



piepildījis olimpiskā vicečempiona Ainars Fadejevs savas ģimenes un atveselības līdētājiem medicīniskās palīdzības un atbalsta līdētājiem.

Slimnīcai trūkst 80 000 latu, reformas maksā miljonus



Ca sola slēgt durvis

26.7 milj. Ls Rīgas brīvostas attīstībai

Rīgas ostas 800 gadu jubileju, kura tiek atzīmēta no 10. līdz 12. novembrim, Rīgas brīvosta sagaida ar vērienīgām investīcijām ostas attīstībā — 26.7 milj. Ls apmērā, kas ieguldītas laika posmā no 1996. gada.

Bez līdz 2006. gadam brīvostas ārvalsts kopumā dāvids ražošanas projekta pabeigšanai izmaksās līdz 100 milj. Ls.

Lielā nozīmē Rīgas brīvostas attīstība ir pēc Latvijas visu proklamēto Ministru kabineta pasākuma ieviešanas likumprojekta, kas paredz par 50% samazināt ieviešanas modeļa izmaksas, sākot no 1 milj. USD. Rīgas brīvostas valdes priekšsēdētājs Andrejs Argalā Dž. uzskata, ka attīstības vērtība ir arī perspektīva pilnveidošanai pilsētā.

Rīgas brīvostas valdes priekšsēdētājs Andrejs Argalā, kas ostas ir lielas izstrādes attīstības. Foto: Jolāna, Dž.

Krāvu apgrozījums Rīgas ostā (milj.)

Gads	1996	1997	1998	1999	2000
7.8	11.2	13.3	12.0		

Kristers Serģis un Artis Rasma pēc sezonas krustcelēs



12.09. NR 37/2000

KĀ LATVIEŠU AKTIERUS MĪLĒJA KRIEVIJĀ

LASĪTĀJŅI APTAUJĀ AR BALVĀM

SLAVENAS SĪVIETES RĀDA SAVAS KĀZU KLEITAS

PROVINENCES VĒRĒ FŪTBOLS!

+TV ŽURNĀLS 12.09. - 18.09.

EKSKLUZĪVI: PREZIDENTEI PIENĒR ĪPAŠI MI DĪVĒKĀ

Georgs Lībermanis

Tirgus ekonomikas pamati un Latvija ceļā uz Eiropas Savienību

I daļa

400 MILJONI ZAUDĒTA EKSPORTA

Valsts monetārā politika Latvijas eksportētājiem liegusi iegūt ievērojamas summas, kamēr Igaunijas eksports piedzīvoja patiesu izrāvienu

Eksporta pieaugums Igaunijā un Latvijā

Valsts	Pieaugums
Igaunija	+40.7%
Latvija	+1.5%

(2000. gada 1. pusgada pret)

Bezpaumtniece ierosina pārziņot teltis

NEKĀDI NEVARU SAPRĀST, KĀPĒC MŪSU EKONOMIKA NEVAR UZŅĒMT ĀTRUMU!

AUGSTU KURSU LATAM, TEV BRĪVĀ LATVIJĀ!

Saeimas deputāti valsts naudu Indonēzijā šķieda kopā ar dzīviesbiedriem

38622

L 2001-6
9

Latvijas Nacionālā
bibliotēka

L

Georgs Lībermanis

**Tirgus
ekonomikas
pamati
un
Latvija
ceļā uz
Eiropas
Savienību**

I daļa



Georgs Libermanis

**Tirgus
ekonomikas
pamati
un
Latvija
ceļā uz
Eiropas
savienību**

1 daļa

1991

Mikroekonomika

Ievads

Šodienas students ir mūsu rītdienas kalējs. Mēs ļoti gribam, lai šī rītdiena būtu brīva, gaiša, pārtikusi. Mūsu dzīvi XXI gadsimteņa pirmajos gadu desmitos lielā mērā veidos tie, kas šodien pilda augstskolu auditorijas. Šīs paaudzes zināšanas ir nākotnes panākumu atslēga. Latvija visās dzīves jomās ir stājusies uz kardinālu reformu ceļa. Ekonomikā visatbildīgākais uzdevums ir pabeigt ievadīto pāreju uz sociālo tirgus ekonomiku, radīt tādu ekonomisko attiecību sistēmu, kas raksturīga mūsu tuvākiem un tālākiem kaimiņiem Eiropā – Somijā, Zviedrijā, Dānijā, Vācijā. Ejot pa šo ceļu, ir nepieciešams drošs ceļvedis. Šis ceļvedis ir ekonomikas teorija, mācība par tirgus ekonomiku. Tā ir vēsturiski aprobēta teorija; tās prasmīga izmantošana dod prognozējamus pozitīvus rezultātus. Un studentam šī teorija jāapgūst.

Mācību grāmatas par tirgus ekonomiku pasaulē sarakstīts kaudzēm. Katra grāmata bez vispārējās teorijas satur konkrētās valsts pieredzes aprakstu un vispārinājumu. Šo grāmatu oriģināli un tulkojumi palīdzēja Latvijā veidoties pasniedzēju saimei, kas kopumā labā līmenī pasniedz tirgus ekonomikas pamatus augstskolās, koledžās, licejos, vidusskolās. Bet ir problēma, ko pasniegšanā nedrīkst apiet: Latvijas specifika, pārejot uz tirgus ekonomiku. ASV, Anglijā, Vācijā un citās zemēs izdotās mācību grāmatās mēs neko nevaram izlasīt par konkrētajām problēmām un grūtībām, veismēm un neveismēm, Latvijai pārejot no komandekonomikas, no sociālistiskās plānsaimniecības uz tirgus ekonomiku. Padomju okupācijas ilgie gadi, Latvijas ekonomikas vardarbīgā iekļaušana PSRS vienotā tautsaimniecības kompleksā, komunistisko vietvalžu centieni iztapt Maskavas diktatoriem šodien rada problēmas, kuras nepazīst ne Eiropas Savienības valstis, ne ASV, ne Latīņamerika, ne Japāna. Struktūrpolitikai Latvijā ir cits saturs un ievirze nekā vecajās tirgus ekonomikas zemēs. Lata problēmas nav ASV dolāra, jenas vai vācu markas problēmas. Gan pēc cēloņiem, gan pēc sekām nevar likt vienlīdzības zīmi starp stagflāciju Latvijā 1991.–1993. gadā un stagflāciju Rietumu pasaulē 1974.–1975. gadā. Tas viss nosaka nepieciešamību Latvijas studentus apbruņot ar mācību grāmatu par tirgus ekonomiku, kas bez vispārējās teorijas analizētu Latvijas specifiku grūtajā pārejas periodā. Vienlaikus jānorāda arī uz nākotnes perspektīvām.

Mūs visus uztrauc asa problēma, kā paātrināt Latvijas ekonomisko attīstību, kā labāk sagatavoties uzņemšanai Eiropas Savienībā, kā galu galā sākt normāli saimniekot civilizētas tirgus saimniecības apstākļos. Priekšlikumu ir daudz, jo gandrīz vai katrs cilvēks ir gatavs sniegt savu padomu. Panākumus var nodrošināt tikai tās programmas, kas ir zinātniski pamatotas. Turpretī nodošanās brīvam fantāzijas lidojumam, palaušanās uz izmēģinājumiem un kļūdu metodi mūsdienu situācijā ir pārāk bīstama. Viens nepārdomāts solis, un atvars ir klāt. Tāpēc ir nepieciešams ceļrādis noderīga varianta izvēlei. Šāds ceļrādis ir teorija, kas atsedz saimniekošanas dziļākās saknes, vispārina ekonomikas objektīvās realitātes.

Saimnieko nevis dievi Olimpā, bet cilvēki katrs savā jomā. Saimniekošanas rezultāts ir cilvēku rīcības koprezultāts. Ikviens normāls cilvēks rīkojas motivēti. Jebkurai uzvedībai, ikvienai rīcībai ir sava motivācija, savs pamatojums. Atliek tikai uzzināt "sīkumu", t.i., noskaidrot ekonomiskās darbības motivācijas mehānismu. Uzdevums ir virssarežģīts. Jāizzina saimniekotāju subjektu, darbinieku rīcības motivācijas cēloņsakarības, proti, jāzina, kādi nosacījumi (cēloņi) nosaka rezultātus (sekas). Balstoties uz attiecīgu teoriju, jāapgūst ekonomiskās uzvedības, efektīvas rīcības un to seku prognozēšanas māka.

Šai problēmai ir daudz aspektu, gan tehnisko un tehnoloģisko, gan ekonomisko un organizatorisko, gan citu. Bet problēmas risina cilvēks – uzņēmējs, īpašnieks, pārvaldnieks, organizators, sistēmtehniķis, balstoties uz inženieru, tehnologu, visdažādāko izpildītāju zināšanām, izpratni, pieredzi, radošo domu. Šai sakarībā visai nozīmīgs ir psiholoģiskais faktors, kas iespaido katra cilvēka konkrēto darbību. Tirgus ekonomikas jauncelsme prasa simtiem, pat tūkstošiem virssarežģītu jautājumu risinājumu. Lai nenomaldītos problēmu mudžeklī, nepieciešams ceļvedis, visupirms ceļvedis ekonomikā.

Autors būtu līdz galam apmierināts, ja šī mācību grāmata par tirgus ekonomikas pamatiem reāli pildītu minētā ceļveža lomu, izvadītu lasītāju pa ekonomikas attīstības labirintiem. Šī grāmata ir tirgus ekonomikas pamatkurss. Populārs izklāsts lika izvairīties no sarežģītām formulām un shēmām.

Vienlaikus visur uzsvērtas Latvijas ekonomikas īpatnības, jo pāreju no komandekonomikas uz tirgus ekonomiku nevar tāpat izklāstīt kā nobriedušo tirgus ekonomiku, kam ir vairāku gadsimtu pieredze. Nāk klāt jaunas sarežģītas problēmas, kā Latvijas ekonomikai līdzināt ceļu uz ES.

Sākot studēt mikro- un makroekonomiku, skaidri jāapzinās, kādu sabiedrību, kādu attiecību modeli vēlamies. 90. gadu pirmajā pusē Latvijas ekonomikas dižvadītāji, ne mazums politiķu aizrautīgi sludināja ideju, ka mūsu mērķis ir veidot "brīvo tirgus ekonomiku". Tā bija kļūdaina nostāja, kas ekonomisko politiku brīžiem rosināja iet pa greizu ceļu.

Atliek ieskatīties klasiskajās mācību grāmatās, lai melns uz balta izlasītu, ka šodien pasaulē "brīvā tirgus ekonomika" itin nekur neeksistē. Lūk, mūsu priekšā Nobela prēmijas laureāta, dzīvā klasiķa P.A. Semjuelsona un viņa palīga V.D. Nordhausa visā pasaulē populārās mācību grāmatas "Economics" piecpadsmitais izdevums (1995. g.). Pirmās daļas 1. nodaļā ir visai nozīmīgs paragrāfs B – "Ekonomikas trīs organizācijas problēmas: tirgus, komandas un jauktā ekonomika". Autori uzsver, ka šodien var izdalīt divas polāras ekonomikas organizācijas sistēmas. Vienā polā, kur valdošās ir privātīpašuma attiecības, lielāko daļu ekonomisko jautājumu lemj tirgus, tāpēc to sauc par tirgus ekonomiku. Lielo daļu lēmumu par ražošanu (ko ražot) un patēriņu (ko pieprasīt un patērēt), tāpat arī, kā ražot (tehnika, tehnoloģija), pieņem atsevišķas personas un privātās kompānijas. Tirgus ekonomikas galējā alternatīva, kad valdība faktiski neatstāj nekādu iespaidu uz ekonomiku, dēvē par "brīvā tirgus ekonomiku" vai valsts neiejaukšanās ekonomiku.

Otrā polā kā tirgus ekonomikas pretmets darbojas komandekonomika. Viss īpašums uz ražošanas līdzekļiem formāli ir valsts jeb visas tautas īpašums, faktiski valdošo komunistisko partiju un valsts augstākās birokrātijas rīcības objekti. Visus lēmumus ne tikai ražošanas, bet arī patēriņa jomā pieņem valsts. Valsts lielākajai daļai strādājošo ir darba devējs un nosaka, ko un kā darīt savā darba vietā. Īsumā runājot, komandekonomikas apstākļos valdība lemj vairākumu ekonomisko jautājumu, pārvaldot resursus un balstoties uz savu neierobežoto varu. Šāda ekonomiskā sistēma pastāvēja padomju bloka valstīs un vēl šodien sastopama Kubā un Ziemeļkorejā.

Kāds ir galvenais autoru secinājums? Neviena no mūsdienu sabiedrībām pilnībā nav attiecināma uz minētajām polārajām sistēmām. Drīzāk demokrātiskām valstīm raksturīga jauktā tirgus ekonomika, proti, ekonomika ar tirgus un komandformas pārvaldes elementiem. Nekad nav eksistējusi 100% tirgus ekonomika (Anglija bija tai tuvu 19. gs.). Pašlaik ASV lielāko daļu lēmumu pieņem tirgus, bet arī valsts valdībai ir nozīmīga loma tirgus darbībā: tā pieņem likumus un uzņēmējdarbības "spēles noteikumus", kas aktīvi regulē ekonomiku, sniedz pakalpojumus izglītības un kārtības uzturēšanā, kontrolē uzņēmējdarbību un rūpējas par dabas aizsardzību. Valsts īpašumā parasti ir ievērojama daļa infrastruktūras elementu, dažkārt valsts uzņēmumi, kam ir stratēģiska nozīme, arī efektīvi strādājošie valsts budžeta balsti. Daži autori apgalvo, ka valsts un pašvaldību uzņēmumi ar kvalificētu vadību spēj strādāt ne mazāk efektīvi kā privātās saimnieciskās organizācijas.

Jauktajai ekonomikai ir vairāki varianti. Latvijai būtu mērķtiecīgi jāizvēlas un valstiskā darbība jāvirza uz sociālo tirgus saimniecību, kad jauktā ekonomika pakļauta cilvēku vajadzību apmierināšanai, sociālo (nejaukt ar sociālistisko), humāno problēmu vispusīgai risināšanai. Cilvēks ir šīs sistēmas centrā.

Šīs grāmatas teksta sagatavošanā piedalījās asociētā profesore Marina Volodina (10.4.1.3., 10.4.1.4., 10.4.2.3.) un lektore Daira Baranova (pamatterminu tulkojums angļu valodā).

2.2. Galvenā kategorija ir raksturojums

2.3. Secinājumi

2.4. Pamatterminu tulkojums

2.19. Pārvaldes jautājumi

2.20. Ekonomiskie likumi

4.1. Iesniegšanas likumi un ziņātnes likumi

4.2. Ekonomisko likumu būtība

4.3. Ekonomisko likumu izmantošana

4.4. Atceļotiskā saikne ekonomisko likumu izmantošanā

4.5. Galvenā kategorija ir raksturojums

4.6. Secinājumi

4.7. Pamatterminu tulkojums

4.8. Pārvaldes jautājumi

Saturs

1. nodaļa. Cilvēks un ekonomika	13
1.1. Kam kalpo ekonomika?	13
1.2. <i>Homo economicus</i>	14
1.2.1. <i>Homo economicus</i> modelis	14
1.2.2. <i>Homo economicus</i> attīstība	14
1.2.3. <i>Homo soveticus</i>	15
1.2.4. <i>Homo economicus</i> atdzimšana Latvijā	16
1.3. Cilvēka vajadzības, to attīstības pamati	16
1.3.1. Cilvēka vajadzību nosacījumi	16
1.3.2. Cilvēka vajadzību un ražošanas pakalpojumu mijiedarbība	17
1.3.3. Cilvēka vajadzību klasifikācija	17
1.4. Galveno kategoriju īss raksturojums	18
1.5. Secinājumi	19
1.6. Pamatterminu tulkojums	19
1.7. Paškontroles jautājumi	20
2. nodaļa. Ražošanas resursi, to raksturojums un klasifikācija	21
2.1. Ražošanas resursu vispārējais raksturojums un klasifikācija	21
2.2. Dabas resursi kā ražošanas resursi	21
2.3. Darbaspēks un darbs. Darbaspēks kā ražošanas resurss	21
2.4. Kapitāls kā ražošanas resurss	22
2.5. Uzņēmējspējas kā ražošanas resurss	23
2.6. Ražošanas resursu shēmas	24
2.7. Ražošanas resursu ierobežotība	25
2.8. Resursu izlietošanas alternatīvas un izvēle	25
2.9. Darba ražīgais spēks, laika ekonomija un efektīvā saimniekošana	27
2.10. Darba ražīgais spēks un darba dalīšana	28
2.11. Galveno kategoriju īss raksturojums	30
2.12. Secinājumi	30
2.13. Pamatterminu tulkojums	31
2.14. Paškontroles jautājumi	31
3. nodaļa. Ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisms	33
3.1. Vajadzības un motivācija	33
3.2. Attiecību sistēma saimniekošanā	33
3.3. Īpašuma attiecības, to realizācijas formas un motivācija	35
3.4. Sociāli ekonomisko attiecību juridiskā forma	37
3.5. Ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisma struktūra	40
3.6. Ekonomikas attīstības un sociāli ekonomisko attiecību mijiedarbības modelis	42
3.7. Galveno kategoriju īss raksturojums	45
3.8. Secinājumi	46
3.9. Pamatterminu tulkojums	47
3.10. Paškontroles jautājumi	47
4. nodaļa. Ekonomiskie likumi	49
4.1. Īstenības likumi un zinātnes likumi	49
4.2. Ekonomisko likumu būtība	50
4.3. Ekonomisko likumu izmantošana	52
4.4. Atgriezeniskā saikne ekonomisko likumu izmantošanas sistēmā	53
4.5. Galveno kategoriju īss raksturojums	55
4.6. Secinājumi	55
4.7. Pamatterminu tulkojums	56
4.8. Paškontroles jautājumi	56

5. nodaļa. Tirgus ekonomikas priekšmets	57
5.1. Tirgus ekonomikas priekšmeta raksturojums	57
5.2. Tirgus ekonomikas subjekti	58
5.3. Pozitīvā un normatīvā ekonomika	58
5.4. Mikroekonomika un makroekonomika	59
5.5. Ekonomikas teorijas izstrādāšana	60
5.6. Tirgus ekonomikas pamati un ekonomiskā politika	61
5.7. Galveno kategoriju īss raksturojums	62
5.8. Secinājumi	62
5.9. Pamatterminu tulkojums	63
5.10. Paškontroles jautājumi	63
6. nodaļa. Tirgus ekonomikas funkcionēšanas pamati	65
6.1. Preču ražošana un tirgus ekonomika	65
6.2. Tirgus modelis	67
6.3. Tirgus ekonomikas pamatpazīmes	68
6.4. Tirgus veidi. Biržas	69
6.5. Galveno kategoriju īss raksturojums	70
6.6. Secinājumi	71
6.7. Pamatterminu tulkojums	71
6.8. Uzdevumi	71
6.9. Pašpārbaudes jautājumi	72
7. nodaļa. Patērētāju (pircēju) uzvedība un pieprasījuma likums	73
7.1. Pieprasījuma likums	73
7.1.1. Cena un pieprasījuma lielums	73
7.1.2. Pieprasījuma līknes D analīze	74
7.1.3. Ārpuscenas faktori un pieprasījuma izmaiņas	76
7.2. Preču galējais derīgums	78
7.2.1. Lietošanas vērtīgums	78
7.2.2. Galējā derīguma mazināšanās likums	80
7.3. Galējais derīgums un nauda	83
7.3.1. Vidējais GD uz ienākuma vienību naudā	83
7.3.2. Aizstāšanas likums	83
7.4. Gosena likumi	84
7.5. Kopējā derīguma maksimizācija	84
7.6. Laiks ir nauda	85
7.7. Patērētāju pārpalikums (patērētāja rente)	86
7.8. Ūdens un briljantu paradokss	87
7.9. Vienaldzības līknes, budžeta līnija un pieprasījuma prognoze	87
7.9.1. Vienaldzības līknes	88
7.9.2. Budžeta līnija un pircēju izvēle	90
7.10. Galveno kategoriju īss raksturojums	95
7.11. Secinājumi	96
7.12. Pamatterminu tulkojums	97
7.13. Uzdevumi	97
7.14. Pašpārbaudes jautājumi	98
8. nodaļa. Piedāvātāja (pārdevēja) uzvedība un piedāvājuma likums	99
8.1. Komercedarbības izmaksas un peļņa	99
8.2. Iekšējās jeb alternatīvās izmaksas	100
8.3. Pastāvīgās un mainīgās ražošanas izmaksas īslaicīgā periodā	103
8.3.1. Kas nosaka ražošanas izmaksu līmeni, rēķinot uz produkcijas vienību?	103
8.3.2. Resursu atdeves mazināšanās likums	105
8.4. Ražošanas izmaksu minimizācija	106
8.4.1. Ražošanas izmaksu minimizācijas pamati	106
8.4.2. Izokvantas	106
8.4.3. Izokostas	108

8.5. Galējās ražošanas izmaksas	111
8.6. Ražošanas izmaksas ilglaicīgā periodā	112
8.7. Lielražošana un sīkražošana	114
8.8. Neatgriezeniskās izmaksas – “nogriezts riecieni”	115
8.9. Vēl viens viltus paradokss	116
8.10. Piedāvājuma likums	116
8.10.1. Cena un piedāvājuma likums	116
8.10.2. Ārpuscenas faktori un piedāvājuma izmaiņas	118
8.10.3. Piedāvājuma trīsvienība	120
8.11. Līdzsvara cena	120
8.11.1. Pieprasījuma un piedāvājuma samērs	120
8.11.2. Līdzsvara cenas novirzes cēloņi	121
8.12. Valsts noteiktās cenas un pieprasījuma un piedāvājuma samērs	124
8.13. Galveno kategoriju īss raksturojums	128
8.14. Secinājumi	129
8.15. Pamatterminu tulkojums	130
8.16. Uzdevumi	130
8.17. Pašpārbaudes jautājumi	132
9. nodaļa. Pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums	133
9.1. Pieprasījuma elastīgums	133
9.1.1. Pieprasījuma elastīguma jēdziens	133
9.1.2. Pieprasījuma elastīgums pēc cenas	133
9.1.3. Faktori, kas regulē pieprasījuma elastīgumu pēc cenas	136
9.1.4. Pieprasījuma elastīgums pēc ienākumiem	138
9.1.5. Pieprasījuma krusteniskais elastīgums	140
9.2. Piedāvājuma elastīgums	140
9.3. Līdzsvara veidi un laika faktors	142
9.4. Galveno kategoriju īss raksturojums	144
9.5. Secinājumi	144
9.6. Pamatterminu tulkojums	145
9.7. Uzdevumi	146
9.8. Pašpārbaudes jautājumi	146
10. nodaļa. Konkurence kā ekonomiskās uzvedības veids	147
10.1. Konkurences būtība	147
10.2. Konkurences veidi un tās klasifikācijas kritēriji	147
10.3. Pilnīgā konkurence	147
10.4. Nepilnīgā konkurence	149
10.4.1. Monopols un monopsons	149
10.4.1.1. Monopoldarbības pamatvirzieni	150
10.4.1.2. Monopols un konkurence	152
10.4.1.3. Monopoli un saimniekošanas efektivitāte	152
10.4.1.4. Cenu diskriminācija	153
10.4.2. Oligopola, oligopsona ekonomiskā uzvedība	155
10.4.2.1. Oligopola raksturojuma kritēriji	155
10.4.2.2. Oligopola konkurences metodes	156
10.4.2.3. Oligopola modeļi	158
10.4.3. Monopolistiskā konkurence	161
10.4.3.1. Monopolistiskās konkurences pamati	161
10.4.3.2. Monopolistiskā konkurence un patenti	163
10.5. Monopolisma ierobežošana. Antimonopolu likumdošana. Konkurences izvērsšana	164
10.6. Galveno kategoriju īss raksturojums	168
10.7. Secinājumi	168
10.8. Pamatterminu tulkojums	169
10.9. Uzdevumi	169
10.10. Pašpārbaudes jautājumi	170

11. nodaļa. Tirgus “neredzamā roka”	
(Ražošanas regulēšanas tirgus mehānisms)	171
11.1. Vajadzības, cenas konkurence un ražošanas regulēšana	171
11.1.1. Ražošanas (pakalpojumu sniegšanas)	
regulēšanas nepieciešamība	171
11.1.2. Kā tirgus regulē ražošanas proporcijas?	171
11.1.3. Mazredzamā starpnozaru konkurence	172
11.2. Vai tirgus regulēšanai ir alternatīva?	172
11.3. Tirgus regulēšana un tehnikas progress	174
11.4. Tirgus un ekonomiskā atlase	175
11.5. Galveno kategoriju īss raksturojums	176
11.6. Secinājumi	176
11.7. Pamatterminu tulkojums	177
11.8. Pašpārbaudes jautājumi	177
12. nodaļa. Ražošanas resursu tirgus īpatnības	179
12.1. Ražošanas resursu tirgus kopējās iezīmes	179
12.2. Ražošanas resursu cenu veidošanās īpatnības	179
12.3. Galveno kategoriju īss raksturojums	180
12.4. Secinājumi	180
12.5. Pamatterminu tulkojums	180
12.6. Pašpārbaudes jautājumi	181
13. nodaļa. Dabas resursu tirgus un cenas	183
13.1. Vispārējais raksturojums	183
13.2. Zemes rente, tās avots	184
13.2.1. Dabas auglības, ražīguma spēks	184
13.2.2. Zemes gabala teritoriālais izvietojums un rente	186
13.2.3. Ekonomiskā auglība	186
13.2.4. Zemes ekonomiskā novērtējuma pamati	187
13.3. Zemes cenas veidošanās pamati	188
13.4. Galveno kategoriju īss raksturojums	193
13.5. Secinājumi	193
13.6. Pamatterminu tulkojums	194
13.7. Uzdevumi	195
13.8. Pašpārbaudes jautājumi	195
14. nodaļa. Darbaspēka tirgus un cena. Darba alga	197
14.1. Darba algas ekonomiskais saturs	197
14.2. Darba algas līmeņa noteicēji faktori	197
14.3. Darba algas līmeņa atšķirības dažādās valstīs	198
14.4. Darbaspēka atjaunošanas nosacījumu izmaiņas	199
14.5. Pilnīgā un nepilnīgā konkurence darbaspēka tirgū	200
14.6. Arodbiedrību loma darbaspēka tirgū	201
14.7. Valsts loma darbaspēka tirgū	202
14.8. Darba algas formas	203
14.9. Nominālā un reālā darba alga	204
14.10. Darba algas organizācijas problēmas Latvijā	205
14.11. Galveno kategoriju īss raksturojums	209
14.12. Secinājumi	209
14.13. Pamatterminu tulkojums	210
14.14. Pašpārbaudes jautājumi	211
15. nodaļa. Kapitāla tirgus un cena	213
15.1. Kapitāla tirgus pirkšanas un pārdošanas objekti	213
15.2. Kapitāla tīrais ražīgums	213
15.3. Procenti kā ienākums no kapitāla	214
15.4. Kapitāla un investīciju cena	216
15.5. Nākamo ienākumu diskontēšana un investīciju izdevīgums	222
15.6. Galveno kategoriju īss raksturojums	223
15.7. Secinājumi	224

15.8. Pamatterminu tulkojums	225
15.9. Pašpārbaudes jautājumi	226
16. nodaļa. Uzņēmējspēju tirgus un cenas	227
16.1. Vispārējs raksturojums	227
16.2. Uzņēmējspēju cenas veidošanās	227
16.3. Galveno kategoriju īss raksturojums	227
16.4. Secinājumi	228
16.5. Pamatterminu tulkojums	228
16.6. Pašpārbaudes jautājumi	228
17. nodaļa. Nekustamā īpašuma tirgus	229
17.1. Nekustamā īpašuma tirgus objekti	229
17.2. Nekustamā īpašuma tirgus cenas	229
17.3. Zemes tirgus īpatnības Latvijā	230
17.4. Pirmā desmitgade	231
17.5. Oriģināli objekti	233
17.6. Sakars starp ražošanu un nekustamo īpašumu	234
17.7. Galveno kategoriju īss raksturojums	234
17.8. Secinājumi	235
17.9. Pamatterminu tulkojums	235
17.10. Pašpārbaudes jautājumi	235
18. nodaļa. Pievienotās vērtības (vērtīguma) veidošana	237
18.1. K. Marksa teorija par darbu kā par vienīgo jaunās vērtības (pievienotās vērtības) avotu	237
18.2. Ražošanas resursu īpašnieki – ienākumu saņēmēji	237
18.3. Pievienotās vērtības saturs	237
18.4. Galveno kategoriju īss raksturojums	238
18.5. Secinājumi	238
18.6. Pamatterminu tulkojums	239
18.7. Pašpārbaudes jautājumi	239
19. nodaļa. Uzņēmējdarbībā ieguldīto (izmantoto) resursu aprīte	241
19.1. Investīcijas un uzņēmējdarbībā ieguldītie resursi	241
19.2. Uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu kustība, aprīte	242
19.3. Uzņēmējdarbībā ieguldīto (avansēto) līdzekļu (ražošanas resursu) aprītes paātrināšanas ceļi	245
19.4. Pamatkapitāls un apgrozāmais kapitāls	246
19.4.1. Pamatkapitāla sastāvs	246
19.4.2. Pamatkapitāla fiziskā un morālā nolietošana	246
19.4.3. Amortizācijas normas	247
19.4.4. Amortizācijas fonda mērķa izlietojums	247
19.4.5. Paātrinātā amortizācija	248
19.4.6. Apgrozāmais kapitāls	248
19.5. Galveno kategoriju īss raksturojums	248
19.6. Secinājumi	249
19.7. Pamatterminu tulkojums	250
19.8. Pašpārbaudes jautājumi	251
20. nodaļa. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu atražošana	253
20.1. Resursu aprīte un atražošana	253
20.2. Resursu sašaurinātās atražošanas īpatnības	255
20.3. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu vienkāršā atražošana	256
20.4. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātā atražošana	257
20.5. Rekonstrukcija	261
20.6. Galveno kategoriju īss raksturojums	261
20.7. Secinājumi	262
20.8. Pamatterminu tulkojums	263
20.9. Pašpārbaudes jautājumi	263
21. nodaļa. Peļņa – uzņēmējdarbības pamatmotīvs	265
21.1. Peļņas teorijas	265

21.2. Praktiskā saimniekošana un peļņa	266
21.3. Galējās kategorijas un galējā peļņa	267
21.4. Peļņas masa un peļņas norma (rentabilitāte)	268
21.5. Rentabilitāte un ražošanas izmaksas	269
21.6. Peļņas normas (rentabilitātes) noteicēji faktori	269
21.7. Normāla peļņa, papildu peļņa un konkurence	270
21.8. Monopolpeļņa	272
21.9. Peļņas sadale un izlietošana	274
21.10. Galveno kategoriju īss raksturojums	275
21.11. Secinājumi	276
21.12. Pamatterminu tulkojums	278
21.13. Pašpārbaudes jautājumi	278
22. nodaļa. Denacionalizācija un privatizācija Latvijā	279
22.1. Denacionalizācija	279
22.2. Privatizācija	280
22.2.1. Latvijas privatizācijas aģentūras (PA) darbība	280
22.3. Privatizācijas sertifikātu loma	282
22.4. Pašvaldības objektu privatizācija	285
22.5. Zemes privatizācija	287
22.6. Privatizācijas procesa ietekme uz tautsaimniecību	288
22.7. Valsts īpašuma privatizācijas nobeiguma etaps	297
22.8. Valsts īpašuma privatizācijas fonds	298
22.9. Nodokļu parādu kapitalizācija	299
22.10. Galveno kategoriju īss raksturojums	301
22.11. Secinājumi	301
22.12. Pamatterminu tulkojums	302
22.13. Pašpārbaudes jautājumi	303
23. nodaļa. Īpašuma attiecību struktūra un komercdarbības formas mūsdienu tirgus ekonomikā	305
23.1. Īpašuma attiecību noteicošā loma	305
23.2. Komercdarbība un komersanti	308
23.2.1. Klasifikācijas pamati	308
23.2.2. Kāpēc nepieciešams Komerclikums?	308
23.3. Uzņēmējdarbības formas pārtop komercdarbības formās	310
23.4. Komercdarbība. Uzņēmums. Firma	311
23.5. Komersantu klasifikācija	312
23.5.1. Individuālais komersants	312
23.5.2. Komercsabiedrība	312
23.5.2.1. Personālsabiedrība	312
23.5.2.2. Kapitālsabiedrība	313
23.6. Ar komercdarbību saistītās kategorijas	314
23.6.1. Prokūra un parastā komercpilnvara	314
23.6.2. Komercnoslēpums	314
23.7. Pamatkategoriju īss raksturojums	315
23.8. Secinājumi	315
23.9. Pamatterminu tulkojums	316
23.10. Pašpārbaudes jautājumi	316
24. nodaļa. Kapitālsabiedrību formas	317
24.1. Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA)	317
24.2. SIA darbības principi	317
24.3. Akciju sabiedrība kā privātīpašuma forma	318
24.3.1. Akcijas, to veidi	319
24.3.2. Akciju atsavināšana	320
24.3.3. AS pamatkapitāla palielināšana un samazināšana	321
24.3.4. Akciju cena	321
24.3.5. Kapitāla "demokrātija"	322
24.3.6. Formālās akciju sabiedrības	323

24.3.7. Kā aizsargāt sīkos akcionārus?	324
24.3.8. Tehnostruktūra un "pārvaldnieku revolūcija"	324
24.3.9. Akciju sabiedrības pārvalde	325
24.3.10. Varas sviras	326
24.3.10.1. Līdzdalības sistēma	326
24.3.10.2. Ilgtermiņa sakari	329
24.3.10.3. Politiskais lobisms	330
24.3.11. Diversifikācija. Konglomerāti	330
24.4. Koncerni	331
24.5. Galveno kategoriju īss raksturojums	332
24.6. Secinājumi	333
24.7. Pamatterminu tulkojums	334
24.8. Uzdevumi	334
24.9. Pašpārbaudes jautājumi	335
25. nodaļa. Fondu biržas darbība	337
25.1. Fondu biržas raksturojums	337
25.2. Spekulācija ar vērtspapīriem	338
25.2.1. Bullu stratēģija	338
25.2.2. Lāču stratēģija	339
25.2.3. Opcija	340
25.3. Biržas dalībnieki	341
25.4. Ārējie biržas darbības faktori	345
25.5. Internets un birža	347
25.6. Biržā kotējamie vērtspapīri	348
25.7. Garantijas fonds	354
25.8. AS darbības kontrole, uzskaitē	355
25.9. Galveno kategoriju īss raksturojums	358
25.10. Secinājumi	358
25.11. Pamatterminu tulkojums	359
25.12. Paškontroles jautājumi	359
26. nodaļa. Mazā un vidējā uzņēmējdarbība (MVU)	361
26.1. Mazās un vidējās uzņēmējdarbības vieta mūsdienu tirgus ekonomikas struktūrā	361
26.2. Mazo un vidējo uzņēmumu tautsaimnieciskā nozīme	361
26.3. Kā jūtas mazais uzņēmējs?	364
26.4. Galveno kategoriju īss raksturojums	366
26.5. Secinājumi	366
26.6. Pamatterminu tulkojums	367
26.7. Pašpārbaudes jautājumi	367
27. nodaļa. Kooperatīvā sabiedrība	369
27.1. Kooperatīvās sabiedrības vispārējais raksturojums	369
27.2. Kooperatīvas sabiedrības biedri	369
27.3. Pajas, to veidi un citi kooperatīvās sabiedrības biedru maksājumi	369
27.4. Kooperatīva peļņa un tās sadale	370
27.5. Demokrātiskā pārvalde	371
27.6. Kooperācijas attīstība Latvijā	371
27.7. Vai patērētāju kooperācija ir konkurētspējīga?	373
27.8. Demokrātiskā firma	374
27.9. Komūnas Izraēlā (kibuci)	375
27.10. Galveno kategoriju īss raksturojums	375
27.11. Secinājumi	376
27.12. Pamatterminu tulkojums	377
27.13. Pašpārbaudes jautājumi	377
Pielikums. Teorija un terminoloģija	379

322	32.3.7. Kā aizsargāt šķērs akcionārus?	692
324	32.3.8. Tehnosistēma un "pārvaldnieka izvērtējums"	792
325	32.3.9. Akciju sadalīšanas pārvaldības sistēmas	892
326	32.3.10. Varas svārstības	692
326	32.3.10.1. Līdzdalības sistēmiskās izvērtēšanas (sistēmiskās izvērtēšanas) sistēmas	692
329	32.3.10.2. Ilgtspējīga sakaru veidošanās un efektīva nodarbinātība	072
330	32.3.10.3. Politiskais lēmums	272
330	32.3.11. Diverģēncija. Konglomerācija	472
331	32.4. Konglomerācija	572
332	32.5. Galveno kategoriju un raksturojumu	672
333	32.6. Sociālisms	872
334	32.7. Pamattermiņu tulkojums	872
334	32.8. Uzdevumi	672
335	32.9. Pasākumu ieviešana	472
337	32.10. Fondu biržas darbība	272
337	32.11. Fondu biržas raksturojums (AP) raksturojums	082
338	32.12. Spekulācija ar vērtspāriem	282
338	32.13. Buļļu strādāšana	582
339	32.14. Lāču strādāšana	782
340	32.15. Opcija	882
341	32.16. Biržas darbības faktori	982
342	32.17. Ārējie biržas darbības faktori	892
343	32.18. Iekšējie biržas darbības faktori	692
344	32.19. Iekšējais biržas darbības faktors	102
345	32.20. Biržas darbības veidspāri	102
346	32.21. Garantijas fonds	102
347	32.22. AS darbības kontrole, uzskaitē	202
348	32.23. Galveno kategoriju un raksturojumu	302
349	32.24. Sociālisms	402
350	32.25. Pamattermiņu tulkojums	502
351	32.26. Uzdevumi	602
352	32.27. Pasākumu ieviešana	702
353	32.28. Fondu biržas darbība	802
354	32.29. Fondu biržas raksturojums (MV) raksturojums	902
355	32.30. Spekulācija ar vērtspāriem	002
356	32.31. Buļļu strādāšana	102
357	32.32. Lāču strādāšana	202
358	32.33. Opcija	302
359	32.34. Biržas darbības faktori	402
360	32.35. Ārējie biržas darbības faktori	502
361	32.36. Iekšējie biržas darbības faktori	602
362	32.37. Iekšējais biržas darbības faktors	702
363	32.38. Biržas darbības veidspāri	802
364	32.39. Garantijas fonds	902
365	32.40. AS darbības kontrole, uzskaitē	002
366	32.41. Galveno kategoriju un raksturojumu	102
367	32.42. Sociālisms	202
368	32.43. Pamattermiņu tulkojums	302
369	32.44. Uzdevumi	402
370	32.45. Pasākumu ieviešana	502
371	32.46. Fondu biržas darbība	602
372	32.47. Fondu biržas raksturojums (MV) raksturojums	702
373	32.48. Spekulācija ar vērtspāriem	802
374	32.49. Buļļu strādāšana	902
375	32.50. Lāču strādāšana	002
376	32.51. Opcija	102
377	32.52. Biržas darbības faktori	202
378	32.53. Ārējie biržas darbības faktori	302
379	32.54. Iekšējie biržas darbības faktori	402
380	32.55. Iekšējais biržas darbības faktors	502
381	32.56. Biržas darbības veidspāri	602
382	32.57. Garantijas fonds	702
383	32.58. AS darbības kontrole, uzskaitē	802
384	32.59. Galveno kategoriju un raksturojumu	902
385	32.60. Sociālisms	002
386	32.61. Pamattermiņu tulkojums	102
387	32.62. Uzdevumi	202
388	32.63. Pasākumu ieviešana	302
389	32.64. Fondu biržas darbība	402
390	32.65. Fondu biržas raksturojums (MV) raksturojums	502
391	32.66. Spekulācija ar vērtspāriem	602
392	32.67. Buļļu strādāšana	702
393	32.68. Lāču strādāšana	802
394	32.69. Opcija	902
395	32.70. Biržas darbības faktori	002
396	32.71. Ārējie biržas darbības faktori	102
397	32.72. Iekšējie biržas darbības faktori	202
398	32.73. Iekšējais biržas darbības faktors	302
399	32.74. Biržas darbības veidspāri	402
400	32.75. Garantijas fonds	502
401	32.76. AS darbības kontrole, uzskaitē	602
402	32.77. Galveno kategoriju un raksturojumu	702
403	32.78. Sociālisms	802
404	32.79. Pamattermiņu tulkojums	902
405	32.80. Uzdevumi	002
406	32.81. Pasākumu ieviešana	102
407	32.82. Fondu biržas darbība	202
408	32.83. Fondu biržas raksturojums (MV) raksturojums	302
409	32.84. Spekulācija ar vērtspāriem	402
410	32.85. Buļļu strādāšana	502
411	32.86. Lāču strādāšana	602
412	32.87. Opcija	702
413	32.88. Biržas darbības faktori	802
414	32.89. Ārējie biržas darbības faktori	902
415	32.90. Iekšējie biržas darbības faktori	002
416	32.91. Iekšējais biržas darbības faktors	102
417	32.92. Biržas darbības veidspāri	202
418	32.93. Garantijas fonds	302
419	32.94. AS darbības kontrole, uzskaitē	402
420	32.95. Galveno kategoriju un raksturojumu	502
421	32.96. Sociālisms	602
422	32.97. Pamattermiņu tulkojums	702
423	32.98. Uzdevumi	802
424	32.99. Pasākumu ieviešana	902
425	32.100. Fondu biržas darbība	002

1. nodaļa. Cilvēks un ekonomika

1.1. Kam kalpo ekonomika?

Ikvienam, kas nolēmis noskaidrot tirgus ekonomikas dziļākus pamatus, virsraksta jautājums var likties pārāk vienkāršs, pat tīri retorisks. Atbilde ir skaidrāka par skaidru: ekonomikai jākalpo cilvēkam! Uzmanīgs lasītājs būs ievērojis, ka atbilde formulēta vajadzības izteiksmē. Un te jau slēpjas plaša un sarežģīta problēma.

Ekonomika ne vienmēr kalpo cilvēkam. Kam kalpo ekonomika, kas orientēta uz masu iznīcināšanas ieroču ražošanu citu valstu, tautu paverdzināšanai? Cilvēkam? Nekādā gadījumā! Kam kalpo ekonomika, kas ražošanas izmaksu samazināšanas vārdā posta apkārtējo dabu, tuvina cilvēci ekoloģiskai katastrofai? Tā ir cilvēknīdēju rīcība, it sevišķi perspektīvā skatījumā.

Ne vienu reizi vien cilvēces vēsturē ir bijuši aktīvi mēģinājumi ekonomiku pakļaut ārprātīgu teoriju īstenošanai, bezatbildīgiem eksperimentiem visādu cilvēces "aplaimotāju" savtīgajās interesēs. Latvija un ne tikai Latvija vien pārdzīvojusi baismīgu laikmetu, kur cilvēka loma ekonomikā tika reducēta līdz nenozīmīgai skrūvītei, kuru turklāt vēl masveidā samala Gulaga putekļos. Fašisma un komunisma ekonomikas smagie dzirnakmeņi satrieca pīšļos miljoniem dzīvību.

Kam kalpo sociālā tirgus saimniecība? Lai atbildētu uz jautājumu, kam kalpo ekonomika, jāizstudē cilvēces saimniekošanas garā jo garā vēsture. Jā, ekonomika nepieciešama cilvēkam, bet pārāk daudz bijis noviržu no šīs nepārprotamās prasības. Mūsdienās, kad runa ir par tirgus ekonomikas realitātēm, korekti būtu no jauna formulēt izvērsto jautājumu: kam kalpo Eiropā tik populārā sociālā tirgus saimniecība? Atbildei jābūt godīgai! Radīt šai jomā ilūzijas nozīmē mest bumerangu. Latvijai tik nepieciešamais un reizē grūtību un šķēršļu pilnais ceļš uz tirgus ekonomiku nebūt nav promenādes aleja uz leiputriju, kas ir dīkdieņu cilts "dižais" sapnis. 1516. gadā angļu zinātnieks un valstsvīrs Tomass Mors (*More*) sarakstīja naivu fantāziju grāmatu "Utopija". Šī darba nosaukums iegājis cilvēces vēsturē kā kaut kā nekad nerasniedzama, totāli nereāla apzīmējums. Tirgus ekonomika nav utopija, bet pilnīgi reāla plaši izplatīta attiecību sistēma, kas gan tieši, gan pastarpināti kalpo cilvēkiem, ir plašu iedzīvotāju masu labklājības pamats. Tas, protams, nenozīmē, ka katram *a priori* ir garantēta "trekna" dzīve, sekmīgi un uz mūžiem atrisinātas it visas sociālās un kultūras attīstības problēmas. Tirgus ekonomikas galvenais sasniegums – katram ir iespēja būt par savas laimes kalēju. Esi centīgs, uzņēmīgs, nevairies grūtību, proti krāt zināšanu gaudu pie gauda, un lielajā dzīves loterijā tu droši izvilksi pilnu lozi.

Tirgus ekonomika nav orientēta uz labdarību, nepilda pestīšanas armijas funkcijas. Tirgus attiecības tev paver simt ceļu, tūkstoš iespēju. Izvēle ir tava. Gaiša šodiena aust līdz ar tavu iniciatīvu, enerģiju, centību, zināšanām, prasmī. Ko darīt, ja ap tevi savelkas melni mākoņi? Tu neesi pasargāts no nelaimes, no slimības, no darba spēju zaudēšanas. Sabiedrība tevi nepametīs. Valsts uz nodokļu maksātāju rēķina par tevi gādās līdz tavam pēdējam elpas vilcienam. Pensiju, naudu veselības aprūpei, slimības pabalstu normālos apstākļos tu nopelnīsi pats. Veselais gādā par slimo. Jaunais par veco.

Toties, ja tu esi slaists, rūdīts miegamice, sīvā cienītājs, ja tev nav gribasspēka izrauties no narkotiku apdullinošiem un galu galā nāvējošiem apkampieniem, uz sabiedrību vari necerēt. Atbildības kauss līdz pašam dibenam būs jāizdzer tev vienam pašam. Tāda ir šī žēlīgā un reizē nežēlīgā sociālā tirgus saimniecība – mūsdienu vīspusīgā progresa pamatu pamats.

Tirgus ekonomika – cilvēku interešu īstenošanas garants. Ekonomiku kā attiecību sistēmu, kā mērķtiecīgu saimniecību veido un virza cilvēks savās interesēs, savu vajadzību apmierināšanai. Ekonomika nav brīva no atsevišķu vadītāju patvaļas, savtīguma, kas ekonomikai liek darboties pret cilvēku un cilvēci. Tirgus ekonomika neved uz Ēdenes dārzu, bet paver cilvēka reālo iespēju būt pašam sava likteņa veidotājam. Cilvēks pats ir atbildīgs par savu izvēli, rīcību, ekonomisko uzvedību. Darba nespējīgiem tirgus ekonomika nodrošina normālu iztiku. Pieredze liecina, ka demokrātija ir visefektīvākais nosacījums, lai tirgus ekonomika kalpotu cilvēku interesēm. Tirgus nodrošina atgriezenisko saikni ekonomikā, demokrātija – politikā. Tāpēc tirgus ekonomika un demokrātija ir cilvēka interešu, tiesību īstenošanas garants.

1.2. *Homo economicus*

1.2.1. *Homo economicus* modelis

Pamatiezīmes. Cilvēks ir vispusīgs dabas un sabiedrības radījums. Tikai ļoti apdāvināta rakstnieka spalva spēj aprakstīt cilvēku īpašību, centienu mijiedarbības neskaitāmās izpausmes. Reālajā dzīvē viss savijas: ekonomika, politika, etnoss, kultūra, tradīcijas, mīla, naids, likums, noziegums. Liekas, cilvēka rīcības modeļa radīšana ir bezcerīgs pasākums: nevar aptvert neaptveramo. Zinātnieki uzdevumu krietni sašaurinājuši. Tirgus ekonomikas teorijas klasiķi nolēmuši raksturot tikai pašu tipiskāko cilvēku uzvedībā tirgus saimniecības apstākļos. Tā radās *homo economicus* modelis. Kopš savas dzimšanas 18. gs. līdz pat 19. gs. beigām, brīžiem aizskarot periodu līdz pirmajam pasaules karam, *homo economicus* raksturīgas šādas lomas un iezīmes:

- 1) aktīva tirgus attiecību nesēja loma, kas ražo tirgum, ir tirgus subjekts Nr.1;
- 2) gan pircēja, gan pārdevēja loma, lai pirktu, ja pārdod, lai pārdotu, ja pērk;
- 3) pamatcentieni gūt peļņu, investēt naudu ar pieaugumu, gan efektīvi izmantojot resursus, gan pērkot lētāk un pārdodot dārgāk starpniecības darījumos;
- 4) tieksme ar kvalificētu, intensīvu, radošu darbu, lai vairāk nopelnītu;
- 5) mērķtiecīga reakcija uz ekonomisko piespiešanu, proti, konkurenci, kuras asi trītais ierocis parasti ir izdevīgākie pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas nosacījumi;
- 6) krasī noliedzoša attieksme pret neekonomiskām piespiešanas formām, t.sk. no valsts puses;
- 7) katra cilvēka ekskluzīvās tiesības īstenot savu izvēli ekonomiskās uzvedības jomā;
- 8) noteikta savrupība, kad tu pats un vienīgi pats atbildi par savu rīcību un tās sekām;
- 9) ekonomisks egoisms, kam nav sveša labdarība, palīdzība likteņa pabērniem;
- 10) likumības cienīšana, kas tomēr pieļauj pūles meklēt un atrast "likumīgu" spraugu, kā likumu apiet ar likumu;
- 11) gādība par ģimeni, tās labklājību nākotnē, rūpes par mantojumu;
- 12) dotā vārda obligāta turēšana (goda vārds, uzticēšanās partnerim nozīmē vairāk nekā juridiski noformēts papīrs);
- 13) racionāla, pamatos prognozējama rīcība, proti, sekošana iepriekšminētām divpadsmit *homo economicus* modeļa reālajām iezīmēm.

Aprakstītais *homo economicus* ideālais modelis visai bieži atšķiras no konkrēta cilvēka saimniecības prakses. Vēl vairāk, atsevišķi indivīdi, atbrīvojušies no iepriekšējā laikmeta stindzinošiem žņaugiem, brīvības apdullināti, tirgus ekonomikai nesagatavoti, mēģināja saraust bagātību, ignorējot jauno tirgus attiecību dabiskas spēles noteikumus. "Mežonīgais kapitālisms" – tā jauno parādību nokrustāja nelabvēļi, kas nespēja saskatīt objektīvo virzību pretī jaunajam. Būtībā cilvēce sadūrās ar pārejošām adaptācijas grūtībām jaunajai ekonomiskajai iekārtai. *Homo economicus* modelis soli pa solim nostiprinājās. Izvirzījās jaunas problēmas.

1.2.2. *Homo economicus* attīstība

Iekšējie un ārējie apstākļi pārveidoja tirgus attiecības līdz ar cilvēku. *Homo economicus* modelis bija jākorrigē. Dažas šī ideālā modeļa iezīmes kļuva arvien blāvākas un galu galā izzuda. Citas iezīmes pieņēmas spēkā. Piedzima un sāka cīņu par vietu zem tirgus saules modeļa jauni konstruktīvi elementi. *Homo economicus* tēls objektīvi guva jaunus vaibstus.

Jaunā seja. Sakarā ar ekonomiskām un sociālām kataklizmām starp diviem pasaules kariem *homo economicus* prioritāšu uzskaitē strauji uz augšu sāka virzīties **sociālās drošības nozīme**. Nostiprinājās apziņa, ka bez valsts regulējošās darbības tirgus ekonomikas priekšrocības nespēj lāgā īstenoties. *Homo economicus* funkcionēšanā arvien lielāka loma bija **psiholoģiskiem faktoriem**. Centienus pēc naudas, pēc materiālajiem labumiem sāka iegrožot vēlme izbrīvēt laiku, lai varētu baudīt kultūru, aktīvi sportot utt. Šīs tendences pastiprinājās pēc otrā pasaules kara. Kļuva arvien jaušamāk, ka *homo economicus* var reāli sasniegt savus papildinātos mērķus, tikai atsakoties no savrupības, šaura egoisma, ka jāiedarbina **grupu interešu sviras**. Tirgus ekonomika papildinās ar jaunu fenomenu: pēc iespējas pilnīgāka **informācija** kļūst par panākumu atslēgu. *Homo economicus* bija "jāuzlādējas" ar daudzpusīgu informāciju, bija jāprot šo informāciju sakārtot, analizēt un uz tās pamata racionāli

rīkoties. *Homo economicus* vairs nespēja izdzīvot kā vientuļš censonis, kuru ar pārējiem sabiedrības locekļiem vieno tikai tirgus saite. Cilvēku savā virpulī ierāva **politika, socioloģija**. Pieredze arvien pārliecinošāk liecināja, ka *homo economicus* attīstībai vispiemērotākā vide ir **demokrātija, uzskatu brīvība, ekonomiskais un politiskais pluralisms**. Atgriešanās pie vardarbības būtu atgriešanās pie posta, pie *homo economicus* iznīcināšanas. Mūdienu *homo economicus* ir intelektuāli bagāts. Zinot daudzas jo daudzas cēloņsakarības, tas spēj alternatīvu mudžeklī atrast ceļu uz templi, uz gaišāku rītdienu. Atklāt šo ceļu nav pa spēkam ne vienpatnim, ne arī baram, kur personība ir nomākta, bet individualitāte nonivelēta. *Homo economicus* tagad ir **integrēts sociāli ekonomiskā grupā**, saglabājot savu personību, individualitāti, uzkrātās zināšanas. Daudzu cilvēku **intelektu sintēze**, vienalga, vai akciju sabiedrībā, daudzpakāpju vadības struktūrās, vai parlamentā, valdībā, valsts institūcijā spēj rast risinājumu vissarežģītākajām problēmām. Var iebilst, ka nepietiek ar zināšanām un izpratni bruņotu *homo economicus*. Nepieciešams līderis, virsaitis, celmlauzis, kas prot noteikt kursu uz cerību krastu. Tas ir obligāti! Bet vienlaikus nepieciešams tūkstošiem un tūkstošiem iniciatīvas bagātu cilvēku, kas, pateicoties *homo economicus* mūdienu modeļa noteicošām īpašībām, ir spējīgi sabiedrības un reizē arī ekonomikas kuģi vadīt izvēlētā virzienā. Katrā iecirknī vajag zinošus stūrmaņus un prasmīgus izpildītājus. Pretējā gadījumā kuģis pirmajā spēcīgākajā vētrā uzsēdīsies uz sēkļa, tiks satriekts pret klintīm, nogrims jūras dzelmē.

1.2.3. *Homo soveticus*

Galvenās iezīmes. *Homo economicus* mūdienu varianta attīstība Latvijā ir sevišķi aktuāla. Piecdesmit okupācijas gados republikā veidojās gan vadītāji, gan akli izpildītāji, kuru pieeja ekonomisko problēmu risinājumiem bija tieši pretēja *homo economicus* tradicionālajai rīcībai. Bija izveidojies cilvēks, ko varēja raksturot kā *homo soveticus*. Aprakstīt šī cilvēka modeli ir visai grūti. *Homo soveticus* ir neviendabīgs un iekšēji dziļi pretrunīgs. Jā, bija liels skaits partijas un saimniecisko funkcionāru, kam bija komunistiskā dzelzsbetona loģika un rīcības līnija. Izpildītāju leģioni kā marionetes paklausīgi pildīja jebkuras pavēles, kaut gan ar savu saprātu stingri vien apšaubīja visādu “patriotisku” ierosmju jēgu.

Homo soveticus bija iesakņojies dziļš ieraduma spēks – visu prasīt no valsts: sociālu palīdzību, naudu jebkuriem pasākumiem, pat atbildību par desas līkumu veikalā, padomus, ko darīt, norādījumus, ko iesākt. Alga bieži tika uztverta nevis kā samaksa par konkrētā darba veikumu, praktisku rezultātu, bet kā atlīdzība par ierašanos darbā. Protams, nevar apgalvot, ka *homo soveticus* bija vienaldzīgs pret materiāliem stimuliem. Tieši otrādi! Tikai šī cenšanās vairāk nopelnīt nebija saistīta ar tirgus novērtējumu, bet pieņēma kroklas formas, darbojās kā attīstības bremze, pārvērtā cilvēkus par nihilistiem un ciniķiem. *Homo soveticus* noteicošais darbības vērtēšanas kritērijs bija plānu sekmīga izpilde un pārsniegšana. Plāna izpilde par 99,9% pārvērtā jebkura ranga vadītāju par bargi kritizējamu grēcinieku, bet rādītājs 101% palīdzēja iekarot priekšniecības labvēlību, uzkāpt pa karjeras kāpnēm. Visi, pat pēdējais mulķis saprata, ka izpildīt saspriegtū plānu ir grūti, tas prasa lielu piepūli un ir saistīts ar risku. Tāpēc valdošā visā plānsaimniecībā bija cīņa par “mīkstu”, viegli izpildāmu plānu. Panākumi šajā greizajā cīņā bija karjeras un labklājības garantis, *homo soveticus* modeļa saturošais pavediens.

Divsejainais Januss. Sarežģītāk bija raksturot lauku cilvēka uzvedības modeli, kam, no vienas puses, bija sava maza palīgsaimniecība, no otras puses, obligātais kroņa darbs kopsaimniecībā vai valsts saimniecībā. Te mēs vērojam pavisam īpatnēju divsejainu Janusu. Viena seja bija gādīgā darbarūķa seja, kas palīgsaimniecībā centīgi un rūpīgi cīnījās par savas ģimenes iztiku, bija apķērīgs un taupīgs saimnieks, kam nebija sveša vēlme vairot naudu un mantu. Te bija vērojams kaut kas no *homo economicus* rīcības modeļa. Šī paša cilvēka otrā seja bija krasā pretrunā ar pirmo. Tajā nebija ne kriptiņas no *homo economicus*. Spaidu darbs kopējā druā saistījās ar veiklu gumijas stiepšanu; kopmantas plaši izvērstu zagšanu paši garnadži par noziegumu neuzskatīja. Kopējais nepieder nevienam, tādā vīsiem. Īpatnība bija tā, ka šī dīvainā Janusa otrā seja bieži kalpoja pirmajai sejai: dažkārt apzināti zaga tieši to, kas bija tik nepieciešams paša saimniecībai; saīsinātais darba laiks kopējā laukā vairoja laiku sev, personīgam labumam.

1.2.4. *Homo economicus* atdzimšana Latvijā

***Homo economicus* uzplaukst.** Tikko 80. gadu otrajā pusē komandekonomikas stingrie groži kļuva vaļīgāki, tirgus ekonomikas elementi līdz ar *homo economicus* asniem ar lielu spēku sāka lauzties uz āru. Kooperatīvi kļuva par šī procesa legālajām formām. Ēnu ekonomika kā tirgus ekonomikas nelegālā forma eksistēja, pat pastāvot visstingrākajiem aizliegumiem. 90. gadu sākumā līdz ar Latvijas neatkarības pasludināšanu *de facto* un *de jure* sākās republikas pārejas periods uz normālo tirgus ekonomiku. Paātrinātiem tempiem no jauna sāka veidoties *homo economicus*.

***Homo soveticus* atavismi.** Šo procesu traucēja vairāki faktori: *pirmkārt*, pieredzes, tradīciju trūkums; *otrkārt*, *homo soveticus* atavismi, pagātnes iesīkstējusi apgādājamo psiholoģija; *treškārt*, apslāpētā iniciatīva; *ceturtkārt*, dziļa struktūras krīze, dzīves līmeņa kritums, bezdarbs, kas vispirms aptvēra iepriekšējā laika pirmspensiju vecuma speciālistus, kas sekmēja *homo soveticus* iezīmju daļēju saglabāšanu, atsevišķos gadījumos pat nostalgiju pēc pagātnes; *piektkārt*, vecās pasaules rēgi, kas liek kāju priekšā tiem, kas šodien cenšas sākt jaunu dzīves ceļu, bet iepriekšējos gadus pavadījuši *homo soveticus* vidē. Tā visa ietekmē *homo economicus* modernais variants Latvijā ir vēl tapšanas stadijā. Gaisotne, kur nenobriedušas tirgus ekonomikas formas mijas ar nobriedušām, nespēj *homo soveticus* vienā rāvienā pārvērst augstākās raudzes mūsdienīgā *homo economicus*. Nepieciešams laiks, neizbēgamas kļūdas, jāpdedzina pirksti, jāgūst rādījums. Mūsdienu studentu apziņa ir visbrīvākā no *homo soveticus* sārņiem. Tirgus ekonomikas mehānismu darbības pamatu teorētiskā un praktiskā apgūšana, pasaules prakses organiskā uztvere neizbēgami veidos cilvēku audzi ar jaunu psiholoģiju un ētiku, pozitīvā un negatīvā kritērijiem, principiālu citu ekonomikas problēmu izpratni.

Pieminēsim vēl divas aktuālas problēmas. Visai grūti klājas tiem, kuriem *homo soveticus* stereotipi kļuvuši par otro "es". Šiem cilvēkiem sociālistiskās komandekonomikas seju vairs nevar pārveidot ne ar kādām visradikālākajām operācijām.

Grūtības. Latvijai palīdz ne mazums speciālistu, kas dzimuši tirgus ekonomikas apstākļos un nekad nav pazinuši citu sociāli ekonomisku iekārtu. Šie cilvēki teicami orientējas tirgus ekonomikas Rietumu variantā. Grūtības šiem speciālistiem rodas tad, kad konkrēti jādod atbilde, kā pārkārtot ačgārno, bet reālo pagātni atbilstoši modernās tirgus saimniecības principiem. Izrādās, ka vienkāršāk tīrā būvlaukumā uzslīet staltu mūsdienu prasībām atbilstošu ēku, nekā rekonstruēt pussabrukšu graustu, kas turklāt vēl celts pēc greiza projekta. Problēma ir atrisināma. Tikai nepieciešami kompetenti, gudri speciālisti, kas izprot pagātni, ir spējīgi pārnest drošu tiltu uz nākotni.

1.3. Cilvēka vajadzības, to attīstības pamati

1.3.1. Cilvēka vajadzību nosacījumi

Izdzīvošanas nosacījumi. Atziņa, ka materiālo labumu ražošana un pakalpojumu sniegšana nav pašmērķis, sevišķus pierādījumus neprasa. Bībeles gudrība – tev vaiga sviedros būs maizi ēst – akumulē cilvēces tūkstošgadu pieredzi, ka zemes iemītniekiem vajadzību apmierināšana prasa sūru darbu, prasmīgu saimniekošanu. Pavēle "Galdiņ, klājies!" nekavējoties tiek izpildīta tikai pasakās. Bet kāpēc cilvēku sabiedrībā gan vajadzības, gan ražošana nemitīgi attīstās un mainās?

Cilvēks bieži vien vajadzības uztver kā kaut ko iztrūkstošu, kā kaut kādu nepieciešamību. Runa būtībā ir par **cilvēku izdzīvošanas nosacījumiem**. Pēdējie ir visai daudzpusīgi. Cilvēks ir gan bioloģisks radījums, gan sabiedriska būtne, gan arī noteikta etnosa loceklis. Fizioloģiskās vajadzības pēc ēdiena un siltuma papildina plašs sociālo un kultūras vajadzību klāsts. Plašs vajadzību loks saistās ar cilvēku reliģiskām jūtām. Īpaša vieta ir vajadzībām pēc drošības, pēc brīvības. Vajadzību lokā ir ietverti arī cilvēku pašrealizācijas nosacījumi. Lai apmierinātu sabiedrības locekļu visai dažādās vajadzības, mūsdienu attīstītās valstis ražo vismaz ap 100 miljonu dažādu nosaukumu materiālos labumus. To kopējais skaits nemitīgi aug, kaut arī daļu labumu regulāri pārtrauc ražot.

Cilvēks var bioloģiski izdzīvot, patērējot samērā ierobežotu materiālo labumu klāstu. Par to pārliecinājās tie ceļotāji vai misionāri, kam izdevās vērot dažu kopienu noslēgto dzīvi Āfrikas džungļos, Brazīlijas mūžamežos, Polinēzijas salās. Neiedziļināsimies vēstures noslēpumos, nemeklēsim skaidrojumu, kāpēc vienas tautas zināmā ģeogrāfiskā vidē gadu tūkstošiem palika pirmatnējā

līmenī, bet citas cilvēces attīstības gaitā kļuva par vispusīga progresa karognesējām. Mēģināsi atbildēt uz vienkāršāku jautājumu: kāpēc mūdienu cilvēks nemitīgi alkst pēc jauniem ražojumiem un pakalpojumiem savu vajadzību apmierināšanai.

1.3.2. Cilvēka vajadzību un ražošanas pakalpojumu mijiedarbība

Vajadzību neierobežotība. Katrs normāls cilvēks mūdienu sabiedrībā organiski pakļauts īpašai tieksmei: reiz apmierinātas vajadzības daudzās jomās aktīvi rosina jaunas vajadzības. To nosaka visdažādākie faktori: gan centieni pēc laika ekonomijas un brīvā laika, elementārām ērtībām, gan konkurence, kad ekonomiskā izdzīvošana prasa pārtrumpot sāncensi ar kaut ko oriģinālu, līdz šim nebijušu, gan bruņošanās drudzis, kad katrs jauns ierocis mudina radīt pretieroci, utt.

Vajadzību attīstība, kaut vai jaunu vajadzību iedīgļi rosina aktīvus meklējumus daudzās jomās, kas daļēji vainagojas panākumiem. Vakar vēl sapnis, šodien jau vajadzība, ko praktiski var apmierināt. Likumsakarīgi, ka sasniegtais zinātnē, tehnikā, tehnoloģijā, ražošanas organizācijā rada jaunas vajadzības vai slēptas potenciālās vajadzības pārvērš reālās vajadzībās. Padomājiet, kādu vajadzību ķēdes reakciju izraisīja telegrāfa, telefona, radio, televīzijas, audio un videotehnikas secīga attīstība. Lai īstenotu mūdienu sakarus, ir nepieciešami Zemes mākslīgie pavadoņi, jāapmierina vajadzība pēc kosmiskām raķetēm, sarežģītiem elektroniskiem skaitļošanas kompleksiem. Tas viss ir jaunu tehnoloģiju, daudzu zinātnes nozaru attīstības katalizators. Taču zinātnes attīstība nosaka arī jaunu vajadzību radīšanu. Pastāv sakarība, ko dēvē par atgriezenisko saikni: cēlonis un sekas nemitīgi mainās vietām. Sākotnēji vajadzību apmierināšana (cēlonis) prasa noteiktu ražošanas attīstību (sekas); tālāk šī ražošanas attīstība jau kā cēlonis rosina līdz šim nezināmu vajadzību (seku) rašanos. Šīs jaunās vajadzības savā attīstībā ātri vien maina savu lomu: no sekām pārvēršas par cēloni – ražošanas kvantitatīvās un kvalitatīvās izaugsmes rosinātāju. Būtībā mums ir darīšana ar ražošanas progresa mūžīgo dzinēju. Šeit nekad nebūs augstākās virsotnes, pēdējā vārda, neviens nevarēs lepoties, ka pielicis punktu. Perspektīvā skatījumā progresam nav robežu, **cilvēka vajadzības būtībā ir neierobežotas.**

1.3.3. Cilvēka vajadzību klasifikācija

Kā klasificēt vajadzības? Ražojumu un pakalpojumu plašais loks, kas kalpo cilvēka vajadzību apmierināšanai, prasa šo daudzpusīgo vajadzību klasifikāciju. Iespējamo klasifikācijas kritēriju ir milzum daudz. Visupirms mēģināsim vajadzības klasificēt pēc tā, **kādas vajadzības tiek apmierinātas, kam tās tieši kalpo.** Pēc šī kritērija izšķir **personiskās vajadzības un ražošanas vajadzības.** Gan vienas, gan otras ir cilvēka vajadzības. Tikai ražošanas vajadzības kalpo cilvēkam pastarpināti.

