrai rubrikai par ASV Aizsardzības departamentu ir izveidoti krāsaini "banneri"

Nacionālo bruņoto spēku mājas lapa sākotnēji izskatās labāk – tā ir krāsaināka par Aizsardzības ministrijas mājas lapu un ilustrēta ar fotogrāfijām. Tomēr jāsecina, ka lapa izveidota primitīvi un piedāvā maz informācijas. Sadaļa "NBS struktūra" ir izveidota uzskatāmi un dod iespēju piekļūt ziņām par Nacionālo bruņoto spēku struktūru un tās amatpersonām. "Foto galerija" ir izveidota apjomīga – tajā daudz tematisku attēlu. Tomēr būtu lietderīgi, ja attēli tiktu papildināti ar aprakstiem.

Lai informētu sabiedrību par valsts aizsardzības uzdevumiem, attīstības politiku un veidotu plašāku dialogu ar sabiedrību, Aizsardzības ministrija izdod dažādus **informatīvos materiālus**. Ir izveidota brošūru sēriju par aktuāliem drošības politikas un aizsardzības jautājumiem, kas kopš 1998. gada regulāri tiek arvien papildināta. Piemēram, 2001. gadā izdota brošūra – "Latvija un NATO atvērtās durvis" 2002. gadā šajā sērijā izdeva brošūru par NATO krievu valodā. Sākot ar 1999. gadu, reizi gadā latviešu un angļu valodās tiek izdots "Aizsardzības ministra ziņojums Saeimai par valsts aizsardzības politiku un Nacionālo bruņoto spēku attīstību" jeb "Baltā grāmata", kas informē par aizvadītajā gadā paveikto,

aizsardzības jomas aktualitātēm un nākamā gada prioritātēm. 2001. gada nogalē Aizsardzības ministrija izdeva foto albumu "Latvijas Nacionālie bruņotie spēki – 10" latviešu un angļu valodās. Desmitgades albumā ievietotās fotogrāfijas atspoguļo valsts aizsardzības sistēmas attīstības gaitu kopš valsts neatkarības atgūšanas. 2001. gadā Aizsardzības ministrija sadarbībā ar Ārlietu ministriju izdeva arī bukletus "Sabiedrotie. Latvija ceļā uz NATO" latviešu, krievu, angļu un franču valodā. Bukleta saturs atspoguļo Latvijas valsts un armijas izveidošanas vēsturi sākot no 1918. gada līdz mūsdienām. Ministrijas izdotie informatīvie materiāli tiek izplatīti kā valsts pārvaldes institūcijās, tā arī sabiedriskajās, nevalstiskajās organizācijās, augstskolās, vispārizglītojošās skolās, bibliotēkās un ārzemēs.

Lai sabiedrībā radītu izpratni par aizsardzības sistēmas attīstību, prioritātēm un integrāciju NATO, Aizsardzības ministrija organizē *konferences un seminārus* dažādām mērķauditorijām.

2001. gada nogalē Aizsardzības un Ārlietu ministrija izveidoja ceļojošo *izstādi* "Sabiedrotie. Latvija ceļā uz NATO" latviešu, angļu un franču valodā. Ceļojošā izstāde visa 2002. gada garumā tika izstādīta dažādās Latvijas pilsētās un ārzemēs. 2002. gada oktobrī Prāgā atklāja Aizsardzības ministrijas un Kara muzeja gatavotu izstādi par Latviju, tās vēsturi, tradīcijām un aizsardzības sistēmas attīstību.

Aizsardzības ministrija turpina *sadarbību ar nevalstiskajām organizācijām*, kas atbalsta Latvijas integrāciju NATO Latvijas Transatlantisko organizāciju (LATO) un Latvijas Transatlantisko jaunatnes klubu (LTJK), kā arī Latvijas Ārpolitikas institūtu un Latvijas institūtu. Sadarbībā ar LATO un LTJK organizētas konferences "Latvijas drošība un aizsardzība 21. gadsimtā", "Latvijas dalība NATO – politiku kaprīze vai skarba nepieciešamība?", "NATO – tev un Latvijai", "Baltic Membership in NATO – Enhanced Stability and Security in Europe", paneldiskusijas "Latvija NATO – sapnis vai realitāte?", "Latvijas un sabiedrības drošība", "Latvijas un Baltijas loma drošā un stabilā Eiropā", kā arī vasaras nometnes jauniešiem "NATO vasara" 2000. un 2001. gadā. Aizsardzības ministrija atbalstījusi arī LATO informācijas centra atvēršanu, kā arī LATO balvas izciņu šaušanā un NATO nedēļas norisi Latvijas skolās. Sadarbībā ar Latvijas Ārpolitikas institūtu ministrija organizējusi konferenci "Ziemeļeiropas drošības arhitektūra: paplašināšanās un Eiropas Drošības un aizsardzības identitātes ietekme", Latvijas aizsardzības semināru, kā arī lekciju sēriju Latvijas pilsētās par transatlantiskās drošības un Latvijas aizsardzības problēmām. Aizsardzības ministrija atbalstījusi Latvijas institūta veidoto Latvijas video vizītkarti "Welcome to Latvia" un informatīvo materiālu izdošanu par Latviju, tajā skaitā par valsts aizsardzību un drošību.

Lai uzlabotu LR Aizsardzības ministrijas un tās pakļautībā un pārziņā esošo apakšvienību darbu, lai sniegtu pēc iespējas plašāku informāciju par valsts aizsardzības attīstību, lai uzlabotu armijas reputāciju un rosinātu sabiedrības interesi un vēlmi darboties aizsardzības jomā, kā arī turpinātu veiksmīgi iesāktu stratēģiskās plānu sistēmas izstrādi, ir nepieciešams:

paaugstināt Aizsardzības ministrijas personāla kvalifikāciju, piemēram, organizēt regulārus praktiskus seminārus plānotājiem un finansistiem par "Plānošanas, programmēšanas un budžetēšanas sistēmas" realizēšanu;

saīsināt laiku, kas tiek veltīts iegādes plānu izstrādei un apstiprināšanai, kā arī stingrāk uzraudzīt iegāžu realizēšanu;
lēmumu pieņemšanā par izmaiņām un jauninājumiem žurnālā "Tēvijas Sargs" pamatoties uz informāciju, kas iegūta veicot, lasītāju aptaujas; rakstus, kas var interesēt kā jauniesaucamos, tā viņu vecākus, ievietot arī citos valsts laikrakstos un žurnālos, piemēram, informējošas publikācijas un intervijas jāpiedāvā žurnāliem "Pastaiga", "Santa", "Una", bet praktiskus un patriotiskus rakstus jāievieto žurnālos "Praktiskais Latvietis" un "Mūsmājas"

LITERATŪRA

1. Bestmann U. *Kompendium der Betriebswirtschaftslehre*. München, Wien: R. Oldenburg Verlag GmbH, 1998.
2. Krūmiņa A. Stratēģiskā plānošana un loģistika mūsdienu uzņēmumā // *Latgales sociāli ekonomiskā attīstība: problēmas un perspektīvas*: zinātniskās konferences materiāli. Rēzekne: RA izdevniecība, 1997, 32.-33. lpp.
3. Thompson A.A. *Strategic management: concepts and cases*. Boston: IRWIN, 1997. 1109 p.
4. Дойль П. *Менеджмент: стратегия и тактика*. СПб.: Питер, 1999. 560 с.
5. Котлер Ф. *Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок*. М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. 272 с.
6. Ламбен Ж. *Стратегический маркетинг*. СПб.: Наука, 1996. 589 с.
7. Мак-Дональд М. *Стратегическое планирование маркетинга*. СПб.: Питер, 2000. 320 с.
8. Песоцкая Е.В. *Маркетинг услуг*. СПб.: Питер, 2000. 160 с.
9. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. *Маркетинг сферы услуг*. М.: Экспертное бюро, 2001. 160 с.
10. Aizsardzības ministrijas nepublicētie materiāli.

Strategic Planning and Marketing Elements in the Ministry of Defence

Summary

Strategic planning, marketing and usage of marketing tools now a days have become more important not only in the companies that provide services and goods but also in non-commercial companies.

Ministry of Defence (MD) is non-commercial organisation and its main aim is to work out and implement state defence policy, to coordinate the work of subordinate institutions in order to provide military defence of the country, integration of Latvia and co-operation in Euroatlantic system of defence. MD is providing the monitoring of armed forces and planning of development by fulfilling the tasks of the Parliament and Cabinet of Ministers.

In order to reach proposed aims and tasks as well as to fulfil the promotion of ideas, Ministry of Defence and all its subordinate institutions are using strategic,

tactical and operative planning, functions of logistics and also marketing communications.

The system of MD is using only some of the marketing tools such as – newspapers, booklets, TV programs, home pages in internet. Conferences and seminars are organised. Although concluding with this more could be done in this aspect.

Ētikas prasību ieviešana zvērinātiem revidentiem

Introduction of Ethical Requirements to Chartered Accountants

Igors Ludboržs

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

Andrejs Ponomarjovs

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

Rakstā tiek analizētas ētikas prasības, kuras jāievēro zvērinātiem revidentiem profesionālajā darbībā. Tiek apskatīts Zvērināto revidentu ētikas kodekss un tā struktūra. Ņemot vērā zvērināto revidentu sniedzamo profesionālo pakalpojumu raksturu, tiek veikta zvērināto revidentu ētikas kodeksā formulēto pamatprincipu salīdzināšana ar tādu profesiju, kā grāmatvežu, iekšējo auditoru un zvērināto advokātu ētikas kodeksu pamatprincipiem.

Tiek pamatota neatkarības principa ievērošanas nepieciešamība zvērināto revidentu profesionālajā darbībā. Tiek izanalizētas un salīdzinātas prasības zvērināto revidentu neatkarībai, pamatojoties gan uz ētikas kodeksu, gan uz likumu "Par zvērinātiem revidentiem"; tiek noteiktas galvenās atšķirības attiecībā uz neatkarības atsevišķiem aspektiem abos minētajos dokumentos.

Tiek uzsvērta zvērinātu revidentu profesionālās organizācijas, proti, Latvijas zvērinātu revidentu asociācijas loma tās biedru ētikas normu ievērošanas nodrošināšanā.

Atslēgvārdi: ētika, ētikas pamatprincipi, ētikas kodekss, neatkarība, revīzija, zvērināts revidents

Latvijā zvērināti revidenti sniedz savus profesionālus pakalpojumus dažādās jomās: sagatavo ziņojumu un dod atzinumu par finanšu pārskatiem, sniedz nodokļu un citus konsultatīvos pakalpojumus, sagatavo finanšu pārskatus, veic

iekšējās revīzijas vai citus ar finansēm saistītos pienākumus kādā nozarē, valsts sektorā vai izglītības jomā.

Zvērinātu revidentu darbību regulē LR likums "Par zvērinātiem revidentiem" [1], Starptautiskie revīzijas standarti [2], citi uz profesiju attiecināmie normatīvie akti, kā arī Latvijas zvērinātu revidentu asociācijas izdotie dokumenti, kuros ir noteiktas zvērinātu revidentu darbības kvalitātes prasības, kvalifikācijas paaugstināšanas prasības un profesionālās ētikas prasības.

Zvērinātu revidentu ētikas prasības ir formulētas Zvērinātu revidentu ētikas kodeksā [3], kurš bija izdots 2000.gadā. Šī kodeksa pamatā ir Starptautiskās grāmatvežu federācijas (International Federation of Accountants, saīsinājumā – IFAC) Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss [5]. Šī starptautiskā ētikas kodeksa uzdevums ir sniegt norādījumus un veicināt profesijas pēctecību, saskaņotību un vienotību visā pasaulē un tas ir domāts kā pamats, uz kura var balstīt nacionālo ētikas kodeksu.

Zvērinātu revidentu ētikas kodekss nosaka, ka zvērinātiem revidentiem savi profesionālie pakalpojumi jāsniedz atbilstīgi visaugstākajiem darba izpildes standartiem (grāmatvedības un revīzijas profesionāliem standartiem) un saskaņā ar ētikas normām [2, 7]. Ētikas normu ievērošana nodrošina sabiedrības, t.i., klientu, kreditoru, valsts institūciju, darba devēju, darbinieku un citu ieinteresētu personu uzticību zvērinātu revidentu profesionalitātei, kompetencei, godprātībai, objektivitātei, kā arī profesionālo pakalpojumu kvalitātei.

Lai apmierinātu sabiedrības intereses, revidentiem nepieciešams ievērot četras pamatprasības [2, 7]:

Ticamība – sabiedrībai kopumā ir nepieciešama sistēma, kas nodrošina ticamu finanšu informāciju;

Profesionālisms – zvērinātiem revidentiem ir jābūt augsti kvalificētiem grāmatvedības un revīzijas jautājumos;

Pakalpojumu kvalitāte – klientiem ir jābūt drošiem, ka visi zvērināto revidentu pakalpojumi ir sniegti saskaņā ar profesijas standartiem;

Pārliecība klientiem jābūt pārliecinātiem, ka pastāv zvērināto revidentu profesionālās ētikas normas, kas reglamentē šo pakalpojumu izpildi.

Kodekss noteic, ka, lai sasniegtu profesijas mērķus, zvērinātam revidentam ir jāievēro tādi pamatprincipi (nosacījumi), kā godprātība, objektivitāte, profesionālā kompetence un piesardzība, konfidencialitāte, profesionālā rīcība un profesijas standarti.

Ņemot vērā to, ka zvērināti revidenti veic darbības, kas arī ir raksturīgas profesionāliem grāmatvežiem, iekšējiem auditoriem un zvērinātiem advokātiem (piem., maksātnespējas procesa administrēšana), būtu lietderīgi salīdzināt šo profesiju ētikas kodeksus un to pamatprincipus ar Zvērinātu revidentu ētikas kodeksu (pamatprincipu salīdzinājumu sk. 1. tab.).

1. tabula

**Atsevišķu ētikas kodeksu profesionālās darbības
ētikas pamatprincipu salīdzinājums**
**Comparison of some basic ethical principles of professional
actions in several ethical codes**

	LZRA, Zvērinātu revidentu ētikas kodekss	LRGA, Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss	IAI, Ētikas kodekss	Latvijas Zvērinātu advokātu ētikas kodekss
Godprātība, godīgums	Sniegtot profesionālus pakalpojumus, jābūt patiesam un godīgam	Sniegtot profesionālus pakalpojumus, jābūt patiesam un godīgam	Godīgums nosaka uzticību, kas dod pamatu paļāvībai uz iekšējā auditora spriedumu	Personiskā cieņa, godīgums un taisnīgums kā profesijas nosacījums
Objektivitāte	Jābūt taisnīgam, objektīvam; jāizvairās no interesu konfliktiem	Jābūt taisnīgam, objektīvam; jāizvairās no interesu konfliktiem	Objektīva attieksme uzdevuma veikšanā, nepieļaujot kompromisus attiecībā uz kvalitāti	<i>Nav formulēta kā atsevišķs nosacījums.</i> Ir norāde par interesu konfliktu nepieļaujamību.
Profesionālā kompetence un piesardzība	Pakalpojumi jāsniiedz ar piesardzību, kompetenci un rūpību; jāuztur zināšanas un prasme	Pakalpojumi jāsniiedz ar piesardzību, kompetenci un rūpību; jāuztur zināšanas un prasme	Izmanto zināšanas, prasmī un pieredzi, kas nepieciešama pakalpojumu sniegšanā; nepārtraukti ceļ kvalifikāciju	Nevar uzņemties lietas vešanu, ja viņš nav kompetents vai nevar precīzi veikt profesionālo pienākumu
Konfiden- cialitāte	Jānodrošina informācijas konfidencialitāte; nedrīkst izpaust informāciju bez atbilstošām pilnvarām	Jānodrošina informācijas konfidencialitāte; nedrīkst izpaust informāciju bez atbilstošām pilnvarām	Ir piesardzīgi informācijas lietošanā un aizsargāšanā; nedrīkst atklāt informāciju bez atbilstošām pilnvarām	Jānodrošina informācijas konfidencialitāte; nedrīkst izpaust informāciju
Profesionālā rīcība	Jārīkojas tā, lai neciestu profesijas reputācija; jāatturas no diskreditējošām darbībām	Jārīkojas tā, lai neciestu profesijas reputācija; jāatturas no diskreditējošām darbībām	Neiesaistās nelikumīgās darbībās un pasākumos, kas diskreditē profesiju vai organizāciju	Jāatturas no tādas uzvedības, kas var apkaunot profesiju, izsaukt šaubas par cieņu, godīgumu un taisnīgumu

1. tabulas turpinājums

	LZRA, Zvērinātu revidentu ētikas kodekss	LRGA, Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss	IAI, Ētikas kodekss	Latvijas Zvērinātu advokātu ētikas kodekss
Profesijas standartu ievērošana	Pakalpojumi jāsniedz saskaņā ar profesijas standartiem; sabiedriskajā praksē strādājošam revidentam jāievēro neatkarība	Pakalpojumi jāsniedz saskaņā ar profesijas standartiem; sabiedriskajā praksē strādājošam grāmatvedim jāievēro neatkarība	Sniedz pakalpojumus saskaņā ar iekšējā audita profesionālās prakses standartiem	Ievēro LR likumus un tiesību sistēmas prasības. Jābūt pilnīgi neatkarīgam no jebkādas ietekmes

Kā var redzēt 1.tabulā, visu apskatīto profesiju ētikas pamatprincipi ir līdzīgi.

Vistuvāk zvērinātu revidentu ētikas kodeksa pamatnostādņēm ir Latvijas Republikas Grāmatvežu asociācijas (saīsinājumā LRGA) 2002.gadā izdota Profesionālo grāmatvežu ētikas kodeksa [7] pamatnostādnes. Tas ir saistīts ar to, ka gan LZRA Zvērināto revidentu ētikas kodeksa, gan LRGA Profesionālo grāmatvežu ētikas kodeksa pamatā ir viens autoritatīvs avots – Starptautiskās Grāmatvežu federācijas (IFAC) Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss, kurš savukārt bija izveidots ar mērķi dot pamatu, uz kuru nacionālās organizācijas var balstīt nacionālo ētikas kodeksu. Līdz ar to izskaidrojama abu kodeksu (LZRA un LRGA) formu un pamatprincipu līdzība. Tomēr jāatzīmē, ka saskaņā ar LR likumdošanas aktiem, revīzijas darbu Latvijā veic tikai zvērināti revidenti vai to komercsabiedrības. Līdz ar to LRGA Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss nesatur tās normas, kuras attiecas uz revīzijas darbu, kā arī nenosaka tik augstas neatkarības prasības, kas nepieciešamas tiem, kuri veic revīziju un sagatavo ziņojumu par finanšu informāciju (piem., attiecībā uz sabiedriskās prakses kapitāla piederību, finansiālām saistībām ar klientu, personiskām un ģimenes attiecībām ar klientu un tā vadītāju utt.). Šajos aspektos LRGA ētikas kodeksa daļa, kas attiecas uz profesionāliem grāmatvežiem, kuri strādā sabiedriskajā praksē, būtiski atšķiras no LZRA pieņemtā ētikas kodeksa. Jāatzīmē, ka, ja zvērināts revidents sniedz grāmatvedības pakalpojumus vai konsultācijas nodokļu un finanšu jomā, tad viņam jāievēro Zvērinātu revidentu ētikas kodekss, nevis LRGA Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss, jo gan grāmatvedības pakalpojumu, gan konsultāciju sniegšana ir atrunāta Zvērinātu revidentu ētikas kodeksā.

Iekšējo auditoru institūta (saīsinājumā – IAI) ētikas kodeksa [6] (pieņemts 2000.gadā) mērķis ir veicināt iekšējo auditoru profesijas ētisko kultūru. Iekšējo auditoru ētikas kodeksa pamatprincipi ir līdzīgi Zvērinātu revidentu ētikas pamatprincipiem un attiecas uz iekšējo auditoru profesiju un praksi konkrētā uzņēmuma ietvaros. LZRA izdotajos dokumentos nav skaidrots, vai zvērinātam revidentam, sniedzot iekšējā audita pakalpojumus, līdztekus Zvērinātu revidentu

ētikas kodeksam ir jāievēro Iekšējo auditoru ētikas kodekss. Jautājums rodas tadēļ, ka Iekšējo auditoru kodeksā ir noteikts, ka šis kodekss attiecas gan uz fiziskajām, gan uz juridiskajām personām, kas sniedz iekšēja audita pakalpojumus. Savukārt, Zvērinātu revidentu ētikas kodeksā ir noteikts, ka zvērinātam revidentam jāievēro IFAC, SGSK (Starptautiskā Grāmatvedības standartu komiteja), LZRA izdotos dokumentus, LR likumus un normatīvos aktus. Iekšējo auditoru ētikas kodekss neatbilst nevienam no iepriekš minētajiem dokumentiem.

Latvijas zvērinātu advokātu ētikas kodekss [8] satur dažas īpatnības, kas nav raksturīgas zvērinātu revidentu darbībai. Zvērinātam advokātam ir jāizmanto visi likumā paredzētie līdzekļi un metodes, aizstāvēt un pārstāvēt juridisko palīdzību lūgušās personas tiesības un likumīgās intereses. Tādējādi nevar runāt par zvērināta advokāta objektivitāti šī vārda plašā nozīmē. Zvērinātu advokātu ētikas kodekss attiecas vienīgi uz zvērinātiem advokātiem. Piemēram, veicot administrēšanu maksātnespējas procesā vai pārstāvēt klienta intereses civillietās, zvērinātam revidentam ir jāievēro vienīgi savs kodekss.

Zvērinātu revidentu ētikas kodekss sastāv no 17.nodaļām, dažas no tām satur apakšnodaļas un komentārus:

1. Godprātība un objektivitāte.
2. Ētikas konfliktu risināšana.
3. Profesionālā kompetence.
4. Konfidencialitāte.
5. Nodokļu prakse.
6. Ārvalstīs veiktā darbība.
7. Publicitāte.
8. Neatkarība
 - finansiālās saistības ar klientu vai iesaistīšanās klienta darījumos;
 - atzinuma sagatavošana uzņēmumos;
 - citu pakalpojumu sniegšana revīzijas klientiem;
 - personiskās un ģimenes attiecības;
 - atalgojums par pakalpojumu (honorāri);
 - iepriekš neparedzēta lieluma atalgojums par pakalpojumu;
 - preces un pakalpojumi;
 - bijušie partneri;
 - ierosinātās vai paredzamās tiesas prāvās;
 - augstāko amatpersonu ilgstoša sadarbība ar revīzijas klientiem.
9. Profesionālā kompetence un atbildība attiecībā uz citu profesionāļu pakalpojumu izmantošana.
10. Atalgojums par pakalpojumiem un komisijas nauda
 - atalgojums par profesionālajiem pakalpojumiem;
 - komisijas nauda.
11. Darbības, kas nav savienojamas ar zvērināta revidenta statusu.
12. Klientu naudas līdzekļi.
13. Attiecības ar citiem zvērinātiem revidentiem
 - jaunu darba uzdevumu pieņemšana;
 - zvērināto revidentu nomaīņa;

14. Reklāma, sludinājumu publicēšana un piedāvājumi klientiem
iecelšana amatā un apbalvojumi;
zvērinātā revidenta darba vai profesionālas uzņēmējdarbības meklējumi;
katalogi;
grāmatas, raksti, intervijas, lekcijas, uzstāšanās radio un televīzijā;
mācību kursi, semināri;
personāla (darbinieku) komplektēšana;
brošūras un firmu katalogi;
rakstāmlietas un veidlapas (kancelejas piederumi) un plāksnes ar
uzvārdu vai firmas nosaukumu;
paziņojumi laikrakstos;
zvērinātā revidenta vārda minēšana klienta izdotajos dokumentos.
15. Konflikts ar darba devēju.
16. Atbalsts profesionāliem kolēģiem.
17. Informācijas izklāsts.

Jāatzīmē, ka IFAC Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss sastāv no trim daļām (18 nodaļas):

A daļa attiecas uz visiem profesionāliem grāmatvežiem, ja nav norādīts citādi;

B daļa attiecas tikai uz tiem grāmatvežiem, kuri strādā sabiedriskajā praksē;

C daļa attiecas uz algotiem profesionāliem grāmatvežiem, bet konkrētās situācijās arī uz B daļā minētajiem grāmatvežiem.

Lai gan Latvijas zvērinātu revidentu ētikas kodeksā nav paredzēts šāds kodeksa iedalījums, faktiski pēc sava satura, rakstura un būtības šis iedalījums saglabājas (bet tas nav norādīts paša kodeksa tekstā):

1.-7.nodaļas atbilst A daļai IFAC Ētikas kodeksā;

8.-14.nodaļa atbilst B daļai IFAC Ētikas kodeksā;

15.-17.nodaļa atbilst C daļai IFAC Ētikas kodeksā.

IFAC Ētikas kodeksā nodaļu grupējums trīs daļās ir loģisks un konsekvents. Atsakoties no līdzīgas Zvērinātu revidentu ētikas kodeksa strukturēšanas, zūd zināma konsekvence un nav izteikta nodaļu nozīme atkarībā no tā, vai zvērināts revidents veic algotu darbu vai strādā sabiedriskajā praksē. Piemēram, IFAC Ētikas kodeksā profesionālās kompetences prasības izklāstītas katrā daļā atsevišķajā nodaļā atbilstoši šīs daļas būtībai un nozīmei (tātad atkārtojas trīs reizes). Tā kā Zvērinātu revidentu ētikas kodeksā nav saglabāts iedalījums pa daļām, nācies atteikties no nodaļas "Profesionālā kompetence", kas attiecas uz zvērinātiem revidentiem, kuri veic algotu darbu, jo tas būtu jau otrais nodaļas nosaukuma atkārtojums ētikas kodeksa saturā.

Viens no zvērinātu revidentu galvenajiem darbības virzieniem ir revīzijas uzdevuma veikšana un ziņojuma sagatavošana par finanšu informāciju. Līdz ar to līdztekus citiem Zvērinātu revidentu ētikas kodeksā formulētiem principiem (godprātība, objektivitāte, kompetence, konfidencialitāte, profesionāla rīcība un standartu ievērošana) zvērinātiem revidentiem ir jāievēro neatkarības princips, jo revidenta ziņojuma par finanšu pārskatiem lietotāji paļaujas uz viņa darbu tieši

tāpēc, ka revidents ir izteicis savu viedokli neatkarīgi, bez jebkādiem aizspriedumiem un citu ietekmes.

Ētikas kodeksā ir noteikts, ka sabiedriskajā praksē strādājošam revidentam, kurš uzņemas uzdevumu sagatavot ziņojumu par finanšu informāciju, ir jābūt neatkarīgam gan faktiski, gan bez šķietamām aizdomām par neatkarības trūkumu, ko varētu uzskatīt par nesaderīgām ar revidenta godprātību, objektivitāti un neatkarību.

Faktiskā neatkarība nozīmē to, ka revidents ir spējīgs saglabāt neatkarību un objektīvu attieksmi visā revīzijas laikā. Ar neatkarības saglabāšanu bez šķietamām aizdomām apzīmē kā trešās personas uztver revidenta neatkarību. Ja revidents faktiski ir neatkarīgs, bet personas, kuras izmanto revīzijas rezultātus domās, ka revidents rīkojis sava klienta labā, tad revīzijas vērtība tiks zaudēta, un, acīmredzot, revīzija būs bezjēdzīga.

Starptautiskie revīzijas standarti (saīsinājumā – SRS) nosaka, ka revidentam neatkarība saskaņā ar IFAC “Profesionālo grāmatvežu ētikas kodeksu” ir nepieciešama, ja revidents veic:

Revīziju – sagatavo ziņojumu par finanšu pārskatiem (700.SRS), kā arī sagatavo ziņojumu par speciālā mērķa revīzijas uzdevumiem (800.SRS: ziņojumu par finanšu pārskatu sastāvdaļu, ziņojumu par atbilstību līgumattiecībām un ziņojumu par saīsinātiem finanšu pārskatiem);

Ar revīziju saistītos pakalpojumus, piem., pārbaudi (910.SRS: uzdevums veikt finanšu pārskatu pārbaudi).

Savukārt, neatkarība nav viena no prasībām attiecībā uz tādiem ar revīziju saistītajiem pakalpojumiem, kā, piem., uzdevums veikt iepriekš saskaņotas procedūras attiecībā uz finanšu informāciju (920.SRS) vai uzdevums vākt (apkopot) finanšu informāciju (930.SRS). Taču atsevišķā uzdevuma noteikumi vai mērķi var revidentam pieprasīt ievērot neatkarības prasības. Ja revidents nav neatkarīgs, tad attiecīgajā situācijā šis fakts jādeklarē savā ziņojumā.

SRS pamatnostādnes neattiecas uz citiem revidentu sniegtiem pakalpojumiem, piemēram, pakalpojumiem nodokļu sakarā, konsultācijām un padomu došanu par jautājumiem, kas saistīti ar finansēm un grāmatvedību. Tomēr, veicot šos uzdevumus, revidentam nepieciešams apsvērt nepieciešamību ievērot neatkarības prasībām. Piem., ja zvērināts revidents sagatavo klienta nodokļa pārskatu, tad jāņem vērā tāds neatkarības aspekts, kas noteic, ka būtu nepareizi sniegt profesionālos pakalpojumus ar nosacījumu, ka atalgojums netiks maksāts, ja nebūs iegūti noteikti dati vai sasniegti iepriekš noteikti rezultāti (arī tad, ja kādā citādā veidā atalgojums būs atkarīgs no pakalpojumu rezultātiem vai iegūtajiem datiem). Piemēram, revidents nevar noteikt sava honorāra lielumu par nodokļa aprēķina sagatavošanu, pamatojoties uz summām, kuras pretējā gadījumā tiktu izmaksātas nodokļa veidā un kuras viņš palīdz iekonomēt savam klientam. Jo personām, kuras sastāda nodokļu deklarācijas, nepieciešams nevis noteikt zemāku, bet pareizu maksājamo nodokļu summu. Ja revidents noteiks savu atalgojumu, pamatojoties uz summām, kuras pretējā gadījumā tiktu izmaksātas nodokļu veidā, tad revidents, acīmredzot, mēģinās samazināt nodokļus, kurus jāmaksā budžetā. Lai palīdzētu saviem revidentiem tādu ētikas

jautājumu risināšanā, LZRA būtu nepieciešams sagatavot skaidrojošus materiālus attiecībā uz konkrētiem reāliem apstākļiem.

Arī jauna LR likuma "Par zvērinātiem revidentiem" VI nodaļā ir formulētas zvērināta revidenta neatkarības un profesionālās ētikas prasības. Jāatzīmē, ka Zvērinātu revidentu ētikas kodekss bija izdots 2000.gadā – pirms jauna likuma "Par zvērinātiem revidentiem" pieņemšanas un spēkā stāšanās datuma (likums Saeimā pieņemts 2001.gada 3.martā, stājas spēkā 2002.gada 1.janvārī, atsevišķie tā noteikumi 2004.gada 1.janvārī).

Likums noteic, ka zvērināts revidents savā profesionālajā darbībā ir neatkarīgs. Valsts un pašvaldību institūcijām, tiesām, prokuroriem un pirmstiesas izmeklēšanas izstādēm jāgarantē zvērinātu revidentu profesionālās darbības neatkarība. Zvērinātu revidentu komercsabiedrības biedriem (dalībniekiem), vadītājam, izpildinstitūcijas locekļiem un citām personām ir aizliegts iesaistīties zvērināta revidenta profesionālajā darbībā vai iespaidot viņu, lai ietekmētu šā revidenta kā neatkarīga eksperta viedokli vai sniegto atzinumu.

Nemot vērā to, ka zvērināta revidenta neatkarības prasības ir noteiktas gan ētikas kodeksā, gan likumā "Par zvērinātiem revidentiem", būtu lietderīgi izanalizēt un salīdzināt dažas analogiskās neatkarības prasības šajos dokumentos.

Likums nosaka apstākļus, kuros ir **apdraudēta** zvērināta revidenta vai zvērināto revidentu komercsabiedrības **neatkarība**:

- 1) tiešas vai netiešas finansiālas saistības un līdzdalība klienta darījumos. Savukārt, ētikas kodeksā ir noteikts, ka finansiālās saistības (tiešās vai netiešās) ar klientu iespaido neatkarību un var likt saprātīgam vērtētājam nonākt pie secinājuma, ka tā ir mazinājusies. Ētikas kodekss satur izsmeļošus komentārus attiecībā uz zvērināta revidenta finansiālām saistībām ar klientu, piem., klienta akciju turēšana, aizdevumu izsniegšana un pieņemšana, garantijas, galvojumi utt.
- 2) esošas vai pēdējo triju gadu laikā pastāvējušas darba attiecības ar klientu. Zvērinātu revidentu ētikas kodekss noteic, ka, ja zvērināts revidents, kurš sagatavo atzinumu, pašlaik ir vai tieši pirms atzinuma sagatavošanas ir bijis amatpersona, darbinieks vai līdzīpašnieks, tad viņu varētu uzskatīt par personu, kurai ir intereses, kas apdraud viņu neatkarību attiecībā uz atzinuma sagatavošanu par šo uzņēmumu. Ētikas kodekss ieteic, lai periods tieši pirms atzinuma došanas nebūtu īsāks par trīs gadiem. Arī IFAC ētikas kodeksā noteikts, ka ir ieteicams, lai periods tieši pirms atzinuma došanas nebūtu īsāks par diviem gadiem.
- 3) klienta vadības funkciju pildīšana. Ētikas kodeksā noteikts, ka, ja zvērināts revidents papildus revīzijai klientam sniedz arī citus pakalpojumus, jāuzmanās, lai viņš nepildītu klienta vadības funkcijas un nepieņemtu lēmumus, kas ir vadības, valdes vai padomes kompetencē. Kodekss sniedz detalizētus norādījumus attiecībā uz zvērināta revidenta un klienta sadarbību revīzijas laikā. Jautājums par revidenta neatkarību var rasties gadījumā, ja revidents sagatavo klienta grāmatvedības dokumentāciju un finanšu pārskatus un vienlaicīgi veic šo dokumentu revīziju. Ētikas kodekss noteic, ka zvērināts revidents, kura uzdevums ir kārtot grāmatvedības dokumentus, nedrīkst piedalīties to pārbaudē.

Fakts, ka zvērināts revidents ir apstrādājis vai kārtojis noteiktus grāmatvedības reģistrus, neizslēdz vajadzību veikt attiecīgas revīzijas pārbaudes procedūras.

- 4) zvērināta revidenta vai viņa laulātā atrašanās radniecībā vai svainībā līdz otrajai pakāpei ar klienta amatpersonu vai dalībnieku. Saskaņā ar Civillikumu, 2.pakāpe ir tēva māte, tēva tēvs, mātes māte, mātes tēvs, brālis, māsa, pusmāsa, pusbrālis, dēla meita, dēla dēls, meitas meita, meitas dēls. Tomēr ētikas kodekss nosauc tikai dzīvesbiedru (laulāto), apgādājamo bērnu un radnieku, kam ir kopīga saimniecība ar klientu. IFAC kodeksā ir noteikts, ka, ņemot vērā sociālos apstākļus, kas pastāv atsevišķās valstīs, nacionālajai organizācijai (proti, LZRA), ir jāizlemj, kādā ģimenes attiecību pakāpē ar klientu tās būtu jāuzskata par pārāk tuvām, lai nodrošinātu to, ka netiek vājināta neatkarība, sniedzot klientam profesionālos pakalpojumus. Jāatzīmē, ka ētikas kodeksu daļā, kur aprakstītas personiskās un ģimenes attiecības, pēc jauna likuma stāšanās spēkā ir nepieciešams papildināt atbilstoši likuma prasībām.
- 5) būtiskā atkarība ieņēmumos no viena vai vairāku savstarpēji saistītu klientu apkalpošanas. Arī ētikas kodeksā ir noteikts, ka, ja atkārtoti no klienta vai savstarpēji saistītu klientu grupas saņemtais atalgojums (honorārs) par pakalpojumiem veido lielu daļu no zvērināta revidenta ienākumiem vai visas prakses bruto ienākumiem, noteikti ir jāanalizē atkarība no šā klienta vai klientu grupas, jo tas var radīt šaubas par zvērināta revidenta neatkarību.
- 6) par revīzijas pakalpojumiem saņemtās atlīdzības atkarība no revīzijas iznākuma. Ētikas kodeksā ir noteikts, ka zvērināts revidents nedrīkst sniegt profesionālos pakalpojumus klientam ar noteikumu, ka atalgojums netiks maksāts, ja nebūs iegūti noteikti dati vai sasniegti iepriekš noteikti rezultāti, vai arī, ja kādā citādā veidā atalgojums būs atkarīgs no pakalpojumu rezultātiem vai iegūtajiem datiem.
- 7) dāvanu, atlaižu vai citu labvēlīgu darījuma nosacījumu pieņemšana no klienta. Arī ētikas kodeksā ir noteikts, ka zvērinātie revidenti nedrīkst no klientiem pieņemt un viņiem piedāvāt dāvanas vai dalību izklaidēs pasākumos, kas varētu būtiski un nevēlamā veidā ietekmēt viņu profesionālos spriedumus, kā arī tos cilvēkus, ar kuriem viņi sadarbojas. Kodeksā arī ir norādīts, ka nav iesakāms pieņemt no klienta viesmīlību un dāvanas tādā apmērā, kas neatbilst sabiedrībā pieņemtajām pieklājības normām. Ne ētikas kodeksā, ne arī likumā nav konkrēti noteikts, cik liela dāvanu, atlaižu u.tml. vērtība var samazināt neatkarību. LZRA var sniegt palīdzību šīs problēmas risināšanā, izdodot attiecīgu skaidrojošu dokumentu.
- 8) citi apstākļi, ko par tādiem atzinusi Latvijas Zvērinātu revidentu asociācija. Ētikas kodekss sniedz papildu norādījumus attiecībā uz bijušajiem partneriem, ierosinātām vai paredzamām tiesas prāvām, augstāko amatpersonu ilgstošo sadarbību ar revīzijas klientiem.

Veiktā analīze liecina, ka Zvērinātu revidentu ētikas kodekss satur detalizētākās prasības zvērinātu revidentu neatkarībai. Tomēr būtu nepieciešami grozījumi ētikas kodeksa tekstā, lai to saskaņotu ar likumu.

Likuma "Par zvērinātiem revidentiem" 6.panta (3.) daļā ir noteikts, ka Latvijas Zvērinātu revidentu asociācija īsteno zvērinātu revidentu profesionālo pārvaldi. Tās ietvaros LZRA nodrošina profesionālo standartu un ētikas normu, kā arī citu uz profesiju attiecināmo regulējošo normatīvo aktu ievērošanas un asociācijas biedru profesionālās darbības uzraudzību.

Par profesionālās ētikas kodeksa normu pārkāpšanu LZRA pēc pašas iniciatīvas, pēc tiesas priekšlikuma vai pēc personas sūdzības var ierosināt disciplinārlietu. Disciplinārlietu izskatīšana un sodu piemērošana notiek saskaņā ar LZRA Disciplināro nolikumu [4].

Zvērinātu revidentu neatkarības nodrošināšanā svarīga loma pieder LZRA. Asociācijai ir jāizstrādā norādījumi ētikas kodeksā formulēto noteikumu un pamatnostādņu piemērošanai konkrētajās situācijās, jāapkopo pieredze lietās, kas saistītas ar neatkarības un citu ētikas principu pārkāpumiem, izstrādājot attiecīgas rekomendācijas zvērinātiem revidentiem. Veicot kvalitātes kontroli zvērinātu revidentu komercsabiedrībā, nepieciešams pievērst uzmanību, vai auditorfirmā ir izstrādāta metodoloģija un procedūras, kuras nodrošina pietiekamu pārliecību par visu tās darbinieku neatkarību.

LITERATŪRA

1. Likums "Par zvērinātiem revidentiem", *Latvijas Vēstnesis*, Nr.78, 22.05.2001.
2. Starptautiskie revīzijas standarti. LZRA IC SIA BO, 1998.
3. Zvērinātu revidentu ētikas kodekss. Rīga: LZRA IC SIA BO, 2000.
4. LZRA Disciplinārais nolikums, *Grāmatvedība un Revīzija*, 2000/1, 32.,33.lpp.
5. Code of Ethics for Professional Accountants, IFAC.
6. Iekšējo auditoru institūta ētikas kodekss, IAI Latvijas nodaļa. Rīga, 2002.
7. Profesionālo grāmatvežu ētikas kodekss, LRGA. Rīga, 2002.
8. Latvijas zvērinātu advokātu ētikas kodekss, pieņemts 21.05.1993.

Introduction of Ethical Requirements to Chartered Accountants

Summary

The article contains the analysis of the ethical requirements, which must be observed by the chartered auditors in their professional work. The code and its structure are considered. Evaluating a character of the auditors' professional services, fundamental principles of the Code of Ethics for the Chartered Auditors and the codes of ethics for the representatives of other professions like the accountants, the internal auditors, and the chartered lawyers are compared.

Necessity to observe the independence principle in the professional work of the auditors is emphasized. Requirements for the auditors to be independent are analyzed and compared in a context of the law and the Code of Ethics. The main distinctions concerning independence are determined in the above-mentioned documents. The role of the Latvian auditors' professional organization in maintenance of observance of the ethical norms by its members is emphasized.

Latvijas rūpniecības potenciāls un konkurētspēja Eiropas Savienībā

Latvian Industry's Potential and Opportunities of Competitiveness in European Union

Ieva Lūciņa

Biznesa Institūts RIMPAK Livonija

Zasulauka iela 31, Rīga, LV-1046

E-pasts: maris.pavlovskis@bkn.lv

Rakstā ir apskatīts Latvijas rūpniecības potenciāls un konkurētspēja Eiropas Savienībā. Rūpniecība ir nozīmīga tautsaimniecības sastāvdaļa, tā savā būtībā aptver gandrīz visus ražošanas procesus. Latvijas gadījumā rūpniecība ir panākusi, kaut arī esošie uzņēmumi, pēc statistisko datu analīzes, ar katru mēnesi, un salīdzinot ar iepriekšējo gadu, kāpina produkcijas izlaides tempus, kā arī ir novērojams cenu pieaugums ražojumiem, kuri tiek eksportēti. Un lielākais eksporta apjoms ir uz Eiropas Savienības valstīm.

Atslēgvārdi: rūpniecība, ražošana, ražošanas apjomi, ražotāju cenas, Eiropas Savienības rūpniecības politika

Tautsaimniecības jēdziens nevar pastāvēt bez rūpniecības ietveršanas tajā, tāpat kā pati tautsaimniecība lielā mērā veidojas uz rūpniecības pamatiem. Rūpniecība ir ražošana, jaunu vērtību radīšana. Tā aizņem divus no trim ekonomikas sektoriem: primāro, kurā ir izejvielu ieguve, enerģijas ražošana utt.; sekundāro, kurā notiek pārstrāde, pārveidošana un ražošana. No tā izriet, ka pilnvērtīgai ekonomiskajai aīnai ir nepieciešami visi trīs sektori. Protams, ka reālajā dzīvē visām valstīm nav vienādi apstākļi, ne tikai pēc ražošanas resursu krājumu daudzuma tās teritorijā, bet arī darbaspēka kvalifikācijas jomā u.c.

Latvijas situācija pieļauj darbību sekundārajā sektorā un terciārajā, kur notiek saražotā pārdošana, kā arī dažādu pakalpojumu sniegšana. Pēdējā sektora izmantošana notiek visnotaļ aktīvi, tajā ir novērojamas arī nozīmīgas investīcijas. Var teikt, ka mēs pārdodam. Bet paliek taču arī potenciālais sekundārais sektors, kuru, apskatot situāciju Latvijas rūpniecībā, var tiešā veidā nosaukt par potenciālu. Atjaunot aizlaistās un bankrotējušās ražotnes vairs nav iespējams, bet kādēļ neradīt iespēju jaunu un arī veco uzņēmumu darbībai šajā sektorā. Latvijas izdevīgais ģeogrāfiskais stāvoklis ne vienu vien reizi ir jau sevi pierādījis, arī

intelektuālā darbaspēka ziņā situācija nav nemaz tik slikta. Šobrīd ir radīta situācija, kad šie potenciālie nemateriālie investori pamet valsti, jo vienkārši nav uzņēmumu, kur viņi varētu produktīvi darboties.

Tādā ekonomiskās darbības veidā kā rūpniecība ieskaita šādas ekonomiskās darbības kategorijas, kas ir noteiktas atbilstoši starptautiskajiem standartiem:

- ieguves rūpniecība un karjeru izstrāde (ekonomiskā darbība, kuras rezultātā tiek iegūti dabā atrodamie minerāli (derīgie izrakteņi);
- apstrādes rūpniecība (fiziska vai ķīmiska materiālu vai komponentu pārveide jaunos produktos neatkarīgi no tā, vai to veic mehanizēti vai ar roku darbu, fabrikā vai mājas apstākļos, realizē gatavo produkciju vairumā vai mazumtirdzniecībā);
- elektroenerģijas ražošana un sadale, ar mērķi realizēt elektroenerģiju patērētājam;
- gāzveida kurināmā piegāde patērētājiem pa gāzes vadiem;
- tvaika un karstā ūdens ražošana un sadale apkurināšanas, enerģijas ražošanas un citām vajadzībām;
- ūdens ieguve, attīrīšana un sadale iedzīvotājiem, uzņēmumiem, iestādēm un citiem patērētājiem.¹

Apstrādes rūpniecība ražo 9/10 no pasaules rūpniecības kopprodukcijas. Mūsdienās visstraujāk, protams, attīstās zinātnietilpīgās nozares – mikroelektronika, skaitļošanas tehnikas ražošana, robotu būve, informātikas līdzekļu ražošana, atomtehnikas un aerokosmiskās tehnikas ražošana, organiskās sintēzes ķīmija, mikrobioloģiskā rūpniecība. Kā jau minēju, tad ieguves rūpniecība var pastāvēt tajos rajonos, kuros ir derīgo izrakteņu krājumi. Pastāv tendence ieguves rūpniecībai samazināties, jo šo resursu daudzums nepalielinās. Līdz ar to arvien nozīmīgāku vietu ieņem otrreizējā pārstrāde.

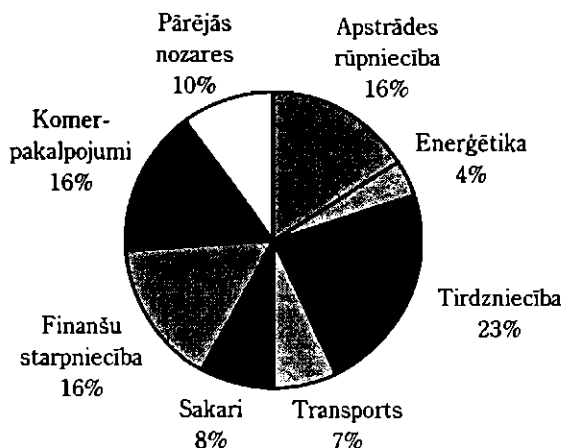
Kā jau minēju, tad Latvijas rūpniecības stāvoklis ir tālu no vēlamā. Rūpniecībā darbojošos lielo uzņēmumu skaits nav liels, kaut arī statistiskie rādītāji parāda, ka cenas un ražošanas apjomi aug. Bet šie rādītāji aug, pateicoties eksporta palielinājumam rūpniecības precēm. Pieaugums gan nav liels, ja ņem vērā iepriekšējā gada pirmo ceturksni, tikai 4,8%. 2002. gada sākumā bija vērojama metālu un to izstrādājumu eksporta samazinājumus, bet toties palielinājās pārtikas preču eksports uz Krieviju, Igauniju un Lietuvu. Tas, savukārt, samazināja uz ES valstīm eksportētās produkcijas daļu.

2001. gadā nozīmīgi palielinājās imports uz Latviju un pārsniedza eksportu no Latvijas par 2,7%. Vislielākais importa apjoma pieaugums bija kapitālprecēm. Savukārt, 2002. gada pirmajā ceturksnī palielinājums bija vērojams mehānismu, elektrisko iekārtu un transporta līdzekļu importam.²

Apstrādes rūpniecības ražošanas apjomi 2001. gadā vidēji par 9,5% pārsniedza iepriekšējā gada līmeni. Pieaugums bija gandrīz visās rūpniecības nozarēs, un kāpums vairumā nozaru balstījās uz eksporta pieaugumu. 2001. gadā bija vērojamas pozitīvas izmaiņas Krievijas un citu NVS valstu tirgos, kas deva papildu iespējas vairākām Latvijas rūpniecības nozarēm, it īpaši pārtikas rūpniecībai un mašīnbūvei.

Savukārt 2002. gada pirmajos trijos mēnešos vājā ārējā pieprasījuma dēļ nebija izaugsmes kokapstrādē, mašīnbūvē, tekstilrūpniecībā. Tāpēc apstrādes rūpniecības izlaides pieauguma tempi stipri samazinājās.

2002. gada sākumā saglabājās augsti investīciju pieauguma tempi. Kā rāda statistikas dati, visapjomīgākās investīcijas bija tieši transporta un sakaru nozarē, vērā ņemams investīciju pieaugums bija vērojams arī apstrādes rūpniecībā salīdzinājumā ar 2001. gada 1. ceturksni (par 36%), no tām puse tika veiktas pārtikas rūpniecībā un kokapstrādē. Kā redzams 1. attēlā³, tad investīcijas apstrādes rūpniecībā par iepriekšējo gadu ir bijušas visai augstas, salīdzinot ar citām nozarēm.



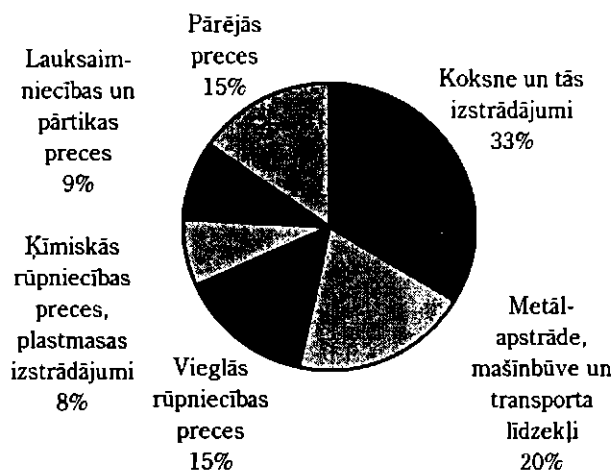
1. att. Ārvalstu tiešās investīcijas sadalījumā pa tautsaimniecības nozarēm par 2001. gadu

Direct Investments From Foreign Countries Divided Into National Economics' Areas Per 2001

Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka 2002. gada augustā rūpniecības produkcijas izlaide, salīdzinot ar pagājušā gada augustu, pieaugusi par 3%. Tajā skaitā ieguves rūpniecības un karjeru izstrādē vērojams produkcijas izlaides kāpums par 6,1%, apstrādes rūpniecībā – 3,1% un elektroenerģijas, gāzes un ūdens apgādes nozarē – par 2,8%. Ir vērojama vispārēja tendence palielināties produkcijas izlaidei (piem., 2002. gada augustā, salīdzinot ar jūliju, rūpniecības produkcijas izlaide palielinājās par 1,2%), bet ne visās nozarēs. Starp nozarēm, kurās bija vērojams produkcijas izlaides samazinājums, bija apģērbu ražošanas un kažokādu apstrādes nozarēs (kritums par 9,2% salīdzinājumā ar 2001. gada augustu), izdevējdarbības, poligrāfijas un ierakstu reproducēšanas nozarē (kritums par 5,2%), ķīmisko vielu un to izstrādājumu ražošanā (par 3,5%), mēbeļu ražošanā (par 0,1%)⁴ u.c.

Līdz ar ražošanas apjomu palielināšanos ir vērojams arī ražotāju cenu pieaugums. 2002. gada augustā cenas palielinājās, salīdzinot ar jūliju, kopumā par

0,3%, bet septembrī, salīdzinot ar augustu, jau par 0,2%. Tas izskaidrojams ar to, ka kopējo ražotāju cenu līmeni par 0,07 procentpunktiem paaugstināja cenu kāpums pārtikas produktu un dzērienu ražošanā (galvenokārt maizes un miltu konditorejas izstrādājumu ražošanā), par 0,04 procentpunktiem – gatavo metālizstrādājumu, izņemot mašīnu un iekārtu, ražošanā, par 0,03 procentpunktiem apģērbu ražošanā, kažokādu apstrādē un krāsošanā, par 0,01 procentpunktu – gumijas un plastmasas izstrādājumu ražošanā.⁵



2. att. Eksporta struktūra 2002. gada 1. ceturksnī
Structure of Export in 1st quarter of 2002

Salīdzinot ar cenu dinamiku vietējā tirgū realizētajai un eksportētajai produkcijai, straujāks cenu kāpums bija vērojams eksportprecēm, izņemot septembrī, kad, salīdzinot ar iepriekšējo mēnesi, cenas vietējā tirgū pieauga. Eksporta struktūra 2. attēlā parāda, ka visvairāk tiek eksportēta koksne un tās izstrādājumi.

Latvijas rūpniecībā pozitīvais moments ir tas, ka ražojumiem lielākoties ir laba kvalitāte. Šeit saduras divas atšķirīgas intereses, jo sevišķi, pārtikas ražošanā. Latvijas patērētājs vēlas lietot maksimāli ekoloģiski tīru pārtiku, bez ķīmiskajām piedevām, kas nodrošina produkta uzglabāšanas ilguma palielināšanu, kas rezultātā neatbilst ES standartiem. Ražotājam ir jāņem vērā gan vietējo patērētāju prasības, gan ārējā tirgus diktētie nosacījumi. Lielākoties ražotāji, kuru tirgus segmenti ir vietējā tirgū, nedarbojas paralēli arī ārējā, jo uzturēt divas dažādas tehnoloģiskās rindas prasa lielus līdzekļus. Latvijas uzņēmumu vairums nav tik finansiāli stabili un veiksmīgi gan ārējā, gan iekšējā tirgū, lai to varētu atļauties. Kā izsakās J.Paiders, tad Latvijas pārtikas rūpniecībā būs jāslēdz, iespējams, pat puse uzņēmumu. Šāds solis nozīmē milzīgus zaudējumus uzņēmuma īpašniekiem, kā arī milzīgu bezdarba pieaugumu uzreiz pēc iestāšanās ES, it īpaši lauku apvidos.⁶

Jāteic, ka Kopiena pati ir ilgu laiku diskutējusi par rūpniecības politiku. Bet šobrīd priekšplānā ir četri rīcības centrālie punkti:

nemateriālās investīcijas – runa ir galvenokārt par labāku profesionālo izglītību, darba organizācijas jaunām formām, vispārējo kvalitātes kontroli, tehnoloģijas pētījumiem un informācijas tīklu attīstību. Pētniecības politikai jābūt vairāk orientētai uz tirgu;

rūpnieciskā sadarbība – jāattīsta instrumenti uz Kopienas orientētās privātās iniciatīvas veicināšanu un Eiropas uzņēmumu klātbūtnes stiprināšanu plaukstošajos tirgos. Šajā nolūkā Eiropas Komisijai piemēroti šķiet tiesisko un nodokļu barjeru novēršana, dialoga veida “apaļie galdi” rūpniecības un citos jautājumos, kā arī juridiski saskaņota investīciju veikšana ārvalstīs. Mērķreģioni, galvenokārt, ir Centrālā un Austrumeiropa, Latīņamerika, Vidusjūras reģiona valstis un Āzijas valstu plaukstošie tirgi;

vienādi konkurences noteikumi paredzēta ES valstīs pilnīga konkurences īstenošana iekšējā tirgū, efektīvāk izmantojot subsīdijas un atceļot konkurences izņēmuma režīmus gāzei, elektrībai un telekomunikācijām. Attiecībā ar pārējām valstīm jāuzlabo, galvenokārt, Kopienas tirdzniecības politikas instrumenti un to izmantošana jāpiemēro arī pakalpojumu sektorā, lai varētu realizēt sakārtotu starptautisku konkurenci. Kopiena vēlas arī spēt sniegt efektīvāku pretsparu stratēģiskajām apvienībām un diskriminējošiem divpusējiem nolīgumiem kā, piem., amerikāņu-japāņu vienošanās par pusvadītājiem.

Valsts iejaukšanās mūsdieniskošana – tālāka deregulēšana, administratīvo procedūru vienkāršošana un sadarbības uzlabošana starp nacionālajām un kopienas iestādēm.⁷

Baltijas valstis tiek salīdzinātas ar Portugāli, Spāniju un Grieķiju, kuru attīstības līmenis ir daudz zemāks par ES vidējo līmeni. Visām trim Baltijas valstīm ir kopīgs tas, ka ārvalstu tiešās investīcijas tiek piesaistītas pārsvarā pakalpojumu sektoriem, kas nav pārstāvēti starptautiskajā tirdzniecībā, un ražošanas nozarēm, kas nodarbojas ar eksportu.

Tiek uzskatīts, ka ekonomikas jomā virzība uz iestāšanos ES un pati iestāšanās, nodrošina stimulus attīstībai, labklājībai un strukturālajām izmaiņām. No Latvijas ekonomikas attīstības stratēģijas viedokļa vēl svarīgāka ir jauno tehnoloģiju ienākšana un ieviešana šejienes uzņēmumos. Jaunās tehnoloģijas pavērtu iespēju perspektīvai konkurētspējai. Nedrīkstētu gan aizmirst to, ka jauno tehnoloģiju adaptēšana Latvijas apstākļiem, to ieviešana un, galvenokārt, jau iegādāšanās ir saistīta ar lieliem naudas līdzekļiem. Šos līdzekļus, nemītīgi tiek masu medijos un arī Latvijas valdībā tiek uzsvērts, iegūsim no ārvalstu investīcijām. Mazāk tiek uzsvērts fakts, ka investors nav tikai labdarīgs naudas līdzekļu aizdevējs, tā ir persona, kura, stratēģiski aprēķinot savu izdevīgumu, gaida peļņu. Tiesa, daudzi Latvijas uzņēmumi izdzīvos, bet peļņa aizies investoriem un noteikti nepaliks valstī.

Jautājums jau nav tikai par modernajām tehnoloģijām, liela nozīme būs arī vides un ekoloģiskajiem jautājumiem. Saskaņā ar ES likumdošanu rūpniecības

uzņēmumi ir atbildīgi par atkritumu rašanās novēršanu un to likvidēšanu gadījumos, kad tie ir neizbēgami. Tāpat ražotāji ir atbildīgi arī par lietderīgu enerģijas izmantošanu, nelaimes gadījumu novēršanu un teritorijas atjaunošanu pēc ražotnes likvidēšanas. Minētās prasības attiecas ne tikai uz ražošanā izmantotajām tehnoloģijām, bet arī uz veidu, kā tiek projektēta, būvēta, izmantota un likvidēta konkrētā ražotne.⁸ Visnotaļ jāpieņem fakts, ka lielai daļai Latvijas rūpniecības uzņēmumu būs jāatvēl nozīmīgs līdzekļu apjoms, lai sakārtotu uzņēmumus atbilstoši vides tehnoloģijas prasībām.

Latvijas situācijā lielāka uzmanība būtu jāpievērš tam, kādā veidā piesaistīt investīcijas, bet nepazaudēt peļņu un kontroli pār rūpniecības uzņēmumiem. Svarīga ir arī tieši valstiskā, ne tikai politiskā nostāja, bet arī vispārējā tēla radīšana, jautājumā par nemateriālajām investīcijām. Nedrīkstētu pieļaut to, ka speciālisti pamet valsti tāpēc, ka nav adekvāta atalgojuma vai perspektīvas izaugsmei.

Latvijas rūpniecības uzņēmumu problēma ES varētu būt to sakārtošana atbilstoši ekoloģijas prasībām. Ja ņem vērā, ka, uzņēmumu likvidējot, ir jāatjauno esošā ekovide, tad domāju, ka daudzi pašreizējie uzņēmēji pārkāpj šos noteikumus diezgan lielā mērā. ES ir noteikti standarti, kuriem jāatbilst ne tikai produkcijai, bet arī paša uzņēmuma iekšējai videi. Pie tā Latvijas rūpniekiem nāksies nopietni piestrādāt vai arī likvidēt savus uzņēmumus, jo prece nebūs konkurētspējīga un netiks dotas atļaujas tādu ražošanu vispār uzturēt.

Latvijas rūpniecība būtu konkurētspējīgāka, ja rūpnieki vairāk piedomātu, kā piesaistīt un adaptēt jaunās tehnoloģijas. Tehniskā bāze nav obligāti jāpārņem no Eiropas valstīm, arī Latvijā dažās jomās ir nopietni atklājumi, kuri visnotaļ ir konkurētspējīgi. Daudziem Latvijas rūpniecības uzņēmumiem ir novecojis tehniskais aprīkojums, risinājums, ko jau pielieto uzņēmumi, ir pakāpeniska tā nomaīņa. Bet problēmas varētu rasties situācijā, kad šādu pakāpenisku nomaīņu nevar lietot, jo vecās un jaunās tehnoloģijas ir pārāk atšķirīgas un nesavienojamas.

Liela nozīme būtu arī valsts nostājai. Ja valdība saprastu, ka Latvija nav tikai lielveikalu un tirdzniecības pārsātināta vieta, ka, izmantojot izdevīgo ģeogrāfisko stāvokli, var atjaunot zināmu rūpniecības daļu. Daudzi esošie uzņēmumi pierāda, ka ir konkurētspējīgi, bet valstij vajadzētu izmantot protekcionisma politiku attiecībā uz rūpniecību. Kaut gan, divi gadi vēl ir, kuros varētu rūpniecības konkurētspēju un potenciālu paaugstināt bez īpašu pārejas laika prasību ieviešanas Eiropas Savienībā. Rūpniecībai Latvijā nav jābūt lielai, mēs nemaz nevarētu sasniegt tādu stāvokli, ka tā būtu kā viena no galvenajām valsts balsta nozarēm, bet tai ir jābūt stabilai. Ir jāpanāk situācija, ka esošie uzņēmumi, un vēl nākotnē veidojošamies, ieņem stabilu vietu un aizņem noteiktus tirgus segmentus, kuros tiem ir augsta konkurētspēja.

Latvijas rūpniecības potenciāls ir pietiekoši liels kaut vai tādā ziņā, ka kvalificēta darbaspēka nodrošinājums vēl joprojām pastāv. Ar nelielas apmācības palīdzību šos cilvēkus varētu adaptēt pie jaunām tehnoloģijām, pie jaunām darba prasībām. Tas gan būtu jāveic pašiem rūpniecības uzņēmumiem.

Kā izsakās V.Siksnis Nordea Latvijas filiāles ģenerāldirektora vietnieks, tad kļūstot par lielās ekonomiskās telpas sastāvdaļu, Latvijas uzņēmumi būs spiesti

klūt konkurētspējīgāki, mainot uzņēmējdarbības vadības stilu, ētiku un darbības metodes.⁹

Secinot, no Eiropas Savienības likumdošanas aktiem, tad tā stingri nenosaka rūpniecības politikas pamatnosacījumus, tā paredz tikai selektīvu iejaukšanos, kur tas ir nepieciešams, kā piemēram, importa apdraudētās tradicionālās rūpniecības aizsardzībā, īpaši mazu un vidēju uzņēmumu kooperācijā un finansēšanai, dominējošo sektoru stiprināšanā.

Svarīgi ir tas, lai uzņēmumi būtu starptautiski konkurētspējīgi, lai tiktu vadīta labvēlīga vide un lai tiktu veicināta pētniecība un attīstība. Šo mērķu sasniegšanai tika izvirzīti jau minētie četri rīcības centrālie punkti: nemateriālās investīcijas, rūpnieciskā sadarbība, vienādi konkurences noteikumi un valsts iejaukšanās mūsdieniskošana.

Ir izstrādātas Latvijas rūpniecības attīstības pamatnostādnes, kuru mērķis ir principā noteikt valdības ekonomisko politiku rūpniecības konkurētspējas palielināšanai un noteikt šī mērķa īstenošanas vidējā termiņa prioritātes. Virzība uz Eiropas Savienību rosina veidot tādu rūpniecības politiku, kura ļautu sasniegt ES normatīvo aktu kopumā noteiktos rūpniecības attīstības mērķus. Latvijas rūpniecība izdala divus galvenos virzienus: reindustrializācija un attīstībai labvēlīgas vides nodrošināšana un efektīvas un konkurētspējīgas rūpniecības nozaru struktūras izveide. Latvijai ir jāatbalsta tās nozares, kur var tikt radīta augstāka pievienotā vērtība un kur ir salīdzinošās priekšrocības. Tāpēc par perspektīvām var uzskatīt informācijas tehnoloģijas, ķīmijas un farmācijas nozares, tehnoloģiju apakšnozares, biotehnoloģijas u.c.

ATSAUCES UN PIEZĪMES

Latvijas statistikas ikmēneša biļetens Nr.8. Rīga: Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde, 2002, 87.lpp.

² www.csb.lv

Latvijas tautsaimniecība: makroekonomiskais apskats, 2002, Nr.3., 3.lpp.

⁴ www.csb.lv

⁵ www.csb.lv

⁶ Viedokļu kopsavilkums pret Eiropas Savienību [no prese izdevumiem 2002.g. jūnijs, jūlijs, augusts]. – Rīga: Eiropas Savienības informācijas centrs, 2002.

Veidenfelds V., Veselis V. *Eiropa no A līdz Z*. Eiropas integrācijas rokasgrāmata. Rīga: Alberts XII, 2000, 312.lpp.

⁸ *30 jautājumi un atbildes*. Rīga: Eiropas integrācijas birojs, 1999, 29.lpp.

⁹ Viedokļu kopsavilkums par Eiropas Savienību [no prese izdevumiem 2002.g. jūnijs, jūlijs, augusts]. – Rīga: Eiropas Savienības informācijas centrs, 2002.

Latvian industry's potential and opportunities of competitiveness in European Union

Summary

We can't define the term "national economy" without the term of industry in it. National economy, to a great extent, is based on industry because it occupies two of the three economics sectors.

Latvia is a country that can work in a secondary and tertiary sectors the best. But the present situation is showing that we are just sellers, not producers. Besides, the main investments, as statistic data shows, are in tertiary sector, i.e., sale and services. But there is one potential sector – secondary. We can't revive enterprises that are bankrupted or brought to ruin but we should give opportunity for new enterprises and such ones that already is working in industrial area.

Our industry's positions are very weak. Those enterprises that work in industrial area reveals the fact that prices and effects are rising. But the rise isn't big enough. The greatest investments are in manufacturing. Production rise is observed in yielding and mining per 6,1%, in manufacturing – per 3,1% and in electricity, gas and water procurance – per 2,8% (in comparison with August 2001). Decline in production amount is observed in clothes' production – per 9,2% (in comparison with August 2001), in poligraphy and publishing, and in chemical industry.

Our industrial enterprises could exist successfully in EU in case if they put in new technologies and change the structures of companies. But it demands much money or big investments, and time as well. Without these figures we will not be able to compete with other companies of the EU countries.

Krājaizdevu sabiedrība kā sociālās ekonomikas instruments

Savings Structure as a Tool of Social Economics

Tatjana Mavrenko

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5 - 426, Rīgā, LV-1050

E-pasts: mavrenko.tatjana@inbox.lv

Raksts analizē krājaizdevu sabiedrību lomu sociālās ekonomikas mērķu sasniegšanā, balstoties uz Latvijas krājaizdevu sabiedrību darbības pieredzi. Sociālās ekonomikas jēdziens tiek pētīts jau vairākus gadus, bet joprojām kā pētniekiem, tā valsts iestādēm ir grūti atrast vienotu definīciju. Savā rakstā autore analizē "sociālā uzņēmuma" vietu un lomu finanšu un kredītēšanas tirgū, par tā vienīgo pārstāvi uzskatot finanšu kooperatīvu, jeb krājaizdevu sabiedrību, kuras darbības veids pilnībā atbilst sociālās ekonomikas kritērijiem. Analīze balstās uz monogrāfiska un empiriska pētījuma metodēm, raksta beigās autore analizē galvenās problēmas, kas kavē krājaizdevu sabiedrību attīstību Latvijā, kā arī dod priekšlikumus to risināšanai.

Atslēgvārdi: cilvēkkapitāls, finanšu kooperatīvs, krājaizdevu sabiedrība, savstarpējā kredītēšana, sociālā ekonomika

Veicot ekonomiskās reformas valstī, vienmēr rodas jautājums, cik ātri būs panākta labklājība un ekonomiskā izaugsme, lai to varētu baudīt ne tikai nākotnes, bet arī mūsdienu paaudze. Šis jautājums ir īpaši aktuāls pārejas ekonomikas valstīs ceļā uz Eiropas Savienību. Pasaules pieredze rāda, ka ar vienādiem pārejiem apstākļiem, stabilizācija un ekonomiskā izaugsme iestājas ātrāk tajās valstīs, kur jau pirms reformām tirgus attiecības un privātā uzņēmējdarbība bija vairāk vai mazāk attīstītas. No tā var secināt, ka labklājības un ekonomiskā izaugsme ir tieši atkarīgas no maksimāli vairāk sociāli un ekonomiski aktīvo iedzīvotāju iesaistīšanās ekonomiskajos procesos.

Saistība "ekonomikas attīstības līmenis iedzīvotāju dzīves līmenis", nospraužot valsts reformu mērķus, ne vienmēr tiek ņemta vērā. Tajā pašā laikā pāreja uz tirgus ekonomiku vai iestāšanās Eiropas Savienībā nevar būt mērķis pats par sevi, bet tikai veids kā panākt ekonomisko izaugsmi, balstoties uz "īstiem mērķiem", proti iedzīvotāju dzīves apstākļu uzlabošanu un dzīves līmeņa

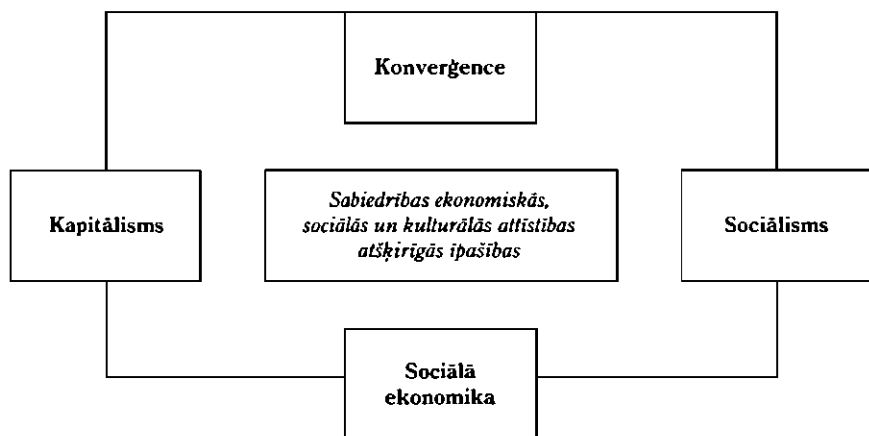
celšanos, attīstot un efektīvi izmantojot demogrāfiskos, darba, dabas, zinātniski-tehnoloģiskos, materiālos un finanšu resursus. Šos mērķus daudz ekonomistu, tajā skaitā arī prof. Slezingers, attiecina uz sociālās ekonomikas mērķiem.

Autores mērķis ir izanalizēt Latvijas krājaizdevu sabiedrību lomu sociālās ekonomikas mērķu sasniegšanā, kā arī izpētīt sociālās ekonomikas jēdzienu un būtību. Savā darbā autore balstās uz ārzemju autoru pētījumiem sociālās ekonomikas jomā (monogrāfiskā metode), kā arī uz savu darba pieredzi *Desjardins International Development* krājaizdevu sabiedrību nostiprināšanas projektā Latvijā (empīriskā metode).

Sociālo ekonomiku definē kā "tautsaimniecību, kuras primārais mērķis ir nodrošināt katra atsevišķa iedzīvotāja un visas sabiedrības kopumā labklājību, virzoties uz sociāli orientēto ekonomisko izaugsmi un ekonomiski orientēto sociālo attīstību" [6, 8].

Sociālās ekonomikas centrā ir cilvēkkapitāls jeb cilvēki ar savām vajadzībām un spējām, kas nostādīti ražošanas procesa centrā un tiek uzskatīti par visizdevīgāko investīciju objektu. Pēc šīs definīcijas, ieguldot līdzekļus iedzīvotājos un viņu spēju attīstībā, iegūst visa ekonomika kopumā. Bet lai nodrošinātu investīcijas cilvēkkapitālā, vispirms jāatrod brīvie resursi, kas ļoti bieži ir atkarīgi no valdības un sabiedrības nostājas pret ekonomikas attīstības virzienu.

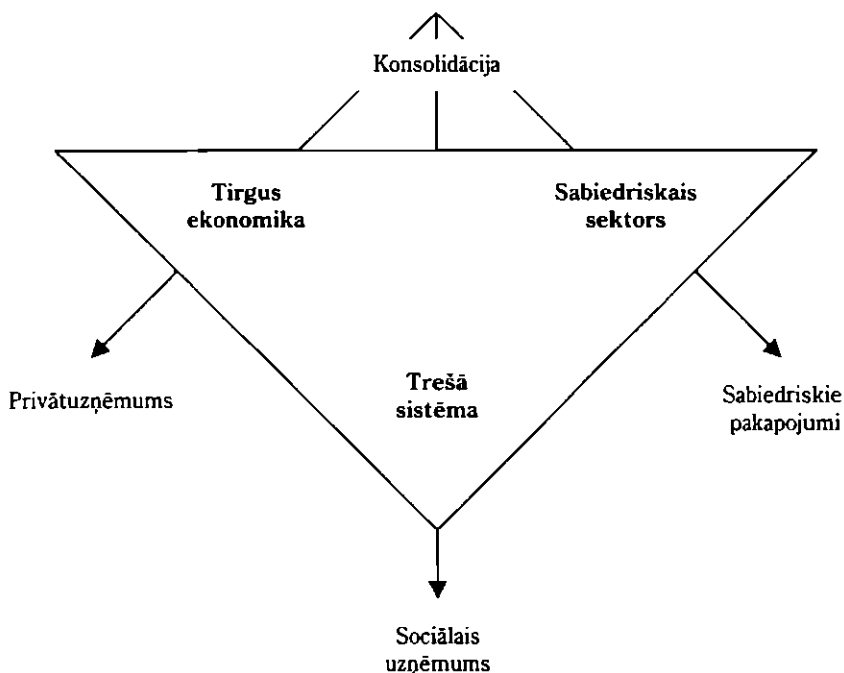
Jau kopš seniem laikiem cilvēku prātā palikuši divi attīstības virzieni kapitālisms (ar imperiālismu kā galējo formu) un sociālisms (ar komunismu kā galējo formu). Vēsture rāda, ka ne viena no šīm formām nav ideāla un nevar būt izvēlēta par ekonomikas attīstības virzienu. Tajā pašā laikā abām formām ir savas pozitīvās puses – tirgus ekonomikas principi pirmajā un sociālā drošība – otrajā. Ja kapitālisms sāktu orientēties uz sociālajiem mērķiem un sociālisms – uz tirgus attiecībām, būtu iespējams izveidot trešo formu, kur minētie mērķi būtu sabalansēti. Pēdējā laikā ideja par šo trešo ekonomikas attīstības formu skan arvien biežāk. 1.attēlā var redzēt sociālās ekonomikas koncepcijas veidošanās shēmu:



1. att. Sociālās ekonomikas veidošanās koncepcijas shēma [6, 26]
Development Concept of Social Economy

Sociālā ekonomika veidojas konverģences rezultātā, apvienojot sevī kapitālisma un sociālisma pozitīvās īpašības, šādā veidā kļūstot par pilnveidotu sabiedrības attīstības formu.

Ļoti bieži ar vārdiem "sociālā ekonomika" saprot samērā šauru darba ekonomikas sfēru, saistītu ar nodarbinātības un bezdarba problēmām, darba nespēju un invalīdu nodarbošanos, kā arī nodrošināšanos pret riskiem, saistītiem ar veselību, darbaspēju un vecuma nodrošināšanu (sociālā apdrošināšana, pabalsti un pensijas). Sociālā ekonomika ietver sevī iepriekšminēto, bet tajā pašā laikā tās jēdziens ir daudz plašāks. Sociālā ekonomikā ietilpst ne tikai valsts, bet arī nevalstisko organizāciju sektors, kas rūpējas par dažādu cilvēku grupu interešu aizstāvību un iesaisti valsts dzīvē, kā arī uzņēmumi, kuru mērķos ir sociālā kapitāla attīstība. Rezultātā, sociālo ekonomiku var atspoguļot arī šādi (sk. 2. att.):



2. att. Sociālā ekonomikas vieta starp tirgus ekonomiku un sabiedrisko sektoru [5, 7-8]
Position of Social Economy between Market Economy and Public Sector

2. attēlā var redzēt, ka sociālā ekonomika aizņem vidus vietu starp tirgus ekonomiku un sabiedrisko sektoru, atkal apvienojot sevī abu divu sektoru īpašības. Arī sociālie uzņēmumi, darbojoties cilvēku labā, ir tirgus dalībnieki, bet tajā pašā laikā sagaida no valsts arī zināmo atbalstu. Šī vidus vieta, kas, no vienas puses, dod sociālajiem uzņēmumiem zināmas priekšrocības, tajā pašā laikā nedod tiem pilnu brīvību, lai būtu par vientiesīgajiem tirgus dalībniekiem, ko tālāk arī varēs redzēt uz Latvijas krājaizdevu sabiedrību piemēra.

Sociālo uzņēmumu var definēt kā organizāciju, kas darbojas savu cilvēku labā, apmierinot viņu vajadzības un rūpējoties par viņu labklājības celšanos. Šai organizācijai ir raksturīgs sekojošais:

- organizācijas dalībnieki parasti ir cilvēki ar nelieliem ienākumiem;
- apvienošanās organizācijā ir veids kā atrisināt savas problēmas vai aizstāvēt savas intereses;
- visiem organizācijas dalībniekiem ir vienādas tiesības lēmumu pieņemšanā un peļņas sadalē;
- peļņa parasti nav galvenais mērķis, bet dalībnieku intereses;
- brīvprātīgo iesaistīšana.

Par pirmo "sociālo uzņēmumu" bieži uzskata Ročdeilas audēju apvienību (Rochdale Society of Equitable Pioneers), kas tika nodibināta 1844. gadā Lielbritānijā. Strādnieku grupa izveidoja veikalu un iegādājās pajas, lai palielinātu kapitālu un varētu iepirkt vairumā lētākās preces saviem biedriem. Tieši šis uzņēmums ieveda praksē kooperatīvās biedrības darbības principus:

- strādāt tikai savu biedru labā;
- viens biedrs – viena balss;
- biedri pieder pie konkrēta biedru loka, no kura visiem ir tiesības iestāties kooperatīvā;
- bezpeļņas princips;
- lētie pakalpojumi saviem biedriem;
- biedru izglītošana;
- drošība [3, 9-10].

Šie principi ar laiku kļuva par starptautiskiem kooperatīvu darbības principiem. Bet vēstures gaitā, izmantojot kooperācijas ideju, par kooperatīviem bija kļuvuši arī tādi uzņēmumi, kas tomēr bija vairāk orientēti uz peļņas gūšanu, un kooperatīva formu izmantoja dažādu darbības atvieglojumu dēļ. Ar laiku vairākās valstīs tika izdarītas izmaiņas likumdošanā, lai atšķirtu "īstos kooperatīvus" no "neīstajiem"

Attiecībā uz sociālajiem uzņēmumiem, kooperatīvi ir viens no to izplatītākajiem veidiem. Kooperatīvi darbojas dažādās jomās, bet to struktūra un darbības principi paliek vienādi. Pie sociālajiem uzņēmumiem tiek pieskaitāmas arī dažādas nevalstiskās organizācijas, kas darbojas savu biedru labā, piesaistot arī labdarības līdzekļus. Pie sociālajām organizācijām pieskaita arī arodbiedrības un dažādas savstarpējās palīdzības biedrības (tajā skaitā arī savstarpējās kredītēšanas un savstarpējās apdrošināšanas biedrības).

Runājot par finanšu un kredītēšanas jomu, pasaulē tajā darbojas vairāki sociālo uzņēmumu veidi: krājaizdevu sabiedrības, savstarpējās kredītēšanas biedrības, mikrokredītēšanas centri, finanšu nevalstiskās organizācijas, vietējie (sabiedriskie) fondi, municipālās kases. Latvijā finanšu un kredīta tirgū darbojas tikai viens veids – krājaizdevu sabiedrības.

Krājaizdevu sabiedrības ir finanšu kooperatīvi, kas tāpat kā komercbankas drīkst piesaistīt iedzīvotāju brīvus naudas līdzekļus, kā arī izsniegt kredītus. Komercbankas pēc kapitāla piederības var būt ar valsts, privāto vai jaukto kapitālu, bet krājaizdevu sabiedrības pieder vienīgi saviem biedriem –

privātpersonām, un pakalpojumus var sniegt tikai ierobežotam biedru lokam. Krājaizdevu sabiedrībā katram biedram ir tikai viena balss, neskatoties uz paju skaitu, kas ļauj cilvēkiem ar nelieliem ienākumiem būt par līdztiesīgiem dalībniekiem un vienādi ar pārējiem biedriem ietekmēt sava kooperatīva darbību. Iesaistoties lēmumu pieņemšanā, cilvēki padziļina savas zināšanas finanšu jomā un arvien vairāk uzticas krājaizdevu sabiedrībai. Krājaizdevu sabiedrības biedri vienlaicīgi ir gan īpašnieki, gan klienti, kas ļauj arī cilvēkiem, kas neuzticas finanšu institūcijām kā tādām, noguldīt savus uzkrājumus tieši krājaizdevu sabiedrībās. Rezultātā krājaizdevu sabiedrībās tiek akumulēts tīri "nacionālais" kapitāls, kas citā veidā varētu vispār palikt ārpus apgrozības.

Pakalpojumi ir vienīgs, kas krājaizdevu sabiedrībās sakrīt ar komercbankām, pēc pārējiem darbības principiem krājaizdevu sabiedrības stipri atšķiras no bankām, tajā pašā laikā aizņemot savu nišu fizisko personu apkalpošanā un veidojot labu alternatīvu komercbankām.

Pamatatšķirības starp krājaizdevu sabiedrībām un komercbankām ir šādas:

Krājaizdevu sabiedrība ir kooperatīvs, kurā visi biedri ir gan īpašnieki, gan klienti, kā arī paši pārvalda savu sabiedrību.

Kooperatīva darbības mērķis ir pakalpojumu sniegšana saviem biedriem, apmierinot viņu vajadzības tāpēc šie cilvēki arī apvienoja savus resursus. Rezultātā uzņēmums nav orientēts uz maksimāli lielākās peļņas gūšanu, bet pelna tik daudz, cik ir nepieciešams, lai segtu darbības izdevumus. Tās arī ļauj samazināt starpību starp procentu likmēm par kredītiem un procentu likmēm par noguldījumiem.

Krājaizdevu sabiedrības apkalpo tikai savus biedrus, kuru loks normatīvajos aktos ir noteikts šādi:

- Teritoriālais princips: lai būtu par krājaizdevu sabiedrības biedru jābūt teritoriālās vienības (līdz 10000 iedzīvotāju) iedzīvotājam, nekustamā īpašuma īpašniekam vai jāveic komerc- vai arod darbība minētajā teritorijā;
- Nodarbinātības princips: jāstrādā pie viena darba devēja;
- Interesu kopības princips: jābūt vienas sabiedriskās, sporta vai arodorganizācijas biedriem.

Šis ierobežojums palielina krājaizdevu sabiedrības drošību, jo starp biedriem pastāv zināmas saites un kontrole par kredītiem paaugstinās.

Biedru loka ierobežošana ļauj arī apgrozīt krājaizdevu sabiedrības resursus konkrētās iedzīvotāju grupas vai konkrētā reģiona ietvaros. Tas sekmē minētās iedzīvotāju grupas vai reģiona labklājību, jo resursi tiek izvietoti to iekšienē.

Komercbankām dažos reģionos nav izdevīgi uzturēt savas filiāles, rezultātā, lai saņemtu pamata finanšu pakalpojumus, cilvēkiem jābrauc uz tuvāko reģionālo centru. Šajā gadījumā, krājaizdevu sabiedrība, kas darbojas cilvēka dzīves vietā, ir labs papildinājums banku pakalpojumiem. Tā kā krājaizdevu sabiedrībā galvenais ir pakalpojumi biedriem, noguldījumi tiek pieņemti neatkarībā no summas, kas ļauj arī cilvēkiem ar

nelieliem ienākumiem veikt uzkrājumus. Krājaizdevu sabiedrības izsniedz arī mazus kredītus, kas komercbankām bieži nav izdevīgi.

Lai palielinātu krājaizdevu sabiedrības kredītresursus, arī pašvaldības un sabiedriskās (sporta vai arod-) organizācijas var būt par savu krājaizdevu sabiedrību biedriem ar tiesībām iegādāties pajas vai noguldīt. Tas dod iespēju palielināt krājaizdevu sabiedrības kredītresursus.

Krājaizdevu sabiedrība darbojas kā starpnieks starp tiem, kas vēlas uzkrāt, un tiem, kuriem ir nepieciešams aizņemties, šādā veidā piedaloties resursu pārdalē. Krājaizdevu sabiedrību mērķis ir palīdzēt cilvēkiem, efektīvi izlietojot savus līdzekļus, uz ilgu laiku uzlabot savus dzīves apstākļus. Lai to sasniegtu, krājaizdevu sabiedrības palaujas uz divu veidu pretējām motivācijām, kuras šajā gadījumā ir veiksmīgi apvienotas: personīgā ieinteresētība un vēlēšanās palīdzēt citiem. Cilvēki iestājas krājaizdevu sabiedrībā, jo viņi cer kaut ko sagaidīt no šīs pievienošanās. Cilvēki brīvprātīgi palīdz krājaizdevu sabiedrībai tās darbā, jo viņi tic tās vērtībām un mērķiem. Šīs divas motivācijas apvienojas savstarpējās palīdzības sistēmā, kas arī padara krājaizdevu sabiedrības unikālas finanšu pakalpojumu tirgū un ļauj tos uzskatīt par "īsto" sociālās ekonomikas uzņēmumu. Novērtējot krājaizdevu sabiedrību lomu Latvijas tautsaimniecībā, var nosaukt šādus pozitīvus efektus:

- privātpersonu brīvo resursu akumulēšana, arī tādu, ko citas finanšu organizācijas nevarētu piesaistīt cilvēku neuzticības dēļ;

- resursu pārdale;

- "problemātisko" nozaru kreditēšana (īpaši lauku rajonos): mikro un mazie uzņēmumi (individuālās saimniecības), lauksaimniecība, mežizstrāde, amatniecība;

- mājsaimniecību dzīves līmeņa celšanās: patēriņa pieaugums (lauku rajonos – pārsvarā vietējo preču iegāde);

- investīciju veicināšana "aktuālajās" nozarēs (būvniecībā, lauksaimniecībā, ražošanā);

- IKP pieaugums (investīcijas krājaizdevu sabiedrībās stipri ietekmē patēriņu); jauno darba vietu veidošana (mazo uzņēmumu attīstība);

- finanšu pakalpojumu dzīves vietas tuvumā, konkrētu reģionu attīstība;

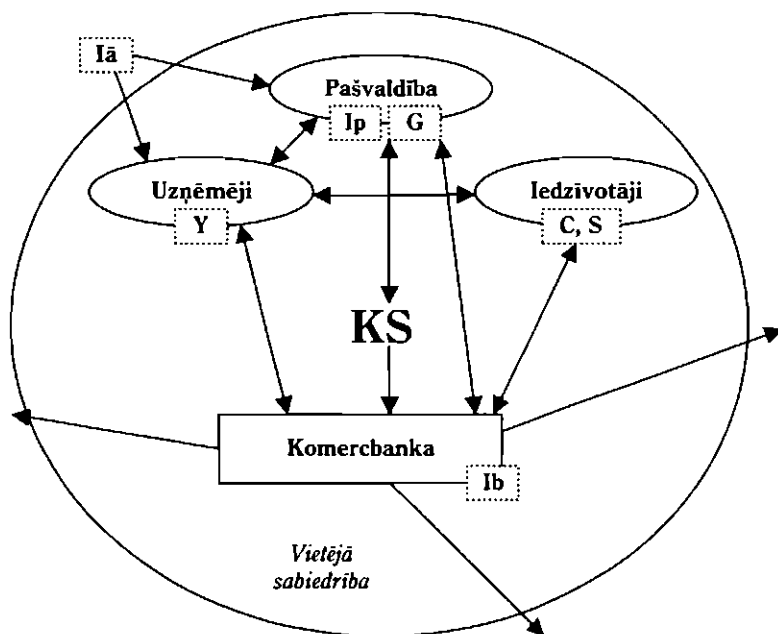
- konkurences palielināšanās finanšu pakalpojumu tirgū, rezultātā procentu likmes kredītiem samazinās, pieaug investīcijas uzņēmējdarbībā, kā arī patēriņš.

Ja ir iespēja aizņemties un noguldīt brīvus līdzekļus drošā vietā, pastāvot atbilstoši regulēšanai no valsts puses un ļaujot arī pašiem cilvēkiem iesaistīties lēmumu pieņemšanā, var būt sasniegti tādi kopēji mērķi kā vidusslāņa attīstība un dzīves līmeņa uzlabošanās, investīcijas mazattīstītajās nozarēs, "nacionālā" kapitāla akumulēšana un resursu pārdales rezultātā investēšana tautsaimniecības attīstībā. Tā kā krājaizdevu sabiedrības apvieno tikai privātpersonas, un pakalpojumi tiek sniegti tikai biedriem – privātpersonām, krājaizdevu sabiedrību var uzskatīt par uzņēmumu, kas tieši attīsta cilvēkkapitālu konkrētajā teritoriālajā vienībā. Pastāvošā tiesiskā bāze un krājaizdevu sabiedrību statūti neļauj naudai pamest vietējo sabiedrību, jo krājaizdevu sabiedrība ir "slēgta" tipa

organizācija, kas apkalpo ierobežotu biedru loku, šādā veidā nodrošinot naudas izmantošanu konkrēta reģiona attīstībai. Pašvaldība kā juridiskā persona arī var būt par KS biedru, šādā veidā palielinot KS resursus vietējo cilvēku kreditēšanai.

2002.gada martā Latvijas Kooperatīvo krājaizdevu sabiedrību savienības un Dzelzceļnieks KS veiktā biedru anketēšana rāda, ka 64,1% biedru 1 ģimenes locekļa mēneša "tīrie" ienākumi ir līdz 100,- Ls, 27% – no 100,- Ls līdz 200,- Ls, 3,9% – no 200,- Ls līdz 300,- Ls un tikai 1% virs 300,- Ls (anketēšanā piedalījās 1193 cilvēku no Rīgas, Jelgavas, Liepājas un Daugavpils) [4.2]. Šie dati pierāda, ka krājaizdevu sabiedrību pakalpojumi, pirmkārt, interesē tieši cilvēkus ar samērā nelieliem ienākumiem.

Šodien Latvijā 18 krājaizdevu sabiedrības darbojas lauku rajonos un tikai piecas – pilsētās (četras Rīgā un viena Liepājā). Neskatoties uz to, ka pilsētu krājaizdevu sabiedrības apvieno 83% no kopējā Latvijas krājaizdevu sabiedrību biedru skaita, un akumulē 83% no kopējiem aktīviem (statistikas dati uz 2002.gada oktobra beigām), tomēr pēc krājaizdevu sabiedrību skaita visizplatītākais krājaizdevu sabiedrību veids ir krājaizdevu sabiedrības, kas darbojas konkrētajā dzīves vietā (vienā vai vairākās pašvaldībās) [4.1]. 3.attēlā ir atspoguļota krājaizdevu sabiedrības vieta pašvaldības saimnieciskajā dzīvē:



Y – saražotais produkts (uzņēmēju ieņēmumi), C – patēriņš, S – uzkrājumi, Ia – ārējās investīcijas, Ib – komercbankas investīcijas (gan pašvaldības teritorijā, gan uz ārpusi), Ip – investīcijas no pašvaldības privatizācijas fondiem, G – valsts izdevumi.

3. att. Krājaizdevu sabiedrības vieta pašvaldības saimnieciskajā dzīvē
Credit Union Place in Economy of the Community

Ja pašvaldībā būtu tikai divi elementi: uzņēmumi un mājsaimniecības, tad $Y=C$. Bet mājsaimniecības nepatērē visus savus ienākumus, rezultātā veidojas uzkrājumi ($Y = C+S$). Uzkrājumi, ja ir pietiekoša informācija un izdevīgi noteikumi, var pārvērsties par investīcijām. Krājaizdevu sabiedrība, kas līdz ar komercbanku šajā modelētajā pašvaldībā pilda "finanšu starpnieka" lomu, piesaista no mājsaimniecībām (iedzīvotājiem) brīvos naudas līdzekļus (uzkrājumus S). Pašvaldība, savukārt, līdzekļus, saņemtos privatizācijas rezultātā, var ieguldīt krājaizdevu sabiedrībā (paju vai noguldījumu veidā) – Ip. No ārpus piesaistītie līdzekļi var būt apgrozīti caur krājaizdevu sabiedrību, ņemot vērā, cik tālu tas atbilst krājaizdevu sabiedrības darbības normatīvajai bāzei (lā). Krājaizdevu sabiedrība, akumulējot visus minētos resursus, izmanto tos atbilstoši biedru kredītu pieprasījumiem: līdzekļi tiek investēti uzņēmējdarbībā, vai tiek izmantoti patēriņam (uzkrājumi arī kā "atliktais patēriņš"). Augot patēriņam, aug arī pieprasījums pēc precēm, aug arī Y, rezultātā palielinās arī investīcijas ražošanā, aug nodarbinātība. Komerbanka, kas pilda tādas pašas funkcijas, tomēr investē (Ib) tur, kur var nopelnīt pēc iespējas vairāk, proti, ne tikai minētajā pašvaldībā, bet arī ārpus tās. Šādā veidā daļa finanšu resursu, kas tika akumulēta modelētajā pašvaldībā aiziet ārpus tās robežas. Vienlaicīgi darbojoties vienā teritoriālajā vienībā gan bankai, gan krājaizdevums sabiedrībai, palielinās konkurence finanšu pakalpojumu tirgū. Rezultātā kredītu procentu likmes samazinās un vēl vairāk līdzekļu aiziet investīcijām un patēriņam, un iegūst visa pašvaldība kopumā.

Pamatojoties uz "modelētās pašvaldības" piemēru, var secināt, ka krājaizdevu sabiedrībai ir liela nozīme konkrētas teritoriālās vienības dzīvē, jo:

1. Krājaizdevu sabiedrība ir sociālās ekonomikas uzņēmums, kura primārais mērķis ir savu biedru atbalsts.
2. Pateicoties kooperatīva būtībai, krājaizdevu sabiedrības piesaista mājsaimniecību brīvos līdzekļus, kas citā veidā varēja palikt ārpus apgrozības.
3. Krājaizdevu sabiedrība veic resursu pārdales funkciju, reinvestējot līdzekļus mazāk attīstītajās nozarēs.
4. Krājaizdevu sabiedrības palielina patēriņu, investīcijas būvniecībā un mājokļu remontā, šādi palielinot iedzīvotāju dzīves līmeni.
5. Krājaizdevu sabiedrības ārpus lielajiem reģionālajiem centriem veicina mikro un mazo uzņēmumu attīstību, nodrošinot pieeju kreditresursiem. Rezultātā rodas jaunas darba vietas, samazinās bezdarbs.
6. Krājaizdevu sabiedrības nelielajās pašvaldībās pilda zināmu finanšu centra funkciju. Ja šo lokāli panākto rezultātu attiecināt uz visu ekonomiku kopumā, krājaizdevu sabiedrības var būt viens no tautsaimniecības stabilitātes nodrošināšanas elementiem.
7. Krājaizdevu sabiedrības, apkalpojot konkrētu biedru loku, veicina konkrēta reģiona vai cilvēku grupas attīstību, pie tam apgroza tieši vietējos finanšu resursus.
8. Krājaizdevu sabiedrības, kur biedri ir gan īpašnieki, gan klienti, paaugstina iedzīvotāju uzticību finanšu sektoram, dod labu alternatīvu komercbanku pakalpojumiem.

9. Krājaizdevu sabiedrības veicina vietējo iniciatīvu pašu finanšu problēmu risināšanā.
10. Krājaizdevu sabiedrība nodrošina mehānismu, kā pašvaldību Privatizācijas fondu līdzekļi var būt reinvestēti tautsaimniecībā.
11. Krājaizdevu sabiedrības veicina arī cilvēku ar nelieliem ienākumiem iesaistišanu ekonomiskajos procesos.

Ļoti daudz cilvēku mūsdienās uzskata, ka valsts veiksmīgai attīstībai pietiek nodrošināt zināmu "labi pelnošo" cilvēku slāni, kurš arī panāks ekonomikas uzplaukumu. Visi pārējie, kas neietilpst šajā slānī, var būt atbalstāmi no valsts un bagāto cilvēku puses. Bet no sociālās ekonomikas viedokļa, neliels cilvēku skaits ar lieliem ienākumiem nevar atrisināt visas problēmas, kā arī valsts budžets nav tik liels, lai nodrošinātu labus dzīves apstākļus visiem maznodrošinātajiem. Tajā pašā laikā, vidusslāņa palielināšana, kā arī lielākās iedzīvotāju daļas iesaistišana sociālajos un ekonomiskajos procesos var būt panākta ar sociālās ekonomikas uzņēmumu palīdzību, un krājaizdevums sabiedrības ir viens no šāda veida uzņēmumiem finanšu un kreditēšanas jomā. Bet pastāv virkne problēmu, kas šodien neļauj krājaizdevu sabiedrībām maksimāli pildīt savas funkcijas. Kopā ar problēmām autore dod arī priekšlikumus to atrisināšanai.

1. Krājaizdevu sabiedrībās trūkst resursu biedru kreditēšanai. Lai to atrisinātu, jāveicina krājaizdevu sabiedrību stabilizācijas fonda nodibināšanu. Vēl viens variants varētu būt Centrālās krājaizdevu sabiedrības jeb "krājaizdevu sabiedrības priekš krājaizdevu sabiedrībām" izveidošana.
2. Pastāv problēma pensiju saņemšanā ar krājaizdevu sabiedrību starpniecību, tajā pašā laikā pensija var kalpot kā garantija kredītam, kā arī varētu būt uzkrājumu avots. Atrisināt vajadzētu centralizēti, mainot Sociālās apdrošināšanas aģentūras programmu, uzrādot klienta numuru krājaizdevu sabiedrībā.
3. Komercbankās jaunākās tehnoloģijas ir daudz attīstītākas nekā krājaizdevu sabiedrībās. Risinājums jāmeklē ārējais finansējums pakalpojumu modernizēšanai.
4. Lielākā daļa ārpus Rīgas krājaizdevu sabiedrības pārsvarā izsniedz nelielus kredītus līdz 2 tūkstošiem Ls uz laiku līdz 2 gadiem. Jāmeklē resursi lielāko kredītu nodrošināšanai.
5. Valstij jāiekļauj krājaizdevu sabiedrības ekonomikas attīstības programmās (piemēram, nabadzības izskaušana laukos, ES programmu finansējums), šādā veidā nodrošinot krājaizdevu sabiedrību kredītresursu palielināšanos.
6. Jāpanāk krājaizdevu sabiedrību vienmērīga attīstība visā valstī, lai vismaz 1 krājaizdevu sabiedrība darbotos katrā no Latvijas 26 rajoniem.
7. Jāpanāk vietējo pašvaldību atbalsts, lai piesaistītu pēc iespējas vairāk tieši vietējo resursu.

8. Krājaizdevu sabiedrības minimālais kapitāls ir 2000 Ls, bet iziet uz bezzaudējuma punktu var, sākot ar 10000 Ls. Jāveicina krājaizdevu sabiedrību apvienošanās rajonu līmenī, nevis dibināt pēc iespējas vairāk mazo un vāju krājaizdevu sabiedrību katrā pagastā.

LITERATŪRA

1. LR Kooperatīvo sabiedrību likums, *Latvijas Vēstnesis*, 24.02.1998, Nr.48.
2. LR Krājaizdevu sabiedrību likums, *Latvijas Vēstnesis*, 18.04.2001, Nr.60.
3. *Introduction to Credit Unions*. USA: CUNA, 1990, pp. 1-260.
4. Latvijas Kooperatīvo krājaizdevu sabiedrību savienības (LKKSS) nepublicētie materiāli: Ikmēneša statistikas atskaites par KS kustību 1995.-2001.gads; LKKSS/ Dzelzceļnieks KS biedru anketēšana, 2002.gada marts.
5. Laville J.L., Bucolo E., Hinault A-C. *Research: towards a local plural welfare 1999*. EMES, REVES network. 38 p.
6. Slezinger G.E. *Socialjņaja ekonomika* (krievu valodā). M.: Delo i servis, 2001. 364 c.

Savings Structure as a Tool of Social Economics

Summary

Economical reforms in the country usually leads to the change of values in the society. International experience proves, that starting with small groups of active people or enterprises, struggling for bigger profit and personal interest, society comes to decision, that common welfare and economical growth can be achieved much faster in the case of increase in number of socially and economically active people, who are involved in market processes. As a result, after few years of the reforms, well-developed market participants start to pay their time and resources for the purposes of activation of the society and its involvement in decision-making.

In countries of transition economy, the term "Social Economy" became popular at the end of the 90-ies of the previous century. It happened mostly because of activities of foreign aid organizations, when development of Social Capital was included in development strategies of the transition economy countries.

Social Economy usually is defined as a middle form between "capitalism" and "socialism", absorbing the best qualities of the both forms. Social Economy is oriented to increase of welfare of each person in the country and the whole society. The same goals are followed by enterprises, working in domain of Social Economy.

In this paper the author analyses the role of Latvian credit unions in achievement of goals of Social Economy, and also nature of Social Economy. Analysis is based on researches of foreign specialists on the problems of Social

Economy and author's work experience with Canadian Technical Aid DID Credit Union Strengthening Project in Latvia.

Krājaizdevu sabiedrība kā sociālās ekonomikas instruments

Kopsavilkums

Veicot ekonomiskās reformas valstī, pakāpeniski mainās arī sabiedrībā pieņemtās vērtības. Reformu sākumā aktivākie tirgus subjekti cenšas maksimāli izmantot jaunas iespējas, par mērķi nostādot pēc iespējas lielākās peļņas saņemšanu un personīgās bagātības vairošanu. Bet laiks un pasaules pieredze rāda, ka valsts ekonomiskā izaugsme nav atkarīga tikai no atsevišķu labi attīstītu subjektu grupas, bet no maksimāli lielākā sociāli un ekonomiski aktīvo iedzīvotāju slāņa, kas aktīvi iesaistās tirgus procesos. Rezultātā pēc dažiem reformu gadiem tirgus subjekti, kas ir sasnieguši zināmu attīstības līmeni, velta savu laiku un līdzekļus arī pārējās sabiedrības aktivizēšanai un iesaistīšanai ekonomisko problēmu risināšanā. Pārejas ekonomikas valstīs jēdziens "sociālā ekonomika" kļuva populārs iepriekšējā gadsimta deviņdesmito gadu beigās, kad pārsvarā ārzemju atbalsta organizāciju darbības rezultātā cilvēkkapitāla attīstība tika iekļauta valsts attīstības stratēģijā.

Sociālo ekonomiku bieži raksturo kā "kapitālisma" un "sociālisma" savienojumu, kurā ir iekļautas abu sistēmu labākās īpašības. Sociālo ekonomiku definē kā tautsaimniecību, kuras primārais mērķis ir nodrošināt katra atsevišķa iedzīvotāja un visas sabiedrības labklājību. Tādi paši mērķi ir arī uzņēmumiem, kas darbojas sociālās ekonomikas jomā. Šajā rakstā autore analizē Latvijas krājaizdevu sabiedrību lomu sociālās ekonomikas mērķu sasniegšanā, kā arī sociālās ekonomikas jēdzienu un būtību. Savā darbā autore balstās uz ārzemju autoru pētījumiem sociālās ekonomikas jomā, kā arī uz savu darba pieredzi Kanādas tehniskās palīdzības DID krājaizdevu sabiedrību nostiprināšanas projektā Latvijā.

Par atsevišķiem grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas aspektiem

Some Aspects of Accounting Systems Classification

Vilma Paupa

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5 - 431, Rīga, LV-1050

Tālr. (371) 7034770, fax (371) 7034773

Artūrs Prauliņš

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

Tālr. 7312430

Pētījumā ir raksturotas galvenās grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas metodes, apskatīts to izveidošanas un attīstības vēsturisks process. Tiek diskutēts par atsevišķu zinātnieku ieteikto klasifikācijas kritēriju pielietojšanas pamatotību un lietderību, īpašu uzmanību pievēršot klasifikācijas metožu trūkumiem un īpatnībām. Autori atsevišķi apskata jautājumu par Latvijas iekļaušanu Kontinentālās Eiropas vai anglo-sakšu grāmatvedības sistēmā un iepazīstina ar šīs problēmas iespējamiem atrisinājuma variantiem. Darbā ir izdarīti secinājumi par nepieciešamību turpināt pētījumus grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas jomā, jo tas nodrošina iespēju veikt dažādām sistēmām raksturīgu iezīmju salīdzinošo analīzi, izcelt kopējas pazīmes un sekmēt vienotu uzskaites un izglītības standartu ieviešanu starptautiskajā līmenī.

Atslēgvārdi: grāmatvedības uzskaites sistēma, salīdzinošā analīze, ietekmes sfēras, klasifikācija, standartizācija, klasteris

Zināšanas par grāmatvedības uzskaites sistēmām un to iedalījumu, kā arī atsevišķu sistēmu ietekmes pieauguma vai mazināšanas iemesliem katrā konkrētā vēsturiskās attīstības stadijā dod iespēju ne tikai paredzēt grāmatvedības uzskaites attīstības tendences pasaules mērogā, bet arī izdarīt secinājumus par starptautiskās grāmatvedības uzskaites standartizācijas

lietderību konkrētas valsts grupas ietvaros. Līdz ar to šai klasifikācijai ir būtiska loma, uz ko norāda arī K.Noubs (C.W.Nobes) un R.Parkers (R.H.Parker), ka tā: dod iespēju veikt vairāku uzskaites sistēmu efektīvu analīzi un aprakstu; sekmē grāmatvedības uzskaites attīstību un harmonizāciju; palīdz grāmatvežu un auditoru apmācībā, ja viņi darbojas starptautiskajā līmenī; atrisina problēmas un prognozē to iestāšanos, izmantojot citu valstu, kas pieder pie tās pašas uzskaites sistēmas, pieredzi [15, 547].

Kopumā uzskaites sistēmas nacionālajā un starpnacionālajā līmenī raksturo virkne iezīmju, svarīgākās no tām ir:

1) grāmatvedības nacionālo standartu esamība un to izmantošana – ietilpst nacionālais kontu plāns, valdības rīkojumi un direktīvas, nodokļu likumdošana u.c.;

2) nacionālais kontu plāns – izveidots pēc noteikta principa (ienākumu, ražošanas, peļņas, izdevumu uzskaitē);

3) grāmatvedības uzskaites organizācija uzņēmuma mērogā – parasti atsevišķi pastāv finansu uzskaitē, kuru lielā mērā regulē valsts, un vadības jeb iekšējā uzskaitē (parasti netiek oficiāli reglamentēta, tikai atsevišķās sistēmās ir viena vai divas specifiskās kontu grupas – piemēram, Francijā vai Vācijā);

4) uzņēmuma darbības rezultāta noteikšanas metodoloģija – pasaulē pastāv aptuveni 4 peļņas aprēķina metodes;

5) grāmatvedības uzskaites mērķis – noteikt uzņēmuma darbības rezultātu, izmantojot vairākus rādītājus: peļņas pieaugums, pašizmaksas samazināšana, izveidoto rezervju vai amortizācijas atskaitījumu lietderīgā izmantošana utt. [18, 9-12].

Starpnacionālo sistēmu izveidošana aizņēma ekonomiskās attīstības ievērojamu laika posmu un vēsturiski XIX gs. beigās radās anglo-sakšu un franču uzskaites sistēmas, kuras pēc Otrā pasaules kara transformējās starpreģionālajās Eiropas Ekonomiskās savienības (pašlaik jau Eiropas Savienība), Āfrikas Vienotības organizācijas, ASV un Kanādas, kā arī Dienvidamerikas valstu modeļos [18, 17]. XX gs. 60. gadu beigās pasaulē bija pāri par 100 nacionālo grāmatvedības uzskaites sistēmu [18, 12].

Būtu lietderīgi pievērst uzmanību *vispārējam grāmatvedības sistēmu iedalījumam divās pamatgrupās*. K.Noubs savā "*Pocket Accountant*" vārdnīcā raksturo "*anglo-saxon accounting*" jeb anglo-sakšu uzskaites sistēmu kā vairāku valstu, kur noteicošā ir angļu valoda, finanšu uzskaites praksi, kurai ir kopējas saknes un filozofija. Kā valoda, tā arī finanšu uzskaitē ASV, Kanādā, Austrālijā un Jaunzēlandē, kā arī Īrijā ir līdzīga britu. ASV, Londonas, Mančesteras, Glāzgovas un Edinburgas prakse tika importēta ar britu grāmatvežu emigrāciju XIX-XX gs. mijā, piemēram, Arturs Jangs (Arthur Young), Džeimss Marviks (James Marwick) un Rodžers Mitčels (Roger Mitchell), kas vēlāk nodibināja auditoru kompānijas, kuras pašlaik ir plaši pazīstamas visā pasaulē, atbrauca uz ASV no Glāzgovas. Šīs sistēmas raksturīga iezīme ir informācijas objektīvs atspoguļojums ASV un Kanādā vai arī objektīvs un precīzs atspoguļojums citās šīs sistēmas valstīs. Līdz ar to visi dati tiek atspoguļoti atbilstoši ekonomiskai

realitātei, nevis juridiskajai formai. Sistēmas īpatnība ir angļu precedentu civiltiesības (pretēji kodificētam kontinentālo tiesību nozarēm), privāto akcionāru milzīga loma kompāniju finanšu resursu sagādē, kā arī nodokļu likumdošanas maza ietekme uz finanšu pārskatu formu. Šeit dominē piesardzības un vēsturisko izmaksu saglabāšanas principi. ASV, piemēram, ir aizliegts veikt labojumus bilanci un peļņas/zaudējumu aprēķinā inflācijas ietekmes mazināšanai. Lielbritānijā atsevišķos gadījumos ir pieļaujama bilances posteņu pārvērtēšana, bet šī prakse ir fakultatīva [16, 24].

Raksturojot *franko-ģermāņu uzskaites modeli* (kā Kontinentālās Eiropas modeļa paveidu), jāatzīmē, ka situācija kļūst sarežģītāka – liela nozīme ir arī fiskālajiem likumiem, un šajās valstīs uzskaites politika kalpo kā ienākuma, kas tiks aplikts ar nodokļiem, noteicējs [58, 10]. Pamatojoties uz šo nostādni, veidojas arī uzskaites īpatnības, piemēram, paātrinātais nolietojuma aprēķins.

Arī mūsdienās tiek veikts nepārtraukts darbs uzskaites sistēmu analīzes jomā (ANO ekspertu darba grupas, starptautiskās organizācijas un atsevišķi zinātnieki), kura rezultātā ir izceltas šo sistēmu īpatnības un izdarīts salīdzinošs raksturojums vairākos aspektos. Jau 1977. gadā ANO Transnacionālo korporāciju centra Starptautisko ekspertu grupa veica 46 nacionālo uzskaites sistēmu pētījumu un nonāca pie secinājumiem par milzīgām atšķirībām. Piemēram, viens no slēdziena apgalvojumiem bija šāds: “dažu attīstīto valstu liels kompāniju skaits izmanto dažādas rezervju veidošanas sistēmas, lai izlīdzinātu peļņas apjomus pa gadiem. Līdz ar to īsā laika periodā nevar salīdzināt ASV uzņēmumu, kas neveido rezerves ārkārtas gadījumos, darbību ar Eiropas valstu uzņēmumiem, kur šī prakse ir ļoti izplatīta” [18, 13].

Šis apstāklis ievērojami sarežģīja vienotas klasifikācijas izstrādāšanu un darbs joprojām nav pabeigts, kaut arī tas turpinās gandrīz jau vienu gadsimtu ilgu laika posmu. Līdz ar to grāmatvedības uzskaites sistēmas klasifikācijas process ir izgājis ļoti garu attīstības un pilnveidošanas ceļu. Tieši tam arī tiks veltīts šis grāmatvedības pētījums vēsturiskā aspektā.

Pirmo grāmatvedības sistēmu klasifikāciju izstrādāja A.Hatfilds (A.R.Hatfield) (“*Some Variations in Accounting Practices in England, France, Germany and U.S.*”) jau 1911.gadā, aprakstot 3 grāmatvedības uzskaites modeļus: amerikāņu, britu un kontinentālās Eiropas [7, 17].

Tomēr šis darbs ievērojami apsteidza tālaika grāmatvedības teorijas attīstības limeni un reālu interesi izraisīja gandrīz pēc 55 gadiem, par to liecina tā pārpublicēšana 1966.gadā “*Journal of Accounting Research*” Tas ir izskaidrojams ar šīs problēmas lielu aktualitāti tajā laikā un intensīvu darbu pie jaunas klasifikācijas izstrādāšanas. Arī L.Seidlers (L.J.Seidler) savā rakstā “*International Accounting: The Ultimate Theory Course*” (1967.g.) atbalstīja un apstiprināja A.Hatfilda iedalījuma pamatotību. Kā vienu no pirmajiem darbiem salīdzinošas grāmatvedības uzskaites jautājumos var arī minēt T.Sandersa (Thomas H.Sanders), H.Hatfilda (H.R.Hatfield) un U.Mora (Underhill Moore) grāmatu “*A Statement of Accounting Principles*”, kas tika izdota Ņujorkā 1938.gadā ar Amerikas Diplomēto sabiedrisko grāmatvežu institūta palīdzību. Savukārt 1965.gadā tas pats institūts sērijas “*Accounting Research Study*” ietvaros

publicēja P.Gredija (Paul Grady) pētījumu *"Inventory of Generally Accepted Accounting Principles for Business Enterprises"*. Kaut arī šie pēdējie darbi nebija tiešā veidā saistīti ar grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas problēmām, tomēr tie norādīja uz nepieciešamību attīstīt šo virzienu un pievērst lielāku uzmanību grāmatvedības uzskaites daudzējādības problēmām starptautiskajā mērogā.

Nopietns darbs pie pasaules uzskaites prakses sistematizācijas bija aizsākts ar profesora G.Millera (G.G.Mueller) pētījumiem, kuru rezultātā tika izstrādāta *klasifikācija, par pamatu izmantojot finanšu pārskatus* (1967.g.) un *biznesa vidi* (1968.g.). Raksturojot pirmo iedalījumu, jāatzīmē, ka tā autors nepaskaidro, kādu metodi viņš izmantojis savā darbā, bet tikai atzīmē, ka: "...četras grupas ir pietiekamas, lai aptvertu visu grāmatvedības uzskaiti, kas pašlaik ir zināma un tiek pielietota dažādās pasaules valstīs" [6, 41]. Katru no tām raksturo tikai 1-2 piemēri. G.Millers vairākkārt ir uzsvēris, ka uzskaites kārtošana katrā valstī ir ļoti lielā mērā atkarīga no ekonomiskās, politiskās un citas ietekmes, kas arī nosaka grāmatvedības uzskaites būtību. Līdz ar to tādā veidā pētnieks 1967.gadā izteica pamatotas šaubas par grāmatvedības starptautiskās standartizācijas iespējamību un lietderību. Autors šādā veidā raksturoja savu iedalījumu:

1. Makrostruktūras grāmatvedības uzskaitē – liela nozīme ir pievienotās vērtības pārskatiem un ienākumu izlīdzināšanas paņēmieniem (piemēram, uzkrājumi atliktām nodokļu saistībām), ir izteikta atkarība no nodokļu uzskaites prasībām un arī uzskaitē sociālās labklājības vajadzībām. Kā piemēru var minēt Zviedriju.
2. Mikrostruktūras grāmatvedības uzskaitē ir novērojama tirgus ekonomikas valstīs, kur individuālais bizness ir visas ekonomiskās sistēmas pamats. Šeit ar uzskaites palīdzību mēģina atspoguļot reālu un patiesu posteņu novērtējumu. Novērtējums, par bāzi izmantojot aizvietošanas izmaksas, ir pietiekami izplatīts un ieteikts izmantošanai. Kā piemēru var minēt Nīderlandi.
3. Grāmatvedības uzskaitē kā neatkarīga disciplīna ir attīstījusies neatkarīgi no valdības vai ekonomiskām teorijām. Teorētiskajām grāmatvedības uzskaites atziņām tiek piešķirta maza nozīme un tās tiek izmantotas tikai *ex post* ar mērķi apstiprināt praksē izmantotus pieņēmumus. Jēdziens "vispāratzītie grāmatvedības uzskaites principi" ("*generally accepted accounting principles*") ir tipisks un plaši izplatīts. Kā piemēru var minēt ASV un Lielbritāniju.
4. Vienotā grāmatvedības uzskaitē – izmanto, lai noteiktu tautsaimniecības sasniegumus un nozaru ražošanas apjomus, efektīvi izvietotu nacionālos resursus, kontrolētu cenas un savāktu nodokļus. Šajā procesā ir iesaistīta jēdzienu un terminu standartizācija, posteņu novērtējuma un informācijas atklāšanas pakāpes regulēšana. Kā piemēru var minēt Franciju.

Kļūst skaidrs, ka G.Millers finanšu pārskatus klasificēja nevis tieši, par pamatu izmantojot atšķirības atsevišķu valstu grāmatvedības uzskaites praksē (kā to turpmāk veiks citi zinātnieki, piemēram, Dakosta (Da Costa), Bužvā

(Bourgeois), Frenks (Frank) u.c.), bet gan netieši, akcentējot ekonomikas, valsts un biznesa vides faktoru ietekmes nozīmi un iedarbības intensitāti.

Izstrādājot biznesa vides klasifikāciju (*"Accounting Principles Generally Accepted in the United States versus Those Generally Accepted Elsewhere"* 1968.g.), G.Millers secināja, ka dažādas vides prasa atšķirīgas grāmatvedības uzskaites sistēmas un tas obligāti būtu ņemams vērā, veicot standartizāciju. Izmantojot vairāku faktoru novērtējumu (ekonomiskā attīstība, uzņēmējdarbības sarežģītība, politiskais un sociālais klimats, likumdošanas sistēma), tika izdalītas 10 valstu grupu, t.sk. ASV, Kanāda, Nīderlande, Vācija, Japāna; Kontinentālā Eiropa (izņemot Vāciju, Nīderlandi un Skandināviju); Izraēla, Meksika; Āfrika (izņemot Dienvidāfriku); Komunistiskās valstis u.c. [3, 33].

Katra no šīm grupām atšķiras no pārējām vismaz vienā aspektā. Arī šeit mēs varam saskatīt atsevišķus strīdīgus aspektus, piemēram, Tuvo un Tālo austrumu attīstības valstu uzskaites sistēmām vajadzētu būt līdzīgām, bet reāli 1960. gadu beigās, kad nepieciešamība pēc dažādu valstu uzskaites sistēmu savstarpējas salīdzināmības un harmonizācijas bija apzināta tikai zinātniskajās aprindās, tas nebija novērots. Arī Izraēlas un Meksikas iekļaušana vienā grupā ir diezgan apšaubāma, jo ir pilnīgi skaidrs, ka atšķirību šo valstu starpā nebūt nav mazāk nekā ir kopīgās iezīmes.

Šī otra G.Millera klasifikācija arī nebalstās ne uz kādiem statistiskiem pētījumiem vai uzskaites datu salīdzinošu analīzi, tai piemīt dziļa subjektivitāte, tieši tādu nosaukumu piešķir G.Millera piedāvātajām sistēmām M.Metjūzs (M.R.Mathews) un M.Petera (M.B.H.Perera) savā darbā *"Accounting Theory & Developments"* [15, 547-548].

Tagad pāriesim no subjektīviem zinātnieku atzinumiem pie *morfoloģiskajiem pētījumiem*, kuros izmantoja empīriskos datus. Visplašāk pazīstami ir I.Baklija (I.W.Buckley) un M.Baklija (M.H.Buckley) darbs *"The Accounting Profession"* (1974.g.) un *American Accounting Association* 1977.gadā sniegtais ziņojums *"Report of the Committee on International Accounting Operations and Education 1975-1976"*, kurā grāmatvedības uzskaites sistēmas tiek iedalītas atkarībā no attiecīgās valsts politiskās un ekonomiskās sistēmas, finanšu pārskatu sagatavošanas mērķiem un to lietotājiem, grāmatvežu profesionālās sagatavošanās un sertificēšanas kārtības u.c. kritērijiem.

Kā nākamo posmu var norādīt klasifikācijas, kas balstās uz *ietekmes sfērām*. Jau pieminētais L.Seidlers (L.J.Seidler) (1967.g.) piedāvāja izšķirt britu, amerikāņu un kontinentālās Eiropas ietekmes zonas. Vēlāk G.Preivts (G.J.Preivts) piekrita šim iedalījumam un definēja to kā "mātes valsts ietekmes sfēra" (*"On the subject of methodology and models of international accounting"* 1975.g.) [15, 548]. Savukārt *American Accounting Association* 1977.gadā, balstoties uz vēsturisku, sociālekonomisku un kultūras faktoru ietekmi, saskatīja pat veselas piecas ietekmes sfēras, proti, britu, franko-spāņu-portugāļu, vācu-holandiešu, amerikāņu un komunistisko.

Citi zinātnieki K.Noubs un R.Parkers kritiski vērtēja vācu-holandiešu grupas eksistenci un uzskatīja, ka to apvienošana atsevišķu būtisku atšķirību dēļ šo valstu uzskaites praksē ir diezgan nepamatota [5, 209]. Atsevišķos gadījumos

tika izteikti priekšlikumi izcelt arī vācu-dāņu grupu, kurā ietilptu Nīderlande, Šveice, Norvēģija, Zviedrija, Dānija un Somija.

Kā atsevišķu klasifikācijas virzienu vajadzētu norādīt *klastera metodes*. Savukārt M.Metjūzs un M.Perera to definē kā statistisku klasifikāciju [15, 547]. Viens no nozīmīgākajiem liela mēroga darbiem šajā virzienā ir 1977.gada G.Vata (G.Watt), R.Hammera (R.Hammer) un M.Bērdža (M.Burge) pētījums, kas balstījās uz kompāniju, kas visvairāk atbilst ASV korporāciju veidam, izmantotu grāmatvedības uzskaites standartu un prakses analīzi 45 pasaules valstīs ("Accounting for the Multinational Corporation" 1977.g.) Vienā no klasifikācijām kā dominējošu raksturlielumu autori izmantoja audita veikšanas kārtību reglamentējošus aktus un izveidoja četrus klasterus:

A grupa. Visu vai lielākas akciju sabiedrības daļas finanšu pārskatiem jābūt revidētiem un revīziju drīkst veikt tikai neatkarīgi sabiedriskie grāmatveži (zvērināti revidenti). Šeit var pieskaitīt Dāniju, Dienvidāfriku, Filipīnas, Izraēlu, Keniju, Pakistānu, Vāciju u.c. valstis.

B grupa. Visām vai kompāniju vairākumam jāieceļ viens vai vairāki likumā noteikti revidenti, bet atsevišķām kompānijām (atkarībā no lieluma, uzņēmējdarbības veida, akciju apgrozības fakta) revīziju drīkst veikt tikai neatkarīgi sabiedriskie grāmatveži (zvērināti revidenti). Piemēram, Argentīna, Grieķija, Meksika, Venecuēla, Zviedrija u.c.