Ražošanas līdzekļi un patēriņa priekšmeti. Šāds dalījums vedina uz domu it visus ražojumus (būtībā arī pakalpojumus) sašķirot divās lielās grupās: **patēriņa priekšmetos un ražošanas līdzekļos (patēriņa pakalpojumi un ražošanas pakalpojumi).** Šis dalījums nekādā ziņā nav visaptverošs. Tas neaptver tās vajadzības, kas saistās ar ieroču ražošanu. Pakalpojumus mēs minējam. Tikai neaizmirsīsim, ka pakalpojumi dažkārt var specifiskā veidā apmierināt cilvēku vajadzības un šim nolūkam izmantot īpatnējus materiālus labumus.

Vajadzību klasifikācija nosaka atbilstošu dalījumu ražošanas līdzekļu jomā. Ražošanas līdzekļus pēc vajadzību apmierināšanas mērķniecības var tālāk iedalīt ražošanas līdzekļos ražošanas līdzekļu ražošanai, ražošanas līdzekļos patēriņa priekšmetu ražošanai, ražošanas līdzekļos ieroču ražošanai, ražošanas līdzekļos pakalpojumu sniegšanai. Par to, ka iepriekšminētā ražojumu klasifikācija nebūt neatspoguļo to dabiskās vai tehniskās īpašības, bet gan vajadzību raksturu, liecina tas apstāklis, ka daudzi materiālie labumi, piemēram, telefona aparāts, televizors, personālais dators var būt gan patēriņa priekšmets, gan ražošanas līdzeklis, gan ieroču sistēmas daļa, gan visai nepieciešams elements neražojošā sfērā.

Absolūtās un sociāli ekonomiskās vajadzības. Pievērsīsimies vēl vienam vajadzību raksturojumam, kam ir tiešs sakars ar sociāli ekonomiskām attiecībām, arī ar tirgu. Jāizšķir **absolūtās un sociāli ekonomiskās vajadzības.** Ražošanas attīstība, tās principiālās tehnoloģiskās iespējas sabiedrības locekļos izraisa noteiktas vēlmes un centienus. Tās arī dēvē par absolūtām vajadzībām. Bet tās vēl nav

reālas vajadzības, kuras ir nepieciešams vai iespējams apmierināt. Konkrētu cilvēku vajadzības visai ievērojami atšķiras atkarībā no vecuma, dzīves vietas (pilsētas vai laukiem), klimatiskajiem apstākļiem, profesijas, kultūras līmeņa, tradīcijām, kā arī rakstura īpatnībām. Šajā jautājumā visai nozīmīgs ir cilvēku sociālais statuss, it sevišķi viņu pirktspēja. 1990. gadā studentu auditorijai tika jautāts, vai viņiem ir vajadzība pēc vieglās automašīnas? Visi kā viens draudzīgi atbildēja: "Jā." Sekoja jautājums: "Kam no jums šodien ir pietiekami daudz naudas šīs vajadzības apmierināšanai?" Atbildes vietā bija klusums. Studentu vajadzība pēc automašīnas ir absolūtā potenciālā vajadzība, kas vēl nav transformējusies reālā vajadzībā. Pēdējo veidošana ir būtiski atkarīga no sociāli ekonomiskiem apstākļiem. Tirgus saimniecībai ir darīšana ar sociāli ekonomiskajām vajadzībām, ar pieprasījumu, kas arī regulē ražošanas attīstību. Raksturīgi, ka 1996. gadā auditorijā bija daži studenti, kā īpašumā bija pamatīgi nobrauktas importa automašīnas.

Par to, ka sociāli ekonomiskās vajadzības ir saistītas ar konkrētas valsts ekonomisko stāvokli, ar sabiedrības reālajām ekonomiskajām attiecībām, liecina arī šāds hrestomātisks piemērs. Pirms apvienošanas Vācijas Federatīvajā Republikā un Vācijas Demokrātiskajā Republikā pēc rakstura vienādām cilvēku grupām bija kopumā vienādas absolūtās vajadzības. To nevar teikt par sociāli ekonomiskajām vajadzībām. Austrumvācijā bija krietni zemāka resursu atdeve, būtiski mazāka ražojumu daudzveidība, visai trūcīgs preču imports, zemāka reālā darba alga – tā bija tikai 37% apmērā no reālās darba algas līmeņa Rietumvācijā.

Attiecīgi zemāks un citā sastāvā bija austrumvāciešu pieprasījums, kā arī citas praktiskās sociāli ekonomiskās vajadzības. Vienotās Vācijas izveidošana šīs atšķirības uzreiz nelikvidēja. Tas notiks tikai pēc tam, kad Vācijas austrumu daļa savā ekonomiskajā attīstībā un dzīves līmenī sasniegs rietumu daļu. Līdzīga situācija vajadzību jomā ir arī, salīdzinot Latviju ar Somiju un Čehiju ar Austriju. Vēl krasākas atšķirības šajā jomā vērojamas, salīdzinot Ziemeļkoreju ar Dienvidkoreju.

Vērtējot cilvēku vajadzību attīstību gadu tūkstošu ritumā, mēs varam droši secināt, ka vajadzības nemitīgi aug, mainās un būtībā ir neierobežotas. Šeit saskaramies ar jaunu problēmu – ar šo neierobežoto vajadzību apmierināšanai nepieciešamo resursu ierobežotību.

1.4. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Cilvēka vajadzības – to lokā ir ietverti cilvēka izdzīvošanas nosacījumi noteiktos sociāli ekonomiski vēsturiskos apstākļos, arī alkas pēc brīvības, drošības, cilvēka pašrealizācijas nosacījumi. Cilvēka vajadzības cilvēces attīstības gaitā ir neierobežotas, apmierinātās vajadzības liek piedzimt arvien jaunām vajadzībām. Izšķir absolūtas un sociāli ekonomiskās vajadzības. Pirmās raksturo tās iespējas, kas izriet no tehnikas un tehnoloģijas attīstības. Bet šo vajadzību īstenošanu iegrožo katra attīstības perioda sociālekonomiskie nosacījumi. Pastāvot vienādām absolūtām vajadzībām, cilvēki ir atkarīgi no sociāli ekonomiskā faktora, kas galu galā diferencē cilvēku sociāli ekonomiskās vajadzības pa sociālām grupām.

2. *Homo economicus* – aktīvs tirgus attiecību nesējs, kas ražo tirgum, ir tirgus objekts Nr.1, kura pamatcentieni ir gūt peļņu, investēt naudu bagātības vairošanai. Raksturīga krasi noliedzoša attieksme pret neekonomiskām piespiešanas formām, tai skaitā no valsts puses. Piemīt ekonomisks egoisms, kam vienlaikus nav sveša labdarība, palīdzība likteņa pabērniem.

3. *Homo soveticus* – raksturīga pretrunīga daba. Okupācijas gadu desmitos bija izveidojies cilvēks, kas vadījās pēc komunistiskās dzelzsbetona loģikas, centīgi karjeras dēļ pildīja partijas norādījumus, kaut gan ar savu saprātu stingri vien apšaubīja visādu "patriotisku" pasākumu lietderību. Latvijas cilvēks samērā ātri pieņēma *homo soveticus* niķus un stīkus, ātri aizmirsa neatkarīgās Latvijas morāli un ētiku. Šodien, atdzimstot *homo economicus* Latvijā, šo grūto procesu kavē *homo soveticus* altruisms. It sevišķi pretrunīgs *homo soveticus* bija zemnieks – kolhoznieks, valsts saimniecības strādnieks. Piemājas palīgsaimniecība kā ētikas avots lika šiem saimniekiem daļēji saglabāt *homo economicus* iezīmes.

¹ Šī tēze jāprecizē. Austrumvācijas iedzīvotājs ne vienmēr zināja daudzu Rietumvācijā pārdodamu ražojumu lietojumu. Līdz ar to viņam nebija un nevarēja būt attiecīgo absolūto vajadzību.

1.5. Secinājumi

Ekonomisko procesu analīze jāsāk ar cilvēku vajadzību noskaidrošanu. Tieši vajadzību apmierināšanas dēļ notiek ražošana un tiek sniegti pakalpojumi; vajadzību apmierināšana ir cilvēku izdzīvošanas nosacījums.

Mūsdienās svarīgi ievērot vajadzību loka nemitīgo paplašināšanos, kas nesaraujami saistās ar ražošanas un sabiedrības attīstību. Klasificējot cilvēka vajadzības, vispirms izdalām patēriņa vajadzības un ražošanas vajadzības. Cits dalījums ir absolūtās un sociāli ekonomiskās vajadzības. Pirmās raksturo vēlmi un centienus, kas izriet no sasniegtā ražošanas un sabiedrības progresa līmeņa, bet otrās ir reāli apmierināmās vajadzības, kas tirgus ekonomikas apstākļos izpaužas kā pieprasījums.

No ekonomisko procesu analīzes viedokļa būtiskākais ir ne tikai tas, ka cilvēku vajadzības nemitīgi mainās un attīstās, bet gan tas, ka perspektīvā skatījumā tās ir neierobežotas.

Visjaunākās atziņas liecina, ka cilvēku vajadzību apmierināšanai tirgus ekonomikas apstākļos vajadzīgi nevis trīs, bet četri ražošanas resursi: dabas resursi, ieskaitot zemi un tās dzīļu bagātības, darbaspēka (nevis darba) resursi, kapitāls un uzņēmēja spējas. Pēdējais resurss ne tikai savieno saimniekošanā iepriekšējos trīs resursus, bet ir uzņēmējdarbības iniciators, atlasa izgudrojumus un pārvērš tos novitātēs, pēta tirgu, prognozē rītdienas pieprasījumu un piedāvājumu, novērtē konkurentus, savlaicīgi kalj ieročus sāncenšu uzveikšanai.

Vajadzības nemitīgi mainās, vērsas plašumā un būtībā ir neierobežotas, bet ražošanas resursu raksturīgā īpatnība pretstatā vajadzībām ir to ierobežotība. Ekonomika pamatos nodarbojas ar tām problēmām, kur vajadzību neierobežotība nonāk pretrunā ar resursu ierobežotību.

Homo economicus pārstāv cilvēku ideālo modeli tirgus ekonomikas apstākļos. Runa ir par cilvēku, kas kā tirgus attiecību nesējs spēj īstenot tirgus ekonomikas principus, attīstīt tirgus saimniecību cilvēku interesēs. Progresīvā sabiedrības attīstība maina gan tirgus ekonomikas konkrētās iezīmes, gan *homo economicus* modeļa raksturīgos vaibstus. Prioritāšu uzskaitē pieaug brīvā laika, intelektuālās attīstības loma. Sociālistiskā komandekonomika kā tirgus ekonomikas noliegums maina arī pašu cilvēku, viņa realitāšu uztveri, psiholoģiju, rīcības ievirzi saimniekošanā, ekonomisko uzvedību. Veidojas *homo soveticus*. Tā novērtējums pēc plānu izpildes pakāpes kļūst par progresa bremzi, atpalcības cēloni, sekmē pretrunu starp ekonomiku un cilvēku.

Īpaši divsejaini Janusi komandekonomikas apstākļos ir tie lauku iedzīvotāji, kam ir sava palīgsaimniecība. Nodrošinot pieticīgu izdzīvošanu, papildu ienākumus, šī palīgsaimniecība sekmē dažu *homo economicus* modeļa elementu saglabāšanu. Neefektīvais darbs kopējā saimniecībā daļēji nomāc lauku darba rūķos *homo economicus* iezīmes.

Latvijā šodien virsaktuāls ir uzdevums atjaunot *homo economicus* kā cilvēku vairākuma ekonomiskās uzvedības un rīcības mūsdienu modeli. No *homo soveticus* traucējošā atavisma visbrīvākā ir Latvijas jaunatne – tirgus saimniecības rītdienas veidotāji.

1.6. Pamatterminu tulkojums

Absolūtās vajadzības	<i>absolute wants</i>	абсолютная потребность
Cilvēka vajadzības	<i>human wants</i>	потребности человека
Cilvēku vajadzību un ražošanas, pakalpojumu mijiedarbība	<i>interaction of peoples wants and production, services</i>	взаимодействие человеческих потребностей, производства и услуг
Personiskās vajadzības	<i>personal wants</i>	личные потребности
Ražošanas vajadzības	<i>wants of production</i>	производственная потребность
Sociālā tirgus saimniecība	<i>social market economy</i>	социальное рыночное хозяйство
Sociāli ekonomiskās vajadzības	<i>social-economic wants</i>	социально-экономическая потребность

1.7. Paškontroles jautājumi

1. No kā ir atkarīga atbilde uz jautājumu: kam kalpo ekonomika?
2. Kam kalpo sociālā tirgus saimniecība?
3. Kas raksturīgs *homo economicus*?
4. Kādi ir *homo economicus* jaunie vaibsti?
5. Ar ko atšķiras *homo soveticus* no *homo economicus*?
6. Kā īstenojas cilvēku vajadzību un ražošanas un pakalpojumu mijiedarbība?
7. Kā saprast cilvēku vajadzību neierobežotību?
8. Ar ko atšķiras sociāli ekonomiskās vajadzības no absolūtām vajadzībām?

2. nodaļa. Ražošanas resursi, to raksturojums un klasifikācija

2.1. Ražošanas resursu vispārējais raksturojums un klasifikācija

Resursu nepieciešamība. Vajadzību apmierināšanai nepieciešami visdažādākie resursi. Tā ir ekonomikas aksioma. Melno maģiju, kad no nekā it kā kaut kas dzimst, atstāsim šī žanra māksliniekiem, kas eleganti mulķo lētticīgo pulkus. Arī debesmanna pārredzamā nākotnē Latvijā nav gaidāma. Bez resursiem cilvēce nevarēs izdzīvot. "Kur grābt šos resursus?" jautās zinātkārais lasītājs. Resursi ir apmums, teiks ne tikai augsti mācīti speciālisti, bet ikviens, kam vesels saprāts. Atliek šiem prātvēderiem piekrist.

2.2. Dabas resursi kā ražošanas resursi

Dabas sākotnējā viela. Pirmie resursi ir dabas dotie resursi jeb vienkārši – dabas resursi, visu patēriņa priekšmetu un ražošanas līdzekļu sākums. Pārbaudiet šo atziņu praksē. Izvēlieties jebkuru materiālo labumu (maizi, zīmuli, spilvenu, galdu, šo mācību grāmatu, videokaseti, kravas automašīnu, plastmasas bļodu, kosmisku kuģi utt.), visur mums būs darīšana ar sākotnējo dabas vielu. Dabas resursu plašajā kopumā mēs izdalīsim zemi un tās dziļu bagātības. Neaizmirsīsim mežu ar tā daudzpusīgo floru un faunu, ūdeņus no strautiņa līdz okeānam ar tā paisumu un bēgumu, augu un dzīvnieku valsti. Vēlreiz pieminēsim zemi, šoreiz kā *locus standi* (uz kā viss stāv – no suņu būdas, varenas rūpnīcas korpusa ar virssmagiem agregātiem līdz pat 110 stāvu debesskrāpim un Volta Disneja pasaku pasaulei). Līdz cilvēku pastāvīgu apmetņu ierīkošanai uz Mēness, Marsa un Veneras paies vēl kāds laiciņš, un arī Visums ir dabas daļa.

Praktiskā nozīme. Dabas resursu izdalīšana nebūt nav tikai zinātniska abstrakcija prāta vingrināšanai. Tai ir tīri praktiska nozīme. Latvijas valdība nopietni apsver Daugavas hidroelektrostaciju kaskādes privatizāciju "Latvenergo" sastāvā. Ko tas vieliski taustāmi nozīmē? Privatizēt Daugavas straujo ūdens plūsmu? Ūdens masu hidrostaciju plašajās ūdens krātuvēs? Daugavas gultni? Vai tikai hidrotehniskās būves, transformatoru apakšstacijas un elektroenerģijas pārraides līnijas? Risinājumi var būt dažādi. Sekas arī!

Zemes privatizācija, arī denacionalizācija nozīmē dabas resursu privatizāciju. Kādas kaislības virmo ap problēmu, kas Latvijā var būt zemes privātais īpašnieks ar tiesībām zemi ieķīlāt, iznomāt, pārdot! "Neizpārdosim Latvijas zemi svešiniekiem," savu taisnību pamato vieni. "Neaizšķērsosim ceļu tik nepieciešamajām ārzemju investīcijām," savu loģiku un nostāju aizstāv citi.

Bagātajai Japānai un pagaidām trūcīgajai Latvijai vērtīgo dabas resursu ir gaužām maz. (Varbūt Baltijas jūras šelfa Latvijas daļas dziļēs slēpjas vēra ņemamas naftas bagātības?) Kur rodama izeja? Šo resursu importā vai šādas ekonomikas struktūras izveidē, kas zināmās robežās prasa importēto resursu mazumiņu. Dabas resursu konkrētā pietiekamība (trūkums, ierobežotība) ir problēma, no kuras nevar izvairīties neviena valsts.

2.3. Darbaspēks un darbs. Darbaspēks kā ražošanas resurss

Darbs un daba. Var bezgalīgi strīdēties par cilvēka dievišķo izcelšanos. Var apšaubīt tēzi, ka tieši darbs ir pārvērtis augstākos primātus par cilvēkiem. Viens apgalvojums gan ir nepārprotams, t.i., bez darba cilvēks, cilvēce nespēj eksistēt un attīstīties.

Kas ir darbs? Kā īstenojas darba process? Vai strādā tikai cilvēks, vai arī darbs ir raksturīgs bitēm, skudrām, zirnekļiem, bebiem, putniem, vilkiem un citiem dzīvnieku pasaules pārstāvjiem? Te varētu plaši spriest par instinktīvu rīcību, apzinātu mērķtiecību, darba rīku lietošanu vai nelietošanu, par

dzīvnieku “darba” tehnoloģiju, kas ģenētiski nosacīti nemainās gadu tūkstošiem. Šajā darbā mēs šo problēmu loku neapcerēsim. Mūs interesē darba procesa raksturs un norise cilvēku sabiedrībā.

Cilvēks ir dzīvās dabas daļa, un kā dabas spēks viņš mērķtiecīgi iedarbojas uz apkārtējo vidi, lai kādā noteiktā formā to aktīvi pielāgotu savu vajadzību apmierināšanai. Šajā sakarā cilvēks piesavinās un patērē dabas vielu. No šī viedokļa darbu var raksturot kā procesu, kurā cilvēks regulē un kontrolē vielu maiņu starp sevi un dabu. Varam analizēt jebkuru darba procesu, visur sākotnēji būs iedarbība uz noteiktu dabas vielu. Pat šauri intelektuālam darbam vajadzīgi materiāli nosacījumi, kuriem ir viens vienīgs pirmavots – daba.

Darbaspēka un darba atšķirības. Mācību grāmatās darbu gandrīz vienmēr raksturo kā ražošanas resursu. Izvirzās jautājums, vai var likt vienlīdzības zīmi starp darbaspēku un darbu? Runa ir par divām saistītām, bet būtiski atšķirīgām kategorijām. Darbaspēks vēl nav darbs, bet tikai spēja strādāt. Citiem vārdiem, darbaspēks ir darba nepieciešamās fiziskās un garīgās **potences**. Darbs raksturojams kā darbaspēka patērēšanas process. No šī viedokļa darbs nespēj būt ražošanas resurss, kas eksistē pirms ražošanas procesa un kuru var iegādāties darba veikšanai.

Bezdarbnieks un darbaspējas. Vai bezdarbniekam piemīt darbaspējas? Atbilde šaubas nerada, saprotams! Bet vai bezdarbnieks veic darbu? Kategoriska atbilde “nē” neizraisa ne mazākās šaubas, ne vēlmi diskutēt. Šai sakarībā pretēji visām autoritātēm darbu nekādi nedrīkst raksturot kā ražošanas resursu. Šo atbildīgo lomu ekonomikā var pildīt vienīgi darbaspējas, darba potence, proti, tikai un vienīgi darbaspēks. Tā būtu rupja kļūda, ja, raksturojot kādas valsts, arī Latvijas, ražošanas resursus, mēs ignorētu bezdarbnieku darbaspējas, šo nestrādājošo cilvēku darbaspēku. Te mums nav darīšana ar semantisku strīdu par vārdu saturu, ko var izšķirt skaidrojošo vārdnīcu autori. Darbaspēks un darbs ir principiāli atšķirīgas ekonomiskās kategorijas. Tās nedrīkst jaukt, nosakot, kas ir ražošanas resursi, visupirms jau praktisko jautājumu risināšanas dēļ. To pašu prasa arī vienota metodoloģiska pieeja, veidojot loģiski sakārtotu tirgus ekonomikas kursu.

2.4. Kapitāls kā ražošanas resurss

Naudas summa un kapitāls. Pajautājiēt studentu, ierēdņu un uzņēmēju auditorijā, kas ir kapitāls, un atbilde svārstīsies ap jēdzienu naudas summa, galvenokārt saistībā ar investīcijām, ar ieguldījumiem nolūkā nopelnīt. Ar formulu to varētu attēlot šādi:

$$K=N \rightarrow N', N'=N+\Delta N, \text{ kur}$$

K – kapitāls

N – nauda

N' – nauda plus naudas pieaugums

ΔN – naudas pieaugums

Arī dažos juridiskos aktos, pat likumos kapitāls raksturots aptuveni šādā veidā. Plaši lietoti jēdzieni “kapitālists”, “kapitālieguldījumi” pieder pieminētam jēdzienam “kapitāls”. Nav ko slēpt, šāds iesakņojies stereotips kapitāla kā kategorijas izpratnē traucē izprast kapitāla saturu kā ražošanas resursu. Dažkārt autori uzsver, ka naudas kapitālam esot jāpretstata lietu kapitāls vai arī produktīvais kapitāls, kas aptver visus tos ražošanas līdzekļus, kas piedalās ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesā. Tālākiem skaidrojumiem jābūt visai precīziem; pretējā gadījumā lasītāju gaida teorētiskas lamatas.

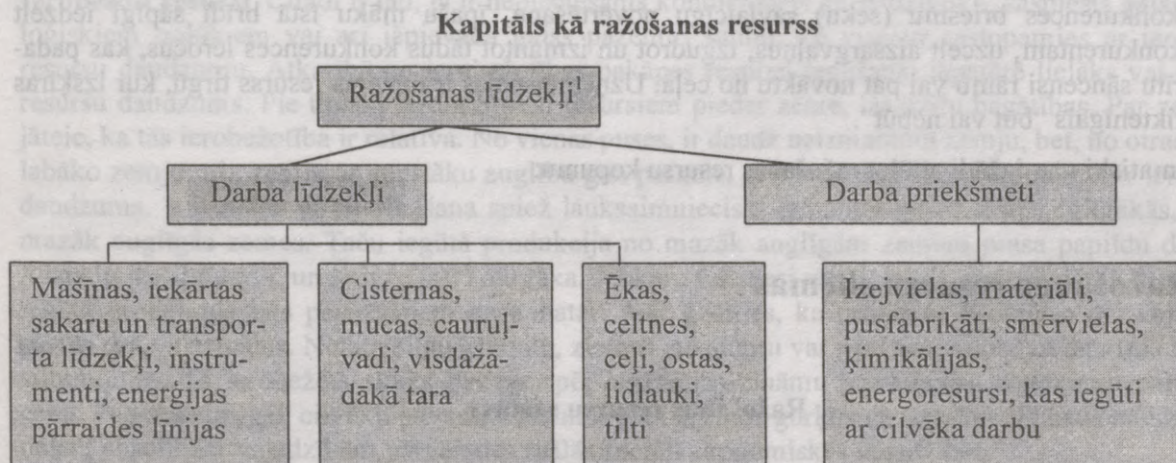
Ražošanas līdzekļi un kapitāls. Vai var likt vienlīdzības zīmi starp kapitālu kā ražošanas resursu un ražošanas līdzekļiem? Nekādā gadījumā! Ražošanas līdzekļi ir darba līdzekļu un darba priekšmetu kopums. Bet darba priekšmeti dalās divās grupās: *pirmkārt*, tieši dabas doti priekšmeti, dabas viela, zeme ar tās augu un dzīvnieku valsti, zemes dziļu bagātību klāsts; *otrkārt*, izejvielas, materiāli, pusfabrikāti, enerģija, kurināmais, palīgmateriāli, kas iegūti, cilvēku darbam pārveidojot tiešos dabas priekšmetus. Secinām, ka darba priekšmetu pirmā grupa kapitālā neietilpst, jo tie ir jau pieminētie dabas resursi – ražošanas resursu pirmais veids.

Kapitāls kā resurss. Par darba līdzekļiem strīdu nav: ēkas, celtnes, arī noliktavas, iekārtas, mašīnas, instrumenti, sakaru līdzekļi, datori un to programmas, ceļi, lidlauki, cauruļvadi, transportlīdzekļi ir nepārprotami kapitāla kā ražošanas resursu kopas droši elementi. Daži autori šai sakarībā kapitālu raksturo kā investīciju resursu pretēji naudas kapitālam, kas ekonomiskā nozīmē nav resurss. Nauda ir

vienīgi potenciāls resurss, kas par resursu spēj pārvērsties, pērkot reālos resursus. Bet tam ir vajadzīgs resursu tirgus, tirgus attiecības.

Kapitāls un cilvēka veidoti darba priekšmeti. Bet vai kapitālā ieskaitāma tā darba priekšmetu otrā grupa, kas praktiski ir cilvēku mērķtiecīgās darbības rezultāts? Augsti mācītie profesori savās publikācijās brīžiem ir tik piesardzīgi, ka saņemt skaidru atbildi uz izvirzīto jautājumu nav iespējams. Ja kapitālu kā ražošanas resursu raksturo vienīgi šaurā nozīmē kā investīciju resursu, tad minētie darba priekšmeti kapitāla kategorijā neiederas. Ja toties apgalvo, ka visi ražošanas līdzekļi, ko veidojis cilvēks, ir kapitāla apzīmējuma cienīgi, tad minētie darba priekšmeti, piemēram, metāls, ķīmikālijas, benzīns, smērvielas, koka plātnes kapitāla kā ražošanas resursa raksturam pilnā mērā atbilst. Pretējā gadījumā šie nepārprotamie ražošanas resursi paliek it kā gaisā karājoties, jo autori kaunīgi vairās šos darba priekšmetus ietilpināt konkrētā ražošanas resursu kategorijā. Priekšstatu par kapitāla sastāvu kā ražošanas resursu dod 2.1. shēma.

2.1. shēma



Nemateriāli elementi. Informācija. Strīdam par kapitāla sastāvu vēl nevar pielikt punktu. Ir piekritēji uzskatam, ka kapitālam kā ražošanas resursam ir arī nemateriāli elementi, piemēram, patenti un ar to saistītas licences, arī darbinieku izglītības līmenis². Ja gribam būt konsekventi, tad jāuzsver, ka ražošanas resurss ar bagātu potenciālu ir daudzpusīga tehniski ekonomiska informācija, t.sk. *know how*. Tikai prātā kūtrie nepievēršas vienai no aktuālākām mūsdienu problēmām – informācijai un sabiedrības progresam. Nobriedis laiks informācijai kā resursam atrast goda pilnu vietu ražošanas resursu teorijā.

Trīs vai četri ražošanas resursi? Visai izplatīta ir ražošanas resursu trīselementu teorija. Mūsaprāt, tai ir stingra pagātnes piegarša. Lai zinātniski pamatoti izprastu nevis aizvakardienas, bet šodienas un rītdienas tirgus ekonomikas praktiskās funkcionēšanas mehānismu, obligāti jāizdala ceturtais ražošanas resurss – uzņēmējspējas.

2.5. Uzņēmējspējas kā ražošanas resurss

Uzņēmējdarbība. Uzņēmējdarbība nekādā ziņā nav ražošanas resurss. Jārunā par spējām, potenci, kas jāpārvērš aktīvā darbībā. Šeit ir tieša analogija starp darbaspēku un darbu.

Uzņēmējspējas. Tirgus ekonomika ir virssarežģīts veidojums. Primitīvs ir uzskats, ka veiksmē šai jomā ir nejaušs likteņa smaids. Uzņēmējam tirgus saimniecībā jābūt ar īpašu tvērienu, intuīciju, izpratni, bruņotam ar spēju nepalaist garām izdevīgu rīcības brīdi. Prasme aši reaģēt uz konkurenta stīkiem ir sevišķi vērtīga uzņēmējspēju sastāvdaļa. Runa ir par potenci, kas piemīt šauram cilvēku lokam. Bet tas ir resurss, bez kura tirgus ekonomika nespēj efektīvi attīstīties.

¹ Ja ražošanas līdzekļus analizē neatkarīgi no ražošanas resursu klasiskā sastāva, tad shēma jāpapildina ar dabas dotajiem darba priekšmetiem, tai skaitā ar zemi.

² Sk. R. Škapars. Mikroekonomika. – R.:1995, 8. lpp.

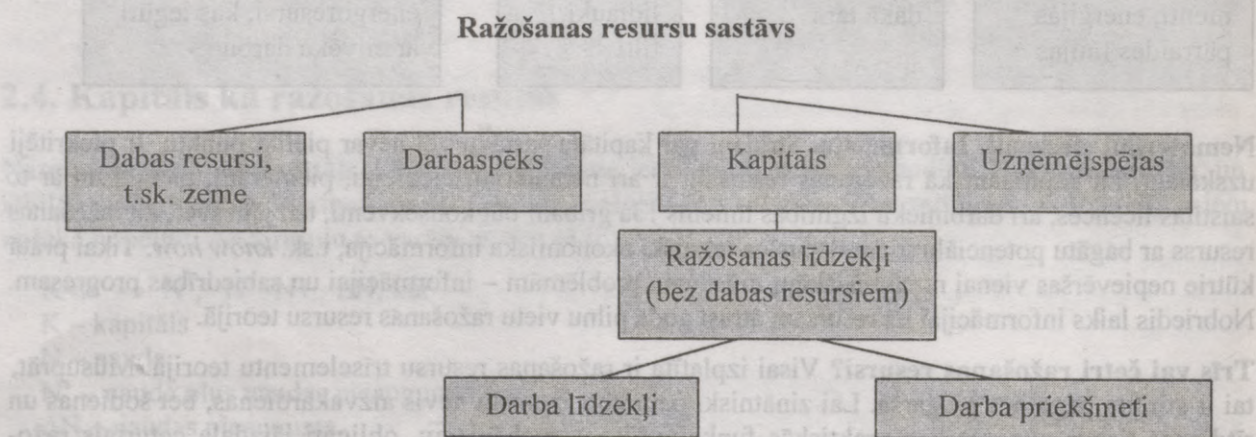
Uzņēmējspēju loma. Uzņēmējspējas kā ražošanas resurss nodrošina:

- 1) visu trīs iepriekšējo ražošanas resursu savienošanu mērķtiecīgai uzņēmējdarbībai. Bez šīm uzņēmējspējām nedzimst ne liela apvienība ar filiāļu filiālēm (varens holdings ar "meitām un mazmeitām"), ne piparbodīte, kuru apkalpo ģimenes locekļi vien;
- 2) prasmī novērtēt tirgu, tā izredzes, nākotnes perspektīvu un šīsdiēnas veiksmju vai arī neveiksmju cēloni. Uzņēmējspējas ir pamats lielmeistara mākslai tirgzinību jomā;
- 3) radošu pieeju zinātnes, tehnikas, visjaunākās tehnoloģijas ieviešanā. Pasaulē ik gadu dzimst tūkstošiem un tūkstošiem izgudrojumu, jaunu risinājumu, oriģinālu priekšlikumu. Tikai maza daļa no tiem kļūst par novitāti, par reālu sasniegumu, par jaunu tehnoloģiju. Šo atlasī nevar uzticēt vismodernākām elektronskaitļojamām mašinām ar visgudrākajām programmām. Te nepieciešamas uzņēmējspējas, zināšanu, intuīcijas un prognozēšanas māksas sintēze, nākamo potenciālo pircēju psiholoģijas izpratne, visu to pārmaiņu novērtēšana, kas var notikt, kamēr piedzimst praktiska novitāte;
- 4) konkurences briesmu (seku) savlaicīgu novērtēšanu, īpašu māku īstā brīdī sāpīgi iedzelt konkurentam, uzcelt aizsargvaļņus, izgudrot un izmantot tādas konkurences ieročus, kas padarītu sāncensi rāmu vai pat novāktu no ceļa. Uzņēmējspējas ir uzvaras resurss tirgū, kur izšķiras liktenīgais "būt vai nebūt".

Shematiski var dažādi attēlot ražošanas resursu kopumu.

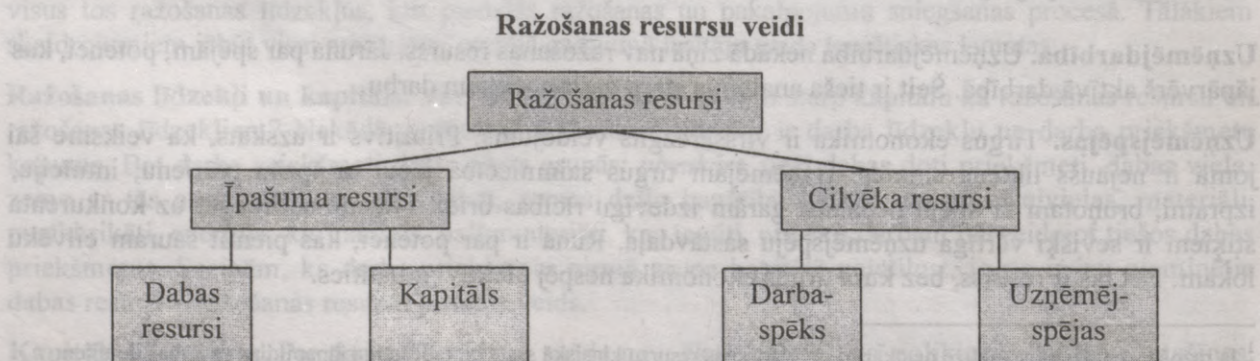
2.6. Ražošanas resursu shēmas

2.2. shēma



Cita pieeja tam pašam ražošanas resursu sastāvam attēlota nākamā shēmā.

2.3. shēma



Tātad nevis trīs, bet gan uzskaitīto četru ražošanas resursu mērķtiecīga mijiedarbība nodrošina cilvēku vajadzību nemītīgu apmierināšanu. Bet te sastopamies ar jaunu problēmu: augošās un mainīgās

cilvēku vajadzības, kas būtībā ir neierobežotas, arvien no jauna un jauna atduras pret ražošanas resursu ierobežotību. Šai sakarībā izvirzās kardināli ekonomikas jautājumi.

KO RAŽOT?
CIK RAŽOT?
KAM RAŽOT?
KĀ RAŽOT?

2.7. Ražošanas resursu ierobežotība

Neierobežoti resursi. Vai var apmierināt cilvēka vajadzības bez saimnieciskās darbības? Var! Ja nepieciešamie resursi ir brīvi pieejami, praktiski neierobežoti. Minēsim gaisu. Lai elpotu, normālā vidē nav nepieciešama gaisa ražošana, t.i., attiecīga saimnieciskā darbība.

Ierobežoti resursi. Citādi ir tad, ja ir nepieciešams kondicionēts gaiss dzīvoklī, saspiests gaiss tehnoloģiskiem nolūkiem vai arī jāpievada gaiss pazemes šahtai. Te viscaur sastopamies ar ierobežotu resursu daudzumu. Atkarībā no ierobežotības pakāpes resursu iegūšanai jāpatērē lielāks vai mazāks resursu daudzums. Pie tipiski ierobežotiem resursiem pieder zeme, tās dziļu bagātības. Par zemi gan jāteic, ka tās ierobežotība ir relatīva. No vienas puses, ir daudz neizmantotu zemju, bet, no otras puses, labāko zemju, t.i., zemju ar augstāku auglību gan pasaulē, gan konkrētā valstī vai rajonā ir ierobežots daudzums. Vajadzību apmierināšana spiež lauksaimnieciski izmantot ne tikai visauglīgākās, bet arī mazāk auglīgās zemes. Taču iegūtā produkcija no mazāk auglīgām zemēm prasa papildu darbu un līdzekļu ieguldījumu, un tā ir relatīvi dārgāka. Jebkuru tuksnesi var pārvērst ziedošā dārzā. Bet vai tur iegūtā produkcija būs patērētājiem pa kabatai? Var gadīties, ka produktu dārdzības dēļ vajadzības paliks neapmierinātas. Nelabvēlīgu klimatu, ziemas aukstumu var pārvarēt, audzējot daudzas kultūras siltumnīcās. Tā ierobežots skaits pircēju spēj iegādāties zināmu produkcijas daudzumu par augstu cenu. Padomāsim, cik cilvēku pavasara sākumā pērk agrīnos gurķus un tomātus. Plānais naudas maks neļauj absolūtām vajadzībām pārvērsties reālās sociāli ekonomiskās vajadzībās.

Cits piemērs par zemes dziļu bagātībām – ogleņi. Vislētāk ogles tiek iegūtas vaļējos karjeros. Šādu ogļu dabā ir visai ierobežots daudzums. Vajadzība pēc ogleņiem spiež rakt arvien dziļākas un dziļākas šahtas, ražot arvien dārgākas un dārgākas akmeņogles. Tajā pašā laikā tiek meklēti arī alternatīvi varianti. Tas nozīmē, ka kurināmā bilancē palielinās naftas un gāzes daudzums un īpatsvars. Taču arī šie resursi ir ierobežoti. Turklāt koksa ogleņiem aizstājēja pagaidām praktiski nav.

Viss iepriekš minētais liecina, ka resursu ierobežotība saistībā ar vajadzību apmierināšanu pirmām kārtām nav tehnoloģiska, bet gan ekonomiska problēma, kas praktiskā dzīvē rada īpašas saimnieciskās attiecības, spiež īstenot noteiktas ievirzes ekonomisku rīcību. Ja resursi būtu neierobežoti, tad nerastos daudz sarežģītu problēmu efektīvu ražošanas un saimnieciskās variantu atlases jomā.

Ekonomika sākas tikai tad un tur, kad un kur nemitīgi mainīgās un augošās vajadzības atduras pret resursu ierobežotību. Normālos apstākļos nav gaisa elpošanas ekonomikas, tāpat kā neeksistē peldēšanas ekonomika Rīgas jūras līča ne visai tīrajos ūdeņos vai čiekuru lasīšanas ekonomika brīvi pieejamā mežā. Un otrādi, tieši resursu ierobežotība spiež risināt problēmu, ko, cik, kam un kā ražot. Grūtības Latvijas ekonomikas attīstībā galvenokārt sakņojas resursu trūkumā, arī sāpīgā, piemēram, budžeta deficīta un iedzīvotāju dzīves līmeņa problēmās. Arvien no jauna un jauna izvirzās jautājums, kā visracionālāk izlietot ierobežotos resursus, kādas ir to izlietošanas alternatīvas.

Tas nozīmē, ka cilvēkiem gan tautsaimniecības līmenī, gan savu peticīgo ienākumu mazumiņa lokā nemitīgi jāīsteno **izvēle**.

2.8. Resursu izlietošanas alternatīvas un izvēle

Alternatīvas. Lai cik ierobežoti arī būtu resursi, vienmēr pastāv daudzi to izlietošanas varianti jeb alternatīvas. Saprāta robežās no variantu daudzveidības, rūpīgi izvērtējot visus “par” un “pret”, galu galā jāizvēlas viena alternatīva. Atcerēsimies veco dilemmu – lielgabali vai sviests. Mūsdienu lielvalstīm ne visai sen bija jāizvēlas starp raķetēm un tankiem, no vienas puses, un resursiem

sociālajai aprūpei, no otras puses. Tieši nepieciešamība izvēlēties konkrētu alternatīvu liek Latvijas Saeimai un valdībai lauzīt galvas par to, cik līdzekļu atvēlēt valsts aizsardzībai, lauksaimniecības atbalstam, veselības aprūpei, izglītībai, kultūrai, pensijām. Alternatīvu izvēle ir katras valsts, to iedzīvotāju izdzīvošanas problēma. No resursu ierobežotības, to sekām nav brīva neviena pat visattīstītākā, visbagātākā valsts pasaulē – ne ASV, ne Šveice, ne Zviedrija. Problēmas izpratnei izmantosim maksimāli vienkāršotu piemēru. Pilnīgi un efektīvi izmantojot esošos resursus, var dažādā kombinācijā skaista ziņā saražot divus materiālus labumus A un B. Pieņemsim, ka produkta B izgatavošanai jāpatērē divas reizes vairāk resursu nekā produkta A ražošanai. Hipotētiskos skaitļus sakārtosim tabulā.

2.1. tabula

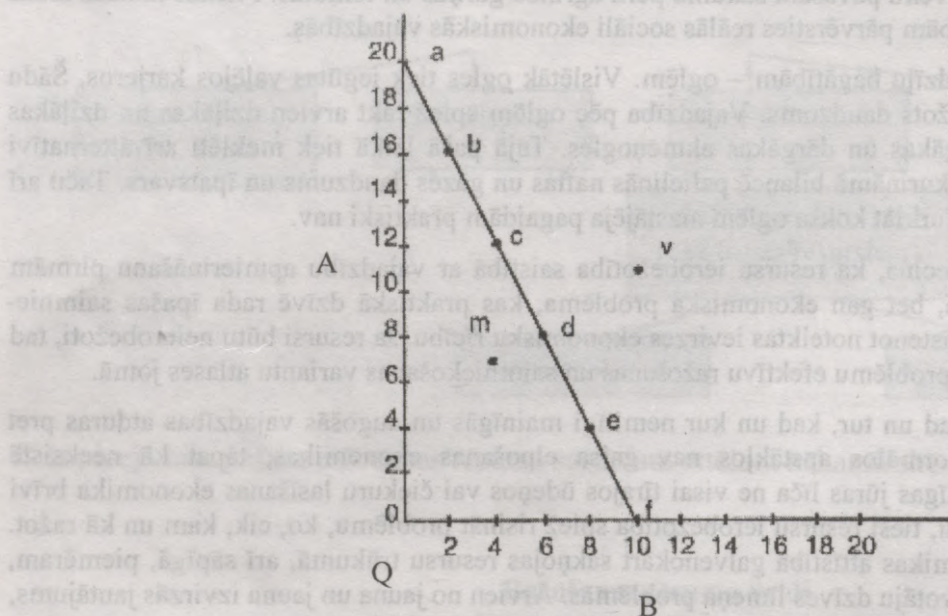
Ierobežoto resursu izmantošanas varianti

Produktu veids	Ražošanas alternatīvas (vienībās)					
	a	b	c	d	e	f
A	20	16	12	8	4	0
B	0	2	4	6	8	10

Tabulas datus var attēlot shēmā. Vertikālā ass raksturo produkta A vienību skaitu, horizontālā ass – produkta B vienību skaitu. Katrai alternatīvai atrodam A un B vienību krustpunktu. Šos krustpunktus savienojam ar līniju. Izveidojas ražošanas iespēju līkne (konkrētā gadījumā taisne).

2.4. shēma

Ražošanas iespēju līkne



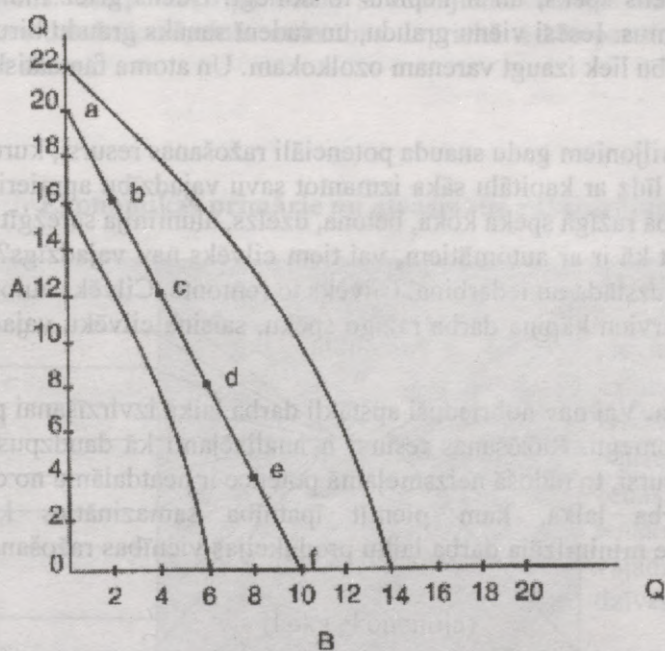
Shēmas būtība. Saskaņā ar 1. tabulas datiem produktu A un B ražošanas alternatīvas savieno taisne. Izmantojot citas skaitļu kombinācijas, veidosies dažādas līknes. Kāda ir 2.4. shēmas ekonomiskā būtība? *Pirmkārt*, tā kā mēs pieņemām, ka resursi tiek izmantoti iespējami pilnīgi un efektīvi, visi punkti uz līknes raksturo katra varianta maksimālo ražošanas apjomu. *Otrkārt*, jebkurš variants, kas atrodas pa labi no šīs līknes (piemēram, krustpunkts v), prasa lielāku resursu daudzumu nekā alternatīvas uz shēmas līknes, un tāpēc tas nav realizējams. *Treškārt*, jebkurš variants, kas atrodas pa kreisi no līknes (piemēram, krustpunkts m), liecina, ka salīdzinājumā ar reālajām iespējām ražošanas kopapjoms ir mazāks. Tas tāpēc, ka it visi resursi netiek likti lietā vai arī tiek neefektīvi izlietoti. *Ceturtkārt*, lai, pastāvot ierobežotam resursu daudzumam, palielinātu produkta A saražoto vienību skaitu, jāsamazina noteikts skaits produkta B vienību. Ko tas nozīmē saimniekošanas praksē? Ja esam nolēmuši pilnīgāk apmierināt kādu vajadzību

vai papildināt apmierināmo vajadzību loku, no kaut kā cita grūtu sirdi ir jāatsakās. Izvirzās upuru problēma. Ko, kam, kāpēc upurēt? Tās ir mūžīgas izvēles moka. Pat pērkot šo grāmatu, studentam no kāda cita pirkuma ir jāatsakās. Upuris zināšanu vārdā! Pat neliels tēriņš, aizējot ar draudzeni uz diskotēku, nozīmē atteikšanos no kādas citas mazāk nozīmīgas vēlmes (alternatīvas). Līdz ar to neapmierināto vajadzību nodrošināšana vai augošo vajadzību apmierināšana rada nepieciešamību meklēt un atrast ceļus un līdzekļus, kā pilnīgāk un arvien efektīvāk izmantot esošos resursus. Cits problēmas risinājums ir saistīts ar papildu resursu iesaistīšanu saimniekošanā.

Papildu līknes. Par ko liecina papildu līknes? 5. shēmā ir fiksētas divas papildu līknes. Līkne pa labi no sākotnējās raksturo ražošanas apjoma pieaugumu, pateicoties resursu efektīvākai izmantošanai vai papildu resursu izlietošanai. Līkne pa kreisi no sākotnējās liecina par ražošanas apjoma samazināšanos sakarā ar esošo resursu nepilnīgu izmantošanu (bezdarbs, jaudu dīkstāve, nenoslogošana, materiālu, energoresursu neracionāla izmantošana) vai arī mazāka resursu daudzuma esamību. Katrs punkts uz šīm jaunajām līknēm attēlo konkrētu alternatīvu produktu A un B ražošanā. Katrai līknei ir raksturīgs savs atšķirīgs resursu daudzums vai to izmantošanas pakāpe. Ikvienai dotās līknes alternatīvai resursu lielums un izmantošanas efektivitāte ir vienāda.

2.5. shēma

Ražošanas iespēju līknes resursu daudzuma vai to atdeves izmaiņu ietekmē



Efektīvā saimniekošana. Saprotams, jaunajās līknēs, mainoties A un B vienību skaitam, var arī augt vai samazināties resursu kopējais daudzums, rēķinot uz produkcijas vienību. Efektīvas saimniekošanas uzdevums ir panākt, lai īstenotos trešās līknes (pa labi) vajadzībām vispiemērotākā alternatīva, lai netiktu pieļauta pirmās līknes īstenošanās. Uz papīra tas viss izskatās gludi un vienkārši. Praktiskajā saimniekošanā panākt izvirzītos globālos mērķus ir virssarežģīti. Mēs jau pieminējām sabiedrības progresu *perpetuum mobile*. Efektīva saimniekošana saistās ar daudzu mehānismu mijiedarbību, ko iespaido politika, ekonomika, psiholoģija.

2.9. Darba ražīgais spēks, laika ekonomija un efektīvā saimniekošana

Maģistrālais ceļš. Kā cilvēce nonāca līdz iespējai apmierināt miljoniem visdažādāko vajadzību? Arvien paplašinot izmantojamo ražošanas resursu daudzumu? Arī tas jāliek izvirzītās problēmas svaru kausā. Bet tas nav galvenais! Vajadzību daudzveidība prasa arī darba daudzveidību. Līdz ar to vajadzību pieaugums arvien asāk izvirza darba ražīgā spēka problēmu. Kā to mēra? Ar laika daudzumu, kas normāli nepieciešams kādas preces vienības izgatavošanai, t.sk. pakalpojumu sniegšanai. Var pārņemt, ka šī raksturojumā nepiedodami aizmirsta darba intensitāte. Patiešām, veicot kādu darbu,

viens "centīgi" stiepj gumiju, velk garumā it biežās pīppauzes, bendē sirdi ar neskaitāmām kafijas tasēm, bet citi raujas, cik spēka, tikai apstājas, lai noslaucītu sviedrus. Vidēji iznāk visai atšķirīgs laika patēriņš vienam un tam pašam reālam veikumam. Tāpēc, raksturojot darba ražīgo spēku, nedrīkst ignorēt darba intensitāti, ko mēra ar enerģijas patēriņu laika vienībā. Darba ražīgais spēks jāvērtē konkrēti vēsturiski: jāievēro dotā laikmeta vispārpieņemtā tehnika, parasti izmantotā tehnoloģija un darba organizācija, vidēji izplatītie dabas apstākļi, vidējais kvalifikācijas līmenis un sabiedrībā normālā darba intensitāte. Tad arī nonāksim līdz atziņai, ka katrā attīstības periodā kāda priekšmeta ražošanai vai pakalpojumu sniegšanai ir raksturīgs kāds vidējais darba laika patēriņš – pietiekami precīzs ražošanas progresu indikators. Napoleona laikos 1 metra auduma noaušanai bija jāpatērē 24 stundas vidējās intensitātes darba laika, bet pēc 100 gadiem šis laiks saruka līdz 24 minūtēm, lai šodien pie klusi dūcošām automātiskām stellēm saīsinātos vēl krietni vairāk. Lai tūkstoš reižu saspiestu laiku, kas nepieciešams vienas informācijas vienības apstrādei, vajadzēja pāris gadu desmitu, bet šodien šai jomā darba laika ekonomija sasniedz fantastiskus apmērus. Ko tas dod no vajadzību apmierināšanas viedokļa? *Pirmkārt*, ar to pašu darba daudzumu var apmierināt daudzkārt lielāku vajadzību loku. *Otrkārt*, pagarināt brīvo laiku, t.sk. intelektuālajai izaugsmei. *Treškārt*, paildzināt laiku profesijas pilnīgākai apgūšanai, kvalifikācijas celšanai. Darba intensitātes kāpinājumam ir sava fizioloģiska robeža. Darba ražīgajam spēkam, laika ekonomijai nekāda robeža pārrēķināmā nākotnē nav saskatāma. Sprotams, nemitīgais progress nespēj darba laiku novadīt līdz "nulles variantam".

Radošais spēks. Izvērtējot ražošanas resursu nozīmi, mums ir visas tiesības izcelt cilvēku resursu radošo lomu. Daba ir varens spēks, un ir neprāts to noliegt. Ūdens griež hidrostaciju turbīnas, un elektroenerģija rada brīnumus. Iesēsi vienu graudu, un rudenī sanāks graudu birums. Viena ozola zīle ar citu dabas spēku palīdzību liek izaugt varenam ozolkokam. Un atoma fantastiskais spēks arī ir dabas spēks.

Vienlaikus zemes dzīlēs miljoniem gadu snauda potenciāli ražošanas resursi, kuru daļu tikai cilvēks, viņa darba ražīgais spēks līdz ar kapitālu sāka izmantot savu vajadzību apmierināšanai. Bet kapitāla elementi? Bez cilvēka darba ražīgā spēka koka, betona, dzelzs, alumīnija sarežģītie veidojumi ir būtībā mirušas konstrukcijas. Bet kā ir ar automātiem, vai tiem cilvēks nav vajadzīgs? Protams, ir! Cilvēks automātu rada. Cilvēks to uzstāda un iedarbina. Cilvēks to remontē. Cilvēks automātu apstādina un arī demontē. Un šis cilvēks arvien kāpina darba ražīgo spēku, saīšina cilvēku vajadzību apmierināšanai nepieciešamo darba laiku.

Darba laika minimizācija. Vai nav nobrieduši apstākļi darba laika izvēršanai par noteicošo resursu, par ekonomikas alfu un omegu. Ražošanas resursi ir analizējami kā daudzpusīgs daudzu elementu komplekss, bet cilvēka resursi, to radošā neizmējamā potence ir neatdalāma no darba ražīgā spēka, no uzņēmējspējām, no darba laika, kam piemīt īpatnība samazināties konkrētas vajadzības apmierināšanai. Kā cilvēce minimizēja darba laiku produkcijas vienības ražošanai, kāda pakalpojuma sniegšanai?

2.10. Darba ražīgais spēks un darba dalīšana

Tautu bagātību avots. Ražošanas attīstības maģistrālais ceļš ir saistīts ar darba dalīšanu, kad dažādu produkciju specializētās ražotnēs ražo atšķirīgi cilvēki, dažāda darba specializētie veicēji. Mēs cienām universālus meistarus, kam ir zelta rokas, kas visu prot un spēj. Bet ne jau viņi nosaka ražošanas procesu. Angļu politiskās ekonomijas klasiķis Ādams Smits (1723–1790), kas savā darbā par tautu bagātību vispusīgi ir apcerējis darba dalīšanas problēmu, atzīst, ka tad, ja cilvēkam savai iztikai visu vajadzētu gādāt pašam kā Robinsonam Kruzo, pat ar centīgu darbu un labvēlīgos klimatiskos apstākļos nāktos dzīvot visai trūcīgi. Saimniecībā, kas balstās uz darba dalīšanu, būtībā daudz kas tiek ražots citiem, bet ne tieši sev. Cilvēces vēsturē varens attīstības impulss bija pirmā lielā darba dalīšana starp zemkopību un lopkopību. Pēc tam sekoja otrā lielā darba dalīšana, kad, ražošanai arvien tālāk diferencējoties, atdalījās amatniecība. Trešās lielās darba dalīšanas ietekmē radās tirdzniecība, kas kļuva par specializētu darbības veidu.

Darba dalīšana attīsta cilvēka darba iemaņas, dod iespēju līdz pilnībai attīstīt racionālas kustības, sekmē specializētu iekārtu un instrumentu radīšanu un pielāgošanu, kā arī rada visai pārdomātu darba organizāciju. Rezultāts ir labi zināms: aug darba atdeve, tiek taupīts darbs un daži resursi. Darba dalīšana ir pamats masveida ražošanai. Kas deva Henrijam Fordam iespēju īstenot īstu apvērsumu

ekonomikā, ražojot visai lētu automašīnu? Vispirms tā bija detalizēta darba dalīšana, konveijers kā racionāla dalītā darba organizācijas forma, kas radīja nosacījumu straujai produkcijas izlaides kāpināšanai. Forda panākumi turklāt bija cieši saistīti ar viņa uzņēmējspējām.

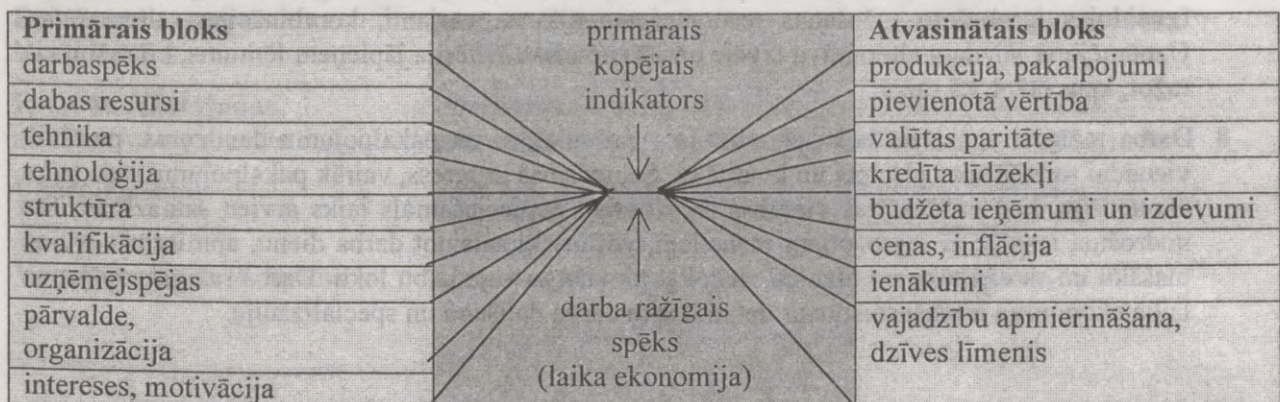
Specializācijas priekšrocības. Mūsdienā apstākļos vienas nozares firmas apvienojas, lai veidotu liela apmēra ražotnes ar mērķi palētināt masveida specializētās produkcijas izlaidi. Specializācijas priekšrocības mēģina izmantot arī tekstilrūpniecībā. Jo lielāka ir konkrētā auduma partija, jo retāk jāpārstāda aušanas stelles, jo lielāks ir laika ietaupījums un augstāka darba atdeve.

Tomēr specializāciju nedrīkst novest līdz absurdam. Tā jāpakļauj vajadzībām. Rietumvalstīs arvien plašāk automašīnas ražo, vadoties pēc individuālām vēlmēm dotā modeļa modifikācijas iespēju robežās. Pārāk detalizēta darba dalīšana mazina darba radošās iespējas un pārvērš cilvēku par automātu, darba funkciju trulu izpildītāju. To satīriski ar lielu māksliniecisko spēku parādīja Čārlijs Čāplins filmā "Modernais laiks". Tāpēc tiek meklētas un atrastas jaunas darba dalīšanas un organizācijas formas, kas balstās uz strādātāju intelektuālo potenciālu. Zviedrijā apvienības "Volvo" modernākā automobiļu rūpnīcā vairs nav produkcijas montāžas konveijera. Japānas strādnieki iesaistās kvalitātes pulcīnos.

Darba dalīšanas būtiskas sekas ir tas, ka specializētā darba veicējs nespēj ar sava darba produktu tieši apmierināt savas vajadzības. Ir nepieciešama ražošanas, darba kooperēšana, kad ražotāji strādā cits citam. Katram darbam jāklūst par sabiedriskā darba ķēdes locekli. Tas nozīmē, ka daļrezultāts ir koprezultāta nosacījums. Starp atšķirīga darba strādātājiem veidojas sarežģītas atkarības saiknes, būtībā dažāda rakstura daudzšķautņainas attiecības. Iepriekš teikto par darba ražīgo spēku un laika ekonomiju var ietvert shēmā.

2.6. shēma

Ekonomikas primārie un atvasinātie raksturojumi¹



Laika ekonomija. 2.6. shēmas saturs ir krietni plašāks nekā 1. nodaļas problemātika. Primārais bloks pamatos izvērstā veidā aptver ražošanas resursus ar saistītiem papildu elementiem kā, piemēram, struktūra (būtiski iespaido resursu atdevi) un iekšējais motors (intereses, motivācija). Atvasinātais bloks raksturo gan tiešo ekonomikas primāro faktoru iedarbības rezultātus (produkciju, pakalpojumus, pievienoto vērtību), gan atvasinātos saimniekošanas nosacījumus (valūtas paritāti, kredītu, budžetu, cenas); atvasināto bloku loģiski noslēdz saimniekošanas gala rezultāts: ienākumi, vajadzību apmierināšana, dzīves līmenis. Šo problēmu analīzei ir veltītas vairākas nodaļas mācību grāmatās. Shēmā galvenais ir tas, ka primārais un atvasinātais bloks ir sasaistīti ar vienu primāro kopējo indikatoru, ekonomikas attīstības spara ratu – darba ražīgo spēku, kas nodrošina laika ekonomiju kā arvien augošo cilvēku vajadzību apmierināšanas obligāto nosacījumu.

¹ Šīs shēmas idejas autors ir Tallinas Tehniskās universitātes profesors, ekon. zin. dr. V. Kelliks.

2.11. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Ražošanas resursi – cilvēces eksistēšanas pamats, vajadzību apmierināšanas obligātais nosacījums. Atšķir četrus ražošanas resursu veidus: dabas resursi, darbaspēka resursi, kapitāla resursi, uzņēmējspēju resursi. Ražošanas resursiem piemīt jaunrades spēks, ražība un ražīgums. Izmantojot ražošanas resursus, vairo materiālos labumus un pakalpojumus, nodrošina resursu īpašniekiem ienākumus.
2. Dabas resursi – pašas dabas doti resursi, kuru daudzpusīgajā kopumā ietilpst zeme ar to dzīļu bagātību, mežs ar tās bagāto floru un faunu, ūdeņi no strautiņa līdz okeānam ar tā paisumu un bēgumu, augu un dzīvnieku valsti. Dabas resursu īpašnieks kā ienākumu saņem zemes renti.
3. Darbaspēks – darbaspējas, darba potenciālais spēks, to fizisko un garīgo spēku kopums, kas piemīt dzīvā cilvēka organismam un kas tiek vienmēr iedarbināts, ražojot produkciju vai sniedzot pakalpojumus. Jāatšķir no darba, kas ir darbaspēka patērēšanas process.
4. Kapitāla resursi – sekundārie ražošanas resursi, ko radījusi pati saimniekošanas sistēma, pārstrādājot, patērējot primāros ražošanas resursus (dabas resursus, darbaspēku, uzņēmējdarbības spējas), darba līdzekļi un darba priekšmeti (izņemot dabas resursus).
5. Uzņēmējspēju resursi – īpaša cilvēkam piemītoša spēja organizēt uzņēmējdarbību, mērķtiecīgi savienot ražošanas procesā un pakalpojumu sniegšanā visus gan primāros, gan sekundāros ražošanas resursus, veiksmīgi apgūt tirgu, sekmīgi konkurēt, efektīvi saimniekot. Bez uzņēmējspēju darbības apvienošanās spēka pārējie ražošanas resursi nespēj iesaistīties tirgus ekonomikā, ir it kā iekonservēti, miruši.
6. Ražošanas resursu kvalifikācija (variants) – īpašuma resursi un cilvēka resursi.
7. Ražošanas resursu ierobežotība – neierobežotas vajadzības atduras pret ražošanas resursu ierobežotību, iztrūkumu visu nobriedušo sociāli ekonomisko vajadzību apmierināšanai. Izveidojas ierobežoto ražošanas resursu izmantošanas varianti, kombinācijas, alternatīvas. Uzņēmējiem jāizdara alternatīva izvēle un pēc noteikta kritērija jāpieņem lēmums, ko ražot, cik ražot, kam ražot, kā ražot.
8. Darba ražīgais spēks un laika ekonomija – produkcijas un pakalpojumu daudzums, pastāvot vienānai sarežģītības pakāpei un kvalitātei. Sabiedrības progress, vairāk pakalpojumu rada laika ekonomiju, kad produkcijas vienības saražošanai nepieciešamais laiks arvien samazinās. Tas nodrošina iespēju ar iegrozītiem resursiem, vēsturiski saīsinot darba dienu, apmierināt arvien plašāku un sarežģītāku no dizaina viedokļa pievilcīgu vajadzību loku. Darba ražīgais spēks un laika ekonomija ir cieši saistīta ar detalizētāku darba dalīšanu un specializāciju.

2.12. Secinājumi

Visjaunākās atziņas liecina, ka cilvēku vajadzību apmierināšanai tirgus ekonomikas apstākļos vajadzīgi nevis trīs, bet četri ražošanas resursi: dabas resursi, ieskaitot zemi un tās dzīļu bagātības, darbaspēka (nevis darba) resursi, kapitāls un uzņēmējspējas. Pēdējais resurss ne tikai savieno saimniekošanā iepriekšējos trīs resursus, bet ir uzņēmējdarbības iniciators, atlasa izgudrojumus un pārvērš tos novitātēs, pēta tirgu, prognozē rītdienas pieprasījumu un piedāvājumu, novērtē konkurentus, savlaicīgi kaļ ieročus sāncensu uzveikšanai.

Vajadzības nemītīgi mainās, vēršas plašumā un būtībā ir neierobežotas, bet ražošanas resursu raksturīgā īpatnība pretstatā vajadzībām ir to ierobežotība. Ekonomika pamatos nodarbojas ar tām problēmām, kur vajadzību neierobežotība nonāk pretrunā ar resursu ierobežotību.

Resursu izmantošana ir variantiem, tātad alternatīvām bagāta. Resursu ierobežotības apstākļos tas nozīmē izvēles nepieciešamību. Lai izdarītu izvēli, jāpieņem lēmums, kas izpaužas noteiktā ekonomiskā uzvedībā vai rīcībā. Aktuāla ir upuru problēma. Lemjot ražot lielākā skaitā kādu produkcijas veidu, jāatsakās no kāda cita produkcijas veida ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas. Neizbēgams upuris ir atteikšanās no kādas vajadzības apmierināšanas vismaz iepriekšējā apjomā.

No ražošanas resursu kopas jāizdala cilvēka resurss ar tā radošo potenciālu. Iespēja šodien apmierināt miljoniem vajadzību, salīdzinot ar ierobežotu vajadzību loku, kas bija raksturīgs ne tikai mūsu sensenajiem senčiem, bet pat tiem, kas ir dzīvojuši pirms 500, pat pirms 100 gadiem, saistās ar augošo laika ekonomiju. Par to gādā darba ražīgā spēka nemitīgais pieaugums. Progresā *perpetuum mobile* – mūžīgā mijiedarbība, atgriezeniskā saikne starp ražošanu un vajadzībām, balstās uz daudzelementu ekonomisko mehānismu, kura centrālais zobrāts ir darba ražīgais spēks. Tā darbība rit nepārtraukti, un arvien tiek minimizēts tas laika daudzums, kas nepieciešams kāda ražojuma izgatavošanai, kāda pakalpojuma sniegšanai. Ne tikai rodas vairāk brīvā laika, bet arī veidojas nosacījumi arvien jaunu vajadzību apmierināšanai.