C grupa. Visām vai kompāniju vairākumam jāieceļ viens vai vairāki likumā noteikti revidenti, kuriem nav obligāti jābūt neatkarīgiem sabiedriskajiem grāmatvežiem (zvērinātiem revidentiem). Kā piemēru var minēt Beļģiju, Čīli, Franciju, Hondurasu, Libānu, Spāniju u.c.

D grupa. Nav īpašu prasību vai arī tikai ierobežotam kompāniju lokam (piemēram, bankām, apdrošināšanas sabiedrībām vai uzņēmumiem, kuru akcijas tiek kotētas fondu biržā) ir noteikta revīzijas veikšanas kārtība. Šajā grupā ietilpst Bahamas, Bolīvija, Indonēzija, Kaimanu salas, Nīderlandes Antiļas, Nikaragva, Panama, Urugvaja u.c.

Savu nākamo iedalījumu G.Vats, R.Hammers un M.Bērdžs izstrādāja, izmantojot "probability of fair presentation" ASV un Lielbritānijas izpratnē (ASV ar to saprot "finanšu pārskatu objektīva priekšstata sniegšanas varbūtību", bet Lielbritānijā "finansu pārskatu objektīva un patiesa priekšstata sniegšanas varbūtību"). Līdzīgi iepriekšējai klasifikācijai visas valstis tika iedalītas 5 grupās, par pamatu izmantojot atšķirības šī principa izpratnē, kas pastāv katrā no analizētajām valstīm [1, 329-332].

1978.gadā R.Dakosta (R.C. Da Costa), Dž.Bužvā (J.C.Bourgeois) un V.Lousons (W.M.Lawson) izstrādāja savu ar statistikas datiem pamatotu klastera klasifikācijas variantu, par bāzi izmantojot auditorfirmas *Price Waterhouse International* 1973.gadā veikta prakses apkopojuma materiālus "Accounting Principles and Practices – A Survey in 38 countries". Zinātnieki analizēja aptuveni 100 nevienveidīgu uzskaites kārtēšanas aspektu minētajās 38 valstīs. Uzskaites prakses ar augstu korelācijas līmeni tika grupētas kopā, par pamatu izmantojot šādas neatkarīgus faktoros:

- finanšu informācijas atklāšanas pakāpe;
- likumdošanas (Company Law) ietekme uz uzskaites praksi;

ienākumu vērtēšanas nozīmīgums;
konservatīvisma esamība;
nodokļu likumdošanas ietekme;
inflācijas būtiskums biznesa vidē;
orientācija uz vērtspapīru tirgus dalībnieku vajadzībām [5, 210].

Par pētījuma rezultātiem autori ziņoja savā rakstā "*Linkages in the International Business Community: Accounting Evidence*" ("*International Journal of Accounting*" 1978.g.), kurā kopumā tika izdalīti divi grāmatvedības uzskaites sistēmu grupējumi ar ASV un Lielbritāniju priekšgalā. Jāatzīmē, ka otra grupa sastāv no visām bijušajām Britu impērijas kolonijām [3, 35]. Šis grāmatvedības uzskaites sistēmu grupējums bija diezgan oriģināls, ja neteiktu aplams, jo jebkura klasifikācija, kas paredz iekļaut ASV vienā grupā ar Franciju, nevis ar Lielbritāniju, ir nopelnījusi tieši šādu vērtējumu. Pat vairāk, autori secināja, ka visas valstis (t.sk. Francija, Vācija, Beļģija, Itālija), kuras viņi iekļāva pirmajā grupā, tiecas uz ASV uzskaites modeli un arvien vairāk attālinās no britu uzskaites modeļa. Ļoti pārdrošs apgalvojums, jo diez vai var iedomāties tādu situāciju, kad kontinentālās Eiropas valstis, kur vienmēr valdīja nodokļu likumdošana un bija ievērojama komercietības ietekmes dominante uz uzskaites procedūrām, pēkšņi seko ASV praksei vai nedz kāpēc attālinās no britu uzskaites modeļa, kuram nekad tās nav bijušas pat tuvu (uz ko savā laikā norādīja K.Mačaržina (K.Macharzina), analizējot finanšu pārskatu sagatavošanas kārtību Vācijā).

Arī citi zinātnieki (piemēram, Kristofers Noubs un Roberts Parkers) pamatoti apšaubīja šīs klasifikācijas atsevišķus aspektus, norādot, ka *Price Waterhouse International* 1973.gadā veikta uzskaites prakses apkopojumā "konservatīvisms" ir raksturots kā viena no koncepcijām, kuras ievērošana tiek pieprasīta ASV, Lielbritānijā un Vācijā, kā arī tā tiek ievērota vairumā gadījumu Francijā. Tomēr vācu un franču konservatīvisms nav tas pats, kā to izprot anglo-sakšu uzskaitē jeb t.s. piesardzīguma princips ("*prudence*") aktīvu, saistību un peļņas novērtēšanas jautājumos, kas ir konservatīvisma elastīgs variants. Konservatīvisma reāla izpausme ir, piemēram, krājumu obligāta novērtēšana zemākajā vērtībā – vai nu pēc pašizmaksas, vai arī tīrā realizācijas vērtībā [16, 61]. Pētījums klasificē Lielbritāniju kā valsti, kur konservatīvisma principu ievēro vairāk nekā Francijā, bet neskaidro, kas ar to ir saprotams. Būtu arī jāatceras, ka *Price Waterhouse International* 1973.gada materiālu apkopojumu sagatavoja anglo-sakšu grāmatveži un uzskaites teorētiķi, kuri nekad nav pat jautājuši sev, vai tiešām publicētie un krājumā iekļautie finanšu pārskati sniedz patiesu priekšstatu par kompānijas darbību, kas ir neatņemams priekšnoteikums pamatotas un īstenībai atbilstošas klasifikācijas izstrādāšanai [5, 210-211].

Cits teorētiķis V.Frenks (Werner G.Frank) 1979.gadā izmantoja tos pašus bāzes datus, bet pielietoja nedaudz modificētas faktiska materiāla apstrādes metodes. Rezultātā bija iegūta cita klasifikācija (1.tabula), kas daudz labāk atspoguļo praktisko uzskaites aspektu un īpatnības dažādās valstīs, salīdzinot ar iepriekš aprakstīto R.Dakostas, Dž.Bužvā un V.Lausona variantu ("*An Empirical Analysis of International Accounting Principles*" 1979.g.).

1. tabula

W.G.Frank 1979.gada grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācija
W.G.Frank 1979 Classification of Accounting Groups

1. grupa	2. grupa	3. grupa	4. grupa
Austrālija	Argentīna	Beļģija	ASV
Bahamas	Bolīvija	Francija	Filipīnas
Dienvidāfrika	Brazīlija	Itālija	Japāna
Etiopija	Čīle	Kolumbija	Kanāda
Fidži salas	Indija	Spānija	Meksika
Īrija	Pakistāna	Šveice	Nīderlande
Jamaika	Paragvaja	Venecuēla	Panama
Jaunzēlande	Peru	Zviedrija	Vācija
Kenija	Urugvaja		
Lielbritānija			
Rodēzija			
Singapūra			
Trinidad un Tobago			

Avots: [3, 36]

Var redzēt, ka profesors V.Frenks pilnīgi atšķirīgi interpretēja *Price Waterhouse International* publicētos materiālus un nonāca pie diezgan interesantām atziņām, piemēram, grāmatvedības uzskaitē Lielbritānijā ir tuvāk Etiopijas uzskaites tradīcijām, nekā ASV grāmatvedībai; bet Vācija ir iekļauta vienā grupā ar Kanādu, Šveice ar Venecuēlu.

1980.gadā V.Frenks kopā ar R.Neiru (R.D.Nair) turpināja savu darbu pie uzskaites sistēmu klasifikācijas pilnveidošanas, par datu avotiem izmantojot *Price Waterhouse International* 1973. un 1975.gadu apskatus. Viņi rakstīja, ka “pētījuma mērķis ir empīriski novērtēt starptautiskās klasifikācijas, kas tika izstrādātas pēdējos gados...” [10, 19]. Rezultātā uz 1973.gada klasifikācijas bāzes tika izveidoti divi iedalījumi, kas balstījās uz uzskaites posteņu novērtēšanas kārtību (2.tabula) un informācijas atklāšanas pakāpi finanšu pārskatos (3. tabula) (“*The Impact of Disclosure and Measurement Practices on International Accounting Classifications*” 1980.g.)

2. tabula

Valstu iedalījums atkarībā no posteņu novērtēšanas kārtības
Classification of Measurement Groups

1. grupa Britu sadraudzības valstu modelis	2. grupa Latīņamerikas modelis	3. grupa Kontinentālās Eiropas modelis	4. grupa ASV modelis
Austrālija Bahamas Dienvidāfrika Fidži salas Īrija Jamaika Jaunzēlande Kenija Lielbritānija Nīderlande Pakistāna Rodēzija Singapūra Trinidadā un Tobago	Argentīna Bolīvija Brazīlija Čīle Etiopija Indija Kolumbija Paragvaja Peru Urugvaja	Beļģija Francija Itālija Spānija Šveice Vācija Venecuēla Zviedrija	ASV Filipīnas Japāna Kanāda Meksika Panama

Avots: [3, 36]

3. tabula

**Valstu iedalījums atkarībā no informācijas
atklāšanas pakāpes finanšu pārskatos**
Classification of Disclosure Groups

1. grupa	2. grupa	3. grupa	4. grupa	5. grupa	6. grupa	7. grupa
Austrālija Bahamas Dienvidāfrika Fidži salas Īrija Jamaika Jaunzēlande Kenija Lielbritānija Rodēzija Singapūra Trinidadā un Tobago	Bolīvija Indija Japāna Pakistāna Peru Vācija	Beļģija Brazīlija Kolumbija Francija Itālija Paragvaja Spānija Venecuēla	ASV Filipīnas Kanāda Meksika Nīderlande Panama	Argentīna Čīle Etiopija Urugvaja	Zviedrija	Šveice

Avots: [3, 37]

Tas bija ļoti lietderīgs jaunievedums, jo tādā veidā tika veikta atsevišķu valstu pārgrupēšana un tika izceltas atsevišķas valstis (piemēram, Vācija), kas finanšu pārskatos sniegtas informācijas detalizācijai piešķīra īpašu nozīmi. Par to liecina fakts, ka 1979.gadā V.Frenks Vāciju iekļāva ASV grupā, bet saskaņā ar posteņu novērtēšanas īpatnībām dažādās valstīs Vācija pēc abu teorētiķu uzskatiem ietilpst kontinentālās Eiropas grupā.

Savukārt, izmantojot *Price Waterhouse International* 1975.gada materiālu apkopojumu, V.Frenks un R.Neirs pilnīgi pārstrādāja 1973.gada klasifikācijas variantu, paplašināja to, iekļaujot jaunas valstis (piemēram, Grieķiju, Irānu, Malaiziju, Nikaragvu, Zairu u.c.), un tādējādi piedāvāja arī nedaudz modificētu valstu grupējumu atkal divos nemainīgos aspektos – atkarībā no jau pieminētās posteņu novērtēšanas kārtības un informācijas atklāšanas pakāpes finanšu pārskatos.

Kā V.Frenks, tā arī R.Neirs turpināja izmantot klastera analīzes metodoloģiju ar mērķi noskaidrot, vai ir vērojams trends, kas norādītu uz uzskaites starptautiskās harmonizācijas esamību starp 131 valsts grāmatvedības uzskaites praksi atbilstoši *Price Waterhouse International* 1973., 1975. un 1979.gada sagatavotiem datu apkopojumiem. Zinātnieki atklāja, ka trenda pastāvēšana neizraisa nekādas šaubas un pauda ļoti optimistiskas domas: "...daudzās tēmās, kuru regulēšanai Starptautisko standartu komiteja izstrādāja atsevišķus ieteikumus, ir vērojama harmonizācija" Pētnieki bija pārliecināti, ka tieši ASV uzskaites prakse bija kā paraugs šim starptautiskajam harmonizācijas procesam. ("The Harmonization of International Accounting Standards 1973-1979" 1981.g.) [3, 38]. Tomēr F.Čojs (F.D.S.Choi) un G.Millers (G.G.Mueller) nedaudz citādi izprata šos vārdus, proti, "...pasaules nacionālās uzskaites prakses paliek tikpat daudzveidīgas, kā iepriekš, bet, ja kādas izmaiņas tajās arī notiek, tad virzienā uz ASV uzskaites standartiem" [4, 22].

Lielbritānijas un ASV iedalījumu divās dažādās grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas grupās atbalstīja vēlāk arī citi zinātnieki, viens no viņiem bija E.Šontals (E.R.Shoenthal) ("*Classification of Accounting Systems Using Competencies as a Discriminating Variable: A Great Britain-United States Study*" 1989.g.). Viņš rakstīja, ka šis iedalījums ir it kā pamatots ar jaunāko pētījumu atziņām, kurās tika apskatīts diplomētu sabiedrisku grāmatvežu kompetences un profesionalitātes līmenis, un tas varētu būt par jaunu faktoru šo uzskaites sistēmu klasifikācijā [14, 562]. Līdz ar to zinātnieks ir saskatījis cēlonisko sakaru starp auditoru profesionālo sagatavotības līmeni un atšķirībām starpnacionālajā grāmatvedības uzskaitē. Nevar noliegt, ka tā ir ļoti oriģināla problēmas izpratne, jo nekādi īpaši pierādījumi to pamatojumam netika sniegti. Varētu pieminēt Stīvu Zefu (Steve Zeff), kas teicis, ka grāmatvedībā dažreiz ir vērojama ļoti būtiska sakarība, proti, inversa korelācija starp to ceļa pusi, pa kuru brauc automašīna, un bilances pusi, kurā tā tiek uzskaitīta kā pamatlīdzeklis. Tāpēc, vai šīs atšķirības, kuru nozīmīgumu var apšaubīt, izglītības sistēmā ir pietiekams pamats, lai noliegtu Lielbritānijas un ASV grāmatvedības savstarpējo sakaru un mijiedarbību vēsturiskās attīstības gaitā? Arī E.Šontala pieminētās tādas ilglaicīgas atšķirības starp ASV un Lielbritāniju

kā īpašnieku kapitāla struktūra, nodokļu un likumdošanas sistēmas vienkārši liecina, ka auditoriem ir nepieciešams pielāgoties tās valsts biznesa vides īpatnībām, kur viņi strādā [11, 154]. Tādējādi, var norādīt vairākus E.Šontāla piedāvātās klasifikācijas trūkumus:

- 1) tiek izpētītas tikai divas valstis, bet tiek izteikti priekšlikumi attiecībā uz visas grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas pilnveidošanu;
- 2) tika salīdzinātas starptautiskās auditorkompānijas Londonā un Ņujorkā, kaut arī ir paredzams, ka zināmas atšķirības pastāv pat vienas valsts iekšienē, piemēram, starp Ņujorku un Vaiovingu;
- 3) lai izteiktu kaut kādus apgalvojumus par valstu iedalījumu dažādos klasteros pasaules mērogā (uz ko pretendē E.Šontals), pētījumā būtu jāiekļauj arī Francija, Vācija u.c. valstis. [11,155].

Arī iepriekš jau apskatītais klasifikācijas virziens, kas balstās uz *Price Waterhouse International* datiem par uzskaites praksi pasaules valstīs, ir jāvērtē kritiski. K.Noubs) skaidri norādīja uz vairākām problēmām, kas pastāv šajā sakarā. Minēsim būtiskākas no tām:

vienkāršas klūdas – piemēram, 1979.gada *Price Waterhouse International* materiālu apkopojumā "*Accounting Principles and Reporting Practices – A Survey in 46 Countries*" ir norādīts, ka "konsolidēto finanšu pārskatu sagatavošana akcionāru vajadzībām" ir pieprasīta Francijā, jo to paredz *Commission des Operations de Bourse* prasības. Tomēr ikgadējā šīs institūcijas pārskatā ir informācija, ka tikai 305 kompānijas, kuru akcijas tiek kotētas biržā, publicēja konsolidētus finanšu pārskatus 1979.gadā (1978.gadā bija vēl mazāk – tikai 289) un tas ir mazāk nekā puse (!) no visām kompānijām, kurām tika uzlikts šis pienākums, un vēl mazāka daļa no visiem tiem uzņēmumiem, kas iepazīstina sabiedrību ar savas saimnieciskās darbības rezultātiem [10, 3]. Interesants jautājums ir arī par konsolidācijas prasību teorētisku ievērošanu Fidži, Malaizijā un Trinidadā vai tiešām tur bija ievērots tālaika Starptautiskais grāmatvedības standarts Nr.3 par konsolidācijas veikšanas kārtību? Atbildes uz šiem jautājumiem vienkārši liecina, ka *Price Waterhouse International* sagatavotais pārskats sniedz informāciju nevis par patiesu uzskaites praksi, bet gan par vēlamo stāvokli, ja visas normatīvos aktos izvirzītās prasības būtu ievērotas. Apstiprinājumu šai tēzei var atrast arī 1973. un 1976.gada *Price Waterhouse International* pārskatos. Visvieglāk tas ir saskatāms uz Lielbritānijas piemēra (4. tabula).

4. tabula

Atsevišķi uzskaites prakses aspekti Lielbritānijā
Some Aspects of Accounting Practices in Great Britain

Uzskaites prakses apraksts	Apsektotu uzņēmumu skaits un uzskaites prakses ievērošanas kārtība Price Waterhouse International pasaules uzskaites prakses apkopojumos	
	1973.gads	1976.gads
Zeme jāatspoguļo atsevišķi no citiem pamatlīdzekļiem	77, obligāti jāievēro	40, obligāta prasība
Īstenībā: tā parasti nav atdalāma no ēku vērtības		
Krājumu vērtība tiek noteikta ar FIFO metodi		93, obligāta prasība
Krājumu vērtība ar vidējā svērtā metodi		95, nav atļauts
Krājumu vērtību nosaka pēc realizācijas vērtības		98, nav atļauts
Īstenībā: 1975.gada maija Statement of Standard Accounting Practice Nr. 9 <i>Stocks and long-term contracts</i> pieļāva izmantot visas trīs metodes		
Ir atsevišķas norādes, ka Īrijas grāmatvedības uzskaites prakse dažos aspektos 1976.gadā bija atšķirīga no Lielbritānijas.		
Īstenībā: Lielbritānijā un Īrijā ir spēkā pilnīgi identiski uzskaites standarti.		

svarīgu jautājumu apspiešana ar nesvarīgiem – viena no būtiskām kļūdām, kuru pieļāva visi zinātnieki, kas balstīja savas klasifikācijas uz auditorfirmas sniegto informāciju, ir vienādas būtiskuma pakāpes piešķiršana dažādiem uzskaites aspektiem – gan konsolidācijas kārtībai, gan atlikto nodokļu saistību veidošanai pirkšanas-pārdošanas gadījumā starp asociētajiem uzņēmumiem, gan slēpto rezervju uzskaitē un daudzos citos gadījumos, kad katrs atsevišķs jautājums ir būtisks, bet tomēr tikai daži no tiem jādefinē kā izšķiroši, lemjot jautājumu par attiecīgas valsts iekļaušanu vienā vai citā grupā. Konkrēti šajā gadījumā tie ir 14.-16. jautājumi par konsolidācijas kārtību un 49.-51.jautājumi par ieņēmumu aprēķinu uz akcijām, kad viens svarīgs jautājums katrā grupā tiek apspiests ar pārējiem diviem, jo visi trīs tiek ietverti datu analizē ar vienādu īpatnību. [9, 270]

atšķirību starp ASV un Lielbritāniju nepamatots pārspīlējums – tā kā prakses apkopojuma sastādītāji (proti, *Price Waterhouse International* darbinieki) diezgan labi pārzina gan ASV, gan Lielbritānijas uzskaiti, viņi centās akcentēt tās nebūtiskas atšķirības, kas tomēr pastāvēja to starpā. Šī pieeja bija nepamatota un radīja nelabvēlīgas sekas – profesors K.Noubs kritiski vērtēja arī šo pētījumu metodoloģijas pusi. No V.Frenka un R.Neira apgalvojumiem par viņu pētījuma “empīrisku raksturu” izriet, ka klasifikācijas vajadzībām pētnieki reāli izmantoja to *Price Waterhouse International* sniegto informāciju, kas nebija apkopota šim

mērķim. Rezultātā daži pētnieki (R.Dakosta, Dž.Bužvā un V.Lousons) šādā veidā nonāca pie paradoksāliem apgalvojumiem, ka ASV grāmatvedība vismazāk atbilst britu uzskaites modelim un tādejādi grāmatvedības kārtošana Rodēzijā un Kenijā ir tuvāk Lielbritānijai, nekā ASV. Atsaucoties uz citiem zinātniekiem (t.sk. G.Milleru, B.Karsbergu (B.Carsberg) un A.Estergārdi (A.Easterguard)), var pamatot apšaubīt šīs situācijas atbilstību realitātei [10, 3]. Arī P.Gudričs (P.S.Goodrich), izmantojot šo "empīrisku" metodi, 1982.gadā izdarīja divus ļoti interesantus secinājumus ("A Typology of International Accounting Principles and Policies"): ASV uzskaites prakse ir vairāk līdzīga Peru un Bolīvijas grāmatvedības tradīcijām, nekā Lielbritānijas praksei; kā arī Austrāliju vajadzētu iekļaut vienā grupā ar Japānu un Kolumbiju, bet atsevišķi no Jaunzēlandes un Lielbritānijas (kaut gan Austrālijas tuvumu Lielbritānijai grāmatvedības aspektā pierādīja vēl 1981.gadā P.Stendišs (P.E.M.Standish)) [10, 1]. Līdz ar to var secināt, ka statistiskās klasifikācijas ir iespējams kritizēt no vairākiem aspektiem:

precizitātes trūkums, kas konkrēti un pēc kādiem būtiskiem kritērijiem tiek klasificēts;

izvēlētu kritēriju novērtējuma un to izvēles pamatotības trūkums;

modeļa trūkums, ar ko varētu salīdzināt iegūtos statistiskos rezultātus;

hierarhijas trūkums, kas palīdzētu izcelt atšķirību starp atsevišķām valstīm, pakāpi. [10,5]

Zināmā mērā šos trūkumus ir izdevies novērst pašam profesoram K.Noubam, izstrādājot savu grāmatvedības uzskaites sistēmu *hierarhiskās klasifikācijas* variantu, kas balstās uz G.Millera iedalījumu. M.Metjūzs un M.Perera to definēja kā "juridisko" klasifikācijas virzienu [15, 547] (skat. 5. tabulu).

5. tabula

K.Nouba grāmatvedības uzskaites sistēmu hierarhiskā klasifikācija
C.W.Nobes Hypothetical Classification of Financial
Reporting Measurement Practices

Grāmatvedības uzskaites sastādīšanas metodes						
Klase	Mikroorientētas			Makroorientētas		
Apakš-klase	Uzņēmējdarbības teorija un ekonomika	Uzņēmējdarbības prakse, pragmatisms, Lielbritānijas pirmsākumi		Kontinentālais modelis: valdība, nodokļi, likumdošana		Valsts, ekonomika
Grupa		Lielbritānijas ietekme	ASV ietekme	Nodokļu ietekme	Likumdošanas ietekme	
Pārstāvji	Nīderlande	Austrālija Jaunzēlande Lielbritānija Īrija	Kanāda ASV	Itālija Francija Beļģija Spānija	Vācija Japāna	Zviedrija

Pēc atsevišķu zinātnieku izteiktām piezīmēm un vairākām diskusijām K.Noubs ir pilnveidojis savu darbu un tajā tika ieviestas atsevišķas izmaiņas. Piemēram, Lielbritānijas ietekmes grupu papildināja Dienvidāfrika, bet Filipīnas, Japāna un Meksika nokļuva ASV ietekmes sfērā [5, 213; 15, 550].

Pētījumā tika izmantoti tikai akciju sabiedrību finanšu pārskatu sagatavošanas prakse attīstītajās Rietumvalstīs uz 1980.gadu, t.i., pirms ES 4.direktivas, kas mazinātu šīs atšķirības, spēkā stāšanās brīža. Visas šajā klasifikācijā iekļautās valstis jau 1978.gadā A.Meisons (A.K.Mason) nosauca par "vitāli svarīgām starptautiskās harmonizācijas procesā", proti, ASV, Lielbritānija, Francija, Vācija, Nīderlande un Japāna (*"The Development of International Reporting Standards"*). Līdz ar to tiek iezīmēta būtiskā konkrēta pētījuma atšķirība no *Price Waterhouse International* publikācijām, kas aptvēra gandrīz visas pasaules valstis un tādējādi cieta no nespējas analizēt tieši akciju sabiedrību finanšu pārskatus, kuru skaits atsevišķās vāji attīstītajās valstīs bija niecīgs, tādā veidā sagrozot savākto datu objektivitāti.

Kā kritērijus, pēc kuriem tiks veikta klasifikācija, autors ir izvēlējis "*measurement and valuation practices*", balstoties uz V.Frenka un R.Neira apgalvojumiem, ka posteņu novērtēšanas un finanšu informācijas atklāšanas aspekti būtu jāanalizē atsevišķi, vienlaicīgi norādot, ka šajā gadījumā tiks apskatīts tikai pirmais aspekts, bet otram tiks veltīts atsevišķs pētījums.

Pēc K.Nouba atzinuma viņa klasifikācija pārsvarā balstās uz grāmatvedības vēsturiskās attīstības procesu un atsevišķu faktoru ietekmes pakāpi. Tas arī bija viens no iemesliem, kāpēc K.Noubs ir izvairījies no plānveida ekonomikas valstu grāmatvedības uzskaites analīzes – to ietekmējošie faktori bija tik specifiski (piemēram, ekonomiskās sistēmas attīstības stadija vai sadales mehānisma būtība), ka tiem nebija tiešu analoģu Rietumvalstu uzskaites praksē. Tam nebija arī īpašas vajadzības, jo šajā aspektā labāk būtu pielietot *American Accounting Association* 1977.gadā izstrādātu morfoloģisku pieeju salīdzinošo grāmatvedības uzskaites sistēmu analīzei.

Tomēr var droši apgalvot, ka *vispopulārākā* un viena no visbiežāk pieminētajām ir G.Millera, H.Džernona (H.Gernon) un G.Mika (G.K.Meek) izstrādātā grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācija (*"Accounting: An International Perspective"* 1994.g.):

- # anglo-amerikāņu;
- # kontinentālā;
- # Dienvidamerikas;
- # jaunie modeļi;
- # jauktas ekonomikas modelis – ietilpst bijušās PSRS un Austrumeiropas valstīs.

Tā ir izveidota, gan balstoties uz valsts ietekmes sfērām, gan zināmu nozīmi piešķirot biznesa videi un katrā grupā ietilpstošo valstu uzņēmējdarbības īpatnībām. Tomēr šī sistēma nonāk atsevišķās pretrunās ar citām iepriekš apskatītām klasifikācijām, piemēram, H.Džernons (H.Gernon) un G.Miks (G.K.Meek) piedāvā dēvēt vienu no grupām par britu-amerikāņu-holandiešu modeli. Savukārt jau apskatīts *American Accounting Association* izstrādātais

iedalījums paredz vācu-holandiešu modeļa eksistenci, respektīvi, pieskaitot Nīderlandi pie kontinentālās Eiropas, nevis britu-amerikāņu uzskaites sistēmām. Tas vienkārši liecina, ka grāmatvedības teorētiķu vidū joprojām nav vienprātības uzskaites sistēmu klasifikācijas jautājumos. Raksturosim katru no grupām nedaudz sīkāk.

Britu-amerikāņu modelis – modeļa pamatprincipi tika izstrādāti Lielbritānijā un ASV. Lielu ieguldījumu deva arī Nīderlande, tāpēc korekti šis modelis būtu jāapzīmē kā britu-amerikāņu-holandiešu. Arī pašlaik šo valstu nozīme ir diezgan liela. Modeļa pamatideja ir orientācija uz investoru un kreditoru pieprasījuma pēc informācijas apmierināšanu. Visās trijās vadošajās valstīs ir labi attīstīts vērtspapīru tirgus, vispārējās un profesionālās izglītības sistēma ir augstā līmenī, šeit atrodas daudzas transnacionālo kompāniju pārvaldes centri. Arī tagad minētās valstis joprojām saglabā savu ietekmi un nozīmi pasaules grāmatvedības uzskaites attīstības stimulēšanā un sekmēšanā [8, 8-10].

Dalībvalstis

Austrālija	Honkonga	Kipra	Papua-Jaungvineja
Bahamu salas	Indija	Lielbritānija	Puertoriko
Barbadosa	Islande	Malaizija	Singapūra
Bermudu salas	Izraēla	Malāvija	Trinidadā un Tobago
Centrālāfrika	Īrija	Meksika	Venecuēla
Dienvīdāfrikas Republika	Jamaika	Nigērija	Zimbabve
Dominikāņu Republika	Jaunzēlande	Nīderlande	
Fidžija	Kanāda	Pakistāna	
Filipīnas	Kenija	Panama	

Kontinentālās Eiropas modelis – ir visizplatītākais Eiropā un Japānā. Biznesam ir cieši kontakti ar bankām. Grāmatvedību reglamentē normatīvie akti un tai piemīt zināms konservatīvisms. Orientācija uz kreditoru pieprasījumu pēc informācijas nav dominējošais uzskaites mērķis, jo tā ir paredzēta valsts vajadzībām, it sevišķi pakārtojama nacionālai fiskālajai politikai un valsts makroekonomiskajam plānam. Arī franču valodā runājošās Āfrikas valstis savā vairākumā izmanto tieši šo uzskaites sistēmu.

Analizējot Latvijas uzskaites praksi, ir grūti viennozīmīgi noteikt, kurā grupā tā tiks iekļauta tuvākajos gados. Lielā mērā tas ir atkarīgs no turpmākā uzskaites standartu pieņemšanas un grāmatvedības attīstības procesa. Harmonizējot un pakārtojot uzskaiti ES prasībām, atbilstība konkrētam modelim būs redzama daudz lielākā mērā, jo pašlaik atsevišķos uzskaites aspektos Latvijā var joprojām pamanīt dažas plānveida uzskaites raksturīgas iezīmes, bet to skaits ar katru gadu strauji samazinās. Tomēr būtu jāatceras, ka nacionālās grāmatvedības uzskaites pakārtošana starptautiskajiem grāmatvedības standartiem liecina par britu-amerikāņu modeļa dominanti, jo jēdziens “uzskaites standarti” ir anglo-sakšu sistēmas raksturīga iezīme. Savukārt kontinentālās Eiropas modelim ir raksturīga normatīvo aktu un nodokļu likumdošanas liela ietekme. Līdz ar to var

atzīmēt, ka mēģinājums ieviest nacionālos vai starptautiskos grāmatvedības uzskaites standartus zināmā mērā var novirzīt Latviju no iespējamā ceļa uz kontinentālo Eiropu un tuvināt britu-amerikāņu uzskaites modelim.

Dalībvalstis

Austrija	Itālija	Senegāla
Beļģija	Japāna	Spānija
Dānija	Luksemburga	Šveice
Ēģipte	Maroka	Vācija
Francija	Norvēģija	Zviedrija
Grieķija	Portugāle	

Dienvīdamerikas modelis - izņemot Brazīliju, kuras valsts valoda ir portugāļu, pārējās valstis vieno spāņu valoda. Galvenā atšķirība no iepriekš minētajiem modeļiem ir nepārtraukta uzskaites datu koriģēšana inflācijas ietekmē. Kopumā uzskaitē ir orientēta uz valsts plānošanas iestāžu pieprasījumiem, pielietojamās metodes ir diezgan labi unificētas un informācija par nodokļu politikas ievērošanu kompāniju darbībā arī ir pilnībā atspoguļota gada finanšu pārskatos [8, 11].

Dalībvalstis

Argentīna	Čīle	Urugvaja
Bolīvija	Ekvadora	
Brazīlija	Peru	

Iaunie modeļi

islama modelis – atrodas milzīgā teoloģisko ideju ietekmē un tam ir dažas interesantas īpatnības. Piemēram, tiek aizliegts saņemt finanšu dividendes kā savas dividendes, t.i., savas labklājības pieaugumam, tirgus cenām ir priekšroka, novērtējot kompānijas aktīvus un saistības. Tomēr šis modelis vēl nav sasniedzis pārējām uzskaites sistēmām raksturīgu attīstības līmeni.

internacionālais modelis – balstās uz nepieciešamību pēc starptautiski saskaņotas grāmatvedības uzskaites, it sevišķi tas ir aktuāls transnacionālajām kompānijām un starptautisko valūtas tirgu dalībniekiem. Diemžēl, tikai neliels korporāciju skaits var apgalvot, ka viņu finanšu pārskati tiešām pilnībā atbilst starptautiskajiem grāmatvedības uzskaites standartiem [8, 12]. Pašlaik šis modelis ir tikai nākotnē sasniedzams mērķis, jo neviena valsts pasaulē (pat ASV, Lielbritānija vai Austrālija ar vairāku gadu desmitu ilgu uzskaites standartizācijas vēsturi) nevar apgalvot, ka pilnībā pieder pie šīs uzskaites sistēmas.

Ikvienā grāmatvedības uzskaites sistēmā ietilpst vairākas valstis. Katrai no tām ir savas nacionālās tradīcijas, unikāla uzskaites prakse, atšķirīga finanšu pārskatu sastādīšanas un iesniegšanas kārtība. Visas šīs iezīmes veido pasaules grāmatvedības uzskaites daudzveidību un ir viens no iemesliem, kāpēc ir nepieciešama pasaules grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācija. Tas ir

pirmais pakāpiens ceļā uz uzskaites harmonizāciju, jo nodrošina iespēju ne tikai veikt to salīdzināmo analīzi un izdarīt secinājumus par katrai sistēmai raksturīgām iezīmēm, bet arī izcelt kopējas pazīmes un mazināt atšķirību ietekmi, tādā veidā sekmējot vienotu uzskaites standartu lomas pieaugumu un sniedzot reālu palīdzību grāmatvežu un auditoru apmācībā darbam starptautiskajā līmenī.

LITERATŪRA

1. Arpan J.S., Radebaugh L.H. *International Accounting and Multinational Enterprises*. New York: John Wiley & Sons, 1985. 370 p.
2. Choi F.D.S., Mueller G.G. *An Introduction to Multinational Accounting*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1978. 365 p.
3. Choi F.D.S., Mueller G.G. *International Accounting*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1984.- 525 p.
4. Choi F.D.S., Mueller G.G. *Solutions Manual. International Accounting*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1984. 162 p.
5. *Comparative International Accounting* /Edited by C.Nobes and R.Parker. Homewood: Richard D.Irwin, Inc., 1981. 379 p.
6. *Comparative International Accounting* /Edited by C.Nobes and R.Parker. New York: Prentice Hall, 1991. 520 p.
7. *International Accounting and Comparative Financial Reporting* /Selected Essays of Christopher Nobes. Cheltenham: Edward Elgar, 1999. 240 p.
8. Mueller G.G., Gernon H., Meek G.K. *Accounting: an international perspective*. A supplement to Introductory Accounting Textbooks. Illinois: Irwin, 1994. 200 p.
9. Nobes C.W. An Empirical Analysis of International Accounting Principles: A Comment, *Journal of Accounting Research*, Spring 1981, Nr. 19(1), pp. 268-270.
10. Nobes C.W. A Judgemental International Classification of Financial Reporting Practices, *Journal of Business Finance & Accounting*, 1983, Spring, Nr.10(1), pp. 1-19.
11. Nobes C.W. Classification of Accounting Systems Using Competencies as a Discriminating Variable: A Great Britain-United States Study: A Comment, *Journal of Business Finance & Accounting*, January 1992, Nr.19(1), pp. 153 -155.
12. Watt G.C., Hammer R.M., Burge M. *Accounting for the Multinational Corporation*. New York: Financial Executives Research Foundation, 1977. 526 p.
13. Shoenthal E.R. Classification of Accounting Systems Using Competencies as a Discriminating Variable: A Great Britain-United States Study, *Journal of Business Finance & Accounting*, 1989, Autumn, Nr. 16(4), pp. 549-563.
14. Михалкевич А.П. *Бухгалтерский учет на предприятиях зарубежных стран*. Минск: Мисанта, 1998. 109 стр.
15. Мэтьюс М.Р., Перера М.Х.Б. *Теория бухгалтерского учета*. Москва: Юнити, 1999. 663 стр.
16. Ноубс К. *Карманный словарь-справочник бухгалтера*. Москва: Аудит, 1997. 203 стр.
17. Крылова Т.Б. *Выбор партнера: анализ отчетности капиталистического предприятия*. Москва: Финансы и статистика, 1991. 160 стр.
18. Ткач В.И., Ткач М.В. *Международная система учета и отчетности*. Москва: Финансы и статистика, 1992. 160 стр.

Some Aspects of Accounting Systems Classification

Summary

Classification is of fundamental importance and has been used in many social sciences. Accounting theory is not an exception and this article is just a proof of it. There have been many attempts at classification in international accounting, so the main objective of the investigation is to provide the insight into this aspect and examine the development of the most popular classification conceptions. A special emphasis on critical analysis is made. The article indicated the problems and directions where new practical solution researches are necessary. Taking into account the importance of Latvian accounting standard setting process, the impact on Latvia is comprised by British-American or Continental model is evaluated. In the article the conclusion is made and it seems reasonable that it is possible to gain from classification exercise in comparative international accounting because it may aid understanding and training, and may help to chart the need for, and progress of, harmonization.

Investīciju projektu novērtēšanas metodes

Methods of Investment Project Evaluation

Ismena Revina

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: revina@lanet.lv

Darbā tiek apskatītas investīciju projektu novērtēšanas metodes, ja novērtējamie projekti ir ar dažādiem projekta darbības garumiem. Rakstā projektu novērtēšanai ir pielietotas divas metodes: īsākā projekta pašatjaunošanās metode pēc tā darbības izbeigšanās, kā arī ekvivalentās annuitātes metode. Rakstā ir atzīmētas abu metožu pielietošanas stridīgie momenti kā nākotnē sagaidāmā inflācija, modernu tehnoloģiju pielietošana, kā arī produkcijas noieta tirgus efektivitāte. Ekvivalentās annuitātes metode ir korekta un viegli pielietojama, bet, ja salīdzināmiem projektu garumiem ir mazākais kopīgais dalāmais, tad ieteicams ir pielietot projekta pašatjaunošanās metodi īsākam projektam.

Atslēgvārdi: investīciju projekts, projekta pašatjaunošanās metode, ekvivalentās annuitātes metode, tīrā pašreizējā vērtība – NPV, iekšējā ienesīguma norma – IRR

Ja katrs no projektiem ir pēc kaut kādiem projekta novērtēšanas rādītājiem labs, tad izvēle starp projektiem ir apgrūtināta. Investīciju projektu novērtēšanā sevišķi grūti ir novērtēt projektus, ja to darbības ilgums ir dažāds. Var, bez šaubām, salīdzināt dažādo projektu novērtēšanas galvenos rādītājus:

tīro pašreizējo vērtību NPV (net present value),

iekšējo ienesīguma normu IRR (internal rate of return),

taču ir nereāli pretstatīt, teiksim 3-gadīgu projektu ar 6-gadīgu projektu.

No riska teorijas viedokļa, jo projekta darbības ilgums ir lielāks, jo investors riskē vairāk, ieguldot naudu šādā projektā. Tirgus ekonomikas apstākļos praktiski nav zināma nākotnes situācija ekonomikā, noieta tirgū, kā arī valdības pieņemtie lēmumi dažādos uzņēmējdarbības saistošos jautājumos.

Tajā pašā laikā īstermiņa projektiem ir pozitīva īpašība, ka investoram ir iespēja ātri atgūt naudas līdzekļus un ieguldīt tos citā projektā. No otras puses, īstermiņa projektiem ir nepieciešama bieža to maiņa, un līdz ar to katrs jaunais īstermiņa projekts investoram ir precīzi jāizanalizē, lai ieguldītie naudas līdzekļi atmaksātos, kas prasa pietiekoši daudz laika.

Lai novērtētu dažāda garuma projektus, pastāv šādas iespējas:

- 1) nosakām mazāko kopīgo dalāmo projekta darbības garumiem un pieņemam, ka īsākais projekts pašatjaunojas pēc tā darbības izbeigšanās (t.i., mēs salīdzinām divus trīsgadīgus projektus ar sešgadīgu projektu), vai sakām, ka notiek projektu ķēdes atkārtosšanās kopīgam darbības laikam,
- 2) pielietojam ekvivalentās anuitātes metodi (equivalent annual annuity, EAA).

Pieņemsim, ka firma plāno ieguldīt naudu vienā no diviem dažāda garuma projektiem A un B. Projektu sagaidāmās naudas plūsmas latos, kā arī papildinošās naudas plūsmas projektam A – B ir dotas 1.tabulā. Tāpat 1. tabulā ir aprēķināti šo projektu rādītāji NPV un IRR pie procentu likmes $r = 12\%$. Kā redzams no 1. tabulas, tad projekta A tīrā pašreizējā vērtība $NPV_A = 6109$ lati, bet projekta B tīrā pašreizējā vērtība $NPV_B = 3752$ lati. Līdz ar to, ja firma projektu pieņemšanas izvēlē balstās uz galvenā projekta pieņemšanas rādītāja NPV vērtību, tad tā pieņem projektu A. Ja mēs analizējam projektu iekšējās ienesīguma normas rādītājus, tad redzam, ka abi aprēķinātie IRR ir lielāki nekā procentu likme $r = 12\%$ un $IRR_B = 20\% > IRR_A = 17\%$. Līdz ar to firmai vajadzētu pieņemt projektu B. Kā redzam, tad abas projektu pieņemšanas metodes dod pretējus rezultātus. Līdz ar to projekta vadītājam personīgi jāizšķiras, kādu no projektiem pieņemt. Firmas pārsvarā investīciju projektu pieņemšanā balstās uz NPV metodi, jo lielāka ir projekta NPV vērtība, jo projekts ir labāks. Šāda rezultāta gadījumā, kad projektu novērtēšanā NPV metode un IRR metode dod pretējus rezultātus, tad projekta vadītājs un firmas finanšu analītiķi vēl varētu izmantot projektu novērtēšanas likumu, kas ir aprakstīts autores rakstā [1], aprēķinot iekšējo ienesīguma normu IRR vienai no papildinošām naudas plūsmām (skat. 1. tab.), jo abu papildinošo naudas plūsmu iekšējā ienesīguma norma IRR sakrīt.

1. tabula

**Projektu A, B un A – B sagaidāmās naudas
plūsmas latos, projektu NPV un IRR
Expected cash flow (in lats) for project A, B
and A – B, NPV and IRR of projects**

Gads	Projekts A	Projekts B	Projekts A – B
0	-45000	-25000	-20000
1	9000	8000	1000
2	15000	15500	-500
3	14000	13000	1000
4	13000		13000
5	12000		12000
6	12000		12000
NPV($r = 12\%$)	6109	3752	2356
IRR, %	17	20	15

Atcerēsimies projekta pieņemšanas likumu no autores raksta [1]: ja papildinošās naudas plūsmas IRR ir lielāka nekā minimālā pieņemamā likme (tirgus procentu likme) un ir mazāka nekā abu projektu IRR, tad pieņemam projektu ar mazāko IRR. Mūsu gadījumā papildinošās naudas plūsmas iekšējā ienesīguma norma $IRR_{A,B} = 15\% > r = 12\%$, un, savukārt, $IRR_{A,B} = 15\% < IRR_A = 17\%$ un, $IRR_{A,B} = 15\% < IRR_B = 20\%$. Līdz ar to pēc papildinošās naudas plūsmas IRR likuma mums ir jāpieņem projekts A.

Lēmuma pieņemšanā nenoteiktības apstākļos jebkurš lēmums ir apstrīdams, nav galīgs un faktiski ir atkarīgs no cilvēka-investora, kas šo lēmumu pieņem. Tā kā mums projekts B ir divas reizes isāks nekā projekts A, tad tagad pielietosim raksta sākumā pieminētās metodes dažāda garuma projekta novērtēšanā.

Pirmajā gadījumā isāko projektu B atkārtosim vēlreiz, un ja nekas nemainās, t.i., izmaksas un katra gada naudas ienākumi saglabājas iepriekšējā līmenī, kā arī procentu likme tāpat paliek nemainīga ($r = 12\%$), tad otrreizējā projekta realizācija būs tikpat peļņas nesoša. Tātad mēs varam iegūt lielākus ienākumus, nekā realizējot vienu projektu A, kura darbības laiks ir 6 gadi. Līdz ar to, lai nodrošinātu šādu projektu A un B salīdzināmību, mēs izmantojam ķēdes atkārtosšanās metodi (projektiem ir kopīgs darbības laiks). Metodē mēs nosakām NPV vērtību projektam B, kas tiek realizēts divas reizes 6 gadu laikā, un pēc tam salīdzinām iegūto NPV vērtību ar NPV vērtību projektam A šo pašu 6 gadu laikā (skat. 2.tab.).

2. tabula

Projekta B divas reizes realizācijas rezultāti The results of realization project B two times

Gads	0	1	2	3	4	5	6
Naudas plūsma	-25000	8000	15500	13000	8000	15500	13000
				-25000			
				-12000			

$$NPV = 6423 \text{ lati (lats)} \quad IRR = 20\%$$

Projekta B, realizējot to divas reizes, tirā pašreizējā vērtība NPV ir vienāda ar 6423 latiem, bet iekšējā ienesīguma norma IRR ir 20% (projekta IRR vērtība nemainās, no projekta atkārtosšanas skaita). Tā kā projekta B tirā pašreizējā vērtība NPV ir lielāka nekā projektam A, tad ir jāpieņem projekts B.

Projekta pašatjaunošanās metodes realizācija ir darbietilpīga, ja, piemēram, viens projekts ir paredzēts uz 3 gadiem, bet otrs uz 5 gadiem, tad šajā gadījumā mums nepieciešams aprēķināt atkārtotās naudas plūsmas 15 gadu garumā. Līdz ar to šādiem projektiem, kā arī iepriekš minētiem pielieto vienkāršu novērtēšanas metodi – ekvivalentās anuitātes metodi (equivalent annual annuity, EAA).

Metode nosaka tādu ekvivalentās anuitātes lielumu, kas katra projekta darbības laikā, dotu to pašu tiro pašreizējo vērtību NPV, kā aplūkojamiem projektiem.

Lai realizētu šo metodi, katram no salīdzināmiem projektiem mēs aprēķinām:

- 1) projekta tiro pašreizējo vērtību – NPV (vienreizēja realizācija),
- 2) atrodam patstāvīgo – ekvivalento anuitāti, kuras cena ir vienāda ar NPV.

Šo lielumu iegūst dalot projekta NPV ar summēto diskonta lielumu pie dotās procentu likmes, investīciju projekta garumā. Projekts ar lielāko anuitāti dod lielāko ienākumu, un to arī ir jāpieņem.

Mūsu projektu A un B tīrās pašreizējās vērtības (skat. 1.tab.) ir $NPV_A = 6109$ un $NPV_B = 3752$. Attiecīgas projektu ekvivalentās anuitātes ir

$$EAA_A = 6109 / \left(\frac{1}{1,12} + \frac{1}{1,12^2} + \frac{1}{1,12^3} + \frac{1}{1,12^4} + \frac{1}{1,12^5} + \frac{1}{1,12^6} \right) = 6109 / 4,1114 = 1486$$

$$\text{un } EAA_B = 3752 / \left(\frac{1}{1,12} + \frac{1}{1,12^2} + \frac{1}{1,12^3} \right) = 3752 / 2,4019 = 1562.$$

To pašu rezultātu mēs varam iegūt ar EXCEL finanšu funkcijas PMT palīdzību: $PMT_A = 1486$ un $PMT_B = 1562$. Izmantojot šo funkciju, projekta NPV vērtība ir jāuzrāda kā negatīva vērtība.

No aprēķiniem redzam, ka projekta B ekvivalentā anuitāte ir lielāka nekā projekta A anuitāte, un līdz ar to ir jāpieņem projekts B.

Mēs varētu uzskatīt, ka katru projektu var atkārtot bezgalīga skaita reižu, t.i., pāriet pie bezgalīgās anuitātes, kuras cenu nosakām pēc formulas

$$NPV = \frac{EAA}{r}. \quad (1)$$

Tādā veidā pie bezgalīga skaita atkārtošanās projektu A un B naudas plūsmu NPV būs vienādas ar $NPV_A^\infty = 1486 / 0,12 = 12382$ lati un $NPV_B^\infty = 1562 / 0,12 = 13017$ lati.

Pēdējos aprēķinus var arī neveikt, jo projektam, kuram ir lielāks EAA vienmēr būs lielāks arī NPV projekta darbības laikā.

Ja visi nosacījumi paliek nemainīgi, tad abas metodes dod vienmēr vienus un tos pašus rezultātus.

Projektu salīdzināšana ar dažādiem darbības garumiem ir aktuāla tad, kad tie mums ir alternatīvie projekti. Bet pat, ja mums ir savstarpēji izslēdzoši projekti, tad ne vienmēr ir pareizi veikt analīzi uz projektu kopīgo darbības laiku. To vajadzētu darīt tikai tad, ja eksistē liela varbūtība, ka projekti tiešām atkārtosies, kad tie savu pirmo realizāciju būs sasnieguši. Šeit vajadzētu arī atzīmēt dažus strīdīgus momentus, kas parādās pie projektu ar dažādiem garumiem analīzes:

- 1) Ja pie projekta atkārtošanās ir sagaidāma inflācija, tad izmainīsies preču, piem., izejvielu, darbagaldu, utt. cenas, kas nākošos projekta realizācijas etapos netiek ņemtas vērā, un līdz ar to projekta nosacījumi nepaliek nemainīgi, kas šajā analizē abās metodēs tiek prasīts.
- 2) Izmantojiet nākotnē jaunas, modernas tehnoloģijas, kas pie atkārtotas projekta realizācijas ir pilnīgi iespējams, tad šāda projekta atkārtota

realizācija var stipri izmainīt ienākošās naudas plūsmas. Šāds faktors netiek ņemts vērā ne atkārtotā ķēdes metodē, ne EAA metodē.

3) Praktiski jau ir grūti novērtēt esošo projektu darbības laika garumus, tāpēc vai ir reāli, ka nākotnē tiek apskatīti atkārtotojamie projekti.

4) Ja produkcijas noieta tirgi ir efektīvi, tad projektu rentabilitāte ar laiku zūd. Tādā veidā projekta realizēšanas beigu stadijā tā tirā pašreizējā vērtība – NPV var stipri samazināties un tuvojies pat nullei. Līdz ar to, ja šāda varbūtība ir liela, tad nevajadzētu analizēt atkārtotojamie projektus, pietiek analizēt tikai dotos – pamata projektus.

No visa iepriekš teiktā, nevajag pēc šīm metodēm analizēt projektus ar darbības garumu 6 gadi un 10 gadi. Šo projektu analizē pielietojam projektu analīzes galvenos rādītājus NPV, IRR un atmaksāšanas periodus (vienkāršo un diskontēto), kā arī divu projektu papildinošās naudas plūsmas.

Apskatīsim tagad divus dažāda garuma projektus C un D. Projekta sagaidāmās naudas plūsmas latos, un šo projektu rādītāji NPV (pie procentu likmes $r = 12\%$), IRR un EAA ir doti 3. tabulā.

3. tabula

Projekta C un D sagaidāmās naudas plūsmas latos, projektu NPV, IRR un EAA
Expected cash flow (in lats) for project C and D, NPV, IRR and EAA of projects

Gads	0	1	2	3
Naudas plūsma				
Projekts C	-35000	10000	20000	15000
Projekts D	-20000	10000	15000	
$NPV_C = 549$	$IRR_C = 13\%$		$EAA_C = 228,6$	
$NPV_D = 886$	$IRR_D = 15\%$		$EAA_D = 524,2$	

Kā redzams no 3. tabulas, tad projekta D visi rādītāji ir lielāki nekā projekta C rādītāji, t.i., $NPV_D = 886 > NPV_C = 549$, $IRR_D = 15\% > IRR_C = 13\% > 12\%$ un $EAA_D = 524,2 > EAA_C = 228,6$. Līdz ar to pēc visām projektu pieņemšanas metodēm projekts D ir labāks nekā projekts C.

Ja mēs vēl izmantotu projektu kopīgo darbības ilgumu 6 gadi, tad tirā pašreizējā vērtība attiecīgām naudas plūsmām projektam C – -35000, 10000, 20000, -20000, 10000, 20000, 15000 un projektam D – -20000, 10000, 15000, 10000, -5000, 10000, 15000 ir $NPV_C = 940$ lati un $NPV_D = 2156$ lati. Un tāpat projektu atjaunošanās metode dod to pašu rezultātu, ka projekts D ir labāks nekā projekts C.

Tomēr ir svarīgi zināt, ka novērtēšanas problēma pastāv, kad savstarpēji izslēdzošiem projektiem ir atšķirīgi darbības laiki. Praksē šādiem projektiem prognozējamām naudas plūsmām ņem vērā inflāciju, kā arī iespējamo ražošanas palielināšanu, un parasti projektu salīdzināšanai pielieto ķēdes atkārtotās

metodi. Inflācija ietekmē ienākošo naudas plūsmu vērtības un faktiski pazemina ienākošās naudas pirktspēju. Līdz ar to projektu analizē tiek izmantotas divas procentu likmes: nominālā procentu likme – peļņas norma, kas ietver sevi inflāciju un reālā procentu likme – peļņas norma, kas inflāciju neietver. Reālā procentu likme tiek aprēķināta pēc formulas

$$R_{\text{reālā}} = \frac{1 + r_{\text{nominālā}}}{1 + r_{\text{infl.}}} - 1. \quad (2)$$

Ja projekta novērtēšanā rādītāja NPV aprēķināšanai mēs izmantojam nominālo procentu likmi, tad inflācija palielinās naudas plūsmas nominālo apjomu projekta darbības laikā. Bet, ja mēs pieņemam, ka naudas plūsmas paliek nemainīgas projekta darbības laikā, tad jāizmanto projekta novērtēšanā reālo procenta likmi.

Pieņemsim, ka nominālā procentu likme ir 12% un sagaidāmā inflācija ir 4%, tad reālā procentu likme ir $R_{\text{reālā}} = 1,12 / 1,04 - 1 = 0,077$ vai 7,7%.

Aprēķināto procenta likmi mēs izmantojam projektu tīrās pašreizējās vērtības NPV noteikšanai. Līdz ar to pie reālās procentu likmes mēs diskontējam reālos naudas ienākumus no kapitālieguldījumiem. Tajā pašā laikā, ja ir sagaidāms, ka visas izmaksas un realizācijas cenas un līdz ar to arī gadskārtējās naudas plūsmas palielināsies ar to pašu ātrumu, kā inflācijas līmenis, kas arī ir ņemts vērā kapitāla cenā, tad aprēķinātās vērtības NPV bez inflācijas ievērošanas un ar ievērošanu sakrītīs.

Nobeigumā jāatzīmē, ka ekvivalentās anuitātes metode ir korekta un viegli pielietojama dažādu garumu projektu novērtēšanā, bet, ja projektu garumiem ir mazākais kopīgais dalāmais, tad labāk ir pielietot projekta pašatjaunošanās metodi īsākam projektam.

LITERATŪRA

1. Revina I. Iekšējā ienesīguma norma un projektu novērtēšana// *Ekonomikas un vadības zinību attīstības problēmas, IV*: LU zin.raksti, 647.sēj. R., 2002, 4. lpp.
2. Норткотт Д. *Принятие инвестиционных решений*. М., 1997.

Methods of Investment Project Evaluation

Summary

Two methods of different period investment project are investigated in this work.

1. We determined the least common multiple for projects action length's and assumed that the shortest project renewed itself after it's action stopped.
2. We used method of equivalent annual annuity, EAA.

Two different project with action of 6 year period and action of 3 year period are investigated, and for these projects both methods for evaluation of project are used. If all condition stay permanent then both methods always give equal results. There are controversial moments in using of these methods such as expected inflation and using of modern technology in the future, as well as effectiveness of production market.

In conclusion it should be noted, that method of equivalent annual annuity is correct and easy applied for evaluating of project with different action period, but, if project's action length has the least common multiple then it is better to use for the shortest project method of restoration.

Valūtas maiņas kurss kā monetārās politikas transmisijas kanāls

The Currency Exchange Rate as a Monetary Policy Transmission Channel

Ramona Rupeika-Apoga

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: r.rupeika@tvnet.lv

Valūtas maiņas kursa kanāls ir viens no svarīgākiem monetārās politikas transmisijas mehānisma elementiem. Bet kā monetārā politika ietekmē valūtas maiņas kursu, tādā veidā ietekmējot neto eksportu? Empīriskie pētījumi no vairākām valstīm pierāda, ka reālā valūtas kursa izmaiņas ietekmē reālo eksportu un importu. Tiek atrasta statistiski nozīmīga negatīva attiecība starp reālo valūtas kursu un reālo neto eksportu: tas nozīmē, ka augstāks valūtas kurss rada zemāko reālo eksportu un augstāko reālo importu. Pastāv viedoklis, ka valstis ar atvērto ekonomiku vairāk reaģē uz monetārās politikas šokiem. Tādēļ arī valūtas maiņas kanāla ietekme uz ekonomikas attīstību tādās valstīs būs lielāka. Pētījuma mērķis ir atklāt naudas piedāvājuma un valūtas maiņas kursa sakarības pamatojoties uz valūtas maiņas transmisijas mehānisma kanāla analīzi, kā arī izanalizēt valūtas maiņas kursa ietekmi uz neto eksportu attīstītās valstīs un Latvijā.

Atslēgvārdi: valūtas maiņas kurss, naudas piedāvājums, monetārā politika, transmisijas mehānisms, reālais neto eksports

Katrai valstij ir raksturīga sava unikālā vēsturiskā attīstība, tā veidojas saskaņā ar savām tradīcijām, bet visas valstis darbojas starptautiskā arēnā, veicot tirdzniecību un investīcijas darījumus. Kapitāls pārplūst no vienas nozares citā, no vienas valsts citās valstīs, notiek nepārtraukta mijiedarbība. Lai būtu iespējams darboties pasaules tirgū, ir nepieciešama kopējā nauda vai arī citi materiāli labumi, kurus pieņemtu pārējās valstīs. Visvienkāršāk būtu, ja pastāvētu pasaules naudas vienības, kurus pieņemtu visā pasaulē, bet tā ir utopijs, katra valsts tomēr grib būt neatkarīga un dzīvot saskaņā ar savām tradīcijām, cilvēki grib turēt rokās savu naudu, kuru turēja rokās viņu vecmāmiņas un vectētiņi, un kuru turēs viņu pēcnācēji. Protams, zināmi izņēmumi pastāvēja un pastāv arī tagad. Pēc Pirmā pasaules kara eksistēja ASV

dolāra, sterliņu mārciņas un Francijas franka bloki, mūsdienās kā piemēru var minēt Ekonomisko un Monetāro Savienību.

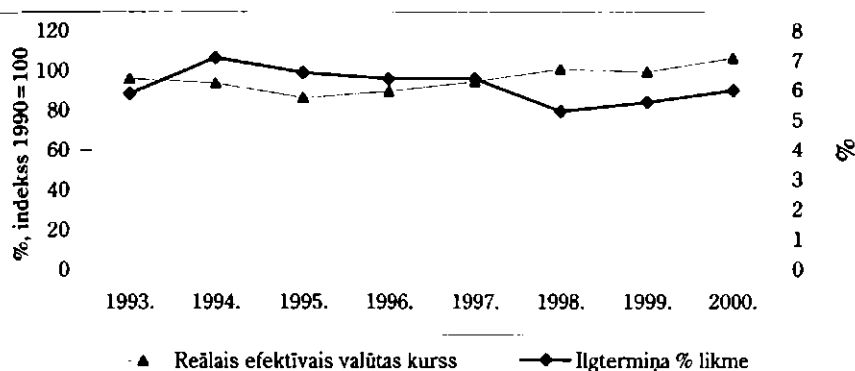
Menons žurnālā "Journal of Economic Surveys" 1995.gadā rakstīja, ka valūtas maiņas kursa kanāls ir īpaši svarīgs valstīm ar atvērto ekonomiku [10]. Viņš uzskata, ka procentu likmju pieaugums ved pie kapitāla ieplūšanas un nacionālās valūtas vērtības paaugstināšanās. Valūtas kursa paaugstināšana parasti samazina eksportu un stimulē importu. Kopējais pieprasījums un attiecīgi reālā aktivitāte samazināsies. Līdz ar to valstis ar atvērto ekonomiku vairāk reaģēs uz monetārās politikas šokiem.

Lai paskaidrotu monetārās politikas izmaiņu ietekmi uz reālo IKP un inflāciju (modelēt monetārās politikas mehānismu), izmantojot finanšu tirgus cenas, parasti lielāku uzmanību pievērš trim cenu tiem: valūtas kursam, ilgtermiņa un īstermiņa procentu likmēm. Protams, eksistē dažādi valūtas kursi un procentu likmes, bet lielākā pētnieku daļu izmanto abpusēju (bilateral) valūtas kursu starp divām valstīm un vienkāršo īstermiņa procentu likmi (piemēram, federālo rezervju likmi), kā arī vienkāršo ilgtermiņa likmi (piemēram, 10-gadīgas valdības obligācijas).

Liela nozīme ir arī starpībai starp nominālo valūtas kursu un reālo valūtas kursu. Ņemot vērā lēnu algu un preču cenu pielāgošanos, nominālā valūtas kursa pieaugums parasti īstermiņa periodā izraisa reālā valūtas kursa pieaugumu. Bet ilgtermiņa periodā reāls valūtas kurss tomēr sasniedz līdzsvara stāvokli.

Autore uzskata, ka valūtas kurss ir viens no svarīgākajiem rādītājiem monetārās transmisijas mehānismā. Bet rodas jautājums, kāda mērā monetārā politika ietekmē valūtas kursu, tādā veidā ietekmējot arī neto eksportu. Kā norāda Roberts Mundells (1962.g.) kapitāla mobilitāte nozīmē ļoti vienkāršu sakarību starp īstermiņa procentu likmi un valūtas kursu: procentu likmes paritātes teorija apgalvo, ka procentu likmes diferenciāls starp divām valstīm ir vienāds ar prognozējamo valūtas kursa izmaiņu likmi [11]. Ja šī sakarība netiek ievērota, tad kapitāls ieplūdis tajā valstī, kur būs lielāks ienesīgums, kamēr prognozējams ienesīgums abās valstīs līdzsvarosies.

Tādējādi var atrast veidu kā monetārā politika var ietekmēt valūtas kursu: ja centrālā banka pieņems lēmumu palielināt īstermiņa procentu likmi, tad saskaņā ar procentu likmes paritātes teoriju, valūtas kursam būs jāpieaug, lai līdzsvarotu gaidāmās ienesīguma likmes abās valstīs. Jāpastāv pozitīvai attiecībai starp valūtas kursu un procentu likmes diferenciālu jebkurās divās valstīs. Reālā efektīvā valūtas kursa un ilgtermiņa procentu likmes sakarību ASV atspoguļo 1. attēls.



1. att. Reālais efektīvais valūtas kurss un ilgtermiņa procentu likme ASV

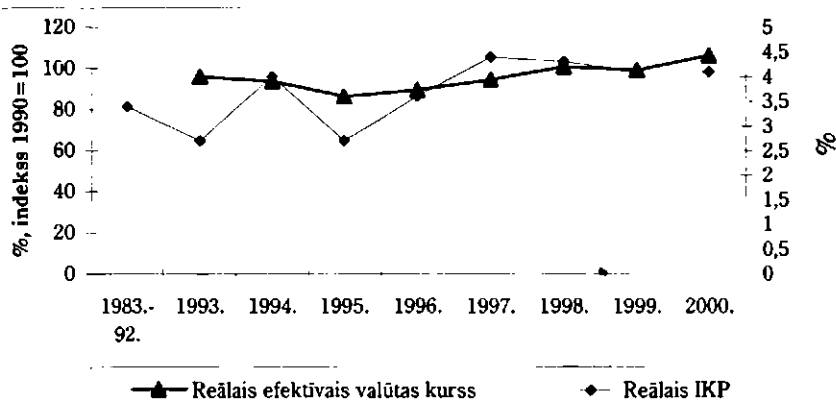
The real effective currency exchange rate and the long-term interest rate in USA
 Avots: SVF gada pārskats 2001.g. oktobris/ IMF sources

Tomēr praksē izrādās, ka lielās un ilgstošās valūtas kursa un procentu likmes izmaiņas sakrīt, bet mazās un biežās izmaiņas atšķiras. Literatūrā autore atrod sekojošu atbildi uz šo jautājumu, tā McKallums 1994.g. sava rakstā "A Reconsideration of the Uncovered Interest Rate Parity Relationship" [9] žurnālā "Journal of Monetary Economics" pamato šo situāciju ar izmaiņām riska prēmijās aktīviem ārvalstu valūtā un ar novirzēm no racionālām gaidām (kā spekulatīvie burbuļi). Viņš uzskata, ka monetārā politika pati par sevi var paskaidrot novirzes vai nesaskaņas, ja endogēnā monetārā politika pretojas valūtas kursa izmaiņām.

Eksistē strukturālais modelis, kurš varētu paskaidrot procentu likmes paritātes teorijas novirzes – bilances portfeļa modelis ar aktīviem denominētiem dažādās valūtās, aktīvi tiek izvēlēti no pilnīgā savstarpējas neaizvietojamības viedokļa. Šī pieeja ir teorētiski nozīmīga, bet datu trūkums par savstarpēju kapitālu kustību starp divām valstīm padara šo pieeju par praktiski nederīgu, lai paskaidrotu novirzes no procentu likmes paritātes sistemātiskā veidā. Bilances portfeļa pieeja, uzskata J.B. Teilers rakstā "The Monetary Transmission Mechanism: an Empirical Framework" [20] jebkuru transmisijas mehānisma modeli padara par neefektīvu. Tādēļ ir vispārēji pieņemts izmantot procentu likmes paritātes vienādojumu ar stohastiskiem terminiem, kurus paskaidro Helivels, Kokerlains un Lafraus 1990.g. [8].

Procentu likmes paritāte paskaidro, kāpēc īstermiņa nominālās likmju izmaiņas ietekmē nominālo valūtas kursu. Ja pieņem, ka īstermiņa periodā preču un pakalpojumu cenas nemainās, tad zemāka īstermiņa likme pazeminās reālo valūtas kursu īsā laika posmā. Ilgtermiņa periodā tomēr monetārās politikas izmaiņas neietekmēs reālo IKP; cenu līmenis būs augstāks par pašu procentu summu, par kuru centrālā banka palielināja naudas piedāvājumu, kas tika izraisīts ar sākotnējo īstermiņa procentu likmes pazemināšanu, un valūtas kurss atgriezīsies savā iepriekšējā līmenī.

Būtiskie empīriskie pētījumi no vairākām valstīm pierāda, ka reālā valūtas kursa izmaiņas ietekmē reālo eksportu un importu. Tiek atrasta statistiski nozīmīga negatīva attiecība starp reālo valūtas kursu un reālo neto eksportu: tas nozīmē, ka augstāks valūtas kurss rada zemāko reālo eksportu un augstāko reālo importu [14]. Tā kā reālais neto eksports ir IKP komponents, izmaiņas reālā neto eksportā nozīmē, reālā IKP izmaiņas, ja pārējie reālā IKP komponenti: patēriņš, investīcijas un valdības izdevumi – nemainīsies tajā pašā laikā par to pašu lielumu pretējā virzienā.



2. att. Reālais valūtas kurss un reālais IKP ASV

The real exchange rate and the real GDP in USA

Avots: SVF gada pārskats 2001.g. oktobris/ IMF sources

Ņemot vērā lēnu algu un preču cenu pielāgošanos (pieņēmums), izmaiņas reālā neto eksportā mainīs reālo IKP. Apgrīzta attiecība starp valūtas kursu un neto eksportu ir viens no pamatiem empīriskā ekonomikā. Tā Teilers 1995.g. rakstā "Economics", pētot AVS datus, raksta, ka starp valūtas kursu un neto eksportu pastāv negatīva attiecība [15].

Mūsdienās katra valsts ir tiesīga izvēlēties savu valūtas režīmu vai valūtas stratēģiju, kuru pēc tam arī realizēt. Atkarība no izvēlētas stratēģijas būs atkarīga arī valūtas kursa kanāla iedarbība uz ekonomisko attīstību. Var izcelt sekojošus valūtas režīmus:

- fiksēts valūtas kurss;
- brīvi peldošs valūtas kurss;
- regulējama vai "netīrā" peldēšana;
- valūtas padomes sistēma (currency boards).

Jau centrālo banku attīstības sākumā kļuva skaidrs, ka neierobežota budžeta deficīta vai komercbanku finansēšana izraisa inflāciju, kas ātri vai vēlū rada naudas sistēmas sabrukumu. Nauda zaudē savu vērtību, sabiedrība cenšas tikt valā no tās; ekonomiskas attiecības sāk balstīties uz bartera darījumiem; samazinās ražošana, samazinās darba specializācija.

Lai nenonāktu līdzīgā situācijā, centrālām bankām ir vajadzīgs vērtēšanas parametrs. Par tādu parametru tradicionāli izvēlas cenu līmeni. Ja mēģinājumi izmērīt cenu kustības līdz procentu desmitdaļai nav reāli, tad cenu izmaiņu tendences noteikt ir visai reāli. Tam nav vajadzīgs sarežģīts statistikas aparāts, kā mainās cenas, katrs zina arī bez sarežģītiem aprēķiniem. Tādēļ centrālā banka var regulēt kredīta izsniegšanu un panākt nestrauju cenu pieaugumu.

Nosakot cenu indeksus, mēs saskaramies ar šādām problēmām:

- 1) cenu indeksi, neatspoguļo nekustāma īpašuma un finansu aktīvu cenu kustības;
- 2) nekādi indeksi nevar pilnvērtīgi uzskaitīt pašas ražošanas struktūras izmaiņas (kā salīdzināt mūsdienas cenas ar cenām desmit gadu atpakaļ – kur likt datoru cenas? Un kā salīdzināt pagājušā gada datoru cenas ar mūsdienām?).

Douds uzskata, ka visas cenu līmeņa problēmas, kā centrālās bankas darbības galvenais parametrs, praktiski ir svarīgs tikai lielās valstīs centrālām bankām – ASV, Japānā, Vācijā. Nākamā līmeņa valstīm galvenais naudas politikas parametrs ir nacionālās valūtas kurss [5]. No iekšējas un ārējas cenu attiecības ir atkarīga visa ekonomikas struktūra un tās attīstība. Maiņas kursa stabilitāte un prognozēšana kļūst par galveno darbības kritēriju lielākai centrālo banku daļai. Centrālās bankas, zināmā mērā, kopē komercbanku daļējas rezervēšanas sistēmu. Tās paziņo, ka nodrošinās noteikto nacionālās valūtas kursu – faktiski, apgalvo visiem valūtas turētājiem, ka viņi var uzskatīt savu nacionālu valūtu par ekvivalentu kādai citai ārzemju valūtai. Šī fiksētā kursa sistēma nozīmē, ka centrālā banka ir gatava piedāvāt attiecīgās ārzemju valūtas daudzumu, ja nacionālās valūtas turētāji nevarēs to iegādāties starpbanku tirgū. Bet centrālās bankas ārzemju valūtas īstās rezerves ir mazākas nekā maksimālā summa, kuru var pieprasīt apmaiņai (šo summu sauc par naudas bāzi), pastāv arī izņēmumi. Tiek pieņemts, ka visi nacionālās valūtas turētāji vienlaicīgi negribēs apmainīt savu nacionālu valūtu pret ārvalstu valūtu. Pateicoties dotam pieņemumam, centrālās bankas faktiski realizē nenodrošinātu emisiju, stimulējot iluzoru ekonomisko pieaugumu – tieši tā, kā to dara daļējas rezervēšanas komercbankas.

Hanke uzskata, ka agri vai vēlū tāda politika radīs centrālās bankas rezervju pieprasījuma pieaugumu, un centrālā banka pasludina nacionālās valūtas devalvāciju. Bieži vien devalvācija tiek atbalstīta no “konkurētspējas uzlabošanas” viedokļa, stimulē eksportu. Devalvācija – vienreizēju uzkrājumu un pastāvīgo ienākumu nacionālajā valūtā pārvērtēšana (pazemināšana), tas ir faktiski vispārējās reālās labklājības samazināšana. Pie tam atsevišķu nozaru un uzņēmumu “eksporta stimulēšana” notiek nevis izdevumu samazināšanas rezultātā, bet uz visas sabiedrības rēķina [6].

Rezultātā, nacionālās valūtas fiksēts kurss ir principāli nestabils un izraisa sāpīgas valūtas krīzes. Izvēloties fiksēto valūtas kursa režīmu, valstī ir jārealizē harmonizētu monetāro un fiskālo politiku, tā vairs nav neatkarīga, to ir jāaskaņo ar ārējiem tirdzniecības partneriem. Fiksēts valūtas kurss nozīmē mazāku reālā eksporta mainīgumu; mazāku reālā IKP un inflācijas nepastāvīgumu [20]. Viena

no piedāvātām receptēm cīņai pret šo slimību kļuva peldošā valūtas kursa politika.

Galvenā atšķirība starp fiksēto un peldošo valūtas kursu režīmu ir saistīta ar mehānismu, saskaņā ar kuru tiek panākts maksājuma bilances līdzsvars. Pie fiksēta valūtas maiņas kursa valstī ar maksājuma bilances deficītu notiek naudas masas samazinājums, bet valstī ar pozitīvu maksājuma bilanci – naudas masas pieaugums.

Rezultātā valstīs ar pozitīvu maksājumu bilanci eksistēs inflācija, bet valstīs, kur ir maksājuma bilances deficīts, būs ražošanas samazinājums.

Centrālās bankas, kuras izvēlās fiksēto valūtas kursu, par savu darbības galveno mērķi izvēlās maksājuma bilances līdzsvara nodrošināšanu, pārējiem mērķiem, tādiem kā cenu stabilitāte, bezdarba līmenis, paliekot otrā plānā.

Ja notiek izmaiņas, kas nojauc maksājuma bilances līdzsvaru pie peldoša valūtas kursa režīma, tas automātiski tiks atjaunots bez centrālās bankas iejaukšanās.

Arī šīs sistēmas darbība ir saistīta ar vairākām problēmām. Valstī ar maksājuma bilances deficītu, nacionālās valūtas kurss samazinās, un, lai iegādātos tādu pašu importēto preču daudzumu kā agrāk, būtu jāmaksā vairāk naudas. Tās nozīmē, ka cenas uz importa precēm pieaugs (pārējiem mainīgiem paliekot nemainīgiem) un dzīves līmenis pasliktināsies. Vietēji ražotāji būs ieinteresēti palielināt eksportu, kas samazinās preču apjomu iekšējā tirgū, kas arī negatīvi ietekmēs dzīves līmeni. Tādā situācijā valdība gribēs iejaukties valūtas tirgū un samazināt negatīvas sekas. Šeit parādās regulējama peldēšana, kuru izvēlas daudzās valstīs. Principā, pilnīgi brīva peldēšana dzīvē nepastāv, tāpat kā nepastāv pilnīgi brīvs tirgus vai pilnīgi tīrs Zelta monētu standarts. Parasti, kā piemēru min brīvi peldošo valūtas kursu režīmu ASV, bet arī Amerikā Federālā rezerves sistēma iejaucas dolāra kursa noteikšanā.

Vienu laiku brīvi peldošo valūtas kursu politika bija moderna un tika uzskatīta par īpaši zinātnisku un mūsdienīgu. Tomēr izrādījās, ka šī politika ir teorētiski nestabila. Neviena centrālā banka (izņemot vadošo valstu centrālās bankas) tā arī neatteicās no savas ietekmes valūtas kursa formēšanā. Šo parametru nozīme ir tik svarīga, ka "pilnīgi peldošo" valūtas kursa vietā faktiski pielieto "nepilnīgi fiksēto", kad centrālā banka reaģē uz valūtas tirgu svārstībām, kuras pārsniedz limitus.

Peldošs un fiksēts režīms, ar noteiktā kursa daļējām izmaiņām izraisa vienu rezultātu – sabiedrība meklē drošāku maksāšanas līdzekli. Parasti par tādu līdzekli kļūst ārzemju valūta – ekonomikas dolarizācija.

Centrālās bankas cenšas cīnīties ar šo parādību, spēlējot uz patriotismu. Bet neviens nevienu nepiespiež uzkrāt tieši dolārus; ja kāds sava patriotisma pēc grib uzkrāt vāju (nacionālo valūtu) nevis stipru (ārzemju valūtu), neviens viņam netraucēs.

Tālākā darbā autore grib lielāku uzmanību pievērst jaunākai valūtas kursu stratēģijai – vadāmas valūtas sistēmai, kuru faktiski pielieto arī Latvijā.

Pēdējie desmit gadi bija ļoti svarīgi naudas politikas un centrālās bankas vadišanā. Runa ir par jaunu režīmu – tā saucamo "valūtas padomi". Visinteresantākais ir tas, ka no teorētiskā viedokļa šīs izmaiņas neatspoguļo neko jaunu,

ko nepieminētu austriešu skolas piekritēji gan divdesmit, gan četrdesmit gadus atpakaļ.

Šīs sistēmas būtība izpaužas šādi – visas centrālās bankas saistības (naudas bāze) pilnīgi ir nodrošinātas ar vienas ārzemju valūtas rezervēm – visbiežāk dolāriem. Faktiski centrālā banka atsakās no savām diskrētām tiesībām, tas ir no tiesībām regulēt naudas daudzumu ekonomikā. Tās naudas politika kļūst pilnīgi pasīva.

Centrālā banka vienkārši apmaina nacionālo valūtu uz ārzemju valūtu – enkuri, un otrādi.

Šo pieeju var atbalstīt no ētiskā viedokļa – jo mazāk diskrēto tiesību pieder valstij, jo vairāk tiesību pieder pilsoņiem. Šo pieeju var atbalstīt arī no ekonomiskā viedokļa – nedrošas naudas politikas vietā centrālā banka realizē vairāk paredzamo naudas politiku, kuru realizē “valsts-enkurs” Tāda veidā “valūtas padomes” valsts iedzīvotāji var bez maksas izmantot demokrātiskas un liberālas kontroles augļus.

Autore uzskata bez maksas – bet daudzi ekonomisti, tādi kā O'Driskoli, Berns [12], apgalvo, ka “valūtas padomes” ieviešana ir saistīta ar lielām grūtībām un izdevumiem. Īstenībā tas ir atkarīgs no tā, ko uzskatīt par izdevumiem?

Viens no svarīgiem “valūtas padomes” nosacījumiem un rezultātiem ir tāds, ka strauji samazinās valsts budžeta aizņemšanās iespējas. Centrālā banka vairs nevar neierobežoti atbalstīt valdību, piešķirot tai kreditus. Reālā “valūtas padomes” stratēģija prasa bezdeficītu valsts budžetu; vēl vairāk, ir vēlams proficīts, lai veidotu ārkārtējus valdības fondus neparedzētiem gadījumiem. Attiecīgi valdība ir spiesta samazināt dažādu nozaru finansēšanu. Komerčbanku kredītu izsniegšanas politika kļūst stingrāka. Bet, ņemot vērā, ka dažām valstīm ir raksturīgs kvazifiskālais deficīts (kad valdība prasa vai piespiež komerčbankas izsniegt kreditus dažām nozarēm vai uzņēmumiem, neskatoties uz paaugstinātu risku un mazu rentabilitāti – tāda veida komerčbankas aizvieto valsts budžeta izdevumus), tad negaidīts pierasto ienākumu zaudējums spēcīgi ietekmē dažas iedzīvotāju grupas.

Protams, arī agrāk šie ienākumi neradās ne no kā – tie tika paņemti no parējās iedzīvotāju daļas, maksājot nodokļus. Bet ieguvums no izdevumu samazināšanas tiek sadalīts vienmērīgi starp daudziem, bet zaudējumi ir sakoncentrēti.

Ir vēl viens aspekts, psiholoģiski ļoti svarīgs naudas stabilitātes panākšanas periodā. Ilgstoša inflācija un budžeta deficīts īpaši kaitīgi ir ar tā saucamo “kapitāla iziešanu” Tā būtība ir šāda – sabiedrība lielāku ienākumu daļu iztērē tekošam patēriņam, bet kapitāla atjaunošanai – ilgtermiņa lietošanas preces krājumam – pārāk mazu. Inflācija ļauj īslaicīgi palielināt tekošo tēriņu, maskējot faktisko mašīnas parka, ēku, ceļu nolietojumu.

Rezultātā, pēc inflācijas postošās ietekmes, stabilizācijas panākšanai ir nepieciešams atjaunot nācijas kapitāla bagātību uz tekošā patēriņa rēķina. Situācija ir līdzīga tai situācijai, kad cilvēks ilglaicīgi nodzer savu uzkrāto bagātību, resp. atsakās no mēbeļu un mājas remonta, nepaaugstina savu profesionalitāti. Beigās viņš būs spiests atjaunot visu, ko bija iztērējis “jautras dzīves” rezultātā, samazinot tekošos izdevumus. Minētās personas gadījumā šī situācija ir skaidra. Bet ekonomiska statistika šo situāciju atspoguļo kā personiska patēriņa samazinājumu un kā pārējos nepatīkamos faktus.

Ka zināms, cilvēki parasti daudz skaļāk paziņo par saviem zaudējumiem nekā par pieaugošiem ienākumiem.

Turklāt finansēšanas samazinājums budžeta iestādēm pozitīvāk ietekmē vismazāk nodrošināto slāni. Bet viņu balsi nevar saklausīt masu informācijas līdzekļos. No otras puses, lielākā intelektuālo profesiju daļa – žurnālisti, pasniedzēji, juristi, ierēdņi – dzīvo no valsts budžeta ieņēmumu pārdalīšanas. Viņiem ir par ko sūdzēties un tādas iespējas viņiem ir.

Runājot par vadāmo valūtu, ir jāieskatās tās izcelšanās vēsturē.

Agrāk (no 19.gs. vidus līdz 50.gadiem) par "currency boards" tiek sauktas Anglijas koloniju emisijas institūcijas. Tika uzskatīts, ka privātā banknošu emisija bez sabiedriskas kontroles var radīt ļaunprātības; lai izvairītos no ļaunprātībām, ar banknošu emisiju varēja nodarboties tikai speciāli valsts orgāni, kuri neizsniedza kreditus un nepieņēma depozītus. Neviena tad vēl nedomāja par šā mehānisma citām priekšrocībām, salīdzinot ar tradicionālām sistēmām tajā laikā, kuras pamatojās uz privāto banknošu emisiju vai emisijas monopolizāciju vienā bankā (centrālā).

Par īsto "valūtas padomes" izcelšanos ir jāuzskata 1899.gada novembris, kad Argentīna paziņoja, ka banknošu emisiju veiks "apmaiņas kase" (Caja de Conversion) ar nosacījumu, ka emisija būs 100% nodrošināta ar zeltu.

"Valūtas padomes" raksturīga īpatnība ir saistīta ar šo stratēģijas ieviešanu krīzes periodos, kad citi naudas politikas mehānismi vairs nepalīdz. Rezultātā reālā "valūtas padome" bieži atšķiras no ideālās. Valdība un centrālā banka negrib atteikties no tiesībām izlaist nenodrošinātu naudu (fiat money) un meklē administratīvas iespējas, lai ietekmētu naudas daudzumu apgrozībā.

Tomēr var izcelt valstu grupu, kuras naudas politika tiek vadīta, izmantojot "valūtas padomes" stratēģijas (Honkonga, Igaunija, Lietuva, Bulgārija), vai faktiski seko līdzi (Taivāna, Singapūra, Latvija). Šīs valstis ir raksturīgas ar to, ka naudas bāze ir nodrošināta ar ārvalstu valūtu. Tāda rezervēšanas augstā pakāpe strauji samazina centrālās bankas reālās iespējas. Var atzīmēt, ka "valūtas padomes" valstis ir cieši saistītas ar starptautisko tirdzniecību. Doto valstu uzņēmēji vairs nevar spekulēt vietējos tirgos: valūtas tirgū un parādu tirgū, viņi ir spiesti iziet uz īsto tirgu; ražot produkciju, lai apmierinātu iedzīvotāju pieprasījumu. Beigās, komercbankas vairs nevar rēķināties ar neierobežotu centrālās bankas atbalstu. Principā 19.gs. beigās bija uzskats, ka centrālās bankas atbalsts ir primārs bankas uzdevums (lender-of-last resort function), un, ja banka šo uzdevumu vairs nepilda, tad centrālās bankas nosaukums vairs neatbilst patiesībai. Komercbankām tas nozīmē uzmanīgāku pieeju kredītportfeļa veidošanā. Rezultātā bankas kļūst drošākas. Jāatzīmē, ka panākums nenāk uzreiz, vadāmas valūtas sistēmai sevi sākumā ir jāpierāda. Tas var būt saistīts ar dažu komercbanku bankrotēšanu, bet tā ir normāla parādība attīstītā tirgus ekonomikā.

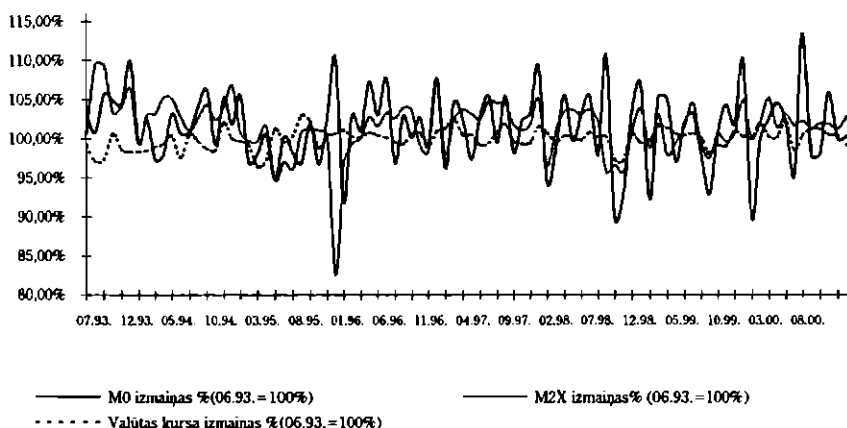
Pie teorētiskiem secinājumiem ir jāatzīmē, ka "valūtas padome", kas parādījās kā mākslīgs instruments cīņā pret hiperinflāciju, pierāda austriešu skolas tīra Zelta standarta teoriju.

Kā zināms, vēsturē tīrs Zelta standarts praktiski nekad nepastāvēja. Taimberleiks savā rakstā "How Gold was Money how Gold could be Money Again" uzsver, ka runājot par Zelta standarta atcelšanu 30. gados, bieži vien

aizmirst, ka runa bija par daļējo Zelta standarta atcelšanu, analogiski fiksēta kursa režīmam mūsdienās [16]. Abos gadījumos centrālā banka tur daļējas rezerves (zelts, dolāri, markas utt.). Apmaiņas garantija balstās nevis uz pilnu rezervju atbilstību saistībām, bet uz pieņēmumu, ka vienlaicīgi apmaiņai būs pieprasīta tikai daļa no izlaistām saistībām.

Pēc Otrā pasaules kara par Zelta standartu atsaucās kā par kaut ko primitīvu un pilnīgi novecojušu. Bet vadāma valūta ir ista Zelta standarta iemiesojums. Tīrā Zelta standarta eksistēšanas iespējamība ir pierādīta ne tikai teorētiski, bet arī praktiski.

Nākamais secinājums – daļa rietumu ekonomistu, kuri aktīvi rekomendē vadāmas valūtas ieviešanu post-sociālistiskās un attīstošajās valstīs (S.Hanke, K.Šulers, Stīvs un citi) [7] neņem vērā vienu momentu. Viņi visi runā par “valūtas padomes” ieviešanu, kura balstās uz kādu citu valūtu (dolārs, marka, jena). Jautājums par to, kas un kā izlaiž valūtu-enkuru, paliek bez apspriešanas. Bet, neatrisinot šo jautājumu, nav iespējams pārvarēt globālu inflāciju un ekonomisko ciklu, kuram raksturīgas ekonomiskas aktivitātes samazinājumi. “Valūtas padomes” piekritējs nevar nebūt centrālās bankas reorganizācijas piekritējs (uzskata Vera Smita) [13], tas nozīmē, tīra Zelta standarta ieviešanu vadošās valstīs un pēc tam arī citur. Smita uzsver tieši ieviešanu, nevis atjaunošanu. Darba autore neatbalsta Zelta standarta ieviešanu, tādēļ ka neuzskata, ka tas var atrisināt esošās problēmas. Uzskatot, ka jāmeklē jauni risinājumi naudas daudzuma regulēšanā. Bez tam autore arī uzskata, ka “valūtas padomes” sistēma ir īslaicīgs risinājums, kurš ir piemērojams pārejas periodā, bet, ja valstis šo sistēmu pielieto pārāk ilgi, tad var nonākt līdz bankrotam, kas jau notika Argentīnā. Protams, noteikt šo robežu ir visai sarežģīts mehānisms, kas prasa atsevišķu pētījumu.



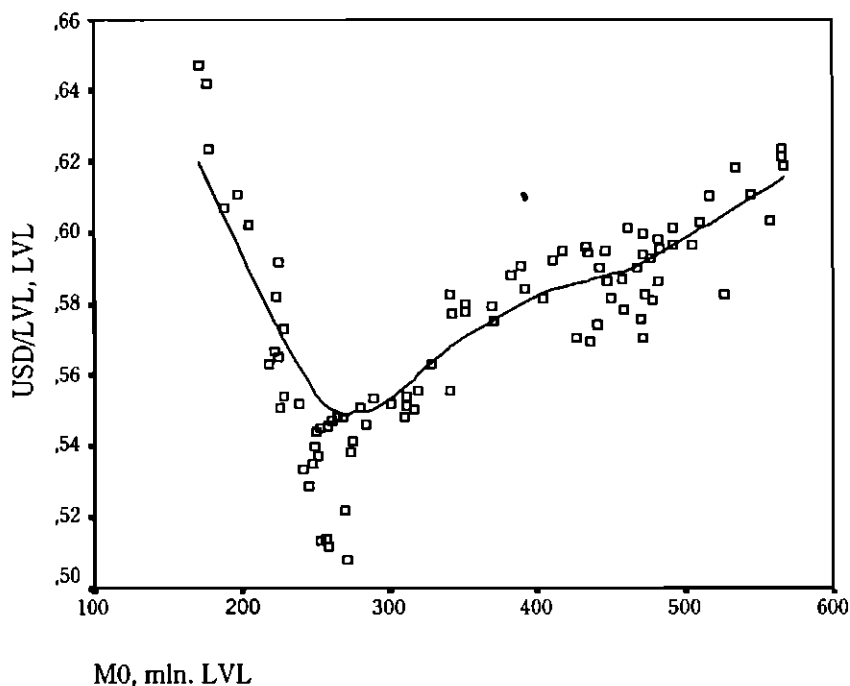
3. att. Latvijas naudas masas rādītāju (M0 un M2X) un reālā valūtas kursa USD/LVL izmaiņas laikā posmā no 1993.-2000.g.

Latvian money supply aggregates (M0 and M2) and real exchange rate changes during 1993-2000.

Atgriezīsimies pie monetārās politikas ietekmes uz valūtas kursa kanālu "valūtas padomes" sistēmas ietvaros. 3.attēlā autore attēlo Latvijas naudas masas rādītāju ($M0$ un $M2X$) un reālā valūtas kursa USD/LVL izmaiņas laika posmā no 1993.-2000. gadam, par bāzi aprēķiniem pieņemot 1993. gada jūniju.

Pētot naudas masas rādītāju (kā $M0$ un $M2X$) ietekmi uz valūtas kursu Latvijā, laika posmā no lata ieviešanas līdz mūsdienām, tiek izdarīti šādi secinājumi:

- 1) starp naudas masas rādītājiem nepastāv statistiski nozīmīgas attiecības: tā Pīrsona korelācijas koeficients starp valūtas kursu un $M0$, kā arī $M2X$ ir 0,489 un 0,420 attiecīgi.
- 2) Korelācijas koeficients ir pozitīvs, kas nozīmē, ka, pieaugot naudas daudzumam, pieaug arī valūtas kurss (sk. 4. att.).



4. att. Latvijas naudas masas rādītāju $M0$ (mln. LVL) un nominālā valūtas kursa USD/LVL izmaiņas laika posmā no 1993.-2000.g.

Latvian money supply aggregates ($M0$ and $M2$) and nominal exchange rate changes during 1993-2000.

Pēc iegūtiem rezultātiem autore konstatē, ka, pieaugot latu daudzumam apgrozībā, pieaug arī ASV dolāra vērtība, kas neatbilst centrālās bankas realizētai monetārai politikai. Ja lata vērtība samazinās, tad saskaņā ar "valūtas padomes" sistēmu latu daudzumam apgrozībā būtu jāsamazinās. Pētījuma rezultātā autore nonāca pie secinājuma, ka monetārās politikas izmaiņas neatspoguļojas uz

nacionālo nominālo valūtas kursu. Monetārās politikas izmaiņas neatspoguļosies uz reālo valūtas kursu, kamēr naudas piedāvājums neietekmēs inflāciju. Latvijā naudas piedāvājuma pieaugums neizraisa inflācijas pieaugumu, pat otrādi, tas savukārt nozīmē, ka centrālās bankas monetārā politika neietekmē valūtas maiņas kursa kanālu. Šajā gadījumā, arī valūtas maiņas kanāla ietekme uz ekonomiku ir ierobežota. Pie līdzīgiem secinājumiem nonāca arī Veronika Babiča savos pētījumos, ka valūtas maiņas kursa kanāls Latvijā nav ekonomiski nozīmīgs [1].

LITERATŪRA

1. Babich V. Monetary Transmission in Latvia, *Baltic International Centre for Economic Policy Studies, Baltic Economic Trends*, 2001, N2, pp. 16-28.
2. Borio C.E.V., Fritz W. The Response of Short-Term Lending Rates to Policy Rates, *A Cross-Country Perspective*, Vol. 394 of Bank for International Settlements, 1995, chapter 3, Tbl.15, pp. 87.
3. Borio C.E.V. Fritz W. The Response of Short-Term Lending Rates to Policy Rates, *A Cross-Country Perspective*, Vol. 394 of Bank for International Settlements, 1995, Tbl.18, p.100.
4. Dornbusch, Favero and Giavazzi. The immediate challenges for the European Central Bank, *NBER Working Paper*, No 6369, Cambridge, MA, 1998, Tbl.5.0.
5. *The Experience of Free Banking* /Dowd Kevin ed. London: Routledge, 1992.
6. Hanke Steve H. Dollarization of Bond Yields /*Friedberg's Commodity and Currency Comments*, 12, 5 August 1991.
7. Hanke Steve H., and Schuler Kurt. Ruble Reform: A Lesson from Keynes, *Cato Journal*, 10, Winter 1991, pp. 655-666.
8. Helliwell John F., Jon Cockerline, Robert Lafrance. Multicountry Modelling of Financial Markets. In: *Financial Sectors in Open Economies: Empirical Analysis and Policy Issues* /Hooper Peter, Karen Johnson, Donald Kohn, David Linsey, Richard Porter, and Ralph Tryon, eds. Washington, D.C.: Board of Governors of the Federal Reserve System, 1990, pp. 305-56.
9. McCallum. A Reconsideration of the Uncovered Interest Rate Parity Relationship, *Journal of Monetary Economics*, February 1994, 331:1, pp. 105-32.
10. Menon J. Exchange rate passthrough, *Journal of Economic Surveys*, No 9, 1995, pp.197-231.
11. Mundells Roberts. Capital Mobility and Stabilization Policy under Fixed and Flexible Exchange Rates, *Canadian Journal of Economics and Political Science*, 1962, No 29, pp. 475-87.
12. O'Driscoll Gerald P., Jr. Money, Deregulation, and the Business Cycle, *Cato Journal*, No 6, 1986 (Fall) pp. 587-605; Bern J. Currency boards, *American Economic Review*, 1999.
13. Smith Vera C. The Rationale of Central Banking and the Free Banking Alternative, *Liberty Press*, 1990.
14. Taylor John B. *Macroeconomic Policy in a World Economy: From Econometric Design to Practical Operation*. New York: W.W.Norton, 1993.
15. Taylor John B. *Economics*. Boston: Houghton-Mifflin, 1995.
16. Timberlake Richard H. How Gold was Money how Gold could be Money Again, *The Freeman*, April 1995, pp. 204-209.

17. Львин Б. *Валютный комитет и золотой стандарт: уроки мирового опыта*: Доклад на 5-й ежегодной конференции института фон Мизеса, 1999.
18. IMF annual report 2001.
19. Bank of Latvia. Monetary bulletins 1993-2001.
20. Taylor B. The Monetary Transmission Mechanism: an Empirical Framework, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 9, Nr.4, 1995, pp. 11-26.

The Currency Exchange Rate as a Monetary Policy Transmission Channel

Summary

As summarised above, the exchange rate is a key variable in the monetary policy transmission mechanism. But how does monetary policy affect the exchange rate and thereby affect net exports? There is substantial empirical evidence from many countries that a change in the real exchange rate effects the demand for real exports and real imports. In particular, there is a statistically significant negative relationship between the real exchange rate and real net exports: that is, a higher exchange rate leads lower real exports and higher real imports. The aim of the project is to find the relationship between money supply and exchange rate through the analysis of exchange rate transmission mechanism channel and also consider how the exchange rate affect net exports in the developed counties and in Latvia. By performing an empirical analysis in Latvia the author finds that money supply does not affect the national currency rate. The author motivates this conclusion with currency strategy, which Latvia chooses de facto, namely, currency boards.

Latvijas komercbanku aktīvu struktūras pārvaldības problēmas un perspektīvās metodes

The Problems and Promising Methods of Commercial Banks' Asset Structure Management

Svetlana Saksonova

Latvijas Universitāte

Ekonomikas un vadības fakultāte

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

E-pasts: ssvetlana.inbox.lv

Optimālas Latvijas komercbanku aktīvu struktūras nodrošināšanas un aktīvu ienesīguma pārvaldības vitāla nepieciešamība saistīta ar to, ka banku pakalpojumu sektors ir pakļauts ātrām izmaiņām dažādu faktoru ietekmē. Raksta autore nosaka šos faktorus, kā arī pēta galvenās problēmas, kas jārisina šajos apstākļos.

Autore piedāvā plašu metožu un paņēmieni klāstu, kurus var izmantot sekmīgai un operatīvai bankas aktīvu pārvaldībai. Īpaši izdalot finanšu plūsmu pārvaldības metodi, kā vienu no perspektīvākiem virzieniem, autore parāda tās izmantošanas priekšrocības un konkrētus pasākumus to ieviešanai Latvijas komercbanku darbības praksē.

Atslēgvārdi: komercbanku aktīvu struktūra, jutīgie, nejutīgie aktīvi, aktīvu struktūras pārvaldības metodes, sekjuritizācija, imitējošā modelēšana, finanšu plūsmu pārvaldības metode

Autore uzskata, ka optimālas aktīvu struktūras nodrošināšanas un aktīvu ienesīguma pārvaldības vitāla nepieciešamība ir saistīta ar to, ka banku pakalpojumu sektors ir pakļauts ātrām izmaiņām dažādu faktoru ietekmē.

Pirmkārt, tā ir tehnoloģija, kas ir nozīmīgākais finanšu sektora izmaiņu iemesls. Tehnoloģijas attīstība iznīcina ģeogrāfiskās robežas un sniedz iespēju jauniem konkurentiem iekļūt iekšējā tirgū ar savām struktūrām, kurām ir zemākas izmaksas. Jaunu produktu un pakalpojumu rašanās (piemēram, banku operācijas tiklā *Internet*) paplašina klientu izvēles iespēju, pilnveido pakalpojumu kvalitāti. Nepieciešamība pēc lielām investīcijām tehnoloģijās pamudina bankas meklēt jaunus investorus, jo progresīvas tehnoloģijas vieglāk pieejamas lielām bankām.

Otrkārt, bankām nākas saskarties ar arvien prasīgākiem klientiem. Piesaistīt un noturēt klientu banka spēj tikai ar ērtiem un lētiem produktiem un pakalpojumiem. Pateicoties jaunām tehnoloģijām, klients ir arvien vairāk gatavs izmantot ārzemju banku pakalpojumus.

Treškārt, faktors, kas veicina izmaiņas finanšu pakalpojumu tirgū ir tā globalizācija un pieaugošā konkurence no ārzemju institūciju puses. Latvijā šī problēma pagaidām ir jūtama mazākā mērā, jo banku sektors vēl nav iekarojis pilnu iedzīvotāju uzticību. Visiem uzņēmēju un iedzīvotāju slāņiem vēl nav pieejams plašs banku pakalpojumu spektrs. Tomēr konkurence banku sektorā kļūst asāka, jo bankām–nerezidentiem tiek dotas iespējas pieņemt noguldījumus un izsniegt aizdevumus, faktiski neatrodoties valstī. Attīstītās valstīs šīs parādības jau ir novērojamas. Šo valstu bankas reaģē uz tādiem jaunievedumiem ar mēģinājumiem atrast kompromisu un noslēgt vienošanos par kopuzņēmumiem dažādos ģeogrāfiskos tirgos un pēc dažādiem produktus veidiem. Šajos apstākļos regulēšanas un uzraudzības problēmas iziet jaunā līmenī, kas saistīts ar regulējošo institūciju starptautisko sadarbību.

Pēc autores domām, tikai optimālā aktīvu struktūra, spēja prasmīgi pārvaldīt aktīvus un to ienesīgumu var padarīt bankas konkurētspējīgas finanšu pakalpojumu tirgos. Bet optimālas aktīvu struktūras uzturēšanas un aktīvu ienesīguma nodrošināšanas problēmas nav viegli risināmas, sakarā ar to, ka bankas aktīvi un pasīvi dinamiski mainās iepriekšminēto faktoru ietekmē.

Pētot galvenās problēmas, kas jārisina šajos apstākļos, autore izcēla šādas galvenās problēmas:

stabilas un kvalitatīvas pasīvu struktūras nodrošināšana (klientu uzvedība var mainīties un līdz ar to var mainīties noguldījumu bāze)

stabilas un kvalitatīvas aktīvu struktūras nodrošināšana (aktīvu struktūra var mainīties tāpēc, ka bankai jāreaģē uz procentu likmju izmaiņām);

bankas aktīvu aizsardzība no zaudējumiem;

piesardzīga aktīvu un pasīvu operāciju diversifikācija un dažādu tirgu apgūšana;

aktīvu maksimāla ienesīguma nodrošināšana.

Pēc autores domām, **optimālas aktīvu un pasīvu struktūras nodrošināšanai ir nepieciešams reāli saistīt bankas aktīvus un pasīvus vienotā pārvaldības procesā**. Ja līdz XX gadsimta deviņdesmitajiem gadiem tika uzskatīts, ka banka vienkārši pieņem noguldījumus, kas tika apskatīti kā lielums, ko banka nevar ietekmēt, jo tas bija atkarīgs no noguldītāju gribas, tad mūsdienu apstākļos pasīvi, tajā skaitā arī noguldījumi, tiek veidoti, pērkot līdzekļus. Ja banka ir ieinteresēta līdzekļu piesaistē, tā paaugstina noguldījumu procentu likmes. Var secināt, ka optimālās pasīvu – noguldījumu un citu saistību struktūras veidošana ir ļoti aktuāls jautājums tieši optimālas aktīvu veidošanas kontekstā, jo *pasīvu kvalitāte un struktūra lielā mērā nosaka arī aktīvu kvalitāti un struktūru*. Tas ir izskaidrojams ar to, ka pasīvu un līdz ar to arī aktīvu kvalitāti (kā arī attiecīgo aktīvu portfeļu veidus) raksturo *resursu bāzes un līdzekļu piesaistīšanas stabilitāte*¹ un *jutīgums pret procentu likmju izmaiņām*.

Piemēram, sakarā ar to, ka visātrāk uz procentu likmju izmaiņām reaģē starpbanku resursu tirgus, piesaistītie starpbanku kredīti tiek uzskatīti, kā pagaidu un īstermiņa finansējuma avots, kas neveido stabilu resursu bāzi. Bez tam procenti, ko banka maksā par starpbanku kredītiem, parasti ir augstāki, nekā par tādiem pasīviem, kā fizisko un juridisko personu termiņnoguldījumi. Savukārt tām bankām, kas var izsniegt kredītus starpbanku tirgū, ir iespēja iegūt lielāku peļņu. Tātad starpbanku kredītu izmantošana nopietni ietekmē bankas peļņas līmeni. Bankas, veicot starpbanku kredītēšanas operācijas, nodrošina savu aktīvu aizsardzību no vērtības zaudēšanas, kā arī nodrošina ienesīgumu. Tāda aizsardzība ir īpaši efektīva inflācijas, tautsaimniecības zemas aktivitātes, paaugstināta biznesa riska un zaudējumu apstākļos nosacījumā, ka peļņas pieauguma tempi pārsniedz inflācijas tempus. Pretējā gadījumā notiek reālo ienākumu un bankas peļņas samazināšanās.

Banku aktīvu aizsardzība no zaudējumiem var būt nodrošināta ar GAP² pārvaldīšanas metodi, – balstoties uz operāciju jutīgumu pret procentu likmes izmaiņām un salīdzinot aktīvu un pasīvu ilguma termiņus [15, 48-60].

Procentu likmju izmaiņas var ietekmēt bankas procentu ienākumu dažādos virzienos – samazināt, palielināt vai neietekmēt. Šī ietekme ir atkarīga no aktīvu un pasīvu struktūras, kā arī no aktīvu un pasīvu jutīguma pakāpes pret procentu likmju iespējamām izmaiņām.

Bankas aktīvi un pasīvi iedalās pret procentu likmju izmaiņām jutīgajos un nejutīgajos aktīvos. *Nejutīgie aktīvi* sastāv no kases un tai pielīdzinātiem līdzekļiem, materiāliem aktīviem, kredītiem, ko izsniedz ar fiksētu procenta likmi, norēķinu karšu overdraftiem un dažiem citiem. *Jutīgie aktīvi* sastāv no kredītiem, kas izsniegti ar peldošo procentu likmi, atvērtām kredīta līnijām, īstermiņa likvidiem vērtspapīriem, starpbanku kredītiem.

Tāpat kā aktīvi, pasīvi ir vai nu jutīgi, vai nejutīgi pret procentu likmes izmaiņām. *Nejutīgie pasīvi* – tas ir bankas kapitāls, peļņa, atlikumi klientu tekošajos kontos, par kuriem banka nemaksā procentus. Pie *jutīgajiem pasīviem* ir attiecināmi depozītu sertifikāti, kas dzēšami gada laikā, starpbanku kredīti, noguldījumi uz pieprasījuma, termiņa noguldījumi ar peldošo procentu likmi un daži citi.

Ja procentu likmju izmaiņu starpība jutīgajiem aktīviem un jutīgajiem pasīviem (GAP) ir pozitīva, tas nozīmē, ka pret procenta likmju izmaiņu jutīgo aktīvo bankai ir vairāk nekā līdzīgu pasīvu. Tādā gadījumā, pieaugot procentu likmēm, banka pat var iegūt papildu peļņu.

Ja bankai ir negatīvs GAP, t.i., jutīgu pasīvu ir vairāk nekā jutīgo aktīvu, tad, pieaugot procentu likmēm, banka zaudēs procentu ienākumu. Protams, ja tirgū procentu likme samazināsies, banka iegūs papildus ienākumu.

Autore vēlās pasvītrot, ka ņemot vērā faktu, ka bankai pieder dažādu termiņu aktīvi un pasīvi, GAP ir jāanalizē arī konkrētu termiņu kontekstā. Bankas procentu risks pieaug tādā gadījumā, kad līdzekļu pieplūdes termiņi nesakrīt ar to noplūdes termiņiem. Ja bankas aktīvi tiek finansēti pārsvarā ar īstermiņa saistībām, tad bankas risks ciest zaudējumus sakarā ar procentu likmes paaugstināšanu būtiski palielinās. Ja banka ar pēc termiņiem "īsu" noguldījumu bāzi izsniedz kredītus uz termiņiem, kas lielāki par gadu, tad, sākot ar nākošo

gadu, bankai ir jārefinansē izsniegtos kredītus uz citu noguldījumu rēķina, kas piesaistīti par citu, iespējams augstāku cenu. Lai samazinātu zaudējumu iespēju, bankas var kreditēt, izmantojot peldošo procentu likmi.

GAP var atspoguļot resursu trūkumu vai arī liekos resursus. Tas ir attiecināms pie noteikta laika intervāla. Piemēram, 30 dienu GAP rāda, cik lielā mērā aktīvi ar izvietošanas termiņiem līdz 30 dienām pārsniedz vai atpaliek no pasīviem ar termiņiem līdz 30 dienām. Šīs metodes mērķis – banku portfeļa strukturēšana, kas ļauj maksimizēt tā elastīgumu un rentabilitāti, noskaidrojot pret procentiem jutīgos aktīvus un pasīvus.

Autore analizēja GAP lielumu trijām lielākajām Latvijas komercbankām – Hansabankai, Latvijas Unibankai un Parekss bankai sadalījumā pa aktīvu un pasīvu termiņiem par laika periodu no 1998.g. līdz 2000.g. Apkopojot analīzes datus var sastādīt tabulu (sk. 1. tabulu), kurā var redzēt GAP lielumu.

1. tabula

**GAP lielums trijām lielākajām Latvijas komercbankām sadalījumā
pa aktīvu un pasīvu termiņiem, tūkst. latos³**
**The Size of GAP for Three Largest Latvian Commercial Banks
by Asset and Liability Terms, thsnd. of lats**

Aktīvu un pasīvu termiņi pa gadiem	Hansabanka	Latvijas Unibanka	Parekss banka
1998			
1 mēnesis	-41,119	-112,583	10,040
1-3 mēneši	13,964	33,745	21,138
3-6 mēneši	9,695	15,412	20,110
6-12 mēneši	5,570	12,392	17,295
1-5 gadi	4,223	18,344	53,761
Vairāk nekā 5 gadi	3,194	2,423	23,275
Bez termiņa	4,174	30,267	-145,170
1999			
1 mēnesis	-52,230	-83,248	31,419
1-3 mēneši	27,614	55,431	7,569
3-6 mēneši	9,546	-14,509	25,354
6-12 mēneši	-6,580	4,971	23,453
1-5 gadi	24,987	3,532	95,121
Vairāk nekā 5 gadi	781	2,161	25,678
Bez termiņa	-4,119	31,662	-208,594

1. tabulas turpinājums

Aktīvu un pasīvu termiņi pa gadiem	Hansabanka	Latvijas Unibanka	Parekss banka
2000			
1 mēnesis	-156	-127,072	-44,005
1-3 mēneši	61	116,779	24,785
3-6 mēneši	24	-19,416	-964
6-12 mēneši	-2	-5,392	32,231
1-5 gadi	85	18,084	155,956
Vairāk nekā 5 gadi	2	-1,009	84,137
Bez termiņa	-14	18,026	-252,140

Kā redzams no 1. tabulas datiem, visām bankām dažādiem aktīvu un pasīvu termiņiem ir gan negatīvs, gan pozitīvs GAP. Šāda dažādība liecina par to, ka bankām vēl ir jāattīsta GAP pārvalde (kā labāko šeit var atzīmēt Hansabanku 2000. gadā). Dotās GAP vērtības nozīmē ne tikai to, ka GAP pārvalde ir jāattīsta, bet arī to, ka bankām ir jāveic pasākumi esošo risku minimizēšanai. Tā, piemēram, Unibankai, kurai GAP 2000.gadā lielākoties ir negatīvs, lai kompensētu iespējamās zaudējumu no procentu likmju pieauguma⁴ būtu jāveic hedžēšanas (*hedging*) darījumi, ieņemot nākotnes tirgū īso pozīciju. Bankām ar pozitīvu GAP būtu jānodrošinās pret procentu likmju krišanos, ieņemot nākotnes tirgū garo pozīciju.

Autore vēlas piezīmēt, ka praksē GAP pārvaldībai tomēr piemīt zināma neprognozējamība, kas ir tās trūkums. Tas ir saistīts ar to, ka GAP analīzei parasti ir īstermiņa orientācija, kā arī bankas klientiem – noguldītājiem un aizņēmējiem arī ir izvēles iespēja, piemēram, noguldījuma līguma pirmstermiņa laušana, kredīta pirmstermiņa atgriešana, kas var mainīt GAP lielumu. Kad klienti atdod kredītus pirms termiņa, banka tiek pakļauta procentu riskam, jo, ja tirgū likme kritas, tad jauno kredītu tā varēs izsniegt ar zemāku likmi. Ja aktīvu atgriešanas termiņi ir garāki par pasīvu atgriešanas termiņiem, banka tiek pakļauta zaudējumu riskam tādā gadījumā, ja likmes tirgū pieaug.

Banka nosaka procentu likmes līmeni, kas ļauj iegūt gaidāmo ienākumu no aktīvām operācijām, ņemot vērā tādus faktorus, kā inflācijas gaidāmais temps, līdzekļu neatgriešanas risks, aktīvu izvietojuma termiņi.

Tā kā sagaidāmā inflācija praksē nesakrīt ar inflācijas reālo līmeni, var mainīties pieprasījums un piedāvājums naudas tirgū. Mainīgā kredītu un noguldījumu tirgus apstākļos, ienesīguma pārvaldības instruments, kurš ļauj samazināt iespējamās zaudējumus mainīgo inflācijas gaidu apstākļos, ir peldošā likme.

Autore uzskata, ka viena no aktīvu pārvaldības problēmām ir *piesardzīgā aktīvu un pasīvu operāciju diversifikācija un dažādu tirgu apgūšana* [13, 50-65], jo tas ir jādara uzmanīgi. Kā piemēru var minēt Krievijas finanšu krīzi, kad vājas un nepareizas Latvijas Bankas un banku politikas rezultātā izveidojās

situācija, kas pakļāva riskam ne tikai komercbanku akcionāru līdzekļus, bet arī banku noguldītājus un 1998. gadā radīja ievērojamus zaudējumus Latvijas komercbankām. Pēc Latvijas Bankas noteikumiem investīcijām Krievijas vērtspapīros bija nulles riska pakāpe, tomēr Krievijas makroekonomiskie rādītāji un vērtspapīru procenta likmju un cenu dinamika radīja tieši pretējo. Šī finanšu krīze lika nopietni pārdomāt valsts risku noteikšanu. Rezultātā Latvijas Banka ar 1999. gada 1. oktobri ieviesa "Atskaiti par valstu risku" Tas ir saistīts ar to, ka viens no 25 sekmīgās banku uzraudzības principiem, ko noteica Bāzeles uzraudzības komiteja, paredz, ka banku uzraudzības komitejai ir jābūt pārliecinātai, ka bankas atbilstoši pārvalda valstu risku starptautiskās kredītēšanas un noguldījumu operācijās. Saskaņā ar šiem noteikumiem Latvijas komercbankām jāiesniedz uzraudzības institūcijai informācija par bankas aktīvu koncentrāciju un ārpusbilances saistības atsevišķās valstīs, šo aktīvu termiņu struktūru, kā arī par faktoriem, kas ietekmē valstu risku.

Nākamā problēma, ko vēlas izcelt autore, ir **aktīvu maksimālā ienesīguma nodrošināšana** ikdienas darbības procesā. Tas ir viens no galvenajiem bankas menedžmenta uzdevumiem. Īpaša loma ienesīguma nodrošināšanai pieder bankas kredītu un investīciju portfeļu pārvaldībai. *Var apgalvot, ka kredītu portfeļa pārvaldības metodes kļūst arvien līdzīgākas vērtspapīru portfeļa pārvaldības metodēm.* Tas ir izskaidrojams ar to, ka pēdējā laikā arvien izteiktāka kļūst kredītu un vērtspapīru tirgus tuvināšanās tendence. Tas izpaužas, pirmkārt, tajā apstākli, ka veidojas sekjuritizētu aktīvu sekundārais tirgus.

Aktīvu sekjuritizācija ir viena no galvenajām banku ārpusbilances darbības formām, pie kuras ir attiecināms arī tā saucamais *financial engineering* (*futures, options, swap*, un *forward* līgumi). Latvijā aktīvu sekjuritizācijas tirgus praktiski neeksistē. Eiropā salīdzinājumā ar ASV tas ir attīstīts vēl arvien vāji un robežojas ar problemātisku kredītu tirdzniecību. ASV, piemēram, ārpusbilances komercbanku aktīvi sastāda divreiz lielāku summu par bilances aktīviem.

Sekjuritizācija faktiski nozīmē vērtspapīru vai preču aizdošanu kredīta veidā (*securities or commodities lending*) – tie ir darījumi, kad banka aizdod vērtspapīrus vai preces pret atbilstošu nodrošinājumu ar nosacījumu, ka aizņēmējs atdos atpakaļ līdzvērtīgus vērtspapīrus vai preces noteiktā datuma nākotnē vai tad, kad to pieprasīs banka. Tādi vērtspapīri ir pievilcīgi investoriem, jo tie parasti ir likvidi un paredz gada ienākumu. Savukārt, investoriem, parasti tās ir bankas, tie ir vērtspapīru vai preču aizņēmumi (*securities or commodities borrowing*). Tie ir darījumi, kad banka aizņemas vērtspapīrus vai preces pret atbilstošu nodrošinājumu ar nosacījumu, ka banka atdos atpakaļ līdzvērtīgus vērtspapīrus vai preces noteiktā datuma nākotnē vai tad, kad pieprasīs aizdevējs. Aktīvu sekjuritizācijas prakse pašreiz tiek pielietota vairākumā attīstīto valstu. Lielām bankām, kas ir vērtspapīru kredīta darījumu iniciatori, tas dod iespēju noņemt vērtspapīrus no to bilancēm un uzlabot savu tekošo likviditāti. Bankām-investoriem tas dod iespēju pirkt vērtspapīrus, kas nodrošināti ar aktīviem un nes ienākumus.

Ārpusbilances darbības pieaugums kopumā un īpaši aktīvu sekjuritizācija ir svarīgākās mūsdienu banku darbības pazīmes. Tāpēc autore uzskata, ka arī

Latvijas bankām ir jānodarbojas ar minētiem darījumiem plašāk. Bankas jau sen veica tādas ārpusbilances darbības kā kredītu līniju atvēršana un galvojumu izsniegšana. Ārpusbilances operāciju īpatsvara palielināšana ļauj bankām palielināt komisijas ieņēmumus, savukārt aktīvu atspoguļošana ārpus bilances ļauj samazināt spiedienu, ko rada normatīvu izpildes prasības.

Lai gan lielākā daļa sekjuritizēto aktīvu tiek pārdota nebanku investoriem, arvien lielāks banku skaits iegādājas saviem investīciju portfeļiem vērtspapīrus, kas nodrošināti ar aktīviem. Tādiem vērtspapīriem līdzī seko arī riski, tāpat kā banku kredītiem – kredīta, procenta un likviditātes riski. Tomēr pie kreditēšanas prakses paplašināšanas un labi attīstītiem sekjuritizēto aktīvu sekundāriem tirgiem, kredīta un likviditātes riski samazinās.

Vēl viens finanšu jaunievedums, ko pirmo reizi pielietoja amerikāņu bankas un kas ļauj operatīvi pārvaldīt ienesīgumu, ir *sindikācijas metožu* ieviešana. Tas arī ļāva kredītu operācijas pietuvināt operācijām vērtspapīru tirgū. Amerikāņu bankas izmēģināja paņēmieni, kad sindicētā kredīta organizētājam ir tiesības mainīt cenu noteikšanu kredītam, kā arī pārdot dažas sindicētā kredīta daļības daļas pēc sindicācijas procesa sākuma. Agrāk šis paņemiens tika izmantots, organizējot eiroobligāciju aizņēmumu.

Sekmīgā un operatīvā bankas aktīvu pārvaldība prasa plašu metožu un paņēmieni klāstu. Autore uzskata par nepieciešamu izmantot gan lineārās programēšanas metodi, gan papildināt to ar citām metodēm, kuras nodrošina finanšu plūsmu pārvaldīšanu – t. sk. ar imitējošo modelēšanu.

Pēc autores domām, finanšu plūsmu pārvaldības metodes ir viens no perspektīvākiem virzieniem, jo ietver vadības zinātnes jaunākos sasniegumus. Finanšu plūsmu pārvaldība vienmēr bija pārvaldības darbības nepieciešamais aspekts. Tas ir saistīts ar to, ka vispārīgākā veidā jebkuras komercbankas darbība izpaužas finanšu plūsmu pārveidošanā – piesaistītā kapitāla plūsmas pārveidošana aktīvo operāciju plūsmā. Var pateikt, ka piesaistīto kapitālu ienākošā plūsma transformējas par izejošo plūsmu finanšu ieguldījumu aktīvās operācijās. Plūsmu pārvaldība reāli kļuva iespējama pēc jaunu instrumentu – imitējošo modelēšanas programmu pakešu un eksperta sistēmu parādīšanās. Šie līdzekļi nodrošina uzskatāmu priekšstatu par analizējamo objektu, jo imitējošā modelēšana paredz variantu izskatīšanu, operāciju vai darbību ietekmes aprēķināšanu, kas ļauj uzreiz novērtēt to sekas. Imitējošās modelēšanas pielietošana ļauj bankai apskatīt un izrēķināt dažādus darba scenārijus, pārbaudīt dažādus lēmumus, analizēt alternatīvās stratēģijas. Šī metode ir īpaši noderīga plānošanā un prognozēšanā.

Izmantojot tādu modeli, ir iespējams veikt kā ātru situācijas analīzi, tā arī precīzus aprēķinus. Tas kļūst iespējams, pateicoties tam, ka bankas finanšu plūsmas izmaiņas tiek aprakstītas, piemēram, ik nedēļu. Pie tam imitējošo modeļu priekšrocība ir tekošo izejas datu automātiskā atjaunošana, t.i., notiek finanšu prognozes pārrēķins, ņemot vērā notikušās izmaiņas. Tādā veidā plūsmas imitējošais modelis nodrošina kā perspektīvo finanšu plānošanu, tā arī bankas operāciju operatīvo pārvaldību.

Tādas bankas aktīvo operāciju plānošanu var nosacīti sadalīt tādos pamatvirzienos kā:

finanšu operāciju plūsmu plānošana (operācijas, finansētas no piesaistītiem līdzekļiem);

kapitālieguldījumu plūsmu plānošana (operācijas, finansētas no pašu kapitāla);

procentu ienākumu un izdevumu plūsmu plānošana.

Finanšu operāciju un kapitāla plūsmas ir cieši saistītas viena ar otru, jo kapitālieguldījumi ar laiku var radīt pakalpojumu un finanšu ieguldījumu plūsmas. Šo plūsmu attiecības un mijiedarbība ir imitējošās modelēšanas objekts (sk., piemēram, [14,355]).

Šo plūsmu plānošanu izmanto, lai noskaidrotu banku operāciju optimālo sastāvu un izveidotu tādu bilances aktīvu struktūru, kas atbilst bankas izvirzītajiem kritērijiem un ierobežojumiem. Daudzos aspektos bilance apkopo kompānijas bankas plūsmas un sniedz "statisku" bankas finanšu stāvokļa ainu uz konkrētu laika sprīdi. Autore vēlas pasvītrot, ka izmainot bankas finanšu plūsmu struktūru, ir iespējams izmainīt bilances rādītāju struktūru. Tieši šī pieeja ir izmantota finanšu plūsmas imitējošos modeļos. Finanšu operācijas, t.sk. aktīvās, tiek plānotas tādā veidā, lai bilances rādītāji nepārsniegtu kontroles rādītājus.