Alternatīvu atlase, lēmumu pieņemšana, laika ekonomija (ražošanas resursu ekonomija pastarpināti reducējas uz laika ekonomiju) ir noteikta mērķtiecīga rīcība. Jebkurai apzinātai rīcībai ir savi motīvi.

2.13. Pamatterminu tulkojums

Dabas resursi	<i>natural resources</i>	природные ресурсы
Darba dalīšana	<i>division of labour</i>	разделение труда
Darba ražīgais spēks	<i>productive force of labour</i>	производительная сила труда.
Darbspēks	<i>labour force</i>	рабочая сила
Kapitāls	<i>capital</i>	капитал
Laika ekonomija	<i>economy of time</i>	экономия времени
Ražošanas resursi	<i>resources of production</i>	производственные ресурсы
Ražošanas resursu ierobežotība	<i>scarcity of resources of production</i>	ограниченность ресурсов
Resursu izlietošanas alternatīvas un izvēle	<i>alternatives of using resources and choice</i>	альтернатива и выбор использования ресурсов
Uzņēmējspējas	<i>entrepreneurial abilities</i>	предпринимательские способности
Vajadzību neierobežotība	<i>unlimited wants</i>	неограниченность потребностей

2.14. Paškontroles jautājumi

1. Kāda ir zemes loma dabas resursu lielajā kopā?
2. Kam jāatļauj būt par zemes pilntiesīgu īpašnieku Latvijā?
3. Vai var likt vienlīdzības zīmi starp darba resursiem un darbaspēka resursiem?
4. Kāda ir kapitāla kā ražošanas resursa būtība?
5. Kas un kāpēc ir ražošanas resurss: uzņēmējdarbība vai uzņēmējspējas?
6. Par ko liecina resursu ierobežotība?
7. Kāpēc pastāv resursu izlietošanas alternatīvas un izvēles problēma?
8. Kāda loma cilvēces progresā ir darba dalīšanai?
9. Kas un kā ražošanas resursu kopā ir radošais spēks?
10. Kas un kāpēc ir ekonomikas primārie un atvasinātie raksturojumi?

3. nodaļa. Ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisms

3.1. Vajadzības un motivācija

Jebkura normāla cilvēka rīcība ir motivēta. Lai cik sarežģīta arī būtu *homo sapiens* psihe, vienmēr eksistē pamudinoši faktori, kas liek cilvēkam attiecīgi uzvesties. Šie faktori ir loģiski analizējami. Ja kāds cilvēks sāk rīkoties nemotivēti, acgārnī no loģikas viedokļa, viņš kļūst sabiedrībai bīstams. Šādu cilvēku nākas izolēt no sabiedrības speciālās medicīnas iestādēs.

Ekonomikas centrālā problēma ir saimniekotāju subjektu jebkuru darbinieku motivācijas cēloņsakarību izdibināšana. Tas nozīmē izpētīt, tikt skaidrībā, kādi nosacījumi (cēloņi) nosaka kādus rezultātus (sekas). Bez motīvu izziņāšanas mākas nevar ne izprast, ne vadīt saimnieciskus procesus, prognozēt konkrētas ekonomiskās uzvedības (rīcības) tuvākās un tālākās sekas.

Dažkārt uzskata, ka jēdziens "motīvs" ir liels maiss, kur saliktas visdažādākās lietas: vajadzības, intereses, tieksmes, mērķi, impulsi, kaislības, tradīcijas, iemaņas, vēlmes, emocijas, bauda, gaidas, godkāre, varaskāre, nauda, darba alga, ideāli un tamlīdzīgi. Šķirojot šī maisa bagātīgo saturu, jāizdala galvenais, kas nosaka motivācijas mehānisma darbību un ievirzi. Jau sākumā mēs pamatojam atziņu, ka ekonomika aicināta (nepieciešama) cilvēka vajadzību apmierināšanai. Tāpēc likumsakarīgi, ka vajadzības ar to dinamisko dabu bieži vien tiek izvīrītas kā ekonomiskās uzvedības (rīcības) noteicošais motīvs. Likumsakarīgi ir apgalvojumi, ka par vajadzībām jārunā ne savādāk kā motīvu valodā; vajadzību analīzi ir nepieciešams pārveidot motīvu analīzē. Šai problēmai ir daudz aspektu. Bieži jautājums tiek aplūkots caur psiholoģijas prizmu. Tomēr jāatzīst, ka motīvi nebūt nav tīrs psiholoģisks fenomens, bet pamatīgi samudžināts kamols ar simtiem pavedienu. Turpmākā analīzē mēs aplūkosim tikai tos pavedienus, kas tieši motivē ekonomisko uzvedību (rīcību).

3.2. Attiecību sistēma saimniekošanā

Cilvēks darbojas sarežģītā attiecību režģī. Šis režģis sastāv no trim atšķirīgām attiecību grupām: *pirmkārt*, daudzveidīgais attiecību kopums starp lietiskiem faktoriem; *otrkārt*, attiecību grupa "lietiskie faktori – cilvēki"; *treškārt*, cilvēku daudzšķautņainās savstarpējās attiecības.

Tehniski tehnoloģiskās attiecības. Pirmā attiecību grupa aptver tās daudzās kvantitatīvās un kvalitatīvās attiecības, kas veidojas starp darba līdzekļu elementiem (ēkām, celtnēm, iekārtu, mašīnām, cauruļvadiem, kustamām ierīcēm utt.), starp darba priekšmetu komplektiem, t.i., starp ražošanas līdzekļu sastāvdaļām. Šo attiecību pamats ir noteiktas konstrukcijas, tehnoloģija, ražošanas organizācija.

Otrā attiecību grupa raksturo cilvēka kā darba veicēja aktīvo mījiedarbību ar ražošanas lietiskajiem faktoriem. Tam pamatā ir noteikti tehniski risinājumi, tehnoloģija, kā arī ražošanas un darba organizācija. Pirmo un otro attiecību grupu var droši apvienot vienā kategorijā – "**tehniski tehnoloģiskās attiecībās**". Šīs attiecības var būt pilnīgi identiskas gan tirgus ekonomikā, gan centralizētā plānsaimniecībā, gan valsts, privātā vai kolektīvā uzņēmumā. Tehniski tehnoloģiskās attiecības pašas nenosaka saimniekošanas subjektu ekonomisko uzvedību, kā arī nav šīs uzvedības motivācijas mehānisma zobrats.

Ekonomiskās attiecības. Pievērsīsimies trešajai attiecību grupai "cilvēki – cilvēki". Tā pārstāv cilvēku savstarpējās attiecības. Ražošanas un saimniekošanas procesā šo attiecību grupu dēvēsim par **ekonomiskām attiecībām**. Jau redzējam, ka darba veicēji savā starpā ir cieši saistīti ar darba dalīšanu. Darbs mūsdienu ražošanā jau sen ir kooperēts darbs. Strādātājam darba procesā jāstājas ne tikai tehniski tehnoloģiskās attiecībās ar darba līdzekļiem un darba priekšmetiem, bet arī vienam ar otru. Darba veicējiem precīzi laikā un vietā jāsaplāno sava rīcība ar citiem darba veicējiem. Tā ir darba organizācija, kas, koordinējot visdažādākās darbinieku funkcijas, pakļauj darba procesu noteikta ražošanas vai saimniekošanas mērķa sasniegšanai.

Organizatoriski ekonomiskās attiecības. Šī īsā analīze ļauj ekonomisko attiecību grupā izdalīt nozīmīgu apakšgrupu – **organizatoriski ekonomiskās attiecības**. Līdz ar to izvirzās jautājums: kāds ir šo attiecību sakars ar ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānismu? Problēma ir sarežģīta. Cilvēkam ražošanā ir noteikta tehnoloģiskā rīcība. Piemēram, virpas konstrukcija, sagataves raksturs, darba uzdevums, tehnoloģija, darba organizācija nosaka virpotāja tehnoloģisko rīcību, viņa sadarbību ar citiem kooperētā darba veicējiem. Ievērojot nozares īpatnības, analoga ir cēloņsakarība mūrnieka tehnoloģiskajā rīcībā celtnieku brigādē. Mūsaprāt, organizatoriski ekonomiskās attiecības ir tehniski tehnoloģisko attiecību transformācija strādātāju savstarpējo attiecību plaknē. Pamatota liekas tēze, ka organizatoriski ekonomiskās attiecības izpaužas darba veicēju tehnoloģiskajā rīcībā un tieši nemotivē ekonomisko uzvedību (rīcību). Pēdējo determinē sociāli ekonomiskā iekārta, saimniekošanas formas. Patiešām, tas, kuras pogas virpai spiest, kurus rokturus un kā griezt, kā strādātājiem darba procesā mijiedarboties, nav atkarīgs no privātā vai valsts īpašuma, tirgus ekonomikas vai plānsaimniecības. Viss, ko uzskaitījām kā pēdējo, izšķiroši motivē saimniekotāju subjektu ekonomisko uzvedību (rīcību). Te nonākam līdz ražošanas ekonomisko attiecību otrajai apakšgrupai – **sociāli ekonomiskajām attiecībām**.

Sociāli ekonomiskās attiecības. Cilvēki gan ražošanā, gan ārpus tās savā starpā ir saistīti kā īpašuma attiecību nesēji. Tos vieno un pretstata maiņas, sadales un patēriņa attiecības. Šīs attiecības ir visai konkrētas, un tās pastāv kā praktiskās saimniekošanas formas. Pēdējās arī nosaka sociāli ekonomisko attiecību reālo saturu un pamatos motivē ekonomiskās rīcības ievirzi (sk. 7. shēmu). Te jāievēro dažas cilvēku rīcības īpatnības. Ražošanas tehnisko un organizatoriski ekonomisko attiecību izpausme ir skaidri vērojama: strādātāja darbība ir noteikta tehnoloģiska rīcība. Sarežģītāk ir saskatīt sociāli ekonomisko attiecību sekas. Darba veicējs ir īpatnējs divdabī: viņa darbībā vienlaikus ir gan tehnoloģiskā, gan ekonomiskā rīcība. Pēdējo no pirmās ražošanā ir grūti atdalīt. Ekonomiskā rīcība izpaužas konstrukcijas, tehnoloģijas un organizācijas izvēlē, darba kvalitātē un ritmā. Šeit ekonomiskā rīcība kļūst realitāte tehnoloģiskajā rīcībā. Vissspilgtāk ekonomiskā rīcība izpaužas, kad tiek spriests, ko pirkt, ko ražot un pārdot atkarībā no cenas, nodokļiem, kredīta nosacījumiem, valūtas kursa.

Arī zināšanu apgūšanā, piemēram, studentu attieksmē pret mācībām mēs varam izšķirt tehnoloģisku un ekonomisku uzvedību (rīcību). **Pirmais variants:** students mācās aiz tīrās zinātkāres; atzīmes viņu neinteresē. **Otrais variants:** students mācās, lai iegūtu zināšanas turpmākam darbam un karjerai. **Trešais variants:** students mācās, lai saņemtu atzīmes, kuras nodrošina stipendiju. **Ceturtais variants:** students mācās, lai saņemtu teicamnieka stipendiju. Pēdējos trīs variantos ir saskatāma studenta ekonomiskā uzvedība (rīcība), kas tieši ietekmē mācīšanās tehnoloģiju. Kopējais secinājums ir skaidrs: sociāli ekonomiskām attiecībām ir būtiska loma ekonomiskās rīcības motivācijā.

Tehnoloģiskā uzvedība. Attiecību struktūru ražošanas un pakalpojumu jomā varam izsekot 3.1. shēmā. Šīs shēmas “sāls” ir sakarību noskaidrošana, kas galu galā nosaka tehnoloģisko uzvedību (rīcību) un ekonomisko uzvedību (rīcību). Studējot tirgus ekonomikas pamatus, visbūtiskākais ir noskaidrot, kā ekonomiskā uzvedība (rīcība) iedarbojas uz tehnoloģisko uzvedību (rīcību). Skaidrības labad ņemsim talkā piemēru. Divi pēc kvalifikācijas, ģimenes sastāva, centieniem nopelnīt vienādi virpotāji veic pilnīgi vienādu darbu. Bet darba apmaksa ir atšķirīga. Pirmā virpotāja darbs tiek apmaksāts pēc gabaldarba algas formas ar brangu prēmiju par izstrādes normas pārsniegšanu, bet otrā – pēc laika darba algas formas ar stimulējošu prēmiju par kvalitāti. Kā rīkosies šie abi virpotāji? Nav jābūt speciālistam psihologam, lai saprastu, ka pirmais “cīnīsies” par daudzumu, bet otrais, nerēķinoties ar laika patēriņu, gādās par kvalitāti. Atliek atbildēt uz jautājumu, vai abu šo virpotāju tehnoloģiskā uzvedība (rīcība), veicot vienu un to pašu operāciju, būs vienāda? Atbilde skaidrāka par skaidru: nē! Pierādījums – atšķirīgs kvantitatīvais un kvalitatīvais rezultāts.

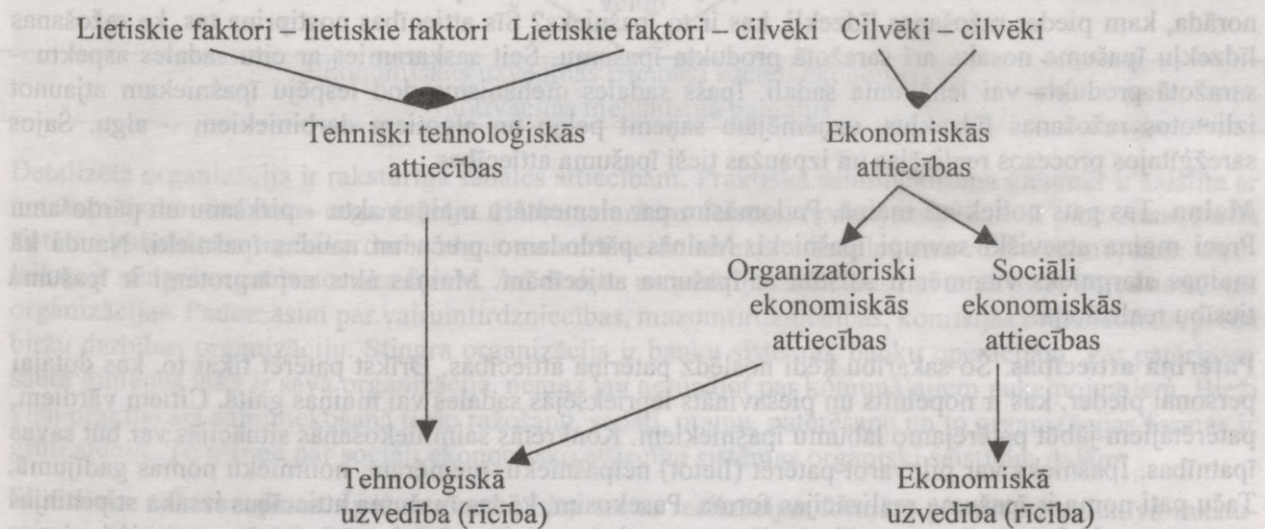
Ekonomiskā uzvedība. Cienījamo lasītāj, lai nonāktu līdz problēmas saknei, jāmēģina tikt skaidrībā par galveno jautājumu: kas nosaka šo divu virpotāju dažādo tehnoloģisko uzvedību (rīcību)? Darba apmaksas forma – būs pirmā impulsīvā atbilde. Iedziļinoties problēmā, nāksies atzīt, ka atšķirīgas apmaksas formas par vienādu darbu determinē būtībā atšķirīgu ekonomisku uzvedību (rīcību). Pēdējā savukārt ievirza tehnoloģiskās uzvedības (rīcības) konkrētās izpausmes dažādā gultnē. Tehnoloģiskā uzvedība izpaužas ārēji; ekonomiskā uzvedība ir šīs tehnoloģiskās rīcības determinants (cēlonis), kas apslēpts virpotāju apziņā, izvēlē un lēmuma pieņemšanā, kā rīkoties atkarībā no darba apmaksas formām. Ekonomiskā uzvedība (rīcība) kā tehnoloģiskās uzvedības (rīcības) noteicējs ir atslēga daudzu tehniski tehnoloģisko un ekonomisko problēmu izpratnei un prognozēšanai.

Minēsim vēl vienu piemēru. PSRS laikos Ukrainā nolēma uzcelt jaunu metalurģisko kombinātu. Pirmprojektu uzdeva izstrādāt diviem projektēšanas birojiem: pieredzes bagātai organizācijai turpat Ukrainā un firmai ar pasaules vārdu Austrijā. Kad salīdzināja projektētāju veikumu, izrādījās, ka Austrijas firma bija kombinātu izvietojusi divreiz mazākā zemes platībā, nekā tas bija paredzēts Ukrainas projektā. Arī iekārtas kopsvars, ievērojot tehniski tehnoloģiskos risinājumus, austriešu projektā bija krietni mazāks, nekā to plānoja Ukrainas projektētāji. Šo divu projektu acīmredzamās atšķirības sakņojās projektētāju ekonomiskajā pieejā. Austrijas speciālisti vadījās pēc tā, ka zemei ir cena un tā pēc iespējas jātaupa; tehniski tehnoloģiskiem risinājumiem jābūt ne tikai progresīviem no tehniskā viedokļa, bet arī ar mazāku resursu izmantojumu, ievērojot konkurences nosacījumus un pasūtītāja investīciju minimizācijas uzdevumu.

Ukrainas projektētāji vadījās pēc tā, ka zemei nav cenas un tā tiks kombinātam iedalīta bez maksas. Savukārt resursi, iekārtas tiks apmaksāti no valsts budžeta. Cēloņsakarību virkne ir skaidrāka par skaidru: ekonomiskie nosacījumi (attiecības), kas bija ierasti Austrijas un Ukrainas speciālistiem, noteica viņu ekonomisko nostāju, uzvedību (rīcību). Tā savukārt iespaidoja konkrētus tehniski tehnoloģiskos, arī organizatoriskos risinājumus. Aprakstītie piemēri, to cēloņu un seku sakarības pilnā mērā atbilst tai loģikai, kas ir 3.1. shēmas pamatā. Analīzes tālākais uzdevums ir noskaidrot tos motivācijas mehānisma elementus, kas saimniekošanā nosaka cilvēku ekonomisko uzvedību (rīcību).

3.1. shēma

Attiecības saimniekošanā



3.3. Īpašuma attiecības, to realizācijas formas un motivācija

Viens no obligātiem nosacījumiem pārejai no komandekonomikas uz tirgus ekonomiku ir īpašuma attiecību radikāla maiņa – privatizācija. Valsts īpašuma un viltus kooperatīvu (kolhozu) materiāliem objektiem jāmaina savs ekonomiskais ietērs – īpašuma attiecības. Mērķis – saimniekošanu balstīt uz privātpašnieka motivāciju.

Kas ir īpašums? Bieži uzskata, ka īpašums ir attiecības starp cilvēku un lietu, tiesības neierobežoti (likuma ietvaros) rīkoties ar lietu. Vispirms ir jāatšķir īpašums kā ekonomiska kategorija no īpašuma kā juridiskas kategorijas. Tiesības tikai juridiski nostiprina īpašumu kā nepieciešamu ekonomisku attiecību. Lai saprastu mūsu tālāko argumentāciju, jautāsim: “Vai Robinsonam Kruzo bija īpašums?” Uz neapdzīvotās salas nepastāvēja nekāda valsts vara, nekāda likumdošana, tāpēc īpašuma tiesiskais aspekts nepastāvēja. Līdz tam brīdim, kad parādījās Piektdienis, Robinsonam piederēja viss un reizē nekas. Tātad īpašuma attiecību un īpašuma problēmas nebija. Piektdiēna ierašanās situāciju kardināli mainīja. Līdz ar otra cilvēka parādīšanos radās īpašuma problēma. Patiešām, kas ir salas īpašnieks? Kas ir ražošanas līdzekļu saimnieks? Kā, ievērojot īpašuma attiecības, jāsadala medījums, izaudzētā

vai savāktā raža? No iepriekš teiktā rodas secinājums, ka īpašums ir sociāli ekonomiskas attiecības starp cilvēkiem. Jēdzieni "mans", "tavs", "mūsu" vienmēr pauž cilvēku savstarpējās attiecības sabiedrībā.

Piesavināšanās un īpašums. Mēs jau minējām, ka ražošanas procesam ir nepieciešami ražošanas līdzekļi un personiskam patēriņam – patēriņa priekšmeti. Līdz ar to uzņēmējam ražošanas organizatoram ražošanas līdzekļi jāpiesavinās. Piesavinoties ražošanas līdzekļus, uzņēmējs piesavinās arī saražoto produktu. Personiskā patēriņa subjekti savukārt piesavinās patēriņa priekšmetus. Sabiedrībā starp tās locekļiem veidojas noteiktas piesavināšanās attiecības, kas arī ir īpašuma attiecību būtība. Pateicoties šīm attiecībām, īpašniekam rodas iespēja pēc sava ieskata rīkoties ar īpašuma objektu, lemt tā likteni. Īpašums cementē ražošanas faktorus vienotam ražošanas procesam.

Noma un īpašums. Saimniekošanas praksē ir pazīstama arī noma, kad nomniekam ir zināmas tiesības rīkoties ar nomāto mantu. Noma kā cilvēku savstarpējās attiecības nekādā gadījumā neatceļ īpašumu. Iznomājot noteiktu mantu, īpašnieks saglabā īpašuma tiesības. Tādējādi noma var pastāvēt tikai uz īpašuma attiecību bāzes.

Īpašuma attiecību realizācija. No ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas viedokļa visai būtiski ir tas, ka īpašuma attiecībām ir virkne realizācijas formu. Īpašums realizējas attiecībās starp saimniekošanas procesa dalībniekiem.

Attiecības tiešajā saimniekošanā. Attiecības uzņēmējs – darbinieks (varianti: darba devējs – darba ņēmējs, īpašnieks – algots strādātājs) gan veidojas atkarībā no īpašuma formas, gan praktiski nostiprina īpašuma attiecības. Te visai ievērojama nozīme ir sadalei. Tai ir vairāki aspekti.

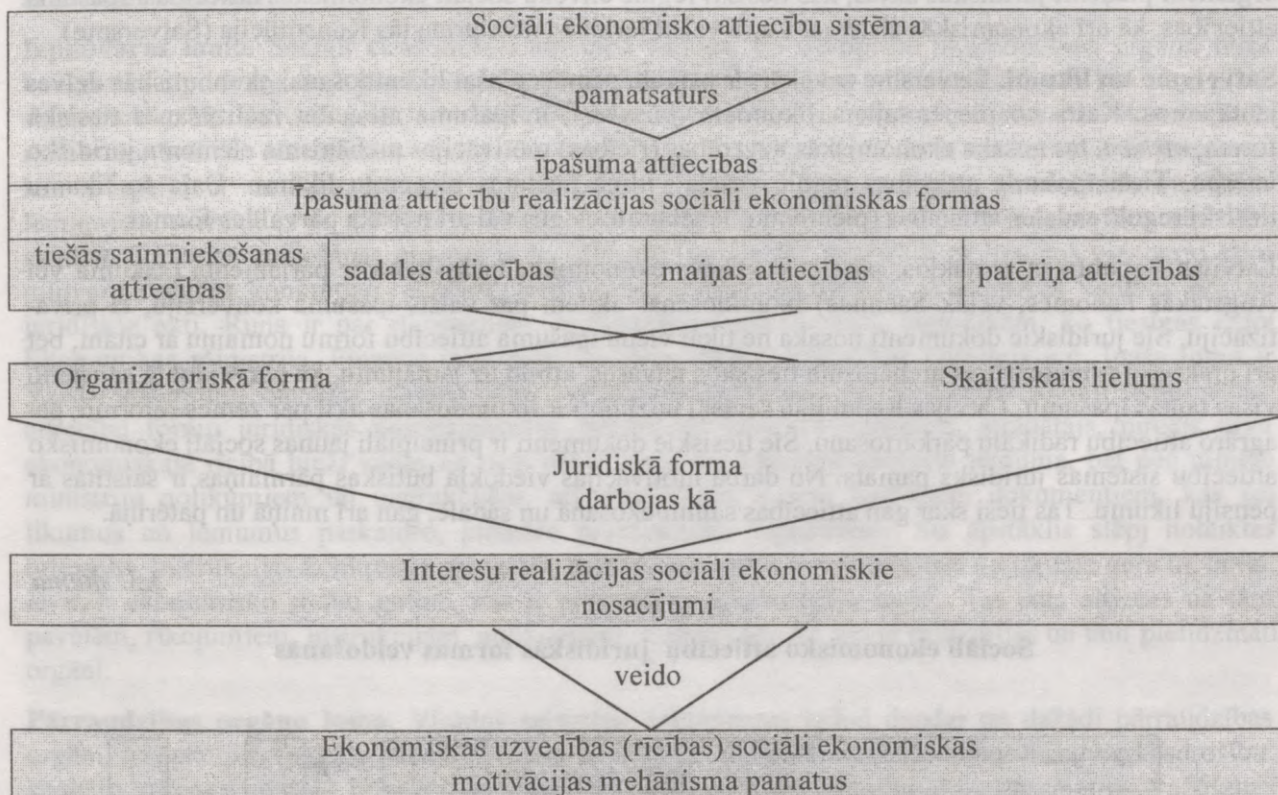
Sadale. Viens no tiem ir ražošanas līdzekļu (resursu) sadale starp sabiedrības locekļiem. Šāda sadale norāda, kam pieder ražošanas līdzekļi, kas ir to īpašnieks? Šīs attiecības nostiprina tas, ka ražošanas līdzekļu īpašums nosaka arī saražotā produkta īpašumu. Šeit saskaramies ar citu sadales aspektu – saražotā produkta vai ienākuma sadali. Īpašs sadales mehānisms dod iespēju īpašniekam atjaunot izlietos ražošanas līdzekļus, uzņēmējam saņemt peļņu un algotiem darbiniekiem – algu. Šajos sarežģītajos procesos realizējas un izpaužas tieši īpašuma attiecības.

Maina. Tas pats notiek arī maiņā. Padomāsim par elementāru maiņas aktu – pirkšanu un pārdošanu. Preci maina atsevišķi savrupi īpašnieki. Mainās pārdodamo preču un naudas īpašnieki. Nauda kā maiņas starpnieks vienmēr ir saistīta ar īpašuma attiecībām. Maiņas akts nepārprotami ir īpašuma tiesību realizācija.

Patēriņa attiecības. Šo sakarību ķēdi noslēdz patēriņa attiecības. Drīkst patērēt tikai to, kas dotajai personai pieder, kas ir nopelnīts un piesavināts iepriekšējās sadales vai maiņas gaitā. Citiem vārdiem, patērētājiem jābūt patērējamo labumu īpašniekiem. Konkrētās saimniekošanas situācijās var būt savas īpatnības. Īpašnieks var pilnvarot patērēt (lietot) neīpašnieku, piemēram, nomnieku nomas gadījumā. Taču pati noma ir īpašuma realizācijas forma. Pasekosim, kādas īpašuma attiecības izsaka stipendijas saņemšana. Valsts īpašumā esošie budžeta resursi, kas lielā mērā ir gūti ražošanas, pakalpojumu sniegšanas, tātad saimniekošanas gaitā, tiek sadalīti, izmaksājot studentiem stipendiju. Students kļūst par stipendijas – noteiktas naudas summas – pilntiesīgu īpašnieku. Stipendiju students kā īpašnieks maina pret patēriņa priekšmetiem, stājoties sakaros ar citiem īpašniekiem (privātpašnieku, valsti, kooperatīvu). Iegādāto preci students, pamatojoties uz savu īpašnieka statusu, brīvi patērē. Tātad students ir aktīvi iekļauts īpašuma attiecību ķēdē, bet tiešās saimniekošanas, sadales, maiņas un patēriņa attiecības ir īpašuma realizācijas formas.

Organizatoriskā struktūra. Visām šīm minētajām attiecībām ir noteikta organizatoriska struktūra vai forma (sk. 3.2. shēmu). Tā īpašuma attiecībām ir noteikta organizācija, tās praktiski pastāv kā viena īpašnieka uzņēmums vai vairāku īpašnieku uzņēmums (individuāls uzņēmums, ģimenes uzņēmums, valsts uzņēmums, pašvaldību uzņēmums, līgumsabiedrība, komanditsabiedrība, sabiedrība ar ierobežotu atbildību, akciju sabiedrība, paju sabiedrība). Specifiska organizācija ir akciju sabiedrība. Tur veidojas īpašas attiecības starp akciju īpašniekiem, ko nosaka statūti.

Sociāli ekonomiskās attiecības, īpašuma attiecības un to realizācijas formas



Detalizēta organizācija ir raksturīga sadales attiecībām. Praktiskā saimniekošana vienmēr ir saistīta ar noteiktu darba samaksas organizāciju. Darba samaksas formas, nosacījumi, likmes, piemēram, tarifa sistēma gabal darba un laika darba algas variantā veido sarežģītu sadales attiecību sistēmu, kam vienlaikus ir stingra organizatoriska forma. Arī maiņas un patēriņa attiecības nevar eksistēt ārpus noteiktas organizācijas. Padomāsim par vairumtirdzniecības, mazumtirdzniecības, komisijas tirdzniecības, preču biržu darbības organizāciju. Stingra organizācija ir banku sistēmai, banku operācijām. Pat patēriņam šaurā ģimenes lokā ir sava organizācija, nemaz jau nerunājot par komunālajiem pakalpojumiem. Bieži vien praktiskajā saimniekošanā tiešo ražošanu, sadali, maiņu, patērēšanu un to organizācijas formas ir grūti atdalīt. Te ir runa par sociāli ekonomisko attiecību sistēmas organizāciju saistītām daļām.

Skaitliskais raksturojums. Īpašuma attiecībām un to realizācijas formām piemīt kvantitatīvs raksturojums, skaitliska noteiktība, kurai ir īpaša loma ekonomiskās rīcības motivācijā. Tādā īpašuma formā kā akciju sabiedrības daudz kas ir atkarīgs no akciju pakešu lieluma, no vērtspapīru tirgus cenas. Darba alga kā kategorija ir vispārināts jēdziens. Rīcības motivācijas mehānisma sastāvā reāli darbojas noteikts algas vai prēmijas lielums. Acīmredzams, ka Ls 50 un Ls 100 lielas mēnešalgas ir ar atšķirīgu stimulējošu spēku. Prēmija Ls 1 vai Ls 3 apmērā šodien nevienam ne uz ko nerosina. Cita lieta ir prēmija Ls 100 apmērā. Ar skaitliskajām attiecībām mēs nemitīgi saskaramies maiņas attiecībās. Pastāvot dotajai maksātspējai, ekonomisko rīcību pieprasījuma jomā lielā mērā motivē cenu līmenis. Pavērojiet, kāds ir pieprasījums pēc piena produktiem. Pēc lētā piena pat bērniem veidojas rindas. Turklāt rindas garums ir apgriezti proporcionāls piedāvājuma apjomam. Bez skaitliskās noteiktības, kvantitatīvām proporcijām nav iedomājamas reālās sociāli ekonomiskās attiecības.

3.4. Sociāli ekonomisko attiecību juridiskā forma

Objektīvais un subjektīvais raksturs. Ievērojamai daļai sociāli ekonomisko attiecību organizatoriskām formām un skaitliskam lielumam ir juridiska forma. To veidošanas nosaka juridiski akti (sk. 3.3. shēmu). Vai tas nenoliedz tēzi, ka sociāli ekonomiskajām attiecībām ir objektīvs raksturs un tās veidojas neatkarīgi no cilvēku gribas un apziņas, neatkarīgi no valsts varas? Taču šo problēmu

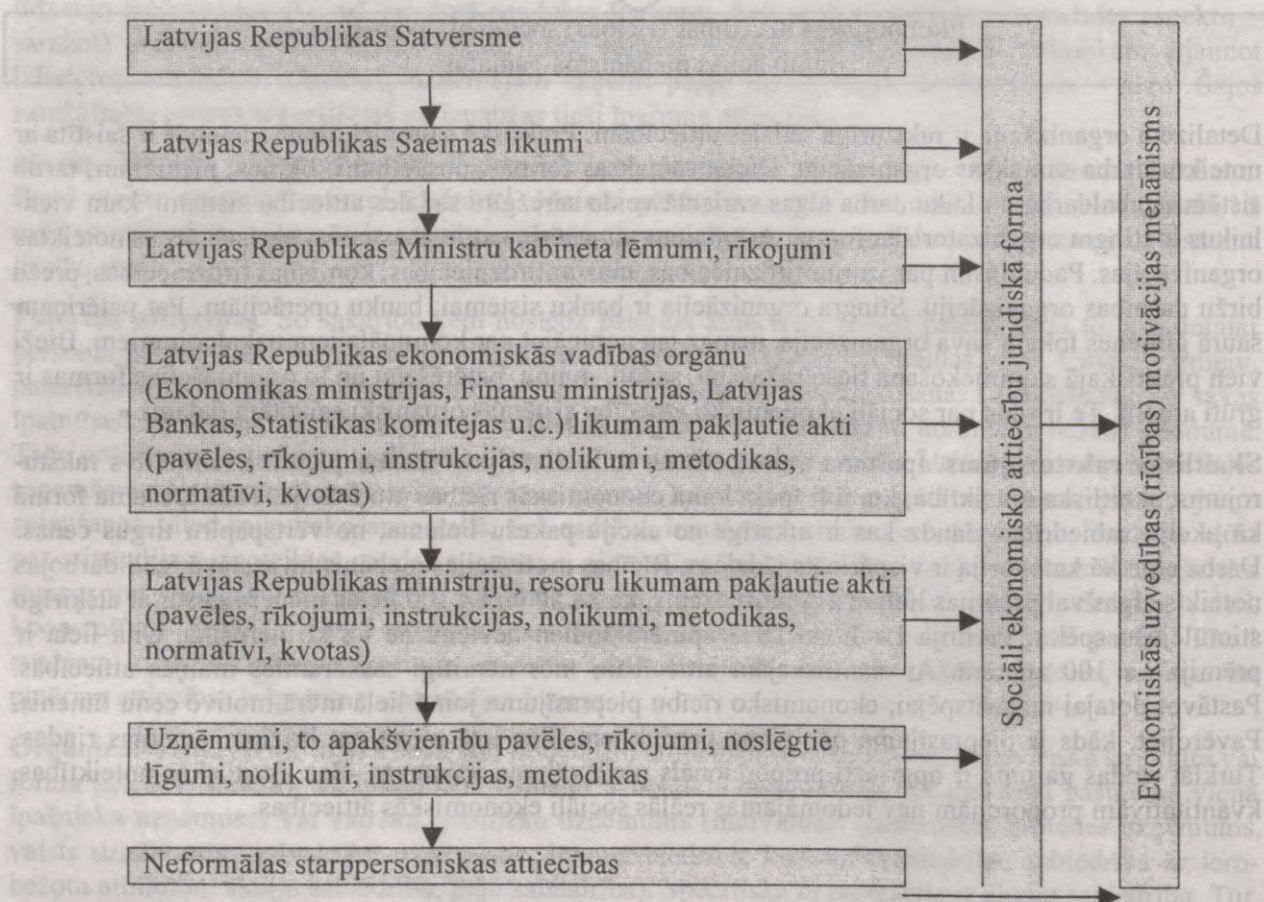
nedrīkst vienkāršot. Autors nenoliedz sociāli ekonomisko attiecību objektīvo raksturu. Tikai ko tas reāli nozīmē? Mūsaprāt, noteiktu sociāli ekonomisko attiecību formas nepieciešamību nenosaka ne cilvēku vēlmes un rīcība, ne arī tiesību normas. Tieši objektīvā nepieciešamība liek varas, pārvaldes orgāniem pieņemt juridiskus aktus, kas tiesiski regulē cilvēku sociāli ekonomiskās attiecības. Īpašuma attiecības, kā arī ekonomiskās sistēmas katrā valstī juridiski nostiprina tās Konstitūcija (Satversme).

Satversme un likumi. Satversme savukārt ir pamatu pamats plašai likumdošanai ekonomiskās dzīves jautājumos. Katrs no pieņemtajiem likumiem, *pirmkārt*, ir īpašuma attiecību realizēšanas tiesiskā forma; *otrkārt*, tas nosaka ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisma elementu juridisko ietērpju. Tieši īpašuma attiecības regulē vesela virkne Saeimas pieņemto likumu. Daļa šo likumu tiesiski regulē sadales attiecības (piemēram, ienākumu sadali) vai arī nosaka pārvaldes formas.

Latvijas Republikas apstākļos, pārejot uz tirgus ekonomiku, īpaša loma ir parlamenta (sākumā vēl Augstākās Padomes, vēlāk Saeimas) likumdošanas aktiem par valsts īpašuma konversiju, tā privatizāciju. Šie juridiskie dokumenti nosaka ne tikai vienu īpašuma attiecību formu nomaiņu ar citām, bet arī praktiskā privatizācijas mehānisma tiesiskos ietvarus, atbild uz jautājumu, kā pārveidot tā saucamo visas tautas īpašumu. Latvijas Republikā sevišķi nozīmīgi ir likumdošanas akti par zemes reformu, par agrāro attiecību radikālu pārkārtošanu. Šie tiesiskie dokumenti ir principiāli jaunas sociāli ekonomisko attiecību sistēmas juridisks pamats. No darba motivācijas viedokļa būtiskas pārmaiņas ir saistītas ar pensiju likumu. Tas tieši skar gan attiecības saimniekošanā un sadalē, gan arī maiņā un patēriņā.

3.3. shēma

Sociāli ekonomisko attiecību juridiskās formas veidošanās



Nodokļu likumdošana. Ārēji nodoklis ir sociāli ekonomiskās attiecības starp nodokļu maksātāju un valsts budžetu. Būtībā attiecību loks, ko pārstāv nodoklis, ir krietni plašāks: aiz valsts budžeta ir sabiedrības locekļi, to vajadzības. Likumi par nodokļiem kā motivācijas mehānisma daļa atkarībā no sava reālā satura spēj efektīvu saimniekošanu gan sekmēt, gan uzņēmēju iznīcināt. Katrs nodoklis saskaņā ar likumu ir daudzu elementu kopums, t.i., apliekamais objekts, maksātājs, likme, atvieglojumi, maksāšanas kārtība, sadale starp dažāda līmeņa budžetiem, sankcijas par likuma apiešanu ar

likumu. Turklāt katrs no šiem elementiem kaut ko gan rosina, gan iegrožo un darbojas kā interešu realizācijas sociāli ekonomisks nosacījums. Algas saņēmējam jāapsver, kāda naudas summa kopumā jānopelna, lai saņemtu vēlamo ienākuma lielumu. Tādējādi nodokļu likme darbojas kā darba aktivitātes regulators.

Izpildvaras loma. Sociāli ekonomisko attiecību formas, ko nostiprina likumdošanas orgāni, tālāk konkretizē izpildvara. Šajā jomā vispirms jāmin Latvijas Republikas Ministru kabinets, kas visai plašā saimniecisko un kultūras jautājumu spektrā pieņem lēmumus un izdod rīkojumus. No ekonomiskās rīcības motivācijas mehānisma veidošanās viedokļa nav iespējams pārvērtēt tos izpildvaras lēmumus, kas ir saistīti ar tarifiem, budžeta organizāciju darbinieku algām, obligāto licencēšanu utt. Šiem lēmumiem vienlaikus ir arī liela politiska rezonanse. Daudzveidīgo sociāli ekonomisko attiecību juridiskās formas veidošanas process ar to vēl nebūt nebeidzas. Iepriekšējos līmeņos pieņemto savu pilnvaru robežas konkretizē, detalizē, nostiprina Latvijas Republikas ekonomikas vadības orgānu juridiskie akti. Runa ir par rīkojumiem, nolikumiem, instrukcijām, metodikām, ko tiesīgas izdot Ekonomikas ministrija, Finanšu ministrija, Latvijas Banka, Statistikas komiteja u.c. Īpaša loma ir Valsts ieņēmumu dienesta instrukcijām, muitas nosacījumiem. Novērtējot šo sociāli ekonomisko attiecību formu juridiskās nostiprināšanas līmeni, jāievēro, ka uzņēmējs, strādātājs, pircējs savā ekonomiskajā rīcībā bieži vadās ne tieši pēc likuma vai Ministru kabineta lēmuma, bet pēc minēto ministriju nolikumiem un instrukcijām, arī metodikām, citiem tiesiskiem dokumentiem, kas šos likumus un lēmumus paskaidro, piemēro praktiskajām vajadzībām. Šis apstāklis slēpj noteiktas briesmas. Instrukcijas konkrētais paragrāfs, metodikas punkts var novirzīties no likuma gara un burtā, ievirzīt ekonomisko rīcību gultnē, kas ir pretrunā ar likumdevēju ieceri. Tas pats attiecas uz tām pavēlēm, rīkojumiem, instrukcijām, nolikumiem, metodikām, ko izdod ministrijas un tām pielīdzināti orgāni.

Pārraudzības orgānu loma. Visādu saistošus dokumentus izdod daudzi un dažādi pārraudzības orgāni, inspekcijas. Instrukcijas un normatīvie akti, kas ir saistīti ar dabas aizsardzību, ugunsdrošību, sanitāro stāvokli, regulē līdzekļu ieguldījumus, tehniskos un tehnoloģiskos parametrus, ražošanas izmaksu līmeni, pat darbības virzienus, tādējādi motivējot ekonomisko rīcību.

Uzņēmumu regulējošie akti. Motivācijas mehānisms ar tiesisku aktu palīdzību tālāk tiek konkretizēts uzņēmumu un to apakšvienību līmenī. Uzņēmumu vadītāji izdod pavēles, rīkojumus, apstiprina nolikumus, metodikas, slēdz līgumus, kas nosaka strādātāju kolektīvu un atsevišķu darbinieku rīcības ievirzi. Un vēlreiz jāuzsver, ka konkrēts darba veicējs savā darbībā vadīsies ne pēc likuma, pat ne pēc ministrijas rakstiska rīkojuma, bet pēc sava direktora, sava ceha priekšnieka pavēles, meistara norādījuma.

Saimnieciskie un darba līgumi. Tirgus ekonomikas apstākļos sevišķi nozīmīgs ir noslēgto piegādes līgumu katrs punkts, citas saimnieciskā rakstura vienošanās precīzie formulējumi. Algotā darba nosacījumu un samaksas pamatā ir kolektīvi un individuāli līgumi.

Neformālās attiecības. Viss šis sarežģītais sociāli ekonomisko attiecību kopums galu galā praktiski tiek īstenots ar neformālu starppersonisku attiecību starpniecību. Pavēle, instrukcija, metodika ir normatīvs dokuments, kuram ir tiesisks spēks. Bet darbinieku vērtēšana, ko veic pārvaldes kāpnēs augstāk stāvošais vadītājs, jau ir starppersoniskās attiecības bez juridiskas formas. Te ir minamas prasības, ko izvirza direktors savam vietniekam, ceha priekšniekam, nodaļas vadītājam, meistars brigadierim, brigadieris strādniekam. Daudzos aspektos šīm attiecībām ir neformāls raksturs. Šo attiecību loma motivācijas mehānismā ir ievērojama. (Sociāli ekonomisko attiecību sistēmas juridiskās formas secīga veidošanās ir atspoguļota 3.3. shēmā.)

Tiesiskas attiecības komandekonomikā un tirgus saimniecībā. Rodas jautājums, vai visām saimniekošanas attiecībām ir nepieciešama juridiskā forma? Administratīvā komandsistēma paredz saimniekošanā visai plašu tiesisku attiecību loku. Turpretī tirgus ekonomikā saimniekošanas attiecībām juridisko formu ir krietni mazāk. Turklāt mēs te sastopamies ar dažādas izcelsmes tiesiskajām attiecībām. Administratīvajā komandsistēmā pārsvarā ir tiesiskas attiecības, kas ir saistītas ar valsts centrālo pārvaldes orgānu darbību. Bet tirgus ekonomikā vēršas plašumā partneru attiecības, kas veidojas pašregulēšanās ceļā. Apskatīsim tādas sociāli ekonomiskās attiecības kā cenas. Plānsaimniecības pagātnē ievērojama daļa cenu bija fiksētas centralizēti noteiktos cenrāžos. Tās tika veidotas pēc īpašas cenu orgānu metodikas. Topošajā tirgus ekonomikā cenas ir brīvas. Par tām vienojas partneri, ievērojot pieprasījuma un piedāvājuma samēru. Cena zaudē savu iepriekšējo juridisko

reglamentāciju. Ražošanas līdzekļu piegādēs vairumtirdzniecībā cenas tiek fiksētas juridiskā dokumentā – līgumā, kam ar valsts cenu orgānu cenrāžiem nav nekāda sakara. Valsts likumdošana tikai nosaka, kādam ierobežotam preču un pakalpojumu lokam ir saglabājamās cietas valsts cenas, tarifi. Ražošanas un piegāžu plāns ar rādītāju sistēmu, fondiem un limitiem ir noteikts juridisks dokuments, centralizētās pārvaldes izpausme. Pasūtījumu portfelis ar noslēgtiem līgumiem kā tiesiskas attiecības raksturo neatkarīgu partneru brīvu vienošanos.

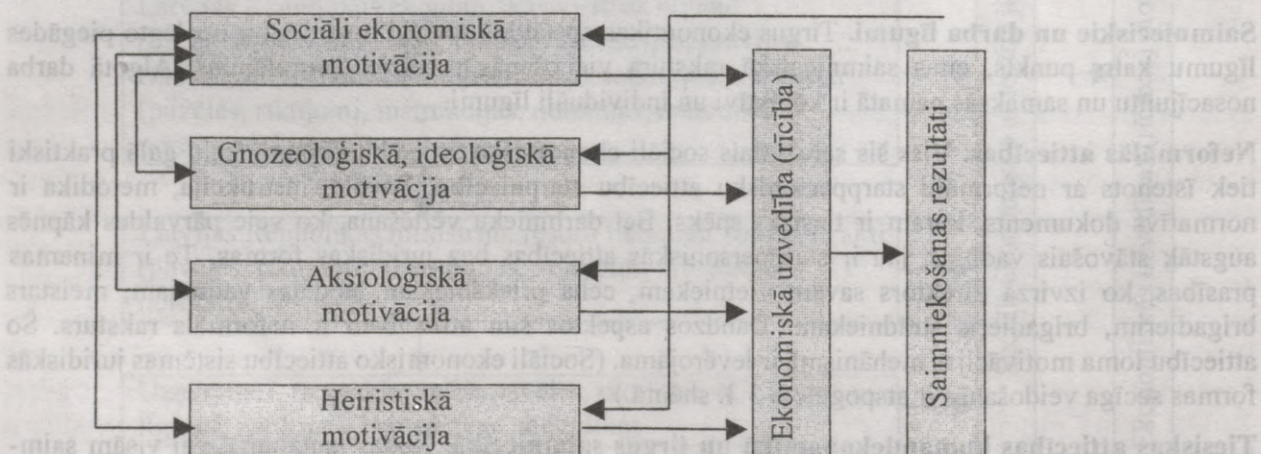
Strādnieku darba samaksas pamatā gadu desmitiem ilgi bija tarifu sistēma. Tās elementi – tarifa tīkls, tarifa koeficienti un tarifa likmes – bija centralizēti juridiski fiksēti. Šo sistēmu ārdīja un beidzot sagrāva tas, ka izstrādes normas, kas bija tiesiski nostiprinātas uzņēmumu līmenī, galu galā sāka atspoguļot administrācijas un strādātāju vienošanos par izpeļņas līmeni. Pašlaik Latvijā valsts saimnieciskajām organizācijām, uzņēmumiem juridiski nosaka tikai minimālās darba algas apmēru, bet darba samaksas sistēmu, nosacījumus un lielumu nosaka kolektīvie un individuālie līgumi. Tiem ir nepārprotams juridisks spēks. Atkarībā no uzticības pakāpes, it sevišķi nelielos uzņēmumos, darba algu var arī regulēt mutiska vienošanās. Budžeta organizācijās saglabājas darba samaksas valstiskā regulēšana. Nodokļu noteikšana ir un paliks valsts likumdošanas ziņā. Secinājums ir nepārprotams: nostiprinoties tirgus ekonomikai, valsts orgānu tiesiskās regulēšanas joma būtiski sašaurināsies, bet neizzudīs.

3.5. Ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisma struktūra

Autora līdzšinējā nostāja bija visai vienkāršota. Tika aprakstīta cēloņsakarība, kas it kā nepieļauj rīcības izvēles brīvību, varbūtību. Motivācijas mehānisms, kas tiek reducēts uz sociāli ekonomiskajām attiecībām un saimniekošanas formām, viennozīmīgi kā interešu realizācijas nosacījumi noteic ekonomiskās rīcības mērķtiecību un praktisko ievirzi. Mēs jau darba sākumā minējām, ka motivācija ir “maiss” ar daudziem visai atšķirīgiem elementiem. Praktiski mums ir darīšana ar daudzveidīgu motivāciju (sk. 3.4. shēmu).

3.4. shēma

Ekonomiskās uzvedības (rīcības) mehānisma struktūra¹



Sociāli ekonomiskā motivācija. Tās saturs bija iepriekšējās analīzes objekts. Šeit motivācijas pamats ir īpašuma attiecības un tās realizācijas formas tiešā saimniekošanā, sadalē, maiņā, patēriņā. Konkrētāk veidojas darba devēju un darba ņēmēju attiecības, uzņēmumu savstarpējās attiecības, attiecības ar banku, attiecības ar budžetu, pašpārvaldes organizācijas attiecības, brīvības pakāpe pārvaldē.

¹ Šīs shēmas idejas autors ir E. Ceihners.

Te jāpakavējas pie viena fenomena: nav obligāti, ka divi uzņēmēji, pārvaldnieki vai strādnieki vienādos saimniekošanas apstākļos rīkosies pilnīgi vienādi. Tas liecina, ka bez sociāli ekonomiskajām attiecībām motivācijas mehānismā ir vēl citi elementu kopumi.

Gnozeoloģiskā un ideoloģiskā motivācija. Gnozeoloģija ir izziņas teorija. Saimniekotāji subjekti ir dažādu ekonomikas teoriju piekritēji. Tas tieši ietekmē ekonomisko rīcību, kas saistīta ar saimniekošanas formu izvēli, ar zināmas ekonomikas politikas īstenošanu. Tā keinsiānisti cenšas realizēt pasākumus, kas stimulē kopējo pieprasījumu, toties monetāristi ir par pasākumiem, kas rosina piedāvājumu. Praktiski tas tālāk izpaužas augstu un zemu nodokļu noteikšanā, valsts lomā ražošanas regulēšanas procesos. Arī vienu cenšanās saglabāt līdzšinējo administratīvo komandsistēmu, bet citu vēlme ātrāk pāriet uz tirgus ekonomiku var būt saistīta ne tikai ar sociālām, bet arī gnozeoloģiskām saknēm. Gnozeoloģija bieži vien pāraug ideoloģijā. Ideoloģiskā pārliecība, ideoloģiskās klišejas diemžēl vēl ietekmē daudzu cilvēku rīcību. Latvijas Republikā ir vēl vakardienas piekritēji, kuri aicina neatteikties no sociālistiskās izvēles, vairās no privātā īpašuma kā velns no krusta.

Līdz 1991. gada 21. augustam galvenais ideoloģiskais pretstats Latvijā bija saistīts ar tās tālāko likteni: būt tai patiesi neatkarīgai vai kardinālos jautājumos pakļautai centram Padomju Savienības sastāvā. Šāda rakstura ideoloģiska nostāja būtiski motivēja arī ekonomisko rīcību. Šodien aktuāls ir jautājums par Latvijas ārējo ekonomisko sakaru orientāciju galvenokārt uz Rietumiem, uz Eiropas Savienības valstīm, par to, kā novērtēt NVS valstu tirgus lomu, vai Latvijas ekonomikai būt slēgtai vai atklātai. Saimniekošanas jomā šīs problēmas galvenokārt skar vadītāju nostāju.

Nacionālās pašapziņas loma. Ekonomiskās rīcības motivācija var būt arī saistīta ar reliģiskiem uzskatiem, par ko vēsturē ir daudz piemēru. Nedrīkst ignorēt arī nacionālās pašapziņas lomu un nozīmi. Mūsdienās visai aktuāla ir latviešu etnosa izdzīvošanas problēma. Centienus un rīcību šajā jomā nebūt nemotivē parastais ekonomiskais izdevīgums. Arī morāles un ētikas normas ir motivācijas mehānisma elements.

Aksioloģiska motivācija. Cilvēku atšķirīga nostāja, centieni, vēlmes un pat gaume ekonomiskajā rīcībā ir saistīta ar aksioloģisko motivāciju. Aksioloģija būtībā ir novērtējuma teorija. Parādības cilvēki novērtē subjektīvi. Tam svarīga nozīme ir ekonomiskajos procesos, saimniekošanas praksē. Izvērtēsim vairākas elementāras situācijas. **Pirmā situācija.** Jaunam strādniekam piedāvā par labu samaksu pastrādāt likumīgajā brīvdienā. Kādi var būt šāda priekšlikuma novērtējuma varianti? Pirmais variants: gribu nopelnīt, strādāšu. Otrais variants: man dārgāks brīvais laiks (man sarunāta tikšanās ar savu draudzeni, mani gaida sporta stadionā, gribu pasapņot pie dabas krūts), nestrādāšu. **Otrā situācija.** Gara cilvēku rinda stāv pēc degvīna, sviesta, desām, zeķbiksēm, kurpēm. Ekonomiskās rīcības pirmais pamatojums: stāšos rindā, jo man dotās preces trūkst. Otrs pamatojums: stāšos rindā, neatliekamas vajadzības nav, bet jāuzkrāj priekšdienām. Trešais pamatojums: rindā stāvēšanu principiāli neatzīstu. Ceturtais pamatojums: rindā nestāšos, tā ir par garu, man nav tik daudz brīvā laika. Pirmā situācija liecina, ka sociāli ekonomiskā motivācija materiālā stimula veidā nebūt nav visspēcīga; ekonomisko rīcību regulē tas, kā cilvēks subjektīvi vērtē alternatīvas.

Priekšrocību skala. Nepārprotami svarīga ir aksioloģiskā motivācija, kad katram cilvēkam ir sava priekšrocību skala. Ja pastāv izvēles iespēja, tad tā arī motivē ekonomisko rīcību. Šī atziņa jāņem vērā, pētot tādu nozīmīgu ekonomisku parādību kā pieprasījums. Vieni cilvēki no daudz kā atsakās, lai tikai neatpaliktu no modes, turpretī citi cilvēki pret modi ir vienaldzīgi. Acīmredzot bez šādu variantu novērtēšanas pieprasījuma prognozēšana nav iespējama. Šāda prognoze tirgus ekonomikas apstākļos savukārt būtiski regulē, ko un cik ražot. Aksioloģiskā motivācija ietekmē arī uzņēmēju rīcību, jo katram saimniekotājam subjektam ir sava priekšrocību un vērtējumu skala. Dažāda ir uzņēmēju attieksme pret risku, atšķirīgs ir riska vērtējums. Vieni ir gatavi riskēt, citi to nevēlas un meklē mierīgus ūdeņus. Šeit aksioloģiskā motivācija pāraug heirstiskā motivācijā.

Heirstiskā motivācija. Ekonomiskā rīcība nav atdalāma no radošās pieejas. Ikviens uzņēmējs, pārvaldnieks, strādnieks atkarībā no savas personības potenciāla meklē savus ceļus, kā īstenot savus mērķus un ieceres. Talants, izdoma, iniciatīva, kvalifikācija un pieredze ir vajadzīga ikvienam darbam. Te arī vērojama heirstisko motivāciju, kas ir atvasināta no pazīstamā sauciena "Heirēka!". Patiešām, kāpēc viena direktora vadībā uzņēmums nīkuļo, bet cita direktora vadībā tas strauji attīstās? Šodien vieni kolektīvi padodas bezcerīgumam, turpretī citi kolektīvi ar enerģiskiem vadītājiem priekšgalā meklē izeju no krīzes situācijas. Var salikt rokas klēpī un gaidīt, ko lems likteņa pirksts. Var pat precēm pārsātinātajā rietumvalstu tirgū meklēt un atrast savu nišu, tikt uz brīvi konvertējamās valūtas

zaļā zara. Tā ir iemaņa, intuīcija, ķēriens, kas dod iespēju biznesmeņiem kaut kur Ņujorkā vai Tokijā gūt panākumus biržas spēlē. Tirgū, biržā spēles noteikumi visiem ir vienādi. Tieši heirstiskā motivācija rosina rīcību, kas nodrošina veiksmi. Uzņēmēja talants nav tikai dieva dāvana. Jā, dotības ir vajadzīgas, bet tās kļūst no potenciāla spēka par panākumu kalēju tikai savienībā ar teoriju, zināšanām, erudīciju, praktisko pieredzi. Tāpēc ir likumsakarīgi, ka Rietumos ekonomikas teoriju, uzņēmējdarbības pamatus, biznesa mākslu plaši apgūst gan jaunieši, gan konkurences kautiņos rūdītie uzņēmēji un menedžeri.

Nozīmīgs ir secinājums, ka ekonomiskajai uzvedībai (rīcībai) ir varbūtējs raksturs.

Atgriezeniskā saikne motivācijas mehānismā. 3.4. shēmā, no vienas puses, ir izdalītas ekonomiskās rīcības motivācijas mehānisma četras atsevišķas apakšsistēmas. No otras puses, ar līnijām ir parādīts, ka šīs apakšsistēmas savā starpā ir cieši saistītas. Būtībā darbojas vienots motivācijas mehānisms un tikai zinātniskā analīze izdala minētās apakšsistēmas.

Shēma vienlaikus arī rāda atgriezenisko saikni motivācijas mehānisma darbībā. *Pirmkārt*, darbojas tiešā saikne: motivācijas mehānisma apakšsistēmas kā cēlonis determinē ekonomisko uzvedību (rīcību); tā savukārt nosaka saimniekošanas rezultātus. *Otrkārt*, saimniekošanas rezultāti, tās panākumi un neveiksmes atgriezeniski ietekmē gan ekonomisko rīcību, gan motivācijas mehānisma konkrētus elementus. Saimniekošanas rezultāti ar atgriezenisko saikni spiež laiku pa laikam korigēt ne tikai ekonomisko rīcību, bet arī motivācijas mehānisma konkrēto izveidi (sociāli ekonomiskās attiecības, to organizatorisko formu, skaitlisko lielumu, juridisko formu). Šim apstāklim pašlaik Latvijas Republikā ir sevišķa nozīme. Mēs gan apgalvojām, ka nevajag paļauties uz izmēģinājumu un kļūdu metodi, taču meklējumi, kad rezultāts nav iepriekš zināms, ir neizbēgami. Sasniegtais nemītīgi kritiski jānovērtē. Jauno sociāli ekonomisko attiecību sistēmu neizdosies īsā laikā veidot bez kļūdām, trūkumiem, nepilnībām. Daudzko nāksies labot un pārlabot. Tas nozīmē, ka daudzkārt būs jāpilnveido ekonomiskās rīcības motivācijas mehānisms, ievērojot gan līdzšinējo pozitīvo, gan negatīvo pieredzi. Bez efektīvas atgriezeniskās saiknes šeit nevar iztikt. Ir būtiski, lai reakcija uz atgriezeniskās saiknes signāliem būtu ātra. Lai orientētos bangojošajā saimniekošanas okeānā, ir nepieciešams kompass. Šis kompass ir tirgus ekonomikas teorija.

3.6. Ekonomikas attīstības un sociāli ekonomisko attiecību mijiedarbības modelis

Iepriekšējā analīze rada pamatu dziļākiem vispārīnājumiem par sociāli ekonomisko attiecību lomu ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijā.

Ekonomiskās attīstības modelis. Kļūst iespējams dot atbildi uz jautājumu, kāpēc dažādos vēsturiskos laikmetos veidojās atšķirīgi sociāli ekonomiskās attiecību sistēmas un motivācijas mehānismi. Centīsimies izveidot modeli, kas rāda, kā sociāli ekonomiskās attiecības veicina vaibremzē ekonomikas attīstību.

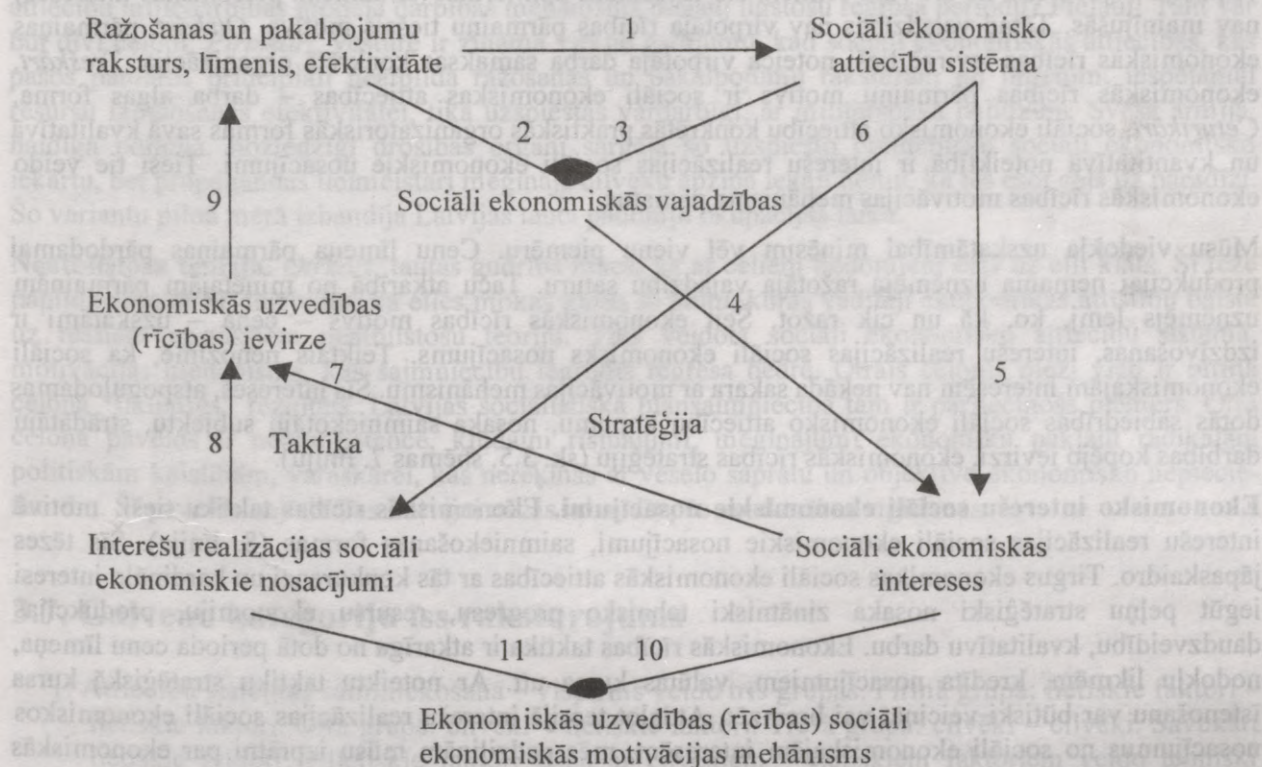
Vēstures pieredze. Atgriezīsimies pie jautājuma: kam ir pakļauta ražošanas attīstība, plašākā nozīmē saimniekošana? Atbilde jau tika dota. Tā ir cilvēku sociāli ekonomisko vajadzību apmierināšana. Šīs vajadzības savukārt veidojas atkarībā no ražošanas rakstura, attīstības līmeņa, efektivitātes, kā arī no dotās sabiedrības sociāli ekonomiskajām attiecībām. Bet kas determinē pēdējās? Padomāsim par dažām senas vēstures realitātēm. Kāpēc akmens laikmetā nebija mūsdienu privātā īpašuma un sociālās diferenciacijas, vergturu un vergu, bet pastāvēja kopienas kopīpašums un nolīdzinoša sadale pēc ēdāju skaita? To noteica ražošanas vēsturiski zemā brieduma pakāpe, darba ražīguma līmenis. Katra strādātāja ražošanas potenciāls bija vēl tik neliels, darba līdzekļi tik neattīstīti, ka kopiena spēja izdzīvot, veicot vienīgi kopēju darbu. Saražotais produkts bija tik niecīgs, ka tā pietika tikai kopienas locekļu eksistencei. Atņemt kaut ko vieniem – vergiem – un to pārdalīt par labu citiem – vergturiem – bija vienkārši neiespējami. Vergi ātri vien nomirtu bada nāvē. Kopienas kopīpašums, nolīdzinošā sadale bija ražošanas rakstura un attīstības līmeņa, efektivitātes tiešā funkcija, šīs sabiedrības izdzīvošanas sociāli ekonomisks nosacījums.

Sociālistiskās attiecības – bremze. Tālāk varam izsekot, kā, attīstoties ražošanai līdz pat mūsdienām, mainījās arī sociāli ekonomiskās attiecības. PSRS septiņdesmit gadu ilga sociālistiskais eksperiments nepārprotami liecina, ka ražošanas raksturam un attīstības tendencēm neatbilstošas sociāli

ekonomiskās attiecības, kuru pamatā turklāt bija vardarbīgs politisks spēks, darbojās kā progresa bremze. Līdz ar to sabiedrības normāla izdzīvošana tika tieši apdraudēta. Tas nozīmē, ka visprogresīvākā tehnika nīkuļoja, strādāja ar minimālu atdevi vai pat netika lietota, jo nebija atbilstošu saimniekošanas nosacījumu. Centieni neatkarīgās Latvijas saimniecību balstīt uz tirgus ekonomikas principiem, uz privāto īpašumu izriet nevis no abstraktām vēlmēm, bet no objektīvas nepieciešamības glābt republiku, tautu. Vēl 1940. gada maijā Latvijai un Somijai bija vienādas starta pozīcijas, kopumā vienāda sociāli ekonomisko attiecību sistēma, kas atbilda ražošanas raksturam un līmenim. Pēc otrā pasaules kara tirgus ekonomikas attiecības nodrošināja Somijai vispusīgu progresu, tās iedzīvotājiem augstu dzīves kvalitāti. Tā saucamais sociālisms, kas ir pretdabisks pēc savas būtības, noveda Latviju tajā krīzes mūklājā, kurā tā šodien atrodas. Īpašuma privatizācija, zemnieku saimniecības, centralizēti diktētu plānu atcelšana, tirgus cenas radīja republikā principiāli jaunus saimniekošanas nosacījumus, mūsdienu apstākļiem atbilstošu ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānismu. Lasītājs var iebilst. Darba sākumā tika minēts, ka motīvu "maisā" noteicošais elements ir vajadzības. Taču darba turpmākās lappusēs tiek apgalvots, ka ekonomiskās rīcības motivācijas pamats ir sociāli ekonomiskās attiecības, saimniekošanas formas. Lai to saprastu, paanalizēsim realitātes. *Pirmkārt*, pašas vajadzības veidojas un attīstās sociāli ekonomisko attiecību ietekmē. *Otrkārt*, vajadzības determinē ekonomisko rīcību nevis tieši, bet pastarpināti. Izsekosim šīm sakarībām 3.5. shēmā, kas būtībā ir ekonomikas attīstības modelis.

3.5. shēma

Ekonomikas attīstības un sociāli ekonomisko attiecību mijiedarbības modelis



Analīzes smaguma punkts. 1. līnija raksturo to, ka sociāli ekonomisko attiecību sistēma objektīvi veidojas atbilstoši ražošanas un pakalpojumu raksturam, attīstības līmenim un efektivitātei. 2. un 3. līnija fiksē darbā apskatīto vajadzību atkarību gan no ražošanas attīstības, gan no sociāli ekonomisko attiecību sistēmas. Pievērsīsim uzmanību 9. līnijai. Tā atspoguļo nepārprotamu realitāti, ka ražošanas progresu tieši nosaka ekonomiskās uzvedības (rīcības) praktiskā ievirze. Te esam nonākuši līdz analīzes smaguma punktam. Jādod atbilde uz jautājumu, kas motivē ekonomiskās rīcības ievirzi. Vai tās ir sociāli ekonomiskās vajadzības? Mūsaprāt, nē. Atcerēsimies mūsu nesenās pagātnes necilo praksi. Vadītāji cīnījās par plāna izpildi neatkarīgi no tā, vai paveiktais apmierināja vai neapmierināja sabiedrības, patērētāju vajadzības. Strādnieku interesēja lielāka alga, ko bieži vien varēja saņemt, ražojot pat brāķi. Celtnieki daudz neraizējās par būvju celtniecības ilgumu, bet viņus interesēja pēc

iespējas lielāku līdzekļu apguve. Rūpnīca varēja gadu desmitiem ilgi ražot gaužām novecojušu tehniku un būt augsti rentabla. Arī Rietumu tirgus ekonomikā ražošana, saimniekošana cilvēku vajadzību apmierināšanas nolūkos ir pastarpināta ar citu motīvu – ar centieniem pēc lielākas peļņas, ar panākumiem konkurencē. Tāpēc shēmā sociāli ekonomiskās vajadzības nav tieši savienotas ar ekonomiskās rīcības ievirzi.

Ekonomiskās intereses. 4. līnija liecina, ka vajadzībām ir ļoti specifiska un reizē aktīva izpausmes forma – sociāli ekonomiskās intereses. 5. līnija rāda, ka šīs intereses tieši determinē sociāli ekonomisko attiecību kopums. Sociāli ekonomiskās intereses ir objektīva kategorija, kas ir neatkarīga no cilvēku gribas un apziņas. No vienas puses, sociāli ekonomiskās vajadzības ir sociāli ekonomisko interešu pamatsaturs. No otras puses, tas, kādas ir sociāli ekonomiskās attiecības, nosaka arī sociāli ekonomiskās intereses. Pēdējās kā rosinošs spēks pauž centienus apmierināt vajadzības.

Daudzi autori uzskata, ka tieši sociāli ekonomisko interešu sistēma veido **ekonomiskās rīcības motivācijas mehānismu**. Lai novērtētu šo atziņu, pievērsīsimies atkal praksei. Analizēsim jau pieminētu piemēru. Strādniekam virpotājam sākotnēji par darbu maksāja pēc gabaldarba algas sistēmas, paredzot arī lielu premiālo piemaksu par normu pārpildi. Viņa ekonomiskās rīcības motivācijas ķēde ir acīmredzama: lai pilnīgāk apmierinātu savas vajadzības, virpotājam vairāk jānopelna, bet, lai vairāk nopelnītu, viņam jāražo vairāk detaļu, jāpārsniedz norma. Viņu maz interesē detaļu kvalitāte. Pieņemsim, ka virpotājam noteica laika darba samaksu, paredzot augstu premiālo piemaksu par teicamu ražotās produkcijas kvalitāti. Vai šajā gadījumā mainījās strādnieka ekonomiskā rīcība? Jā, nepārprotami. Tagad vairs nav svarīgs ražoto detaļu daudzums, bet gan to kvalitāte. Kāds tam ir iemesls? Ir mainījusies darba samaksas praktiskā forma. Ko no tā varam secināt? *Pirmkārt*, ne virpotāja vajadzības, ne arī viņa centieni šīs vajadzības apmierināt (strādnieka personiskās intereses) nav mainījušās. Tātad vajadzības nav virpotāja rīcības pārmaiņu tiešais motīvs. *Otrkārt*, pārmaiņas ekonomiskās rīcības ievirzē tieši noteica virpotāja darba samaksas konkrētā organizācija. *Treškārt*, ekonomiskās rīcības pārmaiņu motīvs ir sociāli ekonomiskās attiecības – darba algas forma. *Ceturtkārt*, sociāli ekonomisko attiecību konkrētās praktiskās organizatoriskās formas savā kvalitatīvā un kvantitatīvā noteiktībā ir interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi. Tieši tie veido ekonomiskās rīcības motivācijas mehānisma pamatus.

Mūsu viedokļa uzskatāmībai minēsim vēl vienu piemēru. Cenu līmeņa pārmaiņas pārdodamai produkcijai nemaina uzņēmēja ražotāja vajadzību saturu. Taču atkarībā no minētajām pārmaiņām uzņēmējs lemj, ko, kā un cik ražot. Šeit ekonomiskās rīcības motīvs – cena – uzskatāmi ir izdzīvošanas, interešu realizācijas sociāli ekonomisks nosacījums. Teiktais nenozīmē, ka sociāli ekonomiskajām interesēm nav nekāda sakara ar motivācijas mehānismu. Šīs intereses, atspoguļodamas dotās sabiedrības sociāli ekonomisko attiecību kopumu, nosaka saimniekotāju subjektu, strādātāju darbības kopējo ievirzi, ekonomiskās rīcības stratēģiju (sk. 3.5. shēmas 7. līniju).

Ekonomisko interešu sociāli ekonomiskie nosacījumi. Ekonomiskās rīcības taktiku tieši motivē interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi, saimniekošanas formas (8. līnija). Šīs tēzes jāpaskaidro. Tirgus ekonomikas sociāli ekonomiskās attiecības ar tās konkurenci un kardinālo interesi iegūt peļņu stratēģiski nosaka zinātniski tehnisko progresu, resursu ekonomiju, produkcijas daudzveidību, kvalitatīvu darbu. Ekonomiskās rīcības taktika ir atkarīga no dotā perioda cenu līmeņa, nodokļu likmēm, kredīta nosacījumiem, valūtas kursa utt. Ar noteiktu taktiku stratēģiskā kursa īstenošanu var būtiski veicināt vai bremsēt. Atdalot teorijā interešu realizācijas sociāli ekonomiskos nosacījumus no sociāli ekonomiskajām interesēm, mēs padziļinām mūsu izpratni par ekonomiskās rīcības motivācijas mehānismu, gūstam nepieciešamās atziņas praktisku jautājumu risināšanai (sk. 3.5. shēmas 10. un 11. līniju).

Tādas tirgus ekonomikas kategorijas kā cenas, pakalpojumu tarifi, nodokļi, muitas tarifi, noguldījumu procenti, kredīta procenti, amortizācijas atskaitījumu normatīvi, valūtas kurss, darba alga, nomas maksa, piegādes līgumu punkti utt. savā konkrētībā, līdz organizācijas pēdējai detaļai nav ne pašas vajadzības, ne intereses, bet šo interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi. Kāpēc meklējam precī ar zemāku cenu? Kāpēc esam gatavi maksāt par kvalitatīvu precī augstāku cenu? Kāpēc meklējam banku, kur norēķinu apkalpošana ir lētāka un gada procenti par kredītu mazāki? Nemītīgi centieni pilnīgāk īstenot intereses, labāk apmierināt augošās un mainīgās vajadzības liek katram diendienā meklēt izdevīgākus interešu realizācijas nosacījumus. Tā arī ir atbilde uz iepriekš izvirzītiem jautājumiem. Vienlaikus interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi vistiešāk motivē saimniekojošo subjektu ekonomisko uzvedību (rīcību).

Progresā mehānisms. Ekonomikā nemītīgi īstenojas dinamiski procesi: kaut kas veidojas no jauna, kaut kas atmirst. Shematiski ekonomiskā progresā virzību var attēlot šādi: 1) attīstās vajadzības, 2) jaunu saturu gūst intereses; 3) līdzšinējie interešu īstenošanas sociāli ekonomiskie nosacījumi kā motivācijas mehānisma elementi ievirza saimniekojošo subjektu ekonomisko uzvedību (rīcību) vecā gultnē; 4) veidojas pretruna starp interešu jaunu saturu un novecojušām saimniekošanas formām (interesu realizācijas sociāli ekonomiskiem nosacījumiem); 5) pēdējie jāpildinveido vai jānomaina; 6) tā ietekmē mainās saimniekošanas taktika, ekonomiskās uzvedības (rīcības) ievirze; 7) ja vajadzību pārmaiņa ir pietiekami būtiska, briest nepieciešamība mainīt saimniekošanas stratēģiju; 8) jaunas saimniekošanas stratēģijas un taktikas iespējā pārkārtojumu impulsus saņem ražošana un pakalpojumi, mainās to līmenis, raksturs, efektivitāte; 9) sociāli ekonomisko attiecību sistēma pārkārtojas, jo pildinveidotas vai izveidotas jaunas saimniekošanas formas; 10) šie pārkārtojumi nevar būt pietiekami radikāli, ja saglabājas vecās un visai sīkstās īpašuma attiecības; 11) jānomaina īpašuma attiecības, kas izraisa veco attiecību nesēju pret darbību; 12) ja vecās, par bremzi kļuvušās īpašuma attiecības ir nomainītas, nostiprinās jaunas īpašuma attiecību realizācijas formas, pārkārtojumi ekonomikā kļūst kardināli; 13) jaunais ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisms sekmē ekonomikas tālāko attīstību. Process turpinās. Iepriekšminētie trīspadsmit etapi atkārtojas, nodrošinot ekonomisko un sociālo progresu. Sprotams, šis galu galā neatvairāmais process nav pastaiga pa platu un gludu lielceļu. Pretrunas, pret darbība, mīļāšanās uz vietas, novirze sānis ir progresā virzības neizbēgami pavadoņi. Ir iespējams aizkavēt progresu uz īsāku vai garāku laika sprīdi. Šādai uzvedībai ir savi cēloņi. Kā atsevišķi izņēmumi tie tikai apstiprina progresā uzvaras vispārējo likumu, galu galā neatvairāmo virzību uz priekšu.

Vardarbība un ekonomika. Vai aprakstītā sakarību virkne, ekonomikas un sociāli ekonomisko attiecību mijiedarbības modeļa darbības mehānisms pieļauj ilgstošu regresa periodu? Pieļauj! Tam var būt divi cēloņi. *Pirmkārt*, vēsturē ir zināma virkne gadījumu, kad sociāli ekonomiskās attiecības, kas pašos pamatos principiāli neatbilda ražošanas un pakalpojumu raksturam un līmenim, iespējamai resursu izlietošanas efektivitātei, tika uzspiestas vardarbīgi, ar militārspēka palīdzību. Sveša armija, naidīga policija, noziedzīgi drošības orgāni sargāja šo uzspiesto pret dabisko sociāli ekonomisko iekārtu, bet propagandas lielmeistari mēģināja cilvēku apziņā iekalt domu, ka tas esot ceļš uz paradīzi. Šo variantu pilnā mērā izbaudīja Latvijas tauta padomju okupācijas laikā.

Neatbilstoša teorija. *Otrkārt*, tautas gudrība māca, ka ar cēliem nodomiem ceļš uz elli klāts. Šī tēze papildināma ar brīdinājumu, ka elles mokas gaida to tautu, kuras vadītāji ekonomikas attīstību balsta uz reāliem apstākļiem neatbilstošu teoriju. Tiks veidota sociāli ekonomisko attiecību sistēma, motivācijas mehānisms, kas saimniecību ieģrūdīs regresa bedrē. Otrās cēlonis bieži vien ir pirmā cēloņa "likumīgs" rezultāts. Latvijas sociālistiskā plānsaimniecība tam ir pārliecinošs piemērs. Otra cēloņa paveids ir nekompetence, kļūdaini risinājumi, mēģinājumi ekonomiku pakļaut radikālām politiskām kaislībām, varaskārei, kas nerēķinās ar veselo saprātu un objektīvo ekonomisko nepieciešamību. Šī paveida neēdības Latvijai nācās izbaudīt pēc neatkarības atgūšanas.

3.7. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Attiecību sistēmas saimniekošanā – vispirms veido trīs grupas. Pirmā grupa: lietiskie faktori – lietiskie faktori. Otrā grupa: cilvēki – lietiskie faktori. Trešā grupa: cilvēki – cilvēki. Savukārt lietiskie faktori – lietiskie faktori kopā ar cilvēkiem – lietiskiem faktoriem veido tehniski tehnoloģiskās attiecības; trešā grupa – cilvēki – cilvēki – ekonomiskās attiecības, kas vieno cilvēkus uz darba dalīšanas, funkcijas specializācijas pamatiem, un sociālekonomiskās attiecības, kur cilvēku attiecības pirmām kārtām balstām uz īpašuma attiecībām. Tehniski tehnoloģiskās attiecības, plus organizatoriski ekonomiskās attiecības nosaka cilvēku tehnoloģisko uzvedību, sociālekonomiskās attiecības – ekonomisko uzvedību.
2. Īpašuma attiecības – jāatšķir īpašuma attiecības kā juridiskās attiecības un līdzekļi darbaspēkam, patēriņa priekšmeti izdzīvošanai. Šim nolūkam ražošanas līdzekļi un patēriņa priekšmeti ir jāpiesavinās individuāli, grupā vai valstij kā īpašums.
3. Īpašuma realizācijas forma – īpašuma attiecības ir sociāli ekonomisko attiecību sistēmas pamata saturs. Pēdējais izpaužas tiešās saimniekošanas attiecībās (īpašnieks, uzņēmējs – algotais darbinieks), sadales attiecībās (peļņa, darba alga), maiņas attiecībās (pērkot, pārdodot mainās

īpašnieks), patērīna attiecībās (īpašnieks ir patērētājs). Visas šīs attiecības aptver noteiktas uzņēmējdarbības organizatoriskas formas (viena cilvēka īpašums, sabiedrība ar ierobežotu atbildību, paju sabiedrība, kooperatīvs, akciju sabiedrība). Visām šīm formām raksturīgas īpašuma attiecību īpatnības. Īpašuma attiecībām, jebkurām ekonomiskām kategorijām ir skaitlisks lielums, noteiktība. Katrai precei ir cena skaitliskā izpausmē. Īpašumu vērtē skaitliskā lielumā. Peļņa ir skaitliska noteiktība. Tas pats attiecas uz noguldījumu, bankas procentu, kredītu, kredīta procentu, nodokli, darba algu, pensiju utt.

Lielākoties īpašuma attiecībām, sociāli ekonomiskām attiecībām ir juridiska forma, kas savukārt veido ekonomiskās uzvedības sociāli ekonomiskās motivācijas pamatus.

4. Ekonomiskās uzvedības mehānisma struktūra – sarežģīts kopums, kas sastāv no četrām apakšsistēmām. Pirmā apakšsistēma – sociāli ekonomiskā motivācija (sk. iepriekšējo izklāstu). Otrā apakšsistēma – gnozeoloģiska, ideoloģiska motivācija; aptver teorētiskus uzskatus, ideoloģisku nostāju, kas nosaka motivācijas ievirzi. Trešā apakšsistēma – oksioģiskā motivācija, novērtējuma teorija, psiholoģijas fenomēns, kad katram cilvēkam ir sava parādību, produkcijas veidu, pakalpojumu novērtējuma skala un līdz ar to atšķirīga motivācija ekonomiskajā uzvedībā. Ceturtā apakšsistēma – neirotika motivācija. Cilvēki atšķiras pēc radošās pieejas saimniekošanā. Vieni padodas bezcerībai, citi enerģiski meklē izeju no stāvokļa. Vieni ir zaķpastalas, baidās no riska, citu uzvedība ir ar augstu riska pakāpi, tuva avantūristiskajai pieejai. Vieniem rieb miegamices nostāja. Tas viss nosaka cilvēku praktiskās ekonomiskās uzvedības motivāciju.

5. Motivācija – cēlonis, kas nosaka cilvēku ekonomisko uzvedību.

3.8. Secinājumi

Ekonomisko procesu izpratnei nepieciešama zinātniskā prizma, caur kuru lūkojoties mēs dabūjam atbildi uz jautājumu “kāpēc?”, noskaidrojam, kādi cēloņi virza ekonomiskos procesus. Šai sakarībā ekonomikā centrālā problēma ir izdibināt saimniekojošo subjektu uzvedības, cilvēku rīcības motīvus. Cilvēka ekonomiskā darbība norit sarežģītā attiecību režģī. Attiecību kopa “lietiskie faktori – lietiskie faktori; lietiskie faktori – cilvēki; cilvēki – cilvēki” ietver tehniski tehnoloģiskas attiecības un ekonomiskas attiecības.

Pēdējās, aptverot cilvēku savstarpējās attiecības, var iedalīt organizatoriski ekonomiskās attiecībās un sociāli ekonomiskās attiecībās. Tehniski tehnoloģiskās attiecības kopā ar organizatoriski ekonomiskām attiecībām determinē cilvēku tehnoloģisko uzvedību (rīcību), bet sociāli ekonomiskās attiecības motivē ekonomisko uzvedību (rīcību). Zinātniskās analīzes uzdevums ir noskaidrot ekonomiskās uzvedības (rīcības) iedarbību uz tehnoloģisko uzvedību (rīcību).

Sociāli ekonomisko attiecību daudzpusīgā sistēma veido ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisma sociāli ekonomisko apakšsistēmu. Pēdējās pamatsaturu veido īpašuma attiecības, kam ir daudzas praktiskās realizācijas formas. Attiecības tiešajā saimniekošanā, sadalē, maiņā, patērīnā ne tikai izsaka, bet nostiprina īpašuma attiecības. Meklējot ekonomikā noturīgus motīvus, kas regulē cilvēku saimniecisko darbību, analīzes uzmanības lokā nonāk ekonomisko kategoriju organizatoriskā forma, skaitliskā noteiktība, juridiskais ietērs. Pastāv briesmas, ka kāda konkrēta tiesiskā čaula var tikt veidota pretrunā ar ekonomisko nepieciešamību, un “mazs cinītis gāž lielu vezumu”.

Ekonomiskās attīstības un sociāli ekonomisko attiecību mijiedarbības modelis atklāj cēloņsakarības, kas izskaidro gan efektīvās attīstības nosacījumus, gan ekonomisko formu “vecuma nespēku” un bremzējošo iedarbību, gan vardarbības lomu greizu sociāli ekonomisko attiecību veidošanā, gan visādu nepiemērotu teoriju un praktisku kļūdu lomu ekonomiskā un sociālā progresā kavēšanā. Izdalot kā atsevišķas kategorijas intereses un interešu realizācijas sociāli ekonomiskos nosacījumus, gūstam iespēju gan atšķirti, gan mijiedarbībā tikt skaidrībā par ekonomiskās uzvedības (rīcības) stratēģijas un taktikas motīviem.

3.9. Pamatterminu tulkojums

Attiecības saimniekošanā	<i>economic management relations</i>	отношения хозяйствования.
Ekonomiskās attiecības	<i>economic relations</i>	экономические отношения
Ekonomiskā uzvedība	<i>economic behavior</i>	экономическое поведение
Ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisms	<i>motivation mechanism of economic behavior</i>	мотивизационный механизм экономического поведения
Īpašuma attiecības	<i>ownership relations</i>	отношение собственности
Īpašuma attiecību sociāli ekonomiskās formas	<i>social-economic forms of ownership relation</i>	социально-экономические формы отношения собственности
Juridiskā forma	<i>legal form, right form</i>	юридическая форма
Lietiskie faktori	<i>material factors</i>	материальные факторы
Mainas attiecības	<i>exchange relations</i>	отношения обмена
Neformālās starppersoniskās attiecības	<i>informal inter-private relations</i>	неформальные межличностные отношения
Organizatoriski ekonomiskās attiecības	<i>organizational-economic relations</i>	организационные экономические отношения
Organizatoriskā forma	<i>organizational form</i>	организационная форма
Patēriņa attiecības	<i>consumption relations</i>	отношения потребления
Sadales attiecības	<i>distribution relations</i>	отношения распределения
Skaitliskais lielums	<i>numerical size</i>	количественное значение
Sociāli ekonomiskās attiecības	<i>social-economic relations</i>	социально-экономические отношения
Tehniski tehnoloģiskās attiecības	<i>technical-technological relations</i>	техничко-технологические отношения
Tehnoloģiskā uzvedība (rīcība)	<i>technological behavior</i>	технологическое поведение
Tiesās saimniekošanas attiecības	<i>direct economic management relations</i>	непосредственные отношения хозяйствования

3.10. Paškontroles jautājumi

1. Kas nosaka tehnoloģisko un ekonomisko uzvedību (rīcību)?
2. Kāds ir īpašuma ekonomiskais raksturs?
3. Kādas ir īpašuma attiecību realizācijas formas?
4. Kā hierarhiski veidojas sociāli ekonomisko attiecību tiesiskais ietērps?
5. Kā var aprakstīt ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānismu?
6. Kādas apakšsistēmas ar kādu darbības ievirzi veido motivācijas mehānisma sistēma?
7. Kādi elementi kādā sakarībā veido ekonomiskās attīstības modeli?
8. Kas nosaka ekonomiskās uzvedības stratēģiju?
9. Kas nosaka ekonomiskās uzvedības taktiku?
10. Aprakstiet cēloņsakarību, kas nosaka sabiedrības progresu, attīstību.

4. nodaļa. Ekonomiskie likumi

4.1. Īstenības likumi un zinātnes likumi

Lasītājs jābrīdina, ka ne visi ekonomikas teorijas dižgari pasaulē atzīst ekonomisko likumu esamību un nepieciešamību šo problēmu speciāli apcerēt. Apskatot mācību literatūru, var izšķirt trīs veidu izdevumus. *Pirmkārt*, tās ir mācību grāmatas, kuru ievada daļā ir izdalīts paragrafs par ekonomisko likumu raksturu. *Otrkārt*, tie ir mācību izdevumi, kuru tekstā ir runa par konkrētiem ekonomiskiem likumiem, bet trūkst to vispārēja raksturojuma. *Treškārt*, tā ir mācību literatūra, kurā ekonomiskie likumi vispār nav pieminēti. Pēc mūsu pārlicības, Latvijas deviņdesmito gadu studentiem, arī uzņēmējiem un menedžeriem zināšanas jautājumā par ekonomisko likumu raksturu un sistēmu būtiski palīdzēs mērķtiecīgi šķetināt ekonomisko problēmu kamolu, studējot un pētot tirgus ekonomikas attiecības. Mācība par ekonomiskiem likumiem pasargā no noslikšanas praktisku jautājumu jūklī. Katrai zinātnei, tajā skaitā arī ekonomikas teorijai, ir sava likumu sistēma.

Īstenības likumi. Šo likumu izpratnes pamatā ir cēloņsakarība, t.i., noteikti cēloņi (cēloņu grupa, to kombinācija) izraisa dzīvē pavisam noteiktas sekas. Šī cēloņsakarība var būt gan nejauša, vienreizēja, gan arī tāda, kas bieži atkārtojas. Minēsim piemēru. Pavasarī, kad sākas ledus kušana, no kāda slīpa jumta noslīd ledus gabals, trāpīdams garāmgājējam. Ir iespējams noskaidrot šī bēdīgā notikuma daudzos cēloņus: tie ir gaisa temperatūra, kas noteica ledus kušanas tempu, jumta slīpums, kā arī apstākļi, kāpēc minētais garāmgājējs tieši tad atradās dotajā vietā. Tas, ka ledus gabals atsitās pret garāmgājēja galvu, ir tīrā nejaušība, ko par likumu nevar nosaukt. Taču vienlaikus mums ir darīšana ar vismaz divām likumsakarīgām parādībām – ar gaisa temperatūras radīto atkusni un ledus gabala krišanu, pastāvot noteiktam jumta slīpumam. Pēdējā gadījumā mēs uzskatāmi redzam, ka darbojas **gravitācijas likums**. Šāda tipa likumi izsaka būtisku, nepieciešamu, atkārtotu cēloņsakarību dabā. Visai noteikta cēloņsakarība pastāv arī sabiedrībā, ekonomikā. Īstenības likumi darbojas neatkarīgi no tā, vai cilvēki šo cēloņsakarību ir vai nav izzinājuši, izpētījuši, vai viņi saprot vai nesaprot tās pastāvēšanas mehānismu.

Zinātnes likumi. Īstenības likumi pārvēršas par **zinātnes likumiem** tikai tad, kad cilvēki cēloņsakarību ir atklājuši, izanalizējuši un aprakstījuši. Tāpēc starp zinātnes likumiem un īstenības likumiem nedrīkst likt vienlīdzības zīmi. Cilvēki īstenības likumu izpētē un formulējumos tikai tuvojas patiesības izpratnei; viņu aprakstītie zinātnes likumi labākajā gadījumā ir tikai īstenības likumu vienkāršots modelis, kas slēpj vēl daudz neatklāta. Gravitācijas likums ir gan īstenības likums, gan zinātnes likums. Mūsdienās ir acīmredzams, ka apraksts, ko šim likumam savā laikā deva tā pirmatklājējs I. Ņūtons, ir nepilnīgs, ka jaunākās atziņas fizikā ir būtiski mainījušas gravitācijas likuma izpratni.

Saprotams, ka neatkarīgi no zinātnes likuma jaunā skaidrojuma īstenības likums ir palicis bez pārmaiņām. Jānorāda, ka vēsturē ir zināmi gadījumi, kad daži pētnieki mēģināja zinātnei uzspiest “likumus”, kuriem ar īstenību nebija nekā kopēja. Tā, piemēram, PSRS akadēmiķis T. Lisenko sacerēja bioloģijas “likumus”, kas bija krasā pretrunā ar dabas realitātēm. Daudzus gadus šie “likumi” kā it kā zinātnes atziņas tika mācīti, gatavojot speciālistus. Tos centās pat likt pamatā lauksaimniecības praksei, ieviest augu un dzīvnieku selekcijā. Taču rezultāts vienmēr bija negatīvs, neveiksme bija garantēta.

Šim jautājuma izklāstam ir tiešs sakars ar ekonomikas teoriju. Arī te jāskaidro atšķirība starp zinātnes un īstenības likumiem, jāizsargājas no viltus atziņām, no tādu likumu “radīšanas”, kas atspoguļo autoru vēlmi nevis saimniekošanas cēloņsakarību realitāti. I. Staļins sacerēja “sociālisma ekonomisko pamatlikumu” kā vajadzību maksimālās apmierināšanas cēloņsakarību sociālistisko attiecību valdīšanas apstākļos. Cits viltus teorētiskais radījums bija “tautas saimniecības plānveidīgās (proporcionālās) attīstības likums”, kas it kā objektīvi nodrošināja nepieciešamās tautsaimniecības proporcijas. Šie “likumi” bija pasaku līmenī, iecerēti kā melīgās komunistiskās propagandas “zinātniski” argumenti.

4.2. Ekonomisko likumu būtība

Cēlonis. Ekonomiskie likumi izsaka nepieciešamu, būtisku un atkārtotu cēloņsakarību ekonomikā, tajā skaitā ražošanas un pakalpojumu jomā. Kā cēlonis darbojas sociāli ekonomiskās attiecības, to izpausmes formas: sociāli ekonomiskās intereses, interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi (konkrētās saimniekošanas formas savā kvantitatīvajā un kvalitatīvajā noteiktībā). Citiem vārdiem, cēloņa lomā pilda sociāli ekonomiskās motivācijas mehānisms.

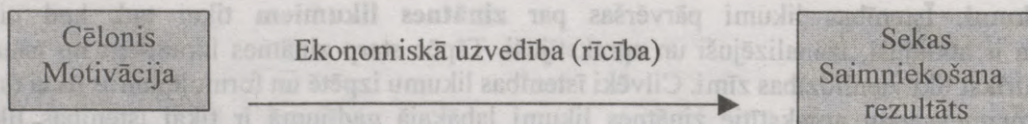
Sekas. Visai daudzpusīgas ir šo cēloņu sekas. Zinātniskā analīzē tiek izdalītas tuvākās un tālākās sekas. Tuvākās sekas ir sabiedrības locekļu noteiktas ievirzes ekonomiskā uzvedība (rīcība). Tai savukārt ir savas tālākās sekas – noteikta tautsaimniecības un to nozaru attīstība, resursu lietošanas efektivitāte, iekšzemes kopprodukta un nacionālā ienākuma lielums un dinamika. Šajā jomā gūtie rezultāti (sekas) atkarībā no sociāli ekonomiskajām attiecībām savukārt nosaka sabiedrības locekļu vajadzību apmierināšanas pakāpi, dzīves kvalitātes līmeni, sabiedrības sociālo diferenciāciju. Būtībā veidojas sarežģīta cēloņsakarību ķēde ar pastarpinātiem cēloņiem un sekām. Šīs cēloņsakarības var izsekot pēc 3.1., 3.2. un 3.4. shēmas.

Motivācijas likumi. Izdalot cēloņsakarību ķēdē centrālo un reizē noteicošo posmu, varam secināt, ka, *pirmkārt*, ekonomikas procesos cēloni (motivāciju) ar sekām saista ekonomiskā uzvedība (rīcība); *otrkārt*, ekonomiskos likumus var raksturot kā ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas likumus.

Uzmanīgs lasītājs var iebilst, ka līdzšinējie spriedumi par ekonomiskajiem likumiem neaptver 3.1. shēmas pirmo sakarību (1. līnija). Paskaidrosim savu nostāju. Pamatojums tam, ka ražošanas līmenis un raksturs determinē sociāli ekonomiskās attiecības, jau ir sniegts iepriekš. Arī te tiek īstenota būtiska, nepieciešama cēloņsakarība, un ir pamats runāt par ekonomiskiem likumiem. Sociāli ekonomisko attiecību (saimniekošanas formu) veidošanās ir viens no ekonomiskās rīcības veidiem. Tāpēc attiecībā uz šo cēloņsakarību grupu ir attaisnojama minētā tēze, ka ekonomiskie likumi ir ekonomiskās rīcības motivācijas likumi. Šo atziņu vispārinātā un diezgan vienkāršotā veidā fiksē 4.1. shēma.

4.1. shēma

Cēloņsakarība un ekonomiskā uzvedība (rīcība)



Ekonomisko likumu klasifikācija. Jautājumu iepriekšējā analīze dod iespēju klasificēt ekonomiskos likumus. *Pirmkārt*, darbojas sociāli ekonomisko attiecību, saimniekošanas formu veidošanas likumi. Tie raksturo ekonomiskās rīcības cēloņsakarības, kuru ietekmē cilvēki stājas noteiktās īpašuma attiecībās un to realizācijas konkrētās formās ražošanā un pakalpojumos, sadalē, maiņā, patēriņā. *Otrkārt*, tiek īstenoti makroekonomiskie likumi, kas izsaka ekonomiskās rīcības cēloņsakarības, veidojot tautsaimnieciskās proporcijas, kopsakarības. *Treškārt*, ikdienas praktiskajā saimniekošanā tiek realizēti mikroekonomiskie likumi. Šie likumi raksturo ekonomiskās rīcības cēloņsakarības, kuras izraisa konkrēta saimniekošanas forma (interesu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi).

Visas trīs ekonomisko likumu grupas savā starpā ir organiski saistītas. Otrā likumu grupa balstās uz pirmo un trešo likumu grupu. Tautsaimnieciskās proporcijas veidojas gan atkarībā no sociāli ekonomisko attiecību sistēmas, gan arī no saimniekošanas rezultātiem mikrolīmenī. Lai īstenotu trešās grupas ekonomiskos likumus, vispirms jāizveido noteiktas saimniekošanas formas, t.i., jādabojas pirmās grupas likumiem. Trešās grupas ekonomiskajiem likumiem ir visai cieša mijiedarbība ar otrās grupas ekonomiskajiem likumiem.

Zinātnes likumu konkrētais raksturojums var pat apvienot dažādu grupu cēloņsakarības. Tā, piemēram, pieprasījuma un piedāvājuma likumi izsaka gan ekonomiskās rīcības cēloņsakarību, veidojot cenas, gan arī ekonomiskās rīcības pastarpināto cenu iedarbību uz ražošanu un patēriņu.

Objektīvais raksturs. Aktuāls ir jautājums par ekonomisko likumu objektīvo raksturu. Ekonomiskajā teorijā šī problēma ir nopietnu strīdu iemesls. Ekonomisko likumu objektīvais raksturs nozīmē, ka ekonomiskajos procesos cēloņsakarības ir neatkarīgas no cilvēku gribas un apziņas. Pretarguments šai tēzei ir tāds, ka ekonomiskie likumi tiek realizēti, tikai pateicoties cilvēku, sabiedrības locekļu, subjektīvai rīcībai. Citiem vārdiem, tēze par ekonomisko likumu objektīvo raksturu ir visai pretrunīga, jo it kā objektīvais tiek īstenots ar subjektīvo. Tāpēc rodas jautājums, kas tad īsti ir pretrunīgs – teorija vai pati īstenība? Ir arī cits pretarguments: tā kā ekonomiskajai rīcībai ir varbūtējs raksturs, tad nav korekti runāt par ekonomisko likumu objektīvo raksturu.

Vispirms minēsim argumentāciju par labu ekonomisko likumu objektīvajam raksturam. Te būtībā jānorāda uz objektīvu sakarību ķēdes veidošanos.

Pirmkārt, ražošanas raksturs un līmenis objektīvi nosaka sociāli ekonomiskās attiecības.

Otrkārt, šīs attiecības izpaužas kā sociāli ekonomiskās intereses un interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi.

Treškārt, sociāli ekonomiskās intereses un interešu realizācijas sociāli ekonomiskie nosacījumi objektīvi veido ekonomiskās rīcības motivācijas mehānismu.

Ceturtkārt, motivācijas mehānisms objektīvi determinē ekonomiskās rīcības stratēģiju un taktiku.

Piektkārt, ekonomiskās rīcības stratēģija un taktika objektīvi nosaka ražošanas attīstību, tās efektivitāti. Tā noslēdzas objektīvo sakarību loks (sk. 3.1. shēmu).

Subjektīva rīcība. Šāds ekonomisko likumu objektīvā rakstura pamatojums nebūt nenoliedz cilvēku subjektīvās rīcības nozīmi. Tieši otrādi, minētās cēloņsakarības tikai norāda, ka subjektīvai rīcībai ir objektīvs pamats, objektīva motivācija. Galu galā cilvēks nerīkojas pretēji savām interesēm. Te var iebilst, ka aprakstītā koncepcija atspoguļo ideālu variantu, kas reālajā dzīvē ne vienmēr tiek īstenots. Patiešām, cilvēki ne vienmēr stājas tādās sociāli ekonomiskās attiecībās, kas objektīvi ir nepieciešamas, vadoties pēc sasniegtā ražošanas rakstura un līmeņa. Vēl ļaunāk ir tad, ja vardarbīgi tiek uzspiestas neatbilstošas īpašuma attiecības un saimniekošanas formas. Jau minējām, kā tas notika, okupējot Latviju 1940. gada vasarā. Vai šis spēcīgais arguments noliedz minēto objektīvo sakarību ķēdi? Nē. Šajā gadījumā ekonomiskās rīcības objektīvā atkarība no motivācijas mehānisma saglabājas pilnā apjomā. Tiek gan pārkāpta pirmā, noteicošā, cēloņsakarība starp ražošanas raksturu un sociāli ekonomiskajām attiecībām, bet viss tālākais notiek likumsakarīgi.

Neatbilstošo attiecību neizbēgamā nomainīšana. Tā saucamā sociālistiskā saimniekošanas sistēma izpaužas savās specifiskajās interesēs un interešu realizācijas sociāli ekonomiskajos nosacījumos. Visās valstīs, kurās izveidojas šīs attiecības, ir kopumā viendabīga ekonomiskās rīcības ievirze un pamatos vienāds ekonomiskās attīstības rezultāts – zema ražošanas efektivitāte, deficīts, relatīvi zems iedzīvotāju dzīves līmenis. Ražošanas raksturam neatbilstošas sociāli ekonomiskās attiecības agri vai vēlu tiek vai tiks nomainītas. Arī šajā apstākļi izpaužas ekonomisko likumu objektīvais raksturs. Nepārprotams apliecinājums tam ir uzsāktās radikālās pārvērtības īpašuma attiecībās, visā saimniekošanas sistēmā gan NVS valstīs, gan neatkarīgajās Baltijas republikās, gan Austrumeiropas zemēs. Vēl samērā nesen likās, ka sociālistiskajā sistēmā visaptverošo valsts īpašumu un plānsaimniecību uz mūžiem stingri jo stingri sargā diktatoriskās varas struktūras, tajā skaitā tiesa, milicija, drošības orgāni, armija. Šodien vecā saimniekošanas sistēma ir sabrukusi. Pārvarot milzu pretestību, notiek pāreja uz tirgus ekonomiku, kuras pamats ir privātais īpašums. Būtībā tiek meklēti varianti, kā vislabāk īstenot objektīvo nepieciešamību. Nav šaubu, ka sociālisms aizies nebūtībā arī Kubā un Ziemeļkorejā. Visai īpatnējās formās tirgus ekonomika sev lauž ceļu Ķīnā un Vjetnamā.

Varbūtējais raksturs. Te mēs saskaramies ar jau minēto problēmu, ka ekonomiskai rīcībai ir daudz variantu, ka tai ir varbūtējs raksturs. Cēloņsakarība ekonomikā nelīdzinās cēloņsakarībai dabā, kur, piemēram, ūdens, pastāvot noteiktam spiedienam, pārvēršas tvaikos tieši 100 grādu temperatūrā pēc Celsija. Ekonomiskā programma nekad netiek īstenota ar tādu precizitāti, kā tiek realizēta teicami sagatavota tehniskā programma, piemēram, mākslīgo kosmisko objektu savienošanās bezgalīgajā Visumā.

Ekonomiskās rīcības varbūtējais raksturs izpaužas tajā faktā, ka cilvēki pat pilnīgi vienādos sociāli ekonomiskos apstākļos nerīkojas vienādi. To mēs jau noskaidrojām, analizējot ekonomiskās rīcības motivācijas mehānisma struktūru, tā apakšsistēmas. Bet tas nebūt nenozīmē, ka nedarbojas ekonomiskie likumi. Objektīvā cēloņsakarība izpaužas nevis katra atsevišķa cilvēka rīcībā, bet gan lielākā cilvēku kopumā, kur vienā virzienā rīkojas šī kopuma locekļu lielākā daļa. Te jārunā par lielo

skaitļu likumu, par statistiskām likumsakarībām. Pretējā gadījumā saimniekošanā valdītu haoss, bet ekonomiskie procesi nebūtu vadāmi un prognozējami.

Iepriekš noskaidrotais dod iespēju secināt, ka ekonomiskajiem likumiem ir būtiskas atšķirības salīdzinājumā ar dabas likumiem. *Pirmkārt*, objektīvā cēloņsakarība ekonomikā tiek īstenota, tikai pateicoties cilvēku subjektīvai rīcībai. *Otrkārt*, ekonomiskie likumi ir saistīti ar varbūtēju ekonomisko rīcību.

Līdz ar to rodas jautājums par ekonomisko likumu apzinātas izmantošanas iespējām un ietvariem.

4.3. Ekonomisko likumu izmantošana

Cilvēks un objektīvie dabas likumi. Vai cilvēki ir bezspēcīgi ekonomisko likumu priekšā? Lai atbildētu uz šo jautājumu, vispirms padomāsim par dabas likumu darbības neatvairāmību un izmantošanas iespējām. Cilvēks nespēj novērst tumsas vai gaismas iestāšanos, gadu laiku miju, paisumu un bēgumu, taifūnu, nevar atcelt gravitācijas likumu. Šajā ziņā cilvēks ir pilnīgi pakļauts dabas likumiem un ir to vergs. Vienlaikus esam iemācījušies ar zenītlieģabalu palīdzību izklīdināt krusas mākoņus. Ģenētikas likumu apzināta izmantošana ir gēnu inženierijas pamatā. Jebkuras elektroniskās aparātūras darbības pamatā ir fizikas likumi. Piemēram, piespiežam pogu un sāk darboties sarežģīta cēloņsakarību ķēde, kas galu galā dod ieprogrammētu rezultātu. Palaišanas mehānisms liek darboties cēloņiem, kas neatkarīgi no cilvēku gribas un apziņas nodrošina paredzamas sekas. Līdzīgi procesi, lai gan ar būtiskām īpatnībām, ir vērojami arī ekonomikā.

Cilvēks un objektīvie ekonomiskie likumi. *Pirmkārt*, ir cēloņsakarības, kuras cilvēki nespēj ietekmēt, jo nevar mainīt cēloņus. Tas tieši attiecas uz pirmās grupas ekonomiskajiem likumiem – sociāli ekonomisko attiecību veidošanas likumiem. Šos likumus var pārkāpt, ignorēt, veidot attiecības, saimniekošanas formas, kas ir pretrunā ar objektīvo nepieciešamību. Tā, piemēram, Latvijā 1940. gada otrajā pusē vardarbīgi tika sagrauta tirgus ekonomika, iznīcināts konkurences mehānisms un turpmāk tika veidota tā saucamā sociālistiskā plānsaimniecība. Piecus gadus desmitus minēto likumu īstenošana bija pārtraukta, bet tirgus ekonomikas objektīvā nepieciešamība nebūt nebija atcelta. Šodien Latvijas Republikā, kad ir mainījušies politiskie nosacījumi, izcīnīta politiskā neatkarība, ir uzsākta objektīvās nepieciešamības īstenošana, mērķtiecīgi ieviešot tirgus ekonomikas attiecības.

Otrkārt, iepriekš izpētot cēloņus, kuri objektīvi izraisa noteiktas sekas, zināmos ietvaros var mērķtiecīgi veidot šos cēloņus (saimniekošanas formas), lai motivētās ekonomiskās rīcības iespaidā iegūtu vēlamās sekas. Tā, piemēram, inflācija, kuru praktiski jūtam kā cenu celšanos un naudas pirkatspējas samazināšanos, ir naudas apgrozības likuma izpausme. Saskaņā ar šo likumu cenu līmenis ir tieši proporcionāls naudas masai un naudas apgrozības ātrumam un pretēji proporcionāls realizējamo preču masai. Savaldīt inflāciju var, tikai pārkārtojot ekonomiskās rīcības motivācijas mehānismu. Jāievieš tādas saimniekošanas formas (cēloņi), kas sekmēs ekonomisko rīcību, kuras ietekmē naudas masa tiks ierobežota, naudas apgrozības ātrums palēnināsies un preču masa pieaugs. Inflācija ir saistīta ar garu cēloņsakarību ķēdi. Sarežģīts uzdevums ir atrast šīs ķēdes sākumu un pārkārtojumus sākt ar pirmo ķēdes posmu. Šādus pasākumus īstenot nav viegli, jo jāpārvar ievērojama pretestība, kas atspoguļo gan interešu pretstatus, gan ideoloģiskas dogmas, gan ieraduma spēku.

Apzināta un neapzināta ekonomisko likumu izmantošana. Ekonomisko likumu izmantošana notiek gan neapzināti, gan apzināti. Darbojas izmēģinājumu un kļūdu metode. Dzīve, veiksmē un neveiksmē māca, kā rīkoties. Pieredze krājas ne tikai gadu desmitiem, bet pat gadu simteņiem ilgi, pāriet no paaudzes uz paaudzi. Gaļas vai dārzeņu pārdevējiem Rīgas vai citu pilsētu tirgos nav ne jausmas par pieprasījuma un piedāvājuma likumu darbību, bet teorētiķu vispusīgi izpētīto šo likumu izpausmi – līdzsvaroto cenu – viņi kopumā nosaka pareizi. Šie cilvēki vienkārši spiesti pakļauties tirgus realitātēm, cīnās par savu ekonomisko un sociālo izdzīvošanu, par savu un ģimenes labklājību. Mūsdienu Rietumu biznesmeņi un menedžeri šo pašu motīvu dēļ rūpīgi seko tirgus konjunktūrai, biržas kursiem, nodokļu un procentu likmēm, veic mārketinga pētījumus, lai prognozētu konkurentu un potenciālo pircēju ekonomisko rīcību rītdien. Augsti mācītie biznesa lielmeistari savieno empīriski piespiesto rīcību ar izziņātu ekonomisko likumu mērķtiecīgu izmantošanu. Jo pilnīgāk ir apgūti šie likumi, jo lielāka būs veiksmē. Sprotams, ka šajā jomā nevar iztikt bez intuīcijas, ķēriena, talanta.

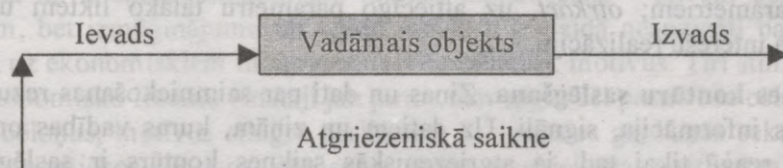
Šai problēmai ir vēl arī cits aspekts. Noteiktas ievirzes ekonomiskā rīcība, kuras iespaidā tiek īstenoti ekonomiskie likumi, bieži vien ir reakcija uz atgriezeniskās saiknes signāliem.

4.4. Atgriezeniskā saikne ekonomisko likumu izmantošanas sistēmā

Cēloņu un sekų mijiedarbība. Cēloņi nosaka sekas. Tas ir vispāratzīts fakts. Bet vai sekas var atgriezeniski iedarboties uz cēloni? Nepārprotami! Tā ir tirgus mehānisma ikdienišķa parādība. Pieprasījums (cēlonis) izraisa, rosina atbilstošu piedāvājumu (sekas). Šis piedāvājums apmierināt noteiktas vajadzības radīs jaunas vai papildu vajadzības, kas izpaudīsies kā konkrēts pieprasījums. Šinī sakarību ķēdes posmā piedāvājums no sekām pārvērties cēlonī, bet pieprasījums no cēloņa sekās. Tā vērojama viselementārākā atgriezeniskā saikne tirgus ekonomikā. Atgriezeniskai saiknei tieši raksturīgs tas, ka cēlonis un sekas nemitīgi mainās vietām. Vienkāršotais atgriezeniskās saiknes modelis attēlots 4.2. shēmā.

4.2. shēma

Vienkāršots atgriezeniskās saiknes modelis



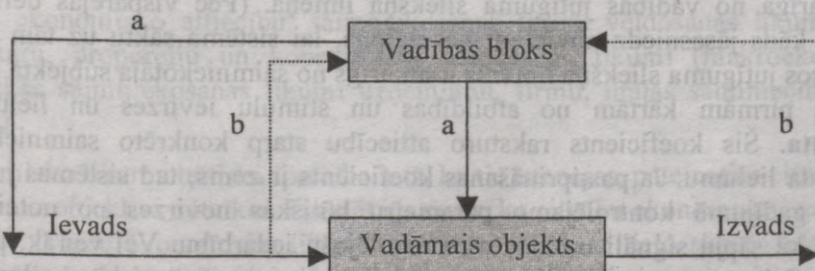
Ievads un izvads. Šinī modelī ievads var būt investīcijas resursi, pieprasījums, piedāvājums, cenas, procentu likme, darba alga, akciju kurss, valūtas kurss, jebkura ekonomisko attiecību konkrēta kvantitatīva forma, informācija. Vadāmais objekts savukārt pārstāv uzņēmumu vai noteiktu ekonomisko procesu. Izvads ir uzņēmuma darbības vai ekonomiskā procesa rezultāts. Ciktāl cēlonis un sekas nemitīgi mainās vietām, izvads var pieņemt tādas pašas ekonomiskās attiecību formas kā ievads. Atgriezeniskā saikne ir izvada regulējošā iedarbība uz ievadu. Atgriezeniskā saikne ir tirgus saimniecības pašregulēšanas mehānisma galvenā sastāvdaļa. Spararats šinī mehānismā ir ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācija.

Kāpēc nepieciešama atgriezeniskā saikne. *Pirmkārt*, iecerētais un sasniegtais ne vienmēr saskan. Efektīvai vadībai jāzina, kas reāli sasniegts, lai vajadzības gadījumā mainītu ievadu vai vadāmo procesu. *Otrkārt*, saimniekošanā un apkārtējā vidē notiek nemitīgas pārmaiņas. Ignorēt šīs pārmaiņas nozīmē sev laupīt iespēju sasniegt iecerēto vai nepieciešamo mērķi. Tāpēc ekonomika nekādi nevar iztikt bez nemitīgi darbojošas pašpielāgošanas, pašregulēšanas un pašattīstības mehānisma, tas ir, bez atgriezeniskās saiknes. *Treškārt*, atgriezeniskā saikne būtiski palētina vadības procesus ekonomikā, jo atbrīvo lielu skaitu darbinieku "baltās apkaklītēs" no rutīnas procesiem sekot daudzpusīgās informācijas pārmaiņām. Šodien atgriezeniskās saites kontūrā ir ieslēgtas elektroniskaitļojamās mašīnas ar savu atmiņu, programmām, ekonomiski matemātiskām metodēm, modeļiem. *Ceturtkārt*, atgriezeniskā saikne ir ekonomisko likumu īstenošanas mehānisma sastāvdaļa. Atšķirībā no tehniskās pašregulēšanas, no automātiem, ekonomiskajā (tirgus) pašregulēšanā pēdējais vārds pieder cilvēkam. Izvēli un lēmumus pieņem saimniekojošie subjekti, vadoties pēc noteiktas motivācijas.

Kibernētikas tēvs Norberts Vīnerts izvirzīja tēzi, ka atgriezeniskā saikne ir īpašība, kas ar informāciju par agrāko pavēļu izpildīšanu dod iespēju regulēt turpmāko rīcību.

4.3. shēma

Vadības modelis ar atgriezenisko saikni



a – tiešās saiknes komandas

b – atgriezeniskās saiknes informācija

Vadības bloks. Ievērojot atgriezeniskās saiknes informācijas lielo nozīmi, 14. shēma ir papildināta ar speciālu vadības bloku, kas saskaņā ar vadības programmu regulē vadāmā objekta darbību. Atgriezeniskās saiknes informācija vadības blokā pienāk gan no ievada, liecinot par resursu nodrošinājumu, gan no izvada, rādot rezultātus, proti, sasniegto. Te veidojas atgriezeniskās saiknes kontūrs. Atkarībā no informācijas, ko nes šis kontūrs, vadības bloks dod tiešās saiknes komandas, kas regulē ievadu un procesus pašā vadāmā objektā.

Salīdzināšanas bloks. Katrā atgriezeniskās saiknes kontūrā darbojas salīdzināšanas bloks. Tajā informācija par ievada un izvada kontrolējamiem parametriem tiek salīdzināta ar noteiktu etalonu vai bāzi (normu, standartu, programmu, plānu, pasūtījumu, kāda rādītāja iepriekšēja perioda līmeni). Minētās salīdzināšanas gaitā atklājas atgriezeniskās saiknes signālu novirzes no iecerētā vai nepieciešamā. Pastāvot veselai atgriezeniskās saiknes signālu sistēmai, ir iespējams noskaidrot šo noviržu cēloņus. Pēc tam seko noviržu ekonomiskā vērtēšana, ko izdara pieredzes bagāti pārvaldnieki vai arī kompjūteri saskaņā ar speciālām programmām. Jāvērtē minēto noviržu ietekme, *pirmkārt*, uz citiem ievada vai izvada parametriem; *otrkārt*, uz attiecīgo parametru tālāko likteni un, *treškārt*, uz saimniekotāja subjekta interešu realizāciju.

Atgriezeniskās saiknes kontūru saslēgšana. Ziņas un dati par saimniekošanas rezultātiem vēl nav atgriezeniskās saiknes informācija, signāli. Uz datiem un ziņām, kuras vadības orgāns saņem no vadāmā objekta, tas reaģē tikai tad, ja atgriezeniskās saiknes kontūrs ir saslēgts. Saslēgšanas mehānismu veido konkrēti interešu realizācijas nosacījumi – ekonomiskās piespiešanas formas vai stimuli.

Minēsim elementāru piemēru. Atgriezeniskās saiknes informācija pēc vērtējuma salīdzināšanas blokā liecina, ka nozīmīgs pasūtījums laikā var tikt neizpildīts. Tas būtiski skar firmas intereses, t.i., tā var zaudēt citus pasūtītājus, vājināsies pozīcijas konkurencē, samazināsies uzņēmēja ienākums, kā arī firma būs spiesta maksāt soda naudu. Šāds brīdinošs signāls izraisīs atbildes reakciju, un tiks veikti pasākumi, lai pasūtījumu izpildītu laikā. Tas arī nozīmē, ka atgriezeniskās saiknes kontūrs ir saslēgts. Ir iespējams arī cits variants, kad atgriezeniskās saiknes kontūrs paliek nesaslēgts. Tad ziņas un dati nepārvēršas par atgriezeniskās saiknes signāliem. Tas notiek tad, ja atgriezeniskās saiknes kontūrā nav iemontēti interešu realizācijas nosacījumi. Tā tas diemžēl bieži notiek ar ekoloģisko informāciju, kad attiecīgo normu rupja pārkāpšana nemaz neskar uzņēmēju, pārvaldnieku intereses. Tas ir viens no ekoloģiskās krīzes būtiskiem cēloņiem. Līdzīgi brīžiem notiek ar kvalitātes rādītājiem.

Signālu klasifikācija. Atkarībā no tā, kā atgriezeniskās saiknes signāli tiek novērtēti salīdzināšanas blokā, šos signālus var iedalīt divās grupās:

- 1) neitrāli informētāji signāli;
- 2) sāpju signāli.

Atgriezeniskās saiknes signāls ir **neitrāls informētājs** tādā gadījumā, ja, *pirmkārt*, kontrolējamo parametru faktiskais lielums atbilst paredzētajam lielumam un, *otrkārt*, ja novirze nepārsniedz pieļaujamās robežas, t.i., manāmi neapdraud uzņēmēju, menedžeru interešu realizāciju. Tas nozīmē, ka pēc neitrāla informētāja signāla pienākšanas vadības orgāns pieņem lēmumu negrozīt vadāmās sistēmas darba režīmu.

Atgriezeniskās saiknes **sāpju signāls** sniedz informāciju, ka kontrolējamo parametru novirzes no noteiktajiem lielumiem ir pārsniegušas pieļaujamo robežu un tuvākā vai tālākā perspektīvā negatīvi skars uzņēmēju, menedžeru interešu realizāciju.

Jutīguma sliekšnis. Atgriezeniskās saiknes signālu – neitrālu informētāju un sāpju signālu – novērtēšana ir būtiski atkarīga no vadības jutīguma sliekšņa līmeņa. (Pēc vispārējās definīcijas, jutīgums raksturo lielumu, kāds jāsasniedz novirzēm no etalona, lai sistēma sāktu uz tām reaģēt). Ekonomikas vadības procesos jutīguma sliekšņa līmenis ir atkarīgs no saimniekotāja subjekta interešu realizācijas nosacījumiem, pirmām kārtām no atbildības un stimulu ievirzes un lieluma, to **pastiprināšanas koeficienta**. Šis koeficients raksturo attiecību starp konkrēto saimniekošanas rezultātu un soda vai stimula lielumu. Ja pastiprināšanas koeficients ir zems, tad sistēmas jutīguma sliekšnis ir augsts. Šādā gadījumā kontrolējamo parametru būtiskas novirzes no noteiktajiem lielumiem netiek uztvertas kā sāpju signāli un neizraisa regulējošu iedarbību. Vēl vairāk, pastāvot zemam pastiprināšanas koeficientam un augstam jutīguma sliekšnim, atgriezeniskās saiknes ķēde netiek saslēgta, bet dati, ziņas par saimniekošanas procesu, tā rezultāti paliek nenovērtēti, nepārvēršas atgriezeniskās saiknes signālos.

Ja minētais pastiprināšanas koeficients tiek paaugstināts, tad sistēmas jutīguma sliekšnis pazeminās. Tādējādi daļa atgriezeniskās saiknes neitrālo signālu pārvēršas sāpju signālos, nosakot mērķtiecīgu regulējošu iedarbību. Atkarībā no tā, kādā mērā pazeminās jutīguma sliekšnis, daļa datu un ziņu, kam agrāk netika pievērsta uzmanība, pārvērtīsies atgriezeniskās saiknes informācijā, ko novērtēs salīdzināšanas blokā.

4.5. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Ekonomiskie likumi – to pamatā ir patstāvīgas cēloņsakarības; vieni un tie paši cēloņi determinē vienu un to pašu ekonomisko uzvedību. Cēloņi – sociāli ekonomiskās attiecības darbojas kā uzvedības motīvi. Ekonomiskie likumi ir ekonomiskās uzvedības motivācijas likumi.
2. Neapzinātā un apzinātā ekonomisko likumu izmantošana – cilvēki bez ekonomikas teorijas zināšanām, bet izmēģinājumu un kļūdu metodes iespaidā neapzināti balsta savu ekonomisko uzvedību uz ekonomiskiem likumiem, izvēlas cēloņus, motīvus. Tīri stihiski tiek gūtas vēlamās sekas. Ekonomisko likumu zinātāji jau pirms tam apguvuši pastāvošo cēloņsakarību un apzināti izraugās cēloņus, motīvus stingrā pārliecībā, ka iestāsies gaidāmās sekas. Cēloņsakarība, kas izsaka ekonomiskos likumus, pēc savas dabas ir objektīva, neatkarīga no cilvēku gribas un apziņas, bet īstenojas šie likumi, pateicoties cilvēku subjektīvai rīcībai, kuras pamatā savukārt ir noteiktā motivācija.
3. Atgriezeniskā saikne ekonomikā – cēlonis un sekas nemitīgi mainās vietām. Sekas, kas iegūtas kā tiešā saikne, pārvēršas par cēloni, kas nosaka jaunu cēloņsakarību, motivāciju jaunai ekonomiskai uzvedībai, kam savukārt iespējamas visai specifiskas sekas. Efektīvai vadībai jāzina, kādas ir tās darbības (cēloņu) sekas, vai ieturēts pareizais vai vēlamais kurss. Šai sakarībā atgriezeniskās saiknes signālu sadala divās grupās: pirmajā grupā – neitrāli informējošie signāli, kas liecina, ka attīstība norit normāli, otrajā grupā – sāpju signāli, informācija, ka attīstība notiek greizi, ar atkāpi no iecerētā kursa. Rodas nepieciešamība mainīt cēloni (motīvu) vai attīstībai noteikt jaunu mērķi.

4.6. Secinājumi

Cilvēku ekonomiskā uzvedība (rīcība) pamatos nebūt nesaistās ar subjektīvo iegribu, brīvu fantāzijas lidojumu. Ekonomikā kā jebkurā citā nozarē darbojas objektīva, no cilvēku gribas un apziņas neatkarīga cēloņsakarība. Ja šī cēloņsakarība ekonomiskajos procesos ir būtiska, atkārtojas arvien no jauna un jauna, ir pamats runāt par ekonomiskiem likumiem. Viens no ekonomikas zinātnes visatbildīgākiem uzdevumiem ekonomiskās dzīves procesos ir objektīvās cēloņsakarības atklāt, izpētīt un formulēt kā zinātnes likumus.

Cēloņsakarībā, ko raksturo kā ekonomiskos likumus, cēloņi ir sociālekonomiskās attiecības, to konkrētās formas. Sekas ir saimniekošanas rezultāts, sākot ar tautsaimniecības attīstību (tempi, struktūra, efektivitāte) līdz pat konkrētas preces cenas līmenim, kāda uzņēmuma rentabilitātei, noguldījuma procentu likmei. Ekonomiski likumi kā objektīvās cēloņsakarības izpausme ir cilvēku ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas likumi.

Ekonomiskie likumi veido veselu sistēmu, kurā var izdalīt trīs ekonomisko likumu grupas: *pirmkārt*, sociāli ekonomisko attiecību, saimniekošanas formu veidošanas likumi; *otrkārt*, tautsaimniecības kopsakaru, proporciju un koprezultātu veidošanas likumi (makroekonomikas likumi); *treškārt*, praktiskās saimniekošanas likumi uzņēmumu, firmu, mājas saimniecību līmenī (mikroekonomikas likumi).

Ekonomisko likumu būtiska īpatnība ir tā, ka tie īstenojas, pateicoties cilvēku subjektīvajai rīcībai. Pati šī rīcība ir objektīvi noteikta. Turklāt jāuzsver, ka cilvēku ekonomiskai uzvedībai (rīcībai) ir varbūtējs raksturs. Tāpēc ekonomisko likumu darbība saistās ar lielo skaitļu likumu, ar statistiskām likumsakarībām, kad noteiktā virzienā atkarībā no cēloņiem rīkojas saimniekojošo subjektu lielākā daļa.

Ekonomisko likumu zināšana dod iespēju prognozēt saimniecisko attīstību, zināmos apstākļos veidot cēloņus, lai ar motivācijas mehānisma palīdzību gūtu vēlamās sekas, rezultātus. Ekonomisko likumu

izmantošana var būt apzināta un neapzināta. Pēdējā gadījumā cilvēki gūst pieredzi par objektīvo cēloņsakarību, izjutot uz savas ādas kļūdu un izmēģinājumu metodes sekas.

Ekonomisko likumu apzināta izmantošana bieži vien balstās uz atgriezenisko saikni ekonomikā. Tiešā saikne izsaka sakarību starp cēloni un sekām, bet atgriezeniskā saikne nozīmē, ka sekas atgriezeniski iedarbojas uz cēloni. Cēlonis un sekas nemitīgi mainās vietām. Ekonomisko procesu vadībā atgriezeniskā saikne dod iespēju ar informāciju par iepriekšējo pavēļu izpildi, par faktisko stāvokli regulēt turpmāko rīcību izvirzīto mērķu sasniegšanai. Atgriezeniskā saikne veido kontūru, kas sastāv no ievada (resursiem, informācijas), vadāmā objekta, vadības bloka, izvada (saimniekošanas visdažādākie rezultāti, bieži vien informācijas veidā), tiešās saiknes komandām un atgriezeniskās saiknes informācijas kanāliem. Centrālā problēma ir atgriezeniskās saiknes kontūra saslēgšana. Tā īstenojas tikai tad, ja, pateicoties motivācijai, seko reakcija uz atgriezeniskās saiknes signāliem. Atgriezeniskā saikne nodrošina saimniekošanas sistēmu pašpielāgošanu, pašregulēšanu un pašattīstību. Pateicoties šiem procesiem, atgriezeniskā saikne ir ekonomisko likumu īstenošanas mehānisma nozīmīga sastāvdaļa.

4.7. Pamatterminu tulkojums

Atgriezeniskā saikne	<i>reflective link</i>	обратная связь
Cēloņsakarība un ekonomiskā uzvedība	<i>causal relationship and economic behavior</i>	причинная связь и экономическое поведение
Ekonomiskie likumi	<i>economic laws</i>	экономические законы
Ekonomisko likumu izmantošana	<i>use of economic laws</i>	использование экономических законов
Īstenības likumi un zinātnes likumi	<i>law of reality and law of science</i>	законы действительности и законы науки

4.8. Paškontroles jautājumi

1. Kas ir īstenības likumu pastāvēšanas pamats?
2. Ar ko atšķiras zinātnes likumi no īstenības likumiem?
3. Ar ko atšķiras ekonomiskie likumi no dabas likumiem?
4. Kādas ir galvenās ekonomisko likumu grupas?
5. Kāpēc tēze par ekonomisko likumu objektīvo raksturu praksē ir pretrunīga?
6. Kā var pierādīt ekonomisko likumu objektīvo raksturu?
7. Vai var pārkāpt, ignorēt ekonomiskos likumus?
8. Ko nozīmē un kā īstenojas ekonomisko likumu varbūtējais raksturs?
9. Kā tiek izmantoti, praktiski piemēroti ekonomiskie likumi?
10. Kā raksturojama atgriezeniskā saikne?
11. Kāpēc, vadot ekonomiskos procesus, jābalstās uz atgriezenisko saikni?
12. Kas veido atgriezeniskās saiknes kontūru?
13. Kā notiek atgriezeniskās saiknes kontūra saslēgšana?
14. Kā tiek klasificēti atgriezeniskās saiknes signāli? Ar ko šie signāli atšķiras?
15. Kas nosaka vadības jutīguma sliekšņa līmeni?
16. Uz ko balstās ekonomiskās attīstības, tās rezultātu prognozēšana?

5. nodaļa. Tirgus ekonomikas priekšmets

5.1. Tirgus ekonomikas priekšmeta raksturojums

Ekonomikas teorijas priekšmets. Lai izprastu, ko īsti pēta tirgus ekonomika, jāpaskaidro daži plaši lietoti termini, jāiepazīstas ar jautājuma vēsturi. Kopš 1615. gada ekonomikas teorija kā zinātne attīstījās ar nosaukumu “politiskā ekonomija”. Minētajā gadā tika publicēts franču zinātnieka A. Monkretjēna (1575-1621) darbs “Politiskās ekonomijas traktāts”. Termins “politiskā ekonomija” ir veidots no šādiem grieķu vārdiem: *oikos* – mājsaimniecība, *nomos* – likums, *politikē* – valstisks, sabiedrisks. Tātad runa ir par zinātni, kas pēta valstiskās (sabiedriskās) mājsaimniecības likumus. Gadsimtu gaitā šī zinātne tika attīstīta un pasniegta ar dažādiem nosaukumiem, tajā skaitā ar nosaukumu “Tautsaimniecības pamati”, “Ievads tautsaimniecībā”. Mūsdienās Rietumu pasaulē populāri ir kursi “Ekonomika” (angļu valodā “Economics”), “Vispārējā tautsaimniecības mācība” (vācu valodā “Allgemeine Volkswirtschaftslehre”).

Vienlaikus literatūrā var atrast lielu skaitu atšķirīgu ekonomikas teorijas nosaukumu, piemēram, zinātne par bagātību; zinātne par bagātības ražošanu, sadali un patēriņu; zinātne par cilvēka piepūli, pelnot dzīvei; zinātne par plašu ļaužu masu ekonomisko rīcību vienas valsts ietvaros un starptautiskā mērogā; zinātne par cilvēku rīcību nolūkā iegūt materiālus labumus, kas nepieciešami viņu vajadzību apmierināšanai; zinātne par biznesa teorijas pamatiem.

Ievērojamais angļu ekonomists A. Māršals (1842–1924) uzskata, ka politiskā ekonomija jeb ekonomika ir mācība par cilvēku tā ikdienas saimnieciskajā dzīvē. Tā pēta to personiskās un sabiedriskās dzīves daļu, kas cieši saistīta ar labklājības materiālo nosacījumu nodrošināšanu un lietošanu.

Cits angļu ekonomists L. Robins (1898–1983) savukārt uzskata, ka ekonomika ir zinātne, kas pēta cilvēka ekonomisko uzvedību (rīcību), ievērojot savstarpējās attiecības starp tā mērķiem un ierobežotiem resursiem, kam ir alternatīvs izlietojums.

Rietumu valstīs klasiskajā mācību grāmatā “Economics” 13. izdevumā, kura autori ir ASV zinātnieki Nobela prēmijas laureāti P. Semjuelsons un V. Nordhauss, ir rakstīts: “Ekonomika pēta, kā sabiedrība izlieto ierobežotus resursus, lai ražotu derīgas preces un sadalītu tās starp dažādām grupām.”