Bankas darbības īpatnības ir saistītas ar to, ka nauda pastāvīgi atrodas apgrozībā, daudzu darījumu nobeigums ir paildzināts laikā, aktīvi ir sadalīti starp daudziem debitoriem. Šajos gadījumos ir ļoti svarīgi savlaicīgi diagnosticēt notiekošos procesus. No tā izriet, ka bankas finanšu un analītiskajiem dienestiem ir jāveic lielu analītisko darbu apjomu. Mūsdienu datorizētie līdzekļi ļauj operatīvi mainīt analītisko apkopojumu formātus, pievienot un pārgrupēt datus, sekot līdzi operatīvai situācijai reālā laikā. Lai risinātu tāda veida uzdevumus, ir nepieciešami principiāli jauni analītiskie instrumenti.

Šim mērķim var būt pielietotas specializētas modelēšanas paketes. Tādi programmatūras instrumenti, pat vidējā sarežģītības līmenī, pēc savām iespējām pilnībā apmierina analītisko, plānošanas un finanšu dienestu reālās prasības. Atkarībā no analītiķa sagatavošanas līmeņa, var lietot gatavos šablonus, t.i., jau radītu modeli, mainot tikai tā parametrus, vai radīt modeļus, aprakstot jaunus procesus.

Imitējošās modelēšanas galvenais mērķis ir nodrošināt banku aktīvu ieguldījumu atbilstību optimālajiem, nosakot novirzes no optimāliem lielumiem.

Tad komercbankas tekošā aktīvu struktūra var tikt ik nedēļas salīdzināta ar optimālu pēc šāda parauga (sk. 2. tabulu):

2. tabula

Aktīvu struktūras novirze no optimāliem lielumiem (iespējamais variants)
Asset Structure Deviation from Optimal Levels (a possible picture)

Tekošā aktīvu struktūra (%)	Optimālā aktīvu struktūra, ņemot vērā lineāra modeļa aprēķinus	Aktīvu struktūra (prognose uz datumu)	Novirze no optimāliem lielumiem (novērtējums uz datumu)
1	2	3	4

Protams, lai iegūtu datus minētajā formātā, ir nepieciešama speciāli organizēta datu bāze un imitējošo modeļu pielietošana, kas prasa arī finanšu līdzekļus. Bet, ja tā ir radīta, analītiskās informācijas apstrāde notiek automatizēti un bankas pārvaldībai lēmumu pieņemšanai tā piedāvā gan aktīvu struktūru – prognozi uz datumu, gan novirzi no optimāliem lielumiem novērtējumu uz datumu. Sprotams, ka bez datortehnikas tādu informācijas “apkopojumu” operatīvi sagatavot nav iespējams.

Modelējot aktīvo operāciju struktūru un to veikšanas nosacījumus, var iegūt bankas ienesīguma, likviditātes prognozi, paredzēt finanšu stāvokļa pasliktināšanos. Praksē komercbankas izmanto reitinga pozīciju noteikšanu, vērtējot bankas aktīvu stāvokli, pamatojoties uz CAMEL starptautisko tehnoloģiju. Imitējošās modelēšanas pielietošanas rezultātā bankai rodas iespēja iegūt datus, pamatojoties uz kuriem, var būt noteikti reitingi ne tikai uz atskaides perioda beigām, bet visā prognozēšanas perioda garumā. Uz šī pamata var noteikt novērtējuma rādītāju pieļaujamās svārstības robežas. Tādā veidā var savlaicīgi novērst lēmumus, kas pieļauj novirzes no noteiktajiem parametriem. Autore uzskata, ka lielai bankai ir nepieciešami divu līmeņu imitējošie modeļi:

pirmais līmenis – integrētais modelis, kurš operē ar svarīgāko rādītāju kopumu. Tas ir nepieciešams, lai novērtētu bankas stāvokli kopumā un izstrādātu stratēģijas galvenos variantus. Uz tā pamata tiek noteikti vēlamie normatīvi par piesaistīto līdzekļu apjomu, to ieguldīšanu, ienesīguma līmeni, riska pakāpes, likviditātes maksimālos rādītājus. Ar tāda modeļa palīdzību piesaistīto līdzekļu daļā tiek izsekota aktīvu struktūras izmaiņa (sk. iepriekš 2. tabulu).

otrais imitējošā modeļa līmenis kalpo detalizētai operāciju plānošanai konkrētajām bankas nodaļām. Piemēram, var tikt radīti kredītu un termiņnoguldījumu darbības modeļi aktīvām un pasīvām operācijām. Šie modeļi sniedz datus pirmā līmeņa modeļiem. Šis līmenis izrēķina plūsmu no konkrētām bankas operācijām vai tā produktiem. Šeit ir realizēta nevis kopējo rādītāju, bet gan atsevišķo operāciju pārvaldība. Piemēram, dati par procentu plūsmu, kas iegūta no aktīvām operācijām, var būt strukturēti pa aktīvu veidiem (sk. 3. tabulu). Tie iegūti ar imitējošās modelēšanas palīdzību. Šos datus ietver arī bankas finanšu darbības

standarta pārskatos – peļņas un zaudējumu pārskatā, naudas plūsmas pārskatā.

3. tabula

Procentu ienākumu plūsmu struktūra (iespējamais variants)
The Structure of Interest Income Flows (a possible picture)

Aktīva postenis	Summa	Īpat- svars kopējā aktīvu summā (%)	Procentu ienākumi		Efek- tīvais ⁵ % gadā	Dis- konta ⁶ % gadā
			Summa	Īpatsvars kopējo ienākumu summā		
Līdzekļi kor. kontos						
Izsniegtie starpbanku kredīti		-				
Kredīti juridiskām personām						
(citi aktīvu posteņi)						

Tādu tabulu var izveidot arī procentu izdevumiem par pasīvām operācijām. Šo tabulu dati var tikt apkopoti veidlapā, kas bankai dod iespēju analizēt procentu ienākumu un izdevumu struktūru. Jebkuras šo plūsmu parametru izmaiņas ietekmēs peļņas un zaudējumu pārskata rādītājus un bankas bilanci.

Autore vēlas atzīmēt, ka, izmantojot imitējošo modeli, menedžeris var iezīmēt ienesīgumu no galvenajām aktīvu operācijām. Tad modelis automātiski izrēķina galvenās finanšu plūsmas un nosaka nepieciešamo resursu apjomu aktīvām operācijām un pašu ieguldījumu summu.

Tādā veidā var izrēķināt dažādus variantus saskaņā ar pieņemto bankas attīstības stratēģiju. Pēc autores domām, pieņemot lēmumu plānošanas stadijā, būtu pareizi novērtēt vismaz trīs notikumu attīstības variantus – optimistisko, mēreno un pesimistisko, jo bankai ir jābūt gatavai strādāt jebkurā no šiem variantiem.

Plūsmas interpretācija labi noder arī darījumu modelēšanai atvasināto vērtspapīru tirgū, kredītesānā, investēšanā u. tml. Ar plūsmas modeļa palīdzību var iegūt uzskatāmu biznesa funkcionēšanas ainu, katra objekta, resursa, materiālo vai naudas līdzekļu plūsmas stāvokļa laika diagrammu veidā.

Balstoties uz otrā līmeņa plūsmas modeļiem, banka var noteikt optimālo klientu kredītesānas shēmu, pie kredītresursu sākotnējā apjoma, variējot kredītesānas likmes, termiņus un klientu prioritāti. Šo parametru dažādu izmaiņu

rezultātā mainīsies uzņēmuma kreditēšanas grafiki, ienesīgums, bankas norēķinu konta stāvokļa dinamika.

Kreditu operāciju plānošana ir viens no aktīvo operāciju optimizācijas aktuāliem uzdevumiem un tas var būt veiksmīgi atrisināts, izmantojot plūsmas metodes. Šajā gadījumā kredīta darbības pārvaldības uzdevums aprobežojas ar parametru noteikšanu kredīta plūsmai, kas cirkulē starp banku un klientiem. Tiek analizēts ienesīgums, procentu plūsmas, kas palīdz izvēlēties optimālo kredīta operāciju struktūru. Kreditu operāciju pārvaldība tiek nodrošināta ar iespēju mainīt visas plūsmas parametrus un konfigurāciju.

Pēc konkrēto aktīvu operāciju modelēšanas var pāriet pie kopējo bankas aktīvo operāciju modeļu izveides, t.i., tādu modeļu, kas ņem vērā aktīvo operāciju savstarpējās sakarības ar bankas resursu bāzes veidošanas procesu. Uz šo modeļu pamata tiek risināti optimālās finanšu resursu sadales, likviditātes kontroles un komercbankas tekošā ienesīguma uzdevumi. Šī modeļu grupa ir domāta plānošanai jau bankas, nevis atsevišķo struktūru līmenī.

Autore uzskata aktīvu struktūras pārvaldības metožu kombinēšanas iespēju kā pozitīvu faktu. Tātad aktīvu struktūras pārvaldības sistēma var saturēt dažāda veida modeļu kompleksu, piemēram, objekta vai procesa modeli vai tā ārējās vides – finanšu konjunktūras funkcionālo modeli. Tai var būt pievienotas arī citas programmatūras paketes, piemēram, optimizācijas, kas nozīmē, ka pastāv optimizācijas metožu pielietošanas iespēja. Analītisko metožu kombinēšanas ceļā notiek aktīvu pārvaldības sistēmu pilnveidošana.

Autore vēlas atzīmēt, ka optimizācijas metožu pielietošana šinī kontekstā netiek saprasta burtiski un neizpaužas optimālā risinājuma atrašanās (matemātiskā nozīmē), jo matemātisko optimumu ne vienmēr ir iespējams atrast uzdevuma neprecīzas uzstādīšanas dēļ. Vairākumā gadījumu imitējošo modeļu pielietošanas rezultātā var būt iegūts nevis matemātiskais optimums, bet finanšu plūsmas shēmas būtiska uzlabošanās salīdzinājumā ar iepriekšējo situāciju.

ATSAUCES UN PIEZĪMES

Šo tēzi autore pierādīja, parādot, kādus aktīvu portfeļus var izveidot bankas, izmantojot pasīvus ar attiecīgo laika stabilitāti (sk. 30. tabulu).

² Gap – atšķirība, intervāls, nesaskaņa (tulkojumā no angļu valodas)

³ Tabulu sastādīja autore, izmantojot Hansabankas, Parekss bankas un Unibankas gada pārskatus [1-12]

Piemēram (sk. 1. tabulu), ja procentu likmes paaugstināsies par 2 procentu punktiem, tad pie pasīvu pārsvara 127,072 tūkst. Ls zaudējumi sastādīs Ls 127,072 tūkst. *2 punkti = Ls 25,41 tūkst.

⁵ Efektīvais procents attēlo faktisko ienesīgumu no dotās aktīvu grupas par doto laika periodu.

⁶ Diskonta procents sniedz ienesīguma novērtējumu, ņemot vērā aktīva "vecumu".

LITERATŪRA

1. Gada pārskats par 1997.g. Hansabanka, 1998. 65 lpp.
2. Gada pārskats par 1998.g. Hansabanka, 1999. 76 lpp.
3. Gada pārskats par 1999.g. Hansabanka, 2000. 75 lpp.
4. Gada pārskats par 2000.g. Hansabanka, 2001. 69 lpp.
5. Gada pārskats par 1997.g. Latvijas Unibanka, 1998. 88 lpp.
6. Gada pārskats par 1998.g. Latvijas Unibanka, 1999. 84 lpp.
7. Gada pārskats par 1999.g. Latvijas Unibanka, 2000. 69 lpp.
8. Gada pārskats par 2000.g. Latvijas Unibanka, 2001. 49 lpp.
9. Gada pārskats par 1997.g. Parekss banka, 1998. 50 lpp.
10. Gada pārskats par 1998.g. Parekss banka, 1999. 53 lpp.
11. Gada pārskats par 1999.g. Parekss, 2000. 57 lpp.
12. Gada pārskats par 2000.g. Parekss, 2001. 58 lpp.
13. Saksonova S. Latvijas komercbanku aktīvu pārvaldes mūsdienu tendences un problemātika // *Vadības zinātnes attīstība Latvijā: Tagadne un Nākotne*: LU zin. raksti, 634. sēj. Rīga, 2001, 50.-65. lpp.
14. Горбунов А. *Имитационное моделирование хозяйственных предприятий и бизнес процессов (холдинг, банк, группа)*. Москва: Кооп-Центр, 2000. 355 стр.
15. Синки Дж. Ф., мл. *Управление финансами в коммерческих банках* / Пер. с англ. 4-е изд., перераб.; под ред. Р. Я. Левиты, Б. С. Пинскера. М.: Catallaxy, 1994, стр. 33, 48-60, 93, 402.

The Problems and Promising Methods of Commercial Banks' Asset Structure Management

Summary

The sector of banking services is subjected to rapid changes under the influence of different factors. Therefore there is a vital necessity for creating optimal asset structure and managing asset profitability in Latvian commercial banks. In the article, the author has determined these factors and investigated the main problems that have to be solved in such conditions.

The author offers a wide variety of tools and methods that can be used for timely and successful asset management. Special attention is paid to the method of financial flow management – one of the most promising developments. The author shows the advantages of applying this method and concrete measures for its introduction in the routine operation of Latvian commercial banks.

Pārejas perioda apstākļiem piemērota kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēma. Sistēmas strukturālais apraksts un shematisks atspoguļojums

Quality Assurance and Management System Adopted for the Conditions of Transition Period. System's Structural Description and Schematic Reflection

Dmitrijs Solovjovs

Rīgas Tehniskā Universitāte

Kaļķu iela 1, Rīga, LV-1050

Tel: +371 7802558; mob: +371 9229574

E-pasts: dmitry.solovjov@lv.danzas.com

Rakstā aprakstīts izstrādātās kvalitātes nodrošināšanas sistēmas modelis un šī modeļa vadības un pārvaldības nodrošinājums, kas ir piemērots pārejas perioda valstu funkcionēšanas principiem un attīstības mērķiem.

Modeļa izstrādē izmantota Latvijas un ārvalstu pieredze kvalitātes nodrošināšanas jautājumos mikro un makro līmenī. Uz izstrādātās Kvalitātes nodrošināšanas sistēmas modeļa bāzes, tiek veidota "universāla" Kvalitātes nodrošināšanas sistēma, kas ir piemērota pārejas perioda ekonomiskam struktūrām, tajā skaitā arī Latvijas Republikas ekonomikas struktūrai, nodrošinot pastāvīgu pilnveidošanās iespēju.

Atslēgvārdi: kvalitātes sistēma, visaptveroša kvalitātes vadība, riska vadība; korektīvi-preventīvas rīcības

Kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmu var uzskatīt par stratēģiski un funkcionāli vienotu, apjomīgu un nepārtrauktu procesu, kas ļauj pārvaldīt un sekmēt organizācijas attīstību un izaugsmi. Šis nepārtrauktais process funkcionē paralēli ar pārējiem organizācijas procesiem, harmoniski savienojot atsevišķus organizācijas elementus un procesus vienotā sistēmā ar skaidri definētu stratēģijas un politikas vadlīniju. Kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēma, kā visaptverošs organizācijas elements, ir uzskatāma par centrālo un neatņemamo organizācijas vadības sastāvdaļu.

Pilns kvalitātes nodrošināšanas un vadība sistēmas modelis sastāv no pieciem pamatelementiem, proti:

- kvalitātes sistēmas pirmsieviešanas apzināšanas stadija;
- sākotnējās kvalitātes vadības sistēmas izvēle un ieviešana;
- ieviešanas sistēmas un organizācijas riska zonu pārbaude;
- kvalitātes sistēmas korektīvi-preventīvas darbības;
- pāreja no sākotnējās kvalitātes vadības sistēmas uz pārejas periodam piemērotas visaptverošas kvalitātes vadības sistēmu ar riska zonu vadības un korektīvi-preventīvas darbības elementiem.

Atkarībā no organizācijas attīstības pakāpes, kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas piecu elementu modelis var tikt aizvietots ar vienkāršotāko kvalitātes nodrošināšanas un vadība sistēmas modeli, sastāvošu no četriem vai pat no trim elementiem, abstrahējoties attiecīgi no viena vai diviem sākotnējiem kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas elementiem. Tomēr, ņemot vērā samērā zemo apstākļu un faktoru ietekmes prognozējamību, kas piemīt pārejas periodam, projekta autors piedāvā atteikties no vienkāršotas versijas izmantošanas organizācijās, kas darbojas pārejas perioda apstākļos, un iesaka izmantot pilno kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas modeļa versiju, jo vienkāršotas versijas ieviešana un izmantošana šādos apstākļos var nenodrošināt visas organizācijas prasības attiecībā uz procesu atbilstošu vadību un līdz ar to nesniegt gaidāmos rezultātus.

Kvalitātes nodrošināšanas un vadība sistēmas pieci elementi pēc saviem funkcionālajiem mērķiem un attīstības pakāpēm ir apvienojami trijās grupās jeb attīstības fāzēs.

1. Kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas sagatavošanas un ieviešanas fāze

Ņemot vērā pārejas perioda specifiku, kvalitātes sistēmas izstrāde un ieviešana nesniegs sagaidāmos rezultātus, ja netiks veikti nopietni pirmsieviešanas sagatavošanas darbi. Pirmsieviešanas sagatavošanas darbi ir šādi:

- 1) kvalitātes sistēmas ieviešanas nepieciešamības apzināšana un šī procesa vispārēja atbalsta un promocijas nodrošināšana no augstākas vadības puses;
- 2) kvalitātes sistēmas ieviešanas nepieciešamības pilna apzināšana no vidēja līmeņa vadītāju puses un vispusīgs atbalsts sistēmas ieviešanai un tās popularizēšanai;
- 3) visas organizācijas un katra atsevišķa darbinieka iesaistīšanas kvalitātes sistēmas pirmsieviešanas apzināšanā un skaidrošanas procesā;
- 4) kvalitātes darba grupas izveide vai neatkarīgo speciālistu piesaiste pirmsieviešanas apzināšanai un turpmākai kvalitātes sistēmas ieviešanas un attīstības procesu koordinācijai un vadībai. Sākuma posmā šī institūcija rūpējas, lai pirmskvalitātes sistēmas izstrādes un ieviešanas uzsākšanai viss organizācijas personāls, sākot no augstākas vadības līdz procesu izpildītājiem, maksimāli apzinātos un pilnīgi atbalstītu procesus, saistītus ar organizācijas pāreju uz kvalitātes nodrošināšanu un vadību.

Kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas nepieciešamības apzināšana, sākotnējās sistēmas izstrāde un ieviešana, turpmāka ieviestās sistēmas novērtēšana ir daļa no darbībām, kas ir veicamas pirmajā attīstības fāzē.

Šī fāze ir raksturojama kā kvalitātes nodrošināšanas un vadība sistēmas pamata veidošana. No tā, cik stabils un kvalitatīvs būs šis pamats, t.i., no tā, cik apzinīgi un rūpīgi tiks veikti sagatavošanas darbi, cik lielā mērā organizācijas vadība un personāls apzināsies sistēmas ieviešanas nepieciešamību un atbalstīs šo procesu, būs atkarīga kvalitātes nodrošināšanas, vadības sistēmas darbība un tās attīstība nākotnē, līdz ar to arī visas organizācijas turpmāka funkcionēšana.

2. Riska vadības fāze

Vienlaicīgi ar sākotnējās kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas novērtēšanas un analīzes procesiem otrajā attīstības fāzē tiek veiktas plānveidīgas un visaptverošas darbības, kas saistītas ar organizācijas riska zonu analīzi, iekšējo un ārējo faktoru ietekmes verificēšanu. Šīs darbības tiek veiktas ar mērķi atklāt un apzināt iespējamus un eksistējošus problēmu cēloņus un vājos posmus organizācijas struktūrā un procesos. Pēc šo darbību veikšanas notiek plānveidīgas korektīvi-preventīvas rīcības, kuras ļauj reducēt organizācijā eksistējošo problēmu cēloņus, kā arī pasargāt organizāciju no potenciālo problēmu rašanās.

3. Attīstības un pilnveidošanas fāze

Kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas attīstībai un pastāvīgas pilnveidošanās procesam jānotiek no paša sākuma, kad tiek izstrādāti un ieviesti sākotnējie kvalitātes nodrošināšanas un vadības principi. Sistēmas attīstība un pastāvīga pilnveidošana ir divas no pamatprasībām, bez kuru eksistēšanas nav iespējama kvalitātes nodrošināšanas un vadība sistēmas un līdz ar to arī visas organizācijas dinamiskā virzība un izaugsme.

Trešajā attīstības fāzē rīcībām, kas ir saistītas ar pilnveidošanu un attīstību, ir dominējoša loma. Trešajā fāzē tiek veiktas ievērojamas izmaiņas, kas ir saistītas ar sākotnējās kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas aizstāšanu ar principiāli jaunu – visaptverošo kvalitātes vadības sistēmu.

Sākotnējās sistēmas aizstāšana ar visaptverošo kvalitātes vadības sistēmu ļauj nostiprināt principus, kuri ievērojami paaugstina organizācijas funkcionēšanas caurskatāmību jeb notiekošo procesu apzināšanu, organizācijas aizsardzību un vadāmību.

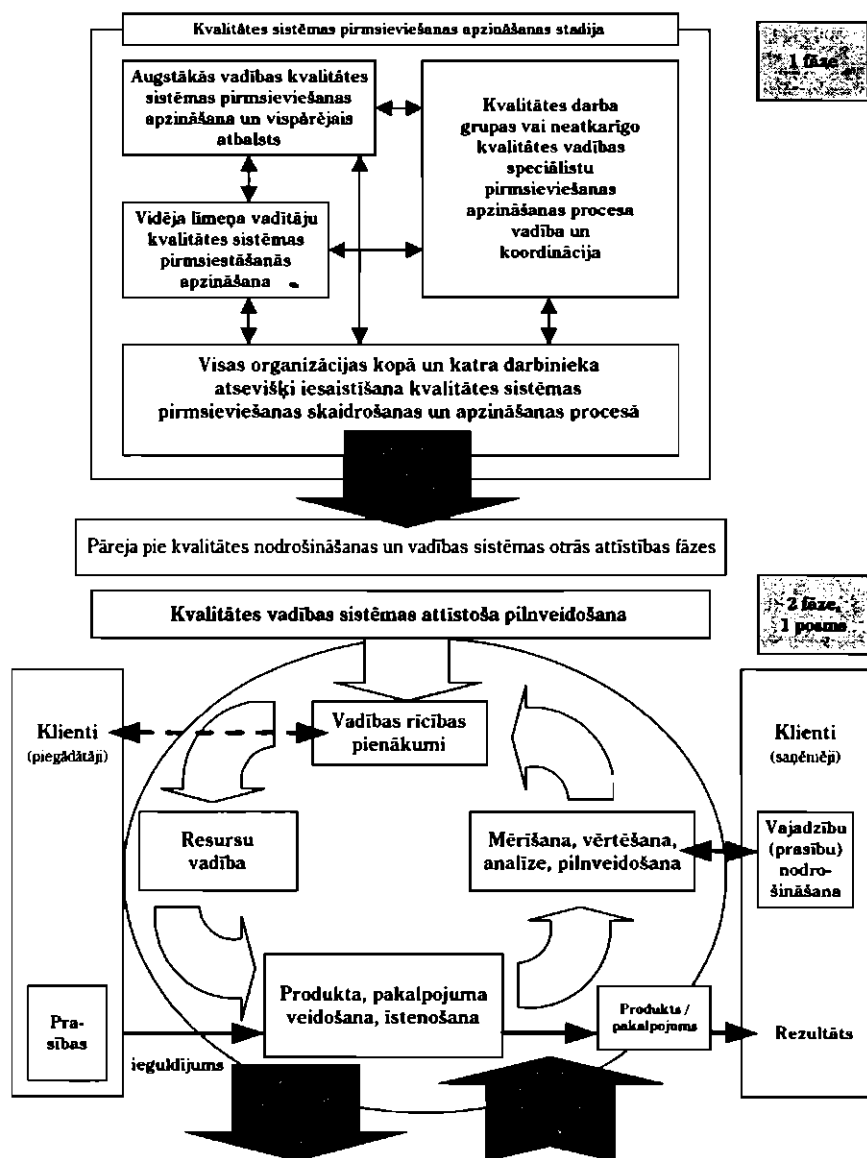
Tanī pašā laikā, lai jaunieviesta sistēma spētu nodrošināt turpmāko organizācijas sekmīgu funkcionēšanu pārejas perioda apstākļos, sistēmā ir ieviesti divi elementi, kuri savukārt otrajā fāzē funkcionēja kā atsevišķi moduļi un nodrošināja attiecīgi riska zonu vadības un korektīvi-preventīvo rīcību izpildi.

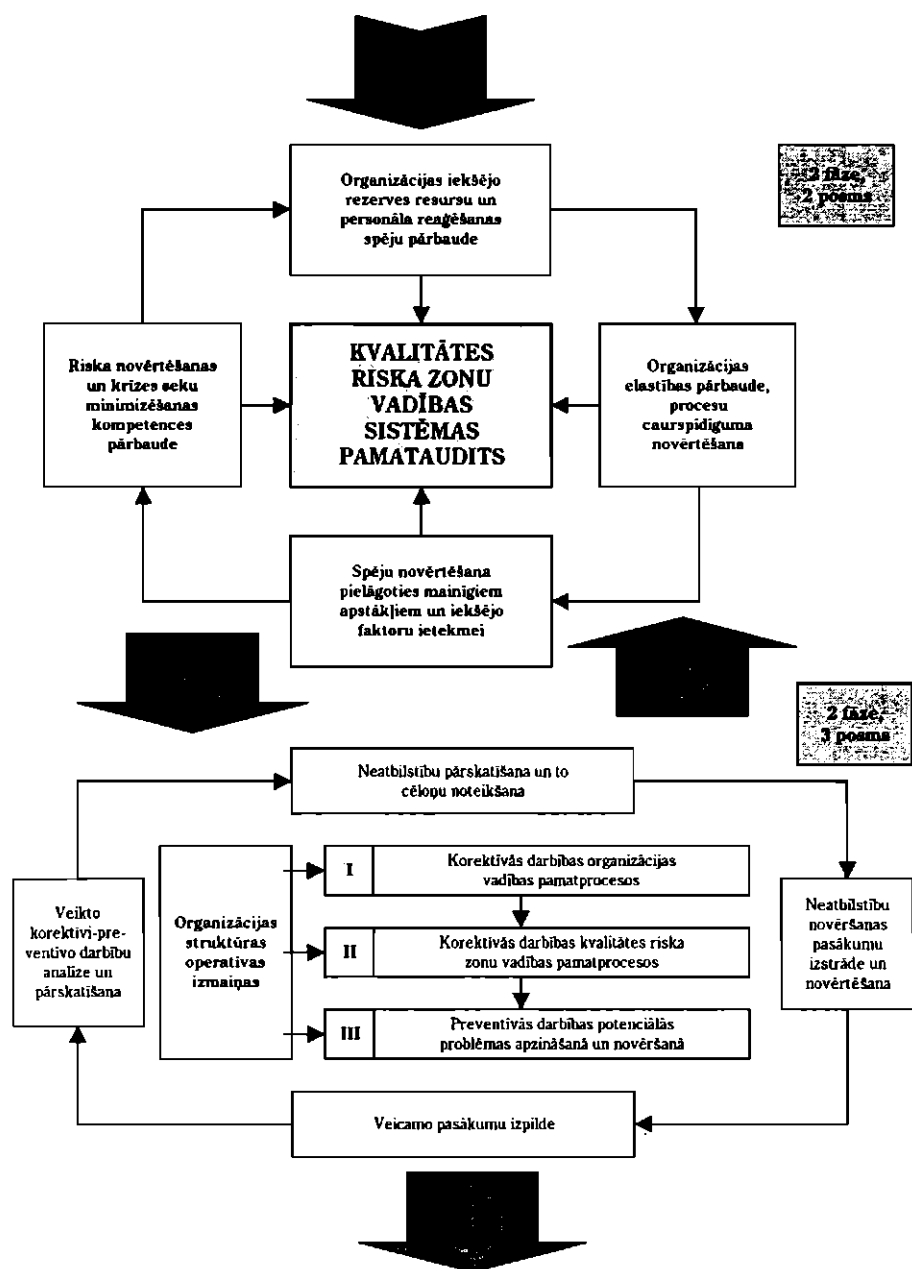
Pārejas perioda apstākļos, kad ārējo un iekšējo faktoru ietekme ir samērā maz prognozējama, pilnveidota visaptveroša kvalitātes vadības sistēma ļauj organizācijai bez īpašas kavēšanās un ar minimālo riska pakāpi reaģēt uz neparedzamajām un plānveidīgajām konjunktīvām izmaiņām, kuras var notikt kā organizācijas iekšienē, tā arī ārpus tās.

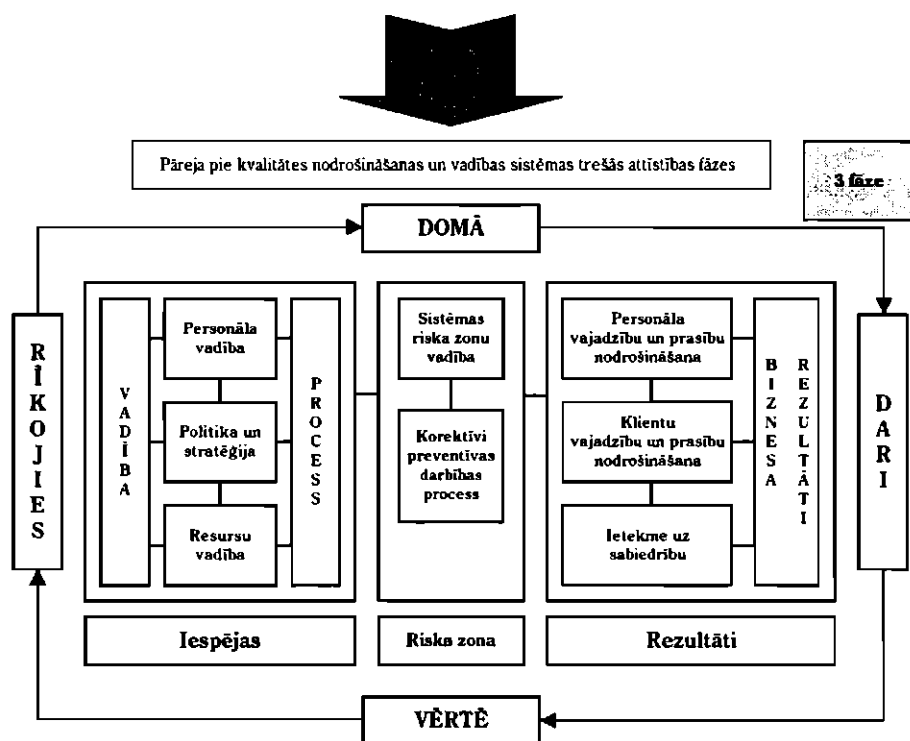
Šo divu sistēmas elementu patstāvīga funkcionēšana trešajā sistēmas attīstības fāzē nav nepieciešama. Visaptveroša kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēma ar ieviestiem riska zonu vadības un korektīvi-preventīvo rīcību

kompleksa elementiem ir spējīga pilnīgi apmierināt organizācijas vajadzības un nodrošināt tās maksimālo aizsardzību pret ārējo un iekšējo faktoru ietekmi, līdz ar to korektīvi-preventīvo rīcību kompleksa elementu ieviešana jaunizveidotajā kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmā ir dabīgs un savlaicīgs process.

Ar nolūku rūpīgāk izskatīt un izanalizēt izstrādātos, pārejas periodam piemērojamās kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas pirmsieiešanas, ieviešanas un attīstības posmus, autors piedāvā kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas modeļa grafisko atspoguļojumu (skat. 1. att.).







1. att. Izstrādātās, pārejas periodam piemērojamās kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēmas modeļa grafiskais atspoguļojums

Graphical reflection of the developed Quality Assurance and Management System, adopted for the conditions of the transition period countries

LITERATŪRA

1. Levit Steve. Pros and Cons of Different Quality Strategies and Systems. In: *Quality is Just the Beginning: Managing for Total Responsiveness*. New York: Addison-Wesley, 1995, pp. 341-379.
2. Eric Stern, Dan Hansén. Crisis Prevention or Intervention: Transitional Management and Quality Assurance Importance in Crisis Prevention. Annual bulletin: *Crisis Management in a Transitional Society: The Baltic States Experience*. Vol. 12. Stockholm: Crisis Management Research and Training, 2000, pp. 188-215.
3. Tarmo Haavisto. New Challenges and Social Problems of the Reform Changes. In: *The Transition to a Market Economy Transformation, a Reform in the Baltic States*. Cheltenham, UK, 1998, pp. 156-23.
4. Roy Crum, Itzhak Golberg. Personnel Issues Within Transition. Discussion Paper: *Restructuring and Management the Enterprise in Transition*. Washington: World Bank, 1998, pp. 73-89.
5. *Latvijas standarts: Kvalitātes vadības sistēmas prasības LVS EN ISO 9001:2000*. Rīga: VSLA Latvijas Standarts. 2001. 1.-33. lpp.

6. Pildavs Jānis. Kvalitātes pilnveidošanas sistēma TQM. Grām.: *Kvalitātes Vadišana*. Rīga: SIA Kamene, 1999, 9.-15. lpp.
7. Trukšāne Antra. Pašnovērtējums, tā metodes un pielietojums uzņēmuma darba uzlabošanai, *Kvalitāte*, 1999, No 6, 6.-9. lpp.
8. Balcers Edgars. Kvalitātes nodrošināšanas metodes, *Kvalitāte*, 2000, No 2, 7.-10. lpp.
9. Bole Jānis. Kvalitātes nodrošināšana – pareizi jau pirmajā reizē, *Kvalitāte*, 2001, No 2, 7.-11. lpp.
10. Iekšējās kontroles Sistēma, *Kvalitāte*, 2002, No 6, 22.-23. lpp.

Quality Assurance and Management System Adopted for the Conditions of Transition Period. System's Structural Description and Schematic Reflection

Summary

Developed model of Quality Assurance and Management System is adopted for the functioning principles and development aims of the transition period countries. The elaboration of the model is based on the Latvian and international experience in quality assurance issues in both macro- and micro levels. Based on the existing Quality Assurance and Management System models, the universal Quality Assurance System was developed, which especially is adopted for transition period economic structures, besides for the Republic of Latvia economic structures as well.

Izmaiņas patērētāju uzvedībā: jauni pircēju tipi un mazumtirdzniecības attīstības tendences (Vācijas pieredze)

Changes in Consumer Behaviour: New Consumer Types and Retail Development Trends (Germany's Experience)

Laila Stabulniece
Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5-238, Rīga, LV-1050
E-pasts: lailas@lanet.lv

Mūsdienu sabiedrības attīstības tendenču pētījumi un nākotnes prognozes kļūst arvien populārākas. Deviņdesmito gadu vidū un otrajā pusē Vācijā vairākas ar ekonomikas, mārketinga un tirdzniecības problēmu izpēti saistītas organizācijas un institūti izstrādāja prognožu kopumu par nākotnes sabiedrības patērētājiem, viņu uzvedības tendencēm un pirkšanas modeļiem, kā arī to ietekmi uz mazumtirdzniecības attīstību. Saskaņā ar pētījumu rezultātiem, mūsdienu Rietumeiropas patērētājus var klasificēt 3 tipos: klasiskie izdevīguma un zemākas cenas meklētāji, uz augstu kvalitāti orientēti pircēji un "izmanīgie" pircēji (*Smart-Shopper*). Sagaidāms, ka nākotnē attīstīsies vēl viens pircēju uzvedības tips – "panākumus meklējošie" pircēji (*Success-Shopper*), kuriem izdevīgāka cenas/vērtības proporcija un produkta iegūšana savā ipašumā nav noteicošais uzvedības motīvs, daudz būtiskāki ir emocionālie iespaidi un pārdzīvojumi, kā arī panākumu sajūta, meklējot un atrodot ("medijot" un ieguldot daudz laika šajā procesā) iekāroto produktu.

Atslēgvārdi: patērētāju uzvedība, pircēju tipi, "izmanīgie" pircēji, "panākumu" pircēji, zemas cenas, kvalitāte, emocionāls pārdzīvojums, iepirkšanās ērtības, mazumtirdzniecības uzņēmumu attīstības cikls.

Mūsdienu sabiedrības attīstības tendenču pētījumi, mēģinot izskaidrot to rašanās cēloņus, noliedzot vai apšaubot iepriekš izvirzītās teorijas, kā arī prognozējot iespējamās izmaiņas un to ietekmi uz ekonomiku nākotnē, pēdējos gados ieguvuši īpašu popularitāti un daudzveidību. Kāda būs jaunā gadu tūkstoša sabiedrība, kultūra, ekonomika, cilvēki, uzņēmumi, apkārtējā vide – šie jautājumi

ir gan zinātnisku pētījumu objekti, gan cilvēku un masu informācijas līdzekļu interesi piesaistoši temati.

Jau deviņdesmito gadu sākumā un vidū Vācijā vairākas ar ekonomikas, mārketinga un tirdzniecības problēmu izpēti saistītas organizācijas un institūti (*BBE Unternehmensberatung Koeln*, *EHI, Institut fuer Wirtschaft und Gesellschaft Bonn*, *EHI EuroHandelsinstitut Koeln e.V.*, *IfH Institut fuer Handelsforschung u.c.*) mēģinājuši prognozēt, kāds izskatīsies nākotnes patērētājs: kam viņš gribēs veltīt savu laiku un naudu, kādas prasības viņš izvirzīs precēm un pakalpojumiem, kas ietekmēs viņa izvēli tirgū, kā viņš vērtēs firmu darbību tirgū, kuras tirdzniecības formas tiks atzītas par perspektīvām.

Jaunas iezīmes Rietumeiropas patērētāju uzvedībā veidojas kultūras, sociālo, tehnoloģisko un ekonomisko procesu mijiedarbības rezultātā. Ievērojot gan ekonomikas, gan arī kultūras globalizācijas tendences, jāsecina, ka šo pētījumu rezultātu izvērtējums varētu būt saistošs arī Latvijā kā orientieris, raksturojot iespējamās pārmaiņas patērētāju uzvedībā tirgū.

Viena no mūdienu Eiropas sabiedrības iezīmēm ir pašlaik notiekošais vērtību pārvērtēšanas process: vakardienas vērtības kļūst par vēsturi, paralēli ekonomikas globalizācijai notiek arī vērtību "globalizācija" Vienota valūta un vienots Eiropas iekšējais tirgus ir kļuvuši par realitāti, turklāt politiski vienota Eiropas Savienība nostiprina savas pozīcijas pasaules ekonomikā. Līdz ar to veidojas jauna nacionālā identitāte – Eiropas identitāte, kura tiek pieteikta kā jauna, augstāka pakāpe iepriekšējās "šaurās un nacionālistiskās" identitātes vietā. Informācijas tehnoloģiju attīstība ir izveidojusi informācijas sabiedrību, kurā ģeogrāfiskais attālums un laiks vairāk nav barjera, pasaule ir kļuvusi daudz mazāka un sasniedzamāka.

Runājot par ekonomiskajiem procesiem, no patērētāju uzvedības viedokļa būtiskākais faktors ir iedzīvotāju ienākumu izmaiņu tendences, kuras tiek vērtētas visai pesimistiski. Piemēram, privāto mājsaimniecību ienākumu līmeņa ziņā Rietumvācija ir nonākusi atpakaļ Vācijas atkalapvienošanās laika situācijā (1995.g. reālo neto ienākumu pieaugums bija tikai nepilni 3%, salīdzinot ar 1990.g., turpmākajos gados – vēl mazāks). Līdz 2010.g. prognozētais iedzīvotāju ienākumu pieaugums ir nenoīmīgs pat pie samērā optimistiskām tautsaimniecības attīstības prognozēm (no 2346 miljrd. DM 2000.g. līdz 2540 miljrd. DM 2010.g. jeb par 4,4%; atšķirībā no iedzīvotāju skaita izmaiņas un eiro ieviešanas problēmas, pieaugums vispār netiek prognozēts). Pieņemot, ka būtiskas izmaiņas mājsaimniecību ienākumu struktūrā (45% – ienākumi darba samaksas veidā, 33% – ienākumi no īpašuma un privātās uzņēmējdarbības, 22% – ienākumi no sociāliem maksājumiem) nav sagaidāmas, paredzams, ka Vācijā palielināsies iedzīvotāju īpatsvars ar zemiem ienākumiem. Iedzīvotāju sadalījums pēc ienākumu līmeņa parāda, ka jau šodien aptuveni 12% iedzīvotāju attiecināmi pie nabadzīgiem (pieņemtā nabadzības definīcija: mazāk nekā 50% no vidējā ienākumu līmeņa) un vēl apmēram ceturtdaļa pieskaitāmi pie iedzīvotājiem ar zemu labklājības līmeni. Vācija atrodas uz "3 grupu sabiedrības" veidošanās ceļa: bagāti īpašnieki un augsti apmaksāti speciālisti (15%), labi nodrošināti iedzīvotāji (50%) un no sociālo transfertu maksājumiem atkarīgi iedzīvotāji (35%). No tirdzniecības attīstības viedokļa šī situācija ir visai nepatīkama: 35% no

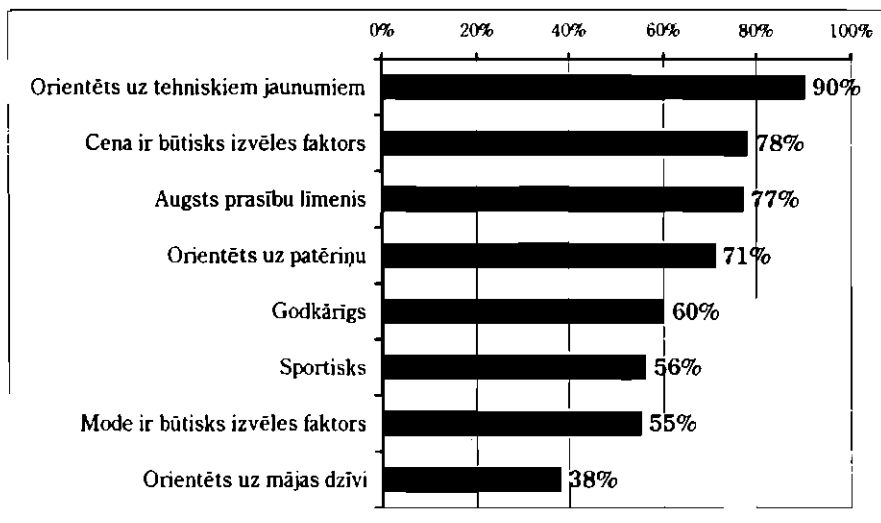
iedzīvotājiem kā pieprasījuma faktora pieskaitāmi pie zemu cenu veikalu (mazumtirdzniecības uzņēmumu tipa – *discount* – tulkojums latviešu valodā) potenciālajiem klientiem. Šis fakts raksturo arī zemu cenu veikalu sociālo funkciju – ja nebūtu šādu veikalu, cenu līmenis mazumtirdzniecībā būtu augstāks, vēl vairāk nāktos palielināt valsts sociālo palīdzību, kas savukārt veicinātu valsts budžeta deficīta pieaugumu.

Viens no būtiskākajiem iepriekšminēto pētniecības organizāciju secinājumiem par patērētāju uzvedības attīstības tendencēm Rietumeiropā saistīts ar to, ka nākotnē vispār nebūs novērojamas vienotas un vispārējas attīstības tendences, kuras būtu attiecināmas uz visiem patērētājiem. Tieši otrādi – būs vērojamas pilnīgi pretējas attīstības tendences vienlaicīgi. Katra jauna tendence rodas, mainoties vērtībām un citiem sabiedriskiem fenomeniem vai mainoties ekonomikas struktūrai. Jau vairāk nekā 20 gadus nepastāv vienota masu attīstības virziena pircēju pieprasījumā un patērētāju uzvedībā. Viena pamatvirziena vietā izpaužas sadrumstalotība, parādās pretrunas un pretēji attīstības virzieni. Pārspīlējot varētu pat apgalvot, ka nākotnē nebūs nevienas tendences bez prettendences. Šādu sabiedrisku pārmaiņu laikmetā gan ražošana, gan tirdzniecībai nepieciešams laicīgi atklāt jaunās tendences un piemērot tām savas tirgus stratēģijas.

Nākotnes patērētāja būtiskākās iezīmes veidojas vispārējo ekonomiskās un sabiedriskās attīstības tendenču ietekmes rezultātā. Rītdienas patērētājs – savu materiālo iespēju robežās – ir tik brīvs sava dzīves veida izvēlē to veidošanā, kā nekad nav bijusi neviena paaudze pirms viņa. Kurai politiskai, sociālai, sabiedriskai grupai viņš jūtas piederīgs, ir atkarīgs no tā, cik svarīgi viņam ir tās mērķi un dalībnieki, kā arī tas, ko piederība pie grupas izsaka apkārtējiem. Brīvība un individualitāte ir viena uzvedības puse, bet vēlme pēc drošības un ticības grupas domubiedriem – otra. Rītdienas patērētājs dzīvo pasaulē, kura nav sasniegusi ne politisku, ne ekoloģisku stabilitāti. Arī tad, ja ar to saistītie draudi izskatās tāli un abstrakti, par to nav iespējams nedomāt. Pieaugošais preču un pakalpojumu piedāvājums, informācijas plūsma, principiāla izvēles brīvība, *Internet* un elektroniskā komercija, domubiedru vai "viedokļu līderu" uzvedība – tas viss kvantitatīvi un kvalitatīvi maina vajadzības, un paaugstina prasības gan attiecībā uz patēriņu un brīvo laiku, gan arī uz darba vidi un tā saturu. Uzvedības orientieri ir apmierinājums un emocionāls pārdzīvojums, no vienas puses, jēgas meklēšana un pašizteikšanās, no otras puses. Rītdienas patērētājam ir raksturīga "hameleona daba": no vienas puses, iepirkšanās, plašas brīvā laika pavadīšanas iespējas ar ģimeni, bērniem, draugiem; no otras puses, nepieciešamība efektīvi organizēt ikdienas vajadzību apmierināšanu.

Viena no lielākajām tirgus pētījumu un konsultāciju organizācijām Vācijā *BBE Unternehmensberatung GmbH* (Kēlne), kura specializējusies tirdzniecības, mārketinga, sadales sistēmu un patērētāju uzvedības pētījumu un attīstības prognozēšanas jomās, 2000. gadā realizēja plašu pētniecības projektu (iekļaujot nacionāli reprezentatīvu iedzīvotāju aptauju, dažādu nozaru ekspertu aptaujas, scenāriju metodi u.c.), kurā tika analizēti iedzīvotāju un ekspertu viedokļi par mūsdienu sabiedrības attīstības tendencēm, tajā skaitā – par patērētāju uzvedības

iezīmēm un attīstības prognozēm. *BBE* veiktā Vācijas patērētāju aptauja parāda rītdienas patērētāja tipiskākās pazīmes (1. att.).



Dotā pazīme piemīt ļoti lielā mērā vai lielā mērā (% no aptaujātajiem, kas devuši šādu pazīmes vērtējumu)

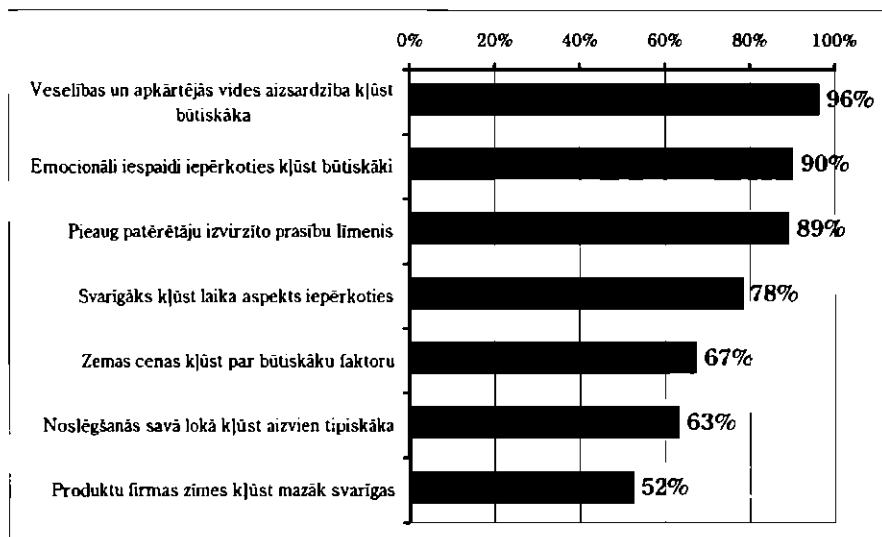
1. att. Nākotnes patērētāja raksturīgākās pazīmes 2010.g. [3, 96]

Most characteristic features of the future consumer

Moderna cilvēka personā var iemiesoties diametrāli pretēji uzvedības stili. Ar to neizbēgami saistītā kompromisu veidošana izpaužas kā aizvien ievērojamāka patēriņa uzvedības diferenciēšanās. Patērētājs, veidojot savu uzvedību, apzināti vai neapzināti svārstās starp:

- piedzīvojumu, emocionālu pārdzīvojumu stimuliem un noslēgšanos savā čaulā, cenšoties norobežoties no plašākas sabiedrības;
- laika ekonomiju, ērtībām un paša cilvēka personisku aktīvu iesaistīšanos dažādos procesos (piemēram, iepirkšanās procesā);
- greznību, luksusu precēm un ekonomiju, kas izriet no zemām cenām;
- perfektu fizisko formu un labsajūtu;
- visu sadzīves u.c. lietu uzturēšanu kārtībā un pretestību, nepatiku pret to.

Bet vai vienmēr patērētājs izprot un apzinās savu rīcību? Emocionāli iespaidi, ērtības un kvalitāte, cenas – tās patērētāju būtiskākās intereses. *BBE* veiktā aptauja parāda arī patērētāju uzvedības attīstības tendences nākotnē, respondentiem piekrirot vai nepiekrirot apgalvojumiem par dažādiem ar patēriņu un iepirkšanos saistītiem aspektiem (2.att.). Kā redzams, patērētāji prognozē, ka priekšroka lielākā mērā tiks dota emocionālajiem iespaidiem un augstākām kvalitātes prasībām (kas nākotnē paver plašākas iespējas t.s. emocionālo pārdzīvojumu tirdzniecības stratēģijai), kā arī laika ekonomijai iepirkšanās procesā (t.s. ērtības pieeja tirdzniecības stratēģijas veidošanā).



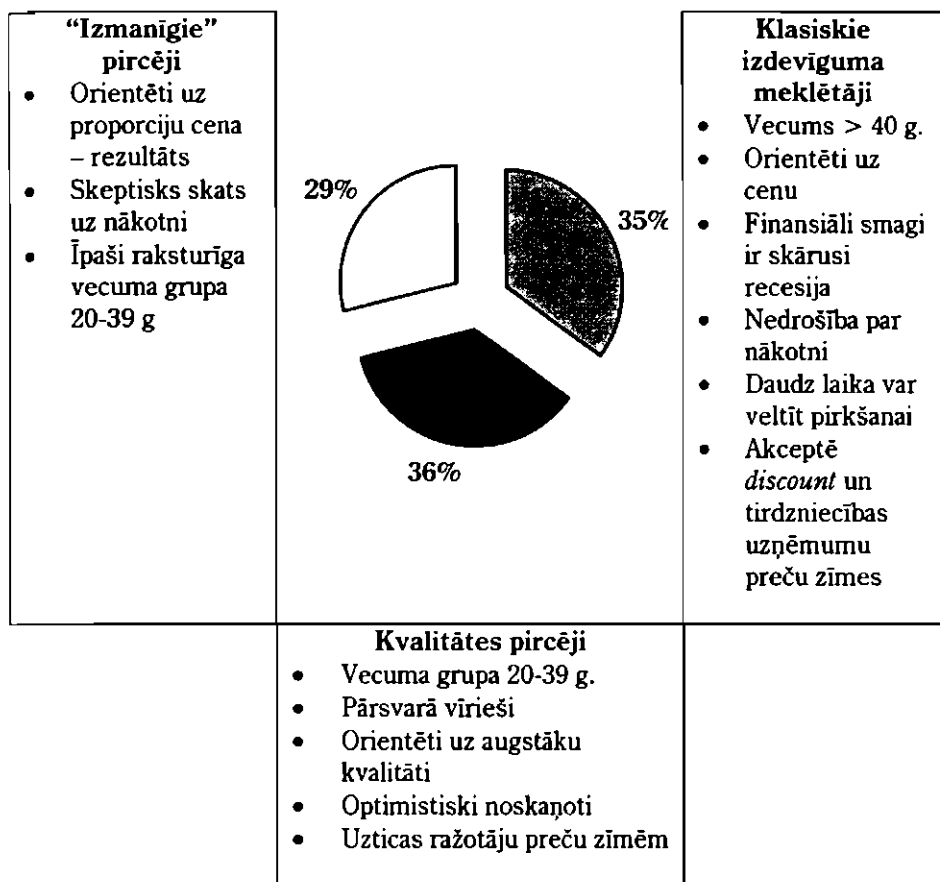
Atbalsta apgalvojumu par doto attīstības tendenci, % no respondentiem

2. att. Patērētāju uzvedības orientācija un tās attīstības virzienu prognoze 2010.g.
[3, 99]

Orientation of consumer behaviour and forecast for its development directions for year 2010.

Ievērojot visai pretrunīgās prognozes, kas raksturo nākotnes patērētāja iespējamo rīcību tirgū, ir neiespējami izveidot un piedāvāt kādu vienotu patērētāju tipu klasifikācijas sistēmu, kas reāli atspoguļotu visas patērētāju uzvedības īpatnības un būtu attiecināma uz dažādu valstu iedzīvotājiem. Tomēr neapšaubāmi var izdalīt kādas kopīgas uzvedību raksturojošas pazīmes, kas būtu tipiskas *mūsdienu patērētājam* vispār, neskatoties uz viņa valstisko un nacionālo piederību. Viena no šādām klasifikācijas sistēmām vairāku pētījumu rezultātā izveidota Vācijā, analizējot un prognozējot sabiedrības attīstības kopējās tendences un tās ietekmējošos faktoros, raugoties no mārketinga pozīcijām. Cilvēkus kā patērētājus, pēc *EuroHandelsinstitut* pētījumu rezultātiem, šodien un vidēja termiņa perspektīvā raksturo trīs pircēju uzvedības tipi (3.att.):

- klasiskie izdevīguma (zemākas cenas) meklētāji;
- uz augstu kvalitāti orientēti pircēji;
- “izmanīgie” pircēji.

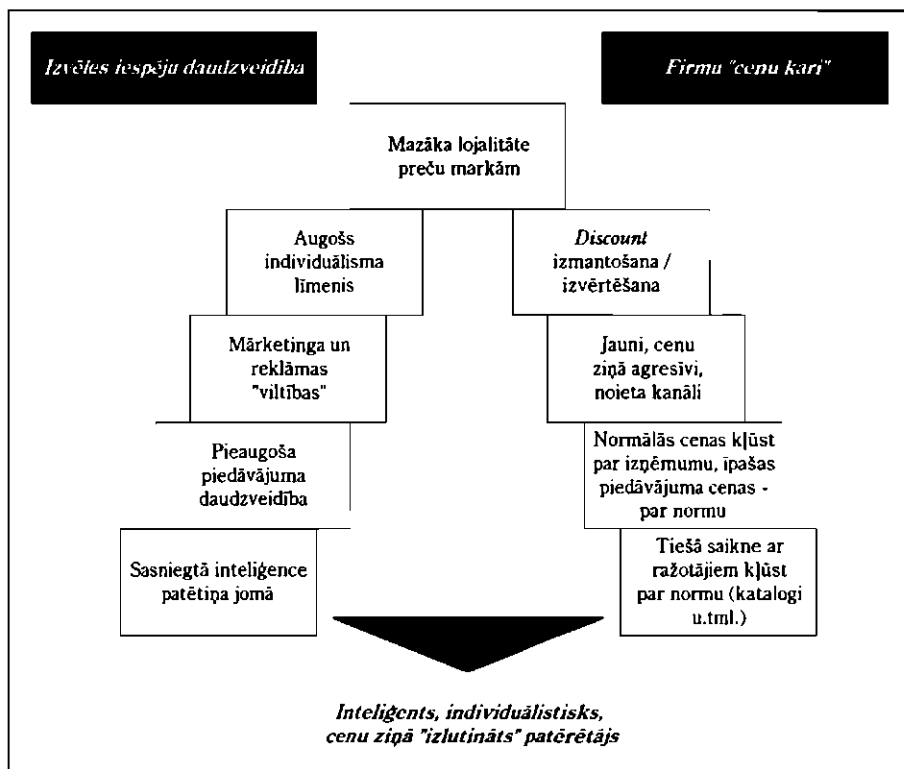


3. att. Pircēju tipu raksturojums [1, 61]

Description of consumer types

Interesanta ir termina “izmanīgie pircēji” (*Smart-shopper*) divējādā nozīme tulkojumā: 1) veikls, slīpēts, izmanīgs; 2) elegants, smalks. Tātad tie ir cilvēki, kuri veiksmīgi prot pielietot savas spējas, lai atrastu kaut ko sev patīkamu. Vācijā šāda uzvedība tirgū raksturīga nepilniem 30% patērētāju, turklāt tiek prognozēta pieauguma tendence. Iegūtā vērtība viņiem ir būtiskāka nekā pati prece. Nauda tiek stratēģiski ieguldīta: vienā pirkumā ietaupīt nozīmē, ka citā būs lielākas iespējas tērēt. Pirkšanas lēmumu veido trīsstūris: cena – kvalitāte – laiks. Nogaidīt un būt pacietīgam bieži nozīmē ietaupīt (piemēram, sagaidīt izpārdošanu). Lojalitāte viņus nesaista vai arī interesē tikai laika apsvērumu dēļ, iepērkoties biežāk apmeklējamos veikalos. Pirkšanas nodomi tiek pakļauti un piemēroti patērētāja iespējām. Ar to ir izskaidrojama daudzu cilvēku bipolārā uzvedība: luksusa preču pirkšana un iepirkšanās zemu cenu veikalos. Tiek ekonomēts, orientējoties uz cenas un sagaidāmā rezultāta proporciju, lai varētu atļauties iegādāties arī luksusa preces. Arī laika faktoram un, līdz ar to ērtībām, ir

sava loma, pieņemot pirkšanas lēmumus. Pircēju attieksme pret preču zīmēm (markām) nav konsekventa: atkarībā no situācijas priekšroka var tikt atdota gan tirdzniecības preču zīmēm, gan ražotāju preču zīmēm. Šādai patērētāju uzvedībai ir noteikti cēloņi, kas saistīti gan ar daudzveidīgām izvēles iespējām tirgū, gan ar nemitīgiem cenu kariem piedāvājuma pusē. "Kādēļ man būtu par kaut ko jāmaksā vairāk, ja es varu samaksāt mazāk?" – tā varētu skanēt šo pircēju vadmotivs. "Izmanīgās" uzvedības kā īpašas patērētāju uzvedības rašanās cēloņi raksturoti 4. attēlā.



4. att. *Smart-Shopping* uzvedības izveidošanās cēloņi [1, 62]
Causes for the development of Smart-Shopping behaviour

Tirdzniecības uzņēmumu preču zīmes un zemu cenu veikali šādā situācijā iegūst papildus "dzīves telpu" Rezultātā pastiprinās tirgus polarizācijas tendences. Ja astoņdesmitajos gados Vācijā vidējais tirgus segments mazumtirdzniecībā aizņēma pusi no tirgus, bet zemo cenu segments – apmēram 23%, tad deviņdesmito gadu beigās vidējais tirgus segments veidoja tikai 30%, bet zemo cenu segments – jau 34%. Pēc prognozēm 2010.g. vidējais tirgus segments veidos tikai 10-15%, bet zemo cenu segments aizņems 45-50% no tirgus. Līdzīgas tendences zemo cenu segmenta palielināšanās virzienā vērojamas arī citās Rietumeiropas valstīs. Daudzi pircēji var atļauties tikai

lētākas preces, savukārt citi tādas pirkst nevēlas, dodot priekšroku augstvērtīgiem un dārgiem produktiem, bet "izmanīgais" pircējs pērk gan vienā, gan otrā segmentā atkarībā no situācijas. Jāsecina, ka mārketingš bieži vien nav efektīvs, jo tas "iet garām" patērētāju uzvedībai, tās motīviem un mērķiem.