Amerikāņu autori K. Konnells un S. Brue savas mācību grāmatas “Economics” 11. izdevumā pauž uzskatu, ka ekonomikas teorija aptver vispārējos priekšstatus par ekonomisko uzvedību (rīcību).

Ko pēta tirgus ekonomika? *Pirmkārt*, lai raksturotu tirgus ekonomikas priekšmetu, jāievēro, ka mācība par tirgus saimniecību ir daļa no vispārējās ekonomikas teorijas. Tāpēc tirgus ekonomikas priekšmetā organiski jāiekasē vispārējās ekonomikas teorijas pamattēzes. *Otrkārt*, tirgus ekonomika likumsakarīgi ir noteikta sintēze ar plašu visdažādāko instrumentu klāstu. Lasītājs neizpratīs tirgus saimniecības funkcionēšanu, ja neņems talkā matemātiku, filozofiju, loģiku, politoloģiju, socioloģiju, vēsturi, valsts tiesību zinātni, statistiku, informācijas teoriju, mācību par atgriezenisko saikni. Visas šīs zinātnes, pētot tirgus ekonomikas problēmas, jāizmanto ar specifisku “tirgus” ievirzi, tām jābūt tirgus funkcionēšanas mehānisma darbības izskaidrošanas uzticīgiem kalpiem. *Treškārt*, tirgus ekonomikas priekšmeta raksturojumam obligāti jāsaturs šādi jēdzieni: tirgus attiecības, ražošanas resursu ierobežotība, ekonomiskās uzvedības (rīcības) sociāli ekonomiskā motivācija, ekonomiskie likumi. *Ceturtkārt*, cilvēku ekonomiskā uzvedība (rīcība) jāizvērtē no *racionālās* saimniekošanas viedokļa. Šai sakarībā tirgus ekonomikas priekšmets obligāti ietver *ekonomiskās efektivitātes* problemātiku. Runa ir par centienu īstenošanas nosacījumiem maksimizēt izdevīgumu un minimizēt resursu izlietošanu. *Piektkārt*, visu iepriekš minēto zinātņu izmantošanas vienoto mērķtiecību, mijiedarbību tirgus ekonomikas kursā apvieno tirgus ekonomikas priekšmeta definīcija.

Tirgus ekonomikas priekšmeta definīcija. Tirgus ekonomika ir zinātne par tirgus attiecībām, to konkrētām formām, kas savā kvalitatīvā un kvantitatīvā noteiktībā kā sociāli ekonomiski motīvi nosaka saimniekojošo subjektu – gan ražotāju, gan patērētāju – ekonomisko uzvedību (rīcību), atlasot efektīvus alternatīvu iespēju variantus nobriedušām (būtībā neierobežotām) vajadzībām, nonākot

pretrunā ar ierobežotiem ražošanas resursiem. Tirgus ekonomika kā zinātne, pētot tirgus attiecību noteiktos motīvus un izvēli, līdz ar to noskaidro tirgus mehānisma noturīgās cēloņsakarības, tātad tirgus saimniecības objektīvas funkcionēšanas un attīstības likumus.

Šī tirgus ekonomikas kā zinātnes definīcija palīdz veidot tādu šīs zinātnes saturu un struktūru, kas nevis vienkārši ceļ lasītāja zināšanu līmeni, inteliģences pakāpi, bet palīdz izpētīt šodienu, prognozēt rītdienu, glābt no kataklizmām, izstrādāt un īstenot pamatotas ieceres ekonomikas attīstības un cilvēka labklājības, un dzīves kvalitātes kāpināšanas vārdā.

Tirgus ekonomikas pētīšanas objekts ir cilvēku sociāli ekonomiskās attiecības, viņu ekonomiskā uzvedība (rīcība). Tieši cilvēki ir tirgus attiecību nesēji, tās subjekti, tirgus ekonomikas īstenotāji.

5.2. Tirgus ekonomikas subjekti

Privātā māsaimniecība. Tā sastāv no viena vai vairākiem cilvēkiem (arī ģimenēs), kas īsteno divas funkcijas: *pirmkārt*, pieprasa, pērk un patērē patēriņa priekšmetus un patēriņa rakstura pakalpojumus; *otrkārt*, kā ražošanas resursu īpašnieki piedāvā un pārdod šos resursus, gūstot attiecīgus ienākumus. Literatūrā sastopams uzskats, ka privāto māsaimniecību kārtai pieskaitāmas arī sabiedriskās bezpeļņas organizācijas, piemēram, arodbiedrības, reliģiskas organizācijas (draudzes), kultūras un sporta biedrības (klubi), zinātniskās, kā arī labdarības organizācijas. Šīs privātās māsaimniecības kā tirgus subjekta īpatnība ir šāda: tā pieprasa patēriņa priekšmetus un pakalpojumus, dažkārt veic ierobežotu saimniecisku darbību, piemēram, reliģiskās literatūras izdošanu, sporta emblēmu un nozīmju pārdošanu utt. Šīs organizācijas parasti nepiedāvā tirgū tām piederošos resursus. Šo privāto mājas saimniecību ienākumi galvenokārt veidojas, piedāvājot un pārdodot dažāda veida pakalpojumus, kā arī no biedru naudām un ziedojumiem.

Uzņēmums, firma. Tās var raksturot kā ražošanas procesu un pakalpojumu sniegšanas organizatorisku formu. To mērķis ir peļņas gūšana. No vienas puses, tās pērk nepieciešamos ražošanas resursus, bet pārdod visdažādākos ražojumus, gan ražošanas līdzekļus, gan patēriņa priekšmetus, sniedz (pārdod) pakalpojumus. Šo tirgus subjektu sastāvs ir visai raibs. Tur ietilpst jebkuru nozaru valsts, pašvaldību un privātie uzņēmumi un organizācijas, kooperatīvi, paju sabiedrības, arī valsts un privātās bankas, apdrošināšanas sabiedrības, jebkuri ar tirgu saistītie mājamatniecības uzņēmumi un zemnieku saimniecības. Šie uzņēmumi un firmas var būt viena īpašnieka uzņēmumi, ģimenes uzņēmumi, sabiedrības ar ierobežotu atbildību, dažāda tipa akciju sabiedrības.

Valsts. Valstij (valsts uzņēmumiem, organizācijām) pieder zināma daļa ražošanas resursu, ko tā var pārdot. Valsts institūcijas ir vienlaikus tām nepieciešamo ražošanas līdzekļu un patēriņa priekšmetu, attiecīgo pakalpojumu pircējas, reti pārdevējas. Valsts iekasē nodokļus un saskaņā ar likumu par budžetu izlieto tā līdzekļus, sniedz plašu, galvenokārt bezmaksas, retāk maksas, specifisku pakalpojumu klāstu.

Pašvaldības. Pašvaldībām (pašvaldības uzņēmumiem, organizācijām) Satversmes un likumu noteiktos ietvaros pieder valsts ražošanas resursu daļa. Tās savas kompetences ietvaros pērk un pārdod ražošanas līdzekļus un patēriņa priekšmetus, pakalpojumus. Pašvaldības organizē vietējo nodokļu vākšanu un izlietošanu, saņem savas darbības veikšanai likumā paredzēto valsts budžeta ieņēmumu daļu. Arī pašvaldības sniedz saviem iedzīvotājiem visdažādākos bezmaksas un maksas pakalpojumus.

5.3. Pozitīvā un normatīvā ekonomika

Pozitīvā ekonomika. Tai ir aprakstošs raksturs. Detalizēta analīze cenšas noskaidrot ekonomikā cēloņsakarības, mēģina rast atbildi uz jautājumu "kāpēc?".

Normatīvā ekonomika. Tā analizē ekonomiskos procesus no noteiktu kritēriju viedokļa, piemēram, no morāles un ētikas normu viedokļa, no noteiktiem taisnības kritērijiem, no resursu efektīvas izmantošanas viedokļa, no dabas aizsardzības kritēriju viedokļa, noteiktu politisko vai citu mērķu sasniegšanas viedokļa, pēta un iesaka attiecīgo problēmu risināšanas ceļus.

Izmantošanas lauks. Pozitīvā ekonomika, piemēram, pēta narkotiku ražošanas, izplatīšanas metodes, to lietošanas plašumu un postošās sekas cilvēces veselībai un personībai, šīs totāli negatīvās parādības cēloņus, finansiālo pusi saistībā ar ēnu ekonomiku un narkotiku lietotāju dzīves līmeni. Normatīvā ekonomika ar faktoloģiju šai jomā neaprobežojas. Tā ne tikai nosoda narkomāniju, bet rekomendē, kā efektīvi cīnīties ar narkotiku lietošanu nemedicīniskiem nolūkiem.

Jāmin cits nozīmīgāks piemērs pozitīvās un normatīvās ekonomikas sakaram un pretstatam. Pozitīvā ekonomika detalizēti apraksta stāvokli Latvijas ekonomikā, tās panākumus un neveiksmes, to cēloņus, veidojot principiāli jaunu saimniekošanas modeli, tirgus attiecību sistēmu valstī, kas atguvusi politisko neatkarību. Normatīvā ekonomika, balstoties uz pozitīvās ekonomikas pētījumu rezultātiem, izstrādā programmu, kā pārvarēt zemo saimniekošanas efektivitāti, kādas metodes un līdzekļus izmantot, kādu ceļu iet, kādus teorētisko koncepciju ieteikumus ievērot, kā rīkoties, kādu likumdošanas sistēmu izstrādāt, lai Latvijas attīstību pēc iespējas ātrāk tuvinātu Rietumeiropas līmenim. Tirgus ekonomikas studijās lasītājs nedrīkst apstāties pozitīvās ekonomikas problēmu lokā. Jācenšas dabūt atbildi uz jautājumu, ko darīt, lai Latvijas ekonomika pārvarētu negatīvas tendences un ātrāk droši nosēstos uz augšupejas zaļā zara.

5.4. Mikroekonomika un makroekonomika

Ekonomiskajā literatūrā tirgus ekonomika angļu un sakšu zemēs, kā arī Vācijā tiek iedalīta mikroekonomikā un makroekonomikā.

Mikroekonomika. Tā pēta tirgus saimniecības cēloņsakarības, ekonomiskās uzvedības (rīcības), t.sk. lēmumu pieņemšanas sociāli ekonomisko motivāciju mājsaimniecību un uzņēmumu līmenī. Mikroekonomikas pētījumu lokā ietilpst tās likumsakarības, kas aptver atsevišķa preču veida ražošanu un realizāciju, pieprasījumu un piedāvājumu. Visai bieži starp divām un vairākām precēm (ražojumiem un pakalpojumiem) veidojas mikroekonomiskā rakstura atkarības saites, aizstāšanas, papildināšanas un koordinācijas problēmas, kas aprobežojas ar dažu nozaru atsevišķu segmentu mijiedarbību, neskarot visu tautsaimniecību.

Makroekonomika. Tā pēta tautsaimniecības kopējās attīstības problēmas, cēloņsakarības, kas aptver kādas valsts ekonomiku kopumā, tautsaimniecības proporcijas, līdzsvaru un stabilitāti tautsaimniecības mērogā, cēloņus, kas izsit ekonomiku no līdzsvarotas un stabilas attīstības. Makrolīmenī sociāli ekonomiskā motivācija tiek pētīta nevis no atsevišķa uzņēmēja, mājsaimniecības pārstāvju interešu un to realizācijas nosacījumu viedokļa, bet no veselu sociālo grupu interešu kompleksa viedokļa. Valsts loma tirgus ekonomikā ir tipiska makroekonomiskā problēma, jo aptver tautsaimniecību kopumā. Arī fiskālā politika, kas apraksta un pēta valsts budžeta ieņēmumus un izdevumus, attiecīgo motivāciju un tā sekas, ietilpst makroekonomisko problēmu lokā. Populārs ir salīdzinājums, ka mikroekonomika pēta koku, bet makroekonomika – mežu.

Mikroekonomika – makroekonomikas saknes. Turpinot iepriekšējo salīdzinājumu, jāuzsver, ka tad, ja koki ir kropli, nevar būt stalts mežs. Makroekonomiskie procesi sakņojas mikroekonomikā. Inflācija ir tipiska makroekonomiska parādība, taču cenu celšanās visupirms skar konkrētu precī mikrolīmenī. Analoga ir situācija ar bezdarbu valsts mērogā (makroekonomika), jo darbinieku atlaišana sākas uzņēmumā, firmā (mikroekonomika). Pat tāds fundamentāls makroekonomikas pamatrādītājs kā iekšzemes kopprodukts veidojas no pievienotās vērtības, kas rodas ražotnēs, pakalpojumu sniegšanas vietās mikroekonomikā. Vienlaikus darbojas makroekonomiski procesi, proporcijas, kas atgriezeniski iedarbojas uz mikroekonomiku, piemēram, uz atsevišķas ražošanas vienības saimniekošanas rezultātiem.

Ar makroekonomiku ir saistīta viena nozīmīga problēma: kur ietilpināt starptautisko ekonomisko attiecību analīzi. Vairāki zinātnieki to izdala kā atsevišķu kursa daļu. Citi aizstāv uzskatu, ka ārējie ekonomiskie sakari ir organiska makroekonomikas daļa. Šāda nostāja ir arī šīs grāmatas autoram. Argumenti par labu tādām viedoklim ir pietiekami fundamentāli. Ekonomiskā integrācija, valūtas kurss nebūt nav kaut kas autonomš, bet būtiski iespaido konkrētas valsts makroekonomiskos rādītājus, makroekonomisko līdzsvaru, citus makroekonomiskus raksturojumus.

Tirgus ekonomikas pamati obligāti ietver arī ekonomikas vēstures elementus (ekonomisko procesu attīstību vēsturiskā skatījumā), ekonomikas teoriju vēsturi (ekonomikas teoriju salīdzinošu attīstību), ekonomikas teorijas īstenošanos ekonomiskajā politikā.

Ekonomikas zinātņu klasifikācija. Visas ekonomikas zinātnes var iedalīt fundamentālās un pielietojamās zinātnēs.

Tirgus ekonomikas teorija ir fundamentāla zinātne, mūsdienu pielietojamo ekonomikas zinātņu teorētiskais pamats. Pēdējās var iedalīt konkrētās ekonomikas zinātnēs un organizācijas un pārvaldes zinātnēs. Šo zinātņu pārstāvjiem, nodarbojoties ar savām specifiskajām problēmām, vienmēr jābalstās uz tirgus ekonomikas teorijas likumsakarībām. Tā, piemēram, cenu līmeni atkarībā no pieprasījuma un piedāvājuma samēra, cenu regulējošo iedarbību uz ražošanu pēta tirgus ekonomika. Toties metodes, kā noteikt nākotnes pieprasījumu un cenu, kā šajā sakarā attīstīt ražošanu, ir speciālas zinātnes – mārketinga – ziņā. Darba samaksas vispārējos pamatus skaidro tirgus ekonomikas teorija. Darba algas organizācijas konkrētās problēmas, tajā skaitā darba normēšanas jautājumus, apskata citas ekonomikas zinātnes. Vadības subjektīvās rīcības objektīvos pamatus pēta tirgus ekonomikas teorija, toties vadības lēmumu pieņemšanas tehnoloģiju – organizācijas un vadības zinātnes.

Patstāvīga zinātnes joma ir ekonomiski matemātiskās metodes. Tomēr, tās lietojot, jāievēro tirgus ekonomikas pamati: ekonomisko procesu matemātiskajā modelēšanā vienmēr jāievēro ekonomiskās rīcības motivācija.

5.5. Ekonomikas teorijas izstrādāšana

Prognozes. Ekonomikas teorijai, t.sk. mācībai par tirgus saimniecību ne tikai jānoskaidro ekonomiskās attīstības cēloņsakarības, bet, balstoties uz ekonomiskās rīcības izzinātu motivāciju, jāprognozē ekonomiskās politikas, jaunu saimniekošanas formu ieviešanas sekas. Līdz ar to jānonāk līdz vispārīnājumam, kas būtu par pamatu efektīvas saimniekošanas organizēšanai. Pēc shēmas izsekosim ekonomikas teorijas izstrādāšanai.

Pagaidām derīga teorija. Shēmā attēlotais ekonomikas teorijas izstrādāšanas ceļš ir pietiekami loģisks un grafiski apstiprina to, kas iepriekš jau ir noskaidrots. Taču jāpievērš uzmanība rezultātam, t.i., tēzei, ka ir izstrādāta tikai *pagaidām* derīga teorija. Šāds formulējums ir pamatots, jo, *pirmkārt*, nevienu teorētisku atziņu nevar uzskatīt par patiesību pēdējā instancē. Turpmāk dziļāki, vispusīgāki pētījumi var būtiski mainīt sākotnēji par pareizām atzītas tēzes; *otrkārt*, mainoties cēloņiem, mainās arī sekas, tātad pati cēloņsakarība. Līdz ar to ekonomikas teorija noveco. Šajā jomā neviens nespēj pateikt pēdējo vārdu, jo ekonomikas teorija nemitīgi tiek pilnveidota un attīstīta.

5.1. shēma

Ekonomikas teorijas izstrādāšanas posmi

1. Informācijas bāzes veidošanās

Novērošana, faktu, datu savākšana

2. Cēloņsakarību izpēte

Atkārtotošos, tipisko faktu atlase,
cēloņu un seku noskaidrošana

un

Hipotēžu izvirzīšana

3. Hipotēžu pārbaude

Loģiskā pārbaude

un

Pārbaude, konfrontējot ar faktiem

4. Pārbaudes sekas

Loģiska
atbilstība

vai

Loģiska
neatbilstība

Atbilstība
faktiem

vai

Neatbilstība faktiem

5. Teorijas izveide

Pamatojumu un secinājumu sistēmas sakārtošana	un	Ekonomisko likumsakarību formulēšana
--	----	---

6. Rezultāti

Pagaidām derīga teorijā – pamats ekonomiskās politikas lēmumiem
--

5.6. Tirgus ekonomikas pamati un ekonomiskā politika

Jaunu attiecību veidošana. Latvijas Republikā pamatos ir demontēta administratīvā komandsistēma jeb sociālistiskā plānsaimniecība un ir likti pamati normālai, mūsdienu attīstības līmenim atbilstošai tirgus ekonomikai. Taču pašplūsmas ceļā jauna saimniekošanas sistēma nespēj veidoties un tālāk attīstīties, jo trūkst nepieciešamo pašregulēšanās un pašattīstības mehānismu. Ir jāveic īpaši pasākumi, lai saimniekošanu izvilktu no dziļā krīzes dūksnāja. Verd politiskas kaislības, kas stāvokli vēl vairāk sarežģī. Vienlaikus jāīsteno gan glābšanas pasākumi, gan principiāli jauna sociāli ekonomisko attiecību izveides programma. Ar vienu dekrētu to nevar panākt. Ir nepieciešama pārdomāta stratēģija un taktika. Jānosaka galvenie mērķi un pārejas posmi uz tirgus ekonomiku. Citiem vārdiem, valstij (parlamentam, valdībai) jārealizē noteikta ekonomiskā politika, jāietur stingra līnija, veidojot jaunas attiecības un pārdalot resursus. Ekonomiskā politika ietver saimnieciskās attīstības mērķus, pasākumus un līdzekļus šo mērķu īstenošanai. Mēs nesaudzīgi kritizējam ekonomikas administratīvo regulēšanu. Taču dzīves pretruna ir tā, ka tikai administratīviem soļiem ir iespējams pāriet uz jaunu saimniekošanas sistēmu. Sākotnēji Republikas Augstākajai Padomei, tagad Saeimai, jāpieņem liels skaits likumu ekonomikas jomā, kas veido jauno attiecību juridisko formu, tiesiski nostiprina jaunās saimniekošanas attiecības. Daudzkārt lielāks ir to juridisko aktu skaits, kas šajā sakarā jāpieņem Ministru kabinetam, valsts ekonomikas vadības orgāniem.

Latvijas valsts ekonomiskajai politikai ir jānosaka kurss, saskaņā ar kuru ekonomikas kuģis caur bangojošo saimniekošanas okeānu jānovada līdz tirgus ekonomikas drošajai ostai. Lai noteiktu šādu kursu, ir nepieciešams kompass un locijas. To lomu pilda ekonomikas teorija.

Ekonomiskās politikas teorētiskais pamats. Minēsim dažus piemērus, kas rāda, ka tirgus ekonomikas teorijas konkrētās daļas ir tiešs pamats ekonomiskās politikas noteiktiem virzieniem.

Cenu teorija – cenu politika.

Naudas teorija – naudas apgrozības politika, pasākumi inflācijas pārvarēšanai.

Nodarbinātības teorija – nodarbinātības politika.

Finansu teorija – budžeta, tajā skaitā nodokļu politika.

Kredīta teorija – kredīta politika.

Valūtas teorija – valūtas politika.

Cikliskās attīstības teorija – konjunktūras politika.

Darba algas teorija – darba algas politika.

Ārējo ekonomisko sakaru teorija – ārējo ekonomisko sakaru politika.

Taču šo problēmu nedrīkst vienkāršot. Katrs ekonomiskās politikas virziens balstās ne tikai uz ekonomikas teorijas noteiktu daļu, bet kompleksi uz daudzām ekonomikas teorijas jomām. Tā, piemēram, cenu politikai jāievēro ne tikai cenu teorija, bet arī naudas teorija, finansu teorija, valūtas teorija, cikliskās attīstības teorija, darba algas teorija. Turklāt ekonomiskajai politikai ir darīšana ar visai konkrētu saimniecisku situāciju, un liela māka ir savienot abstraktu teoriju ar praktisku uzdevumu risināšanu. Būtībā tā ir uz teorētiskām atziņām balstīta prognozēšanas prasme, proti, sevišķa māka pieņemt likumus, lēmumus, īstenot pasākumus, kas konkrētā situācijā ievirzītu saimniekotāju subjektu ekonomisko rīcību nepieciešamā gultnē. No prognožu pareizības, no varianta izvēles ir atkarīgs, vai ekonomiskās politikas mērķi tiks realizēti.

Tirgus ekonomikas pamati jāzina visiem. Ekonomikas teorijas apgūšana ir uzņēmēju un menedžeru profesionālās sagatavošanas obligāts nosacījums. Ikvienam izglītotam cilvēkam jāzina ekonomikas teorijas pamati, lai apzināti un mērķtiecīgi varētu piedalīties neatkarīgās Latvijas jauncelsmes darbā, lai saprastu un varētu novērtēt partiju un sabiedrisko kustību ekonomiskās programmas, likumdošanas orgānu un valdības ekonomisko politiku. Bez ekonomiskām zināšanām mūsdienu cilvēks staigā pa dzīvi it kā aizsietām acīm. Lai nosēstos uz saimniekošanas panākumu zaļā zara, jābūt teicamai redzei. Nobeigumā citēsim vienu no izcilākajiem XX gadsimta ekonomistiem, liberālisma kvēlo aizstāvi Ludvigu fon Mizesu: "Neatkarīgi no tā, vai tas kādam patīk vai ne, mūsdienu politikas problēmas ir tīri ekonomiskas dabas un tās nevar izprast bez ekonomikas teorijas zināšanām. Tikai cilvēks, kas orientējas ekonomikas teorijas pamata jautājumos, spējīgs izstrādāt neatkarīgus uzskatus par izskatāmām problēmām."

5.7. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Tirgus ekonomikas priekšmets – zinātne par tirgus attiecībām, to konkrētajām formām. Īpašuma kvantitatīvā un kvalitatīvā noteiktība kā sociāli ekonomiskie motīvi nosaka saimniekojošo objektu – gan ražotāju, gan patērētāju ekonomisko uzvedību un tās rezultātus, pēta un māca tirgus attiecību noturīgo cēloņsakarību, raksturo tirgus saimniecības objektīvās funkcionēšanas un attīstības likumus. Latvijas apstākļos tirgus ekonomikas priekšmets ietver pārejas formu izpēti no komandekonomikas uz sociālo tirgus saimniecību, sagatavošanas soļus, kas atvērtu ES vārtus.
2. Tirgus ekonomikas subjekti – privātā mājaisaimniecība, uzņēmums, firma, banka, valsts un pašvaldības.
3. Pozitīvā un normatīvā ekonomika – pozitīvai ekonomikai ir aprakstošs, analītisks raksturs, tas meklē atbildi uz jautājumu "kāpēc?". Normatīvā ekonomika pēta sociāli ekonomiskās cēloņsakarības no noteiktu mērķu sasniegšanas viedokļa.
4. Mikroekonomika un makroekonomika – mikroekonomika pēta tirgus saimniecības cēloņsakarības, ekonomisko uzvedību, alternatīvu izvēli un lēmumu pieņemšanu no mājaisaimniecību un uzņēmumu motivācijas viedokļa. Tās lokā ir likumsakarības, kas aptver atsevišķu preču veida ražošanu un realizāciju, ekonomisko efektivitāti mikrolīmenī; makroekonomika pēta tautsaimniecības kopējās attīstības problēmas, cēloņsakarības, kas aptver kādas valsts ekonomiku kopumā, tautsaimniecības problēmas, līdzsvaru un nestabilitātes cēloņus tautsaimniecības mērogā. Makroekonomikā sociāli ekonomiskā motivācija ir izpētes objekts no veselu, lielu sociālo grupu viedokļa, no valsts iedzīvotāju kopējo interešu īstenošanas nosacījumu viedokļa. Valsts loma, ekonomiskā politika, tautsaimniecības attīstības tempi, fiskālā, tai skaitā nodokļu politika, maksāšanas bilance, ārējie ekonomiskie sakari, sagatavošana integrācijai Eiropas Savienības sastāvā, valsts politika ir tipiskas makroekonomikas problēmas.

5.8. Secinājumi

Pētot to sociāli ekonomisko attiecību kopumu, kas raksturo tirgus ekonomiku, gūstam iespēju noskaidrot: *pirmkārt*, saimniekojošo subjektu (tirgus dalībnieku) ekonomiskās uzvedības (rīcības) sociāli ekonomisko motivāciju; *otrkārt*, ekonomisko procesu cēloņsakarību, t.i., zināt cēloņus, prognozēt sekas; *treškārt*, ekonomisko likumu darbību; *ceturtkārt*, alternatīvā varianta izvēli, kad neierobežotas vajadzības nonāk pretrunā ar ierobežotiem resursiem. Tirgus ekonomikas subjekti ir privātās mājaisaimniecības, kuru skaitā ietilpst bezpeļņas organizācijas (arodbiedrības, sporta klubi u.c.), uzņēmumi, firmas, valsts un pašvaldību institūcijas.

Apgūstot tirgus ekonomikas pamatus, jāsavieno pozitīvā ekonomika (analīze, apraksts) ar normatīvo ekonomiku (ekonomikas novērtēšana pēc noteiktiem kritērijiem trūkumu pārvarēšanai, konstruktīvu priekšlikumu izstrādāšanai).

Tirgus ekonomikas kursa dalījums mikroekonomikā un makroekonomikā zināmā mērā ir nosacīts. Vienlaikus gan metodoloģiski, gan metodiski var atdalīt ekonomiskus procesus, kas īstenoja mājaisaim-

niecību atsevišķu uzņēmumu, firmu līmenī (mikroekonomiku), un procesus, kas aptver visu tautsaimniecību, proporcijas, līdzsvaru, stabilitāti tautsaimniecības mērogā (makroekonomika). Makroekonomiskie procesi sakņojas mikroekonomikā, kas nenozīmē, ka makroekonomika atgriezeniski neiedarbojas uz mikroekonomiku.

Šodien centrālā problēma ir ekonomisko teoriju atziņu izmantošana efektīvās ekonomiskās politikas īstenošanai. Grūtības šai jomā saistās ar to, ka Latvija vēl ir pārejas periodā uz attīstītu tirgus ekonomiku, ka dažas tirgus ekonomikas formas vēl ir embrionālā stadijā vai bērnu autiņos. Tas rada grūtības īstenojot tādu ekonomisku politiku, kas radoši balstās uz tādām teorētiskām atziņām, kas vispilnīgāk atbilst Latvijas realitātēm, ievērojot pagātņi, šodien un priekšstatus par nākotni.

5.9. Pamatterminu tulkojums

Brīvā tirgus ekonomika	<i>free market economy</i>	свободная рыночная экономика
Jauktā ekonomika	<i>mixed economy</i>	смешанная экономика
Komandekonomika	<i>command economy</i>	командная экономика
Pozitīvā un normatīvā ekonomika	<i>positive and normative economics</i>	позитивная и нормативная экономика
Tirgus ekonomikas priekšmets	<i>market economy subject</i>	предмет рыночной экономики
Tirgus ekonomikas teorija un ekonomiskā politika	<i>market economic theory and economic policy</i>	теория рыночной экономики и экономическая политика

5.10. Paškontroles jautājumi

1. Ko pēta tirgus ekonomika?
2. Kādas tirgus ekonomikas kategorijas jāsatur tirgus ekonomikas priekšmeta definīcijai?
3. Uz ko orientē tirgus ekonomikas priekšmeta definīcija?
4. Kādi ir tirgus ekonomikas subjekti?
5. Ar ko atšķiras normatīvā ekonomika no pozitīvās ekonomikas?
6. Pēc kādiem kritērijiem tirgus ekonomikas problēmas tiek attiecinātas uz mikroekonomiku un makroekonomiku?
7. Kāds sakars ir starp mikroekonomiku un makroekonomiku?
8. Kāds ir ekonomikas teorijas izstrādāšanas loģiskais ceļš?
9. Kāpēc šīsdienas ekonomikas teorijas atziņas raksturojamas kā pagaidām derīga teorija?
10. Kāpēc ekonomiskā politika jābalsta uz ekonomisko teoriju?

6. nodaļa. Tirgus ekonomikas funkcionēšanas pamati

6.1. Preču ražošana un tirgus ekonomika

Ekonomiskā mehānisma nepieciešamība. Jebkuras sabiedrības normālai attīstībai ir nepieciešams īpašs ekonomisks mehānisms, ar kuru tā, *pirmkārt*, uztver un rosina vajadzības; *otrkārt*, kompensē izlietos resursus, *treškārt*, sadala un pārdala resursus (zemi, darbaspēku, kapitālu, uzņēmējspējas) pa nozarēm, apakšnozarēm un uzņēmumiem atbilstoši mainīgajām un augošajām sabiedrības vajadzībām; *ceturtkārt*, sekmē un piespiež uzņēmumus samazināt ražošanas izmaksas, ieviest moderno tehniku, tehnoloģiju, darba organizāciju; *piektkārt*, atsijā neefektīvus saimniekotājus; *sestkārt*, nodrošina atgriezenisko saikni starp ražošanu un patēriņu.

Šāds daudzfunkcionāls mehānisms mūsdienās būtībā ir tirgus saimniecība ar savu specifisko cilvēku ekonomiskās uzvedības motivāciju, noturīgām cēloņsakarībām.

Naturālā saimniecība. Mūsu senči senatnē sūri strādāja, cīnījās par savu eksistenci, mīlēja un cieta bez jebkādam tirgus attiecībām. Viss dzīvei nepieciešamais tika sagādāts, valdot naturālajai saimniecībai, proti, ciltī, kopienā, ģimenē itin **viss tika ražots pašu vajadzībām, pašu patēriņam.** Maiņa nepastāvēja, jo nebija nekādas vajadzības, ne iespējas saražotos labumus pirkt vai pārdot, t.i., mainīt. Naturālajai saimniecībai bija sava noteiktas ievirzes motivācija. Šī motivācija noteica ražotāju ekonomisko uzvedību.

Prece. Naturālo saimniecību pakāpeniski nomainīja preču ražošana. Tika saražota prece, proti, produkts (arī pakalpojums), kas paredzēts maiņai, pārdošanai. Preces ekonomisko raksturu noteica nevis produkta, pakalpojuma dabiskās īpašības, bet maiņas attiecības, tātad noteiktas sociāli ekonomiskās attiecības. Kāpēc preču ražošana kļuva gan nepieciešama, gan arī iespējama?

Preču ražošanas pastāvēšanas pamatnosacījumi. To noteica divi pamatnosacījumi. *Pirmkārt*, sabiedriskā darba dalīšana. Specializēto lopkopju un zemkopju cilšu rašanās lika pirmos pamatus preču ražošanai, regulārai maiņai. Savstarpējās maiņas objekti bija lopkopības un zemkopības produkti. Amatniecības kā autonoma darbības veida atdalīšanās, tās arvien šaurāka diferenciācija pavēra preču ražošanai plašus jo plašus apvārsņus. Ar laiku maiņas funkcijas sāka veikt īpaši starpnieki – tirgotāji. Tirdzniecības kā patstāvīgas specializētas nozares izveide bija varens impulss preču ražošanas tālākai attīstībai. Visu šo procesu ietekmē radās un kļuva arvien sarežģītāks īpašs tirgus mehānisms.

Būtu maldīgi uzskatīt, ka darba dalīšana vien nosaka preču ražošanas attīstību. *Otrkārt*, lai produkti tiktu ražoti kā preces un notiktu maiņa, obligāti nepieciešams nosacījums ir ekonomiski nošķirtu īpašnieku – daudzveidīgās produkcijas ražotāju – pastāvēšana. Maiņa kļūst reāla tikai tad, kad pastāv savstarpējas atsavināšanas iespējas. To ekonomiski nodrošina minētā atšķirīgo īpašnieku pastāvēšana. Svešu īpašumu var piesavināties arī vardarbīgi vai zagšanas ceļā. Saprotams, šādai rīcībai nav nekāda sakara ar tirgus attiecībām. Vēsturiski maiņa vispirms notika starp dažādām kopienām kā starp autonomiem īpašniekiem. Kopienų ietvaros maiņa kā saimniekošanas faktors nepastāvēja, kaut arī tur bija noteikta darba dalīšana. Pievērsīsimies mūsdienām. Vai starp vienas rūpnīcas dažādām ražotnēm, cehiem, brigādēm veidojas preču ražošanas, pirkšanas un pārdošanas attiecības? Nekādā gadījumā! Preču ražotājs, partneris maiņas aktā ir viss uzņēmums kā atsevišķs un vienots īpašuma objekts. Saskaņā ar tiesisko normu rūpnīcas apakšvienība nav juridiska persona, tā nevar patstāvīgi kā īpašnieks rīkoties ar savu produkciju. No tirgus attiecību viedokļa nav svarīgi, vai minētā rūpnīca pieder vienam īpašniekam, akciju sabiedrībai ar lielu akcionāru skaitu, valstij vai konkrētai pašvaldībai. Noteicošais fakts ir tas, ka rūpnīca ir reāli nošķirts īpašums. Saimniekošanas praksē sastopam dažus šī nosacījuma variantus: īpašnieks var savas tiesības deleģēt citam, arī kāda uzņēmuma filiālēm var piešķirt juridiskas personas statusu. Bet tas nemaina problēmas ekonomisko būtību. Arī patstāvīgā zemnieku saimniecībā vienas ģimenes ietvaros ir noteikta darba dalīšana starp vīru, sievu un bērniem. Ir likumsakarīgi, ka ģimenes locekļi savā starpā preču maiņas attiecībās

nestājas, jo viņu saimniecība ir vienots objekts. Citādi ir tad, kad saimniecība tiek sadalīta starp vecākiem un bērniem: tēvs un dēls kā nošķirti īpašnieki var mainīt savu produkciju kā precī.

Ko varam secināt? *Pirmkārt*, darba dalīšana saistībā ar nošķirtu īpašumu nosaka preču ražošanas iespējamību un nepieciešamību. Lai apmierinātu savas vajadzības, lai izdzīvotu, ražotājam jāstājas maiņas, t.i., preču pirkšanas un pārdošanas attiecībās. *Otrkārt*, preces forma nav produkta vai pakalpojuma dabiska īpašība, bet gan ir sociāli ekonomiska īpašība. Preču ražošana ir noteikts sociāli ekonomisko attiecību tips. *Treškārt*, preču ražošana salīdzinājumā ar naturālo saimniecību maina cilvēku ekonomiskās rīcības motivāciju: lai apmierinātu savas vajadzības, vispirms jāapmierina pircēja vajadzības. (Atcerēsimies teicienu, ka pircēja vēlme ražotājam, pārdevējam ir likums.) *Ceturtkārt*, no ražotāju izdzīvošanas viedokļa visai nozīmīgs ir maiņas proporciju konkrētais lielums. *Piektkārt*, ir nepieciešams īpašs mehānisms, kas savieno preču ražotājus, tirgotājus un patērētājus, pārdevējus un pircējus. Šis mehānisms ir tirgus.

Preču ražošana vērsas plašumā. Cilvēces ekonomikas vēsture liecina, ka naturālā saimniecība savas pozīcijas preču ražošanai atdeva diezgan pakāpeniski. Šīs divas saimniekošanas formas daudzus gadsimtus viena otru veiksmīgi papildināja. Rīgas cunftu amatnieki – nepārprotami preču ražotāji – savai iztikai turēja mājlopus un tos ganīja apkārtējās pļavās. No tiem laikiem ir saglabāties arī nosaukums – Ganību dambis.

Par valdošo saimniekošanas formu preču ražošana kļuva tikai kapitālisma apstākļos. Taču lauksaimniecībā joprojām saglabājas zināmi naturālās saimniecības elementi. Atcerēsimies pirmskara Latvijas zemniekus. Kartupeļus, bietes, salātus, pienu, krējumu, olas veikalā viņi nepirka. Sviestu, šķiņķi, desas viņi paši izgatavoja. Arī maizi zemnieki cepa mājās apstākļos. Ja kādam zemniekam piederēja mežs, tad arī kurināmais tika sagatavots saimniecībā. Zirgam – šim auzu motoram – “degvielu” ražoja pats zemnieks. Lai lauku iedzīvotāji pilnīgi atteiktos no pašapgādes, ir nepieciešams diezgan augsts ražošanas efektivitātes līmenis, detalizēta specializācija. Amerikāņu fermeris pats savu gotiņu pienu parasti nedzer, bet pērk veikalā pasterizētu un vitaminizētu pienu, kas turklāt vēl ilgstoši neskābst. Pašu vajadzībām kopt sakņu vai augļu dārzu nav izdevīgi: tas prasa pārāk daudz dārgā laika, t.i., neatmaksājas. Fermeris ģimenes estētiskai baudai ir ar mieru piemājas dārzā audzēt vienīgi acij tīkamas puķes.

Par naturālās saimniecības un preču ražošanas samēru mājas soli. Ja krāsns kurināšanu un ūdens karsēšanu uz plīts aizstāj centralizēta apkure un karstā ūdens piegāde, tas nozīmē, ka preču ražošanas attiecības ir paplašinājušas savu darbības sfēru. Ēdiena gatavošana mājās būtībā ir naturālās saimniecības forma. Attīstītās Rietumu valstīs plašā izvēlē var nopirkt ēdiena pusfabrikātus augstā gatavības pakāpē. Nav jāapgūst kulinārijas māka, lai ar minimālu piepūli mikroviļņu krāsnī sagatavotu maltīti. Zinātāji iebildīs, ka mums šāds ēdiens liekas visai negaršīgs. Taču, ja Rietumos cilvēks vēlas patiešām garšīgi paēst, viņš ar ģimeni vai draugiem dodas uz restorānu. Mūsu analīzē nozīmīgi ir tas, ka arī sadzīves sfērā naturālā saimniecība arvien vairāk sašaurinās. Pat tādi sīkumi kā nomizotu un nomazgātu kartupeļu vai šķēlēs sagrieztas maizes iegāde veikalā liecina, ka preču ražošanas attiecības ir iekarojušas jaunas pozīcijas.

Vai komandekonomikas apstākļos pastāvēja preču ražošana? Visai pretrunīgs, būtībā pretdabisks ir preču ražošanas liktenis sociālistiskajā plānsaimniecībā. Sociālisma ideologi, balstoties uz marksisma pamatlicēju darbu citātiem, sludināja, ka pāreja no kapitālistiskās uz sociālistisko saimniekošanu, uz visas tautas īpašumu, nozīmēs preču ražošanas bojāeju. Atsevišķi drosminieki, manipulējot ar citiem citātiem no šiem pašiem darbiem, šādu uzskatu noliedza. Šo strīdu 1952. gadā “izšķīra” J. Staļins, kas kā augstākais soģis pavēstīja, ka sociālismā preču ražošana pastāv, bet diezgan ierobežotā veidā. Tā attiecas tikai uz patēriņa priekšmetu realizāciju. Saprotams, ceļā uz komunisma gaišajām virsotnēm preču ražošanas attiecības kā traucējošs faktors būs pakāpeniski jānovāc. Nezaudēsim laiku šo reizē primitīvo, reizē utopisko spriedumu analīzei. Pievērsīsimies mūsu nesenās pagātnes realitātem.

Formālā produkcijas pārdošana. Ražošanas līdzekļus starp patērētājiem pamatos birokrātiski sadalīja valsts plānošanas un sagādes orgāni. Šajā jomā pirkšanas un pārdošanas aktam bija formāls raksturs. Uzņēmumi, kas pat ilgstoši ražoja nevienam nevajadzīgo, bet plānā paredzēto produkciju, tika visādi balstīti. Mūžīgā deficīta apstākļos sagādnieki cīnījās par to, lai būtu pēc iespējas lielāki dažādu līdzekļu krājumi. Tā kā resursu iedalīšana, visādu fondu un limitu noteikšana, norīkojumu

izrakstīšana, nepieciešamās produkcijas reālā saņemšana bija atkarīga no dažāda ranga ierēdņiem, no to spalvas vilciena, tad plauka korupcija.

Naturālā saimniecība kā glābējs. Mūžīgās apgādes grūtības, daudzie birokrātiskie šķēršļi spieda uzņēmumu vadību plāna izpildes vārdā enerģiski cīnīties par pašnodrošināšanos, proti, pašiem ražot daudzas detaļas, instrumentus, pat nepieciešamo iekārtu un mašīnas. Normāli saimniekojot, šos resursus ar krietni mazāku naudas līdzekļu patēriņu varēja iepirkt no nošķirti partneriem, balstoties uz saprātīgu darba dalīšanu. Nevēloties riskēt un palikt bez remonta pakalpojumiem no ārpuses, visdažādākā profila uzņēmumi organizēja sev plašus remonta dienestus ar attiecīgu iekārtu, kas parasti bija maznoslogota. Daudzām rūpnīcām, kolhoziem, padomju saimniecībām bija pašmāju celtnieki. Tādējādi sociālistiskās plānsaimniecības organiskās kaites grāva efektīvu specializāciju un sekmēja izšķērdīgu pašapgādi, būtībā veicināja naturālās saimniecības attīstību industriālās ražošanas ietvaros.

Naturālā saimniecība – lauku cilvēku izdzīvošanai. Lauku iedzīvotāji, saņemot zemu jo zemu samaksu par savu darbu kolhozos un padomju saimniecībās, bija spiesti galvenokārt sev iztiku gūt, sūri strādājot piemājas saimniecībās. Citiem vārdiem, tieši naturālā saimniecība bija šo ģimeņu izdzīvošanas pamats. Tas nebūt neizslēdz faktu, ka piemājas saimniecībās šo to (galvenokārt pienu, gaļu, dārzeņus, augļus) ražoja arī pārdošanai. Ir raksturīgi, ka, pieaugot ienākumiem, uzlabojoties tirdzniecībai ar pārtikas produktiem, lauku apvidos samazinājās to ģimeņu skaits, kas turēja govīs, cūkas. Starp citu, tām bija jāpārvar daudz grūtību, lai kaut cik rezultatīvi strādātu savā piemājas saimniecībā.

Atavisms vērsas plašumā. Normālā tirgus ekonomikā naturālā saimniecība ir nepārprotams atavisms. Vai Latvijā, pārejot uz tirgus ekonomiku, naturālā saimniecība arvien sašaurinājās? Nekādā gadījumā. Tieši otrādi, naturālā saimniecība gūst it kā jaunu elpu, vērsas plašumā. Paradokss? Nebūt ne. Objektīvu un subjektīvu apstākļu radītās lauksaimniecības degradācijas dēļ zemnieki, kas palikuši bez tirgus savai ierastai preču produkcijai, rūpēs par tīri fizisko izdzīvošanu pievērsās naturālajai saimniecībai. Daudziem lauku darbarūķiem, kļuvušiem par zemes likumīgiem īpašniekiem, citas iespējas pabarot ģimeni nav. Naturālā saimniecība kļūst par glābšanas riņķi no bada. Atavismam slava! Tāda ir realitāte daļai zemnieku ģimeņu.

Būtiski ir sarucis pieprasījums pēc maksas pakalpojumiem, kas arī liecina par naturalizācijas procesu recidīvu saimniekošanā. Dzīves dārdzība ir sašaurinājusi Latvijas iekšējo tirgu, un iedzīvotāji pilsētnieki labprāt apstrādā kādu sakņu dārzeņu.

Labumu ekonomiskā klasifikācija. Lai nebūtu pārpratumu tirgus kategoriju izpratnē, precīzi jāievēro labumu ekonomiskais raksturojums. Labums ir ražojums vai pakalpojums, kas apmierina cilvēka vajadzības vai vājības. Labums, kas tiek mainīts, pirkt un pārdots, ir **prece**. Visi pārējie labumi nav preces, piemēram, dāvanas, atradums, pusfabrikāti, krājumi, pakalpojumi uzņēmuma ietvaros, dabas viela, ko cilvēki var izmantot neierobežoti. Tipiskākais piemērs ir brīva gaisa lietošana. Kondicionēts gaiss, ierobežots, speciāli ražots un pārdots, toties ir prece.

6.2. Tirgus modelis

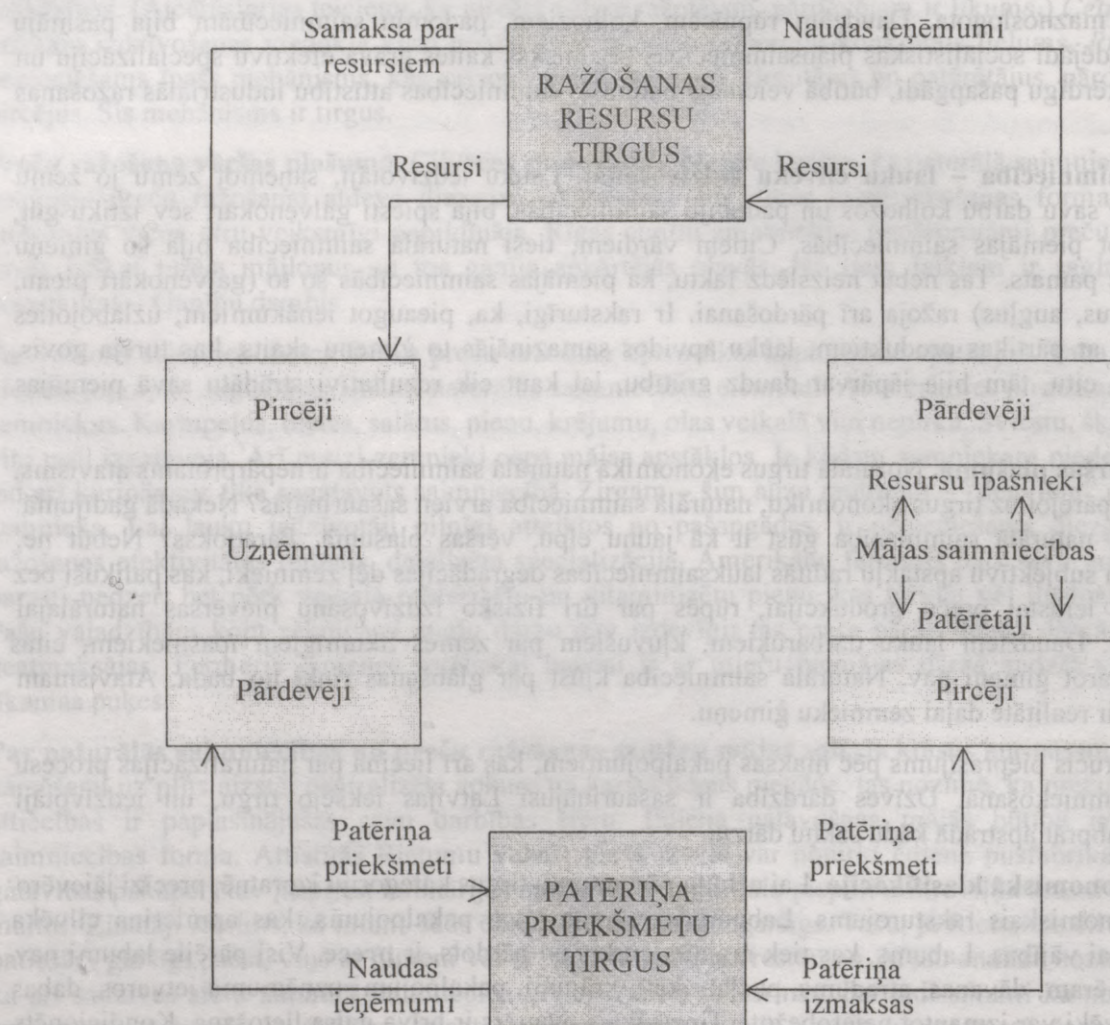
Kas ir tirgus? Ievērojot iepriekš teikto par preču ražošanu, varam tirgu raksturot kā daudzšķautņainu sociāli ekonomisko attiecību sistēmu starp pārdevējiem un pircējiem, kas pastiprina attiecības starp preču ražotājiem un patērētājiem. Vienlaikus tas nozīmē, ka tirgus ir īpašs ekonomisks mehānisms, kas savieno piedāvājumu ar pieprasījumu un regulē preču ražošanu, balstoties uz atgriezenisko saikni. Pēc 6.1. shēmas varam izsekot, kā tirgus nodrošina cilvēku izdzīvošanai tik nepieciešamos sakarus starp pircējiem un pārdevējiem.

Vienkāršotā tirgus modeļa elementi. Šajā vienkāršotajā tirgus modelī figurē tikai divi tirgi un divi vispārināti pārdevēji, kas reizē ir arī pircēji. Mājas saimniecības pārstāv, *pirmkārt*, it visi patērīna priekšmetu un pakalpojumu pieprasītāji un pircēji, *otrkārt*, četru ražošanas resursu – zemes, darbaspēka, kapitāla un uzņēmējspēju – īpašnieki, kas šos resursus piedāvā un pārdod. Uzņēmumi ir ietverti shēmā tikai kā ražošanas organizatoriskā forma, kuri, no vienas puses, pēc to pārstrādāšanas attiecīgajā tirgū piedāvā un pārdod vienīgi patērīna priekšmetus.

Modelī nav atspoguļota valsts loma tirgus ekonomikā, kā arī tas, ka uzņēmumi ražo visus kapitāla elementus, ka bez resursu un patēriņa priekšmetu tirgiem darbojas arī citi tirgi. Neskatoties uz šīm nepilnībām, shēma dod pārliecinošu priekšstatu par to, ka tirgus, savienojot pārdevējus ar pircējiem, saslēdz vienotā sakarību ķēdē pieprasījumu un piedāvājumu, resursus un patēriņa priekšmetus.

6.1. shēma

Vienkāršots tirgus modelis



6.3. Tirgus ekonomikas pamatpazīmes

Produkcijas un pakalpojumi – preces. Tirgus ekonomiku veido visai sarežģīts sociāli ekonomisko attiecību kopums. To raksturo vairākas pamatpazīmes. Visi ražošanas resursi un patēriņa priekšmeti, praktiski to lielum lielais vairums, iegūst preces ekonomisko formu. Tie nonāk pie ražotājiem un patērētājiem ar tirgus mehānisma starpniecību. Preces formu iegūst arī visdažādākie pakalpojumi. Piemēram, ārsta, advokāta, skolotāja, aktiera, logu mazgātāja, kurpnieka, skursteņslauķa, arī ierēdņa un policista sniegtie pakalpojumi tiek pamatos, ievērojot būtiskas īpatnības, pārdoti un pirkti.

Sociāli ekonomisko attiecību dominējošā forma – maiņas attiecības. Viscaur valda princips – pārdot, lai pirktu, jo tā var apmierināt gan ražošanas, gan arī personiskās vajadzības. Pirkšanas un pārdošanas aktiem jāatkārtojas arvien no jauna. Tirgus sairšana apstādina ražošanu. Tas savukārt apdraud jebkuras tautas eksistenci.

Pamats – privātais īpašums. Mēs jau minējām, ka preču ražošana balstās uz privātā īpašuma attiecībām. Šī nozīmīgā atziņa pilnā mērā attiecas arī uz tirgus ekonomiku kopumā. Rietumu ekonomisti un likumdevēji parasti vadās pēc tā, ka viss, kas nav valsts (pašvaldību) īpašums, ir raksturojams kā

privātais īpašums. Līdz ar to ne tikai viena īpašnieka un ģimenes uzņēmumi, bet arī privātās akciju sabiedrības, paju sabiedrības, visādi kooperatīvie veidojumi ir privātā īpašuma konkrētās formas.

Var būt arī jaukts īpašums, kad vienotā uzņēmumā vai sabiedrībā lielāka vai mazāka īpašuma daļa pieder valstij (pašvaldībām). Tirgus ekonomikā šie "jaukteņi" pamatos darbojas kā privātie uzņēmumi, kaut arī šādas attiecības nosaka zināmas īpatnības ekonomiskās rīcības motivācijā.

Brīvā uzņēmējdarbība. Tirgus ekonomiku raksturo **brīva uzņēmējdarbība**. Tas nozīmē, ka saimniekotāji var brīvi izvēlēties, ko, cik, kā un kam ražot, kādā nozarē un cik plaši darboties. Likums gan var aizliegt tādus darbības veidus, kas kaitē sabiedrībai, piemēram, narkotisku vielu ražošanu un pārdošanu. Tā ir pieļaujama tikai ārstnieciskos nolūkos. Ir pavērts ceļš izvērstai **ekonomiskai iniciatīvai**. Uzņēmējs, balstoties uz pašierosmi, organizē un virza saimniecisko darbību, meklē savu vietu zem "tirgus saules", ievieš jaunāko tehniku un tehnoloģiju, pilnveido pārvaldi, rūpējas par produkcijas kvalitāti, cenšas apsteigt savus sāncenšus, kā arī turēt augstu firmas godu. Tieši tirgus ekonomikā teiciens "Katrs pats savas laimes kalējs" izpaužas vispilnīgāk.

Konkurence. Nozīmīgs tirgus ekonomikas dzinējspēks ir ekonomiskā sacensība, t.i., konkurence, kas galvenokārt saistīta ar tirgus iekarošanu, pircēju piesaistīšanu. Tā asātajās formās var būt vērsta uz sāncenšu ekonomisko pozīciju, viņu iespēju iedragāšanu. Panākumi šajā sacensībā ir atkarīgi no uzņēmēja ekonomiskās iniciatīvas, mākas vadīt savu uzņēmumu, uztvert un ieviest dzīvē jaunas idejas, pārkārtot ražošanu atbilstoši mainīgajam pieprasījumam, kā arī atrast to konkrēto tirgu, pircēju, kam ir izdevīgi pārdot ražoto produkciju.

Tirgus ekonomikas apstākļos par precī klūst ne tikai patēriņa priekšmeti un ražošanas resursi, bet arī nauda, ārzemju valūta, vērtspapīri u.tml. Šajā sakarā rodas dažādi tirgi, kuriem ir raksturīga noteikta specifika.

6.4. Tirgus veidi. Biržas

Patēriņa preču tirgus. Tirgus saimniecību raksturo vairāki tirgus veidi. Viens no tiem ir **patēriņa priekšmetu tirgus** – ekonomisko attiecību sistēma, kas savieno preču patēriņa ražotājus ar patērētājiem. Šim tirgus ir raksturīgi specifiski pārdošanas nosacījumi un organizācija, savī īpaši konkurences un cenu veidošanās mehānismi. Preces no ražotājiem pie patērētājiem novada starpnieki – vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības uzņēmumi. Mazumtirdzniecības tīklā preces tiek tieši pārdotas patērētājiem. Šo tīklu veido gan šauri specializēti veikali, kioski, gan arī lieli universālveikali, daudzveidīgas tirdzniecības firmas.

Pakalpojumu tirgus. Šeit realizē sadzīves, sociālos u.c. pakalpojumus, kam ir preces ekonomiskā forma.

Ražošanas līdzekļu tirgus. Šeit tiek pārdoti darba līdzekļi un darba priekšmeti, t.i., materiālie resursi. Šis tirgus ir visai diferencēts. Ir iespējams izdalīt energoresursu tirgu, metālu tirgu, būvmateriālu tirgu, iekārtu tirgu utt. Specifisks ražošanas līdzekļu tirgus ir kapitālās celtniecības objektu tirgus. Tajā celtniecības un montāžas firmas pārdod ražošanai pilnīgi sagatavotus uzņēmumus, atsevišķus cehus, ražotnes. Iekārtas galvenokārt tiek ražotas un pārdotas, pamatojoties uz pasūtījumu. Arī ražošanas līdzekļu tirgū darbojas starpnieki, tajā skaitā lieli vairumtirdzniecības uzņēmumi ar plašām noliktavām. Šo tirgu apkalpo arī preču biržas. Īpašā tirgū pārdod zemi, mežus, zemes dzīļu bagātības.

Darbspēka tirgus. Šinī tirgū tiek piedāvāts un pirktas darbaspēks.¹ Svarīgs darbaspēka tirgus nosacījums ir brīva darbaspēka kustība.

Naudas un vērtspapīru tirgus. Naudas tirgū par noteiktu maksu (procentiem) pārdod (aizdod) īpašu precī – brīvos naudas līdzekļus. Vērtspapīru tirgū notiek akciju, obligāciju un citu vērtspapīru realizācija.

Informācijas tirgus. Bez tam vēl darbojas zinātniski tehniskās un komerciālās informācijas tirgus.

Nekustamā īpašuma tirgus. Te prece ir zeme, ēkas, būves, dzīvojamie nami, vasarnīcas. Var izdalīt atsevišķu dzīvokļu tirgu.

¹ Visai specifisks tirgus, kur atbilstoši daudzu ekonomistu teorētiku uzskatam darbaspēks tiek nevis pirkt, bet tikai iznomāts. Pēc citu uzskata, tiek pirkt (samaksāts) darbs kā pakalpojums.

Valūtas tirgus. Valūtas tirgu pārstāv specializētas bankas, starpbanku tirgus, maiņas punkti. Teritoriālā skatījumā izšķir vietējo, nacionālo, reģionālo un pasaules tirgu.

Birža. Tirgus ekonomikas apstākļos daudzveidīgie preču pirkšanas un pārdošanas darījumi tiek organizēti un kārtoti tieši biržās. Biržas būtībā ir pastāvīgas tirgotāju – pircēju un pārdevēju – satikšanās un darījumu noslēgšanas vietas. Tas ir īpašs tirdzniecības veids. Atšķirībā no parastā tirgus, kur pārdod reālas preces, biržā tirdzniecisko darījumu objekts ir preču piegādes dokumenti. Tā, piemēram, labības biržā var pārdot nākamā gada ražu. Kamēr tankkuģis ar naftu ceļo no Persijas jūras līča uz Eiropu, tā krava bieži vien tiek daudzkārtīgi pirktā un pārdota naftas biržā.

Atkarībā no tirgus veidiem darbojas arī dažādas biržas. Preču birža ir vieta, kur tiek saņemta informācija un slēgti preču pirkšanas un pārdošanas darījumi pēc to paraugiem vai standartiem. Darbojas gan universālas, gan arī specializētas preču biržas. Biržu saimē var izdalīt melno un krāsaino metālu u.c. biržas.

Fondu birža ir vieta, kur pērk un pārdod visāda veida vērtspapīrus. Tas rada tūlītēju iespēju pārvērst naudas līdzekļus vērtspapīros un otrādi. Tādējādi ar fondu biržas starpniecību brīvos naudas līdzekļus, kuri nav ieguldīti citur, var novirzīt uzņēmējdarbības izvēšanai.

Valūtas biržā vairumā tiek pirktā un pārdota brīvi konvertējamā ārzemju valūta. Valūtas biržu operāciju objekti ir arī ārvalstu vekseli, cita veida parādzīmes.

Darba biržu galvenais uzdevums ir palīdzēt bezdarbniekiem atrast darbu. Šajā sakarā darba biržās tiek veidotas informācijas bankas par darbaspēka pieprasījumu un piedāvājumu valstī vai reģionā.

Biržas darījumus kārtoti biržas starpnieki: mākleri, brokeri, dīleri. Viņu uzdevums ir pārdevējiem atrast pircējus un otrādi. Biržas ienākumus veido galvenokārt maksa par starpniecības pakalpojumiem.

90. gadu sākumā, sairstot vecajai viscaur birokrātiskajai apgādes un sadales sistēmai, Latvijā notika īsts preču biržu dibināšanas bums. Īsā laikā valstī sāka darboties vairāk nekā 20 starpnieku organizāciju, kurām bija lepnais biržas nosaukums. Ievērojot Latvijas iedzīvotāju skaitu, tā varēja droši pretendēt uz godpilno vietu Ginesa rekordu grāmatā kā pirmā lieluma biržu zvaigzne pasaules valstu starpā. Vērtējot šo biržu reālo darbību, jāatceras tautas gudrība: “Neskati vīru no cepures.” Šīs starpnieku organizācijas būtībā bija tirdzniecības nami, kas pieņēma pārdošanai visu, kas tika piedāvāts, un izmantoja izsoles mehānismu. Latvijas biržu ziedu laiks, kā to varēja paredzēt, bija gaužām īss. Jau 1992. gadā strauji saruka šo biržu operācijas, to apgrozījums. Līdzšinējās biržas sāka apvienoties, to skaits ievērojami samazinājās. Beigu beigās preču biržas pazuda no Latvijas tirgus skatuves. Pašlaik valstī darbojas liels skaits komercfirmu, kas bez biržas izkārtne un biržas mehānisma kā starpnieki apkalpo gan resursu, gan arī patēriņa preču tirgu, veic preču eksporta un importa operācijas.

Jebkurā tirgū galvenā problēma ir cenu veidošanās. Rodas jautājums – kāds mehānisms tirgus ekonomikā nosaka cenu motivāciju, kas lielā mērā dod atbildi uz izvirzīto jautājumu: kas regulē gan pircēju, gan pārdevēju ekonomisko uzvedību? Tieši tirgus rod atbildi uz jautājumiem: ko pirsks? par kādu cenu pirsks? cik pirsks?

6.5. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Naturālā saimniecība – ražošana pašu vajadzībām, kas nosaka arī attiecīgo motivāciju.
2. Preču ražošana – ražošana maiņai, tirgum, pircējiem, kuru motivācija pēc precēm, vajadzības preču formā ir noteicošās.
3. Preču ražošanas pastāvēšanas nosacījumi – pirmais nosacījums: sabiedriskā darba dalīšana, kad izdzīvošana prasa iemainīt citu ražotāju preces; otrais nosacījums – ražotāju, pakalpojumu sniedzēju ekonomiskā atšķirtība, kas padara preču ražošanu gan iespējamu, gan nepieciešamu kā preču ražošanas pamatu.
4. Ekonomiskā atšķirtība vēsturiski pakāpeniski pārvērtās privātā īpašumā.

6.6. Secinājumi

Vēsturiskais eksperiments, kas vardarbīgi sagrāva tirgus ekonomiku, it visur izgāzās. Mūsdienų apstākļiem atbilstoša saimniekošanas forma ir tirgus ekonomika.

Tirgus ekonomika balstās uz preču ražošanu, kas atšķirībā no naturālās saimniecības (ražošana, pakalpojumu sniegšana, pašu vajadzību apmierināšana) orientēta uz pārdošanu, maiņu, tirgu, pircēju. Tas principiāli maina saimniekošanas motivāciju.

Prece ir ražojums, pakalpojums, kas domāts maiņai, pārdošanai. Pārdodot preci, notiek īpašnieku maiņa.

Darba dalīšana vienotībā ar ekonomiski atšķirti īpašniekiem dara preču ražošanu iespējamu un nepieciešamu. Preču ražošana kļūst par sabiedrības locekļu izdzīvošanas nosacījumu.

Vēsturiski naturālā saimniecība arvien sarūk. Latvijā pārejas periodā uz tirgus ekonomiku laukos vērojama naturālās saimniecības īpatnēja renesanse. Tirgus sašaurināšana, atsevišķām saimniecībām pat zaudēšana spiež daļu lauku izdzīvotāju izdzīvot naturālās saimniecības apstākļos. Naturālā saimniecība kā atavisms neraksturo attīstības ģenerālo tendenci. Latvijas nākotne, efektīva saimniekošana saistās ar visaptveroša tirgus ekonomiku.

6.7. Pamatterminu tulkojums

Darba dalīšana	<i>division of labour</i>	разделение труда
Ekonomiski atšķirti īpašnieki	<i>economically separated owners</i>	экономически обособленные собственники
Mājas saimniecība	<i>household</i>	домашнее хозяйство
Naturālā saimniecība	<i>subsistence economy</i>	натуральное хозяйство
Pakalpojums	<i>services</i>	услуга
Pārdevējs	<i>seller</i>	продавец
Pircējs	<i>buyer</i>	покупатель
Prece	<i>ware</i>	товар
Ražojums	<i>product</i>	продукт
Ražošanas resursi	<i>resources of production</i>	производственные ресурсы
Sociālā preču saimniecība	<i>social market economy</i>	социально-рыночное хозяйство
Tirgus	<i>market</i>	рынок
Tirgus ekonomika	<i>market economy</i>	рыночная экономика

6.8. Uzdevumi

1. Zemnieks izaudzējis kartupeļu ražu 12 t apmērā. 3 t tiek pārdotas spirta brūzim; 2 t tiek piedāvātas tirgū; 5 t tiek izlietotas lopu barošanai; 2 t paliek ģimenes uzturam. Noteikt kartupeļu preču produkciju procentos.
2. Kādā valstī iegūts 3 milj. t jēlnaftas, 2,5 milj. t ogļu, saražots 1 milj. t koksa, 500 t grants, 2 milj. t tērauda, 1,2 milj. t velmējuma, 500 tūkst. m³ jēlkoksnes, 200 tūkst. m³ zāģmateriālu. Uzskaitīt, kādus ražošanas resursus kādā daudzumā iegūst un pārdod mājas saimniecības, kādus ražošanas resursus saražo un pārdod uzņēmumi.
3. Kādos tirgos un kādā daudzumā tiek piedāvāts un pārdots: 100 milj. t jēlnaftas, 500 milj. t benzīna, 300 tūkst. m³ finiera, 400 milj. t dzelzsrūdas, 500 tūkst. kravas automašīnu, 1,2 milj.

1. Ar ko atšķiras preču ražošana no naturālās saimniecības?
2. Kādu apstākļu ietekmē preču ražošana kļūst iespējama un nepieciešama?
3. Kā mainās ražotāju motivācija, pārejot no naturālās saimniecības uz preču ražošanu?
4. Kāda ir labumu klasifikācija?
5. Vai pašražoti pusfabrikāti kādā uzņēmumā ir prece?
6. Kas ir tirgus?
7. Kas raksturīgs mājas saimniecībai?
8. Kādi tirgi pārstāvēti vienkāršā tirgus modelī?
9. Kas raksturīgs tirgus ekonomikas pamatiezīmēm?
10. Kāpēc Latvijas lauksaimniecībā 90. gados vērsās plašumā naturālā saimniecība?
11. Kādi tirgi raksturīgi tirgus ekonomikai?
12. Kas raksturīgs preču biržām?

7. nodaļa. Patērētāju (pircēju) uzvedība un pieprasījuma likums

7.1. Pieprasījuma likums

Ekonomisti joko. Nobela prēmijas laureāts ekonomikā P. Semjuelsons savā grāmatā “Ekonomika” ar veselīgu humoru citē šādu nezināma autora izteicienu: “Pat papagaili var izmācīt par izglītotu ekonomistu – viss, kas viņam jāiemācās, ir divi vārdi – “pieprasījums” un “piedāvājums”.” Tam ir pievienots Alfrēda Māršala aforisms: “Jebkurš ekonomisko jautājumu īss izklāsts sekmē maldīšanos (izņemot varbūt šo manu apgalvojumu).”

Pieprasījums un piedāvājums. Patiešām, no vienas puses, brīvajā tirgū katrs var it vienkārši vērot, ka cenu līmeni nosaka piedāvājuma un pieprasījuma konkrētais samērs. No otras puses, ir visai sarežģīti cenu veidošanās dziļākie pamati.

Ievērosim vienu: runa ir par pircēju un pārdevēju ekonomiskās uzvedības motivāciju tirgū, par to, kādas ir šīs rīcības sekas. Sāksim izklāstu ar pieprasījuma analīzi. Pieprasījums būtībā ir pircēju – patērētāju un firmu – ekonomiskā uzvedība, kas vērsta uz preču iegādi atbilstoši viņu vēlmei (izvēlei) un maksātspējai noteiktā laika periodā.

7.1.1. Cena un pieprasījuma lielums

Jebkurā Rietumu valstī izdotajā mācību grāmatā, kurā ir apskatīti cenu teorijas jautājumi, atrodam shēmas, kas parāda konkrētas preces tirgus pieprasījuma apjoma atkarību no cenu līmeņa.

Pievērsīsimies arī mēs šai sakarībai 7.1. tabulā. Šeit sarindotie skaitļi grafiski ir fiksēti 7.1. shēmā.

7.1. tabula

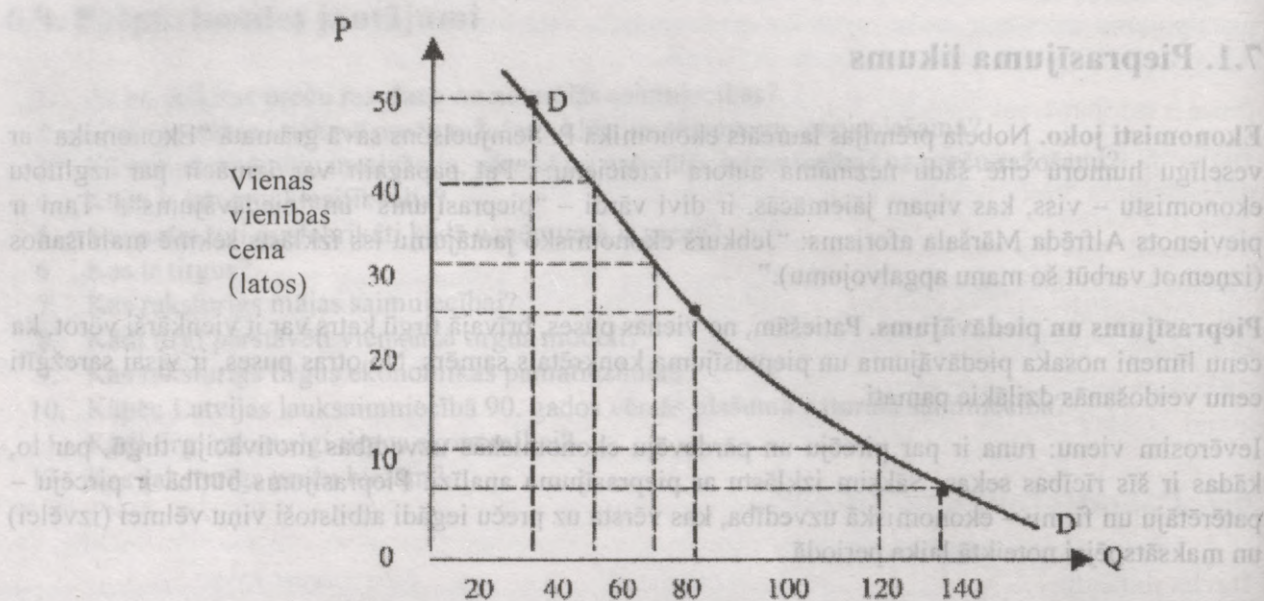
Preces A tirgus pieprasījuma lieluma atkarība no cenas

Vienas vienības cena (latos)	Pieprasījuma lielums (vienībās; mēnesī)
50	30 000
40	50 000
30	70 000
25	90 000
15	110 000
10	140 000

Ievērosim, ka 7.1. tabula satur tikai konkrētas preces cenu un pieprasījuma lieluma variantus noteiktā laika sprīdī. Analīze ir iespējama vienīgi tad, kad visi pārējie nosacījumi paliek nemainīgi.

7.1. tabulu pārveidosim 7.1. shēmā. Uz vertikālās ass atliksim kādas preces vienības cenu (latos) P; uz horizontālās ass – pieprasījuma lielumu mēnesī Q. Līkne D (*demand* – pieprasījums) veidojas no krustpunktiem P (cenas) un Q (daudzums) šo krustpunktu savienojumā.

Pieprasījuma līkne
(cena un pieprasījuma lielums)



Pieprasījuma lielums (tūkstošos vienību; mēnesī)

7.1.2. Pieprasījuma līknes D analīze

Dārga prece. Kur atrodas punkts, kas raksturo relatīvi dārgu preci? Šaubu nav. Tas ir 7.1. shēmas kreisajā augšējā stūrī. Kādu motivāciju tas izraisa? Pastāvot pārējiem vienādiem nosacījumiem, pieprasījums (Q daudzums) būs mazs un 7.1. shēmā tā krustpunkts būs turpat shēmas kreisās puses augšējā stūrī. Pierādījums tīri loģisks un matemātiski precīzs. Ja cena līdzināsies Ls 50, pieprasījuma lielums pārsniegs 30 000 preču vienību mēnesī. Cenas un pieprasījuma lieluma krustpunkts atrodas, kā jau norādīts, 7.1. shēmas kreisajā augšējā stūrī. Cenai krītoties, ekonomiskās uzvedības motivācija vienkāršotā variantā palielina pieprasījuma lielumu. Piemēram, cenas Ls 25 punkts motivē pieprasījuma lielumu 90 000 preču vienību apmērā. Krustpunkts noslīdējis pa labi un uz leju.

Lēta prece. Tā pati prece, kuras cena ir 5 reizes zemāka par augstāko, proti, Ls 10, uz vertikālās ass atrodas zemu. Zema cena motivē lielu pieprasījumu, proti, 140 000 preču vienību. D līkne vēl tālāk noslīdējusi uz leju pa labi, un krustpunkts atrodas 7.1. shēmas labajā apakšējā stūrī.

Likumsakarības. Pieprasījuma lieluma pieaugums novirza līkni D pa labi. Šīs pašas preces pieprasījuma lieluma samazināšanās līkni D nobīda pa kreisi. Dārgas preces krustpunkts tiecas pa kreisi uz augšu. Lētas preces krustpunkts nobīdās tieši pretējā virzienā – pa labi uz leju. Tā atkarībā no cenas un pieprasījuma lieluma top shēmas telpā konkrēti krustpunkti, kuru savienojums veido dažādas konfigurācijas pieprasījuma līknes. Līknes D konfigurācija kustībā no augšas pa kreisi, uz leju pa labi raksturo visai triviālu patiesību: dārgas mantas spēj nopirkt tikai bagātnieki, bet zemākas cenas paplašina pieprasītāju loku. Jāpadomā, kāpēc Rīgas tirgos, kur nefasēto pienu pārdod lētāk nekā pienu pakās, dažkārt veidojas nelielas rindas, bet veikalos, kur litrs piena maksā dārgāk, pircēju ir mazāk. Šeit loģiski sasaistās cenu līmenis, pieprasījuma lielums, izdzīvošanas nosacījumi, maksātspēja un vajadzības. Zema cena noteiktā situācijā sekmē izšķērdību (lētas maizes nelietderīgu izmantošanu, dzeramā ūdens izlietošanu automašīnu mazgāšanai vai tehnoloģiskiem mērķiem).

Ienākuma efekts. Šāda ekonomiskā rīcība vispirms saistīta ar ienākuma efektu. Katra cilvēka ienākums ir noteikts, ierobežots lielums. Centieni pilnīgāk apmierināt savas vajadzības liek pircējam rūpīgi apsvērt, ko un cik pirkt, kādu preču iegādei dot priekšroku. Ja kādai precei cena pazeminās, rodas iespēja dotā ienākuma robežās palielināt šīs preces pirkumu. Turpretī, ja preces cena aug, pirkšanas iespējas sarūk, šīs preces pieprasījuma lielums samazinās. Taču tā notiek ne vienmēr. Ja

vajadzība ir neatliekama, dotā prece tiek pirktā par šo augstāko cenu iepriekšējā daudzumā, bet citu preču iegādi, kas pircēja vajadzību skalā ieņem zemāku vietu, viņš ir spriests samazināt. Tā straujais maksas pieaugums par dzīvokļu īri, apkuri, karsto ūdeni, par transportu 1992. gada novembrī un 1993. gada janvārī piespieda daudzas ģimenes būtiski samazināt dažādu līdzšinējo pirkumu daudzumu. Piemēram, Latvijā 1992. gadā no septembra līdz decembrim sviesta un siera pārdošana samazinājās par 40 procentiem. Tas izskaidrojams ne tikai ar šo produktu cenu ievērojamu pieaugumu. Cenas šajā periodā tika kāpinātas visam preču klāstam, un pircējiem nācās izvēlēties, t.i., lemt, ko un cik pirkt, kādas preces iegādāties iepriekšējā daudzumā, kādus pirkumus samazināt, no kādām precēm vispār atteikties. Kaut arī šāda izvēle ir individuāla, tomēr noteiktas likumsakarības ir vērojamas. Ir pat iespējams, ka pieprasījums pēc dažām relatīvi lētākām pirmās nepieciešamības precēm pieaug. Te uzmanību pelna cita cēloņsakarība.

Aizstāšanas efekts. Vienotībā ar ienākumu efektu pastāv aizstāšanas efekts. Vienu un to pašu vajadzību bieži spēj apmierināt atšķirīgi labumi. Pieņemsim, ka preces A un B ir savā starpā aizstājami pārtikas produkti. Ja preces A cena samazināsies, bet preces B cena paliks nemainīga, tad var droši prognozēt, ka pieprasījums pēc preces A pieaugs, bet pēc preces B samazināsies. Nozīmīga ir šādu preču cenu attiecība. Padomāsim par pircēju ekonomisko rīcību, ja vienlaikus pieaug cenas gan cūkgaļai, gan liellopu gaļai, bet cūkgaļai šis sadārdzinājums ir lielākais. Var sagaidīt, ka zināma daļa pircēju atteiksies no garda cūkgaļas cepeša un palielinās kopējo pieprasījumu pēc liellopu gaļas. Šī būtiskā nepieciešamā cēloņsakarība starp cenu līmeni un pieprasījuma lielumu, kas pastāvīgi atkārtojas, ekonomikas teorijā tiek raksturota kā pieprasījuma likums. Katrs punkts uz pieprasījuma līknes liecina par pamatotu un konkrētu samēru starp cenu un pieprasījuma lielumu, ko nosaka pircēju ekonomiskās rīcības motīvi.

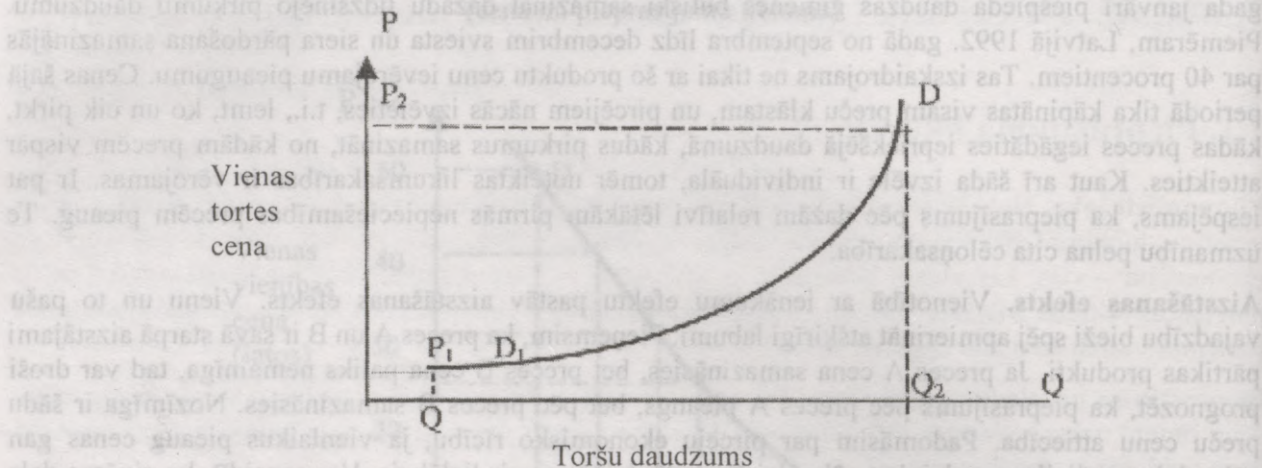
No pieprasījuma lieluma izmaiņām jāatšķir pieprasījuma izmaiņas.

Tirgus pieprasījums. Katra mājas saimniecība noteiktā laika sprīdī (piemēram, nedēļā) pieprasa noteiktu daudzumu konkrētās preces. Visu mājas saimniecību pieprasījums (koppieprasījums) veido dotās preces tirgus pieprasījumu minētā laika periodā. Shēmā tirgus pieprasījumu raksturo līkne D, kura veidojas no cenas un daudzuma krustpunktiem analogi 7.1. shēmai. Tā ir klasiska pieprasījuma līknes konstrukcija. Mēģināsim līknes D, būtībā pieprasījuma līknes, virzību balstīt uz praksi. Paanalizēsim motivāciju un cēloņsakarību vietējo zemeņu tirgū. Pirmās Latvijas zemeses parādās jau pirms Jāņiem. Augstā cena nevilina, maciņš neatveras, pieprasījums ir mazs. Un tad pakāpeniski cenas pazeminās, zemeses arvien lielākam pircēju skaitam ir pa kabatai, cenu lejupslīde rosina domāt ne tikai par gardumu, bet par vitamīniem bērniem, zemeņu pieprasījums sasniedz apogēju, jo cenas sasniegušas zemāko punktu. Kādu laiku pieprasījuma motivāciju noteicošie faktori it kā iesaist, zemeņu tirgus tilpums paliek nemainīgs. Bet tad cenas sāk kustību uz augšu, bet pieprasījums sarūk. Attiecīgā gada ražas pēdējās ogas vēl tiek pieprasītas par likumsakarīgi ekstra augstu cenu. Vietējo zemeņu tirgus soli pa solim sašaurinās, kamēr vienā jaukā dienā beidz pastāvēt.

Saimnieciskās attiecības ir daudzpusīgas, reālā motivācija, kas nosaka pircēju ekonomisko uzvedību, ir dažāda. Neizbēgami veidojas D līknes, kas atšķiras no "klasikas". Pievērsīsim savu pētošo aci toršu tirgum.

Gifena paradokss. Īsti tortes mīļētāji nedzenas pēc lētuma, bet pēc garduma. Lēta torte parasti ir maz baudāma. Toties dārga torte, ko izcepis, veidojis labs konditors, gardēžiem ir prieka avots. Vienkāršojot motivāciju, veidojas cēloņsakarība: dārgāka torte – lielāks pieprasījums. Nepārspīlēsim. Bezgalīgi šāda sakarība nedarbojas. Ir robeža, kur cenu kāpums nodrošina vislielāko pieprasījumu. Tālākā cenu celšanās, lai cik garda arī torte būtu, sāk iegrozot pieprasījumu. Šo tiešo pretmetu "klasikai" pirmais atklāja angļu zinātnieks Roberts Gifens (1837–1910). Pārnesti uz attiecīgo shēmu, krustpunkti, kas veido pieprasījuma līkni, to virza tieši pretstatā "klasiskai". Par to viegli pārliecināties pēc 7.2. shēmas.

Gifena paradokss



Gifena paradoksa būtība ir tā, ka augsta cena motivē lielu pieprasījumu, zema cena nosaka mazu pieprasījumu.

Horizontāla un vertikāla pieprasījuma līkne. Visdažādākā motivācija neizslēdz gadījumu, kad cena nemainās, ir konstanta. Pieprasījuma līkne veidojas horizontāli. Toties, ja pieprasījums nekādi nereaģē uz cenu, pieprasījuma līkne veidojas perpendikulāri. Šo it kā paradoksālu, bet pilnīgi likumsakarīgu variantu analīze lasītāju vēl gaida.

7.1.3. Ārpuscenas faktori un pieprasījuma izmaiņas

Analizējot pieprasījuma lieluma izmaiņas atkarībā no cenu līmeņa, jau norādījām, ka aprakstītā cēloņsakarība darbojas vienīgi tad, ja pastāv vienādi nosacījumi. Lai pilnīgāk saprastu pieprasījuma likuma darbību, jāievēro, ka gan patēriņa priekšmetu, gan arī ražošanas resursu tirgū pircējs nevar abstrahēties no pārējiem nosacījumiem. Viņa uzvedību bez konkrētām cenām konkrēti motivē un ievirza arī dažādi ārpuscenas faktori.

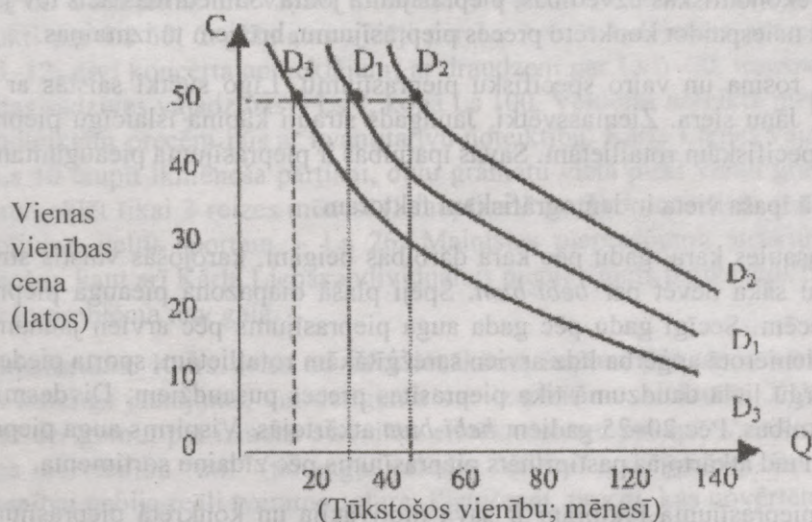
Pirmkārt, minama patērētāju gaume, modes izmaiņas, pat dietologu ieteikumi un reklāmas psiholoģiskā iedarbība. Ir skaidrs, ka šie apstākļi neatkarīgi no cenu līmeņa reāli palielina vai samazina noteiktas preces pieprasījumu. *Otrkārt*, lēcienvēdīgi var pieaugt un pēc tam stabilizēties vai sarukt pieprasījums pēc jaunām precēm, kas rosina un attīsta jaunas vajadzības. Tāds piemērs ir pieprasījuma rašanās un tālākās izmaiņas videokameru un personālo datoru tirgū. Noteikta cēloņsakarība pastāv arī starp preču kvalitāti, izmantošanas iespēju daudzveidīgumu un pieprasījuma apjomu. *Treškārt*, pircēju ienākumu lielums, to pieaugums vai samazināšanās var ievērojami ietekmēt pieprasījumu pēc dārgām vai lētām precēm, šo preču cenām paliekot nemainīgām. *Ceturtkārt*, klimatiskie apstākļi (karsta vasara, silta ziema, neparasti lietains rudens utt.) likumsakarīgi palielina vai samazina noteiktu sezonas preču pieprasījumu. *Piektkārt*, ārpuscenas faktors, kas būtiski ietekmē pieprasījumu, ir pircēju kopējais skaits. To nosaka demogrāfiskā situācija valstī, reģionā, proti, iedzīvotāju skaits un tā izmaiņas, iedzīvotāju vecuma struktūra. Šajā sakarā pieaug vai samazinās pieprasījums pēc bērnu sortimenta precēm, pēc ražojumiem un pakalpojumiem, kurus galvenokārt pērk vecāki cilvēki. Liela imigrācija vai emigrācija tāpat ietekmē pieprasījumu. To mūsdienās reāli izjūt tādas valstis kā Vācija un Izraēla. Būtiska loma ir arī ārzemju tūrisma apmēriem. *Sestkārt*, vērā ņemams ir atkarības efekts. Benzīna cenu pieaugums samazina ne tikai pieprasījumu pēc automašīnām, bet arī to ekspluatācijas intensitāti. Līdz ar to ir nepieciešams mazāk riepu, rezerves daļu, remonta pakalpojumu, samazinās garāžu celtniecība. Tas ietekmē arī to cilvēku skaitu, kuri vēlas mācīties šoferu kursus. Savukārt aug pieprasījums pēc velosipēdiem, pēc citiem krietni lētākiem transporta pakalpojumiem. Benzīna cenas pieaugums ir specifisks detonators, kas izraisa plašu ķēdes reakciju pieprasījuma jomā. *Septītkārt*, ekonomisks ārpuscenas faktors, kas aktīvi motivē pircēju rīcību, ir preču pārdošana uz kredīta un tā nosacījumi. Patēriņa priekšmetu un dažu pakalpojumu tirgū pieprasījumu rosina iespēja pirkumu samaksāt ar debetkaršu un kredītkaršu starpniecību. *Astotkārt*, orientācija uz cenām un ienākumiem

nākotnē. Latvijā bija aktuāls pieprasījums sakarā ar inflācijas gaidām. Prognozējot tālāko cenu pieaugumu, namamātes 1992./93. gada ziemā intensīvi pirka cukuru, lai vasarā, ievārījumu un kompotu sagatavošanas periodā, nebūtu spiestas maksāt par cukuru ievērojami dārgāk. Iedzīvotāji, kuriem ir nauda, šodien iegādājas un krāj mantu, lai rītdien neciestu no cenu pieauguma. Var būt arī mērķis šodien pirkt lētāk, lai rīt un parīt pārdotu dārgāk. Loģisks ir arī rīcības pretējs variants: ja ir gaidāma cenu pazemināšanās, šodien jāatturas no pirkuma. *Devītkārt*, politiski un sociāli sprādzieni, kari, dabas katastrofas izraisa gan konkrētu preču pieprasījuma pieaugumu, gan arī tā samazināšanos. *Desmitkārt*, valsts administratīvo pasākumu – ražošanas resursu iegādes limitu noteikšana, patēriņa priekšmetu normēšana (kartīšu vai talonu sistēmas ieviešana) – veikšana ar neekonomiskiem līdzekļiem ierobežo pieprasījumu. Atsevišķs pircējs, talonu, kartīšu mudināts, var mērķtiecīgi pirkt precī, kuru viņš brīvās tirdzniecības apstākļos nebūtu iekārojis. Atturībnieks par talonu nopērk degvīna pudeli, lai “palīdzētu” citam. Taloni, kartītes arī mudina veidot krājumus.

Pieprasījuma līknes novirzes. Pieprasījuma izmaiņas, ko nosaka ārpuscenas faktori, neiekļaujas 7.1. shēmas loģikā: tās nevar attēlot, pārveidojot punktus uz vienas pieprasījuma līknes. Ir nepieciešams veidot jaunas līknes. Ja pieprasījums augs, jaunā līkne pārvietosies pa labi no sākotnējās līknes, ja pieprasījums samazināsies, jaunā līkne atradīsies pa kreisi no sākuma varianta. Ārpuscenas faktoru iedarbību uz pircēju uzvedību var izsekot 7.3. shēmā.

7.3. shēma

Pieprasījuma izmaiņu līknes
(Ārpuscenas faktori un pieprasījums)



Līkne D₁ ir veidota pēc 7.1. tabulas datiem. Līkne D₂ liecina, ka ārpuscenas faktoru ietekmē pieprasījums ir pieaudzis. Ja preces A vienas vienības cena ir 50 latu, tad pieprasījums ir nevis 30 000 vienību, bet gan 50 000 vienību. Savukārt līkne D₃ atspoguļo pieprasījuma samazināšanās realitātes. Pastāvot tai pašai cenai – Ls 50 par preces vienību –, pieprasījums ir sarucis līdz 10 000 vienībām mēnesī. Kaut arī 7.3. shēma raksturo pircēju uzvedību ārpuscenu faktora ietekmē, pieprasījuma lieluma likumsakarības saglabā savu lomu līkņu D₂ un D₃ veidošanā.

Visi faktori, kas ietekmē pieprasījuma lielumu un izmaiņas kādas valsts tirgū, ir saistīti ne tikai ar šīs valsts pircēju uzvedības motivāciju. Starptautiskā darba dalīšana un ārējā tirdzniecība, kopējie tirgi, brīvās tirdzniecības līgumi, kas nojauc multu barjeras un citus ārējo sakaru šķēršļus, sekmē citu valstu firmu pieprasījumu. Dažos pierobežas rajonos aktīvi iepērkas kaimiņvalstu iedzīvotāji. Te sava nozīme ir valūtas kursam, sortimentam, kvalitātei.

Ārpuscenu faktoru iedarbība uz pieprasījuma izmaiņām vienmēr saistās ar noteikta rakstura pircēju uzvedības motivāciju. Kādas preces pieprasījums ir vistiešāk saistīts ar pircēja subjektīvu izvēli. Turklāt sakarā ar subjektīvo nostāju (aksioloģisko motivāciju) pircējs dod priekšroku vienām precēm, atlausa tās preces, kas viņu zināmā secībā visvairāk vilina pirktspejas robežās. Pret preču klāstu pircējs

ir gaužām vienalīdzīgs. Viņa ekonomiskā uzvedība nepārvēršas šo preču pieprasījumā. Toties noteiktas preces dilstošā kārtībā ir pastiprināta pieprasījuma objekti.

Līdzskrējēja efekts. Sekošana modei saistās ar motivāciju, kuru ne bez zināmas ironijas varam raksturot kā līdzskrējēja efektu. Tu pieprasi šo preci tāpēc, ka citi dara to pašu. "Es tāpat kā visi! Negribu būt baltā vārna. Lai neviens nedomā, ka esmu sliktāks par citiem! Bezgaumīgi! Turos līdzī baram. Citiem vārdiem, esmu tipisks līdzskrējējs! Tāda ir manas uzvedības motivācija, kas iespaido pieprasījumu."

Mainās mode, mainās pieprasījums, tāpēc līdzskrējēja efekts parasti ir īslaicīgs. Vienlaikus tas ir bara efekts. Līdzskrējēja efektam var būt arī cita motivācija. Kaimiņi drudzaini iepērk preces inflācijas gaidās, sakarā ar iespējamām politiskām perturbācijām utt. Apkārtējo iedzīvotāju rīcībai ir infekcijas efekts, un tevi pārņem pūļa psiholoģija un uzvedība. Neatpalikt no citiem – tava motivācija un reizē dzīves gudrība. Līdzskrējēja efekts konkrētiem pircējiem pāraug prestiža efektā.

Prestiža efekts. Kā izcēties pārējo pircēju vidū? Kā panākt, lai sabiedrība tevi atpazīst kā stāvošu pāri masai? Tava konta lielums bankā ir noslēpums un netiek reklamēts. Tu vari izcēties ar lepmu un dārgu automašīnu, greznu savrupmāju, antīkām mēbelēm, vecmeistaru gleznām, retām grāmatām, ar apģērbu, kas šūts pie labākajiem drēbniekiem, kas ir modes elki, utt. Šim specifiskajam pieprasījumam ir viena motivācija – prestižs. Apjoms šim pieprasījumam nav liels, toties cenas brīžiem astronomiskas. Visaugstākās raudzes monopolcenas precei, kas ir vienā eksemplārā (monoprece). Retas grāmatas nekad netiek lasītas, augstā māksla paliek neizprasta, antīkās mēbeles ir lietošanā neērtas. Viss domāts ciemiņiem. Tiem jājūsmo, ka tieši tu esi visa tā īpašnieks. Motivācija tēmēta uz prestižu.

Snoba efekts. Līdzskrējēja un prestiža efekta pretmets ir snoba efekts. Tā noteikums ir rīkoties atšķirīgi no citiem, arī ekonomiskās uzvedības, pieprasījuma jomā. Sabiedrības acīs tev jābūt citādam nekā pārējie. Tas nevar neiespaidot konkrēto preces pieprasījumu, brīžiem tā izmaiņas.

Svētku efekts. Svētki rosina un vairo specifisku pieprasījumu. Līgo svētki saistās ar pastiprinātu pieprasījumu pēc alus, Jāņu siera. Ziemassvētki, Jaungads strauji kāpina īslaicīgu pieprasījumu pēc eglītēm, rotājumiem, specifiskām rotaļlietām. Savas īpatnības ir pieprasījuma pieaugumam Liieldienās.

Ārpuscenu faktoru kopā īpaša vieta ir demogrāfiskam faktoram.

Bebi-bum. Pēc otrā pasaules kara, gadu pēc kara darbības beigām, karojošās valstīs strauji pieauga dzimstība. Šo parādību sāka dēvēt par *bebi-bum*. Spēji plašā diapazonā pieauga pieprasījums pēc zīdaiņu sortimenta precēm. Secīgi gadu pēc gada auga pieprasījums pēc arvien jaunām un jaunām precēm no vecumam piemērotā apģērba līdz arvien sarežģītākām rotaļlietām, sporta piederumiem. Pēc noteikta gadu skaita tirgū lielā daudzumā tika pieprasītas preces pusaudžiem. Divdesmitgadīgiem – savas pieprasījuma īpatnības. Pēc 20–25 gadiem *bebi-bum* atkārtojās. Vispirms auga pieprasījums pēc grezna kāzu apģērba un tad atkārtojās pastiprināts pieprasījums pēc zīdaiņu sortimenta.

Tā katram ārpuscenu pieprasījuma faktoram ir sava motivācija un konkrētā pieprasījuma struktūra veidojas, ievērojot lielo skaitļu likumu. Tieši šinī jomā aktīvi izpaudās aksioloģiskā motivācija. Pircēju ekonomisko uzvedību nevar pamatot izprast bez to psiholoģiskām niansēm. Vienlaikus aktuāla kļūst preču subjektīva novērtējuma problēma.

7.2. Preču galējais derīgums

7.2.1. Lietošanas vērtīgums

Kāpēc cilvēks pieprasa un pērk preci? Atbilde grūtības nerada. Cilvēkam tirgus ekonomikas apstākļos jāpērk prece savu ekonomisko, t.sk. bioloģisko un sociālo vajadzību apmierināšanai. Pieprasāmai un pērkamai precei jābūt visupirms lietošanas vērtīgam, reālai spējai apmierināt minētās vajadzības. Proti, preces lietošanas vērtīgums, spēja apmierināt cilvēku vajadzības nosaka šīs preces fizisko, ķīmisko, bioloģisko, ģeometrisku un citu vielisku īpašību kopums, uzskaitīto īpašību noteikta kombinācija. Kāpēc šai precei ir noteikts lietošanas vērtīgums? Tāpēc, ka tas ir dators, kas, pateicoties savu īpašību kopumam, apmierina noteiktas, pieņemsim, grāmatveža, vajadzības. Cita prece ir gov, dzīva bioloģiska mašīna, kas ražo pienu, apmierina jo daudzu cilvēku vajadzības pēc dažādiem pārtikas produktiem. Šaubu nav. Govs ir lietošanas vērtīgums cilvēku vajadzību, vajību, kaprīžu

apmierināšanai. Jā, arī narkotika ir lietošanas vērtīgums, turklāt ne tikai kā medicīnisks preparāts, bet kā inde, kas sagrauj cilvēka veselību, psihi.

Derīgums pretmetā lietošanas vērtīgamam. Lietošanas vērtīgums ir objektīva kategorija. Neatkarīgi no cilvēka vēlmēm, ieražām, gaumes, visdažādākajiem kritērijiem, dotais īpašību kopums ir un paliek noteikts lietošanas vērtīgums. Vēsturiski var mainīties lietošanas vērtīguma vajadzību apmierināšanas lauks. Tev var šis galds gaužām nepatikt, tu šo galdu nemūžam nepieprasīsi un nepirksi, bet šaubu nav, ka tas ir galds, kam ir galda lietošanas vērtīgums. Bet kā ir ar derīgumu? Tuvredzīgam jauneklīm brilles ar plus dioptrijām nav derīgas, tātad šim jaunam cilvēkam tās nav derīgums. 38. numura kurpes nav derīgums brašam studentam, kam ir 44. kurpju numurs. Šīs kurpes var šim vīrietim gaužām patikt pēc fasona, tomēr šīs konkrētās kurpes šim konkrētam vīrietim nav derīgums: viņa tīri personiskās vajadzības tās nekādi neapmierina. Lietošanas vērtīguma raksturs un gods šim kurpēm tomēr netiek atņemts. Varam apgalvot, ka **derīgums ir lietošanas vērtīguma subjektīvs novērtējums**. Vienam tīk tikai kafija, otram tikai tēja. Viens labprāt iedzer pa konjaka malkam un kategoriski noraida degvīna glāzes piedāvājumu. Viena nekad nepirks sarkanas krāsas apģērbu, citai sarkans audums liekas pievilcīgs. Te mums ir darīšana ar aksioloģisko motivāciju, kad vienam patīk meita, bet otram māte. Loģisku skaidrojumu gaumes atšķirībai atrast nespējam.

Derīgums un pieprasījums. Lietošanas vērtīgums ar tirgu nav saistīts. Tam caur pircēju subjektīvo novērtējumu jāpārvēršas par derīgumu, ko noteiktā skaitā pircējs patērētājs pieprasa. Cik pieprasa – tas atkal ir subjektīvs jautājums, jo katram cilvēkam (neskaitīsim Brunejas sultānu, citus miljardierus un miljonus) ir ierobežots pirkšanas budžets. Nav objektīvas likumsakarības tam, kā šo naudu izlietot. Variantu ir bezgalīgs daudzums. Minēsim vienkāršotu piemēru. Kārlis Liepa, dzīvojot pie vecākiem, kas apmaksā īri un citus komunālos pakalpojumus, ik mēnesi pērk patēriņa priekšmetus par Ls 100 un ne par latu vairāk. Viņa ienākumi viņam to neatļauj. Par Ls 100 tiek pirktas piecas dažādas preces: pārtikas produkti par Ls 50, 2 grāmatas vidēji par Ls 3–6, 4 kafejnīcas apmeklējumi ar draudzeni vidēji par Ls 3–12; divi koncerta apmeklējumi ar draudzeni par Ls 5–20, transporta izdevumi – Ls 5, apģērbs, dažādas sadzīves vajadzības – Ls 7, kopā Ls 100. Veidojas noteikta pieprasījuma proporcija; pieprasījums noteiktām precēm būs ar kvantitatīvu noteiktību. Kārļa Liepas vajadzības var mainīties. Viņš nolemj Ls 10 taupīt ikmēneša pārtikai, divu grāmatu vietā pirkt vienu grāmatu (ietaupījums Ls 3), kafejnīcu apmeklēt tikai 3 reizes mēnesī (ietaupījums Ls 3), koncertiem tērēt ne vairāk kā Ls 10. Kopējo ietaupījumu veltīt sportam – Ls 26. Mainīsies pieprasījuma struktūra, pieprasījums pēc konkrētām precēm, kaut arī Kārļa Liepas individuālais pieprasījums paliks tāds pats kā agrāk – Ls 100 mēnesī. Bet ar to problēma nav galā.

Derīguma maksimums. Katrs vēlas no sava ienākuma saņemt pirkšanas kārtībā derīguma maksimumu. Rodas kutelīgs jautājums, vai derīgumu var izmērīt un salīdzināt. XIX gs. bija mēģinājumi skaitliski fiksēt derīgumu, pat izmērīt atsevišķa cilvēka laimes pakāpi. Vairākos pētījumos mēģināja lietot derīguma mērvienību “util” (no angļu valodas “utility” – derīgums). Tavu nelaimi. Šai simpātiskajai mērvienībai nebija reāli tverama satura. Piemēram, precei, kas novērtēta ar 10 “util”, ir divas reizes lielāks derīgums nekā precei, kam ir 5 “util”. Ko tas praktiski nozīmē? Kā to reāli uztvert, samērot? Kas ir kritērijs? Jautājumi paliek bez atbildēm. Vēlme savu ienākumu pārvērst derīguma maksimumā ir tīri intuitīvi centieni, ko skaitliski uztvert vēl nevienam nav izdevies. Tukši sapņi? Nekādā gadījumā! Realitāte ar subjektīvu raksturu, kam nav skaitliska lieluma. Vienam Ls 100 nodrošina derīguma maksimumu, bet otram tas liekas tālu no šī vēlmju lieluma. Reālā saimniekošanā šie centieni gūt derīguma maksimumu saviem pirkumiem ir praktiska ekonomiskās uzvedības izpausme, mērķtiecīga rīcība, ko pieprasījums nedrīkst ignorēt. Preču grozs par Ls 100 dažādiem cilvēkiem ir ar atšķirīgu derīgumu. Atkal atgriežamies pie jautājuma, kā to noteikt. “Derīguma metra” nav! Vienīgais, ko varam konstatēt: subjektīvi psiholoģiski dažādi Ls 100 preču grozi rada atšķirīgiem cilvēkiem atšķirīgu vajadzību apmierināšanas pakāpi. Cilvēks skaidri izjūt, ka preču grozs A rada lielāku apmierinājumu nekā preču grozs B (abi par Ls 100). Problēmu būtiski sarežģī apstākļi, ka derīgums atkarībā no patēriņa intensitātes nav pastāvīgs, konstants.

Kas ir galējais derīgums? Mūsdienu tirgus ekonomikas teorija balstās uz galējo (robežas) lielumu koncepciju. Attiecībā uz derīgumu galējais derīgums raksturo to derīguma pieaugumu, ko pievieno kopējam derīgumam. Citiem vārdiem, galējais derīgums ir pēdējās preces derīgums, kas papildina kopējo derīgumu. Tieši uztvert šo galējo derīgumu bez mērvienības, bez “derīguma metra” ir ļoti grūti. Galējo derīgumu var noteikt, vienīgi balstoties uz tirgus attiecību mehānismu, pateicoties pieprasījumam un preces cenai. Galējais derīgums ir sociāli ekonomisko attiecību izpausme, kas praktiskajai

mērīšanai nepadodas. Cena, tās maiņa galu galā tverami raksturo šī galējā derīguma lielumu un tā izmaiņas.

Galējā derīguma mērīšana var notikt vienīgi salīdzināšanas ceļā. Te iespējamās divas pieejas.

Kardinālā pieeja (no angļu valodas – skaitliskā). Galējais derīgums precei vai to kombinācijai tiek subjektīvi samērots ar skaitļu palīdzību. Kā tas iespējams? Kādas preces derīgums tiek pielīdzināts tik un tik “util” (mērvienība, kas tiek tīri subjektīvi bez jebkāda zinātniska pamatojuma ērtības pēc “piedzejota” kādai precei). Tālākais jau notiek tikpat subjektīvi salīdzināšanas ceļā. Ja preces A derīgums (galējais derīgums) tiek raksturots ar 5 “util” jeb 7 derīguma metriem, tad pieprasītājs pircējs citu preci, kuras derīgums (galējais derīgums) viņam no vajadzību apmierināšanas viedokļa ir lielāks, novērtē ar 8 “util” vai 11 derīguma metriem. Lasītājs it labi saprot, cik precīzi ir šādi salīdzinājumi, cik subjektīva ir šī kardinālā pieeja derīguma (galējā derīguma) mērīšanai.

Ordinārā pieeja. Šī pieeja ir ne mazāk subjektīva. Atšķirība ir tā, ka šeit netiek lietotas mākslotas mērvienības, bet aprobežojas ar relatīvu salīdzinājumu. Ja prece B ir derīgāka par preci A, bet prece A ir derīgāka par preci C, tad nav nekādu šaubu, ka šim konkrētajam pieprasītājam pircējam preces B derīgums ir lielāks par preces C derīgumu. Par cik lielāks, tas paliek subjektīvi psiholoģisks noslēpums. Problēmu var konkretizēt: pēc noteiktiem kritērijiem var runāt par preču priekšrocībām, prioritāti, dažiem sociologiem tik mīlo reitingu. Būtu vēl jānoskaidro, vai salīdzināšanas kritēriji pieprasītājiem pircējiem ir vienādi pieņemami. Ja kritēriji ir atšķirīgi, prioritātes un reitingi pārvēršas par tīru “čiku”. Vēlreiz jāuzsver: reāls kritērijs ir tirgus, pieprasījums. Formāli derīgai precei var neatrasties pircējs. Sadomāts zems reitings (subjektīva reitinga kritēriju izvēle) tirgū tiek “apgāzts” ar augstu pieprasījumu. Vai organiski trūkumi, kas piemīt kardinālai pieejai, nozīmē, ka derīguma (galējā derīguma) forma ir absolūta subjektīva valstība, ka šeit nav nekādas cēloņsakarības? Nekādā gadījumā! Galējais derīgums ir ciešām saitēm saistīts ar noteiktu likumu, kas par godu šīs noturīgās cēloņsakarības atklājējam nosaukts par pirmo Gosena likuma.

7.2.2. Galējā derīguma mazināšanās likums

Kāpēc mazinās galējais derīgums? Jūs esat izsalcis un ar baudu notiesājat sātīgas pusdienas. Attiecīga ir arī šo pusdienu cena. Viesmīlis ar pievilcīgu smaidu jums piedāvā pusdienas atkārtot un kārdina jūs ar 25% cenas atlaidi. Jūs atsakāties. Izsalkums un slāpes (vajadzība pēc otrām pusdienām ar garšīgu dzērienu) ir pārvarētas. Citiem vārdiem, otrajām pusdienām jums vairs nav derīguma un līdz ar to arī nav galējā derīguma. Tāds ir galējā derīguma mazināšanās pirmais variants, kad nākamai precei ir nulles derīgums. Pirmais derīgums ir arī reizē galējais derīgums. Kopējais derīgums šajā gadījumā ir ar baudu paēstās pusdienas. Atsakoties no otrām, kaut arī lētākām pusdienām, kopējais derīgums precei pusdienas ne par matu nepieaug.

Analizēsim citu vienkāršotu variantu. Jūs alkstat iedzert kafijas tasi. Kad slāpes ir remdinātas, jūs apsverat iespēju iedzert otru kafijas tasi. Jūs spriežat: var jau iemalkot, kaut arī vajadzība pēc otrās tases ir manāmi mazāka. Ja otrās tases cena būtu tikai puse no pirmās tases cenas, šaubas pasūtīt otro tasi, iespējams, izgaistu. Šai otrai tasei pret pirmo kafijas tasi piemīt galējais derīgums. Otrās tases derīgums (pat neatkarīgi no cenas) ir mazāks par pirmās tases derīgumu. Izdzerot divas tases, kopējais derīgums nepārprotami pieaugs. Toties galējais derīgums mazināsies.

Atlūkosim trešo variantu. Jums mājās ir divi televizori – dzīvojamā istabā un virtuvē. Ģimenes apspriedē jūs nolemjat nopirkt vēl trešo televizoru guļamistabai. Trešais televizors ir galējā prece ar galējo derīgumu. Kad jūs iegādājāties pirmo televizoru, tā derīgums bija relatīvi liels. Otram televizoram jau bija mazāks derīgums. Trešam televizoram derīgums jau manāmi krītas. Tātad otrais un trešais televizors palielina kopējo derīgumu, vajadzības tiek apmierinātas vispusīgāk, bet galējais derīgums katram nākamam televizoram jau ir mazāks.

Ceturtais variants. Lauku puisēnam nav iespējams apmeklēt skolu. Nav skolas vecuma bērnam piemērotu apavu. Tēvocis Kārlis, uzzinājis par šo bēdu, krustdēlam uzdāvina kārtīgus ziemas apavus. Problēma atrisināta. Zābaku derīgums ir lielums lielais. Arī krustmāte Marta, uzzinājusi par puisēna likstām, atver maku un ierodas ciemos ar apavu pāri. Tāpat rīkojas labsirdīgais tēvocis Indulis. Tā sākotnēji izmisušajam puikam rodas trešais apavu pāris. Trīs apavu pāriem jau ir brangs kopējais derīgums. Bet galējam (trešajam) apavu pārim šinī konkrētā situācijā galējais derīgums jau pamatīgi

sarucis. Pēc gada puisēns izaugs un no jauna būs jādoma par apaviem. Turpinot apavu tematu, autors universitātes auditorijā lekcijas gaitā jautā studentiem: cik apavu pāru tiem būtu vajadzīgs gada laikā? Atbildes bija pieticīgas: no trim līdz pieciem apavu pāriem. Tīrā loģika (mērīt to nevar) saka: jo vairāk apavu, jo galējam pārim mazāks galējais derīgums.

Ja izcilam mūziķim trijās valstīs ir pa lepnaī mājai, tad, pērkot ceturto māju, namu “kvarteta” kopējais derīgums uzbriedīs, bet ceturtais mājas galējais derīgums būs mazāks nekā trešajai mājai neatkarīgi no pēdējās mājas cenas.

Daudzums un galējais derīgums. Pieredze liecina, ka dažādu indivīdu uztverē vienam un tam pašam lietošanas vērtīgumam ir dažāds derīgums. Piemēram, vieni cilvēki par modes jaunumiem ir gatavi atdot visu savu naudu, bet citi pret tiem izturas gaužām vienaldzīgi. Derīguma subjektīvā noteikšana ir nesaraujami saistīta ar vajadzības apmierināšanas pakāpi un piedāvājamo preču daudzuma retumu. Piemēram, svelmainajā tuksnesī ūdenim ir krietni augstāks derīgums nekā apvidū ar labu ūdens apgādi. Gaisam, ko mēs elpojam, ir izcils lietošanas vērtīgums, bet, ievērojot tā vispārējo izplatību, tam ekonomiski ir nulles derīgums, un tas ir bezmaksas labums. To nevar teikt par kondicionēto gaisu, ņemot vērā tā ierobežoto daudzumu. V. Šekspīram nebija ne mazākās jausmas par mūsdienu derīguma teoriju. Tomēr viens no viņa varoņiem liktenīgā brīdī, kad izšķiras jautājums – būt vai nebūt, iesaucās: “Pusvalsti par zirgu!” Šādu maiņas proporciju nekādi nevar izskaidrot, vadoties pēc zirga lietošanas vērtīguma vai ražošanas izmaksām. Šajā sakarā tiek runāts par psiholoģiskā derīguma fenomenu.

Kā mainās derīgums atkarībā no pērkamo preču daudzuma? Pirmā impulsīvā atbilde uz šo jautājumu parasti ir šāda: pirmās, piektās un desmitās preču vienības derīgums ir vienāds. Bet nesteigsimies ar secinājumiem. Padomāsim par derīguma lielumu sakaru ar vajadzību apmierināšanas pakāpi un intensitāti. Pērkot pirmo preces vienību, tiek apmierināta visnepieciešamākā vajadzība un fiksēts noteikts derīgums. Pērkot otro, trešo, ceturto preces vienību, aug vajadzību apmierināšanas pakāpe, palielinās preču kopējais derīgums. Bet ar katru turpmāko pirkumu samazinās vajadzība pēc nākamās preces vienības, tātad samazinās vajadzību intensitāte. Tas nozīmē, ka sarūk katras nākamās preces vienības subjektīvi novērtētais derīgums.

Pagājušā gadsimta otrajā pusē, kad austriešu ekonomisti lika pamatus subjektīvās vērtības teorijai, minētā atziņa populāri tika skaidrota ar šādu piemēru: kolonistam, kas vientuļi dzīvo pirmatnējā mežā, ir pieci labības maisi, no kuriem pirmais ir nepieciešams viņa izdzīvošanai līdz nākamajai ražai, otrs – pārtikas uzlabošanai, trešais – mājputnu barošanai, ceturtais – degvīna brūvēšanai, piektais – papagaiļa ēdināšanai, kura plāpāšanā viņam patīk klausīties. Šis piemērs būtu uzskatāmāks, ja labības daudzums būtu saistīts ar tirgu, ar pieprasījumu. Tomēr pamatdoma ir nepārprotama – kolonista subjektīvā vērtējumā katram nākamajam labības maisam ir mazāks derīgums.

Vispārinot praksi un iepriekšējos apsvērumus, mēs nonākam pie diviem secinājumiem: *pirmkārt*, katrs nākamais preces vienības papildu derīgums ir raksturojams kā galējais derīgums; *otrkārt*, preces galējam derīgumam (papildu derīgumam, kas piemīt katrai papildu, t.i., nākamai un reizē pēdējai preces vienībai) ir tendence samazināties. Uzskatāmības labad ietversim šīs atziņas tabulā, kurā derīgums ir izteikts nosacītās vienības no 1 līdz 15.

7.2. tabula

Galējā derīguma mazināšanās

Pērkamo un patērējamo preču daudzums (labības maisi)	Kopējais derīgums (KD)	Galējais derīgums (GD)
1	5	5
2	9	4
3	12	3
4	14	2
5	15	1
6	15	0

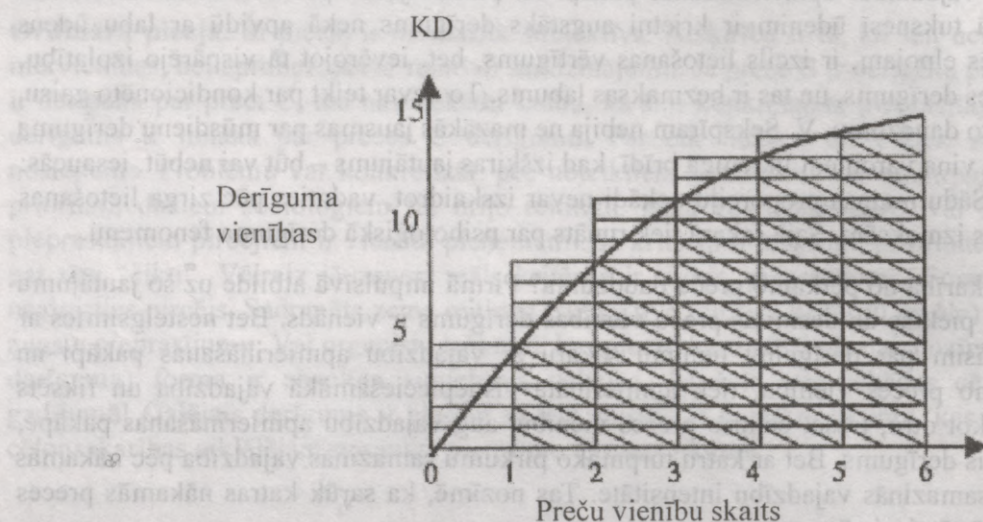
Ja tirgū vēl piedāvātu sesto labības maisu un tas netiktu pieprasīts, tad tā galējais derīgums būtu 0, nepapildinot preču masas kopējo derīgumu. Daži autori ne bez ironijas apgalvo, ka galējais derīgums varot būt arī ar mīnusa zīmi, kaut vai kādai pēdējai degvīna glāzei.

Nulles galējais derīgums ir visiem tiem labumiem (lietošanas vērtībām), kas ir pieejami neierobežotā daudzumā un kuru iegūšana no cilvēkiem neprasa nekādu resursu izmantošanu (jau minētais gaiss, vietām ūdens, liedaga smiltis).

Šīs likumsakarības ir attēlotas 7.4. un 7.5. shēmā.¹

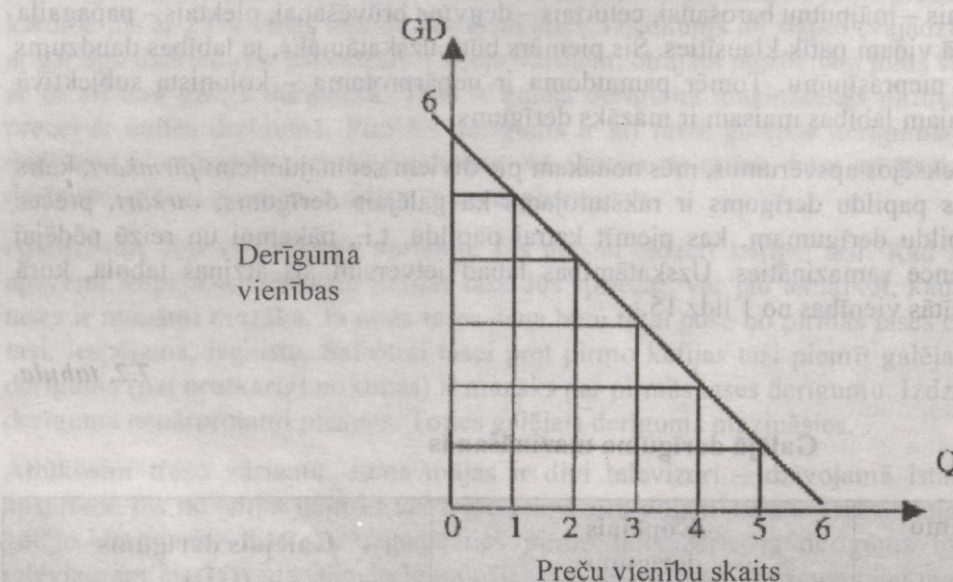
7.4. shēma

Kopējais derīgums



7.5. shēma

Galējais derīgums



Shēmas baltie taisnstūri atspoguļo derīguma pieaugumu, ko katra nākamā produkcijas vienība pievieno iepriekšējam kopējam derīgumam (sasvītrotie taisnstūri). Kādi secinājumi izriet no šiem grafiskajiem attēliem?

Pirmkārt, pieprasījumu un cenas regulē nevis kopējais derīgums, bet gan galējais derīgums; *otrkārt*, darbojas galējā derīguma mazināšanās likums, t.i., katra nākamā preces vienība pazemina visu

¹ Shēmas ir veidotas pēc avota: Samuelson P.A., Nordhaus W.D. Economic. – Twelfth Edition – New-York: McGraw – Hill Book Company, 1985. – p.413

iepriekšējo preču vienību galējo derīgumu. Tas nozīmē, ka pirmās preces vienības galējo derīgumu nosaka pēdējās preces galējais derīgums; *treškārt*, līnija, kas raksturo galējā derīguma mazināšanos savā virzībā uz leju no kreisās uz labo pusi, ir tuva pieprasījuma līknei (sk. 7.5. shēmu). Tas arī ir saprotams, jo galējā derīguma mazināšanās ir saistīta gan ar vajadzību pilnīgāku apmierināšanu, gan arī ar ienākuma un aizstāšanas efektiem. Šeit jāievēro divas patiesības. Pirmā ir tā, ka iestājas dotās vajadzības piesātinājums. Otrā nosaka to, ka maka biežums ierobežo pirkšanas kāri – pieprasīt un pirkt arvien jaunas galējās preces.

Rodas jauna problēma – kā salīdzināt dažādu preču galējo derīgumu, kāda ir tirgus daudzveidības vienotā mēraukla, kas ir galējā derīguma samērojamā vienība? Preču ražošanas un tirgus saimniecības tūkstošgadu attīstība par šādu mērauklu ir izvirzījusi naudu.

7.3. Galējais derīgums un nauda

7.3.1. Vidējais GD uz ienākuma vienību naudā

No jauna pievērsīsimies pircēju ekonomiskajai rīcībai. Pircējs rīkojas ar noteiktu ienākumu, naudas summu, lai apmierinātu savas vajadzības. Acīmredzot, jo lielāka ir šī naudas summa, jo plašāku vajadzību loku ir iespējams apmierināt. Katrs dotais naudas daudzums ir kvantitatīvi ierobežots. Šī iemesla dēļ katrs pircējs centīsies maksimizēt galējo derīgumu, iegādājoties noteiktu preču klāstu savu materiālo iespēju ietvaros. Reālais variants ir šāds: pircējam nauda jāsadala daudzu preču pirkšanai. cenšoties iegūt galējo derīgumu proporcionāli preces cenai un nepārmaksāt. Pircēja izvēles motivācijai var labi izsekot kafējnīcā vai restorānā. Viņa rīcības mērķtiecība, *pirmkārt*, ir saistīta ar centieniem remdināt izsalkumu un slāpes. *Otrkārt*, ēdienkartē apmeklētājs izvēlēsies to, kas visvairāk atbilst viņa individuālajai gaumei. *Treškārt*, viņa izvēli ierobežo ēdienu un dzērienu cena, jo ne visu to, kas pircējam šķiet visgardākais, viņš spēj nopirkt. Šāds problēmas risinājums ir tipisks jebkuram patērētājam, kura izvēles brīvības pakāpi nosaka ienākuma lielums nedēļā, mēnesī vai gadā. Līdz ar to pircēja ekonomiskās rīcības teorētiskais vispārinājums ir šāds: lai nodrošinātu līdzsvaru starp preču iegādei izlieto to naudas daudzumu un maksimāli iespējamo vajadzību apmierināšanu, jebkuras preces galējā derīguma (GD) attiecībai pret tās cenu (C) jābūt pilnīgi vienādai. Citiem vārdiem, galējā derīguma attiecībai pret cenu, kas tiek saukta par galējo derīgumu, rēķinot uz naudas vienību, jābūt vienādai visiem pirkumiem. P. Semjuelsons to uzskata par likumu, ko var izteikt formulā:

$$\frac{\text{Preces A GD}}{C_1} = \frac{\text{Preces B GD}}{C_2} = \frac{\text{Preces E GD}}{C_3} = \text{Vidējais GD uz ienākuma vienību naudā}$$

Saprotams, reāli var runāt tikai par vienādu galējā derīguma tendenci sakarā ar pircēju ekonomisko uzvedību. Būtībā darbojas šāds mehānisms: pieņemsim, ka, pērkot preci A par doto naudas summu, pircējs iegūst lielāku galējo derīgumu, nekā pērkot par to pašu naudas summu preci B; pircēja rīcība, samazinot preces B un palielinot preces A pirkumus, novedīs pie tā, ka preces B galējais derīgums pieaugs, preces A – samazināsies. Tādējādi katra naudas vienība, ko izlieto visdažādāko preču iegādei, nodrošinās vienāda lieluma galējo derīgumu kā vidējo tendenci. Nozīmīgs ir šāds fundamentāls secinājums: nauda tirgū ir galējā derīguma mērs. Turklāt nav svarīgi, kādās konkrētās naudas vienībās (dolāros, mārciņās, frankos, markās, kronās, rubļos, latos utt.) notiek galējā derīguma mērīšana, kādas ir cenas absolūtos skaitļos, būtisks ir tikai galējā derīguma relatīvais lielums, cenu samēri.

7.3.2. Aizstāšanas likums

Mūsdienu apstākļos, kad inflācijas ietekmē pirmās nepieciešamības preču, tajā skaitā komunālo pakalpojumu, cenas salīdzinājumā ar Latvijas iedzīvotāju vairākuma ienākumiem ir visai augstas, aktuāls ir jautājums par tā saucamo aizstāšanas likumu. Atbilstoši šim likumam jo dārgāka ir kāda prece un augstāks tās galējais derīgums, jo lielāks ir šīs preces aizstāšanas vērtīgums. Proti, pastāvot ierobežotam ienākumam, pircējs, pērkot nepieciešamo preci par augstu cenu, ir spiests atteikties no citu preču iegādes. Parastas ģimenes ar vidējo kopienākumu, nemaz jau nerunājot par pensionāriem, vairs nepieprasa ilgstošas lietošanas priekšmetus; par mēbeļu, televizoru, ledusskapju, putekļu sūcēju

iegādi viņi var tikai sapņot. Ir daudz tādu ģimeņu, kas nespēj samaksāt par dzīvokļa īri, ne arī par apkuri.

Pievērsīsimies pircēju rīcībai tirgū, kuri, kā jau redzējām, cenšas maksimizēt savu pirkumu kopējo derīgumu.

7.4. Gosena likumi

Pirmais likums. Lai gūtu pilnīgāku priekšstatu par galējā derīguma teorijas sākumiem, citēsim šīs teorijas tēvu Gosenu. Pirmais likums: vienā nepārtrauktā patērēšanas aktā katra nākamā patērējamā labuma derīgums dilst; atkārtoti patērējot kādu labumu, katras tās vienības derīgums mazinās, salīdzinot ar tā derīgumu, patērējot šo labumu pirmo reizi.

Otrais likums. Lai gūtu derīgumu no dotā labuma klāsta noteiktā laika periodā, nepieciešams katru labumu patērēt tādā daudzumā, lai katra labuma galējais derīgums būtu vienādi lielumi. Ja šīs vienādības nav, tad, pārdalot laiku, kas nepieciešams atsevišķa labuma patēriņam, var iegūt lielāku kopējo derīgumu.

7.5. Kopējā derīguma maksimizācija

Pieņemsim, ka pilsonis Pēteris Bērziņš nolēmis dotajā mēnesī pirkumiem izlietot 10 latus. No lielā piedāvāto preču klāsta viņš izvēles tikai precī A un precī B. Preces A vienas vienības cena ir 1 lats, bet preces B vienas vienības cena – 2 lati. Pēteris Bērziņš stingri vadās pēc tā, ka katras nākamās pieprasītās preces galējais derīgums ir mazāks par iepriekšējo. Pēc 7.5. tabulas datiem apskatīsim Pētera Bērziņa pirkumus, kuru cenas kopsumma ir 10 latu.

7.5. tabula

Preces A un preces B galējais derīgums*

Preces vienība	Prece A		Prece B	
	Galējais derīgums	Galējais derīgums, rēķinot uz 1 latu	Galējais derīgums	Galējais derīgums, rēķinot uz 1 latu
Pirmā	10	10	24	12
Otrā	8	8	20	10
Trešā	7	7	18	9
Ceturta	6	6	16	8
Piektā	5	5	12	6
Sestā	4	4	6	3
Septītā	3	3	4	2

*Nosacītās vienībās

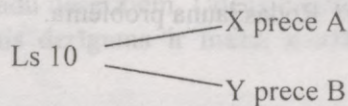
Pēteris Bērziņš vispirms pērk preces B pirmo vienību par 2 latiem, jo tai ir visaugstākais galējais derīgums – 12, rēķinot uz vienu latu. Pēc šī pirkuma viņam paliek 8 lati. Pēc tam tiek pirktas preces A pirmā vienība par 1 latu un preces B otrā vienība par 2 latiem, jo abām šo preču vienībām ir vienāds un reizē augstāks galējais derīgums – 10, rēķinot uz 1 latu. Šis pirkums samazina Pētera Bērziņa ienākumu par 3 latiem, tātad viņa ienākuma atlikums ir 5 lati. Tālāko pirkumu pamatā ir tāda pati motivācija. Pēteris Bērziņš pērk preces B trešo vienību par 2 latiem, jo no pārējām preces A un preces B vienībām tai ir visaugstākais galējais derīgums – 9, rēķinot uz 1 latu. Pētera Bērziņa ienākuma atlikums jau ir sarucis līdz 3 latiem. Acīmredzot ir lietderīgi iegādāties preces A otro vienību par 1 latu un preces B ceturto vienību par 2 latiem, jo šo abu preču vienību galējais derīgums ir maksimālais – 8, rēķinot uz 1 latu. Tādējādi Pēteris Bērziņš, nopirkdams preces A divas vienības un preces B četras vienības, ir maksimizējis galējo derīgumu preču iegādei par saviem 10 latiem. Šis maksimāli kopējais

derīgums līdzinās 96 nosacītām pirkuma vienībām, t.i., preces A 18 vienības (8+10) un preces B 78 vienības (24+20+18+16). Ikviens cits preces A un preces B pirkuma kombinācija par 10 latiem dod mazāku kopējo derīgumu. Ja Pēteris Bērziņš izlietotu 4 latus preces A četru vienību iegādei un 6 latus preces B trīs vienību iegādei, viņš redzami būtu zaudētājs. Šādā kombinācijā pirkto preču kopējais derīgums līdzinās tikai 93 nosacītām vienībām, t.i., par 3 nosacītām vienībām mazāks nekā iespējamais kopējā derīguma maksimums.

Šo procesu uzskatāmi parāda 7.4. tabulas skaitļi.

7.4. tabula

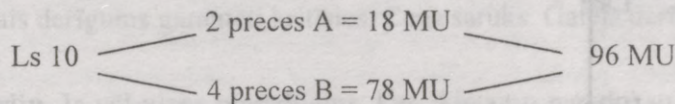
Kopējā derīguma maksimizācija



1. pirkums – 1 prece B (1) par Ls 2 ($MU/Ls=12$)
2. pirkums – 1 prece A (1) par Ls 1 ($MU/Ls=10$)
3. pirkums – 1 prece B (2) par Ls 2 ($MU/Ls=10$)
4. pirkums – 1 prece B (3) par Ls 2 ($MU/Ls=9$)
5. pirkums – 1 prece A (2) par Ls 1 ($MU/Ls=8$)
6. pirkums – 1 prece B (4) par Ls 2 ($MU/Ls=8$)

2 preces A $MU = 10+8+18$

4 preces B $MU = 24+20+18+16=78$



Iztirzātais piemērs ir visnotaļ vienkāršots. Reālam pircējam preču izvēle ir ļoti plaša un to galējais derīgums ir nojaušams tikai intuitīvi. Preču pirkšanas laikā nav iespējams konkrēts aprēķins kaut kādās derīguma vienībās. Bez tam ļoti daudzus un atšķirīgus faktoros pircēji ievēro preču izvēlē. Šajā sakarā īpašu uzmanību pelna laika faktors.

7.6. Laiks ir nauda

Laiks un derīgums. Pazīstamo teicienu var pārfrāzēt šādi: zaudēts laiks ir zaudēta nauda, ietaupīts laiks līdзина ceļu uz lielāku ienākumu. Šoreiz runa nav par darba ražīgumu. Pieprasījuma kontekstā ir analizējams laika faktora sakars ar preču derīgumu. Mēs iepriekš minējām vairākus iemeslus, kas motivē ēdienu izvēli restorānā. Šajā aprakstā netika ievērots viens būtisks apstāklis, proti, pusdienošanas laikā apmeklētājus var ļoti interesēt, cik ilgi būs jāgaida konkrēta ēdiena pasniegšana. Šāds faktors spēj ietekmēt gan ēdiena izvēli, gan arī to, vai apmeklētājs dos priekšroku restorānam ar viesmīļiem vai pašapkalpošanās ēdnīcai. Uzņēmējam, menedžerim, ārstam, advokātam un visiem tiem, kam vārda tiešā nozīmē ir dārga katra minūte, pieprasījuma regulators būs ne tikai cena un komforts, bet arī apkalpošanas ātrums. Viens otrs būs ar mieru papildus maksāt par piegādi un servēšanu darba kabinetā.