Ja vēl deviņdesmitajos gados iepirkšanās tika uztverta kā komplekss, kam vispirms jānodrošina ikdienas pieprasījuma apmierināšana un kura vienīgais pievilcīgums un izklaides iespējas saistījās ar greznāku veikalu iekārtojumu, tad šodien mazumtirdzniecībā skaidri iezīmējas divas attīstības tendences. Viena ir saistīta ar t.s. apgādes patēriņa organizēšanu, kas nepārtraukti attīstās lielāku iepirkšanās ērtību un laika ekonomijas virzienā. Otra ir saistīta ar brīvā laika pavadīšanas iespējām: šodien Rietumeiropas patērētājam greznība un luksuss iepērkoties mazākā mērā ir tīri materiālistiska orientācija, vairāk – emocionāls pārdzīvojums. Sociologs G.Šulce izveidojis šai paradigmu maiņai jēdzienu "pārdzīvojumu sabiedrība" Attiecībā uz iepirkšanos un patēriņu paradokss kļūst skaidrs – pēc sākotnējās izcelšanās materiāla motivācija tiek izjusta kā iekšēja, nemateriāla bagātināšanās. Ja arī šodien abus iepirkšanās veidus patērētāji vēl samērā reti apzināti diferencē, tad tuvākajā nākotnē situācija mainīsies. "Pārdzīvojumu" iepirkšanās tiks uzskatīta par īstu brīvā laika pavadīšanu, bet apgādes iepirkšanās tiks, cik vien iespējams vienkāršota, tērējot iespējami mazāk laika. Iepirkšanās kā cilvēku darbības veids līdz ar to sadalīsies divās "pasaulēs":

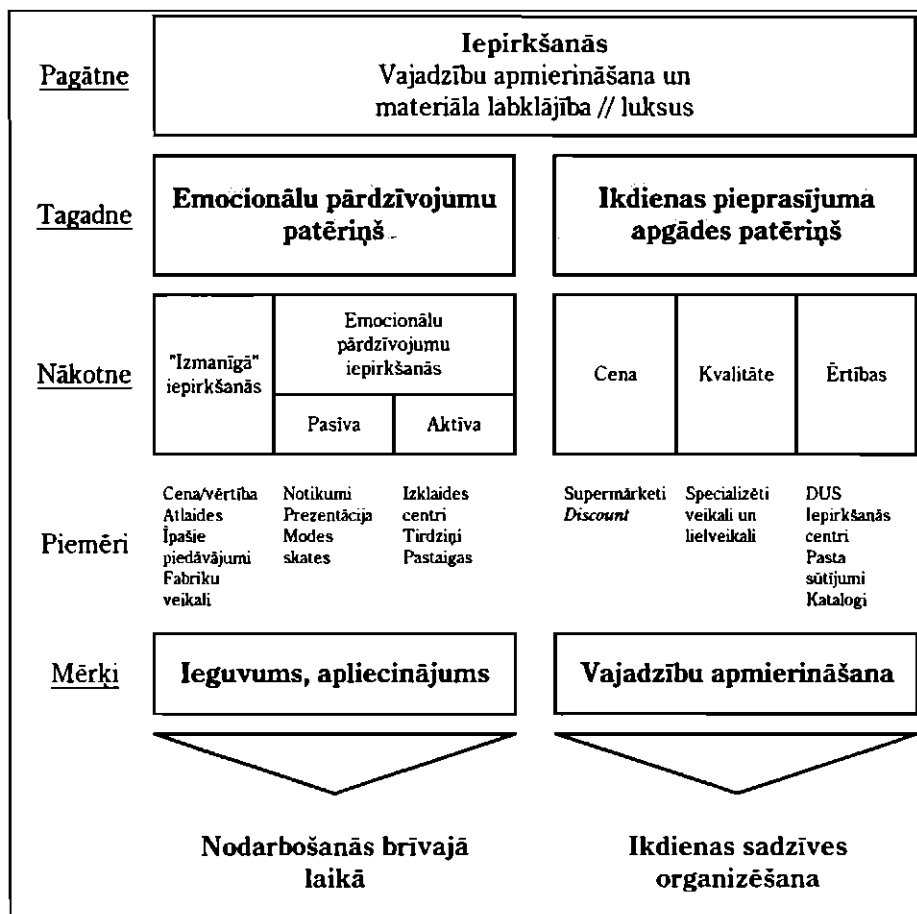
iepirkšanās, kas orientēta uz emocionāla pārdzīvojuma iegūšanu ("emocionālais pārdzīvojumu patēriņš");

iepirkšanās, kas orientēta uz ikdienas pieprasījuma apmierināšanu.

Kas īsti veido "pārdzīvojumu" iepirkšanos? Klejošana pa slaveniem veikalumiem, neliela iestiprināšanās kafejnīcā, skaistu skatlogu apbrīnošana, ierosmes gūšana garderobes papildināšanai u.tml. Līdz ar to pārsvarā ir aprakstītas patērētāju aktivitātes, kuras atrodas viņu kontrolē. Līdzekļi, kuri rada pārdzīvojuma efektu pircējiem: kādai tēmai atbilstoša preču prezentācija, dažādi pasākumi (izrādes, mākslas izstādes, mūzika), gastronomijas baudīšana, tirgus situācijas imitēšana ar veikaliņiem, akciju platībām un speciāli dekorētām telpām – vienā vārdā: inscenējumi.

Tradicionālā pārdzīvojumu koncepcija iepirkšanās jomā paredzēja, ka tās ietekmes mērķis saistās ar izklaidi un inscenējumiem, kuri aizrautu publiku, liktu tai brīnīties. Taču publika šodien negrib būt tikai aizkustināta, tā grib pati iesaistīties procesā. Lai iegūtu ar jēgu piepildītu pārdzīvojumu, patērētājam jākļūst aktīvam. Tikai tad viņš izjūt neatkarību, savu kontroli pār uzvedību un atrod patēriņa rezultātā savu preferenci, attieksmes un lēmumu pareizības apstiprinājumu. Patēriņš iegūst dziļāku jēgu, attaisno izmaksas un ieguldīto laiku. Ja patērētājs pats aktīvi veido savu "patēriņa pasauli", tad tā iegūst vērtību, kas līdzsvaro ikdienas un darba dzīvi, un līdz ar to veido priekšnoteikumus, lai tajā aizmirstu (un varbūt pat kompensētu) ikdienas rūpes un problēmas. Piemēram, emocionāls pārdzīvojums, iesaistot klientus ēdienu gatavošanā japāņu restorānos, sporta pasākumos, modes skatēs, *karaoke* vakaros, kā pārdevējus lietotu mantu tirdziņos u.tml.

Abas iepirkšanās veidu koncepcijas var iedalīt sīkāk, parādot pašreizējo situāciju un nākotnē prognozējamās tendences (5.att.).



5. att. Iepirkšanās brīvajā laikā un ikdienā kā divi virzieni patērētāju uzvedībā: dzīves daudzveidības nodrošināšana un ikdienas vajadzību apmierināšana [4, 55]

Shopping in leisure time and daily shopping – two main directions in the consumer behaviour: providing for diversity of life and for daily needs

Vācijā nepilni 30% patērētāju pieskaitāmi pie "izmanīgajiem" pircējiem. Uzvedība tiek veidota kā aktīva darbība, izvirzot noteiktu mērķi, kurš jāsasniedz. Informācija, cenu salīdzināšana, spēja "slēgt darījumus" – tie ir "izmanīgo" pircēju sasniegumi, kas apliecina viņu izveicību un talantu pārrunās, organizēšanā, kā arī izturību informācijas iegūšanā. Varbūt var teikt, ka šādā veidā modernā formā tiek apmierināta pirmatnējā vākšanas un medīšanas tieksme. "Izmanīgā" pircēja emocionālo pārdzīvojumu veido tas, ka šķietami dārgs produkts "ar vārdu" iegūts par zemāku cenu. Iegūtā izdevīgā cenas-rezultāta proporcija, pirmkārt, ir pierādījums tam, ka šis pircējs ir gudrāks par

cieti. Viņš pirkšanas procesam pieiet taktiski un pieprasa apmaiņā pret savu naudu iespējami labāku pakalpojumu: prece viņam ir mazāk nozīmīga nekā vērtība, ko viņš rezultātā ir ieguvis. Turklāt vērtība tiek noteikta ļoti individuāli. Lai arī individuāli motīvi pirkšanai brīvajā laikā ir visai dažādi, tomēr kopīgs ir pārdzīvojumu patēriņš.

Vērtējot patērētāju uzvedības nākotnes attīstības tendences, tiek uzskatīts, ka parādīsies vēl viens patērētāju tips – “panākumu” pircēji (*Success-Shopper*), kas daļēji ir līdzīgs “izmanīgajiem” pircējiem, bet būtiski atšķiras uzvedības motivācijā. Jau iepriekš var paredzēt, ka šis tips radīs jaunas iespējas mārketinga un tirdzniecības jomā.

“Panākumu” pircēju pirkšanas motivācija būtībā ir ļoti sena – nopirktie produkti tiek uztverti kā uzvara, balva, panākums. Iepirkšanās kļūst par sportu. Vienai daļai patērētāju fiziska piepūle, pērkot kārotu, limitētu un/vai cenas ziņā izdevīgu produktu, ir ļoti nozīmīga un veido vienu no būtiskākajiem pirkšanas procesa aspektiem. Niknas medības pēc “vienreizēja kampaņa” jau ir tagad novērojamas. Piemēram, veikalu tīkli, kuri piedāvā t.s. produktu partiju pārpalikumus (bieži tās ir tirgū plaši pazīstamas preču zīmes) par cenu, kura ir ievērojami zemāka, nekā tirgū maksā analogiski izstrādājumi (šodien Rietumeiropā šāda tipa veikalos īpaši pieprasīti ir personālie kompjuāteri, to piederumi, sadzīves elektrotehnika u.c.).

Ja “izmanīgie” pircēji izvirza mērķi iegūt īpašumā izdevīgu produktu, tad “panākumu” pircējiem ir nepieciešamība to “nomedīt”. Konsekventi attīstot vajadzību veidošanas un stimulēšanas principu mārketingā (kā papildinājumu vajadzību apmierināšanai), tiek veicināta patērētāju godkāre. Patēriņš ir tā joma, kurā slēpjas izaicinājums cilvēka spējam: apmierinātas tiek vajadzības pēc “sevis pozicionēšanas”, savu spēju pārbaudes un pašam uz sevi likto cerību attaisnošanas. Pircējs uztver pirkumu kā panākumu un meklē iespējas to atkārtot.

“Panākumu” pircējs vispirms ir ieinteresēts, lai izdotos kāds īpašs pirkums, kura iegūšana paredz šķēršļu pārvarēšanu. Līdz ar to pircējs neiegūst tikai pašu produktu kā tādu, bet gan sabiedriski redzamu apbalvojumu – produktu kā trofeju. “Panākumu” pircējs par vērtīgu atzīst vienu prioritāti: medības pēc īpaši iekārota medijuma. Kā patērētāju tips viņi parādās tikai tad, kad pieprasījums ir lielāks nekā piedāvājums – pie tam nav svarīgi, vai pieprasījums tiešām atbilst reālajām vajadzībām vai arī tiek radīts. Līdz ar to nav arī būtiski, ka viens no “panākumu” iepirkšanās cēloņiem ir noteiktos apstākļos mākslīgi izraisīts vai iedvests deficīts. Svarīgs ir tikai tas: deficīts, nepietiekamība ir pievilcīga. Jebkurš šķērslis tirgū tikai veicina “pirkšanas instinktu”, stimulējot pielikt visas pūles, lai iegūtu vēlamo. Jo grūtāk kaut ko sasniegt, jo lielāks ir gandarījums. Produkts nav vienīgi maiņas objekts, ko maina pret naudu. Tikai īpaši un noteikti produkti ir tā vērti, lai censtos tos iegūt.

Principā “panākumu” pircēju uzvedība balstās uz tām pašām vajadzībām, kādas ir “izmanīgajiem” pircējiem, tomēr būtiskas atšķirības ir patēriņa motivācijā. Turklāt pirmie augstāk stāda savus personiskos panākumus, iegādājoties produktu, salīdzinot ar cenu, kāda ir jāmaksā. Galvenās atšķirības parādītas 1.tabulā.

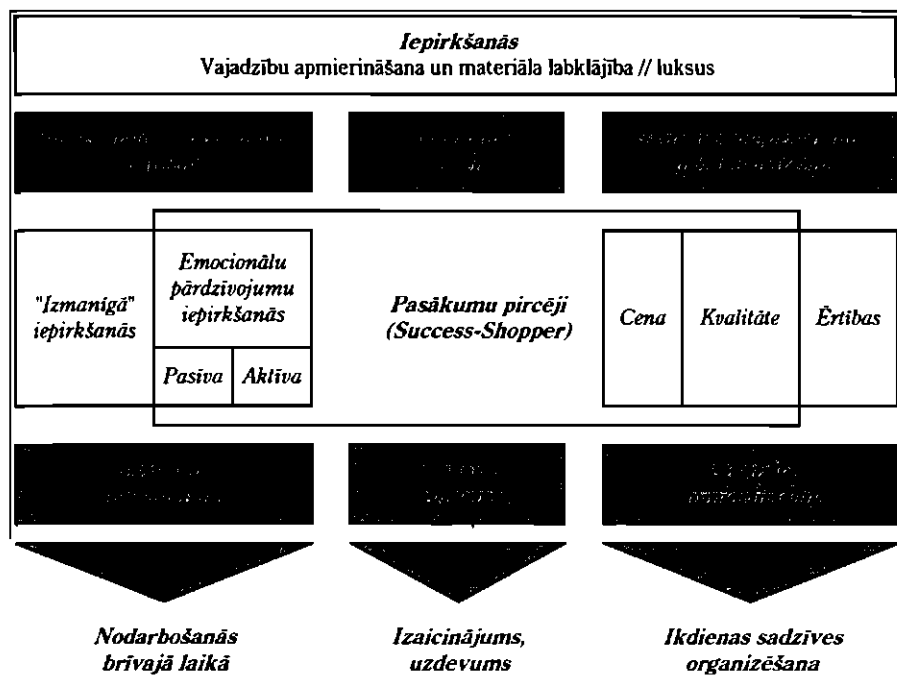
1. tabula

“Izmanīgo pircēju” un “panākumu pircēju” salīdzinājums
Comparison of the Smart-Shopper and Success-Shopper

	“Izmanīgie pircēji”	“Panākumu pircēji”
Produkts	Mainas objekts ar noteiktu vērtību	Absolūta, patiesa vērtība, kura kalpo tikai kā emociju objekts
Cena	Izšķirošais pirkuma kritērijs	Svarīgs kritērijs, taču nav izšķirošais
Pirkšanas motivācija	Cenas un rezultāta (vērtības) attiecība	Īpaša mērķa “medišana”, sev izvirzīta uzdevuma izpildīšana
Ar pirkumu saistītie pieņēmumi	Laika ieguldījums tik minimāls, cik vien iespējams	Pārmērīga gatavība ieguldīt daudz laika
Produkta firmas zīme (marka)	Priekšnoteikums pirkšanas lēmuma pieņemšanai (jo liecina par produkta vērtību)	Panākumus sološs kritērijs, bet produktam personiski vai sabiedriski piedēvētā vērtība ir nozīmīgāka par firmas zīmi
Mērķis	Imidža iegūšana + personisks un sabiedrisks apliecinājums Gudrība (<i>cleverness, smart</i>)	Imidža iegūšanas + personiskais gandarījums = Panākums (<i>success</i>)

Avots: [3, 116]

Ja salīdzina abus iepriekš nodalītos pirkšanas motivācijas veidus – proti, emocionāli pārdzīvojumi un ikdienas pieprasījuma apgāde – tad ir redzams, ka “panākumu” iepirkšanās ietver abu uzvedības modeļu parametrus. Izcila, savdabīga kvalitāte vai arī īpaša cena motivē “panākumu” pircējus izvirzīt sev izaicinājumu un ar neatlaidību (pat stūrgalvību), aktīvi ieguldot laiku, nodrošināt panākumus. Uz panākumiem orientētais tips koncentrē divas pretēji vērstas patēriņa motivācijas – pārdzīvojumu un apgādi – vienā modelī, kuram raksturīga gan aktīva pārdzīvojumu meklēšana, gan arī mērķtiecība un orientācija uz apgādi. Rezultātam ir gandrīz vai eksistenciāla nozīme: pirkšana ir pamatvajadzība, noteikta produkta iegūšana tiek vērtēta nesamērīgi augstu, pat absolūti pieprasīta. Šajā aspektā iepirkšanās netiek uztverta kā brīvā laika pavadīšana, bet gan kā būtiska un tāpēc nepieciešama darbība. Patērētājs to drīzāk apzīmē ar terminu “organizēšana”, bet nevis ar “ikdienas pārdzīvojumu”. Tā kā iepirkšanās procesā ietilpst arī cilvēku ļoti satraucoši un uzbudinoši elementi, kas rada patīkamas pārmaiņas ikdienas sadzīvē, tad tas vienlaicīgi ir arī pārdzīvojumu patēriņš. “Panākumu” iepirkšanās saistība ar pārējiem patērētāju uzvedības tipiem parādītā 6. att.

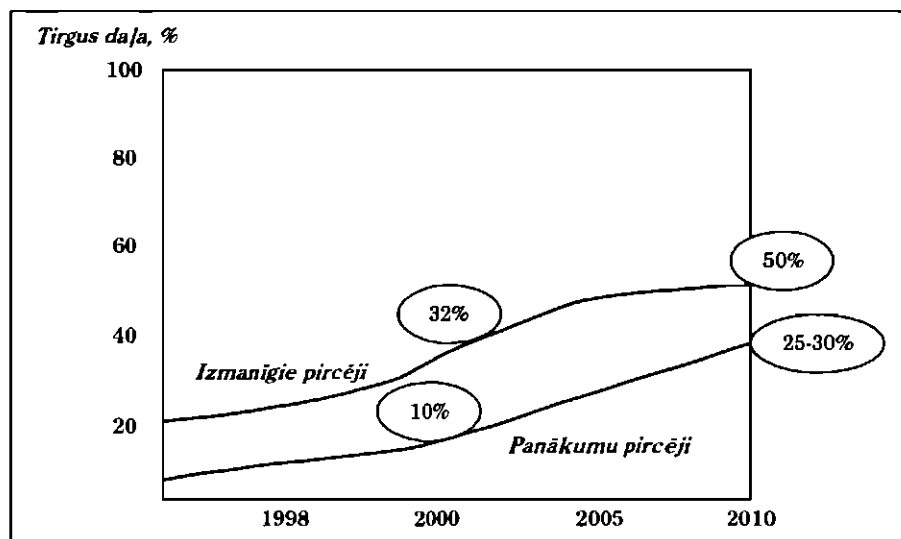


6. att. Pirkšanas motivācijas atšķirīgie un kopīgie elementi [3, 118]
 Different and common elements of purchasing motivation

Pretstatā "izņemajiem" pircējiem, "panākumu" pircēji ir atrodami jebkurā mazumtirdzniecības mērķa pircēju grupā. Īpaša pazīme ir elastība attiecībā pret cenu. Ja "panākumu" pircējus pozicionētu tirgū attiecībā pret cenu līmeni un emocionālo pārdzīvojumu līmeni, tad viņi būtu jāatzīmē visaugstākajā emocionālā pārdzīvojuma līmenī, bet attiecībā pret cenu būtu vērojama brīva pārvietošanās (cena var būt gan augsta, gan zema) atkarībā no vēlām ("nomērķētā") produkta cenas līmeņa. Līdz ar to šie pircēji ir būtiski jebkuram cenu segmentam. Tālākā perspektīvā viņi varētu zināmā mērā "mīkstināt" mazumtirdzniecībā vērojamās tirgus polarizācijas tendences.

Paredzams, ka Vācijā 2010.g. tiks sasniegts "izņemīgo" pircēju īpatsvara maksimums (pēc prognozēm – līdz 50%). Uzvedību motivēs visai ierobežotās finansiālās iespējas: sadzīve un brīvā laika pavadīšana, turklāt izvirzot tām paaugstinātas prasības attiecībā uz kvalitāti, kļūs dārgākas. "Izņemīgo" iepirkšanās ir iespēja kompensēt šos papildus izdevumus. "Panākumu" pircēji, kuru motivācija ir daudz mazākā mērā atkarīga no cenas, nākamajos gados izveidosies par patstāvīgu patērētāju tipu, kaut gan zināma "pārklāšanās" abu grupu starpā saglabāsies. Ar laiku "izņemīgās" uzvedības attīstības iespējas būs izsmeltas, jo zemāku cenu priekšrocības nivelēsies, pateicoties patērētāju mācīšanās efektam un tirdzniecības piedāvājuma piemērošanās stratēģijām (piemēram, pēdējās minūtes piedāvājumi kļuvuši

par firmu ikdienas praksi; gaidot cenu atlaides, patērētājam nākas konstatēt, ka tās ir mazākas nekā gaidīts vai arī kārotais produkts vairāk nav pieejams). Rezultātā, pēc BBE 2000.g. pētījumu projektā iesaistīto ekspertu vērtējuma, "izmanīgās" pirkšanas potenciāls ilgtermiņā attīstīsies lēnākiem tempiem, vairāk pircēju sāks orientēties uz otru uzvedības modeli, kas noteiks paātrinātu tā attīstību (7. att.)



7. att. Pircēju tipu prognozējamās attīstības tendences 2010.g. [4, 120]
Forecasts for development trends of consumer types for 2010.

Novērtējot patērētāju uzvedības attīstības tendences un prognozējamās izmaiņas Rietumeiropā, *EuroHandelsinstitut* un *IfH Institut fuer Handelsforschung* veiktajos pētījumos konstatēts, ka mazumtirdzniecības uzņēmumiem perspektīvā saglabājas tikai trīs stratēģiskas alternatīvas, lai spētu adekvāti reaģēt uz tirgus situācijas izmaiņām:

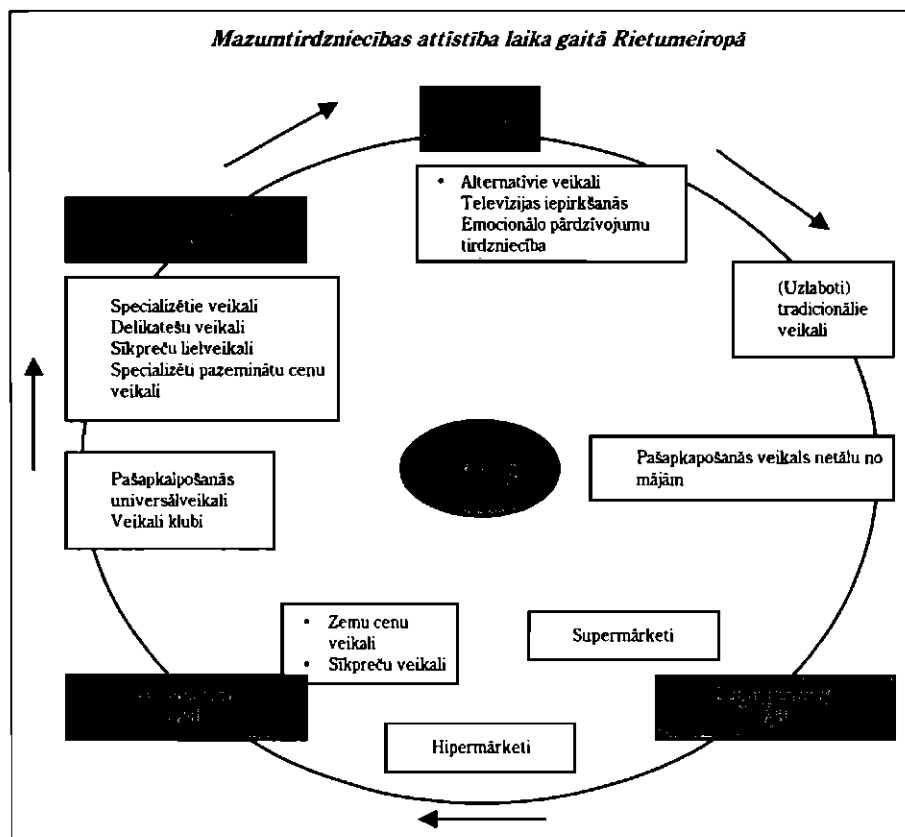
Zemu cenu stratēģija: zemāka preces cena kā maksimāli efektīva tirdzniecības pakalpojuma rezultāts (izmaksu līdera stratēģija) veido izšķirošo mārketinga instrumentu. Izplatītākais mazumtirdzniecības uzņēmumu tips ir zemu cenu veikals, kura mērķa tirgus ir gan pircēji ar zemākiem ienākumiem, gan arī pircēji, kuri ikdienas pieprasījuma apmierināšanā par uzvedības prioritāti uzskata ekonomiskumu.

Ērtības stratēģija: tās pamatā ir papildus pakalpojumi klientiem, konsultācijas un nodrošinātās ērtības. Konsultācijas kā pakalpojums ir stratēģijas nepieciešams nosacījums, īpaši tas attiecas uz gados vecākiem klientiem un klientiem ar augstāku labklājības līmeni. Mazumtirdzniecības uzņēmumi klientiem ērti pieejamās vietās un laikā piedāvā ne tikai tirdzniecības pakalpojumus, bet plašāku servisu ikdienas pieprasījuma apmierināšanai. Par perspektīvāko attīstības virzienu šajā

stratēģijā tiek uzskatīta t.s. "pilna servisa pakalpojumu un tirdzniecības uzņēmumu" veidošana.

Emocionālo pārdzīvojumu stratēģija: stratēģijas būtiskākie komponenti ir notikumi, sarīkojumi, tirdzniecība kā teatralizēts pasākums, ēdināšanas pakalpojumi. Tā uzrunā pārsvarā gados jaunākus cilvēkus ar vidējiem un augstiem ienākumiem.

Mazumtirdzniecības uzņēmumu tipu vēsturiskā attīstība tirgus pētījumu firmas AC Nielsen skatījumā Rietumeiropā parādīta 8.att.



8. att. Mazumtirdzniecības uzņēmumu tipu attīstība un izmaiņas Rietumeiropā [1, 152]
Development of retail company types and their changes in Western Europe

Iepriekš norādītās trīs stratēģijas var attiecināt uz diviem mazumtirdzniecības darbības variantiem: viena ir preču piedāvājuma stratēģija ar akcentu uz cenu, ātrumu, tirdzniecības tehnoloģiju, bet otra ir augstas vērtības piedāvājuma stratēģija// problēmu risināšanas stratēģija, kura balstās uz servisu, savstarpējo attiecību veidošanu ar klientiem, pozitīvām emocijām un elastīgu piemērošanos jaunām klientu vajadzībām.

“Emocionālo pārdzīvojumu” tirdzniecība ir jaunākais modelis mazumtirdzniecības uzņēmumu evolūcijā, kuram perspektīvā Rietumeiropā paredz plašas attīstības iespējas. Tieši pēdējos gados par to diskutē kā par alternatīvu tirdzniecības stratēģiju, tā ir savdabīgs kontrasts apkārtējai mazumtirdzniecības videi, kurā līdz šim ir attīstījušies citi veikalu tipi. “Emocionālo pārdzīvojumu” tirdzniecības izveidošanos un tālāko attīstību nosaka jaunās tendences patērētāju uzvedībā. Kā rāda Vācijā veiktie pētījumi, emocionālos iespaidus, kas iegūti mazumtirdzniecības vidē un rada pozitīvu noskaņu, par ļoti būtiskiem uzskata gandrīz visi patērētāji; savukārt zemāka cena kā prioritāte trešdaļai nākotnes patērētāju vairāk nav tipiska uzvedības pazīme (2.att.).

Pārdzīvojumu tirdzniecību var raksturot kā “tirdzniecības teātri”, kas ietver sevī saturīgu brīvā laika pavadīšanu, informāciju par jaunumiem modes un tehnoloģijas jomās, izklaidi kopā ar ģimeni, draugiem un tirdzniecību, piedāvā un nodrošina apmeklētājam viņa personīgo pārdzīvojumu. Pircējs tiek emocionāli uzlādēts, viņu mēģina fascinēt ar t.s. multisensuālās koncepcijas starpniecību: kino, mūzika, sports, tehnoloģija, ēdināšanas pakalpojumi un īpaša tematiska ievirze (2.tab.). Tirdzniecības uzņēmuma apmeklētājam tiek piedāvāts “izdzīvot” dramaturģiski vienotā vadmotīvā saistītas produktu markas un firmu zīmes.

2. tabula

Emocionālā pārdzīvojuma mazumtirdzniecības koncepcijas elementi (tirdzniecības teātris) Elements of the Retail Strategy of Positive Emotional Experience (Retail Theatre)

<i>Firmas līmenis:</i>	Firma veido savu pasauli
<i>Preču zīmes līmenis:</i>	Produkta marka (firmas zīme) veido savu pasauli
<i>Tēma:</i>	Informatīvie klāsteri atpazīstamu tēmu veidā (piemēram, “Atvaļinājums”, “Lauki”, “Amerika” “Pasaka”)
<i>Vēsture, stāstījums:</i>	Tēmai atbilstoša vēsture attiecīgajā laika dimensijā
<i>Inscenējums:</i>	Tēmas un stāstījuma (vēstures) attīstīšana telpā // vidē

Ja vērtē mazumtirdzniecības tīkla attīstības tendences Latvijā, tad nākas secināt, ka gadu desmitiem pakāpeniski veidojušās tirdzniecības tradīcijas Vācijā, kā arī citās Rietumeiropas valstīs, ekonomikas globalizācijas situācijā Latvijas tirgū ienākušas ļoti īsā laika periodā. Vienlaicīgi vērojama gan zemu cenu veikalu un hipermarketu ienākšana tirgū, gan arī parādās pirmie tirdzniecības uzņēmumi, kuri orientējas uz emocionālo pārdzīvojumu koncepciju. Rietumeiropas valstu pieredzes analīze, īpaši pircēju uzvedības pētījumu jomā, vērtējot cilvēku motivāciju iepirkšanās procesā, izvirzītās prasības un orientēšanos uz dažāda tipa tirdzniecības uzņēmumiem, dotu iespēju izvairīties no nepārdomātiem mārketinga lēmumiem mazumtirdzniecībā (gan attiecībā uz mērķa tirgus

noteikšanu, gan arī attiecībā uz mazumtirdzniecības uzņēmumu izvietojumu, sortimenta veidošanu, nomnieku izvēli u.c.).

Jāsecina, ka mazumtirdzniecības nākotnes perspektīvas, no vienas puses, nosaka patērētāji, viņu prognozes un uzvedības izmaiņas, bet no otras puses – globalizācija un tehnikas progress, kas arī ietekmē patērētāju uzvedību. Mijiedarbība izpaužas kā visai daudzveidīgas, dažkārt pilnīgi pretējas, iespējamās nākotnes attīstības tendences. Tirdzniecībai ir ievērojami grūtāk piesaistīt klientus, kuri kļūst gan ģeogrāfiski, gan socioloģiski aizvien mobilāki, tiem raksturīga "hameleona" uzvedība. Šīs tendences ir liels izaicinājums mazumtirdzniecībai, bet tās paver arī jaunas iespējas: rodas jaunas tirdzniecības struktūras un formas, kas labāk atbilst patērētāju prasībām.

LITERATŪRA

1. Eggert. U. Der Handel im 21. Jahrhundert. Duesseldorf, Berlin: Metropolitan Verlag, 2001. 230 S.
2. Eggert. U. Konsumententrends. Duesseldorf, Berlin: Metropolitan Verlag, 1997. 218 S.
3. Vossen K., Reinhardt F.A. Zukunftsmaerkte: Was der Marketing ueber den Kunden der Zukunft wissen sollte. Duesseldorf, Berlin: Metropolitan Verlag, 2002. 224 S.
4. Wanninger C., Reinhardt F.A. Konsumwelten Deutschland 2010. Koeln: BBE Unternehmensberatung, 2000. 312 S.

Changes in Consumer Behaviour: New Consumer Types and Retail Development Trends (Germany's Experience)

Summary

Studies of the development trends of modern society and future forecasts are gaining popularity. In the middle and second half of 1990s several German research institutions studying the problems of economics, marketing and trade developed a set of forecasts about consumers of future society, their behaviour and buying trends as well as their influence on the development of retailing. In developing the forecasts, the researchers took into account both the trends of the changes in economic and social processes in society as a whole as well as their reflection in marketing and retailing.

Based on the results of the research the consumers of modern Western Europe can be classified in three types: classic seekers of convenience and low prices, consumers seeking high quality and Smart-Shoppers. Another type of consumer behaviour is expected to appear in the future – it is Success-Shopper, for whom the leading behaviour motivation is a positive emotional experience as well as feeling of success in searching and finding ("hunting" and investing much time in the process) the desired product

rather than the acquisition of the product with the most convenient price/value proportion. The image and self-satisfaction achieved when buying the desired product is the aim of this consumer type.

Проблемы регулирования тарифов городского пассажирского транспорта

Pilsētas pasažieru transporta tarifu regulēšanas problēmas

The Problems of Rate Regulation of Urban Passenger Transport

Александр Стетюха

Латвийский университет

Факультет экономики и управления

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

astet@lanet.lv

Изложен научно обоснованный подход к решению проблем регулирования тарифов городского пассажирского транспорта, сформированный на основе использования фундаментальных положений экономической теории и адаптации их к городскому пассажирскому транспорту. Городской пассажирский транспорт рассмотрен как элемент городской инфраструктуры, взаимосвязанный с другими ее элементами. Показана необходимость учитывать в установлении и регулировании тарифов влияние внутренних и внешних факторов. Проанализированы и показаны результаты исследования влияния ценовой, временной и перекрестной эластичности спроса на пассажирские перевозки. Предложены возможные пути тарифного регулирования спроса на перевозки.

Ключевые слова: городской пассажирский транспорт, регулирование тарифов, спрос на услуги общественного транспорта, налог на перегруженность

Городской пассажирский транспорт в современных условиях, решая важные экономические и социальные задачи, является специфичной отраслью, в управлении которой сочетаются рыночные и административные методы. Мировой опыт развития городского транспорта свидетельствует об отсутствии единого подхода к эффективному функционированию этой отрасли в условиях различных стран. Изложенное в настоящей статье имеет целью представить научно обоснованный подход к решению проблем регулирования тарифов городского пассажирского транспорта,

сформированный на основе использования фундаментальных положений экономической теории и адаптации их к городскому пассажирскому транспорту как специфическому отраслевому рынку.

Современное состояние теории отраслевых рынков сочетает системный подход, базирующийся на парадигме «структура – поведение – результат» (structure – conduct – performance) и подход с точки зрения теории цен, использующий микроэкономические модели для объяснения поведения экономических субъектов и структуры рынков.

Проблема ценообразования, являясь одной из основных проблем микроэкономики и, в связи с этим, наиболее детально и глубоко разработанной в микроэкономической теории, в практическом приложении к общественному городскому транспорту настолько усложняется его особенностями, что очень часто из экономической превращается в чисто административную. Однако, наличие не только муниципального но и корпоративного, а также общественного и индивидуального городского пассажирского транспорта, в сочетании с большой социальной значимостью пассажирских перевозок, обуславливают необходимость в формировании системы тарифов сочетать рыночные подходы с государственным регулированием.

Городской пассажирский транспорт является частью городской инфраструктуры. Транспортные предприятия, включающие в себя подвижной состав и постоянные устройства, являются подсистемой городской инфраструктуры, но при этом взаимодействуют, а точнее, используют другие ее элементы, – пути сообщения, транспортные пункты, дорожно-уличную сеть и другие. Поэтому изменения в этих элементах городской инфраструктуры должны учитываться и в отношении пассажирского городского транспорта. Так, муниципальные или государственные вложения в развитие или реконструкцию дорожно-уличной сети следует рассматривать как косвенные субсидии городскому пассажирскому транспорту.

Функционирование городского пассажирского транспорта происходит под воздействием внутренних и внешних факторов. Внутренними следует считать факторы, действующие в рамках существующих транспортных предприятий и осуществляемых ими пассажирских сообщений. Внешними факторы остальных элементов городской инфраструктуры, а также факторы внешней среды, затрагивающие экономические, социальные, технико-технологические, юридические и другие аспекты пассажирских перевозок. Прямо или косвенно все эти факторы оказывают влияние и на уровень транспортных тарифов и должны учитываться при их формировании и регулировании.

В этой связи, и с учетом основных функций цены – информационной, стимулирующей и распределительной, система формирования и регулирования тарифов общественного городского транспорта должна, с одной стороны, обеспечивать сбалансированность бюджетов транспортных операторов, а, с другой стороны, рассматриваться как инструмент рационального распределения пассажирских перевозок по видам транспорта,

и распределения доходов и расходов между городскими инфраструктурными элементами.

Попытка решения первой задачи сбалансированности бюджетов перевозчиков – имела место в начальный период переходной экономики, когда бывшие социалистические «планово-убыточные» предприятия общественного городского транспорта, лишившись регулярных государственных дотаций или возможности государственного «списания убытков», оказались в условиях жесткого бюджетного ограничения. Практически во всех Восточноевропейских странах в 90-х годах наблюдалось заметное повышение тарифов общественного транспорта, поскольку до этого тарифы устанавливались без учета реального уровня эксплуатационных расходов. Повышением тарифов стремились хотя бы частично покрыть существующие издержки.

Разумеется, с учетом большой социальной значимости городского пассажирского транспорта, повышение транспортных тарифов осуществлялось, как правило, постепенно, решениями муниципальных властей, т.е. административными, а не рыночными инструментами. Рыночными мерами данного этапа явились шаги по созданию конкурентной среды, что должно было бы сдерживать рост транспортных тарифов.

В городском пассажирском транспорте Риги, например, к последствиям этих шагов следует отнести имеющиеся в составе городских пассажирских перевозчиков 36 транспортных операторов, среди которых:

муниципальное трамвайно-тролейбусное управление. В 2000 г. на его долю приходилось 63% пассажирских перевозок, в т.ч. 34% троллейбусами и 29% -трамваями;

муниципальные автобусные парки «Талава» и «Иманта» 29% пассажирских перевозок;

33 частные компании, осуществляющие перевозки «таксобусами» и микроавтобусами – маршрутными такси – 8% перевозок пассажиров.

Как фактор повышения конкуренции в условиях Риги следует рассматривать и пригородные электропоезда, в части железнодорожных линий, проходящих в городских границах. При этом, в отношениях электропоездов и традиционных городских перевозчиков имеет место и ценовая конкуренция, в то время как между традиционными перевозчиками – трамвай, троллейбус, автобус, конкуренция ограничивается только неценовыми формами, (с 1 февраля 2000 года стоимость одноразового проездного билета общественным транспортом, за исключением экспрессов, одинакова – 0,20 лата).

Последствия изменения тарифов на пассажирские городские перевозки целесообразно проанализировать с использованием известной модели (рис.1). На кривой рыночного спроса на пассажирские перевозки (линия D) точка A соответствует величине тарифа P_A , который имел бы место в условиях дерегулирования пассажирских перевозок и абсолютной рыночной власти перевозчика. Именно этот размер платы за перевозки соответствовал бы объему спроса Q_A , обеспечивая перевозчику-монополисту максимальную

прибыль, так как Q_A определен через равенство предельного дохода (линия MR) и предельных издержек (кривая MC). В точке пересечения кривых MR и MC (точка E) $MR = MC$.

Данное положение на рынке пассажирских перевозок, как и на любом другом монопольном рынке, сопровождалось бы очевидными потерями общественного благосостояния – снижением предлагаемого объема транспортных услуг при увеличении тарифа. Экстремальными значениями тарифа P_A и объема перевозок Q_A являются по той причине, что движение по кривой спроса влево – вверх от точки A приводит к снижению прибыли монополиста и, в связи с этим, противоречит его экономическим интересам.

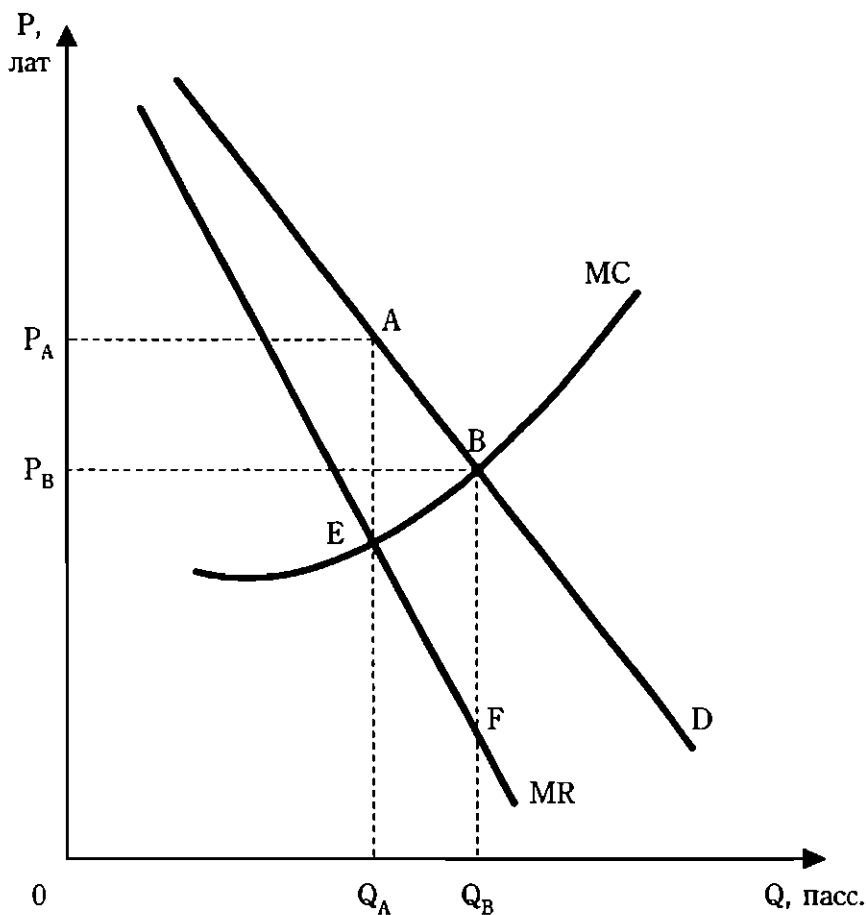


Рис. 1. Последствия дерегулирования общественного транспорта
The Consequence of Nonadjustment of Public Transport

Уменьшение величины тарифа (как мера его регулирования) для перевозчика-монополиста с P_A до P_B приводит к уменьшению монопольной прибыли на величину, соответствующую на графике площади треугольника EBF .

Точка В на кривой спроса D соответствует величине тарифа P_B , который имел бы место на конкурентном нерегулируемом рынке пассажирских перевозок, так как тариф был бы равен предельным издержкам – в точке В пересекаются кривые спроса (линия D) и предельных издержек (линия MC). Следует учесть определенную условность обобщенного представления на графике предельных издержек в виде линии MC. У каждого перевозчика предельные издержки имеют свои уровень и динамику. Кроме того, предельные издержки в общественном транспорте имеют специфический характер в рамках объема пассажирских перевозок, ограниченных размерами пассажировместимости одного транспортного средства, они равны нулю. Это значит, что общий размер издержек по одному транспортному средству, находящемуся на маршруте, не зависит от количества перевозимых им пассажиров. Однако, для целей данного анализа эта условность не существенна.

Для современных транспортных операторов Риги административное установление тарифа попадает в промежуток от P_B до P_A . Данный вывод базируется на понимании невозможности функционирования в рыночных условиях транспортных операторов при уровне их тарифов ниже предельных издержек и отсутствии дотаций, покрывающих убыток. На основе этих же рассуждений можно утверждать, что уровень тарифов до начала 90-х годов в Восточноевропейских странах был ниже величины P_B , что соответствует положению на кривой спроса правее и ниже точки В и объему перевозок пассажиров большему, чем величина Q_B . Имевшие место при этом убытки перевозчиков, как уже отмечалось, покрывались (списывались) государством.

Однако, и в Западноевропейских странах отсутствует четкая единая методика определения тарифов, так как ни в одном государстве общественный транспорт не обслуживается полностью частным сектором. Тариф общественного транспорта развивался преимущественно исторически и главными инициаторами сохранения низкого уровня являлись и являются городские самоуправления; они же покрывают убытки транспортных операторов, возникающих как результат недостаточного уровня тарифа. Позитивным результатом данного положения, в частности, является то, что среди европейских городов имеются такие, в которых тариф не менялся 10 и более лет, что, в определенной мере, является фактором сдерживания загруженности городов легковыми индивидуальными автомобилями, как альтернативными средствами внутригородских поездок.

А.О'Салливан [1; с.574] делает вывод о том, что величина спроса на услуги общественного транспорта практически не зависит от изменений в размере стоимости проезда. По результатам эмпирических исследований им установлено, что при снижении стоимости проезда коэффициент ценовой эластичности спроса находится в пределах от -0,2 до -0,5; рост стоимости проезда на 10% уменьшает число пассажиров на 3,3%, что соответствует

эластичности спроса по цене на уровне $-0,33$. Несложно определить и ценовую эластичность по результатам изложенного там же опыта дерегулирования общественного транспорта как отрасли в Великобритании, когда рост тарифов в реальном выражении за два года на 35% сопровождался сокращением числа пассажиров на 14%, – коэффициент эластичности при этом равен $-0,4$.

Совершенно очевидно, что приведенные цифры, особенно четырнадцатипроцентное сокращение числа пассажиров, говорят о том, что вывод А.О'Салливана слишком категоричен. Они свидетельствуют о неэластичном, (а не об абсолютно неэластичном) характере спроса на услуги общественного транспорта. Это находится и в полном соответствии с основными положениями микроэкономической теории по ценовой эластичности спроса, в соответствии с которыми спрос на товары и услуги первой необходимости, а также на относительно дешевые, является менее эластичным по сравнению с более дорогими и не относящимися к предметам (услугам) первой необходимости. Подтверждением этому может быть и вывод К.А.Смолла [2] о том, что применительно к поездкам в период между часами пик ценовая эластичность выше, хотя и характеризует спрос по-прежнему как неэластичный.

Неэластичный спрос на городские пассажирские перевозки объясняет также влияние изменения тарифа на общий уровень транспортной выручки перевозчиков, – при увеличении тарифа выручка возрастает, при снижении тарифа – уменьшается. Наглядно это видно на графике (рис.1) – площадь прямоугольника OP_AAQ_A , соответствующая выручке при тарифе равном P_A , больше площади прямоугольника OP_BBQ_B – выручке при тарифе P_B . Следовательно, регулирование тарифов в сторону понижения логично влечет за собой (начиная с определенного уровня) необходимость субсидирования перевозчика для покрытия возникающих убытков.

В условиях городов Латвии сегодня можно прогнозировать регулирование тарифов в противоположном направлении. Основанием для этого является действующее в настоящее время условие Всемирного Банка о ежегодном повышении тарифов общественного транспорта на 5% сверх среднего годового уровня инфляции. При сохранении сложившейся тенденции число пассажиров в 2005 году сократится по сравнению с 1999 годом на 22%, что существенно повлияет на доходы транспортных операторов, – они возрастут на 19%. Однако это явится существенным фактором, препятствующим миссии общественного транспорта, – быть приемлемым для жителей и гостей любого города.

Неэластичным является и спрос на услуги общественного транспорта в зависимости от изменения продолжительности времени, затрачиваемого на дорогу – эластичность спроса по времени. По расчетам Доменкича, Крафта и Валетта [1] эластичность спроса по времени нахождения непосредственно в транспортном средстве составляет $-0,39$. Это значит, что 10%-ный рост продолжительности поездки снижает число пассажиров примерно на 3,9%. Эластичность спроса по времени подхода (т.е. затрачиваемого на то, чтобы добраться до остановки транспортного средства) возрастает до $-0,71$.

Проблема регулирования тарифов городского пассажирского транспорта должна решаться в комплексе с проблемой роста парка личных легковых автомобилей и перегруженности городских магистралей, особенно в часы пик. В личном пользовании рижан в 2001 году находилось 163715 легковых автомобилей. Их участие в осуществлении городских поездок нигде не учитывается и в статистике не показывается. Однако, несомненно, увеличение их роли в городских пассажирских перевозках значительно в большей степени влияет на транспортную насыщенность (загруженность) улиц, чем на рост числа перевозимых людей.

С точки зрения общественных интересов общественный транспорт в городе является более эффективным, что часто не совпадает с точкой зрения владельца автомобиля. Поскольку общественный транспорт и личные автомобили являются субститутными видами транспорта, меры государственного регулирования пассажирских перевозок должны быть направлены на стимулирование использования общественного транспорта и ограничение индивидуального.

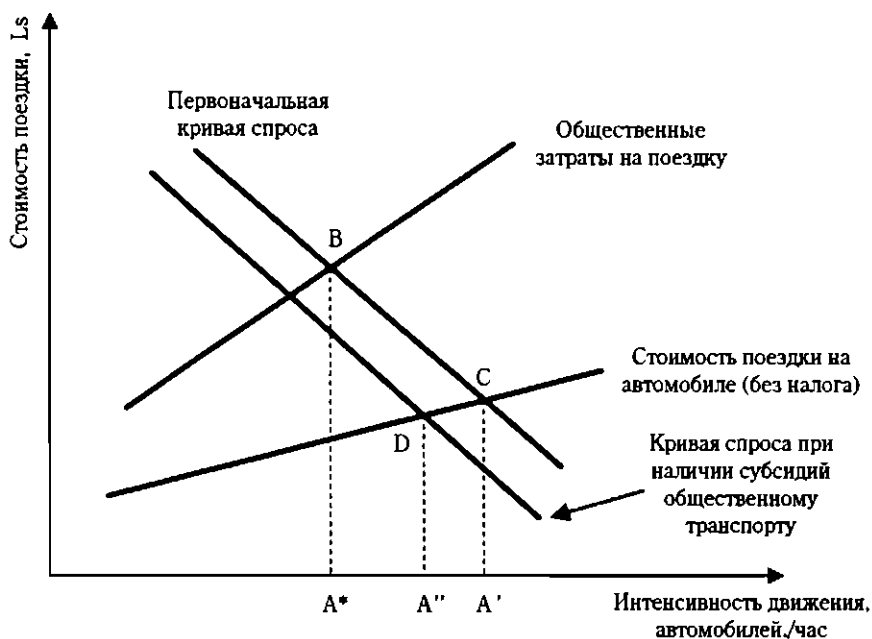
Среди известных мер, способствующих решению данной задачи, муниципальные власти могут применять налог на перегруженность. Сущность такого налога переложит дополнительные затраты, возникающие во внешней для водителя среде в результате перегруженности городских улиц (или отдельных дорог) на «виновников» этих затрат т.е. трансформировать внешние эффекты во внутренние и, тем самым, оптимизировать число транспортных средств на городских улицах. С точки зрения отдельного водителя при любой его реакции на налог он не должен восприниматься несправедливым. Водители, уплатившие такой налог и продолжающие пользоваться городскими улицами (или дорогами) сокращают время в пути, так как интенсивность движения снижается за счет водителей, не уплативших налог и прекративших пользование улицами (или дорогами).

Налог на перегруженность смещает кривую стоимости поездки на личном автомобиле вверх, трансформируя ее в кривую общественных затрат на поездку (рис.2а); равновесие перемещается по кривой первоначального спроса из точки С в точку В, а новое равновесное количество автомобилей определит интенсивность их движения, снизившуюся от значения A' до A^* .

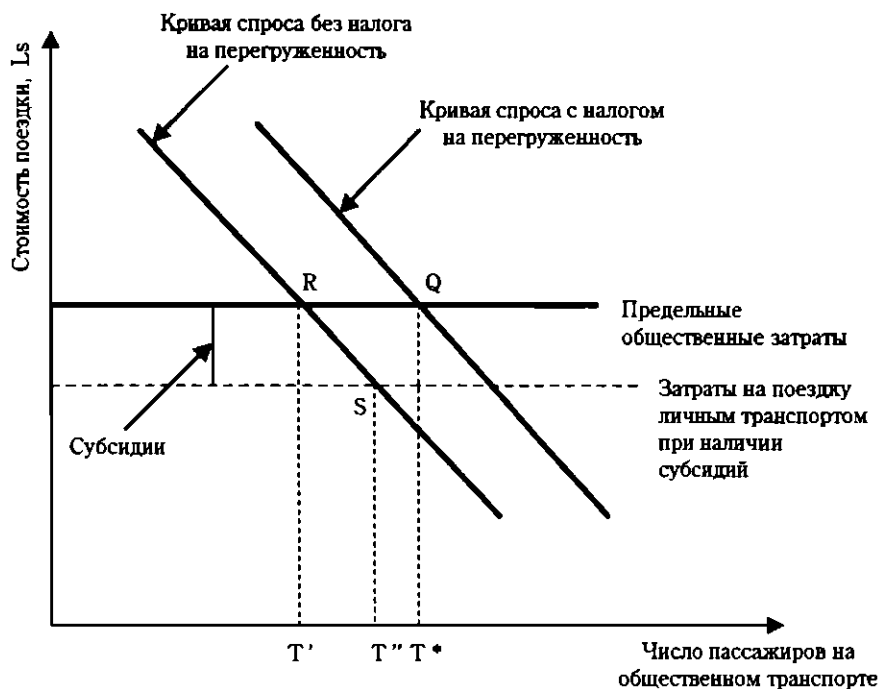
Альтернативой налогообложению поездок на автомобиле для перераспределения пассажирских перевозок является субсидирование общественного транспорта. Снижение стоимости проезда общественным транспортом приведет к тому, что некоторые водители «пересядут» с личных автомобилей на общественный транспорт. В результате уменьшится количество автомобилей на дороге и сократится разрыв между равновесным и оптимальным уровнями интенсивности. На графике это проиллюстрировано сдвигом кривой спроса влево – вниз и перемещением равновесия в точку D, которая соответствует равновесному состоянию интенсивности на уровне A'' .

На рис.2б показаны результаты названных изменений на рынке перевозок общественным пассажирским транспортом. Введение налога на перегруженность сдвигает кривую спроса на пассажирские перевозки вправо. При этом равновесие переместится из точки R в точку Q, а число пассажиров

возрастет с T' до оптимального T^* . Влияние субсидий на рис.26 показано перемещением равновесия из точки R в точку S, число пассажиров общественного транспорта возрастет до T'' , сократив разрыв между равновесным и оптимальным объемом пассажирских перевозок. Сопоставляя представленное на графике личных автомобилей (рис. 2а) и на графике пассажирского транспорта (рис. 26), можно заметить, что разрыв между равновесными и оптимальными значениями в результате субсидий на рынке общественного транспорта сужается быстрее, чем применительно к поездкам личным транспортом. Это следует трактовать так: субсидия увеличивает пассажиропоток общественного транспорта быстрее, чем уменьшает интенсивность движения автомобилей, то есть перекрестная эластичность субститутных услуг довольно низкая. Причина заключается в том, что снижение тарифа привлекает дополнительных пассажиров не только из числа водителей, отдавших предпочтение трамваю, троллейбусу или автобусу.



а) Личные автомобили



б) Пассажирский транспорт

Рис. 2. Влияние налога и субсидий на личный и общественный городской транспорт
The Influence of Tax and Subsidies to Private and Public Urban Transport

Обобщая изложенное, можно сделать следующие выводы:

решая проблему регулирования тарифов, городской пассажирский транспорт следует рассматривать как специфичный отраслевой рынок и как сложную подсистему инфраструктуры города;

рынок пассажирских городских перевозок является рынком доминирующей олигополии или частичной монополии, что, в сочетании с его большой социальной значимостью, обуславливает необходимость его регулирования;

основные направления регулирования социально приемлемые транспортные тарифы и рациональное с точки зрения общественных интересов и всей городской инфраструктуры распределение пассажирских перевозок по видам транспорта;

основные инструменты тарифного регулирования налог на перегруженность и субсидии;

основными индикаторами тарифного регулирования являются эластичность спроса по цене, по времени, а также перекрестная эластичность.

Перспективы вступления Латвии в ЕС связаны с предстоящими изменениями многочисленных экономических норм и положений, приведением их в соответствие с общепринятыми в объединенной Европе. В Министерстве сообщений Латвии и в Рижской Думе, в частности, в этом направлении работают несколько рабочих групп, для которых изложенные в настоящей статье теоретические и методические положения и предложенные инструменты тарифного регулирования могли бы составить определенный практический интерес.

ЛИТЕРАТУРА

1. О'Салливан А. *Экономика города*. М.:ИНФРА-М, 2002. 706 с.
2. Small, Kenneth A. Urban Traffic Congestion: A New Approach to the Gordian Knot, *Brooking Review*, 11, 1993, pp. 6-11.
3. Sprancmanis N. *Transporta pakalpojumu ekonomika un organizācija*. Rīga: RTU, 2001.
4. Sprancmanis N. Par valsts ekonomisko politiku iekšzemes transportā, *Latvijas Zinātņu Akadēmijas Vēstis*, 1997, Nr. 3/4.
5. *Transports un sakari 2001. gadā*. R.: Latvijas CSP, 2002. 100 lpp.

The Problems of Rate Regulation of Urban Passenger Transport

Summary

The scientifically grounded opinion on the problem of rate regulation of urban passenger transport is given. It is formed on the basis of fundamental statements of the economical theory and its adoption to the urban passenger transport. The urban passenger transport is looked through as an element of urban infrastructure, that is connected with other elements. The necessity of the accounting the endogenous and exogenous factors in adjustment and regulation of tariffs is shown. The results of the investigation of the influence of price, time and criss-cross demand flexibility on the passenger transfer are particularly analysed. There are offered the possible ways of tariff regulation of the passenger transfer demand.

Pilsētas pasažieru transporta tarifu regulēšanas problēmas

Kopsavilkums

Tiek izteikts zinātniski pamatots uzskats par pilsētas pasažieru transporta tarifu regulēšanas problēmu, kas izveidots ekonomikas teorijas fundamentālo stāvokļu izlietošanas un to adaptācijas pamatā pilsētas pasažieru transportam.

Pilsētas pasažieru transports tiek izskatīts kā pilsētas infrastruktūras elements, kas ir savstarpēji saistīts ar citiem elementiem. Tiek noteikta nepieciešamība uzskaitīt iekšējo un ārējo faktoru ietekmi tarifu uzstādīšanā un regulēšanā. Ir analizēti un parādīti pētīšanas rezultāti cenas, laika un krusteniskā pieprasījuma elastīguma ietekmē uz pasažieru pārvadāšanu. Tiek piedāvāti iespējamie ceļi pārvadāšanas pieprasījuma tarifa regulēšanai.

Bezskaidras naudas norēķinu loma Latvijas tautsaimniecībā

Cashless Settlement Systems and Its Role in Latvian Economy

Dzintars Striks
Latvijas Universitāte
Ekonomikas un vadības fakultāte
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

Zinātniski tehniskais progress 21.gadsimtā ieņem arvien pieaugošu nozīmi, un jaunāko tehnoloģiju pieejamība kļūst par noteicošo faktoru jebkuras valsts tautsaimniecības attīstībā.

Viena no sfērām, kas balstās uz jaunākajiem zinātniski tehniskajiem sasniegumiem, ir informācijas tehnoloģijas, un, savukārt, jebkuras tautsaimniecības funkcionēšanas pamatā ir maksājumu un norēķinu sistēmas. Moderna tautsaimniecība nav iedomājama bez operatīviem, ērtiem un drošiem norēķiniem, kas balstīta uz bezskaidras naudas plūsmu datorizētu apstrādi.

Elektroniskie bezskaidras naudas norēķini arvien intensīvāk izspiež no savām pozīcijām līdz šim dominējošos skaidras naudas un uz papīra dokumentiem balstītos norēķinus.

Bez praktisko ikdienas biznesa vajadzību nodrošināšanas, bezskaidras naudas norēķiniem ir arī daudz plašāka tautsaimnieciska nozīme. Līdz ar bezskaidras naudas norēķinu nostiprināšanos ikdienas maksājumu apkalpošanā palielinās valsts institūciju iespējas kontrolēt ekonomiskos procesus valstī, ierobežojot "ēnu ekonomiku" vai nepieļaujot "naudas atmazgāšanu"

Maksājumu un norēķinu sistēmas Latvijas Republikā ir attīstījušās vienlaicīgi ar pašu Latvijas tautsaimniecību.

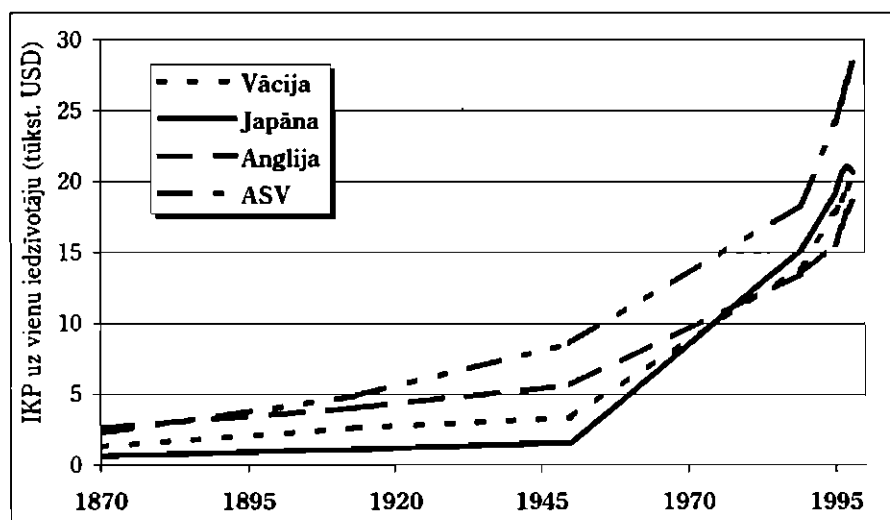
Šobrīd Latvijā pastāv vairāki norēķinu veidi un dažādas maksājumu sistēmas. Lai arī joprojām ikdienas norēķiniem visvairāk tiek izmantota skaidra nauda, arvien pieaug tādu salīdzinoši jaunu maksāšanas instrumentu popularitāte kā maksājumu kartes, norēķini globālajā pasaules timeklī un mobilie norēķini.

Lai būtu iespējams precīzāk prognozēt turpmākās Latvijas ekonomikas attīstības scenārijus, ir nepieciešama norēķinu jomā novērojamo tendenču detalizēta analīze un to ietekmes uz Latvijas tautsaimniecību izpēte.

Atslēgvārdi: norēķinu un maksājumu sistēmas, bezskaidras naudas norēķini, norēķinu instrumenti

PASAULES EKONOMISKĀS ATTĪSTĪBAS TENDENCE

Pēdējā gadsimta laikā pasaules ekonomika ir piedzīvojusi vētrainu un strauju attīstību, galvenokārt pateicoties zinātniski tehniskā progressa straujai attīstībai. Apskatot vienu no ekonomikas attīstības rādītājiem, iekšzemes kopprodukta apjomu uz vienu iedzīvotāju, kas vienlaicīgi ir pietiekoši universāls makroekonomikas rādītājs, salīdzinot dažādu valstu ekonomikas, var secināt, ka īpaši strauja pasaules ekonomikas attīstība novērojama pēc Otrā pasaules kara (1. attēls). No 1. attēla ir redzams, ka straujāku attīstību ir spējušas panākt valstis ar atvērtāku pieeju inovatīvām tehnoloģijām.



1. att. IKP uz iedzīvotāju pieauguma tempi pasaulē [9.190; 10.201]
Growth rate of GDP per capita in world

Līdz ar to var secināt, ka 21. gadsimtā zinātniski tehniskais progress ieņem arvien pieaugošu nozīmi, un jaunāko tehnoloģiju pieejamība kļūst par noteicošo faktoru jebkuras valsts tautsaimniecības attīstībā.

Jāatzīmē, ka pagājušā gadsimta otrajā pusē radās un strauji attīstījās arī tāda nozare kā datortehnika un līdz ar to arī informācijas apstrādes tehnoloģijas, ko pēdējos gadu desmitos pavada arī visaptveroša pasaules ekonomikas globalizācija. Arvien lielāka loma mūsdienu tautsaimniecībā ir informācijai, pie kam visplašākajā nozīmē, sākot ar tās pieejamību vispār un beidzot ar tās efektīgu izmantošanu. Nacionālās ekonomikas izaugsme nav iedomājama bez jaunāko informācijas tehnoloģiju sasniegumu pielietojuma.

NORĒĶINU UN MAKSĀJUMU SISTĒMU IETEKME UZ TAUTSAIMNIECĪBU

Viena no sfērām, kas balstās uz informācijas tehnoloģijām un kas ir jebkuras tautsaimniecības ekonomiskās infrastruktūras pamatā, ir maksājumu un norēķinu sistēmas.

Maksājumu sistēma būtiski veicina finanšu sektora attīstību valstī, nodrošinot bezskaidras naudas līdzekļu norēķinus starp bankām. Tikai ar efektīvas maksājumu sistēmas starpniecību centrālā banka var veikt arī savu galveno uzdevumu – īstenot monetāro politiku [1; 1].

Valsts maksājumu sistēmas galvenie elementi ir finanšu iestādes un sistēmas infrastruktūra (maksājumu tehniskā un administratīvā pārvalde). Latvijas Banka organizē un uztur šo infrastruktūru, izstrādā un apstiprina tās darbību regulējošos noteikumus, analizē un prognozē notikumu attīstību, lai padarītu maksājumu sistēmas darbību iespējami efektīvāku [1; 1].

Lai būtu iespējams precīzāk prognozēt turpmākos Latvijas ekonomikas attīstības scenārijus, ir nepieciešama norēķinu jomā novērojamo tendenču detalizēta analīze un to ietekmes uz Latvijas tautsaimniecību izpēte.

1. tabula

**Maksājumu sistēmu apstrādāto transakciju
apjoms un IKP G10 valstīs 1994.gadā**
Payment flows and GDP in G10 countries at 1994

	Maksājumu sistēmu gadā apstrādāto transakciju apjoms (1000 miljardi USD)	Maksājumu sistēmās apstrādāto transakciju apjoma attiecība pret IKP	Darba dienas, kas nepieciešamas, lai apstrādātu IKP ekvi- valentu finansu apjomu
Anglija	42,9	41,9	6
ASV	506,5	73,7	3¼
Beļģija	10,9	47,5	5¼
Francija	58,3	43,9	5½
Itālija	20,4	29,9	12½
Japāna	463,4	100,9	2½
Kanāda	11,6	20,7	12
Nīderlande	12,4	37,5	6¼
Šveice	24,5	93,9	2¼
Vācija	129,1	63,0	4
Zviedrija	6,4	32,6	7¼

Avots: [7.8]. Pirmavots: Bank for International Settlements "Statistics on Payment Systems in the Group of Ten Countries" Bāzele, 2000, 142. lpp.

Mūsdienu ekonomikā pieaug operatīvu, ērtu un drošu norēķinu nozīme, kas ir balstīta uz bezskaidras naudas plūsmu datorizētu apstrādi. Šādu apgalvojumu var izvirzīt, analizējot pasaules valstu pieredzi savu ekonomisko subjektu savstarpējo norēķinu nodrošināšanā. Tā pēc Anglijas Bankas pētījumiem ir redzams, ka jau deviņdesmito gadu vidū bezskaidras naudas norēķiniem bija ļoti būtiska loma pasaules attīstītāko valstu ekonomikās (1. tabula).

Tā, šeit redzams, ka Kanādai, lai tās maksājumu sistēmas spētu apstrādāt finanšu plūsmas apjomu, kas vienlīdzīgs ar pašas Kanādas gada iekšzemes kopproduktu, nepieciešamas tikai 12 darba dienas. Savukārt, vienai no Āzijas finanšu metropolei – Japānai attiecīgi ir vajadzīgas tikai 2,5 darba dienas, pie tam tās kopējais maksājumu sistēmu apstrādātais finanšu apjoms ir viens no lielākajiem pasaulē, ko apsteidz tikai ASV, un arī tur ir nepieciešamas tikai 3¼ darba dienas, lai apstrādātu ASV gada IKP ekvivalentu finanšu plūsmas apjomu.

Attīstoties norēķinu instrumentos izmantotajām tehnoloģijām un finanšu globalizācijas iespaidā, maksājumu plūsmu apjomi, kas tiek apstrādāti norēķinu sistēmās pieaug, tāpat pieaug arī naudas aprites ātrums. Piemēram, analizējot datus par vienu no iepriekš pieminētajām valstīm – Beļģiju, nonākam pie secinājuma, ka bezskaidras naudas norēķinu sistēmas ietekme valsts tautsaimniecībā arvien pieaug (2. tabula).

2. tabula

Maksājumu sistēmu apstrādāto transakciju apjoms un IKP attiecību dinamika Beļģijā Dynamics of payment flows and GDP relation in Belgium

	1996	1997	1998	1999	2000
IKP (miljardi EUR) *	212,7	216,4	224,3	235,5	248,3
Maksājumu sistēmu gadā apstrādāto transakciju apjoms (miljardi EUR)	17666,3	18692,2	20598,1	34890,3	37647,4
Maksājumu sistēmās apstrādāto transakciju apjoma attiecība pret IKP	83,1	86,4	91,8	148,1	151,6
Darba dienas, kas nepieciešamas, lai apstrādātu IKP ekvivalentu finanšu apjomu	3,0	2,9	2,7	1,7	1,6

Avots: [5.1; 6.3]

* Pirmavots: Bank for International Settlements "Statistics on Payment Systems in the Group of Ten Countries" Bāzele, 2000, 142. lpp.

Šajā kontekstā pētot Latvijas norēķinu un maksājumu sistēmās apstrādātās naudas plūsmas, redzams ka Latvijas tautsaimniecībā bezskaidras naudas norēķini spēlē tik pat būtisku lomu kā attīstītajās valstīs deviņdesmito gadu pirmajā pusē (3. tabula).

3. tabula

**Maksājumu sistēmu apstrādāto transakciju
apjoms un IKP attiecību dinamika Latvijā**
Dynamics of payment flows and GDP relation in Latvia

	2000	2001
IKP (miljoni LVL) *	4348,3	4758,6
Maksājumu sistēmu gadā apstrādāto transakciju apjoms (miljardi LVL)	194,4	265,7
Maksājumu sistēmās apstrādāto transakciju apjoma attiecība pret IKP	44,7	55,8
Darba dienas, kas nepieciešamas, lai apstrādātu IKP ekvivalentu finanšu apjomu	5,6	4,5

Avots: [5.1; 6.3]

* Pirmavots: Bank for International Settlements "Statistics on Payment Systems in the Group of Ten Countries" Bāzele, 2000, 142. lpp.

Tādējādi ir acīm redzami, ka bezskaidras naudas norēķini arvien intensīvāk izspiež no savām pozīcijām līdz nesenai pagātnei dominējošos skaidras naudas un uz papīra dokumentiem balstītos norēķinus. Šis apgalvojums attiecas kā uz pasaules valstu tautsaimniecību kopumā, tā arī uz Latvijas ekonomiku konkrēti.

BEZSKAIDRAS NAUDAS NORĒĶINU ATTĪSTĪBA

Attīstoties informācijas tehnoloģijām, pilnveidojas arī maksājumu sistēmas un tās kļūst pieejamākas. Vienlaicīgi attīstoties tautsaimniecībai, pieaug pieprasījums pēc moderniem norēķinu līdzekļiem. Savukārt, palielinoties lietotāju skaitam, aug prasības pret pašu sistēmu funkcionalitāti, kas stimulē tālāku tehnoloģisko iespēju izpēti un jaunatklājumu nekavējošu ieviešanu praksē.

Analizējot maksājumu instrumentu izmantošanas intensitāti un salīdzinot savstarpējo īpatsvaru kopējā bezskaidras naudas maksājumu plūsmā, ja no apstrādāto darījumu skaita viedokļa tautsaimniecības ikdienas ekonomisko procesu nodrošināšanā joprojām lielu lomu spēlē papīra čeku izmantošana, īpaši tas redzams Ziemeļamerikas lielākajās valstīs ASV un Kanādā (4. tabula).

4. tabula

**Bezskaidras naudas maksājumu instrumentu ipatsvara sadalījums
(1994.gadā % no kopējā darījumu skaita G10 valstīs)
Relative importance of cashless payment instruments
(Year 1994 by % of total number of transactions at G10 countries)**

	Čeki	Kredīta pārvedumi	Tiešais debets	Maksājumu kartes	Citi instrumenti
Anglija	40	20	17	23	
ASV	78	2	1	19	
Beļģija	12	61	9	18	
Francija	47	16	12	16	9
Itālija	34	47	5	5	9
Kanāda	53	6	6	35	
Nīderlande	6	64	22	8	
Šveice	3	78	3	16	
Vācija	8	49	40	3	
Zviedrija		82	6	12	

Avots: [3.2, 1.35]. Pirmavots: Bank for International Settlements: "Statistics on Payment Systems in the Group of Ten countries" Dati par Japānu nav pieejami. Īpatsvars, kas mazāks par 0,5%, nav norādīts.

Savukārt, pētot apstrādāto naudas plūsmu apjomus, jānonāk pie secinājuma, ka visbūtiskākais norēķinu instruments ir elektroniskie kredīta pārvedumi, kā, piemēram, Šveicē tie praktiski veido visu kopējo norēķinu plūsmu (5. tabula).

5. tabula

**Bezskaidras naudas maksājumu instrumentu ipatsvars pēc darījumu
apjoma (1994.gadā % no kopējā darījumu apjoma G10 valstīs)
Relative importance of cashless payment instruments
(Year 1994 by % of total volume of transactions at G10 countries)**

	Čeki	Kredīta pārvedumi		Tiešais debets	Maksājumu kartes	Citi instrumenti
		Elektroniskie	Papīra			
Anglija	8	89	2	1		
ASV	12	87		1		
Beļģija	5	25	69	1		
Francija	4	37	57	1		1
Itālija	5	85	9			1
Kanāda	99	1				

5. tabulas turpinājums

	Čeki	Kredīta pārveidumi		Tiešais debets	Maksājumu kartes	Citi instrumenti
		Elektroniskie	Papīra			
Nīderlande	..	99		1	..	
Šveice		100				
Vācija	2	73	23	2		
Zviedrija		66	30	3	1	

Avots: [7.17]

BEZSKAIDRAS NAUDAS NORĒĶINI LATVIJĀ

Tuvāk pētot Latvijas norēķinu instrumentu attīstības dinamiku, redzams, ka Latvijā šie procesi attīstās līdzīgi kā Eiropas valstīs. Tā darījumu skaita ziņā ir vērojama, uz papīra dokumentiem balstītu, bezskaidras naudas norēķinu samazinājumu un elektronisko darījumu pieaugums (6. tabula).

6. tabula

**Bezskaidras naudas maksājumu instrumentu īpatsvara sadalījums
Latvijas norēķinu sistēmās (darījumu skaita tūkstošos)
Relative importance of cashless payment instruments
at Latvia payment systems (numbers are in thousands)**

	Čeki	Kredīta pārveidumi		Tiešais debets	Maksājumu kartes	Citi instrumenti
		Elektroniskie	Papīra			
1993	11	120,4	21057,3	5	33,6	25304,8
1994	20,1	242,2	20762,8	60	258,9	30609,7
1995	31,8	1571,1	43217,6	150	350,9	35708,3
1996	39,3	4090,8	26139,5	230	547,9	39383,6
1997	50	10832,4	16203,9	301,6	2618,1	45441,6
1998	50,9	11355,1	3611,9	8,6	2045,2	n.a.
1999	76,7	21288,2	286,6	10,7	2545,1	n.a.
2000	99,3	34298,6	0,05	20	7534,1	46126,5
2001	100,3	39833,8	0,6	49,7	10965,7	46695,9

Avots: [1.16; 2.48]

Pēc 6. tabulas nav grūti aprēķināt, ka apstrādāto transakciju skaita ziņā vispopulārākais maksāšanas instruments ir iekļauts kolonnā "citi instrumenti", kas saskaņā ar Latvijas bankas informāciju ir pasta pārvedumi. Apskatītājā laika periodā pasta pārvedumu transakcijas īpatsvars gan ir samazinājies no 54% 1993. gadā līdz 48% 2001. gadā.

Latvijā, tāpat kā vairumā Eiropas valstu, pēc apjomiem pēdējā laikā ir novērojama spēcīga elektronisko kredīta pārvedumu dominante pār pārējiem norēķinu instrumentiem (7. tabula). Praktiski no 1999. gada Latvijā ir izveidojusies Šveicei līdzīga situācija, kad elektroniskie kredīta pārvedumi no bezskaidras naudas norēķiniem veido praktiski visu apjomu. Arī pasta pārvedumi (sk. 8. tabulas kolona – citi instrumenti) veido tikai 0,5% procentus no kopējā bezskaidras naudas darījumu kopapjoma.

7. tabula

Bezskaidras naudas maksājumu instrumentu īpatsvara sadalījums Latvijas norēķinu sistēmās (darījumu apjoma, miljonos Ls) Relative importance of cashless payment instruments in Latvia payment systems (volume, in millions Ls)

	Čeki	Kredīta pārvedumi		Tiešais debets	Maksājumu kartes	Citi instrumenti
		Elektroniskie	Papīra			
1993	2,7	2197,4	6552,1		1,9	408,2
1994	5,7	4142,1	11473,7		7,6	430,6
1995	10,7	16244	12571,6		24,3	279,2
1996	12,4	33689,8	17818,2		61,2	350,1
1997	18,7	55528,6	24863,8	0,9	191,5	443,7
1998	20,6	53243	4195,1	0,7	56,5	n.a.
1999	24,3	63401,2	711,4	3	98,8	1061
2000	27,5	120375,9	1,1	20	199,3	1022,5
2001	36,3	181596,2	1,1	49,3	213,2	998,1

Avots: [1.16; 2.48]

Arī pasta pārvedumi (sk. 9. tabulas kolonnā – citi instrumenti), lai arī pēc darījuma skaita apsteidza kredīta pārvedumus, veido tikai 0.5% no kopējā bezskaidras naudas darījumu kopapjoma (sk. 8. tabulu).

8. tabula

**Bezskaidras naudas maksājumu instrumentu īpatsvara sadalījums
Latvijā attiecībā pret darījumu apjomu (procentos)
Division of relative importance of cashless payment instruments
by volume of transactions at Latvia (%)**

Gads	Čeki	Kredīta pārvedumi		Tiešais debets	Maksājumu kartes	Citi instrumenti
		Elektroniskie	Papīra			
1993	0,03	23,98	71,51	0,00	0,02	4,46
1994	0,04	25,79	71,44	0,00	0,05	2,68
1995	0,04	55,76	43,16	0,00	0,08	0,96
1996	0,02	64,87	34,31	0,00	0,12	0,67
1997	0,02	68,51	30,68	0,00	0,24	0,55
1998	0,04	92,57	7,29	0,00	0,10	n.a.
1999	0,04	97,09	1,09	0,00	0,15	1,62
2000	0,02	98,96	0,00	0,02	0,16	0,84
2001	0,02	99,29	0,00	0,03	0,12	0,55

Pašlaik Latvijas Bankā darbojas divas sistēmas, ar kuru palīdzību tiek nodrošināti starpbanku norēķini:

1) Elektroniskā klīringa sistēma (EKS), kura sāka darbu 1998. gada 17. novembrī, aizstājot iepriekšējo, uz papīra dokumentu apstrādi balstīto, klīringa sistēmu, un tiek izmantota klientu maksājumiem.

2) no 2000. gada 8. septembra sākusi darboties jaunā Latvijas Bankas starpbanku automatizētā maksājumu sistēma (SAMS). Tādējādi Latvijas Bankas starpbanku norēķinu sistēmas ir pilnībā automatizētas un atbilst Eiropas Savienības prasībām [1.1].

Līdz ar bezskaidras naudas norēķinu nostiprināšanos ikdienas maksājumu apkalpošanā palielinās valsts institūciju iespējas kontrolēt ekonomiskos procesus valstī, ierobežojot “ēnu ekonomiku” vai nepieļaujot “naudas atmazgāšanu”. Ņemot vērā, ka pēc LR EM aprēķiniem ēnu ekonomikas apjoms 2000. gadā tika noteikts 20% apmērā [4.22], norēķinu sistēmu izplatība var pozitīvi ietekmēt valsts fiskālo politiku.

KOPSAVILKUMS

1. Norēķinu sistēmas būtiski veicina finanšu sektora attīstību valstī, un ietekmē tautsaimniecības attīstības tempu.
2. Bezskaidras naudas norēķinos elektroniskie norēķini arvien intensīvāk izspiež no savām pozīcijām dominējošās uz papīra dokumentiem balstītās, maksāšanas sistēmas.
3. Elektroniskās norēķinu sistēmas būtiski paātrina naudas apriti ekonomikā.
4. Elektronisko norēķinu ietekme uz tautsaimniecību pieaug.
5. Īpaši liela loma Latvijas tautsaimniecībā ir elektroniskajiem kredīta pārvedumiem, kas nodrošina kā starpbanku norēķinus, tā arī ekonomisko subjektu savstarpējos norēķinus.
6. Pēc apstrādāto transakciju skaita vispopulārākais bezskaidras naudas norēķina veids Latvijā ir pasta pārvedumi.
7. Pēdējos gados Latvijā arvien pieaug modernu elektronisko norēķinu sistēmu popularitāte.
8. Līdz ar bezskaidras naudas norēķinu nostiprināšanos ikdienas maksājumu apkalpošanā, palielinās valsts institūciju iespējas kontrolēt ekonomiskos procesus valstī, ierobežojot "ēnu ekonomiku"

LITERATŪRA

1. Latvijas Banka. Latvijas maksājumu sistēmu apraksts <http://www.europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/>. 2000. (10.01.03)
2. Latvijas Banka. Monetārais Apskats I. 1998, 59. lpp.
3. LR CSP. Galvenie sociālekonomiskie rādītāji. <http://www.csb.lv/Satr/rad/A1.cfm?kurs3=A1>. (10.01.2003)
4. Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. Rīga: LR EM <http://www.lem.gov.lv/Lv/News/Reports/> 2000. (01.04.01.) 148. lpp.
5. Bank for International Settlements "Statistics on Payment Systems in the Group of Ten Countries" Basle, 1995. 144 p.
6. Bank for International Settlements "Statistics on Payment Systems in Selected Countries" Basle, 2002. 230 p.
7. David Sheppard Payment Systems. Center for Central Banking Studies Bank of England. London, 1996. 56 p.
8. Latvijas Banka. Blue Book – Payment systems in countries that have applied for membership of the European Union. Latvia, Rīga.
9. Andrew B. Abel a.a. Macroeconomics. European edition. 1998, p. 682.
10. World Fact Book 2000. ICT, 2001.

Cashless Settlement Systems and Its Role in Latvian Economy

Summary

Scientific and technological progress is taking a very important place and availability of new technologies, that become as a decisive factor of the development of national economy of any country in the 21st century.

Modern economic cannot be imagined without a real use in practise of the last scientific achievements in Information and Technology.

Payment and settlement systems are one of the sphere that is based on the information technologies and that is as a basis of any national economy.

That is why cashless payments gradually supersede cash payments that have been dominating up to now. Cashless payments have got much wider meaning in the national economy. The state institutions are able to increase the control of economic processes fastening the usage of cashless payment system in everyday payment services; this could also decrease "shadow economy" or not permit "money laundry"

The payment and settlement systems in Latvia have developed together with the Latvian national economy. There are several payment types and different payment systems in Latvia at the moment.

The most common are still cash payments, but more and more popular are becoming also such modern types of payments as payment cards, payments on the Internet, and we are very close on next revolution in payment systems with mobile payments.

To get precise prognoses of the developing situations and to keep control on national economic development tools, it is necessary to make detailed analyses of the latest tendencies in the payment sphere.

Системное реформирование промышленных предприятий в условиях переходной экономики

System Approach on Industrial Enterprises' Reformation in the Conditions of Transitional Economics

Александр Шенкман
Латвийский университет
Факультет экономики и управления
Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

I. АННОТАЦИЯ

В последние десять – пятнадцать лет XX-ого века мировое хозяйство вступило в эпоху принципиально новых перемен, соизмеримых с трансформациями первой половины этого же века, когда создавалась социалистическая система хозяйствования. Основной новой тенденцией развития стал массовый отказ от социалистических принципов хозяйствования, в результате чего появилось множество стран, где централизованно-планируемая экономика и административные методы хозяйствования стали заменяться рыночными. Однако пока называть эти страны – странами рыночной экономики было бы неверно.

Впервые в мировом хозяйстве возникла так называемая «переходная» экономика – современная экономическая система, в которой идет преобразование централизованно планируемой экономики в рыночную. В эту группу стран входят бывшие социалистические страны Восточной Европы; государства, ранее входившие в СССР; а также Китай, Монголия, Вьетнам и пр.

Следует отметить принципиальное различие переходной и развивающейся экономик. Развивающиеся экономики трансформируются от традиционной через смешанную к рыночной экономике эволюционным путем, как правило, в течение значительного времени с определенными, отработанными опытным путем механизмами. Переход от централизованно-плановой к рыночной экономике является совершенно новым типом трансформаций, по сути, это исторический феномен конца XX столетия.

Итак альтернативы переходной экономике нет. Централизованно планируемая экономика должна, так или иначе, трансформироваться через переходную к рыночной экономике.

Сущность переходной экономики **первоначальное накопление капитала**. Основными особенностями его является:

первоначальное накопление капитала главным образом, непроизводственным, неэкономическим путем;
неэкономическое перераспределение ранее созданного богатства.

Но это необходимо для подготовки условий для нормального воспроизводства новых рыночных отношений и их материальных предпосылок и условий. Сама необходимость перехода к рыночной экономике обусловлена объективным вектором мирового развития.

В качестве одной из основных проблем стран с переходной экономикой следует отметить **деформированность материально-технической структуры** экономики. Это объясняется, во-первых, определенным сложившимся в странах социализма международным разделением труда, а, во-вторых, централизованной политикой развития структуры промышленного и сельскохозяйственного производства внутри государств социалистического лагеря, которая зачастую определялась конъюнктурными, волюнтаристскими соображениями.

Особенные трудности сейчас испытывают государства, появившиеся в результате распада более крупных социалистических государств. Так, например, структура промышленности СССР была такова, что развитие материально-технического потенциала шло, как правило, без учета республиканских особенностей. После распада СССР отдельные образовавшиеся государства получили в наследство несбалансированную структуру национальных экономик. К рубежу третьего тысячелетия страны переходной экономики столкнулись с угрозой оказаться на периферии нового формирующегося мира. Существует реальная опасность остаться за рамками процессов глобализации, становления открытого сообщества и постиндустриальной, информационной экономики.

Отсюда основные **общие проблемы переходной экономики**.

неблагоприятный инвестиционный климат и в соответствии с этим проблемы инвестиционной активности;

нестабильная правовая среда;

определенная деградация научно-производственного потенциала;

отсутствие четкой инвестиционной и структурной политики государства;

структурная деформация экономики: повышение доли сырьевой специализации отраслей, ориентированных на экспорт, и сокращение производства товаров конечного спроса, ориентированных на внутренний рынок;

ослабление государственного контроля над структурообразующими отраслями экономики.

Основные направления развития стран с переходной экономикой включают:

завершение этапа первоначального накопления капитала и введение его в «законодательные», цивилизованные рамки;
создание адекватной рыночным условиям структуры экономики;
реформирование экономики с ориентацией на социальные аспекты.

Социальная ориентация реформирования экономики означает усиление ее социальной составляющей, т.е. все большая часть ресурсов общества, мобилизуемых государством, должна направляться на различные виды социального страхования, медицинское обслуживание, образование.

Итак, реформирование – ключевое действие в переходной экономике. Реформирование должно быть системным, т.е. затрагивать все уровни и аспекты (политические, экономические, правовые, социальные и пр.), быть целенаправленным.

Таблица 1

Системное реформирование переходной экономики
Systematic Reformation of the Transition Economy



Комментарий к Таблице 1. Таблица 1 иллюстрирует тезис системности реформирования переходная экономика система в рамках мирового хозяйства; структурообразующих отрасли важнейшие подсистемы переходной экономики, ее базис; головные предприятия подсистемы, каркас отраслей; соответственно, стратегические зоны (направления) хозяйствования – подсистемы предприятий. Каждая из подсистем является сама по себе системой и эффективное реформирование возможно только при учете этой системной иерархии, для реформирования подсистем всегда

необходим учет внешних обстоятельств и действий в смежных, выше- и нижестоящих системах.

Если в начале переходного периода в большинстве стран превалировало мнение, что достаточно стать самостоятельным государством, ввести право частной собственности и объявить начало рыночной экономики и далее все пойдет само собой, то по истечении определенного времени и накопления отрицательного и положительного опыта, практически все страны разрабатывают государственные программы своего социально-экономического развития, рыночных реформ, модернизации экономики.

Макроэкономические стратегии развития (реформирования) экономики в переходном периоде предполагают:

- ориентацию на структурообразующие отрасли национальной экономики;

- ориентацию на развитие в структурообразующих отраслях сильных корпоративных структур, способных к формированию конкурентной рыночной отечественной среды, т.е. национальных лидеров локомотивов экономического роста.

Если для развитых стран, обладающих относительно стабильными условиями функционирования отраслей промышленности, проблемы реформирования являются в значительной мере стандартизированными, то для экономики переходного периода, в условиях зачастую непредсказуемых экономических трансформаций, передела собственности реформирование является своего рода искусством и не может быть единых рецептов его эффективного осуществления.

Итак, сердцевиной рационального реформирования экономики является ***развитие структурообразующих отраслей и корпораций.***

Структурообразующими отраслями экономики являются те отрасли, которые в совокупности дают основной вклад (более 80 %) в производство товарной продукции и являются основой для остальных отраслей экономики. Такими отраслями, как правило, являются топливно-энергетический комплекс, транспорт, металлургия, машиностроение, сырьевые отрасли и пр.

Динамика структуры производства по основным отраслям промышленности России представлена на таблице 2. Приведенные данные свидетельствуют о росте значимости структурообразующих отраслей в экономике страны, а также о положительной динамике развития структурообразующих отраслей экономики России.

Таблица 2

**А. Динамика структуры производства товарной
продукции в промышленности России**
A. Dynamics of the Production Structure of Goods in Industry of Russia

<i>Наименование</i>	<i>1990</i>	<i>1995</i>	<i>1998</i>	<i>2001</i>
Промышленность в целом, %	100	100	100	100
Топливо-энергетический комплекс	20,7	29,7	29,9	31,0
Черная металлургия	8,8	9,3	9,1	8,0
Цветная металлургия	6,3	6,6	6,7	9,0
Химическая и нефтехимия	9,4	8,1	7,7	6,0
Машиностроение	21,1	18,2	18,0	21,0
Пищевая промышленность	10,7	12,1	12,1	14,3
Прочие отрасли	23	16	16,5	10,7

**Б. Динамика валовой продукции промышленности по производственным
комплексам в период 1998-2001 годов, в % к предыдущему году**

**B. Dynamics of industry's gross output produce at the set of production
enterprises in 1998-2001, in % compare to the previous year**

<i>Наименование</i>	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Промышленность в целом	98,4	108,1	109	104,9
Топливо-энергетический комплекс	97,5	101,7	104,0	104
Металлургический комплекс	93,5	111,3	113,4	102
Химико-лесной комплекс	95,3	119,8	112,3	104,2
Инвестиционный	92,8	114,6	114,4	106,2
Потребительский комплекс	97,1	108,7	108,6	107,8

Источник: расчет по данным Госкомстата России

Структурообразующие отрасли являются базисом экономики, имеют схожие проблемы и тенденции развития; существенно взаимосвязаны и определяют развитие друг друга и прочих отраслей промышленности и хозяйства страны в целом. Сферой моей деятельности является металлургическая отрасль России, поэтому на таблице 3 показаны базовые задачи металлургии во взаимосвязи с другими структурообразующими отраслями. Видно взаимопроникновение отраслей и их взаимосвязь, что собственно и означает структурообразующий характер этих отраслей. На таблицах 4 и 5 показана степень из взаимопроникновения на примере доли затрат в стоимости конечной продукции. 4 зависимость металлургии (структурообразующей отрасли) от других структурообразующих отраслей

(топливно-энергетической отрасли и транспорта). На таблице 5 – то же для не структурообразующей отрасли.

Таблица 3

**Базовые задачи металлургии во взаимодействии
с другими структурообразующими отраслями**
**The Basic Tasks of Metallurgy in Relation
to other Branches of Industry**

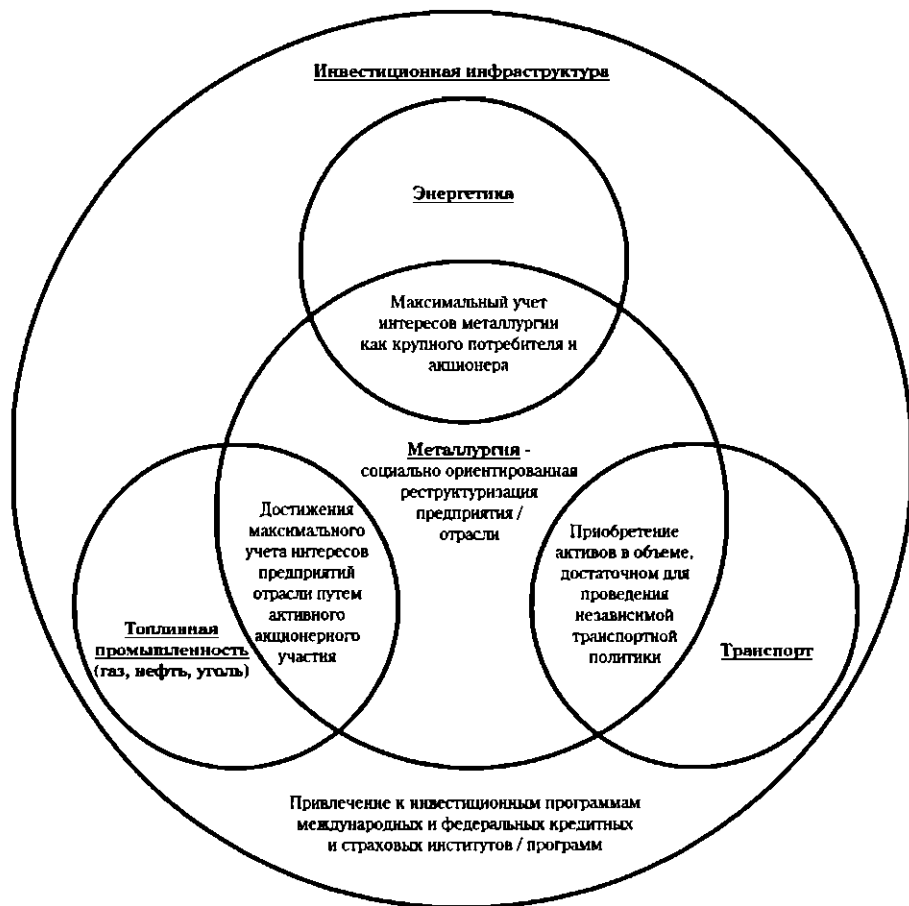


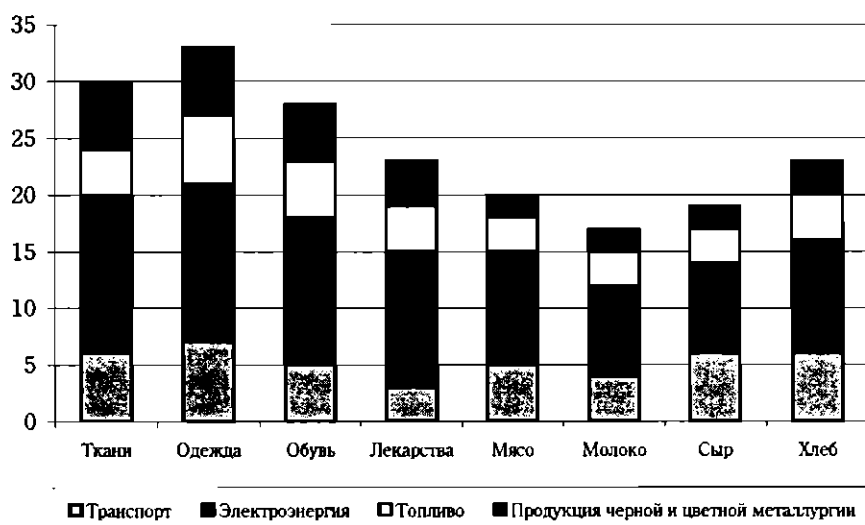
Таблица 4

Доля затрат на газ, электроэнергию и ж/д перевозки в стоимости продукции подотраслей черной металлургии, %
Expenditures on Gas, Electric Energy and Railway Transportations (in expenses of output of ferrous metallurgy, %)



Таблица 5

Доля затрат на топливо, электроэнергию, транспорт, а также продукцию черной и цветной металлургии в стоимости изделий легкой и пищевой промышленности, %
Expenditures on Fuel, Electric Energy, Transport, as well as on Production of Ferrous and Non-Ferrous Metallurgy (in expenses of light and food industry goods, %)



II. ФОРМУЛИРОВКА ОБЪЕКТА, ПРЕДМЕТА, ЦЕЛЕЙ, ЗАДАЧ, НАУЧНОЙ НОВИЗНЫ И ПРАКТИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ (УМЕСТНО ПРОЧИТАТЬ)

Таким образом, можно сформулировать актуальность, цели и задачи представленного исследования следующим образом (Таблицы 5 и 6)..

Объектом настоящего исследования является методология системного реформирования ведущих предприятий структурообразующих отраслей переходной экономики.

Предметом исследования явились процессы формирования и реализации программ реформирования ведущих предприятий, включая такие важные аспекты, как антикризисный мониторинг; комплексная диагностика предприятия (не только в период реформирования, но и как постоянная предупредительная деятельность в сложных условиях переходного развития экономики; социальный мониторинг и пр.).

Исходя из вышеизложенного, **актуальность исследования** заключается в том, что:

- структурообразующие отрасли являются базисом экономики;
- структурообразующие отрасли в странах с переходной экономикой в настоящее время имеют ряд специфических проблем, которые, с одной стороны, определяют трудности переходного периода, а, с другой, являются следствием неоптимального развития переходной экономики;
- адаптивное системное реформирование является одним из действенных механизмов модернизации экономики.

Цель исследования заключалась в разработке методик и моделей реформирования предприятия с учетом:

- важности развития предприятий структурообразующих отраслей в условиях переходной экономики;
- необходимости учета социальных факторов при реформационных процедурах;
- обеспечения системного подхода при формировании и реализации программ реформирования.

Основные задачи исследования включили:

- исследование типичных особенностей развития стран с переходной экономикой;
- анализ и классификацию структурообразующих отраслей переходной экономики и факторов, влияющих на развитие структурообразующих отраслей переходной экономики;
- исследование, систематизацию и ранжирование типичных проблем развития и деятельности структурообразующих отраслей в целом, и предприятий в их составе;

формулирование и обоснование основных направлений совершенствования структурообразующих отраслей с выделением в качестве значимого – системного реформирования предприятий;
 исследование теории и практики системного реформирования в структурообразующих отраслях;
 выявление и анализ основных факторов переходной экономики, влияющих на стратегии реформирования предприятий;
 разработка методов и моделей системного реформирования предприятия, структурированных по задачам, этапам, направлениям;
 реализация основополагающих методик на примере металлургического предприятия с анализом эффективности этой реализации.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

обоснована целесообразность системного подхода к реформированию структурообразующих предприятий с учетом состояния переходной экономики;
 предложены адаптивные методологии и модели, ориентированные на развитие структурообразующих отраслей переходной экономики с учетом социальной направленности;
 предложена система комплексных методов диагностики предприятия, позволяющих системно реализовать программы реформирования;
 создан комплекс структурированных факторных моделей эффективного реформирования предприятия.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предлагаемые методы инвариантны к предприятиям любых структурообразующих отраслей и странам с переходной экономикой. Модели и методики, насыщаемые реальными и статистическими данными конкретной отрасли и страны с переходной экономикой позволяют сформировать адекватные конкретным условиям стратегии и программы реформирования.

III. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ МЕТОДОЛОГИИ СИСТЕМНОГО РЕФОРМИРОВАНИЯ

Рассмотрим *основные положения методологии системного реформирования крупных предприятий структурообразующих отраслей.*

На таблице 1 был показан системный подход к реформированию. С одной стороны, целевые ориентиры реформирования задаются «сверху» от экономики в целом к реформированию структурообразующих отраслей. С другой стороны, именно реформирование предприятий, являющихся базисом и реальным производителем продукции и услуг отрасли, определяет успех развития отраслей и, в конечном итоге, экономики в целом.

Системное реформирование имеет особую важность для структурообразующих отраслей. Можно выделить три аспекта системного реформирования – социальный, технологический и институциональный.

Социальный аспект связан с тем, что головные предприятия структурообразующих отраслей имеют высокие социальные обязательства. Повышение конкурентоспособности продукции в условиях ограниченного роста масштабов производства обуславливает необходимость роста производительности труда и высвобождения излишних работников. Учитывая градообразующий характер большинства предприятий структурообразующих отраслей промышленности, проблема трудоустройства работников становится чрезвычайно острой и трудно-разрешимой.

Основной мерой в области социальной политики является организация на региональном уровне переподготовки высвобождаемых трудящихся и создание новых рабочих мест.

Технологический аспект связан со значительным устареванием производственных мощностей предприятий, использованием устаревших, экологически вредных, ресурсозатратных технологий.

Институциональный аспект реформирования структурообразующих отраслей промышленности связан в первую очередь с изменением их организационных структур и реформированием горизонтальных и вертикальных связей предприятий. Основное направление – создание лидеров отраслей мощных интегрированных и диверсифицированных структур, способных успешно конкурировать на внутреннем и внешнем рынках продукции и реализующих весь технологический цикл производства с ориентацией на конечную продукцию.

В последние годы мировой тенденцией является то, что структурообразующие отрасли активно включаются в процессы глобализации.

Известно, что в эпоху глобализации в конкурентной борьбе в основном выигрывают крупные производители. В качестве мировой тенденции последних лет отмечается постепенное объединение предприятий в крупные концерны. Например, в Европе недавно произошло слияние трех крупных компаний Aseralia (Испания), ARBED (Люксембург) и Usinor (Франция), образовавших концерн Arselor. Еще раньше объединились Thyssen (Германия) и Krupp (Германия), а British Steel поглотила компанию Hoogeveens (Нидерланды). Целью подобных слияний и поглощений является, прежде всего, снижение внутренних издержек.

В то же время российские отрасли и предприятия находятся на завершающем этапе передела собственности, что не способствует стабильности производства и рациональному стратегическому реформированию предприятий и отраслей.

Переходя к изложению основных методологических принципов реформирования, хочется остановиться на принципиальном терминологическом моменте. Часто термины «реформирование», «реструктуризация» и «реорганизация» употребляют как тождественные, однако это не так. На Таблице 6 представлена сущность и различия этих терминов.

Таблица 6

**Реструктуризация... Реформирование... Реорганизация:
что объединяет и что различает**
**Restructuring... Reformation... Reorganization what
keeps together, what takes apart**



Реорганизация преследует целью радикальное изменение структуры предприятия, зачастую появление новых предприятий по сути, преобразование собственности, капитала. Реструктуризация включает совершенствование структурных компонент, но во главу угла ставится совершенствование условий функционирования в изменяющейся среде – по сути, преобразование бизнеса.

Реформирование делает акцент на изменении принципов действия предприятия с превалированием производственно-экономических аспектов.

Реструктуризация – более глубокое и значимое понятие (и действие), подразумевающее комплексный, системный характер трансформаций, поэтому мы скорее будем подразумевать, говоря о реформировании реструктуризацию.

Ядром реформирования структурообразующих отраслей является системная реструктуризация головных предприятий. Любое предприятие – это сложный, структурированный объект и его реструктуризация связана с отдельными его структурными компонентами (Таблица 7). На Таблице 7 в левой колонке приведена характеристика Компании как структурированного сложного объекта, компоненты которого находятся во взаимосвязи, а слева соответствующие аспекты реструктуризации компании, которые должны присутствовать для получения эффективного результата.

Таблица 7

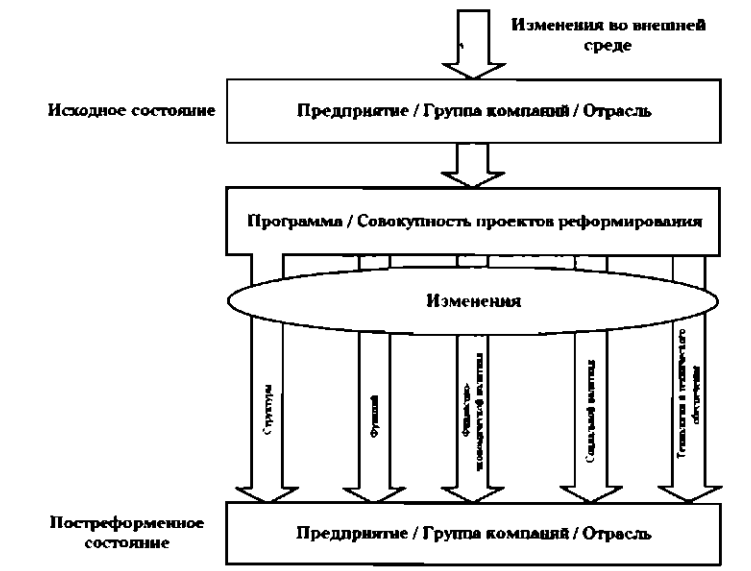
Взаимосвязь сущности Компании и аспектов реструктуризации
Relationship between Essence of Company and Aspects of Restructuring

Характеристика Компании	Аспекты реструктуризации
Организационно-правовая форма	Должна находиться в правовом поле "Гражданского кодекса РФ"
Организационная структура	Должна соответствовать принятой форме реструктуризации / реорганизации
Бизнес-система (взаимосвязанное множество т.н. бизнес-процессов)	Рейнжинириг бизнес-процессов
Производственный комплекс (виды деятельности, связи, партнеры, конкуренты и пр.)	Реформирование / реструктуризация бизнеса, Инновации, Логистика, Маркетинг, Диверсификация
Имущественный комплекс (определенные материальные единицы и отношения собственности)	Реструктуризация имущественного комплекса
Структурированный финансовый объект (капитал, инвестиции, инвесторы, кредиторы, заемщики и пр.)	Реструктуризация задолженности, структура капитала, инвестиции и развитие, финансовые аспекты слияний и поглощений
Социально-организационный комплекс (персонал, политика, обучение, подготовка)	Управление персоналом; кадровые стратегии

Принципиальная модель реформирования головных предприятий структурообразующих отраслей представлена на таблице 8.

Таблица 8

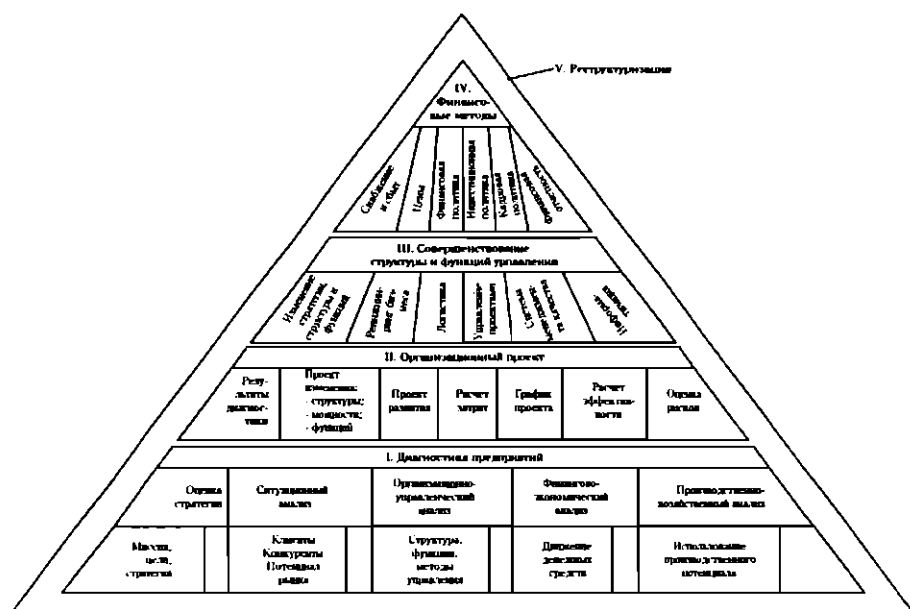
Принципиальная модель реформирования предприятия / группы компаний / отрасли
Principal Model of Reformation Enterprise / A Group of Company / Branch



На таблице 9 представлена иерархия задач реструктуризации применительно к крупным, головным предприятиям структурообразующих отраслей.

Таблица 9

Иерархия задач реструктуризации предприятий Hierarchy of Tasks for Restructuring an Enterprise



Успех и эффективность реструктуризованного бизнеса в существенной степени зависят от целесообразной и адекватной организации проведения реструктуризации. Начальным и важнейшим этапом является **комплексная диагностика компании**, на основе которой формируется целостная картина бизнеса компании и разрабатывается **организационный проект**, описывающий цели и задачи, решаемые в процессе реструктуризации. Одна из важнейших задач **совершенствование структуры и функций управления** базируется на стратегических аспектах развития компании и осуществляется на базе комплекса современных методов. Следующим важнейшим этапом является **совершенствование финансово-экономических аспектов деятельности** реструктурируемой компании. Эти направления являются базисом реструктуризации.

Остановимся на методологии комплексной диагностики предприятия (таблица 10). Предлагаемая для системной реструктуризации головных предприятий структурообразующих отраслей комплексная диагностика компании должна включать ситуационный, организационно-управленческий, финансово-экономический, производственно-хозяйственный анализ и анализ

кадрового потенциала компании. Этот важнейший этап позволяет сопоставить (а зачастую и модернизировать) миссию, цели, стратегии компании с реальными результатами деятельности на рынке и характеристиками внешней среды, оценить использование потенциала компании, выявить ключевые проблемы и наметить пути их решения;

Таблица 10

Диагностика предприятий и компаний
Characterization of Enterprises and Companies

Ситуационный анализ	→ Анализ сильных и слабых сторон (SWOT-анализ) → Анализ стратегической позиции → Анализ сегментов рынка → Анализ конкуренции → Позиционный анализ
Организационно-управленческий анализ	→ Установление рабочих отношений → Анализ организационной структуры → Анализ процессов управления → Анализ организационной культуры → Разработка информационной модели
Финансово-экономический анализ	→ Оценка финансовых результатов → Анализ движения денежных средств → Оценка финансового состояния → Оценка эффективности деятельности (в т.ч. инвестиционной)
Производственно-хозяйственный анализ	→ Анализ использования основных средств → Анализ использования материальных ресурсов → Анализ использования трудовых ресурсов
Анализ кадрового потенциала	→ Диагностика → Совершенствование организационных структур и мотивации персонала

При проведении реструктуризации ведущих предприятий структурообразующих отраслей особую важность приобретают методы ее осуществления, обеспечивающие системный подход ко всем аспектам реформирования. Предлагаемый комплекс методов, приведенный на таблице 11, обеспечивает системно реализовать процессы реструктуризации, начиная с концептуальных проработок и до реализации запланированных решений. Следует отметить, что основными общими подходами в рассматриваемых методах является системное представление предприятия / компании как сложной организационной структуры с иерархическими системами управленческих, производственных и прочих и бизнес-процессов.

Таблица 11

Методы осуществления реструктуризации Methods of Realization Restructuring

- Реорганизация подсистем корпоративного управления (Project Management), в т.ч.:
 - ❖ Организационно-структурные преобразования
 - ❖ Финансовая реструктуризация
 - ❖ Переподготовка кадров
 - ❖ Реорганизация системы маркетинга
 - ❖
- Система управленческой отчетности (Контроллинг, Managerial Accounting)
- Управление изменениями (Change Management)
- Реинжиниринг бизнес-процессов (BPR – Business Process Reengineering)
- ABC / ABM-методология (Activity Based Costing / Activity Based Management)
- Методы «точно-в-срок» (JIT – Just-In-Time)
- Методология Всеобщего Управления Качеством (TQM – Total Quality Management)
- Системный учет т.н. «человеческого фактора» (Human Aspects of Management)
- Управление знаниями (Knowledge Management)
- Логистика (Logistics)
- Управление проектами (Project Management)
- Новые информационные технологии (IT-технологии)

Рассмотрим проблемы системного реформирования структурообразующих отраслей промышленности на примере металлургической промышленности России, доля которой в структуре промышленного производства составляет величину порядка 17% (таблица 2).

Доля России в мировом производстве черных и цветных металлов составляет соответственно 7% и 8,5%, что существенно превышает долю России в мировом ВВП. Металлургическая промышленность Российской Федерации по состоянию на 2002 год включает около 3,5 тысяч предприятий, в том числе около 800 крупных и средних. 95% металлургических предприятий преобразованы в акционерные общества с незначительной долей находящихся в ведении государства акций. Общая численность занятого в металлургии персонала превышает 1,4 млн. человек.

Более 70% предприятий металлургических предприятий являются градообразующими и результаты их работы определяют экономику и социальную стабильность регионов. В десятку ведущих металлургических регионов входят Вологодская, Челябинская, Липецкая, Свердловская области, Красноярский край, Белгородская, Кемеровская, Магаданская, Мурманская области, Республики Хакасия и Саха-Якутия.

Особую важность для металлургии, как и других структурообразующих отраслей, приобретает системное реформирование.

Ожидается существенное изменение организационной структуры металлургической промышленности вследствие образования ограниченного числа интегрированных промышленно-финансовых компаний, управляющих

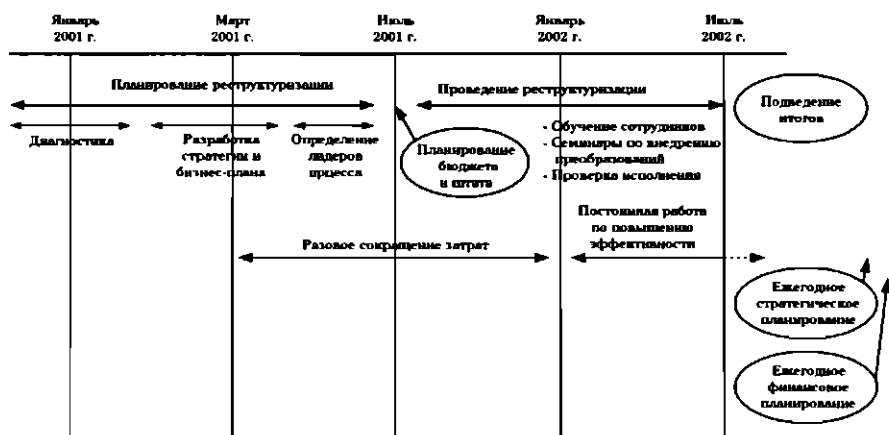
деятельностью собственных и сопряженных предприятий и организаций на основе владения значительными долями пакета акций, договоров коммерческого партнерства и кредитных договоров.

Рациональное реформирования предприятий и компаний в сочетании с адекватным корпоративным управлением является залогом «правильного» становления и развития структурообразующих отраслей экономики и, в частности, металлургической промышленности.

Современный этап развития экономики России характеризуется стабилизацией экономического положения крупнейших предприятий, консолидацией вокруг крупнейших предприятий отрасли более мелких компаний. При этом внутриотраслевая и межотраслевая координация металлургических, угольных, сырьевых, железнодорожных, энергетических и др. компаний в достижении долговременных конкурентных преимуществ оставляет желать лучшего. Представляется целесообразным объединить усилия металлургических и других компаний с целью централизации функций стратегического планирования, стратегического позиционирования на внутреннем и внешнем рынках; координации в области реализации инвестиционных проектов, осуществления транспортных и логистических проектов, а также для лоббирования общих интересов компаний металлургического комплекса в государственных органах и бизнес-элитах России и других стран.

Таблица 12

Проект реструктуризации и сокращения затрат Project of Restructuring and Decreasing Expenses



Одним из ведущих предприятий металлургической отрасли является ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат» (НЛМК) на примере которого можно проиллюстрировать проблемы и методологии системного реформирования, общие для крупных предприятий отрасли.

Во второй половине 90-х годов XX-го века предприятие находилось в предкризисном состоянии и единственным способом выведения его из этого положения было принципиальное системное реформирование всех аспектов его деятельности в новых условиях хозяйствования.

Системное реформирование НЛМК было начато с комплексной диагностики деятельности предприятия, которая позволила определить ключевые направления его реструктуризации. График последнего этапа проекта реструктуризации приведен на таблице 12.

По результатам комплексной диагностики были сформулированы миссия, стратегии и цели развития ОАО «НЛМК», представленные на таблицах 13 и 14.

Таблица 13

Миссия ОАО «НЛМК»: выпуск высококачественной металлопродукции, полностью отвечающей требованиям заказчиков и обеспечивающей получение стабильной прибыли.

Стратегия развития ОАО «НЛМК» ориентируется на повышение качества продукции, расширение ассортимента и наращивание выпуска капиталоемкой продукции высоких переделов в соответствии с высокими требованиями современного рынка. Основу стратегии развития ОАО «НЛМК» составляют:

- улучшение качественных параметров продукции и расширение сортиментных позиций;
- совершенствование производства посредством модернизации основных мощностей;
- повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности с целью получения максимального финансового результата при наименьших затратах;
- укрепление позиции поставщика качественного проката на рынках металлопродукции;
- увеличение производства доли продукции с высокой добавленной стоимостью.

Цели ОАО «НЛМК».

Производственные цели ОАО «НЛМК»:

1. Поддержание высокого качественного уровня, позволяющего быть лидером на рынке металлопродукции России и успешно конкурировать на мировом рынке.

2. Развитие собственного производства металлопродукции, повышение качества и расширение ассортимента выпускаемой продукции, снижение производственных затрат.

3. Повышение экологической чистоты производства металлопродукции.

Производственная стратегия ОАО «НЛМК» предполагает проведение технического перевооружения и внедрение новых технологий, позволяющих улучшить качество, расширить сортимент продукции, снизить затраты и повысить экологическую чистоту производства.

Таблица 14

Рыночные цели ОАО «НЛМК»:

1. Укрепление позиций на стратегически важных рынках и освоение новых рынков сбыта посредством улучшения качества продукции и расширения ее номенклатуры. Для этого анализируемые запросы потребителей учитываются при планировании производства продукции.

2. Поддержание на внешних рынках оптимального соотношения цены и качества, эффективного менеджмента и широкой географии поставок. Это позволяет своевременно реагировать на происходящие изменения и преодолевать циклические спады на рынках стали.

3. Расширение дилерской сети, охватывающей экономические развитые регионы России с целью укрепления позиций на внутреннем рынке. Это позволит оперативно реагировать на изменения цен на продукцию и увеличить продажи в крупных промышленных центрах.

С целью реализации стратегии ОАО «НЛМК» приступил к реализации широкомасштабной программы технического перевооружения – уникальной для современной российской промышленности по объемам капитальных вложений и по долгосрочности планирования.

Финансовые цели ОАО «НЛМК»:

1. Максимизация и стабильное получение прибыли.

2. Оптимизация соотношения рентабельности, ликвидности и финансовой устойчивости.

3. Организация контроля сбалансированного развития в сферах получения дохода, инвестирования средств в развитие и управления финансовыми потоками.

В соответствии с указанными целями реформирование ОАО «НЛМК» проводилось по следующим основным направлениям:

- совершенствование стратегии развития;
- совершенствование структуры и функций управления;
- модернизация производства;
- совершенствование финансово-экономической политики;
- совершенствование бизнес-процессов управления;
- совершенствование сбытовой политики и системы ценообразования;
- совершенствование системы управления персоналом с учетом социальной направленности.

Особое значение в рамках системного реформирования ОАО «НЛМК» приобрело **совершенствование корпоративного управления**, что обусловлено рядом моментов:

- оптимальная организация системы прав собственности в компании (и их делегирования) служит мотивацией к реформированию и повышению эффективности;

«прозрачная» (четкая) модель корпоративного управления, где права всех типов инвесторов (акционеров, кредиторов) защищены, является одним из ключевых условий повышения инвестиционной привлекательности предприятия;

модель корпоративного управления определяет формы организации компании и финансирования проектов, взаимоотношения между предпринимателями и наемными работниками.

Реализация модели корпоративного управления ОАО «НЛМК» обеспечила четкое разделение функций Совета директоров и команды менеджеров по стратегическому и оперативному управлению деятельностью Комбината. Распределение полномочий и разграничение сфер деятельности позволили зафиксировать ответственность за разработку и принятие решений на всех уровнях управления на принципах экономической целесообразности, направленной на сохранение управляемости и обеспечение постоянного развития ОАО «НЛМК».

В результате системной деятельности по реструктуризации ОАО «НЛМК» был достигнут рост объемов производства, существенно превышающий отраслевые показатели. Как градо- и бюджетообразующее предприятие г. Липецка и Липецкой области ОАО «НЛМК» обеспечивает рабочими местами 11% от общей численности занятых в экономике области и перечисляет в консолидированный бюджет области более 87% (по налогу на прибыль). Расходы ОАО «НЛМК» социального характера увеличились за период с 1998 г. более чем в 4 раза.

Реформирование системы управления позволило Новолипецкому металлургическому комбинату не только выйти из кризисного состояния, но и открыло перспективы для дальнейшего развития и преумножения его конкурентных преимуществ. Так, производственной программой предусматривается рост объемов производства наиболее технологичной продукции последних переделов.

Эффективное реформирование системы управления позволяет предприятию концентрировать ресурсы на приоритетных направлениях развития, самым важным из которых является техническое перевооружение, общая стоимость которого оценивается величиной порядка 1,1 млрд. долларов и которое на 76% будет осуществляться за счет собственных средств.

В перспективе, по мнению акционеров, ОАО «НЛМК» будет одним из лидеров мировой черной металлургии, поставляя широкий спектр качественной продукции с высокой долей добавленной стоимости на внутренний и внешний рынки. Основой финансовой стабильности ОАО «НЛМК» должно стать высокоэффективное и высокотехнологичное производство с полным металлургическим циклом.

IV. ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

1. Исследование проблем и особенностей переходной экономики показало, что системное реформирование ведущих предприятий структурообразующих отраслей, осуществляемое в общем русле реформирования соответствующих отраслей и экономики в целом, является залогом эффективного движения от переходной к рыночной экономике.

2. Предлагаемые методологии и модели системного реформирования предприятий инвариантны к предприятиям любых структурообразующих отраслей в странах с переходной экономикой, что позволяет эффективно их адаптировать к конкретным условиям предприятия, отрасли и страны с переходной экономикой и сформировать адекватные этим условиям стратегии и программы реформирования.

3. Предлагаемые методы системного реформирования ведущих предприятий структурообразующих отраслей, учитывают их градообразующий характер и имеют социальную направленность, что ключевым образом отражается в программах реформирования и управления персоналом.

4. Разработанные системные методы комплексной диагностики предприятия имеют самостоятельную ценность и позволяют в нестабильных условиях переходной экономики организовать предупредительный антикризисный мониторинг финансового состояния предприятия, его конкурентоспособности, использования производственного и кадрового потенциала и на базе этого выявить ключевые проблемы и наметить пути их решения.

5. Использование разработанных методов и моделей на реальных предприятиях металлургической отрасли России показало их эффективность и практическую значимость.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ломакин В.К. *Мировая экономика*, М.: Анкил, 1999.
2. *Теория переходной экономики*: учебник. /Под ред. И.П. Николаевой. М.: ЮНИТИ, 2001.
3. О стратегии развития российской экономики. /Глазьев С.Ю. Научный доклад. М.: ЦЭМИ РАН, 2001.
4. *Экономика отрасли* /Под ред. проф. А.С. Пелиха. Ростов н/Д: Феникс, 2003.
5. Астапов К. Инновации промышленных предприятий и экономический рост, Ж. «*Экономист*», 2002, №6.
6. Хей Д., Моррис Д. *Теория организации промышленности*. В 2 т. /Пер. с англ.; Под ред. А.Г. Слуцкого. СПб.: Экономическая школа, 1999.

7. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. *Реструктуризация предприятий и компаний*, Справочное пособие /Под ред. И.И. Мазура. М.: Высшая школа, 2000.
8. Леонтьев С.В., Масютин С.А., Тренев В.Н. *Стратегии успеха: обобщение опыта реформирования российских промышленных предприятий*. М.: ЦЕЛО, 2000.
9. *Предпринимательские проблемы экономического реформирования России*: сборник научных трудов. М.: Центр экономики и маркетинга, 2001.
10. *Управление реструктуризацией предприятий*. М.: Высшая школа приватизации и предпринимательства, 2000.
11. Коротков Э.М. *Антикризисное управление*. М.: ИНФРА-М, 2000.
12. *Реформирование предприятия*. Типовая программа. Методические рекомендации. Опыт реструктуризации. Сб. Документов. М.: ИЦ «Акционер», 1998.
13. Фомин Я.А. *Диагностика кризисного состояния предприятия*. М.: ЮНИТИ ДАНА, 2003.
14. Тутунджян А. *Реструктуризация предприятий в условиях перехода к рыночной экономике*. М.: Экономика, 2000.
15. Дондуков А. *Антикризисное управление и реструктуризация предприятий в Российской Федерации*. М.: Издательский дом ГРААЛЬ, 2001 г.
16. Анстова М.Д. *Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям*. М.: Альпина Пабlishер, 2002.

System Approach on Industrial Enterprises' Reformation in the Conditions of Transitional Economics

Summary

Research of problems and peculiarities of transitional economy shows, that system reformation of leading companies of structural industries is the basis of effective development to market economy.