Tādējādi teorijas jomā ir izdarāmi vairāki papildinājumi: *pirmkārt*, novērtējot kādas preces derīgumu, jāievēro tās iegādes un patērēšanas laiks; *otrkārt*, formulā, kas atspoguļo preces galējā derīguma attiecību pret tās cenu, saucējs jāpapildina ar šī laika cenu. Tikai pēdējā gadījumā tiks gūts ekonomiski pamatots priekšstats par preces "pilno cenu".

Prakses apstiprinājums. Šīs atziņas apstiprina daudzi praktiski piemēri. Pircējs, kam laiks patiešām ir nauda, nestāvēs garā rindā pēc lētākas preces. Šodien Latvijas Republikā rindu pēc lētākas preces praktiski nav. Ja biznesa pārstāvis maksā par ļoti dārgo biļeti, lai virsskaņas lidmašīnā "Concord"

šķērsotu okeānu no Parīzes vai Londonas uz Ņujorku, tad tā nav bagātnieku izšķērdība, bet laika taupīšanas reālā izdevīguma apzināšanās. Konkurējot teātriem, kinoteātriem un televīzijai, nozīmīga ir ne tikai cena, bet arī laika patēriņš. Ir cilvēki, kas nepērķ avīzes tāpēc, ka ziņas un visādus komentārus viņi noklausās pa radio, vienlaikus veicot savu tiešo darbu. Tā tiek taupīts brīvais laiks. Tie un daudzi citi piemēri liecina par to, cik daudzšķautņaina ir galējā derīguma problēma, pircēja izvēles motivācija.

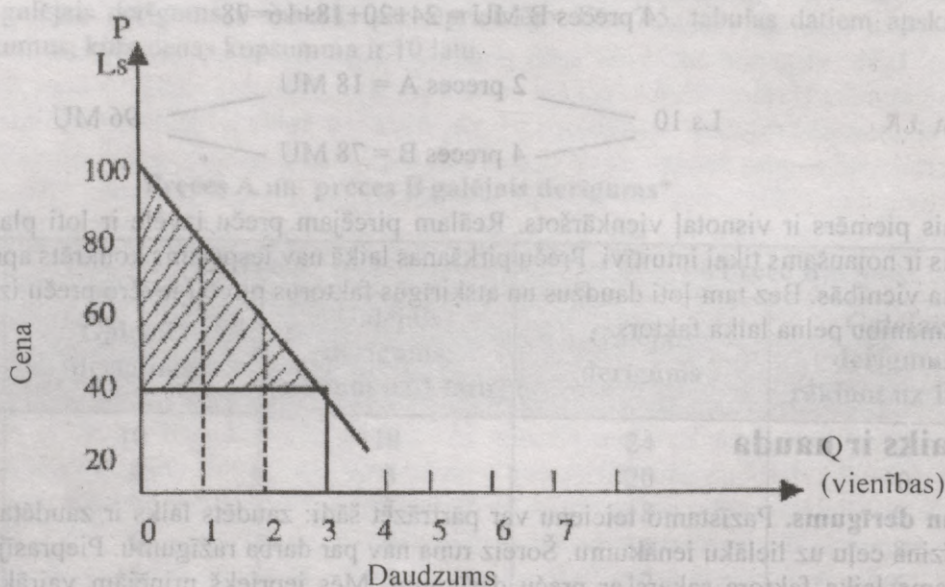
Pieprasījuma likums kā ekonomiska trīsvienība. Iepriekšējā analīze dod iespēju raksturot pieprasījuma likumu. Tas ir sarežģīts cēloņsakarību kopums, kam ir trīs sasaistītas daļas. *Pirmkārt*, noturīga cēloņsakarība starp preces cenu un pieprasījuma lielumu. *Otrkārt*, ārpuscenu faktoru iedarbība uz pieprasījumu (Q). *Treškārt*, galējā derīguma saistība ar preces pieprasījumu. Nevis atsevišķa cēloņu un seku mijiedarbība, bet ekonomiska trīsvienība liek izprast pieprasījuma veidošanās tirgus mehānismā. Pieprasījuma likums savukārt ir tikai daļa no cēloņsakarības, kas veido līdzsvara cenu. Tirgus pieprasījuma aktīvā rīcība, pieprasījums kā ekonomisks likums atstāj ne mazums "balto plankumu". Mēģināsim kaut daļēji tos "aizkrāsot". Rodas jauna problēma.

7.7. Patērētāju pārpalikums (patērētāja rente)

Individuālais novērtējums. Galējā derīguma teorija atsedz objektīvas cēloņsakarības, kuru izpratnes saknes slēpjas pircēju subjektīvā uzvedībā. Veidosim elementāru shēmu.

7.6. shēma

Galējā derīguma individuālais novērtējums



Pēc individuālā novērtējuma: 1. prece = Ls 80
2. prece = Ls 60
3. prece = Ls 40

Tas atbilst galējā derīguma mazināšanās likumam. Kam līdzinās preču galējais derīgums ($Q = 3$ vienības)? Shēma to uzskatāmi rāda: pēdējās trešās preces galējais derīgums ir Ls 40. Individuālais novērtējums, pērkot secīgi trīs preces = Ls 80 + Ls 60 + Ls 40 = Ls 180.

Tirgus novērtējums. Tirgus cenu jebkurai precei šinī preču klāstā nosaka tā cena, kas ir galējai precei sakarā ar tās galējo derīgumu, proti, Ls 40. Trīs preču tirgus cena = Ls 40 + Ls 40 + Ls 40 = Ls 120. Patērētāja pārpalikums ir neizbēgamā starpība starp trīs preču individuālo un tirgus novērtējumu (cenu): Ls 180 – Ls 120 = Ls 60. Jo lielāks skaits vienveidīgu preču tiek secīgi pirkti, jo lielāks būs patērētāja pārpalikums jeb rente. Šī cēloņsakarība jāievēro, skaidrojot cenu veidošanās tirgus mehānismu.

7.8. Ūdens un briljantu paradokss

Universāls derīgums. H_2O , dzīvības eliksīrs. Vispasaules lietošanas vērtība, kas absolūti nepieciešama katram – no akas ūdens līdz okeānam zivju “inkubatoram”, kuģu ceļam. Derīgums ir grandiozs. Bez ūdens nav dzīvības. Bet šis universālais derīgums pasaules lielākajā daļā ir lēts. Kā derīgums smieklīgi lēts.

Ierobežota dārglieta. Briljanti – juvelierizstrādājums ar visai ierobežotu lietošanas vērtīgu. Bet kā ir ar briljantu derīgumu? Empīriski mēs zinām, ka briljanti ir relatīvi ekstra dārgi. To pasaules krājumi ir mazi. Ar vienu vārdu sakot, visai reta manta.

Likumsakarīgi! Nekāda paradoksa! Lētais ūdens un dārgie briljanti pilnīgi atbilst galējā derīguma teorijai. Ūdens ir daudz. Smel spaini pēc spaiņa – mazāk tā nekļūst. Pieslēdz ūdens avotam spēcīgu ūdensvada sistēmu, ūdens pietiks gadu desmitiem. Ūdens bagātajos rajonos to lieto nekaunīgi daudz. Kāds ir secinājums? Ūdens galējais derīgums ir mazs, gaužām mazs. Līdz ar to zema ir cena. Likumsakarīgi!

Briljantu (dimantu) plašajā pasaulē ir tikai tāds mazumiņš. Ieguve, apstrāde ir visai dārgs priekš. Sevišķi pievilcīga, kārdinoša rotaslieta. Subjektīvā vērtējumā – ierobežots lietošanas vērtīgums ar varen lielu derīgumu tikai bagātniekiem. Galējais derīgums augstu augstais. Secinājums: briljanti ir dārgi. Pēc galējā derīguma teorijas tas ir absolūti likumsakarīgi.

Dārgs ūdens. Svelmainās bezūdens stepēs ūdens ir dārgs. Lai izraktu aku un nonāktu līdz ūdenim, vajadzīgas izmaksas izmaksas. Irigācijas sistēmas izveidošana prasa naudu, naudu un vēlreiz naudu. Ūdens jālieto visai taupīgi. Rokas nomazgāt ir problēma. Vajadzība pacēlusi ūdens galējo derīgumu jo augstu. Attiecīgi sakāpusi cena.

Lēti briljanti. Ja notiks brīnums un kaut kur plašā teritorijā praktiski neierobežoti ekskavatori smels dimantus, tie būs pieejami kā granīta šķembas, pieprasījums pēc šiem dārgakmeņiem sākotnēji strauji pieaugs. Briljantu galējais derīgums garantēti kritīsies. Cena saruks. Galējā derīguma teorija gūs jaunu prakses apstiprinājumu.

Prakse apstiprina teoriju. Ir vēl viens pierādījums, kas šķietamo paradoksu pārvērš likumsakarīgā parādībā. Jau iepriekš, saistot naudu ar galējo derīgumu, pamatojām, ka doto preci ir vērts pirkt tādā daudzumā, kamēr tās galējais derīgums, attiecināts uz produkcijas vienību, nolīdzināsies ar visu pārējo preču vienību galējo derīgumu.

Lēto ūdeni lieto bezgala daudz. Bez sarežģītiem matemātiskiem aprēķiniem var lēst, ka kopējais derīgums patērētajam ūdenim būs varen liels. Pretēja situācija ir ar briljantiem. Mazs pieprasījums, reti pirkumi dod briljantiem mazu kopējo derīgumu. Te saskaramies ar fundamentālu tēzi. Kas nosaka cilvēku uzvedību, praktiski pieprasījumu, gatavību maksāt augstāku vai zemāku cenu? To nosaka nevis preču veida kopējais daudzums, bet preces vienības galējais derīgums. Te atgriezamies pie analīzes sākuma: ūdens vienības galējais derīgums ir zems. Briljantu karāta galējais derīgums ir augsts. Galējā derīguma teorija ūdens un briljanta cenu ir nolikusi savās likumīgās vietās cenu plauktā. Prakse ir apstiprinājusi teoriju.

Izvirzīsim jaunu uzdevumu. No faktoriem, kas regulē pieprasījumu, pārmetīsim tiltu uz tirdzniecības pamatiem.

7.9. Vienaldzības līknes, budžeta līnija un pieprasījuma prognoze

Ikvienam uzņēmējam, firmai, kas plāno savu rītdienu, jāapsver, kāds būs piedāvājamo preču pieprasījums turpmākajā laika periodā. Pieprasījuma prognoze ir sevišķi nozīmīga, ja ir iecerēts izlaist jaunus ražojumus, pilnveidot produkciju, sniegt jaunus pakalpojumus, kā arī nodrošināt patērētājiem lielākas ērtības. Lai prognozes nebūtu zīlēšana kafijas biezumos, prognozētājiem jāpēta to daudzo faktoru sakarības, kas mijiedarbojoties kā motīvi nosaka pircēju rīcību. No lielās faktoru grupas apskatīsim trīs ļoti būtiskus faktorus. *Pirmkārt*, pircēju prioritātes patēriņā, līdz ar to arī pieprasījumā, preces izvēlē. Pirms reaģēšanas uz kārdinājumu pirkt jaunu vai vecu uzlabotu preci pircējs novērtēs tās derīgumu, t.i., kādā mērā piedāvātā produkcija vai pakalpojums sekmēs viņa vajadzību apmierināšanas pakāpes pieaugumu. Turklāt pircējs nepārprotami centīsies maksimizēt to preču kopējo derīgumu,

kuras viņš spēj nopirkt. Tāpēc, *otrkārt*, jāapsver cenu līmeņa ietekme uz pieprasījuma lielumu. *Treškārt*, jāņem vērā, kā turpmāk mainīsies pircēja ienākumi. Šīs problēmas risināt palīdz teorija, kurā ir skaidrotas vienaldzības līkņu un budžeta līniju sakarības.

7.9.1. Vienaldzības līknes

Pircēju rīcības motīvu izpēte, izmantojot vienaldzības līknes, balstās uz daudziem vienkāršojumiem. Tā pieņemam, ka pircējs no dažādiem patēriņa groziem izvēlas tādu, kas sastāv tikai no divām precēm dažādā skaitliskā kombinācijā.¹ Patēriņa groza variantus apspoguļo nosacīts piemērs 7.5. tabulā.

7.5. tabula

Patēriņa groza varianti ar vienādu kopējo derīgumu

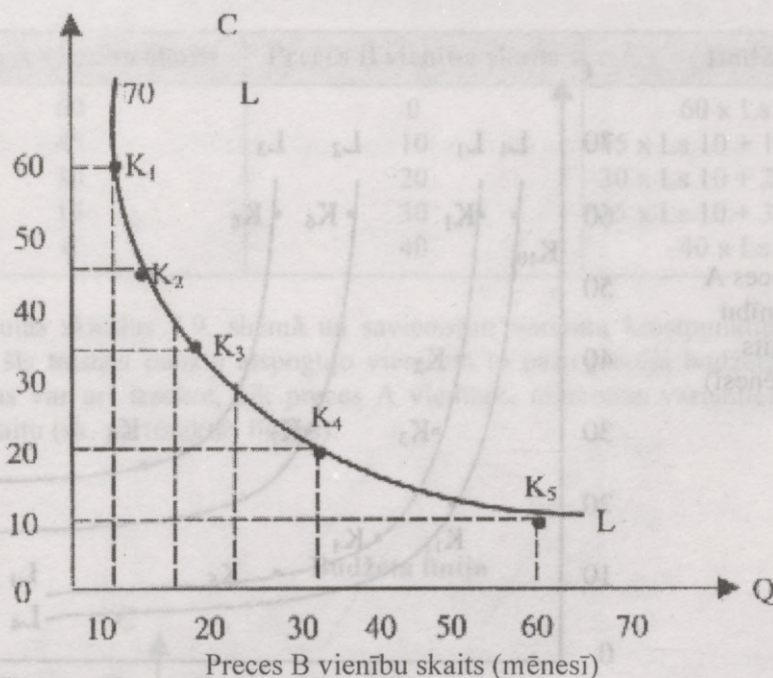
Kombinācijas (mēnesī)	Produkta A vienību skaits	Produkta B vienību skaits
K ₁	60	10
K ₂	40	15
K ₃	30	20
K ₄	20	30
K ₅	10	60

Patēriņa groza reālais saturs var būt pārtika un apģērbs, gaļa un dārzeņi, āboli un apelsīni, alkoholiskie dzērieni un augļu sulas, maize un kartupeļi, un tūkstošiem citu dažādu preču kombinācijas. 7.5. tabulā preces A un preces B skaitlisko variantu galvenā īpatnība ir tā, ka visu piecu kombināciju kopējais derīgums ir pilnīgi vienāds, t.i., ievērojot preces A un preces B aizstāšanas iespēju, tās vienādā mērā apmierina patērētāju vajadzības. Šī iemesla dēļ pircēji nevienai preču kombinācijai nedod priekšroku. Tas dod tiesības runāt par pircēju vienaldzību, pērkot preces A un preces B 7.5. tabulā minētajās proporcijās. Ja 7.5. tabulas dati tiek attēloti grafiski, tad veidojas vienaldzības līkne.

Raksturojot vienaldzības līkni, jāatzīmē, ka ne tikai krustpunktos K₁, K₂, K₃, K₄ un K₅, bet arī jebkurā citā punktā preces A un preces B kombināciju kopējais derīgums ir pilnīgi vienāds. Kas attiecas uz līknes konfigurāciju – gandrīz vertikāls sākums no augšas pa kreisi, ieliekums centrā un mazs slīpums apakšā pa labi –, tad tā ir aizstāšanas proporciju loģisks rezultāts. Sākotnējo kopējo derīgumu nosaka preces A 60 vienības un preces B 10 vienības. Tas ir likumsakarīgi, jo preces A ir relatīvi daudz, tāpēc tās galējais derīgums ir liels. Nākamajās kombinācijās, samazinoties preces A daudzumam un pieaugot preces B daudzumam, preces A galējais derīgums pieaug, bet preces B – samazinās. Tā jau trešajā kombinācijā preces B 5 vienības spēj aizstāt vairs tikai preces A 10 vienības. Ceturtajā kombinācijā, lai aizstātu preces A 10 vienības, ir nepieciešams tikpat daudz preces B vienību. Piektajā kombinācijā preces A 10 vienības jau tiek aizstātas ar preces B 20 vienībām. Citiem vārdiem, otrajā variantā preces B galējais derīgums bija piecas reizes lielāks par preces A galējo derīgumu, bet piektajā variantā preces B galējais derīgums ir četras reizes mazāks nekā preces A galējais derīgums. Tā uzskatāmi ir redzams, ka darbojas galējā derīguma mazināšanās likums. 7.7. shēmā aizstāšanas proporcijas fiksē pārtrauktās taisnes: vertikālās līnijas garums attēlo preces A vienību skaitu, ko pircējs ir ar mieru aizstāt ar to preces B vienību skaitu, kas ir atzīmēts uz horizontālās līnijas.

¹ Patēriņa grozā ietilps gan dažādi pārtikas un nepārtikas produkti, gan arī komunālie un citi maksas pakalpojumi, kurus zināmā laika periodā noteiktā skaitliskā kombinācijā parasti pieprasa pircēji patērētāji.

Vienaldzības līkne



Pircēja vienaldzību pret patēriņa groza preču skaitliskajiem variantiem ierobežo tās kombinācijas, kas pēc kopējā derīguma tiek vērtētas vienādi. Sprotams, ka patērētājam pērkamo preču izvēlē ir savas prioritātes: priekšroka tiek dota patēriņa groziem ar lielāku kopējo derīgumu. Tas attiecas gan uz groziem ar atšķirīgu preču kopu, gan arī uz tādu pašu patēriņa grozu, bet tikai ar citu preču vienību kombināciju. Lai pēdējā gadījumā variantam būtu lielāks kopējais derīgums, ir nepieciešams, lai kaut viena prece patēriņa grozā būtu lielākā skaitā, nekā tas ir maksimāli iespējams uz pirmās vienaldzības līknes. Šajā sakarā ieskatīsimies 7.6. tabulā.

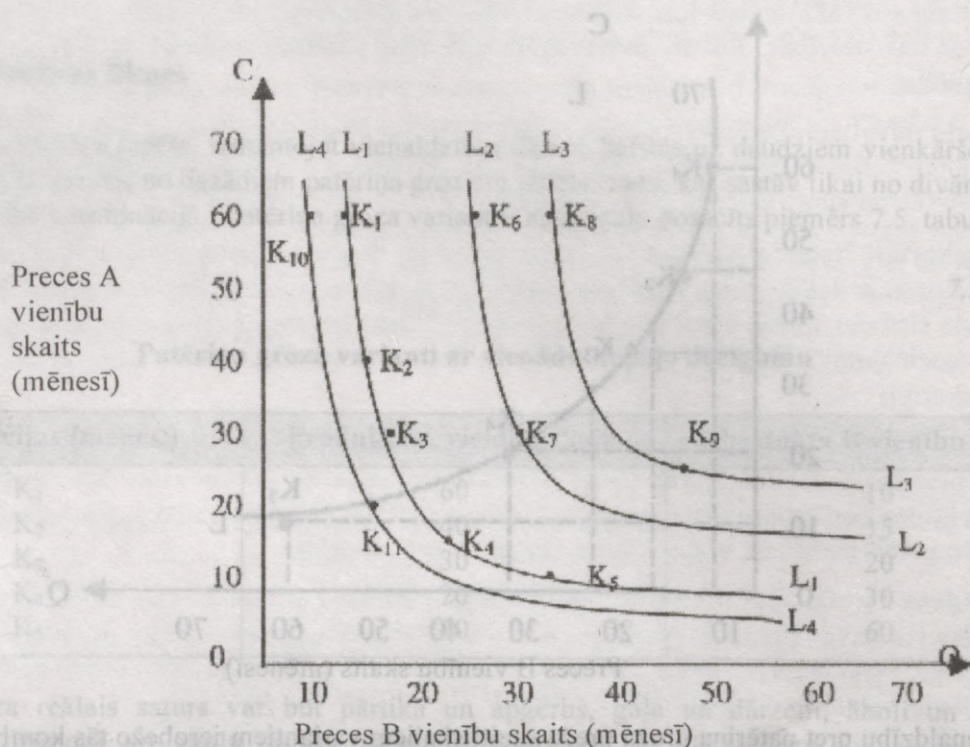
7.6. tabula

Patēriņa groza varianti ar dažādu kopējo derīgumu

Kombinācijas	Produkta A vienību skaits	Produkta B vienību skaits
K_6	60	20
K_7	30	30
K_8	60	30
K_9	25	50
K_{10}	60	8
K_{11}	20	20

Kombinācijām K_6 un K_7 , kā arī K_8 un K_9 ir lielāks kopējais derīgums nekā ikvienai no kombinācijām uz vienaldzības līknēm no K_1 līdz K_5 (sk. 7.6. tabulu un 7.7. shēmu). Turklāt kombinācijas K_8 un K_9 pēc šī kritērija pārspēj kombinācijas K_6 un K_7 . Toties kombinācijām K_{10} un K_{11} ir mazāks kopējais derīgums nekā variantiem uz sākotnējās vienaldzības līknes. Papildināsim 7.7. shēmu ar jauniem krustpunktiem (sk. 7.8. shēmu).

Vienaldzības karte



Tā kā kombinācijām K_6 un K_7 ir vienāds kopējais derīgums un pēc šīs pazīmes arī $K_8 = K_9$ un $K_{10} = K_{11}$, tad 7.8. shēmā veidojas trīs jaunas vienaldzības līknes. Pirmā līkne ievietojas pa labi no sākotnējās vienaldzības līknes, otrā jaunā līkne ar vislielāko kopējo derīgumu – vēl tālāk pa labi, bet trešā jaunā līkne, kura šajā shēmā atspoguļo vismazāko kopējo derīgumu, novirzās pa kreisi no sākotnējās vienaldzības līknes. Šādas shēmas, kas ietver vairākas vienaldzības līknes, dēvē par vienaldzības kartēm. Tās dod iespēju noteikt, kādam patēriņa grozam pircējs dos priekšroku.

Vienaldzības līkņu raksturīga īpatnība ir tā, ka tās nekad nekrustojas. Vienaldzības karte nespēj dot pilnīgu priekšstatu par patērētāju reālo izvēli, jo tā nesatur informāciju par preču cenām un pircēju materiālajām iespējām. Šī iemesla dēļ analīzes turpinājumā jāpievēršas problēmai – kā cenu līmenis, pastāvot noteiktam ienākumu lielumam, regulē pieprasījumu. Lai noteiktu ražošanas apjomu, turpmāk jāprognozē pircēju iznākumi nākotnē, šo ienākumu konkrētas daļas izlietošana preču iegādei, tajā skaitā samaksai par pakalpojumiem, kā arī jāparedz, cik preču vienību viņi varēs iegādāties atkarībā no cenu līmeņa. Pasaulslavenais angļu ekonomists Dž. M. Keins (1883–1946), kura uzskati mūsdienās tiek gan cildināti, gan kritizēti, pamatoja tā saucamo psiholoģisko pamatlikumu. Saskaņā ar to, augot ienākumam, palielinās arī patēriņš, taču tas palielinās mazākā mērā nekā ienākums. Šī atziņa ir jāievēro pieprasījuma prognozēšanā. Lai nesarežģītu analīzi, mēs turpmāk apskatīsim tikai to ienākuma daļu, kas tiek izlietota pirkumiem. Nākamajā apakšnodaļā, kas tiek veltīta budžeta līnijai, tiks apskatītas tās cēloņsakarības, kas sasaista pircēja izvēli ar viņa ienākuma lielumu, patēriņa groza preču cenām un vienaldzības kartes līknēm.

7.9.2. Budžeta līnija un pircēju izvēle

Lai veidotu budžeta līniju, pieņemam, ka pircējs atbilstoši sava ienākuma lielumam no lielā preču klāsta izvēlas tikai divas preces – preci A un preci B, kas ietilpst patēriņa grozā. Preces A cena līdzinās 10 latiem, preces B cena – 15 latiem, bet pircēja ienākums preču iegādei – 600 latiem. Iespējamie pirkuma varianti ir parādīti 7.7. tabulā.

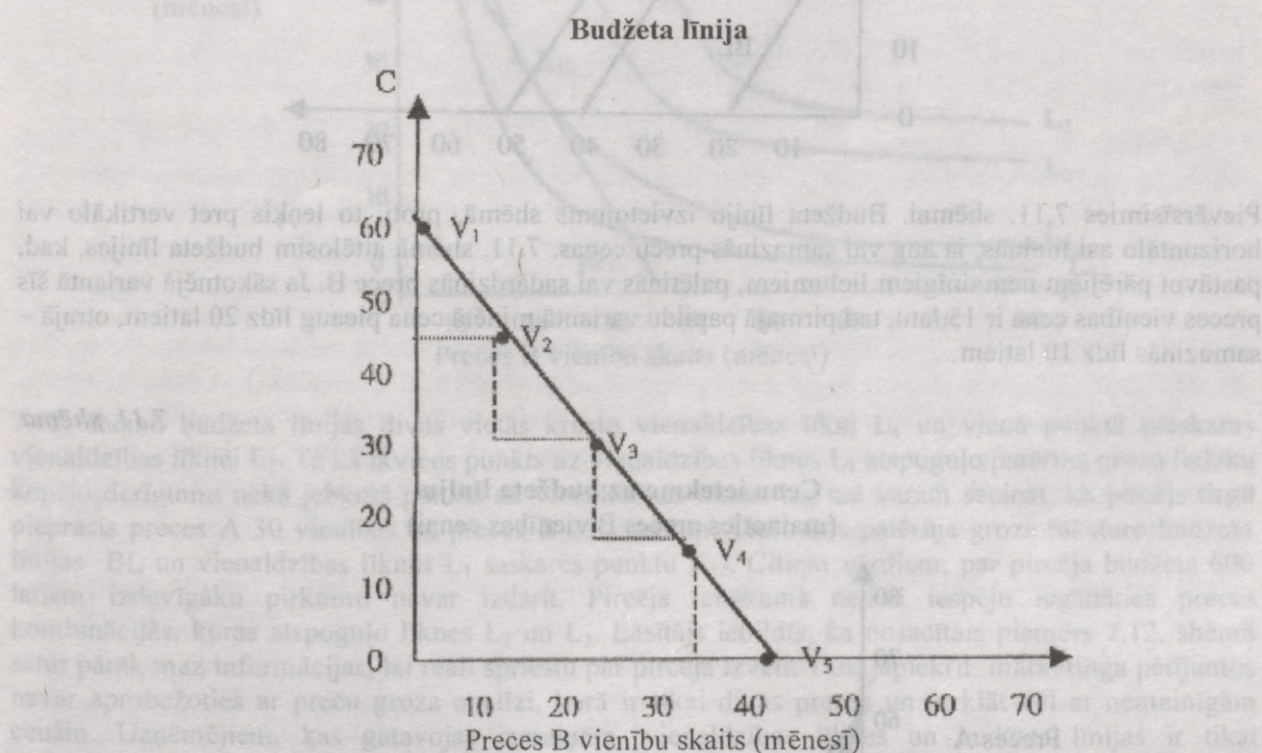
7.7. tabula

Pircēja budžeta izlietošanas varianti

Varianti	Preces A vienību skaits	Preces B vienību skaits	Budžets (latos)
V ₁	60	0	60 x Ls 10 = Ls 600
V ₂	45	10	45 x Ls 10 + 10 x Ls 15 = Ls 600
V ₃	30	20	30 x Ls 10 + 20 x Ls 15 = Ls 600
V ₄	15	30	15 x Ls 10 + 30 x Ls 15 = Ls 600
V ₅	0	40	40 x Ls 15 = Ls 600

Ievietosim 7.7. tabulas skaitļus 7.9. shēmā un savienosim variantu krustpunktus līnijā. Izveidojas taisne V₁V₅. Katrs šīs taisnes punkts atspoguļo vienu un to pašu pircēja budžeta lielumu 600 latu apmērā. Pēc shēmas var arī izsekot, cik preces A vienības, mainoties variantiem, aizstāj noteiktu preces B vienību skaitu (sk. pārtrauktās līnijas).

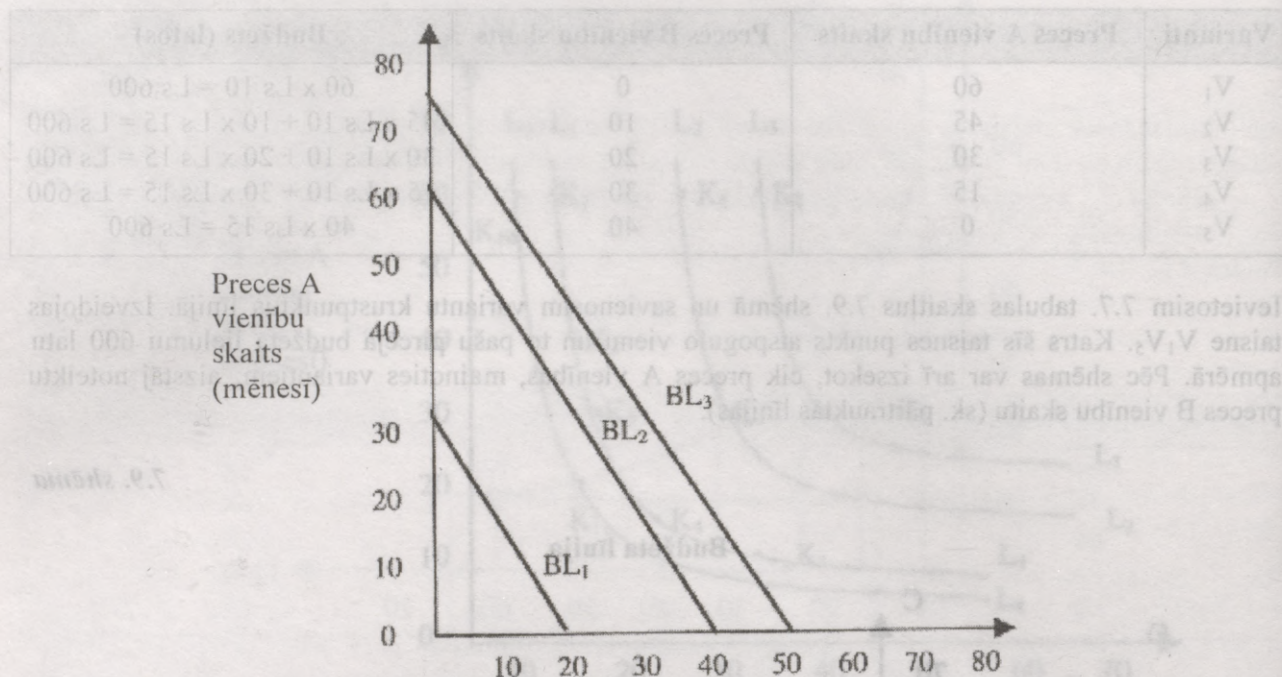
7.9. shēma



Piemēram, 3. variantā salīdzinājumā ar 2. variantu redzam, ka pircējam jāatsakās no preces A 15 vienībām, lai iegādātos papildus preces B 10 vienības.

Kas var novirzīt budžeta līniju pa labi vai pa kreisi? Atbilde ir tikai viena – pircēja budžeta lieluma izmaiņas. Ja pircēja budžets pieaugs līdz 750 latiem, budžeta līnija pārvietosies pa labi, savienojot preces A 75 vienības uz vertikālās ass ar preces B 50 vienībām uz horizontālās ass. Pircēja budžetam samazinoties, piemēram, līdz 300 latiem, budžeta līnija attiecīgi pārvietosies pa kreisi, savienojot preces A 30 vienības ar preces B 20 vienībām (sk. 7.10. shēmu).

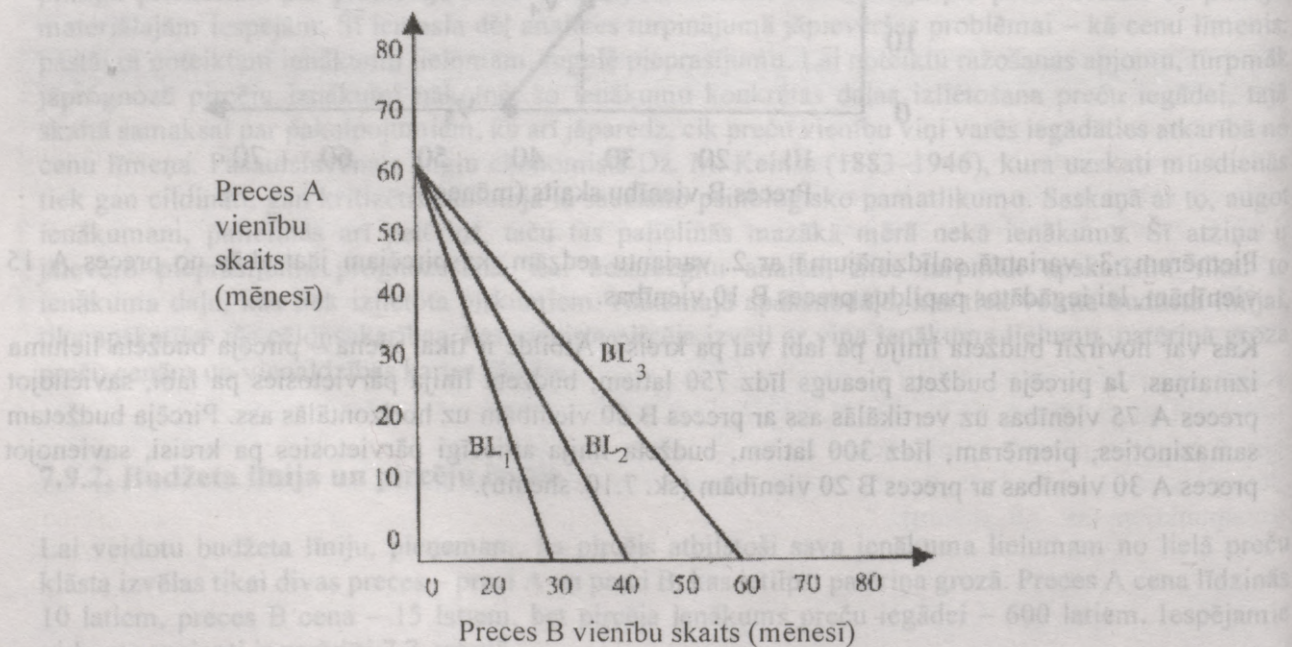
Pircēja budžeta lieluma ietekme uz budžeta līniju¹
Preces B vienību skaits (mēnesī)



Pievērsīsimies 7.11. shēmai. Budžeta līniju izvietojums shēmā, proti, to leņķis pret vertikālo vai horizontālo asi mainās, ja aug vai samazinās preču cenas. 7.11. shēmā attēlosim budžeta līnijas, kad, pastāvot pārējiem nemainīgiem lielumiem, palētinās vai sadārdzinās prece B. Ja sākotnējā variantā šīs preces vienības cena ir 15 latu, tad pirmajā papildu variantā minētā cena pieaug līdz 20 latiem, otrajā – samazinās līdz 10 latiem.

7.11. shēma

Cenu ietekme uz budžeta līniju
(mainoties preces B vienības cenai)

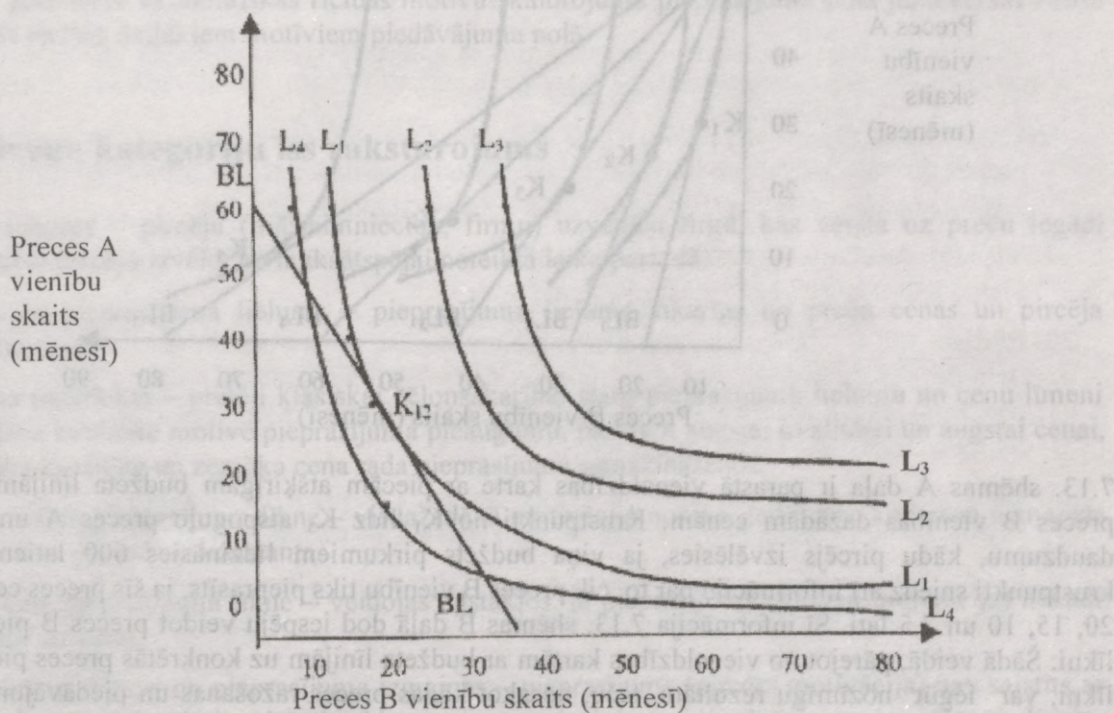


¹ Šajā shēmā un turpmāk ar apzīmējumiem BL₁, BL₂, BL₃ utt. ir parādīti budžeta līniju varianti.

Budžeta līnijas, atspoguļojot bagātīgu informāciju par iespējamiem pirkuma variantiem atkarībā no pircēja ienākuma un preču cenu līmeņiem, vēl nedod iespēju prognozēt, tieši kādu preču kombināciju patērētājs izvēlēties patēriņa grozā. Lai noskaidrotu šo kardinālo jautājumu, vienā shēmā jāietver vienaldzības līknes (karte) un budžeta līnija (sk. 7.12. shēmu, kurā ir apvienota 7.10. un 7.11. shēma).

7.12. shēma

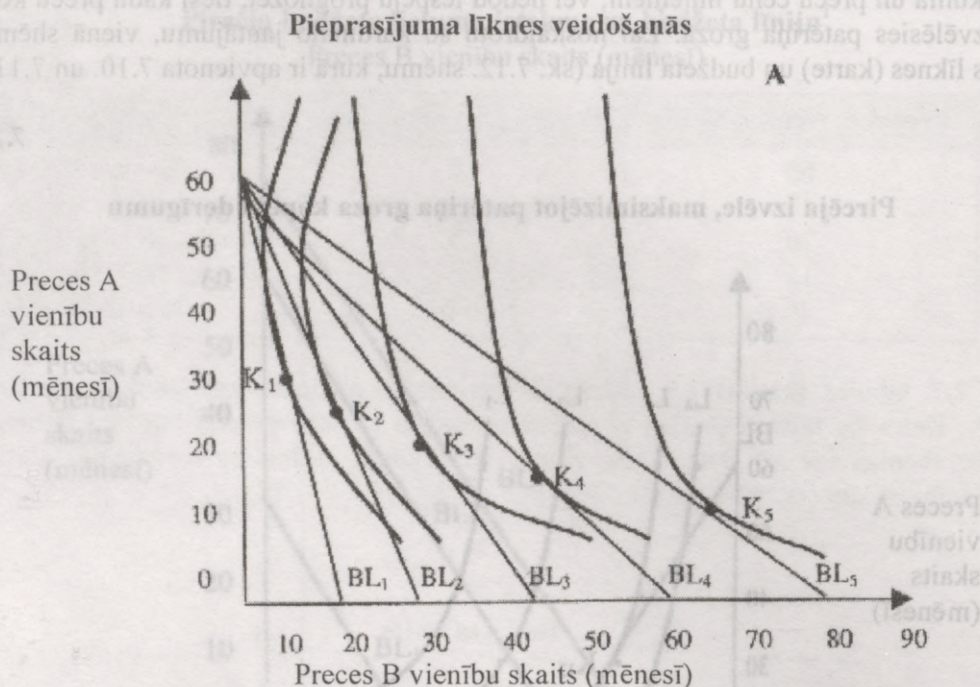
Pircēja izvēle, maksimizējot patēriņa groza kopējo derīgumu



7.12. shēmā budžeta līnijas divās vietās krusto vienaldzības līkni L₄ un vienā punktā pieskaras vienaldzības līknei L₁. Tā kā ikviens punkts uz vienaldzības līknes L₁ atspoguļo patēriņa groza lielāku kopējo derīgumu nekā jebkurš punkts uz vienaldzības līknes L₄, tad varam secināt, ka pircējs tirgū pieprasīs preces A 30 vienības un preces B 25 vienības. Tieši tāds patēriņa grozs raksturo budžeta līnijas BL un vienaldzības līknes L₁ saskares punktu K₁₂. Citiem vārdiem, par pircēja budžeta 600 latiem izdevīgāku pirkumu nevar izdarīt. Pircēja ienākums nedod iespēju iegādāties preces kombinācijās, kuras atspoguļo līknes L₂ un L₃. Lasītājs iebildīs, ka nosacītais piemērs 7.12. shēmā satur pārāk maz informācijas, lai reāli spriestu par pircēja izvēli. Tam jāpiekrīt: mārketinga pētījumos nevar aprobežoties ar preču groza analīzi, kurā ir tikai divas preces un turklāt vēl ar nemainīgām cenām. Uzņēmējiem, kas gatavojas izmaiņām, vienaldzības līknes un budžeta līnijas ir tikai zinātniskās metodes pamats, kas palīdz risināt šādas problēmas. Praktiski tirdzniecības pētījumi balstās uz sarežģītiem ekonomiski matemātiskiem modeļiem, plašu informāciju par ienākumiem, cenām, preču īpašībām, pircēju prioritātēm. Lai iegūtu nepieciešamos analīzes rezultātus lēmuma pieņemšanai, jāizmanto modernā elektroniskaitļošanas tehnika.

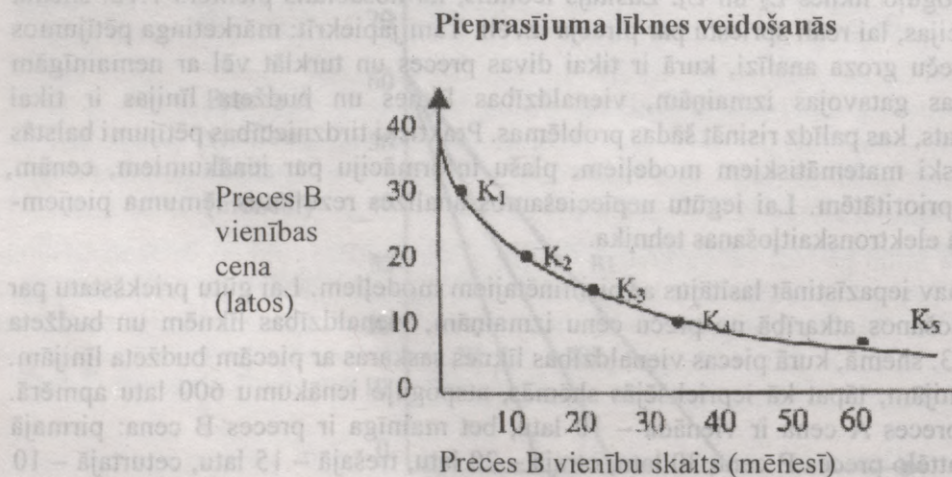
Šīs grāmatas uzdevums nav iepazīstināt lasītājus ar pieminētajiem modeļiem. Lai gūtu priekšstatu par pieprasījuma līknes veidošanos atkarībā no preču cenu izmaiņām, vienaldzības līknēm un budžeta līnijām, ieskatīsimies 7.13. shēmā, kurā piecas vienaldzības līknes saskaras ar piecām budžeta līnijām. Katra no šīm budžeta līnijām, tāpat kā iepriekšējās shēmās, atspoguļo ienākumu 600 latu apmērā. Jebkurā patēriņa grozā preces A cena ir vienāda – 10 latu, bet mainīga ir preces B cena: pirmajā gadījumā budžeta līnija attēlo preces B cenu 30 latu, otrajā – 20 latu, trešajā – 15 latu, ceturtajā – 10 latu, piektajā gadījumā – 7,5 latu apmērā. Vienaldzības līknes skaitliski tuvāk netiek raksturotas.

7.13. shēma



7.13. shēmas A daļa ir parastā vienaldzības karte ar piecām atšķirīgām budžeta līnijām atbilstoši preces B vienības dažādām cenām. Krustpunkti no K₁ līdz K₅ atspoguļo preces A un preces B daudzumu, kādu pircējs izvēlēties, ja viņa budžets pirkumiem līdzināsies 600 latiem. Minētie krustpunkti sniedz arī informāciju par to, cik preces B vienību tiks pieprasīts, ja šīs preces cena būs 30, 20, 15, 10 un 7,5 lati. Šī informācija 7.13. shēmas B daļā dod iespēju veidot preces B pieprasījuma līkni. Šādā veidā, pārejot no vienaldzības kartēm ar budžeta līnijām uz konkrētās preces pieprasījuma līkni, var iegūt nozīmīgu rezultātu, taču, nosakot kādas preces ražošanas un piedāvājuma apjomu nākotnē, jāzina (jāprognozē) tās iespējamais pieprasījuma lielums atbilstoši dažādiem cenu līmeņiem. Vienkāršus aprēķinus par divām precēm, kā tas iepriekš tika parādīts, var pārveidot tādējādi, ka vienas preces vietā analizē figurē liels visdažādāko preču kopums. Analīzē var būt arī šāda pieeja: pieņemam, ka prece B ir kāds konkrēts ražojums, kura pieprasījuma līkni vēlamies noskaidrot, bet ar precī A tajā pašā laikā saprotam visas pārējās preces, kuras tradicionāli pērk noteikti pircēji.

7.14. shēma



Vienaldzības līkņu un budžeta līniju mijiedarbības analīzi izmanto ne tikai tirgzinības jomā. Brīžiem ar tās palīdzību tiek risinātas visai specifiskas problēmas, piemēram, ģimenes plānošanas jautājumi. Šādā analīzē ģimenes budžeta lielums tiek sasaistīts ar izdevumiem bērniem nepieciešamo preču iegādei, kā arī ar tiem pirkumiem, no kuriem vecākiem jāatsakās, lai uzturētu vienu, divus un vairākus bērnus. Sakarības starp vecāku ienākumiem un bērnu skaitu ģimenē ir diezgan sarežģītas, jo visai bieži

turīgākiem vecākiem ir mazāks bērnu skaits salīdzinājumā ar ģimenēm, kur ienākumi ir mazāki. Tas parasti ir tāpēc, ka pirmie cenšas saviem jaunaudžiem nodrošināt komfortablu dzīvi, ir ar mieru izdot ne mazums naudas līdzekļu savu bērnu skološanai, arī dārgās, augsta prestiža augstākajās mācību iestādēs.

Vienaldzības līknes itin labi kalpo aprēķiniem, kas parāda riska pakāpi, palīdz uzņēmējam lemt par investīciju lietderību. Budžeta līnijas saistībā ar vienaldzības līknēm var mērķtiecīgi izmantot matemātiskos modeļos, lai lemtu par valsts līdzekļu piešķiršanu pašvaldībām. Šāda veida aprēķini dod iespēju risināt dažādu nodokļu noteikšanas efektivitātes problēmas.

Pēc pircēju patērētāju ekonomiskās rīcības motīvu skaidrojuma pieprasījuma polā jāpievēršas firmu ekonomiskās rīcības dziļākiem motīviem piedāvājuma polā.

7.10. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Pieprasījums – pircēju (mājsaimniecību, firmu) uzvedība tirgū, kas vērsta uz preču iegādi atbilstoši pircēju izvēlei un maksātspējai noteiktā laika periodā.
2. Cena un pieprasījuma lielums – pieprasījuma lielums atkarīgs no preču cenas un pircēja ienākumiem.
3. Gifena paradokss – pretēji klasiskai cēloņsakarībai starp pieprasījuma lielumu un cenu līmeni augstāka kvalitāte motivē pieprasījuma pieaugumu, pastāvot augstai kvalitātei un augstai cenai, zemāka kvalitāte un zemāka cena rada pieprasījuma samazināšanos.
4. Horizontāla pieprasījuma līkne – visdažādākā motivācija nosaka gadījumu, kad cena nemainās un zināmā periodā ir konstanta.
5. Vertikāla pieprasījuma līkne – veidojas apstākļos, ja pieprasījums (pircēju motivācija) nekādi nereaģē uz cenu.
6. Ārpuscenu faktori un pieprasījuma izmaiņas – pieprasījums (pircēja motivācija) nav saistīts ar cenu, bet ar lielu skaitu dažādu faktoru, kas nepieciešama vajadzību apmierināšanai. Karsta vasara, bet ne cena rosina pirkt vieglu apģērbu, atspirdzinošos dzērienus utt.
7. Līdzskrējēja efekts – sekošana modei nosaka pieprasījumu (pircēja motivāciju). Tu pieprasi preci, jo citi masveidā dara to pašu. Vienlaikus tas ir bara efekts, kas konkrētiem pircējiem pāraug prestiža efektā, kas patērīna jomā ne tikai neatpaliek, bet apliecina savu pārakumu.
8. Snoba efekts – līdzskrējēja un prestiža efekta pretmets, uzvedība rīkoties atšķirīgi no citiem, speciāli izcelties.
9. Lietošanas vērtīgums – preces spēja, pateicoties savu fizisko, ķīmisko, bioloģisko, ģeometrisku un citu īpašību kopumam, apmierina cilvēku visdažādākās vajadzības (dažkārt netikumus – alkohols pārmērīgā daudzumā, narkotikas).
10. Derīgums – subjektīvā lietošanas vērtīguma novērtējums pretmetā objektīvam lietošanas vērtīgumam. 42. izmēra un 38. izmēra kurpes ir lietošanas vērtīgums. Bet vienam 42. izmēra kurpes ir derīgums, bet 38. izmēra kurpes nav derīgums. Derīgums saistās ar aksioloģisko motivāciju.
11. Derīguma maksimums – vēlme pārvērst ienākuma derīgumu pēc iespējas lielākā daudzumā. Tie ir tīri intuitīvi centieni, ko skaitliski uztvert vēl nevienam nav izdevies. Preču grozam par Ls 100 dažādiem cilvēkiem ir atšķirīgs derīgums. Derīgumam mērvienību nav.
12. Galējais derīgums – derīguma pieaugums, ko pievieno kopējam derīgumam katra nākamā prece. Tas ir pēdējās preces derīgums, kas papildina līdzšinējo kopējo derīgumu.
13. Kardinālā pieeja – mēģinājums subjektīvi noteikt preces galējo derīgumu ar nosacītu skaitļu (mērvienību) palīdzību.

14. Oriģinālā pieeja – mēģinājums subjektīvi noteikt preces galējo derīgumu ar salīdzināšanas palīdzību. Prece A ir derīgāka par preci B, bet prece B derīgāka par preci C. Līdz ar to prece A ir derīgāka par preci C.
15. Galējā derīguma termiņa mazināšanās – cēloņsakarība, kad katra nākamā prece ir mazāk derīga nekā iepriekšējā. Šis likums ir vajadzību piesātināšanas rezultāts. Sava nozīme ir arī ienākuma lielumam, kas ierobežo nākamās preces pieprasījumu.
16. Daudzums un galējais derīgums – liels preču daudzums pakāpeniski pazemina katras nākamās pieprasītās preces galējo derīgumu. Neierobežotam lietošanas vērtīguma daudzumam ir nulles derīgums. Tā nav prece un tai nav cenas. Piemērs – liedaga smiltis.
17. Galējais derīgums un nauda – jebkuras preces galējā derīguma attiecība pret tā cenu ir pilnīgi vienāda, pārstāv vienādu naudas daudzumu.
18. Vienaldzības līkne – visi punkti uz šīs līknes ir ar vienādu derīgumu un vienādā mērā apmierina patērētāju vajadzības; nevienai preču skaitliskai kombinācijai nav prioritāte un šī iemesla dēļ pircējs pret tām ir vienaldzīgs no vajadzību apmierināšanas viedokļa.
19. Vienaldzības karte – vairākas vienaldzības līknes ar atšķirīgu derīgumu izvietotas vienā shēmā; vienaldzības kartē līknes nekad nekrustojas.
20. Budžeta līnija – līnija, kas raksturo vienu un to pašu pircēja ienākumu lielumu, bet ienākuma lielums tiek izmantots dažādu preču un to daudzuma kombinācijām. Ja pircēja ienākums (budžets) pieaug, budžeta līnija pārvietosies pa labi; ja pircēja ienākums (budžets) samazināsies, budžeta līnija pārvietosies pa kreisi.
21. Cenu ietekme uz budžeta līniju – ja aug vai mazinās preču cenas budžetā, līniju izvietojums shēmā, proti, to leņķis pret horizontālo vai vertikālo asi mainās.
22. Pircēja izvēle, maksimizējot patēriņa kopējo lielumu – saskares punkts starp budžeta līniju un vienaldzības līniju ar augstāko derīgumu.

7.11. Secinājumi

Tirgus ekonomikā patērētāju uzvedība ir saistīta ar pieprasījumu, kam pamatā ir pārdevēju piedāvājums.

Pieprasījuma attiecības regulē pieprasījuma likums. Šis likums izsaka trīs savā starpā saistītas cēloņsakarības, kas raksturo pircēju sociāli ekonomisko motivāciju un no tās izrietošo pircēju rīcību: *pirmkārt*, pieprasījumu regulē cena; *otrkārt*, pieprasījumu regulē ārpuscenā faktori; *treškārt*, pieprasījumu regulē galējais derīgums.

Preces spēja apmierināt noteiktas cilvēka vajadzības objektīvi ir preces lietošanas vērtīgums. Lietošanas vērtīguma subjektīvais novērtējums no konkrēta pircēja aksioloģiskās motivācijas viedokļa ir preces derīgums. (Preces derīgums Andrim Bērziņam nebūt nenožīmē, ka šī prece ir derīga Pēterim Kalniņam.)

Katrs pircējs savu materiālo iespēju robežās cenšas nopirkt tādu preču kombināciju, kas viņam sniedz derīguma maksimumu. Galējais jeb robežderīgums ir tas kopējā derīguma pieaugums, ko dod katras nākamās (pēdējās) preces pirkšana. Pērkot vēl vienu preci, kam ir galējais derīgums, aug kopējais preču derīgums.

Lietošanas vērtīgums nav tirgus kategorija. Pircējs pieprasa viņam derīgu preci; tātad derīgums un galējais derīgums (robežderīgums) regulē pieprasījumu un ir tirgus kategorijas.

Ienākuma ierobežojums un vajadzību piesātinājums nosaka galējā derīguma (robežderīguma) mazināšanās likumu. Katrai nākamai precei ir mazāks derīgums nekā iepriekšējai.

7.12. Pamatterminu tulkojums

Ārpuscenas faktori pieprasījumam	<i>nonprice determinants of demand</i>	внеценовые факторы спроса
Budžeta līnija	<i>budget line</i>	бюджетная линия
Cena	<i>price</i>	цена
Derīgums	<i>utility</i>	полезность
Galējais derīgums	<i>marginal utility (MU)</i>	предельная полезность
Galējā derīguma mazināšanās likums	<i>the law of diminishing marginal utility</i>	закон убывания предельной полезности
Kopējais derīgums	<i>total utility</i>	общая полезность
Lietošanas vērtīgums	<i>using value</i>	потребительная ценность
Pieprasījums	<i>demand (D)</i>	спрос
Pieprasījuma likums	<i>the law of demand</i>	закон спроса
Vienaldzības līkne	<i>indifference curve</i>	кривая безразличия

7.13. Uzdevumi

1.

Cena, Ls

Pieprasījuma lielums, t

100	60
80	100
60	140
50	180
30	220
20	280

Ārpuscenu faktori ar tiem pašiem cenu samēriem palielina pieprasījumu par 1) 20%, 2) 40%. Uzzīmēt shēmu ar pieprasījuma līknēm.

2. Par derīguma vienību pieņemts 1 "util". Pieprasījums līdzinās 10 preces A vienībām. Pirmās vienības derīgums novērtēts ar 30 "util". Saskaņā ar galējā derīguma mazināšanās likumu katras preces vienības galējais derīgums ir mazāks par iepriekšējo par 2 "util". Kāds ir preces A kopējais derīgums "util" vienībās?

3. Pieprasījums ir piecas preces B vienības.

Pēc individuālā novērtējuma 1. prece = Ls 10

2. prece = Ls 8

3. prece = Ls 6

4. prece = Ls 4

5. prece = Ls 2

Kāds ir patērētāja pārpalikums? Pamatojiet savu aprēķinu.

7.14. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kāda ir pircēja motivācija, pieprasot noteiktu preci?
2. Kāpēc cena regulē pieprasījumu?
3. Kāda ir ārpuscenu faktoru iedarbība uz pieprasījumu?
4. Ar ko atšķiras preces derīgums no tās lietošanas vērtīguma?
5. Kas nosaka preces galējo derīgumu?
6. Kāpēc darbojas preces galējā derīguma mazināšanās likums?
7. Kāpēc ūdens parasti ir lēts, bet dimanti dārgi?
8. Kā teorētiski var pamatot patērētāju pārpalikumu?
9. Kā veidojas vienaldzības līkne?
10. Kāda ir budžeta līknes būtība?
11. Kā praksē saistās vienaldzības līknes krustpunkts ar budžeta līniju?
12. Kā preču cenas iespaido budžeta līniju?
13. Kā vienaldzības līknes un budžeta līnija izmantojama tirgzinībā?

8. nodaļa. Piedāvātāja (pārdevēja) uzvedība un piedāvājuma likums

8.1. Komercedarbības izmaksas un peļņa

Mērķis – peļņa. Gadsimtu pieredze visur plašajā pasaulē liecina, ka komersanta, firmas pamatmotīvs tirgū un vienlaikus arī darbības dzenulis ir peļņa. Dažkārt apgalvo, ka šāda atziņa problēmu vienkāršo. Tam var piekrist. Tirgū saskaras visdažādākie centieni, spēki, motīvi. Ir īslaicīgas un ilglaicīgas intereses, taktika un stratēģija. Bet galu galā uzņēmēji, menedžeri cenšas firmas peļņu noteiktā laika periodā maksimizēt. Tas nebūt nenozīmē, ka tiek ignorēta saimniekošanas stabilitātes nepieciešamība, it sevišķi perspektīvas skatījumā. Peļņas saņemšana ir katra uzņēmēja ekonomiskās izdzīvošanas nosacījums.

Kas ir peļņa? Izrādās, ka šim jautājumam nav viennozīmīgas atbildes. Runa nav par dažādām teorētiskām koncepcijām, zinātnieku atšķirīgiem uzskatiem. Mēs šeit saskaramies ar problēmu, kuras pamatā ir komersanta ekonomiskās uzvedības motīvi. Vispirms apskatīsim to reālo peļņu, kuru uzskaita uzņēmuma, firmas grāmatvedībā. Jebkurš komersants neatkarīgi no savu ekonomisko zināšanu līmeņa diendienā vadās pēc tā, ka grāmatvedības peļņa ir starpība starp uzņēmējdarbības ieņēmumiem un izmaksām noteiktā laika periodā. Priekšstatu par uzņēmējdarbības ieņēmumu un izmaksu veidiem sniedz 8.1. tabula.

8.1. tabula

Komercedarbības ieņēmumi un izmaksas

Ieņēmumu veidi	Izmaksu veidi
1. Preču (produkcijas, pakalpojumu) realizācijas ieņēmumi.	1. Izejvielu, materiālu, pusfabrikātu, komplektējošo detaļu, kurināmā, enerģijas, inventāra izmaksas.
2. Ieņēmumi no līdzdalības citās uzņēmējdarbībās.	2. Darba samaksa.
3. Ieņēmumi no īpašuma iznomāšanas.	3. Amortizācijas atskaitījumi.
4. Ieņēmumi sakarā ar ekonomisko sankciju lietošanu.	4. Nomas maksa par pamatkapitālu un zemi.
5. Procenti par izsniegtiem kredītiem, tajā skaitā par nopirktām obligācijām.	5. Maksa par dabas resursu izmantošanu un vides piesārņošanu.
6. Ieņēmumi no pamatfondu realizācijas.	6. Apdrošināšanas maksājumi.
7. Ieņēmumi no izejvielu, materiālu, pusfabrikātu, kurināmā realizācijas.	7. Izmaksas par dažāda rakstura darbiem, pakalpojumiem, ko veic citi uzņēmumi, organizācijas, privātpersonas.
8. Ieņēmumi no vērtspapīru pārdošanas, atskaitot to iegādes izdevumus.	8. Procenti par saņemtiem kredītiem.
	9. Soda naudas.
	10. Nodokļu maksājumi (izņemot peļņas nodokli).

Tabulas labā puse raksturo grāmatvedības izmaksu saturu.

IEŅĒMUMI – IZMAKSAS = GRĀMATVEDĪBAS PEĻŅA

Tabulā minēto uzņēmējdarbības ieņēmumu un izmaksu veidu sakārtojums un nosaukumi tieši neatbilst uzņēmumu grāmatvedības praksē konkrēti lietotiem posteņiem. Taču, tā kā šo izmaksu analīzē svarīga ir problēmas ekonomiskās būtības atklāšana, 8.1. tabulā fiksētās izmaksas var uzskatīt un raksturot kā grāmatvedības izmaksas. Pēdējās pēc sava sastāva un lieluma atšķiras no **ekonomiskajām izmaksām**. Izmaksu problēma ir stipri sarežģīta, tāpēc šīs visai nozīmīgās kategorijas izpratne pirmām kārtām ir saistīta ar resursu ierobežotību un to alternatīvās lietošanas iespējām. Lai ražošanas resursus izlietotu noteiktām vajadzībām, tie jāatrauj no alternatīvās izmantošanas citā jomā. Tas nevar neietekmēt šo

resursu cenu un līdz ar to attiecīgo izmaksu līmeni. Tā kokmateriālus, kurus izlieto mēbeļu ražošanā, vairs nevar izmantot kā kurināmo vai arī celtniecības, ķīmiskās rūpniecības vajadzībām.

Sniegsim ražošanas (pakalpojumu) izmaksu plašāku apskatu. Tas ir visai svarīgi no ražotāju un pārdevēju ekonomiskās uzvedības viedokļa. Neaizmirsīsim, ka peļņa ir atkarīga no izmaksu līmeņa.

Ražošanas izmaksu klasifikācija. Sakārtosim dažādo ražošanas izmaksu klāstu. Visupirms izmaksas pēc tām attiecībām, ko tās pārstāv, dalīsim ārējās (grāmatvedības) izmaksās un iekšējās izmaksās. Sadalīsim izmaksas vēl pastāvīgās un mainīgās, īstermiņa un ilgtermiņa, atsevišķi izdalīsim alternatīvās izmaksas un klasifikāciju noslēgsim ar ekonomiskām izmaksām.

Ārējās jeb grāmatvedības izmaksas. Runa ir par pirkumiem no citiem īpašniekiem (gan produkcija, gan pakalpojumi), arī par maksājumiem citām fiziskām un juridiskām personām. Īpatnējs raksturs ir amortizācijas atskaitījumiem kā ražošanas izmaksām. No vienas puses, tās ir pamatfondu nolietojuma izmaksas, no otras puses, tās tiek uzkrātas speciālā kontā bankā. Visas šīs izmaksas 8.1. tabulas labajā pusē uzskaita grāmatvedība. Šīs ārējās izmaksas precīzi rāda, kādus izdevumus prece ir prasījusi no uzņēmēja. Saimniekošanas praksē gadās arī barterdarījumi, kas sarežģī ārējo izmaksu uzskaiti. Barterdarījums būtībā dzēš plusizmaksas ar mīnusizmaksām un teorētiski rezultāts ir nulle. Bet ražošanas plusizmaksas grāmatvedībai rūpīgi jāuzskaita. Tikai pēdējā gadījumā mēs gūstam pilnu priekšstatu par reālajām ārējām izmaksām.

8.2. Iekšējās jeb alternatīvās izmaksas

Šīs grāmatvedības neuztvertās un ne visai parastās izmaksas ir raksturīgas un nozīmīgas tirgus ekonomikas kategorijas. Tām parasti ir ciešs sakars ar pašam komersantam piederošiem ražošanas resursiem. Minēsim vairākus piemērus.

- 1. piemērs.** Uzņēmējam Balodim pieder ražošanas ēka (tās parametri mūsu teorētiskā analīzē nav svarīgi). To īpašnieks var šo ēku: a) pārdot; b) iznomāt; c) pats izremontēt, organizējot savā īpašumā uzņēmējdarbību. Alternatīvu esamība, izmantojot savu ražošanas ēku, ir nepārprotama. Salīdzināsim alternatīvu b ar alternatīvu c. Alternatīva b uzņēmējam Balodim ir ieņēmumu avots. Alternatīvā c uzņēmējs ir brīvs no izmaksām, nomājot vai ceļot ēku. Te mēs nonākam līdz iekšējām izmaksām – izmaksām, kas reāli eksistē, bet kuru nav. (Mēs abstrahēsimies no nodokļu maksājumiem par ēku un zemi.) Uzņēmējam īpašniekam ārējo izmaksu vietā (nomas maksa) ir ieņēmums – ietaupījums. Šo izmaksu īpatnības ir tādas, ka tās ir loģiski dēvēt par iekšējām izmaksām un vienlaikus arī par alternatīvām izmaksām. Iekšējās izmaksas grāmatvedība neuztver. Pašlaik Latvijā ir vērojama parādība, ka telpas, kuras līdz šim valsts uzņēmumi un organizācijas lietoja savā ražotnē, pakalpojumu sniegšanai tagad tiek iznomātas. Šādas uzvedības motīvi ir saistīti ar nepieciešamību grūtos apstākļos, kad telpas stāv dīkā, pelnīt un izdzīvot. Šīs parādības ekonomiskais pamatojums ir arī augstās iekšējās izmaksas, kuras īpašnieks negrib zaudēt, bet kompensēt ar nomas maksas palīdzību.
- 2. piemērs.** Ģimenes ferma. Centīgi par augstāku ražu cīnās zemnieks un viņa divi dēli. Saimniecības īpašniekam ir alternatīvas: a) saimniecību līdz ar zemi pārdot; b) saimniecību un zemi iznomāt; c) pašam ar ģimeni saimniecību apsaimniekot. Pirmā un otrā variantā pastāv alternatīva kaut kur iesaistīties algotā darbā un saņemt darba algu. Ja ģimene pati apsaimnieko zemi, darba algu par darbaspēku ne saimnieks, ne ģimenes locekļi nesaņem. Bet šaubu nav – apsaimniekošana prasa darbaspēka izlietojumu, darba izmaksas. Īpatnība ir tāda, ka, produkciju realizējot, šīs izmaksas saņem saimnieks īpašnieks un kopīgi patērē ģimene. Darbu veikšanas periodā neizmantotās izmaksas ir tīri iekšējās izmaksas. Tās obligāti jākompensē, bet nevis tieši darba apmaksas veidā, bet patērējot ģimenē saražoto produkciju, izmantojot saimniecības attīstībai vai individuāli ģimenes locekļiem produkcijas realizācijas ieņēmumus. Bez aprakstītajām alternatīvām jāizceļ vēl viena. Saimniecību pārdodot vai iznomājot, ģimenes locekļiem ir alternatīva kļūt par algotiem darbiniekiem vai nu citā saimniecībā, kādā būvorganizācijā, meliorācijas iecirknī, ceļu darbos, mežniecībā, mežrūpniecības uzņēmumā vai vispār pārcelties uz pilsētu, kur ir daudz alternatīvu darbu iespēju. Šī problēma ir aktuāla tūkstošiem latviešu zemnieku, kuriem, kļuvuši par zemes īpašniekiem, tagad novērtējot savas spējas un intereses, jālemj, ko ar šo zemi iesākt.