Suggesting methods and principles of system reformation are invariance to companies of structural industries. It allows to adapt them for real conditions of companies, industries and to create effective strategies and programs of its reformation.

Sistēmiskā rūpniecības uzņēmumu reformēšana pārejas ekonomikas apstākļos

Kopsavilkums

Pārejas ekonomikas problēmu un īpatnību detalizēta izpēte pierāda, ka sistēmātiska ražošanas uzņēmumu reformēšana ir efektīvas attīstības pamats ekonomikas transformācijā no pārejas ekonomikas uz tirgus ekonomiku.

Piedāvātās metodes un ieteikumi var tikt piemēroti plašam uzņēmumu lokam. Tie var tikt specifiski piemēroti katra uzņēmuma un nozares reformācijas stratēģijas izstrādei.

Optimization of Savings under Risk

Krājumu optimizācija riska apstākļos

Edgars Vasermanis

University of Latvia

Faculty of Economics and Management

Aspazijas bulv. 5, Riga, LV-1050

E-mail: evf@lanet.lv

Nicholas Nechval

University of Latvia

Faculty of Economics and Management

Aspazijas bulv. 5, Riga, LV-1050

E-mail: nechval@junik.lv

Uldis Rozevskis

University of Latvia

Faculty of Economics and Management

Aspazijas bulv. 5, Riga, LV-1050

E-mail: evf@lanet.lv

In the paper we consider the problem of a decision maker, which may be the owner of a business firm whose profits fluctuate. To survive in periods of unprofitability, the decision maker draws upon his accumulated savings. It is assumed that the decision maker begins some business having the initial capital (for consumption), drawn upon his accumulated savings, and may receive, in each interval of time of any period, a return to his investment. In each interval of time, he either receives h number of units (in terms of money) of return to his investment (one unit) with probability p or loses his investment with probability $1-p$. The investment process terminates when the decision maker loses all his initial capital or when his capital reaches, or exceeds level U . The objective of the decision maker is to maximize the expected wealth (accumulated savings) for the next period. To solve this problem, an approach is suggested. An illustrative example is given.

Atslēgvārdi: savings, risk, optimization problem

1. INTRODUCTION

Every individual, householder, association, company, government department and local authority is exposed to a wide range of risks. It is inevitable, by the nature of probability, that bodily injury, property damage or financial loss will occur sooner or later. The degree of severity will vary according to circumstances but that some form of loss will occur is beyond doubt. A prudent man, recognizing this fundamental truth, will identify practical ways of measuring his own particular exposure. Having done so, he will decide how best to reduce it to an acceptable level in the most cost effective manner available to him.

The question of how risk affects the decision to save is one of the fundamental issues in the economics of risk and uncertainty. It is important to distinguish the risk of future income from the risk of return to an investment. The former creates an income effect and the latter a substitution effect. In this paper we are concerned only with the substitution effect. The model represents perhaps the simplest case of savings considered as a decision problem when income is uncertain but the return to savings is certain.

We describe the situation model and formulate the problem in detail. Our proof is relatively simple and by induction. The most sophisticated step consists in using formulae for determinant and inverse of a matrix, presented in a form of a block partition.

2. SITUATION MODEL

Let U , u and h be non-negative integers and $p \in (0,1)$, where (i) u is the initial capital of the decision maker, $u \geq 0$, (ii) U is the ultimate capital, which the decision maker wants to accumulate, $U \geq u \geq 0$, (iii) h is the number of units (in terms of money) the decision maker may receive in each interval of time of any period, $h \geq 1$, as return to an investment of one unit, (iv) in each interval of time the decision maker is either receiving h units (in terms of money), with probability p , or losing one unit, with probability $q=1-p$; the probability of receiving a return of h units to an investment of one unit in any interval is constant and independent of events in any other interval; after a series of such intervals, the investment process terminates when: (v) either the total capital of the decision maker for the first time reaches or exceeds U units (in terms of money) or (vi) his initial capital drops down to 0 units.

3. PROBLEM STATEMENT

Suppose that the decision maker is found in situation described in Section 2. This decision maker may be the owner of a business firm whose profits fluctuate. To survive in periods of unprofitability, the decision maker draws upon his accumulated savings s . Let $s-u$ of his wealth be saved, i.e., carried over into the

next period, and an amount u will be consumed in the present period for an investment process. Let $\Pr(U; u, h, p)$ denote the probability of a favorable for decision maker termination of the investment process. We may now formulate the savings problem under risk. The objective of the decision maker can be written as:

Maximize the expected wealth (accumulated savings) for the next period

$$S(u) = U\Pr(U; u, h, p) + (s - u) \quad (1)$$

subject to

$$u \in D = \{u: 0 \leq u \leq s\}, \quad (2)$$

where u is a non-negative integer.

4. MAIN THEOREMS

Theorem 1. Let the investment process be defined by conditions (i)–(vi) of the situation model and let $\Pr(U; u, h, p)$ denote the probability of a favorable for decision maker termination of the investment process. Then we have

$$\Pr(U; u, h, p) = \begin{cases} 0 & \text{for } u \leq 0, \\ 1 - (1 - p)^u \frac{|G_{U-u}|}{|G_U|} & \text{for } 0 < u < U, \\ 1 & \text{for } u \geq U, \end{cases} \quad (3)$$

where

$$|G_U| = \sum_{k=0}^{[(U-1)/(h+1)]} (-1)^k \binom{U - kh - 1}{k} (p(1-p)^h)^k \quad \text{for } U \geq 1 \quad (4)$$

and where $[x]$ denotes the greatest integer not exceeding x .

Proof. If the initial capital u equals zero, the probability of reaching capital $U > 0$ is zero, i.e.

$$\Pr(U; u, h, p) = 0 \quad \text{for } u \leq 0. \quad (5)$$

Similarly, if the initial capital u equals U , the investment process terminates immediately and the probability of a successful, for the decision maker, termination of the investment process, equals 1, i.e.

$$\Pr(U; u, h, p) = 1 \quad \text{for } u \geq U. \quad (6)$$

It will be convenient to refer to (5) and (6) as our boundary conditions.

If the initial capital equals u and $0 < u < U$ then the investment for the next interval of time can either reduce this capital by 1, with probability $1-p$, or increase it to $u + h$, with probability p . Hence, we get difference equations

$$p_u = pp_{u+h} + (1-p)p_{u-1} \quad \text{for } 1 \leq u \leq U-1, \quad (7)$$

where

$$p_u = \Pr(U; u, h, p) \quad (8)$$

denotes the probability of accumulating U units, or more, while starting with u units. Difference equations (7) are well known and have been considered in a number of publications [1-2]. In the following, it will be convenient to consider (5)-(7) as a system of equations. Hence, our problem consists in solving system of $U-1$ equations (7) meeting boundary conditions (5) and (6). These equations can be written in a matrix form

$$G_U p_U = g_U, \quad (9)$$

where $G_U = \{G_U(i, j)\}$ is a band matrix of dimension $(U-1) \times (U-1)$, given by

$$G_U(i, j) = \begin{cases} 1 & \text{if } j = i, \quad i = 1, \dots, U-1, \\ -(1-p) & \text{if } j = i-1, \quad i = 2, \dots, U-1, \\ -p & \text{if } j = i+h, \quad i = 1, \dots, U-h-1, \\ 0 & \text{otherwise,} \end{cases} \quad (10)$$

p_U is a $(U-1) \times 1$ vector of probabilities p_u , $u = 1, 2, \dots, U-1$, and g_U is a $(U-1) \times 1$ vector, with the first $U-1-h$ elements equal to 0 and the last h elements equal to p . For example, if $U=7$ and $h=3$ then system of equations (9) has the following form:

$$\begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & -p & 0 & 0 \\ -(1-p) & 1 & 0 & 0 & -p & 0 \\ 0 & -(1-p) & 1 & 0 & 0 & -p \\ 0 & 0 & -(1-p) & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & -(1-p) & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & -(1-p) & 1 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} p_1 \\ p_2 \\ p_3 \\ p_4 \\ p_5 \\ p_6 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0 \\ 0 \\ 0 \\ p \\ p \\ p \end{bmatrix}. \quad (11)$$

In the case $U < h+2$, the decision maker with starting capital u , $0 < u < U$, can lose only if he loses u times in a row and has no return. The probability of such an event is $(1-p)^u$. Hence, in this case, system of equations (9) has an easy solution

$$p_u = 1 - (1-p)^u \quad \text{for } u=1, \dots, U-1. \quad (12)$$

Since it follows from (4) that

$$\frac{|G_{U-u}|}{|G_U|} = 1 \quad \text{for } U=1(1)h+1, \quad (13)$$

we have proven the case $1 \leq U \leq h+1$.

It remains to prove the case $U \geq h+2$. We split the proof onto the following four steps, stated in Propositions 1–4.

Let

$$|G_U| = \det(G_U). \quad (14)$$

Proposition 1. For $U > h+1$ the determinant of matrix G_U satisfies the following recursive relation:

$$|G_U| = |G_{U-1}| - p(1-p)^h |G_{U-1-h}|. \quad (15)$$

with initial conditions

$$|G_1| = |G_2| = \dots = |G_{h+1}| = 1. \quad (16)$$

Proof. Let us note that it is well known [2] that if $p \in (0,1)$ then $|G_U| \neq 0$. For $2 \leq U \leq h+1$ matrix G_U is triangular, with diagonal elements equal to 1. Hence, initial conditions (16) are met but for $U=1$. For $U > h+2$, by expanding $|G_U|$ by elements of the first row of G_U , we get (15). Similarly, and by accepting notation

$|G_1| = 1$, we can verify that, in the case $U=h+2$, the last expansion also implies (15). This proves Proposition 1. $\square$

Corollary 1. In the classical case of $h = 1$ and $p \neq 1/2$ we have

$$|G_U| = \frac{(1-p)^U - p^U}{(1-p) - p}, \quad U \geq 1. \quad (17)$$

Proof. Let us note that initial conditions (16) are fulfilled by (17). Next, we can verify, using (15), that

$$\begin{aligned} ((1-p) - p)|G_{U+1}| &= \\ &= (1-p)^U - p^U - p(1-p)((1-p)^{U-1} - p^{U-1}) = (1-p)^{U+1} - p^{U+1} \end{aligned} \quad (18)$$

for $U \geq 2$. Hence, (17) is a general form of determinant $|G_U|$, for all $U \geq 1$. $\square$

Proposition 2. For $U \geq 1$, the determinant of matrix G_U given by (10), is given by (4).

Proof. Let us note that the right-hand side of (4) equals 1 for $U=1(h)+1$. Hence, the initial conditions (16) are met. We will use (15) and prove this proposition by induction. Assume that (4) is valid for $U-1, U-2, \dots, U-h-1$. We will show that this implies its validity for U . By (15) we have

$$\begin{aligned} |G_U| &= \sum_{k=0}^{[(U-2)/(h+1)]} (-1)^k \binom{U-kh-2}{k} [p(1-p)^h]^k \\ &\quad - p(1-p)^h \sum_{k=0}^{[(U-2-h)/(h+1)]} (-1)^k \binom{U-(k+1)h-2}{k} [p(1-p)^h]^k \\ &= \sum_{k=0}^{[(U-2)/(h+1)]} (-1)^k \binom{U-kh-2}{k} [p(1-p)^h]^k \\ &\quad + \sum_{k=1}^{[(U-1)/(h+1)]} (-1)^k \binom{U-kh-2}{k-1} [p(1-p)^h]^k \\ &\quad \sum_{k=0}^{[(U-1)/(h+1)]} (-1)^k \binom{U-kh-1}{k} [p(1-p)^h]^k. \end{aligned} \quad (19)$$

The second equality in (19) was obtained by changing the index of summation. Since

$$\binom{U - kh - 2}{k} + \binom{U - kh - 2}{k - 1} = \binom{U - kh - 1}{k}, \quad (20)$$

the last equality in (19) holds true if the integer parts of $(U-2)/(h+1)$ and $(U-1)/(h+1)$ equal. There is one, last term in the second sum, not matched, if the former integer is strictly smaller than the latter one. This happens only when $U-1$ is a multiple of $h+1$, say $U = m(h+1) + 1$. Then the last value of index k in the second sum equals m . Hence, the coefficient at $(p(1-p)^h)^m$ equals

$$\binom{m(h+1) - mh - 1}{m - 1} = \binom{k - 1}{k - 1} = \binom{k}{k} = 1 \quad (21)$$

and the not-matched term of the second sum equals the last term of sum (17). Consequently, the last equality in (19) holds true. This completes the proof of the proposition. $\square$

Proposition 3. For $U \geq h + 1$ we have

$$\begin{aligned} \Pr(U + 1; u, h, p) &= \\ &= \Pr(U; u - 1, h, p) + p(1 - p)^{u-1} \frac{|G_{U+1-u}|}{|G_{U+1}|} \Pr(U; h, h, p), \end{aligned} \quad (22)$$

where $\Pr(U; 0, h, p) = 0$ and $u = 1, \dots, U$.

Proof. Assume that $U \geq h + 1$. Let G_U^k denote the matrix obtained from matrix G_U of dimension $(U-1) \times (U-1)$, given by (10), by replacing its k th column with vector g_U , defined in (9). In the case $k=1$, partition matrix G_{U+1}^1 by the first row and the first column onto four block matrices

$$\begin{bmatrix} A & B \\ C & D \end{bmatrix}, \quad (23)$$

where matrix $A = [0]$ is of dimension 1×1 and $D = G_U$. By applying the formula for determinant of a partitioned matrix [3–4], we get

$$|\mathbf{G}_{U+1}^1| = (0 - \mathbf{B}(\mathbf{G}_U)^{-1}\mathbf{C})|\mathbf{G}_U| = p|\mathbf{G}_U|\Pr(\mathbf{U}; h, h, p). \quad (24)$$

By dividing both sides by $|\mathbf{G}_{U+1}|$, we get

$$\Pr(\mathbf{U} + 1; l, h, p) = p \frac{|\mathbf{G}_U|}{|\mathbf{G}_{U+1}|} \Pr(\mathbf{U}; h, h, p). \quad (25)$$

Notice now that, by accepting notation $\Pr(\mathbf{U}; 0, h, p) = 0$, relations (25) and (22) coincide in the case $u=1$. It remains to prove (22) for $u > 1$.

The determinant formulae for elements of inverse matrices imply that the first column of the matrix $(\mathbf{G}_U)^{-1}$ is given by

$$\mathbf{F}_U = \frac{1}{|\mathbf{G}_U|} \begin{bmatrix} |\mathbf{G}_{U-1}| \\ (1-p)|\mathbf{G}_{U-2}| \\ (1-p)^{U-h-3}|\mathbf{G}_{h+2}| \\ (1-p)^{U-h-2}|\mathbf{G}_{h+1}| \\ (1-p)^{U-2}|\mathbf{G}_1| \end{bmatrix}. \quad (26)$$

Moreover, by (9), it is clear that

$$\mathbf{p}_{U+1} = (\mathbf{G}_{U+1})^{-1} \mathbf{g}_{U+1}, \quad (27)$$

and

$$\mathbf{p}_U = (\mathbf{G}_U)^{-1} \mathbf{g}_U. \quad (28)$$

Let us partition $\mathbf{G}_{U+1}$ by the first row and the first column onto four block matrices. Since, by our assumption, $U \geq h+1$, the first element of $\mathbf{g}_{U+1}$ is equal to zero. Hence, and by applying the formula for inverse of a partitioned matrix [3-4], we get for some β and $\mathbf{b}$

$$\mathbf{p}_{U+1} = \begin{bmatrix} \beta & \mathbf{b} \\ (1-p)\alpha\mathbf{F}_U & (\mathbf{G}_U)^{-1} - (1-p)\alpha\mathbf{F}_U\mathbf{B}(\mathbf{G}_U)^{-1} \end{bmatrix} \mathbf{g}_{U+1}$$

$$= \begin{bmatrix} \mathbf{b} \mathbf{g}_U \\ \mathbf{p}_U + p(1-p)\alpha \mathbf{F}_U \Pr(U; \mathbf{h}, \mathbf{h}, p) \end{bmatrix}, \quad (29)$$

where $\alpha = |\mathbf{G}_U|/|\mathbf{G}_{U+1}|$ and $\mathbf{B}$ coincides with that in (24), is of dimension $1 \times (U-1)$ and its only different from zero element is $\mathbf{B}(\mathbf{h}) = -p$. We already obtained in (25) recursion (22) for the first element of $\mathbf{p}_{U+1}$ and need not to concern about interpretation of the first component of the last vector in (29). The equality between the remaining components of the first and the last vectors in (29) gives (22). Hence, the proof of this proposition is completed. $\square$

Proposition 4. The solution of (9) is given by

$$p_u = \Pr(U; u, \mathbf{h}, p) = 1 - (1-p)^u \frac{|\mathbf{G}_{U-u}|}{|\mathbf{G}_U|}, \quad u = 1, \dots, U-1. \quad (30)$$

Proof. Let us note that by (12) and (16) relation (30) holds valid for $U=2, 3, \dots, h+1$. Assume now that (30) holds true for $U, U-1, \dots, U-h+1$, for some $U \geq h+1$. Then, by applying (22) and using recursive relation (15) applied in the case $U+1$, we obtain

$$\begin{aligned} \Pr(U+1; u, \mathbf{h}, p) &= \Pr(U; u-1, \mathbf{h}, p) + p(1-p)^{u-1} \frac{|\mathbf{G}_{U+1-u}|}{|\mathbf{G}_{U+1}|} \Pr(U; \mathbf{h}, \mathbf{h}, p) \\ &= 1 - (1-p)^{u-1} \frac{|\mathbf{G}_{U-u+1}|}{|\mathbf{G}_U|} + p(1-p)^{u-1} \frac{|\mathbf{G}_{U-u+1}|}{|\mathbf{G}_{U+1}|} \left(1 - (1-p)^u \frac{|\mathbf{G}_{U-u}|}{|\mathbf{G}_U|} \right) \\ &= 1 - (1-p)^u \frac{|\mathbf{G}_{U-u+1}|}{|\mathbf{G}_{U+1}|} + \\ &\quad + (1-p)^{u-1} |\mathbf{G}_{U-u+1}| \left(-\frac{1}{|\mathbf{G}_U|} + \frac{1}{|\mathbf{G}_{U+1}|} - p(1-p)^h \frac{|\mathbf{G}_{U-h}|}{|\mathbf{G}_{U+1}| |\mathbf{G}_U|} \right) \\ &= 1 - (1-p)^u \frac{|\mathbf{G}_{U-u+1}|}{|\mathbf{G}_{U+1}|} + \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & + (1-p)^{u-1} |G_{U-u+1}| \left(-\frac{1}{|G_U|} + \frac{|G_{U+1}|}{|G_{U+1}| |G_U|} \right) = \\
 & = 1 - (1-p)^u \frac{|G_{U-u+1}|}{|G_{U+1}|}.
 \end{aligned} \tag{31}$$

Hence, relation (30) also holds true for $U+1$. So, it is valid for all $U > h+1$. This concludes the proof of Proposition 4. $\square$

By combining (5), (6) and (30) we get (3). Since (4) follows from Proposition 2, the proof of the theorem is completed. $\square$

Corollary 2. In the classical case of $h = 1$ and $p \neq 1/2$ we have

$$p_u = \Pr(U; u, h, p) = 1 - \frac{\left(\frac{1}{p} - 1\right)^U - \left(\frac{1}{p} - 1\right)^u}{\left(\frac{1}{p} - 1\right)^U - 1}, \quad U \geq 1. \tag{32}$$

Proof. By substituting (17) into (30) we get (32). $\square$

Theorem 2. Under conditions of Theorem 1, an optimal value of u , maximizing (1), i.e.

$$u^* = \arg \min_{u \in D} S(u) \tag{33}$$

satisfies inequalities

$$\begin{aligned}
 & (1-p)^{u^*} |G_{U-u^*}| - (1-p)^{u^*+1} |G_{U-(u^*+1)}| \leq \frac{|G_U|}{U} \leq \\
 & \leq (1-p)^{u^*-1} |G_{U-(u^*-1)}| - (1-p)^{u^*} |G_{U-u^*}|.
 \end{aligned} \tag{34}$$

Proof. It can be shown that a maximum of (1)–(2) is achieved at $u=u^*$ satisfying inequalities

$$S(u^*-1) \leq S(u^*) \quad \text{and} \quad S(u^*+1) \leq S(u^*), \tag{35}$$

which represent the necessary and sufficient condition for the maximum of (1)–(2). Then these inequalities after some algebra are reduced to (34). $\square$

5. EXAMPLE

Let us assume that $s=5$, $U=20$, $h=19$, $p=0.6$. It follows from (34) that $u^*=3$. Thus, $S(u^*)=20.72$.

6. CONCLUSIONS

Finally we should point out that, although a very limited example was used here, the methodology we have developed can be applied to optimization of performance indexes of a relatively large class of problems in the economics or risk and uncertainty.

ACKNOWLEDGMENTS

This research was supported in part by Grant No. 02.0918 and Grant No. 01.0031 from the Latvian Council of Science.

REFERENCES

1. Billingsley P. *Probability and Measure, Wiley Series in Probability and Mathematical Statistics*. New York: Wiley, 1979.
2. Feller W. *An introduction to Probability Theory and its Applications*. New York: Wiley, Vol. I, 2nd Edition, 1957.
3. Nechval N.A. *Modern Statistical Methods of Operations Research*. Riga: RCAEI, 1982.
4. Nechval N.A. *Theory and Methods of Adaptive Control of Stochastic Processes*. Riga: RCAEI, 1984.

Krājumu optimizācija riska apstākļos

Kopsavilkums

Šajā darbā tiek izskatīta uzņēmēja problēma, kurš vada firmu ar mainīgu peļņu. Lai izdzīvotu bezpeļņas periodā, uzņēmējam jāizmanto savus uzkrātos krājumus. Domājams, ka uzņēmējs sāk kādu lietu, ja ir sākuma kapitāls (patērēšanai), kas izņemts no uzkrātajiem krājumiem, un var kāda perioda katrā laika intervālā iegūt ienākumu no kapitālieguldījuma. Katrā laika intervālā viņš vai nu saņem h vienību (naudas terminos) ienākuma no sava kapitālieguldījuma ar ticamību p , vai nu zaudē šo kapitālieguldījumu ar ticamību $1-p$. Kapitālieguldījumu process tiek pabeigts, kad uzņēmējs vai nu zaudē savu sākuma kapitālu, vai arī kad viņa kapitāls sasniedz vai pārsniedz U līmeni. Uzņēmēja mērķis ir šāds – maksimizēt gaidāmo bagātību (uzkrātos krājumus) nākamajam periodam. Tiek piedāvāta pieeja šīs problēmas risināšanā. Tiek sniegta ilustratīvs piemērs.

Основы теории конкурентных рынков

Principles of Competitive Market Theory

Мария Володина

Латвийский университет

Факультет экономики и управления

Aspazijas bulv. 5, Rīga, LV-1050

Volodina@lanet.lv

Статья посвящена актуальной проблеме рыночной экономики теории конкуренции. Цель данной статьи – дать сравнительную характеристику всех типов современных рыночных структур, а также рассмотреть методiku определения степени рыночной концентрации при помощи различных показателей, которые могут быть использованы в практике государственного регулирования рыночной экономики и антимонопольном законодательстве.

Основные термины: совершенная и несовершенная конкуренция, модель Чемберлина, модель Штакельберга, модель Курно, модель Бертрана

Главным преимуществом рыночной экономики является конкуренция. Поэтому проблема конкуренции становится особенно актуальной для нашей республики, учитывая стремление Латвии стать полноправным членом Европейского Союза.

Проблема конкуренции широко дискутируется в научной литературе. Можно выделить три подхода к определению конкуренции.

Первый подход определяет конкуренцию как состязательность на рынке. Такой подход имеет место в основном в российской литературе, исследующей конкуренцию только в теоретическом аспекте по материалам зарубежных экономистов.

Второй подход основывается на классической экономической литературе и рассматривает конкуренцию как неотъемлемый элемент рыночного механизма уравнивающий спрос и предложение на рынке.

Третий подход рассматривает конкуренцию как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка. Данный подход основывается на современной теории морфологии рынка и имеет практический характер, так

как позволяет выработать критерии и подходы, обеспечивающие возможность государственного вмешательства в ход конкуренции на рынках.

Первый подход основывается на повседневном понимании конкуренции как *соперничества* за достижение лучших результатов деятельности. Подобная формулировка конкуренции дана основоположником экономической науки А.Смитом. В работах, характеризующих данный подход, поддерживается определение конкуренции как соперничества экономических субъектов. Приведем некоторые типичные определения данного направления:

состязательность на рынке в условиях отсутствия монополии, соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров, соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей.

Классическая экономическая теория рассматривает конкуренцию как неотъемлемый элемент рыночного механизма. А.Смит трактовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки. Конкуренция это та самая невидимая рука рынка, которая координирует деятельность его участников. Когда А.Смит хотел объяснить, почему сокращение производства приводит к росту цен, он ссылаясь на конкуренцию, которая «сейчас же начнется» среди покупателей, а когда предложение слишком велико, цена будет падать тем ниже, чем больше конкуренция между продавцами или «смотря по тому, насколько важным окажется для них поскорее сбыть этот товар». «Каждый индивидум по необходимости работает для того, чтобы отдать обществу такой ежегодный доход, на который он способен. В целом он, однако, не пытается реализовать свой общественный интерес и не знает, на сколько он его реализует. Он стремится только к своей собственной выгоде, и в этом, как и во многих других случаях, им движет невидимая рука, обеспечивающая в конце концов результат, о котором он и не думал».¹

По мнению А.Смита, конкуренция обеспечивает функционирование рыночного механизма ценообразования. Конкуренция регулирует пропорции общественного производства. Через механизм межотраслевой конкуренции происходит перелив капиталов из одной отрасли в другую.

В современной микроэкономической теории конкуренция понимается как некое свойство рынка. Такое понимание возникло в связи с развитием теории морфологии рынка. В зависимости от степени совершенства конкуренции на рынке выделяются различные типы рынков, для каждого из которых характерно определенное поведение экономических субъектов.

Под конкуренцией в данном случае понимается не соперничество, а степень зависимости общих рыночных условий от поведения отдельных субъектов рынка. В этой связи следует различать термины *конкуренция* и *соперничество*. В современном понимании термин *соперничество*

относится к *действительному поведению*, тогда как термин *конкуренция* относится к *определяющей строение рынка модели*. Поведение экономических субъектов может иметь характер соперничества лишь при олигопольном строении рынка, когда их взаимозависимость достаточно велика. С другой стороны, поведение монополиста или участника рынка совершенной конкуренции не может характеризоваться как соперничество, так как на данных рынках взаимозависимость экономических субъектов мала.²

Соперничество проявляется в предложении новых товаров, улучшении качества производимых товаров, продвижении товара на рынок и др. Соперничество может наблюдаться в поведении субъектов, которые не могут быть отнесены к совершенным конкурентам, и в то же время совершенная конкуренция может наблюдаться на рынках, где отсутствует соперничество.

В основу классификации рынков положены многие критерии: тип продукта, контроль над ценой, условия входа и выхода из отрасли, доступность информации, количество и размеры фирм, неценовая конкуренция. Наиболее распространенным критерием в теории конкуренции является число участников рынка. В настоящее время наиболее распространенной классификацией рынков по количеству продавцов и покупателей является следующая.

Таблица 1

Тип рыночных структур
Type of Market structure

Покупатели	Продавцы		
	Много	Несколько	Один
Много	Полиполия	Олигополия	Монополия
Несколько	Олигопсония	Двусторонняя олигополия	Монополия, ограниченная олигопсонией
Один	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигопсонией	Двусторонняя монополия

Ф.М.Шерер и Д.Росс дают несколько иную классификацию типов рыночных структур продавца. Они предлагают классификацию, «базирующуюся на двух параметрах: численность продавцов и характер продукта».³ Данная классификация является наиболее приемлемой в практике предпринимательской деятельности.

Таблица 2

Классификация товарных рынков по Ф.М.Шереру и Д.Россу
Sherer F.M. and Ross D. – Market structure classification

Количество продавцов			
Тип продукта	Много	Несколько	Один
Однородные продукты	Чистая монополия	Гомогенная олигополия	Чистая конкуренция
Дифференцированные продукты	Чистая много-продуктовая монополия	Олигополия с дифференциацией продукции	Монополистическая конкуренция

В практике предпринимательской деятельности используется понятие совершенной и несовершенной конкуренции. Модель рынка совершенной конкуренции характеризуется следующими признаками.

1. Наличие большого числа продавцов и покупателей.
2. Однородность выпускаемой продукции.
3. Ни продавец, ни покупатель не в состоянии влиять на рыночную цену.
4. Свободный вход на рынок и выход с него.
5. Максимальная информированность продавцов и покупателей о товарах и ценах.

Последний признак Ф.М.Шерер и Д.Росс дополняют включением «полного знания о настоящих и будущих условиях рынка и бесконечную делимость ресурсов и дифференциацию производимой продукции».⁴

Первые три признака характеризуют чистую конкуренцию. К понятию чистой конкуренции близко понятие *работающей конкуренции*, для которой характерны следующие признаки.

1. Крупнейшая фирма производит незначительный объем продукта всего рынка.
2. Высокая степень мобильности ресурсов между рынками.
3. Отсутствие или незначительная величина необратимых издержек (постоянных издержек организации производства).
4. Наличие потенциальных конкурентов.⁵

Модель работающей конкуренции является практическим воплощением принципов совершенной конкуренции.

Ф.М.Шерер и Д.Росс отмечают, что «критерии работающей конкуренции могут быть разделены на структурные, поведенческие и функциональные».⁶

Структурные критерии:

число продавцов должно быть настолько большим, насколько позволяет эффект масштаба,
отсутствие искусственных препятствий мобильности ресурсов и входу на рынок новых фирм,
умеренная и чувствительная к изменению цен дифференциация товаров по качеству.

Поведенческие критерии:

определенная неуверенность в том, будет ли поддержана ценовая инициатива конкурентами,
стремление достигать цели самостоятельно, без сговора с другими фирмами,
отсутствие агрессивной тактики поведения на рынке,
отсутствие постоянно неэффективно работающих поставщиков и незаинтересованных покупателей,
точная информация о продвижении товара на рынок,
отсутствие постоянной, наносящей вред ценовой дискриминации.

Функциональные критерии:

эффективное использование ресурсов в производственной и маркетинговой деятельности,
соответствие требованиям покупателя уровня выпуска и качества продукции,
прибыль, достаточная для окупаемости инвестиций,
цены, стимулирующие рациональный выбор и достижение равновесия на рынке,
использование всех возможностей для внедрения новых товаров и технологий,
поощрение участников каналов сбыта продукции.

Указанные отличительные особенности характеризуют совершенную конкуренцию и условия для ее проявления. В это же время совершенная конкуренция довольно редкое явление на современных рынках. Современный рынок – это рынок несовершенной конкуренции.

Несовершенная конкуренция в научной литературе определяется следующим образом:

рынок, на котором не соблюдается хотя бы один из признаков совершенной конкуренции,
рынок, на котором либо покупатели, либо продавцы оказывают влияние на рыночные цены,
рынок, на котором два или более продавцов, обладая некоторым контролем над ценой, конкурируют между собой за продажи.

Различная сепень «несовершенства» конкуренции позволила выделить различные виды рынков с несовершенной конкуренцией. По степени убывания конкурентности их можно расположить следующим образом:

монополистическая конкуренция,
олигополия,
монополия.

Концепцию монополистической конкуренции разработали независимо друг от друга Э. Чемберлин и Дж. Робинсон. В этой модели каждый продукт конкурирует на равных с аналогичными продуктами с целью завоевания своей доли в удовлетворении общего рыночного спроса. Рынок монополистической конкуренции обладает следующими ключевыми характеристиками.

1. Фирмы конкурируют, продавая дифференцированные товары, которые имеют высокую норму замещения одного другим, но не абсолютно взаимозаменяемы, т.е., перекрестная эластичность спроса по цене велика, но не бесконечна.
2. Рынок характеризуется свободой входа и выхода – новым фирмам несложно войти на рынок со своими фирменными марками, а существующим фирмам – выйти, если их товары перестали пользоваться спросом.
3. Наличие большого числа покупателей и продавцов.
4. Наличие незагруженных мощностей.
5. Дополнительным, но не обязательным условием является несовершенная информация.

Основной особенностью модели Э. Чемберлина является **абсолютная симметрия** положения всех фирм данной отрасли. Оценивая спрос на свои изделия, фирма полагает, что конкуренты никак не реагируют на ее решение относительно цен и объема производства. Однако, симметрия между фирмами предполагает, что если для какой-то фирмы имело смысл изменить цену на товар, то это имеет смысл и для всех других фирм.

В результате для фирмы будут характерны две различные кривые спроса. Первая определяет случай, когда только эта одна фирма изменит цены. Вторая – когда все фирмы одновременно изменяют цены.

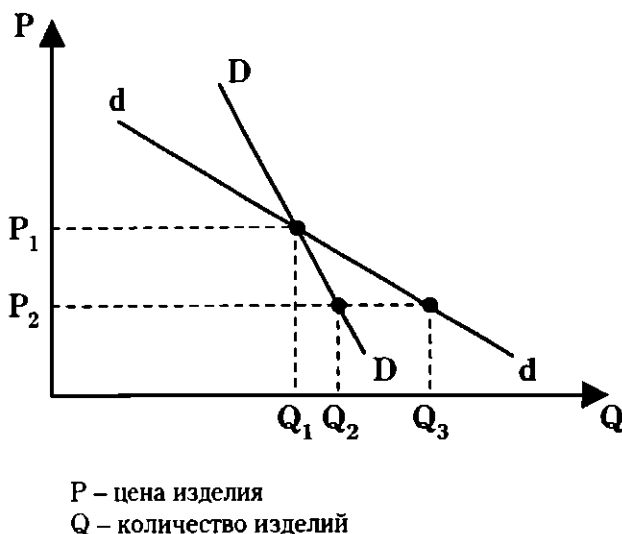


Рис. 1. Две кривые спроса в условиях монополистической конкуренции
 Two demand schedule in monopolistic competition conditions

На рисунке 1 dd является кривой спроса на продукцию фирмы Э. Чемберлина, если она одна изменит цены, а DD – кривой спроса в случае изменения цен всеми фирмами. Как следует из рисунка 1, dd – более пологая, DD – более крутая.

Если все фирмы устанавливают цену P_1 , то каждая из них продаст Q_1 изделий. Если одна из фирм снизит цену до P_2 , то она продаст Q_3 изделий. Но если все фирмы снизят цену до P_2 , то каждая продаст только Q_2 изделий.

В модели Э. Чемберлина важно понять, что фирмы с симметричным положением склонны совместно изменять цены на продукцию. Однако, каждая фирма полагает, что изменение ею собственных цен – не повод для аналогичных действий других фирм. Поэтому, когда фирма прогнозирует последствия цен на свою продукцию, она рассматривает случай, характеризуемый прямой dd , а не DD .

В последние годы исследования теории монополистической конкуренции сконцентрировались на моделях, основанных на специфических характеристиках товара, благодаря которым покупатели выбирают этот продукт среди множества других. Так возникла **пространственная модель** монополистической конкуренции. Данная модель исходит из наличия у потребителей конкретных представлений о характеристиках товаров, которые они больше всего предпочитают. Результатом является стремление фирм к жесткой конкуренции с фирмами, производящими товар, наиболее сходный с их собственным.

Основной особенностью и модели Э. Чемберлина, и пространственной модели монополистической конкуренции является взаимосвязь между стремлением к

снижению издержек, с одной стороны, и к большему разнообразию и более удобному расположению (магазины, рестораны), с другой стороны.

Оптимальное разнообразие продукции отрицательно соотносится с первоначальными затратами на обеспечение производства новых изделий или на изменение места расположения фирм. Каким образом распределяются дополнительные издержки на разнообразие? Рынок устанавливает определенную справедливость следующим образом: расходы на дополнительное разнообразие покрываются теми людьми, для которых это разнообразие наиболее важно.

На рынках совершенной конкуренции, где производится однородный товар, нет необходимости в рекламе. И наоборот, на рынках монополистической конкуренции, где производится дифференцированный товар, для повышения спроса продукции необходима *реклама*. Поскольку производители рекламируют те изделия, которые пользуются спросом у потребителя, можно сделать вывод о том, что решения о производстве и рекламировании тех или иных товаров зависят прежде всего *от потребительских предпочтений*.

Если цена постоянна, то увеличение расходов на рекламу обеспечивает увеличение объема продаж и доходов фирмы. Но какой объем расходов на рекламу обеспечит максимум прибыли?

Верное решение состоит в использовании так называемого правила «большого пальца» в рекламе. Правило «большого пальца» в рекламе представляется следующей формулой:

$$A/P \times Q = - (E_A/E_P) \quad (1)$$

где A – расходы на рекламу

P – цена единицы продукции

Q – объем продаж

E_A – эластичность спроса по расходам на рекламу

E_P – ценовая эластичность спроса

Уравнение (1) – это правило «большого пальца» для рекламы. Согласно этому правилу, чтобы «обеспечить максимум прибыли, доля расходов на рекламу (A) в стоимости реализованной продукции ($P \times Q$) должна равняться отношению эластичности спроса по расходам на рекламу (E_A) к ценовой эластичности спроса E_P с обратным знаком».⁷ Располагая информацией об эластичности спроса по расходам на рекламу и ценовой эластичности спроса, фирма имеет возможность использовать это правило, чтобы проверить, не слишком ли велики или малы ее расходы на рекламу.

Следующим видом рынка несовершенной конкуренции является олигополия. *Олигополия* – это рыночная структура, для которой характерно существование только нескольких основных продавцов. Эти фирмы производят всю или большую часть объема выпуска отрасли.

Основной особенностью олигополии является то, что продавцы принимают в расчет действия друг друга при формировании цены и принятии решений об объеме выпускаемой продукции.

В экономической литературе рассматривается много моделей олигополии, начиная с моделей, в которой олигополист действует независимо и принимает решение, исходя из некоторого предположения о реакции конкурентов, и кончая моделями, в которых конкуренция преодолевается с помощью сговора и сотрудничества.

Так, в *модели Курно* каждая фирма принимает в качестве заданной величины количественные *объемы продукции*, производимые ее соперниками. Равновесие Курно возникает как точка пересечения кривых реагирования двух фирм.

В *модели Бертрана*, наоборот, каждая фирма принимает в качестве заданной величины *цены* своих конкурентов. Модель Бертрана описывает ситуацию на рынке, когда в условиях дуополии фирмы конкурируют, понижая цену товара и увеличивая объем выпуска. Стабильность равновесия достигается при условии, когда цена оказывается равной предельным издержкам ($P = MC$), т.е., достигается конкурентное равновесие.

Хотя направленность поведения фирмы в модели Курно и Бертрана почти одинаковы, результаты совершенно разные. Модель Курно приводит к чуть более низкой цене и более высокому объему продукции, чем в случае, если бы фирмы заключили тайное соглашение, добиваясь монопольного результата. Напротив, модель Бертрана приводит в основном к результату, характерному для совершенной конкуренции.

Несколько более усложненная форма взаимосвязи между фирмами представлена в модели Штакельберга. *Модель Штакельберга* описывает дуополию с неравным распределением рыночной власти между фирмами так, что одна из них ведет себя как лидер либо по цене, либо по объему, либо по тому и другому одновременно, в то время как другая осуществляет стратегию приспособления, корректируя свое поведение в зависимости от выбора, сделанного первой фирмой. Модель Штакельберга по структуре аналогична модел Курно, за исключением того, что фирма Курно в качестве исходной заданной величины принимает объемы продукции другой фирмы, а «лидер» Штакельберга стратегически манипулирует решениями своих соперников относительно объемов продукции. Для модели Штакельберга характерны следующие признаки.

1. Наличие доминирующей фирмы, которая продает или покупает значительную долю совокупного объема рынка и способна на стратегическое поведение.
2. Наличие большого числа фирм – аутсайдеров, небольших по размеру фирм, выпускающих аналогичный товар, но не способных оказать влияние на рыночную цену.
3. Рыночная цена устанавливается доминирующей фирмой, фирмы – аутсайдеры принимают ее как данную рынком.
4. Наличие барьеров входа и выхода.

В модели Штакельберга одна из фирм выбирает объем выпуска первой. Эта фирма обладает стратегическим преимуществом и получает более высокую прибыль. Эта фирма знает, что она может выбрать большой объем

производства, и ее конкурентам придется выбирать маленькие объемы, если они хотят максимизировать прибыль.

Модель «дилемма заключенного» – это модель олигополистического поведения, иллюстрирующая, как рациональное решение *на микроуровне* дает нерациональный результат *на макроуровне*. Данная модель основана на теории игр – науке, исследующей математическими методами поведение участников ситуаций, связанных с принятием решений.

Фирмы, действующие на олигополистическом рынке, часто оказываются в положении заключенного. Они должны решить, следует ли им агрессивно конкурировать, стремясь захватить большую долю рынка за счет конкурентов, или сотрудничать и конкурировать пассивно, или даже тайно сговариваясь с конкурентом.

Если фирмы пассивно конкурируют, устанавливая высокие цены и ограничивая объемы производства, они получают более высокие прибыли, чем при агрессивной конкуренции. Но фирмы окажутся перед «дилеммой заключенного», когда ни одна из них не может ни доверять другой, ни ожидать, что ее конкурент назначит более высокую цену. В результате рациональное поведение каждой из них приводит к нерациональному результату для обеих.

Все фирмы могли бы получить более высокие прибыли, если бы в обход антимонопольного законодательства договорились бы поднять цены. Все фирмы могли бы установить высокую цену без сговора поодиночке, надеясь, что ее конкуренты поступят так же, но «дилемма заключенного» делает это маловероятным. Каждая фирма захочет обмануть своих конкурентов, снижая цену и захватывая рынок сбыта.

«Дилемма заключенных» порождает стабильность цен на олигополистических рынках. Фирмы из-за боязни развязать ценовую войну удерживаются от ценовых войн.

Когда олигополистические фирмы идут друг другу навстречу и открыто договариваются о ценах и объемах выпуска, то они образуют **картель**. Для успеха картеля необходимо, чтобы спрос был неэластичен по цене и чтобы либо картель контролировал большую часть предложения, либо предложение производителей, не входящих в картель, было неэластично.

И, наконец, последним дополнением к теории олигополии является **теория конкурирующих рынков**. В своей книге экономисты У.Баумоль, Д.Панцер и Р.Уиллиг утверждают, что «поведение олигополии иногда весьма сходно с поведением абсолютно конкурирующих фирм».⁸ Согласно их теории обязательным условием для этого является совершенно свободное вхождение в рынок и выход из него. При беззатратном вхождении в рынок новая фирма быстро осуществит это, если уже действующая на рынке фирма назначит цену выше средних издержек. Термин *конкурирующие рынки* подразумевает, что при беззатратном вхождении в рынок часто возникает соперничество между потенциальными конкурентами за право его обслуживать.

Теория конкурирующих рынков свидетельствует о том, что именно характер издержек определит количество фирм, которые войдут в данный рынок и будут функционировать на нем.

При наличии экономии, обусловленной ростом масштаба производства, можно ожидать, что это будет только одна фирма. При наличии U – образных кривых LAC, точки минимума на которых соответствуют существенной доле объема выпуска отрасли, на рынке может действовать несколько фирм. При стабильных издержках на рынке может функционировать много фирм.⁹

Модель олигополии с изогнутой кривой спроса имеет скорее научный, чем практический интерес. Согласно данной модели конкурирующие фирмы реагируют ассиметрично на повышение и снижение цен. Это приводит к возникновению изогнутой кривой спроса и разрыву кривой предельного дохода, причем последняя может сделать цены стабильными даже при значительных изменениях в предельных издержках.

Когда кривые спроса конкурентов имеют перегиб, можно сделать три вывода относительно цены и объема выпуска олигополистов:

1. Олигополистические фирмы будут воздерживаться от *независимого* повышения цены сверх текущего значения из-за боязни потери объемов сбыта, прибыли и доли рынка.
2. Конкурирующие олигополисты воздержатся от независимого понижения цены ниже текущего значения, так как конкуренты быстро отреагируют таким же снижением своих цен и снизят потенциал повышения объема продаж, прибыли и доли рынка.
3. Так как покупатели могут легко менять продавцов, выбирая продавцов с более низкими ценами, конкуренция заставляет олигополистов продавать свои товары по схожим ценам. Фирмы просто не смогут выжить, продавая тот же товар, что и конкуренты, по значительно более высоким ценам. Исключение из данного фундаментального принципа конкуренции состоит в том, что если фирмы преуспели в дифференциации своей продукции и сформировали стойкую приверженность покупателей к своей фирменной марке, то покупатели будут готовы платить более высокую цену за приобретение качественного товара.¹⁰

Третьим видом рынка несовершенной конкуренции является **монополия**. В экономической литературе имеет место достаточно много определений монополии. Наиболее типична из них: *монополия* представляет собой такую рыночную структуру, для которой характерны следующие признаки:

1. Наличие одного производителя или покупателя (монопсония).
2. Контроль над основными факторами производства.
3. Отсутствие близких заменителей товара.
4. Эффект масштаба или экономия, обусловленная ростом масштаба производства.
5. Наличие высоких входных барьеров искусственного характера: патенты, государственные лицензии, собственность на важнейшие источники сырья и др.

Одной из разновидностей монополии является естественная монополия, для которой характерны:

положительный эффект масштаба в долгосрочном периоде, объясняющийся технологическими причинами, наличие одной (двух) прибыльных крупных фирм в отрасли, возможно существование и других фирм, которые будут убыточными в долгосрочном периоде, нерегулируемое прибыльное ценообразование крупных фирм выше предельных и средних издержек, убыточное предельное ценообразование.¹¹

По характеру ценовой политики можно выделить *простую и дискриминационную монополию*. Простая монополия назначает только одну цену. Дискриминационная монополия назначает несколько цен.

Возможна ситуация, когда на рынке присутствует только один покупатель. Такой рынок называется *монопсонией*. Если на рынке присутствует только один покупатель и один продавец, такая ситуация называется *двусторонней монополией*.

С точки зрения концентрации капитала безотносительно к строению рынка выделяют следующие виды монополий:

картель – соглашение о разделе рынка сбыта и количестве выпускаемой продукции,

синдикат – объединение с целью совместного сбыта продукции,

трест – монополия, в которой объединяются собственность, производство и сбыт продукции,

концерн – монополия с единым финансовым центром входящих в нее фирм разных отраслей, но с общей технологией,

конгломерат – объединение, основанное на проникновении крупных корпораций в отрасли, не имеющие производственной и технологической связи со сферой деятельности головной фирмы.

Теоретическое изучение структур рынков, теоретическое обоснование каждого вида структуры рынков необходимо для выявления уровня и интенсивности конкурентной борьбы на рынке. Последнее представляется очень важным, так как рыночный механизм ценообразования и дифференциация свойств товаров наилучшим образом раскрывается в условиях совершенной конкуренции. В условиях несовершенной конкуренции ухудшаются адаптивные свойства ценовой и товарной политик фирм, что приводит к возникновению диспропорций, кризисных явлений.

Поэтому диагностика состояния структуры рынка является важнейшим индикатором как для целей государственного регулирования рынка, так и для стратегии и политики отдельных фирм на данных рынках.

Для определения типа рыночной структуры используются показатели рыночной власти. Данные показатели подразделяются на *прямые и косвенные*.

Прямые показатели непосредственно показывают степень влияния фирмы на рынок. **Косвенные показатели** характеризуют рыночную ситуацию в целом. К прямым показателям относятся индексы Лернера, Бейна и Тобина. К косвенным – индекс Херфиндаля – Хиршмана, индекс

концентрации, коэффициент относительной концентрации, дисперсия рыночных долей, коэффициент Джини, индекс Холла – Тайдмана и др.

Индекс Лернера определяется как разница в ценах конкурентного и неконкурентного рынков по отношению к неконкурентной цене.

$$L = \frac{P_m - P_c}{P_m}, \text{ где}$$

L – индекс Лернера

P_m – цена неконкурентного рынка

P_c – цена конкурентного рынка

Значение данного индекса изменяется в пределах от 0 до 1.

При совершенной конкуренции цена равна средним издержкам, поэтому индекс Лернера в условиях совершенной конкуренции равен 0. В условиях монополии цена превышает средние издержки, поэтому чем ближе индекс Лернера к 1, тем большей монопольной властью обладает фирма. Промежуточные значения данного индекса отражают промежуточные структуры рынков.

Таблица 3

Значения индекса Лернера¹²
Lerner index

Тип рынка	Индекс Лернера
Совершенная конкуренция	→ 0
Работающая конкуренция	0,1 – 0,2
Монополистическая конкуренция	0,3 – 0,5
Олигополия	0,6 – 0,8
Доминирующая фирма	0,8 – 0,9
Монополия	→ 1

Индекс Бейна отражает норму доходности инвестиций и определяется по следующей формуле:

$$r = \frac{(TR - TC)}{K} \cdot 100\%, \text{ где}$$

r – индекс Бейна

TR – выручка от реализации продукции

TC – совокупные издержки фирмы

K – стоимость капитала (активов) фирмы

Норма доходности конкурентной фирмы равна или приближается к нулю. Если индекс Бейна больше 0, то такой рынок является рынком

несовершенной конкуренции. Чем больше индекс Бейна, тем сильнее степень влияния фирмы на рынок.¹³

Индекс Тобина рассчитывается как отношение рыночной (внешней, биржевой) стоимости активов фирмы к внутренней стоимости ее активов (восстановительной стоимости).

$$q = \frac{P}{K}, \text{ где}$$

q – индекс Тобина

P – рыночная стоимость фирмы

K – восстановительная стоимость активов фирмы

Восстановительная стоимость активов фирмы отражает альтернативные издержки возмещения факторов производства для данной альтернативы использования ресурсов. Для конкурентного рынка альтернативные издержки равны по всем направлениям использования ресурсов, поэтому $P = K$ и $q = 1$.

Если индекс Тобина $q > 1$, то фирма обладает рыночной властью. Если $q < 1$, то это означает, что фирма находится в неблагоприятном положении. Данный индекс применим для диагностики состояния фирмы на рынке, но не применим для диагностики состояния рынка.

Индекс концентрации определяется как сумма рыночных долей n крупнейших фирм рынка.

$$CR_n = \sum_{i=1}^n q_i, \text{ где}$$

CR – индекс концентрации

q_i – доля производства (продаж) данной фирмы в объеме выпуска (продаж) отрасли

Значение индекса исследуется для трех или четырех крупнейших фирм. Рынок считается неконцентрированным для трех фирм при значениях индекса ниже 45%, умеренно концентрированным при $CR_3 = 45 - 70\%$ и высококонцентрированным при $CR_3 > 70\%$. Если значение данного индекса для 4-х фирм $CR_4 > 75\%$, то рынок считается высококонцентрированным и в практике антимонопольного законодательства США вводятся ограничения на слияние предприятий.¹⁴

Коэффициент относительной концентрации рассчитывается как отношение долей крупнейших предприятий рынка в общей сумме предприятий к долям продукции этих предприятий в общем объеме продукции.

$$K = \frac{b}{a}, \text{ где}$$

K – коэффициент относительной концентрации

b – доля крупнейших предприятий рынка в общей сумме предприятий, в %

a – доля продукции этих предприятий в общем объеме выпускаемой продукции, в %

При $K > 1$ – концентрация отсутствует, рынок является конкурентным.

При $K < 1$ – рынок высококонцентрирован.

Индекс Херфиндала – Хиршмана определяется как сумма квадратов долей всех фирм, функционирующих на рынке.

$$HH = \sum_i q_i^2, \text{ где}$$

HH – индекс Херфиндала – Хиршмана

q_i – доля производства (продаж) данной фирмы в объеме выпуска (продаж) отрасли.

Индекс HH колеблется в пределах $1/n < HH < 1$, где n – число фирм в отрасли.

Если доли фирм на рынке одинаковы, то значение индекса равно $1/n$. В условиях чистой монополии $HH = 1$ и чем меньше индекс, тем меньше монополизирован рынок.

Коэффициент вариации рыночных долей.¹⁵ Дисперсия характеризует степень разброса случайной величины относительно его математического ожидания (в простом случае относительно средней арифметической). Если случайная величина становится величиной постоянной, то дисперсия такой величины равна 0. В остальных случаях дисперсия положительна. Данный показатель характеризует возможную рыночную власть фирм через неравенство их размеров.

Существуют разные способы использования дисперсии рыночных долей фирм для определения уровня концентрации на рынке.

Так, если использовать коэффициент вариации, который представляет собой отношение среднеквадратичного отношения к среднеарифметической, то он будет равен 0 в том случае, когда равна 0 дисперсия и рыночные доли одинаковы. Коэффициент вариации будет близок к единице, когда одна фирма занимает подавляющую долю рынка. Для данного случая коэффициент вариации рассчитывается по формуле:

$$V = n \sqrt{\frac{1}{n} \sum \left(q_i - \frac{1}{n} \right)^2}, \text{ где}$$

V – дисперсия рыночных долей

n – число фирм в отрасли

q_i – рыночная доля фирмы

Коэффициент Джини показывает меру неравенства распределения доходов. Модификация коэффициента Джини, применяемая для анализа структуры рынков, определяется как процентное число фирм, действующих на рынке.

$$G = \frac{D}{N}, \text{ где}$$

G – коэффициент Джини

D – кумулятивный (накопленный) процент размера отрасли

N – кумулятивный процент числа фирм на рынке

При $G = 1$ – на рынке имеет место чистая монополия.

При $G = 0$ – каждая фирма производит одинаковую долю отрасли.

Индекс Холла – Тайдмана или ранговый индекс концентрации рассчитывается на основе сопоставления рангов фирм рынка следующим образом:

$$HT = \frac{1}{2 \sum R_i q_i - 1} \quad \text{где}$$

HT – ранговый индекс концентрации

R_i – ранг фирмы на рынке (по убывающей, самая крупная фирма имеет ранг 1)

q_i – доля фирмы

HT изменятся в пределах от $1/n$ до 1, где n число фирм в отрасли. Чем меньше значение данного индекса, тем меньше концентрация на рынке.

Рассмотренные выше индексы обладают определенными преимуществами и недостатками. Наибольшей популярностью пользуются два индекса – *индекс Херфиндала – Хиршмана* и *индекс концентрации*.

Главным преимуществом индекса Херфиндала – Хиршмана является то, что он не зависит от проблемы выбора числа предприятий, учитываемых в индексе. Но данное обстоятельство является и недостатком индекса, так как на реальных рынках число субъектов рынка может быть велика и расчет индекса – проблематичен. Поэтому индекс модифицируют и включают в него только первые 50 предприятий, занимающих лидирующие позиции на рынке. В этом случае рынок считается высоконцентрированным, если значение индекса больше 0,18¹⁶, что требует государственного вмешательства для нормализации рыночной ситуации.

Существенным недостатком индекса концентрации является то, что он абсолютно нечувствителен к распределению долей на рынке среди первых лидеров. Он будет одинаков, если, например, первые четыре лидера на рынке имеют равные доли в 20% и если первый лидер занимает на рынке 70%, а три остальных в сумме 10%. Поэтому индекс концентрации может быть использован для достаточно приближенной оценки концентрации на рынке и диагностики его структуры.

Следует отметить, что и другим индексам присущи существенные недостатки, а именно значение индексов, рассчитанных с помощью указанных выше формул, слабо коррелируют со степенью концентрации на рынках, поэтому они могут служить только для определения степени

концентрации. Подробный анализ преимуществ и недостатков указанных выше индексов выходит за рамки данной статьи.

Многообразие индексов свидетельствует о сложности анализируемого объекта исследования и необходимости разработки новых индексов или модификации имеющихся для применения их в практике государственного регулирования рыночной экономики и антимонопольном законодательстве.

ЛИТЕРАТУРА

- Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962, с.423.
- ² Светульников С.Г., Литвинов А.А. *Конкуренция и предпринимательские решения*. - Ульяновск.: Изд. Корпорация технологий продвижения, 2000, с.79.
- ³ Шерер Ф., Росс Д. *Структура отраслевых рынков*. М.: ИНФРА-М, 1997, с.17.
- ⁴ Шерер Ф., Росс Д. *Структура отраслевых рынков*. М.: ИНФРА-М, 1997, с.18.
- ⁵ Светульников С.Г., Литвинов А.А. *Конкуренция и предпринимательские решения*. Ульяновск.: Изд. Корпорация технологий продвижения, 2000, с.80-81.
- ⁶ Шерер Ф., Росс Д. *Структура отраслевых рынков*. М.: ИНФРА-М, 1997, с.47-48.
- Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика.-М.: Дело 2000. с.463.
- ⁸ William Baumol, John Panzer and Robert Willig. *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. San Diego, CA.: Harcourt, Yovanovich, 1982.
- ⁹ Франк Р.Х. *Микроэкономика и поведение*. М.: ИНФРА-М, 2000, с.472.
- ¹⁰ Томпсон А., Формби Д. *Экономика фирмы*. М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998, с. 362.
- ¹¹ Светульников С.Г., Литвинов А.А. *Конкуренция и предпринимательские решения*. Ульяновск.: Изд. Корпорация технологий продвижения, 2000, с.83.
- ¹² Авдашева С.В., Розанова С.М. *Анализ структур товарных рынков*. М.: Тенс, 1998, с.17.
- ¹³ Авдашева С.В., Розанова С.М. *Анализ структур товарных рынков*. М.: Тенс, 1998, с.14.
- ¹⁴ Шерер Ф., Росс Д. *Структура отраслевых рынков*. М.: ИНФРА-М, 1997, с.67.
- ¹⁵ Светульников С.Г., Литвинов А.А. *Конкуренция и предпринимательские решения*. Ульяновск.: Изд. Корпорация технологий продвижения, 2000, с.93.
- ¹⁶ Азоев Г.Л. *Конкуренция: анализ, стратегия и практика*. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996, с.40.

Principles of Competitive Market Theory

Summary

Modern market structures have been analyzed in the article. Comparison of perfect competition market and imperfect competition is given. Existing indexes of market concentration have positive and negative aspects that means necessity for further modification or to work out new indexes of regulation of market economy.

Konkurētspējīgā tirgus teorijas principi

Kopsavilkums

Rakstā tiek aplūkota aktuāla mūsdienu tirgus ekonomikas problēma konkurences teorija. Autors analizē mūsdienu tirgus struktūras, sniedz salīdzinošu pilnīgas un nepilnīgas tirgus konkurences raksturojumu un aplūko jaunas pieejas problēmas izpētē. Tirgus koncentrācijas indeksu analīze atspoguļo to priekšrocības un trūkumus, kas liecina par indeksu tālākas modifikācijas nepieciešamību, vai arī jaunu indeksu izstrādi, lai izmantotu tos tirgus ekonomikas valstiskajā regulēšanā.



- Veronika Bikse.** Uzņēmējspējas, to veidošana globalizācijas procesu ietekmē
- Inta Brūna, Aldis Donis.** Uzņēmuma plānotās naudas plūsmas izmantošana kredītriska novēršanā
- Inta Brūna, Maksīms Smagins.** Latvijas un ASV grāmatvedības sistēmu salīdzinājums
- Dagnija Daņēviča, Justīne Jaunzeme.** Starptautisko revīzijas standartu ieviešanas aspekti Latvijā
- Andris Fomins.** Latvijas rūpniecības restrukturizācijas problēmas
- Jevgeņijs Fortūna.** Brends (preču zīme) kā faktors produkta efektīvai virzīšanai tirgū
- Baiba Griezēna-Vircoka.** Vienotu radiofrekvenču spektra resursu izmantošanas nosacījumu ieviešana Latvijas sekmīgai iekļaušanai Eiropas Savienības un NATO struktūrās
- Justīne Jaunzeme, Antons Petrovskis, Dagnija Daņēviča.** Strīdīgi jautājumi LR likuma "Par pievienotās vērtības nodokli" normu piemērošanā
- Andrejs Jaunzems, Ilze Balode.** Lagranža reizinātāju interpretācija lineāru hipotēžu pārbaudē ar vispārināto mazāko kvadrātu metodi
- Evija Kopeika.** Krievijas krīzes ietekme uz eksporta un importa situāciju Baltijas valstīs
- Inta Kotāne.** Lauksaimniecības attīstību kavējošo faktoru analīze
- Ausma Krūmiņa, Gita Actiņa.** Stratēģiskā plānošana un mārketinga elementi Aizsardzības ministrijas darbā
- Igors Ludboržs, Andrejs Ponomarjovs.** Ētikas prasību ieviešana zvērinātiem revidentiem
- Ieva Lūciņa.** Latvijas rūpniecības potenciāls un konkurētspēja Eiropas Savienībā
- Tatjana Mavrenko.** Krājaizdevu sabiedrība kā sociālās ekonomikas instruments
- Vilma Paupa, Artūrs Prauliņš.** Par atsevišķiem grāmatvedības uzskaites sistēmu klasifikācijas aspektiem
- Ismena Revīna.** Investīciju projektu novērtēšanas metodes
- Ramona Rupeika-Apoga.** Valūtas maiņas kurss kā monetārās politikas transmisijas kanāls
- Svetlana Saksonova.** Latvijas komercbanku aktīvu struktūras pārvaldības problēmas un perspektīvās metodes
- Dmitrijs Solovjovs.** Pārejas perioda apstākļiem piemērota kvalitātes nodrošināšanas un vadības sistēma. Sistēmas strukturālais apraksts un shematisks atspoguļojums
- Laila Stabulniece.** Izmaiņas patērētāju uzvedībā: jauni pircēju tipi un mazumtirdzniecības attīstības tendences (Vācijas pieredze)
- Александр Стетюха.** Проблемы регулирования тарифов городского пассажирского транспорта
- Dzintars Striķis.** Bezskaidras naudas norēķinu loma Latvijas tautsaimniecībā
- Александр Шенкман.** Системное реформирование промышленных предприятий в условиях переходной экономики
- Edgars Vasermanis, Nicholas Nechval, Uldis Rozevskis.** Optimization of Savings under Risk
- Мария Володина.** Основы теории конкурентных рынков