3. **piemērs.** Darbiniekam ar labi izkoptām uzņēmējspējām ir alternatīva kļūt par algotu pārvaldnieku vai par patstāvīgu uzņēmēju. Pēdējā gadījumā viņam nav jāalgo pārvaldnieks. Ietaupījums saplūst ar procentiem no kapitāla un peļņu no uzņēmējdarbības. Pārvaldnieka izmaksas reāli pastāv, tikai šinī variantā uzņēmējs šīs izmaksas saņem kā ienākumu. Situācija saimniekošanā ar savām alternatīvām dod tiesības izmaksās iekļaut iekšējās izmaksas, kas vienlaikus ir arī alternatīvas izmaksas.

4. **piemērs.** Minēsim vēl ceturto piemēru, kas atbilst daudzu studentu izmaksu modelim.

8.2. tabula

Studiju izmaksu varianti

Studiju faktiskās izmaksas gadā, Ls		Studiju alternatīvās izmaksas gadā, Ls	
Mācību maksa	400	Mācību maksa	400
Mācību literatūra	50	Mācību literatūra	50
Pārtika	600	Zaudētais ienākums	1000
Transports	80		
Pārējie izdevumi	150		
Kopā	1280	Kopā	1450

Paskaidrosim alternatīvu izmaksu elementus. Jaunam cilvēkam ir alternatīva studēt vai neiestāties studentu saimē. Mācību maksa Ls 400 un izdevumi mācību literatūrai Ls 50 līdz ar to ir nepārprotami alternatīvās izmaksas. Pieņemsim, ka students čakli nodevies studijām un nestrādā. Ja viņš nestudētu, tad varētu bez kvalifikācijas pieticīgi gadā pelnīt Ls 1000. Tagad viņam šī iespēja ir liegta. Alternatīva – studēt vai pelnīt. Zaudētais ienākums Ls 1000 studiju variantā līdz ar to pārvēršas alternatīvās izmaksās.

Pārtikai, transportam, pārējiem izdevumiem alternatīvu nav. Šīs izmaksas ir gan nestrādājošam studentam, gan jauniešiem, kas nekāro pēc bakalaura zināšanām un diploma, bet kādā uzņēmumā čakli pelna dienišķo maizi, neapgrūtinot vecākus. Tāpēc studiju faktiskās izmaksas gadā sastāv no 5 elementiem, studiju alternatīvās izmaksas no 3 elementiem. Turklāt studiju faktiskās izmaksās nav tāda elementa kā “zaudētais ienākums”.

Alternatīvo izmaksu raksturojums. Alternatīvās izmaksas ir tipiska ekonomiskās uzvedības kategorija. Saimniecības, zemes, ēku, ražotnes pārdošana un naudas ieguldīšana drošā bankā, lai turpmāk regulāri saņemtu procentus, ir noteikta tipa ekonomiskā uzvedība. Alternatīva minētos objektus iznomāt vai pašam piederošos ražošanas resursus lietot pašmāju uzņēmējdarbībā ir jau alternatīva, no iepriekšējā atšķirīga ekonomiskā uzvedība.

Pirmkārt, resursu ierobežotība nedod iespēju saražot visu, ko sirds vēlas vēlamā daudzumā. *Otrkārt*, resursiem ir liels alternatīvs izmantojums, tos var izlietot, izgatavojot plašu preču klāstu, veicot visdažādākos pakalpojumus. *Treškārt*, izlietojot dotos resursus vienai alternatīvai noteiktām precēm, zūd iespēja šos resursus izmantot citai alternatīvai, citu preču izgatavošanai, pakalpojumu sniegšanai. *Ceturtkārt*, kādas preces vai pakalpojuma alternatīvās izmaksas mēra no zaudēto iespēju viedokļa nodarboties ar iespējamo alternatīvās darbības veidu, kas prasa tikpat daudz resursu vai laika. *Piektkārt*, alternatīvās izmaksas var izteikt naudā, tā augstākās izglītības iegūšanai nepieciešamos resursus varētu izlietot, lai nopirktu lepnu mēbeļu komplektu trim istabām vai arī trim lētām automašīnām “Renault”, vai divpadsmit modernām riepām utt. Atsevišķu resursu daudzums nesakrīt, atšķirīgu resursu dažādība būs liela: bet naudas daudzums, kas nepieciešams alternatīvām, ir vienāds. *Sestkārt*, resursi vienai alternatīvai (precei) spēj aizstāt jo daudzas citas preces, alternatīvas. Tas nozīmē upurēt nedaudz preču vienības no katras preces, kas ietilpst alternatīvu grozā. Šī situācija iespaido gan konkrētu preču pieprasījuma, gan piedāvājuma lielumu. *Septītkārt*, jebkuras produkcijas vai pakalpojuma alternatīvās izmaksas nosaka to daudzumu produkcijas vai pakalpojumu, kas obligāti jāupurē, lai varētu saražot doto produkciju vai sniegt doto pakalpojumu. Katra ģimene var aprēķināt, cik izmaksās dēla vai meitas studijas sākumā pēc bakalaura programmas, vēlāk pēc maģistra programmas. Aprēķinātā summa kā alternatīvās izmaksas ļauj noteikt, kādi upuri ģimenei jānes, no kādām alternatīvām jāatsakās, lai mīļā atvase būtu labi izglītota.

Normālā peļņa. Lai noskaidrotu ekonomisko izmaksu saturu, mums jāatgriežas pie peļņas kategorijas praktiskajā saimniekošanā. Resursu ierobežotība rada nopietnu problēmu gūt tādu peļņu, kas piesaistītu uzņēmējus konkrētā nozarē, nerisinātu šos kungus meklēt izdevīgāku alternatīvu. Te mēs nonākam līdz normālās peļņas kategorijai. Normālā peļņa ir tāda lieluma peļņa, kas uzņēmēju apmierina, saista pie noteiktas nozares, attur no alternatīvu meklēšanas.

Pietiekami bieži peļņa ir zem normālās peļņas līmeņa. Rodas problēma uzņēmējam ekonomiski izdzīvot šinī nozarē, ievērojot konkurenci. Gadās, ka uzņēmumā pārvaldnieki saimnieko tik "veiksmīgi", ka uzņēmums kļūst par "bezpeļņas uzņēmumu". Tālākais ceļš ved uz bankrotu.

Ekonomiskās izmaksas. Ekonomiskās izmaksas ietver it visas iekšējās un ārējās izmaksas. Par ekonomisko izmaksu elementu izmaksām jāuzskata arī normālā peļņa. Peļņa kā izmaksa? Viens otrs neticīgi kratīs galvu: kārtējās teorētiskās visgudrības. Bet ja mierīgi apsver uzņēmējspēju atdevi, pārvaldnieku pūliņu izmaksas, gūst pamatojumu uzskats, ka normālā peļņa ir izmaksas un līdz ar to normālās saimniekošanas nosacījums uzskatāms (objektīvi atzīstams) par ekonomisko izmaksu elementu.

8.1. shēma

Ekonomiskās izmaksas

$$\boxed{\text{Ārējās izmaksas}} + \boxed{\text{Iekšējās izmaksas}} + \boxed{\text{Normālā peļņa}} =$$

= EKONOMISKĀS IZMAKSAS

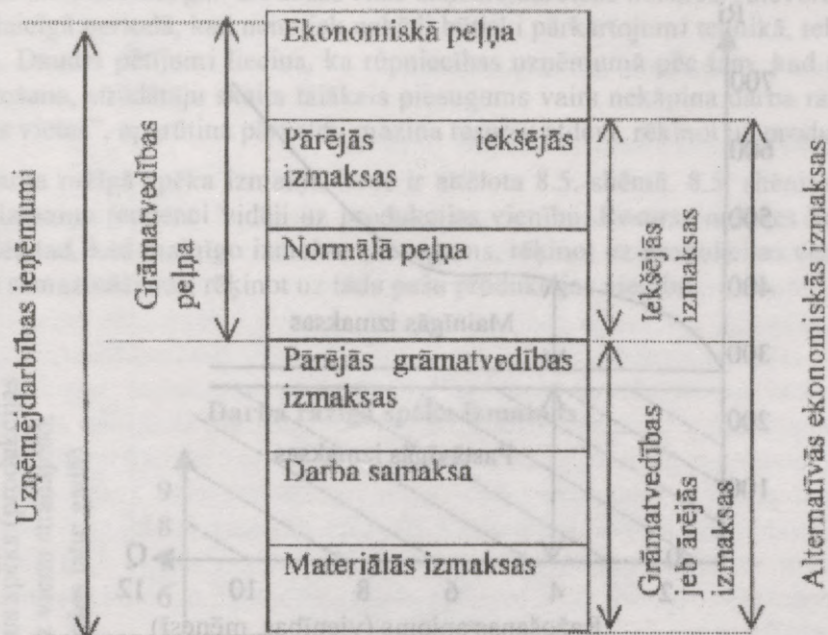
Atradīšies pretargumenti, kas noliegs peļņas pielīdzināšanu izmaksām. Tāpēc 8.1. shēma vēl nav patiesība pēdējā instancē. Tirgus ekonomikas loģika ar to resursu ierobežotību sliecas uz 8.1. shēmu par ekonomiskajām izmaksām. Pastāv teorētiska pieeja, kas pārvar pretrunu starp peļņu kā ražošanas izmaksu elementu un peļņu kā starpību starp cenu un ražošanas izmaksām.

Ekonomiskā jeb tīrā peļņa. Ikvienu uzņēmēju, kam nav speciālu ekonomisku zināšanu, grāmatveža ar vai bez lielas prakses, valsts ieņēmuma dienesta un ekonomiskās policijas darbinieka izpratne par peļņu nesaskan ar ekonomikas teorijas priekšstatu par šo kategoriju. Uzņēmēja motivācija, pūles saņemt lielāku peļņu liek peļņu raksturot un lēst kā starpību starp preces cenu un tās ražošanas izmaksām, kas pārstāv ārējās un iekšējās izmaksas. Teorētiķis raksturo ekonomisko jeb tīro peļņu kā starpību starp realizācijas ieņēmumiem un ražošanas izmaksām, kas sastāv no trim daļām: a) ārējām izmaksām; b) iekšējām izmaksām; c) normālās peļņas. Pārpalikumu teorētiķi nokrustījuši par ekonomisko jeb tīro peļņu. Pēc šīs koncepcijas, peļņas daļa (ekonomiskā peļņa) nepārstāv ražošanas izmaksas un ir pamatoti dēvējama par tīro peļņu.

Ja apgalvojam, ka uzņēmējs saimnieko tā, ka gali tiek savilkti kopā, tas nozīmē, *pirmkārt*, ka cena kompensē ārējās un iekšējās izmaksas, *otrkārt*, cena nodrošina tādu peļņas lielumu, kas uzņēmēju notur nozarē un, kā jau rakstījām, neliek meklēt alternatīvu un reizē izdevīgāku nozari. Sekmīga uzņēmējdarbība jau nodrošina uzņēmējiem investoriem ekonomisko jeb tīro peļņu, proti, uzviju virs normālās peļņas. Ekonomiskā peļņa = realizācijas ieņēmumi – (ārējās jeb grāmatvedības izmaksas + iekšējās jeb alternatīvās izmaksas + normālā peļņa). Ekonomiskā peļņa tirgus veiksmes gadījumā var sasniegt ievērojamu apmēru. Šīs atziņas ir visai nozīmīgas, lai noskaidrotu piedāvājuma lieluma atkarību no cenas.

Priekšstatu par analizētajām izmaksām un peļņu dod 8.2. shēma.

Grāmatvedības, normālā un ekonomiskā peļņa



Kā maksimizēt peļņu. Lai maksimizētu gan savu grāmatvedības peļņu, gan arī ekonomisko peļņu, uzņēmējam ir vairākas iespējas: *pirmkārt*, var palielināt ražošanas un pakalpojumu sniegšanas apjomu, *otrkārt*, var samazināt ārējo izmaksu lielumu, rēķinot uz produkcijas vai pakalpojumu vienību; *treškārt*, var paaugstināt pārdodamo preču cenas. No pēdējās iespējas analīzes mēs pagaidām atturēsimies; cenu kāpināšana var samazināt pieprasījumu, līdz ar to ierobežot piedāvājumu; ražošanas izmaksas var pieaugt, bet peļņa sarukt. Pievērsīsimies tām cēloņsakarībām, kas sasaista ražošanas izmaksu līmeni, vienlaikus abstrahējoties no iespējamām cenu izmaiņām tirgū.

8.3. Pastāvīgās un mainīgās ražošanas izmaksas īslaicīgā periodā

8.3.1. Kas nosaka ražošanas izmaksu līmeni, rēķinot uz produkcijas vienību?

Atbilde ir nepārprotama: ražošanas tehnika, tehnoloģija, organizācija, strādātāju kvalifikācija, resursu cenas, bet dažās nozarēs arī dabas apstākļi. Šis faktoru uzskaitījums obligāti jāpapildina ar visai būtisku apstākli – ražošanas apjomu. Šajā sakarībā jāizšķir pastāvīgās un mainīgās ražošanas izmaksas.

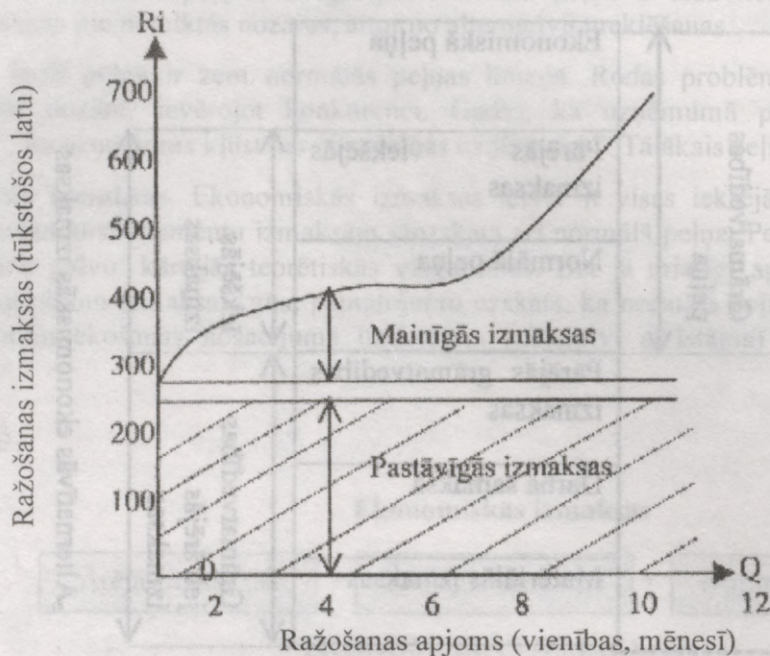
Pastāvīgās izmaksas. Pastāvīgās ražošanas izmaksas nav atkarīgas no ražošanas apjoma, piemēram, visdažādākās pārvaldes, iekārtas saglabāšanas, telpu uzturēšanas, apkures, apsardzes un citas līdzīgas izmaksas, daži nodokļi, apdrošināšanas maksājumi. Augot ražošanas apjomam, šīs izmaksas, rēķinot uz produkcijas vienību, samazinās; ja ražošanas apjoms sašaurinās, šīs izmaksas pieaug. Pastāvīgās izmaksas ir pat tad, kad ražošana ir apstādināta, bet uzņēmums kā tāds turpina pastāvēt.

Mainīgās izmaksas. Mainīgās izmaksas mainās līdz ar ražošanas apjomu. Jo vairāk vai mazāk tiek ražots, jo vairāk vai mazāk vajag izejvielu, materiālu, komplektējošo detaļu, enerģijas, strādātāju līdz ar līdzekļiem algu izmaksai. Uzsākot ražošanu, mainīgās izmaksas ātri pieaug; turpmāk, ražošanai paplašinoties, šo izmaksu pieauguma apjoms sāk samazināties. Tas nozīmē, ka ir vērojama resursu ekonomija kā masveida ražošanas efekts. Taču jāatceras, ka šis efekts ir ierobežots.

Optimālais apjoms. Pastāv noteikts optimāls ražošanas apjoms, kad ražošanas mainīgās izmaksas, rēķinot caurmērā uz produkcijas vienību, ir vismazākās. Ražošanas apjoms, kas pārsniedz optimālo līmeni, sadārdzina produkciju. Bez tam daļa pastāvīgo izmaksu pārvēršas mainīgajās izmaksās. Lai jautājumu labāk saprastu, raksturosim kopējās izmaksas, t.i., pastāvīgo un mainīgo izmaksu summu. Šo izmaksu (R_i) sakarības, ievērojot iepriekš minētās atziņas, ir attēlotas 8.3. shēmā.

8.3. shēma

Kopējās izmaksas un to sastāvdaļas

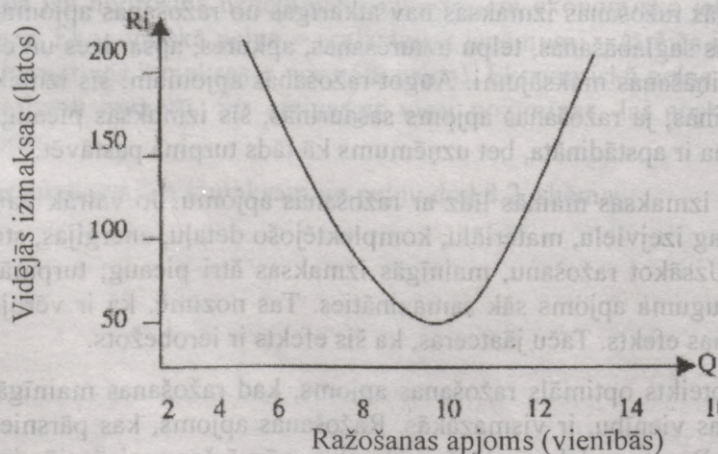


Cenas un izmaksas. Cenu veidošanā noteicošā loma ir izmaksām, rēķinot caurmērā uz produkcijas vienību, kuras dažkārt tiek sauktas par vidējām izmaksām. Lai tās aplēstu, kopējās izmaksas jādala ar vienveidīgās produkcijas daudzumu. Sarežģītāk ir aprēķināt produkcijas vienības ražošanas izmaksas, ja dotais uzņēmums izgatavo dažādus izstrādājumus. Grāmatvedībā, balstoties uz pārdomātu metodi, ar šo uzdevumu tiek galā. Ir svarīgi, lai pastāvīgās izmaksas pietiekami pamatoti tiktu sadalītas starp atšķirīgiem produkcijas veidiem. Šīs izmaksas, rēķinot uz produkcijas vienību, vēl lielākā mērā nekā mainīgās izmaksas ir atkarīgas no ražošanas apjoma. Vai tas nozīmē, ka, augot ražošanas apjomam, arvien zemākas un zemākas būs kopējās ražošanas izmaksas, rēķinot uz produkcijas vienību? Nekādā gadījumā! Šīs izmaksas tiek dēvētas par vidējām izmaksām.

8.4. shēmā ir attēlota vidējo ražošanas izmaksu līmeņa atkarība no ražošanas apmēriem. Pēc sākotnējā izmaksu lieluma straujās samazināšanās tās tālākais temps palēninās, kamēr tiek sasniegts šo izmaksu zemākais punkts. Pēc tam vidējās izmaksas sāk pakāpeniski arvien straujāk augt.

8.4. shēma

Vidējo izmaksu izmaiņas atkarībā no ražošanas apjoma

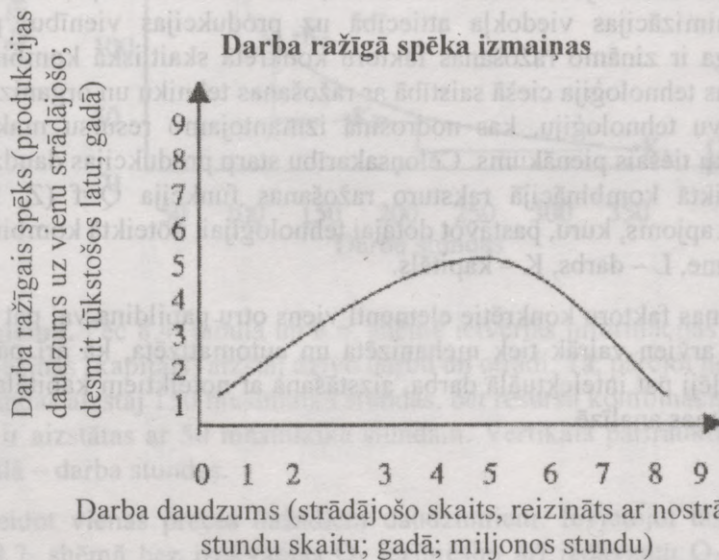


8.3.2. Resursu atdeves mazināšanās likums

8.4. shēmas līknes konfigurāciju izskaidro resursu atdeves mazināšanās likums, kad darbojas gan rūpniecībā, gan lauksaimniecībā, gan arī dažās citās uzņēmējdarbības nozarēs. Jāievēro, ka runa ir par cēloņsakarībām īslaicīgā periodā, kad nenotiek nekādi būtiski pārkārtējumi tehnikā, tehnoloģijā, ražošanas organizācijā. Daudzi pētījumi liecina, ka rūpniecības uzņēmumā pēc tam, kad sasniegta jaudu maksimālā izmantošana, strādātāju skaita tālākais pieaugums vairs nekāpina darba ražīgo spēku, bet parasti rada “šauras vietas”, apgrūtina pārvaldi, mazina resursu atdevi, rēķinot uz produkcijas vienību.

Kopumā tipiska darba ražīgā spēka izmaiņu līkne ir attēlota 8.5. shēmā. 8.5. shēmas līkne raksturo mainīgo izmaksu izmaiņu tendenci vidēji uz produkcijas vienību. Resursu atdeves kopējais samazinājums reāli radīsies tad, kad mainīgo izmaksu pieaugums, rēķinot uz produkcijas vienību, pārsnieds pastāvīgo izmaksu samazināšanos, rēķinot uz tādu pašu produkcijas vienību.

8.5. shēma



Resursu atdeves mazināšanās likums lauksaimniecībā. Vēl spilgtāk resursu atdeves mazināšanās likums izpaužas lauksaimniecībā. Ieguldot vienā un tajā pašā zemes gabalā papildu darbu un mēslojumu, sākotnēji var iegūt ievērojamu ražas pieaugumu. Pēc tam, kad tiek sasniegts resursu atdeves maksimums, tālākie resursu ieguldījumi jau dod mazāku ražas kāpinājumu. Virkne zinātnieku šajā sakarā uzskata, ka darbojas augsnes auglības mazināšanās likums. Tas nebūt nenozīmē, ka līdz ar resursu papildu ieguldījumiem vienā un tajā pašā zemes gabalā samazinās tā auglīgums, taču raža pieaug, bet tikai mazākā mērā nekā zemes gabalā papildu ieguldītie resursi. Turklāt lauksaimniecībā kapitāla un darbaspēka patēriņam, apstrādājot vienu zemes hektāru, ir sava stingra augstākā robeža. Asprātīgi tiek apgalvots, ka tad, ja ražība un ražas apjoms augtu neierobežoti, tad visas pasaules lauksaimniecību galu galā varētu izvietot uz zemes viena hektāra.

Augsnes auglības mazināšanās likuma izpausmi atspoguļo 8.3. tabulas dati (skatīt arī nosacīti).

8.3. tabula

Resursu atdeves mazināšanās tendence lauksaimniecībā

Resursu ieguldījums 1 hektārā (latos; gadā)	Ražība (centneros no hektāra)	Izmaksas, rēķinot uz vienu ražas centneru (latos)
1000	10	100
1200	12	100
1600	14	114
2000	16	125
2500	18	139
3000	20	150

Lemjot par ražošanas apjoma izmaiņām nolūkā gūt lielāku peļņu, uzņēmējam rūpīgi jāapsver, kāds būs ražošanas izmaksu līmenis atkarībā no iecerētā produkcijas daudzuma. Līdz ar to rodas ražošanas izmaksu minimizācijas problēma.

8.4. Ražošanas izmaksu minimizācija

8.4.1. Ražošanas izmaksu minimizācijas pamati

Kā minimizēt ražošanas izmaksas uz produkcijas vienību? Minimizēt ražošanas izmaksas uz produkcijas vienību var divējādi: *pirmkārt*, maksimizēt ražošanas apjomu, pastāvot dotajam resursu daudzumam; *otrkārt*, minimizēt izmantojamo resursu daudzumu, pastāvot dotajam produkcijas apjomam. Gan pirmajā, gan otrajā gadījumā eksistē noteikta funkcionāla sakarība starp produkcijas daudzumu un to ražošanas resursu jeb faktoru daudzumu, kuru izmanto šīs produkcijas ražošanai. No ražošanas izmaksu minimizācijas viedokļa attiecībā uz produkcijas vienību, preču partiju vai pasūtījumu, viennozīmīga ir zināmo ražošanas faktoru konkrētā skaitliskā kombinācija. To nosaka produkcijas izgatavošanas tehnoloģija ciešā saistībā ar ražošanas tehniku un organizāciju. Izraudzīties un ieviest augsti efektīvu tehnoloģiju, kas nodrošina izmantojamo resursu maksimālu atdevi, ir uzņēmēju un pārvaldnieku tiešais pienākums. Cēloņsakarību starp produkcijas daudzumu un izmantojamiem resursiem noteiktā kombinācijā raksturo ražošanas funkcija $Q=f(Z, L, K)$, kur Q ir maksimālais produkcijas apjoms, kuru, pastāvot dotajai tehnoloģijai, noteiktā kombinācijā spēj saražot ražošanas faktori: Z – zeme, L – darbs, K – kapitāls.

Noteiktās robežās ražošanas faktoru konkrētie elementi viens otru papildina vai pat aizstāj. Mūdienu apstākļos, kad ražošana arvien vairāk tiek mehanizēta un automatizēta, kā arī pārvalde datorizēta, aktuāla ir roku darba, daļēji pat intelektuālā darba, aizstāšana ar noteiktiem kapitāla elementiem. Tas prasa jaunu pieeju problēmas analīzē.

8.4.2. Izokvantas

Kas ir izokvantas? Pētot pircēja patērētāja ekonomisko rīcību pieprasījuma jomā, mēs izmantojām vienaldzības līkni. Bet, skaidrojot uzņēmēja, firmas piedāvājumu, mēs balstīsimies uz izokvantām. Šajā nolūkā pieņemsim, ka, ražojot precī A , var noteiktā samērā, pastāvot vienādiem pārējiem nosacījumiem, kombinēt divus savstarpēji aizstājamus ražošanas faktoros – darbu un kapitālu. Patērējamo darba daudzumu izteiksim darba stundās, kapitāla izlietojumu – mašīnlaika stundās. Tas dod iespēju ražošanas funkciju kā divfaktoru modeli attēlot grafiski, zīmējot izokvantu. Tā ir līkne, kuru veido krustpunkti; katrs krustpunkts raksturo noteiktu darba un kapitāla vienību kombināciju, kas nodrošina preces A ražošanu vienādā daudzumā. Nepieciešamos datus izokvantas zīmēšanai atradīsim 8.4. tabulā.

8.4. tabula

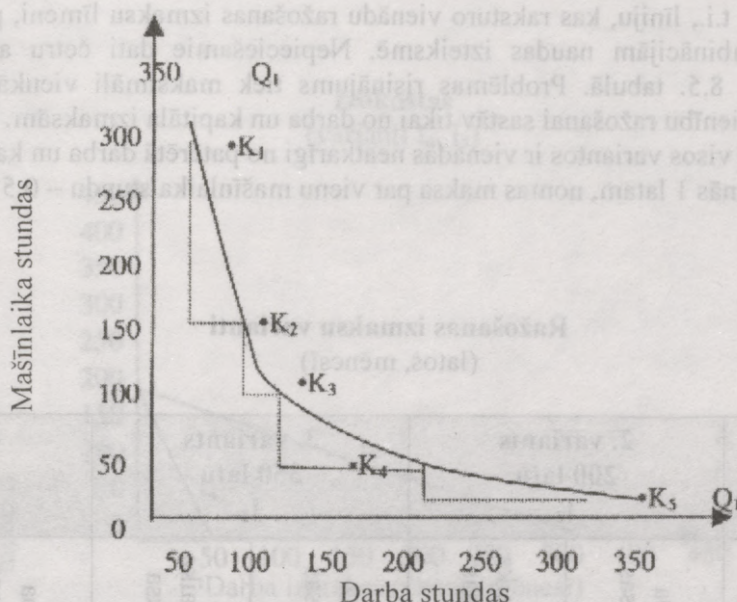
**Darba un kapitāla iespējamās kombinācijas
preces A 10 vienību ražošanā**

Kombinācijas	Darba daudzums (stundās)	Kapitāla lielums (mašīnlaika stundās)
K_1	50	300
K_2	75	150
K_3	100	100
K_4	200	50
K_5	300	25

Ievietojot tabulas datus 8.6. shēmā, mēs iegūstam izokvantu Q_1 , kas jebkurā savā punktā atspoguļo to resursu konkrēto kombināciju, kas nepieciešama preces A 10 vienību izgatavošanai.

8.6. shēma

Izokvanta

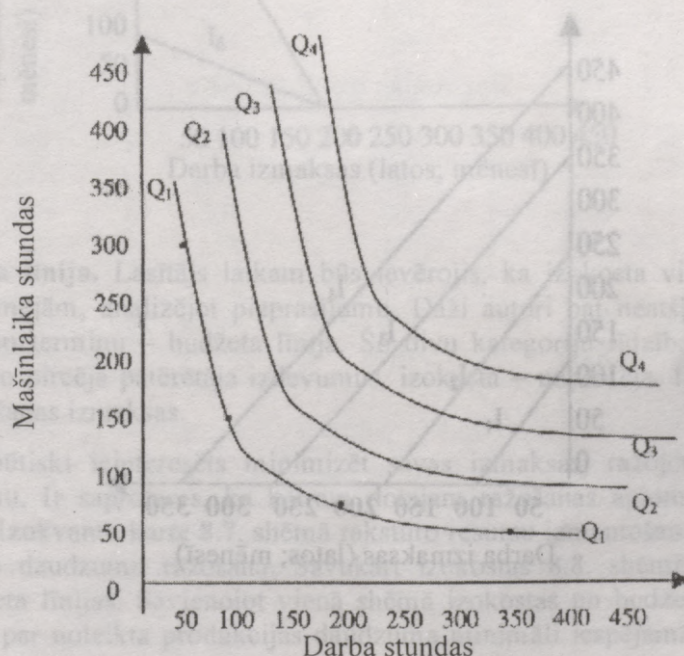
 $(Q_1 = \text{preces A } 10 \text{ vienības})$ 

Aizstāšanas problēma. Pēc 8.4. tabulā un 8.6. shēmā ietvertās informācijas varam spriest arī par to, kādā proporcijā mašīnas (kapitāls) aizstāj dzīvo darbu un otrādi. Tā, pārejot no kombinācijas K_2 uz K_1 , 25 dzīvā darba stundas aizstāj 150 mašīnlaika stundas, bet resursu kombinācijā K_3 salīdzinājumā ar K_2 25 darba stundas ir aizstātas ar 50 mašīnlaika stundām. Vertikālā pārtrauktā līnija attēlo mašīnlaika stundas, horizontālā – darba stundas.

Izokvantas var veidot vienas preces dažādiem daudzumiem. Ievietojot tās vienā shēmā, iegūstam izokvantu karti. 8.7. shēmā bez izokvantas Q_1 iezīmēsim arī izokvantu Q_2 , Q_3 un Q_4 , kas attiecīgi attēlo to resursu kombināciju, kas ļauj saražot preces A 7, 12 un 15 vienības.

8.7. shēma

Izokvantu karte



8.4.3. Izokostas

Cik daudz jāražo? Izokvantu karte ir izmantojama, lai noskaidrotu, kādu preču daudzumu ir lietderīgi ražot un piedāvāt no vidējo ražošanas izmaksu minimizācijas viedokļa. Šajā nolūkā izokvantu karte jāpapildina ar izokostu, t.i., līniju, kas raksturo vienādu ražošanas izmaksu līmeni, pastāvot dažādām ražošanas faktoru kombinācijām naudas izteiksmē. Nepieciešamie dati četru atšķirīgu izokostu veidošanai ir atrodamī 8.5. tabulā. Problēmas risinājums tiek maksimāli vienkāršots, jo kopējās izmaksas preces A 10 vienību ražošanai sastāv tikai no darba un kapitāla izmaksām. Pieņemsim, ka šo ražošanas faktoru cenas visos variantos ir vienādās neatkarīgi no patērētā darba un kapitāla daudzuma: darba stundas cena līdzinās 1 latam, nomas maksa par vienu mašīnlaika stundu – 0,5 latiem.

8.5. tabula

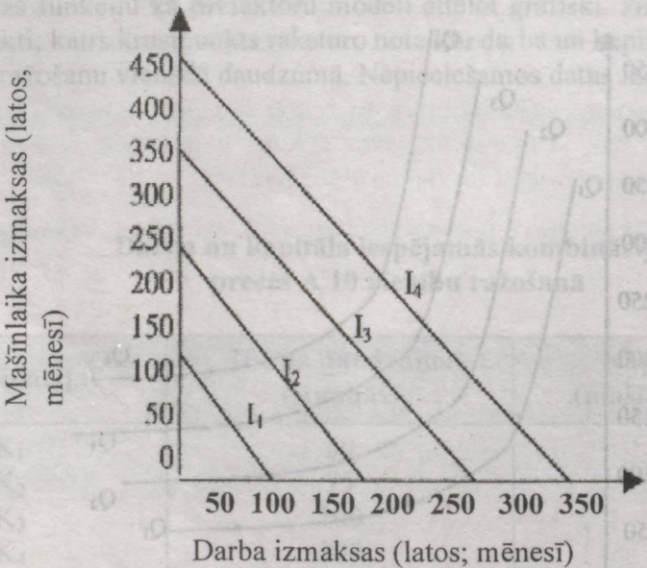
Ražošanas izmaksu varianti
(latos, mēnesī)

1. variants 100 latu I ₁		2. variants 200 latu I ₂		3. variants 350 latu I ₃		4. variants 450 latu I ₄	
Darba izmaksas	Mašīnlaika izmaksas	Darba izmaksas	Mašīnlaika izmaksas	Darba izmaksas	Mašīnlaika izmaksa	Darba izmaksas	Mašīnlaika izmaksas
0	100	0	200	0	350	0	450
25	75	50	150	100	250	150	300
50	50	100	100	250	100	200	250
100	0	200	0	350	0	450	0

Atbilstoši 8.5. tabulas datiem 8.8. shēmā zīmējam četras izokostu līnijas.

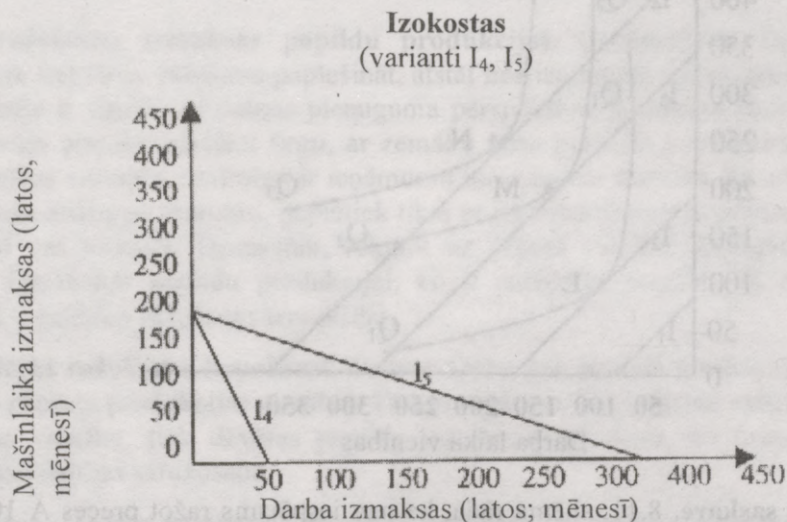
8.8. shēma

Izokostas
(Varianti I₁, I₂, I₃, I₄)

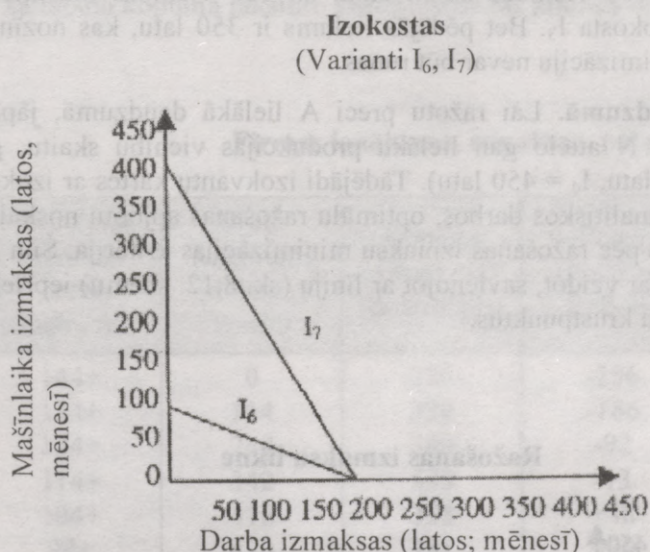


Lai noskaidrotu problēmu pilnīgāk, veidosim jaunus izokostu variantus, mainot ražošanas faktoru cenas. Tā 8.9. shēmā variantā I_4 pazemināsim darba stundas cenu līdz 0,5 latiem, bet variantā I_5 šo cenu paaugstināsim līdz diviem latiem. Toties 8.10 shēmā mainīsim mašīnlaika stundas cenu: variantā I_6 to pazemināsim līdz 0,25 latiem, bet variantā I_7 šo cenu paaugstināsim līdz 1 latam.

8.9. shēma



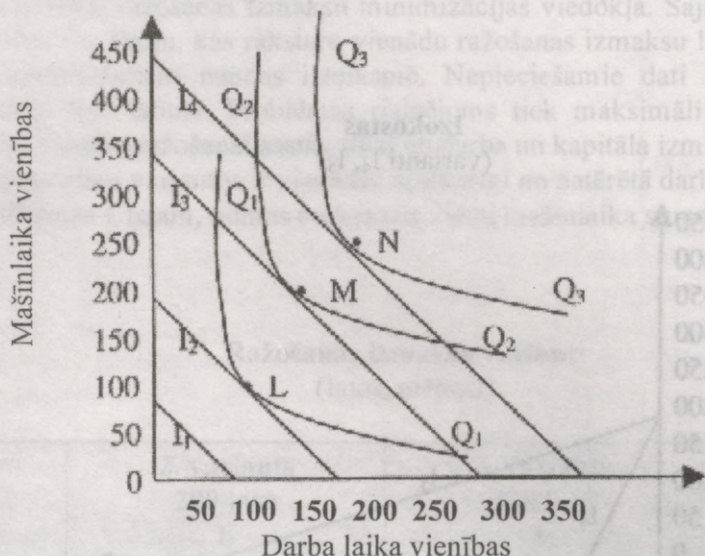
8.10. shēma



Izokosta un budžeta līnija. Lasītājs laikam būs ievērojis, ka izokosta visai ievērojami atgādina budžeta līniju, ko zīmējām, analizējot pieprasījumu. Daži autori pat neatšķir izokostu no budžeta līnijas, bet lieto vienu terminu – budžeta līnija. Šo divu kategoriju līdzība ir nepārprotama; tikai budžeta līnija raksturo pircēja patērētāja izdevumus, izokosta – uzņēmēja, firmas ražošanas resursu pirkšanas un izmantošanas izmaksas.

Katrs uzņēmējs ir būtiski ieinteresēts minimizēt savas izmaksas, ražojot un pārdodot noteiktu produkcijas daudzumu. Ir saprotams, ka katram dotajam ražošanas apjomam ir savs iespējamais izmaksu minimums. Izokvantu karte 8.7. shēmā raksturo resursu izmantošanas dažādas kombinācijas atšķirīgu produkcijas daudzumu ražošanā. Savukārt izokostas 8.8. shēmā attēlo dažāda lieluma kopizmaksas – budžeta līnijas. Savienojot vienā shēmā izokostas un budžeta līnijas, gūsim nepieciešamo informāciju par noteikta produkcijas daudzuma minimāli iespējamām ražošanas izmaksām (sk. 8.11. shēmu).

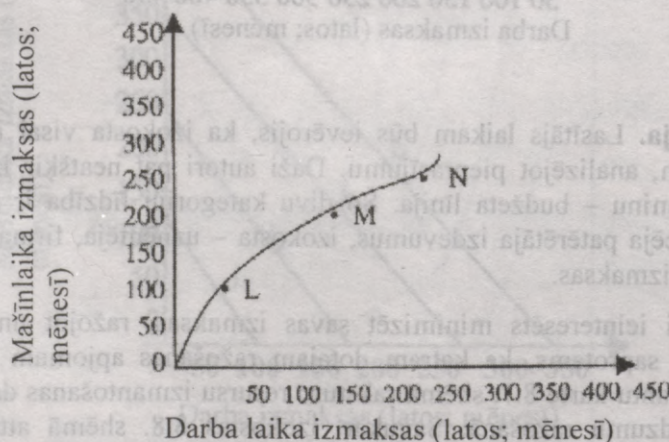
Ražošanas izmaksu minimizācija



Izokvantu un izokostu saskare. 8.11. shēma rāda, ka nav iespējams ražot preces A 10 vienības ar ražošanas izmaksām 100 latu apmērā, jo izokostai I_1 nav saskares punkta ar izokvantu Q_1 . Toties izokosta I_2 , kas atspoguļo ražošanas izmaksas 200 latu apmērā, punktā L saskaras ar izokvantu Q_1 . Tā ir nozīmīga informācija par to, ka, ražojot preces A 10 vienības, ražošanas izmaksu minimums tiks sasniegts tad, kad izmantos 100 vienības darba laika un 100 vienības mašīnlaika (kapitāla). Ar izokvantu Q_1 krustojas arī izokosta I_3 . Bet pēdējās lielums ir 350 latu, kas nozīmē, ka attiecīgajos krustpunktos par izmaksu minimizāciju nevar būt runas.

Kā ražot precī lielākā daudzumā. Lai ražotu preci A lielākā daudzumā, jāpalielina ražošanas izmaksas. Krustpunkti M un N attēlo gan lielāku produkcijas vienību skaitu, gan arī augstākas ražošanas izmaksas ($I_3 = 350$ latu, $I_4 = 450$ latu). Tādējādi izokvantu kartes ar izokostām ir ieteicams lietot mārketinga pētījumos, analītiskos darbos, optimālu ražošanas apjomu noskaidrošanā un tehnoloģiskos risinājumos, vadoties pēc ražošanas izmaksu minimizācijas kritērija. Šim nolūkam arī kalpo ražošanas izmaksu līkne, ko var veidot, savienojot ar līniju (sk. 8.12. shēmu) iepriekšējā, 8.11. shēmā attēlotos izokvantu un izokostu krustpunktus.

Ražošanas izmaksu līkne



8.12. shēmā iezīmētā līkne raksturo ražošanas izmaksu lieluma izmaiņas atkarībā no ražotā produkcijas daudzuma. Tālākā analīze prasa pāreju no ražošanas nosacījumiem uz firmas piedāvājumu, jo uzņēmējdarbības mērķtiecība obligāti ir saistīta ar produkcijas vai pakalpojumu realizāciju.

8.5. Galējās ražošanas izmaksas

Papildu ražošanas izmaksas papildu produkcijai. Uzņēmējiem, firmu pārvaldniekiem bieži jāapsver, cik lietderīgi ražošanu paplašināt, atstāt bez izmaiņām vai sašaurināt. Lēmuma pieņemšanas pamatkritērijs ir saistīts ar peļņas pieauguma perspektīvu. Konkrētu rīcību var arī motivēt centieni iekarot savām precēm plašāku tirgu, ar zemāku cenu pieveikt konkurentus, samazināt zaudējumus. Ikvienā rīcības variantā nozīmīga ir ieņēmumu un izmaksu starpība, kā arī izmaksu lielums, līmenis. Lai pieņemtu attiecīgo lēmumu, nepietiek tikai ar informāciju par kopējām ražošanas izmaksām visai produkcijai vai vidējām izmaksām, rēķinot uz preces vienību. Obligāti jāvērtē dati par papildu ražošanas izmaksām papildu produkcijai, ko ir paredzēts saražot. Tā esam nonākuši līdz jaunai kategorijai – galējām ražošanas izmaksām.

Kas ir galējās ražošanas izmaksas? Tās var aplēst gan papildu produkcijas daudzumam, gan katrai nākamajai papildu produkcijas vienībai. Tātad ievērosim: par galējām ražošanas izmaksām, rēķinot uz produkcijas vienību, tiek dēvētas papildu ražošanas izmaksas, ko prasa katras nākamās papildu produkcijas vienības saražošana.

Galējā peļņa. Galējie ieņēmumi no galējā produkta vai pakalpojuma realizācijas, atskaitot galējās ražošanas izmaksas, ir galējā peļņa. Jebkuru uzņēmēju būtiski interesē, pastāvot kādam ražošanas apjomam un galējām ražošanas izmaksām, peļņa ir lielāka. Šajā sakarā izsekosim 8.6. tabulas datiem, kas ir patapināti no P. Semjuelsona¹. Var strīdēties par šo skaitļu konkrēto atbilstību realitātem. Taču būtiskais ir tas, ka tabula kopumā raksturo saimniekošanas prakses objektīvās sakarības un tendences.

8.6. tabula

Firmas ienākums, izmaksas, peļņa

Produkcijas daudzums Q	Produkcijas vienības cena (dolāros) C	Bruto ieņēmums (dolāros) B=CQ	Kopējās izmaksas (dolāros) BI	Peļņa (dolāros) P=B-BI	Galējais ieņēmums (dolāros) GI	Galējās izmaksas (dolāros) GR
0	144+	0	256	-256	134	64
1	134+	134	320	-186	114	20
2	124+	248	340	-92	94	15
3	114+	342	335	-13	74	13
4	104+	416	368	+48	54	13
5	94+	470	381	+89	34	19
6	84+	504	400	+104	14	31
7	74+	518	431	+87	-6	49
8	64+	512	480	+32	-26	73
9	54+	486	553	-67	-45	103
10	44+	440	656	-216		

Ko rāda tabulas dati? Ir redzams, ka, *pirmkārt*, jo lielāks ir saražotais un piedāvātais produkcijas daudzums, jo zemākas ir cenas; *otrkārt*, bruto ieņēmums, kas sākotnēji līdz ar produkcijas pieaugumu palielinās, pēc augstākā līmeņa sasniegšanas sāk samazināties; *treškārt*, kopējās izmaksas arvien pieaug; *ceturtkārt*, ražošana sākotnēji nes zaudējumus, taču četru produkcijas vienību ražošana jau dod peļņu, sešas vienības nodrošina visaugstāko peļņu, pēc tam peļņa sāk samazināties un, sākot ar deviņām produkcijas vienībām, ražošana pieaugošā apmērā atkal nes zaudējumus; *piektkārt*, galējais ieņēmums arvien samazinās un, sākot ar astoto produkcijas vienību, jau rodas zaudējumi; *sestkārt*,

¹ Самуелсон П. Экономика. М., Прогресс, 1964.—с.512.

galējās izmaksas sākotnēji strauji samazinās, bet, sākot ar sesto produkcijas vienību, savukārt strauji pieaug. Kāda šādā situācijā būs uzņēmēja ekonomiskā rīcība? *Pirmkārt*, kamēr galējais ieņēmums pieaug straujāk nekā galējās izmaksas un palielinās peļņa, ir izdevīgi ražošanu (piedāvājumu) paplašināt. *Otrkārt*, ja galējās ražošanas izmaksas sāks pārsniegt galējo ieņēmumu, uzņēmējs ražošanu (piedāvājumu) sašaurinās. Optimālā (maksimālā) peļņa atrodas punktā, kur galējās izmaksas pēc lieluma sakrīt ar galējo ieņēmumu. *Treškārt*, galējās izmaksas saistībā ar peļņu ir faktors, kas regulē ražošanas un līdz ar to piedāvājuma apjomu. Neoklasiskajā cenu teorijā galējām ražošanas izmaksām ir ne mazāka nozīme kā galējam derīgumam. Šīs kategorijas vienmēr jāaplūko savstarpējā saistībā.

Neaizmirsīsim, ka, pieaugot ražošanas apjomam, palielinās piedāvājums, pastiprinās pārdevēju konkurence un samazinās cenas. Pieprasījuma polā neizbēgami pazeminās attiecīgo preču galējais derīgums. Tikai, izsekojot visu šo sakarību ķēdei, var gūt vajadzīgo informāciju par gaidāmo peļņas lielumu.

Dempinga cenas. Šajā analīzē mēs abstrahējamies no tās iespējamās rīcības, kas ir saistīta ar tirgus iekarošanu, mērķtiecīgi pazeminot cenas, dažkārt pat līdz līmenim, kas ir zemāks par ražošanas izmaksām. Šajā sakarā ir runa par tā saucamām dempinga cenām, kuru izmantošanu dažreiz nosodoši dēvē par negodīgu konkurenci. Dempinga cenas spēj pastāvēt tikai ierobežotā laika periodā. Kad konkurenti ir pieveikti un kundzība tirgū nodrošināta, firma cenas paaugstina līdz līmenim, kas garantē normālu peļņu, un pat kompensē dempinga politikas īstenošanas procesā nodarītos zaudējumus.

Līdzšinējais jautājumu izklāsts bija saistīts ar ražošanas apjoma un izmaksu izmaiņām īslaicīgā periodā. Šo izmaiņu būtiska īpatnība ir tā, ka daļa izmaksu ir konstantas un daļa mainās līdz ar ražošanas apjomu. Tagad pievērsīsimies ražošanas izmaksu dinamikai ilglaicīgā periodā.

Izmantojot eksportprecēm subsīdijas, dotācijas, kļūst iespējams attiecīgās preces nopirkt par zemām cenām. Rezultāts līdzīgs dempinga cenām. Šī iemesla dēļ PTO principiāli noliedz subsīdijas un dotācijas. Pamatojums – konkurences izkropļošana.

8.6. Ražošanas izmaksas ilglaicīgā periodā

Pilnīgās rekonstrukcijas sekas. Uzņēmēju, firmas reakcija uz tirgus signāliem, uz pieprasījuma svārstībām un gaidāmo pieprasījumu var būt dažāda: vienā gadījumā tiek paplašināts vai sašaurināts ražošanas apjoms, balstoties uz esošo ražošanas potenciālu, nemainot ne tehniku, ne tehnoloģiju, ne arī ražošanas organizāciju; citā gadījumā uzņēmums pamatos vai daļēji tiek modernizēts, rekonstruēts vai arī tiek būvēti jauni cehi ar jaunu iekārtu, pilnveidotu tehnoloģiju, organizāciju un pārvaldi. Konkrētu pārkārtojumu variantu ir atliku likām. Principiāli nozīmīgi ir tas, ka mainās it visi ražošanas izmaksu elementi salīdzinājumā ar to, kas bijis agrāk, zaudē spēku iepriekšējais dalījums pastāvīgās un mainīgās izmaksās. Bet, līdzko uzņēmuma rekonstrukcija, pārbūves un piebūves ir pabeigtas, tālākās ražošanas apjoma izmaiņas saskaras ar pastāvīgo un mainīgo izmaksu problēmu.

Apgūta konkurences spējīga produkcija. Lai labāk saprastu sarežģīto jautājumu, apskatīsim nosacītu piemēru. Pieņemsim, ka kāds Latvijas uzņēmums, izmantojot esošās jaudas, ir apguvis kādu konkurences spējīgu produkciju Rietumu tirgum. Šim uzņēmumam pāris mēnešu laikā izdevies dubultot šīs produkcijas ražošanu, piedāvājumu un noietu. Šajā gadījumā izpaužas visas tās likumsakarības, kas raksturo ražošanas izmaksu izmaiņas īslaicīgā periodā. Bet tad Latvijas uzņēmumam rodas ārzemju partneris, kas iegulda prāvus līdzekļus, lai uzņēmumu kardināli rekonstruētu, t.i., ražošanu izvērstu uz jaunas tehnikas, tehnoloģijas un organizācijas pamatiem. Ražošanas izmaksu izmaiņu jomā līdz ar to sāk rasties jaunas cēloņsakarības. Problēmas analīzē izmantosim izokvantas un izokostas. Nosacītā piemēra dati ir ietverti 8.7. tabulā.

8.7. tabula

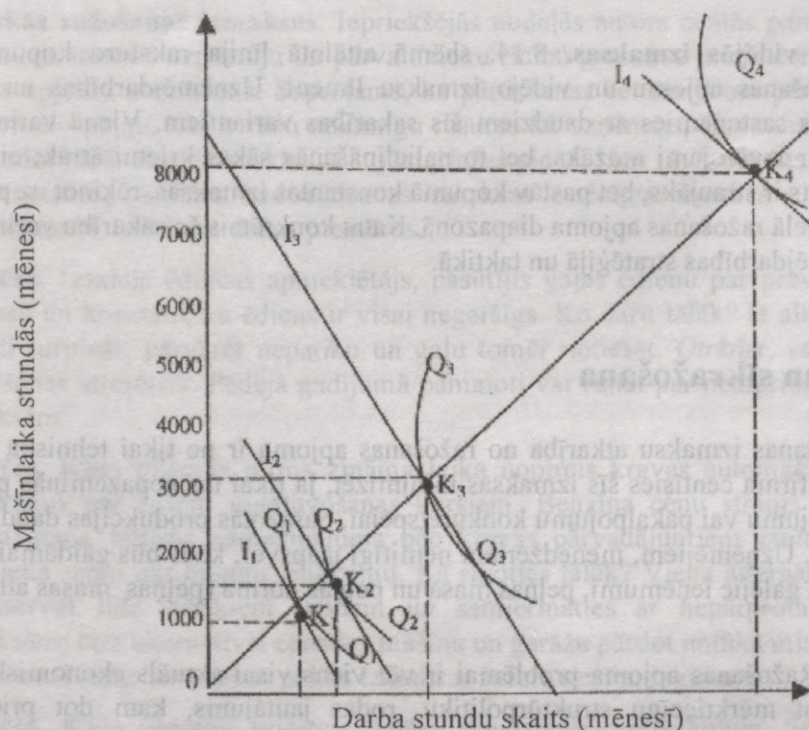
Ražošanas izmaksu izmaiņas ilglaicīgā periodā

Produkcijas izlaide (vienībās; mēnesī)	Izmantoto ražošanas faktoru daudzums (stundās, mēnesī)		Ražošanas faktoru cena (latos)		Kopējās ražošanas izmaksas (latos; mēnesī)	Vidējās ražošanas izmaksas (latos; mēnesī)
	Darbs	Mašīnlaiks	Darba stundas	Mašīnlaika stundas		
50	2000	1000	2	1	500	100
100	3000	1500	2	1	7500	75
200	6000	3000	2	1	15000	75
400	16000	8000	2	1	40000	100

Izmaiņas ilglaicīgā periodā. 8.7 tabulā nav nepieciešamo datu, kas raksturotu dažādas ražošanas faktoru kombinācijas izokvantu precīzai izveidei katram no četriem atšķirīgiem produkcijas daudzumiem. Tomēr tabulā esošā informācija ir pietiekama, lai izveidotu ekonomiski saturīgu shēmu.

8.13. shēma

Ražošanas apjoma trajektorija ilglaicīgā periodā

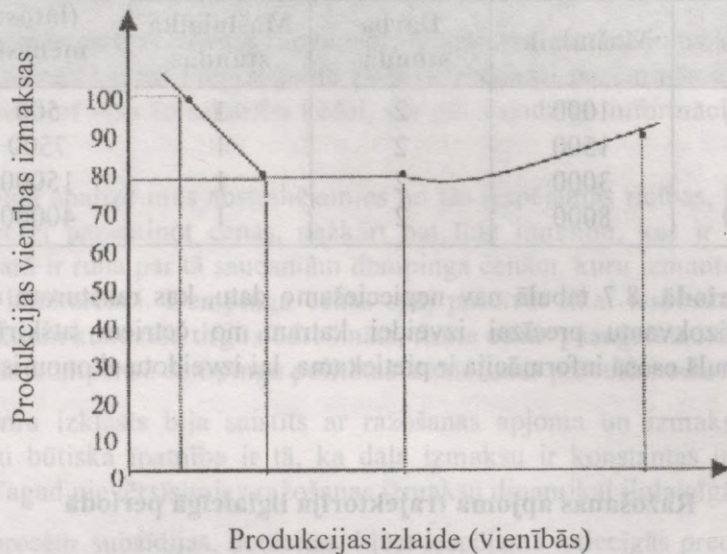


8.13. shēmā četras izokvantas ($Q_1 = 50$ produkcijas vienību, $Q_2 = 100$ vienību, $Q_3 = 200$ vienību, $Q_4 = 400$ vienību) saskares punktos K_1, K_2, K_3, K_4 ar attiecīgām izokostām ($I_1 = 5000$ latu, $I_2 = 7500$ latu, $I_3 = 15000$ latu un $I_4 = 40000$ latu) fiksē to ražošanas faktoru kombināciju, kas dod iespēju doto produkcijas daudzumu izgatavot ar minimālām ražošanas izmaksām. Izokostu un izokvantu krustošanās (saskares) punkti ir savienoti ar taisnu līniju, kas veido ražošanas apjoma pieauguma lineāro trajektoriju. Dati 8.7. tabulā un 8.13. shēmā vienlaikus rāda vidējo ražošanas izmaksu atkarību no ražošanas apjoma ilglaicīgā periodā. Produkcijas izlaide mēnesī sākotnēji pieaug divas reizes, kas nosaka vienības ražošanas izmaksu samazināšanos no 100 latiem līdz 75 latiem. Produkcijas izlaides turpmākā dubultošana vidējās ražošanas izmaksas nemaina. Tāda sakarība ir ierobežota. Ražošanas apjoma jaunam divkārtējam pieaugumam gan ir cits rezultāts – produkcijas vienības ražošanas

izmaksas pieaug no 75 latiem līdz 100 latiem, sasniedzot sākotnējo līmeni. Šīs ražošanas apjoma un vidējo izmaksu līmeņa sakarības uzskatāmi ir redzamas 8.14. shēmā.

8.14. shēma

Vidējo ražošanas izmaksu izmaiņas atkarībā no ražošanas apjoma ilglaicīgā periodā



Ražošanas apjoms un vidējās izmaksas. 8.14. shēmā attēlotā līnija raksturo kopumā tipisku cēloņsakarību starp ražošanas apjomu un vidējo izmaksu līmeni. Uzņēmējdarbības un ražošanas organizācijas praksē mēs sastopamies ar daudziem šīs sakarības variantiem. Vienā variantā vidējo izmaksu samazinājums ir izvērojami mazāks, bet to palielināšanās sākas krietni ātrāk; citā variantā vidējo izmaksu pieaugums ir straujāks, bet pastāv kopumā konstantas izmaksas, rēķinot uz produkcijas vienību. Tās saglabājas lielā ražošanas apjoma diapazonā. Katrs konkrētais šo sakarību variants ir vērtējams atbilstoši uzņēmējdarbības stratēģijai un taktikā.

8.7. Lielražošana un sīkražošana

Vidējo (arī galējo) ražošanas izmaksu atkarība no ražošanas apjoma ir ne tikai tehniska problēma. Katrs uzņēmējs, ikviena firma centīsies šīs izmaksas minimizēt, ja tikai tas nepazeminās produkcijas kvalitāti un nekaitēs ražojumu vai pakalpojumu konkurētspējai. Saražotās produkcijas daudzums tirgū izpaužas kā piedāvājums. Uzņēmējiem, menedžeriem nemitīgi jāapsver, kāds būs gaidāmais līdzsvara cenas līmenis, kopējie un galējie ieņēmumi, peļņas masa un peļņas norma (peļņas masas attiecība pret ieguldītiem līdzekļiem).

Kam dot priekšroku? Ražošanas apjoma problēmai ir vēl viens visai aktuāls ekonomisks aspekts. Šodien Latvijā, īstenojot mērķtiecīgu struktūrpolitiku, rodas jautājums, kam dot priekšroku – lielražošanai vai sīkražošanai. Valstī iepriekšējos gadu desmitos virsroku ņēma gigantomānija ražotņu izveidē. Zinātnieki, plānotāji, administratori vaiga sviedros pūlējās pierādīt lielražošanas ekonomisko efektivitāti. Šaubu nav par to, ka ražošanas optimālais apjoms ir vērtējams rādītājs efektivitātes aprēķinos. Bet, novērtējot tajā laikā minētos argumentus par labu lielaudīgiem kombinātiem, apakšnozares aptverošām ražošanas apvienībām, jāievēro, ka runa bija par ekonomiku bez tirgus, bez privātā īpašuma un privātās iniciatīvas. Bez cenu un konkurences regulējošās iedarbības.

Sīko un vidējo uzņēmumu nākotne. Ražošanas giganti Latvijā mūsdienā apstākļos pamatos ir traucējošs anahronisms. Valsts tautsaimniecības nākotne, augšupeja tirgus apstākļos vispirms ir saistīta ar sīkajiem un vidējiem uzņēmumiem. *Pirmkārt*, šie uzņēmumi spēj operatīvi reaģēt uz tirgus signāliem un pielāgoties mainīgajai konjunktūrai, pieprasījumam, raiti apgūt jaunu produkciju. *Otrkārt*, šādos uzņēmumos, kur vienā personā ir īpašnieks, pārvaldnieks un dažkārt arī darba tiešais veicējs, ir visspēcīgākā efektīvās saimniekošanas motivācija. *Treškārt*, pieredze liecina, ka sīkie un

vidējie uzņēmumi vissāpīgāk izjūt konkurences pātagas cirtienus un tāpēc ir visai atsaucīgi pret visu jauno, ko sniedz zinātnes un tehnikas progress; tie ātri ievieš praksē novitātes. *Ceturtkārt*, sīks uzņēmums spēj ražot atsevišķus nelielus izstrādājumus masveidīgi, atsevišķas detaļas miljonos eksemplāru, tā nodrošinot savas ražošanas optimālo apjomu. *Piektkārt*, tieši sīkie un vidējie uzņēmumi spēj no jauna iesaistīt darbā zināmu daļu to strādātāju, kas zaudē darbu sakarā ar lielo uzņēmumu un fabriku neizbēgamo straujo ražošanas sašaurināšanos vai pat uzņēmumu slēgšanu. *Sestkārt*, daļa iniciatīvas bagātu bezdarbnieku atvērs savas nelielas privātās ražotnes. *Septītkārt*, lieliem un vidējiem mašīnbūves uzņēmumiem, kas galvenokārt veic kaut kādu agregātu gala montāžu, ir lietderīgi ekonomiski efektīvi kooperēties ar lielu skaitu sīku uzņēmumu – detaļu, pusfabrikātu piegādātājiem. Arī liela apdares fabrika tekstilrūpniecībā spēj pieņemt jēlaudumus no daudziem sīkiem piegādātājiem vai pasūtītājiem. *Astotkārt*, daudzu sīku uzņēmumu pastāvēšana kādā apakšnozarē sekmē labvēlīgu konkurenci un ir šķērslis oligopolu vai pat monopolu izveidei.

Kad nepieciešama lielražošana? Pretstatot sīkražošanu lielražošanai, problēmu nedrīkst apskatīt dogmatiski. Ir nozares, kurās lieluzņēmumi ir nepieciešami tehnisko nosacījumu dēļ, piemēram, melnajā metalurģijā, naftas pārstrādē un citur. Valstīs ar modernu, augsti attīstību lauksaimniecību efektīvi strādā gan lielsaimniecības, gan vidējās saimniecības, gan arī sīksaimniecības. Šajā specifiskajā nozarē neliela saimniecība spēj būt augsti efektīva. Bet pārāk mazas saimniecības nespēj vērā ņemami ražot tirgum. Īstenojot Latvijā noteiktu struktūrpolitiku, mērķtiecīgi jārisina arī uzņēmumu lieluma un ražošanas optimālā apjoma problēma.

8.8. Neatgriezeniskās izmaksas – “nogriezts riecieni”

Atgriezeniskās ražošanas izmaksas. Iepriekšējās nodaļās autors centās pamatot tēzi, ka ražošanas izmaksu līmenis motivē uzņēmēju un pārvaldnieku rīcību gan savu preču cenu, gan arī ražošanas un piedāvājuma apjoma noteikšanā. Saprotams, ka pārdošanas cenām jākompensē pārdevēja izmaksas, ieskaitot normālo peļņu, kas ir tādu nozīmīgu resursu kā uzņēmējspējas cena. Citiem vārdiem, ražošanas izmaksām jābūt atgriezeniskām, t.i., jāatgriežas pie tā, kam tās ir bijušas. Tomēr saimniekošanas praksē ir ne mazums piemēru, kad ražošanas izmaksas ir neatgriezeniskas – “nogriezts riecieni”, ko nevar vairs atjaunot. Minēsim dažus piemērus.

- 1. piemērs.** Izsalcis ēdnīcas apmeklētājs, pasūtījis gaļas ēdienu par prāvu cenu, iebauda pirmo kumosu un konstatē, ka ēdiens ir visai negaršīgs. Ko darīt tālāk? Ir alternatīvas: *pirmkārt*, var maltīti turpināt, pārvarēt nepatiku un gaļu tomēr notiesāt. *Otrkārt*, var arī no ēdiena tālākas baudīšanas atturēties. Pēdējā gadījumā pamatoti var runāt par neatgriezeniskām, t.i., zaudētām izmaksām.
- 2. piemērs.** Kāds pilsonis pirms zināma laika nopircis kravas automašīnu, uzcēlis garāžu un samaksājis par šoferu sagatavošanas kursiem. Benzīna cenu straujš kāpums, bet it sevišķi pieprasījuma būtisks samazinājums pēc kravas pārvadājumiem iznīcina mūsu automašīnas īpašnieka sapni par brangu ienākumu. Kā rīkoties tālāk? Viena alternatīva ir šāda: mašīnu var iekonservēt līdz labākiem laikiem un samierināties ar nepārprotamām neatgriezeniskām izmaksām; otra alternatīva: censties mašīnu un garāžu pārdot nolūkā minimizēt neatgriezeniskās izmaksas. Neatgriezeniskas paliks izmaksas šofera tiesību izgūšanai.
- 3. piemērs.** Kāds tirgotājs nopircis lielāku daudzumu minisvārciņu. Strauji mainās mode, un neveiksminieks pārdevējs paliek bez pircējiem. Tirgotājs lepni noraida priekšlikumu pārdot svārciņus par krietni zemāku cenu, nekā sākotnēji iecerēts: “Nevaru to atļauties, jo pārāk daudz zaudēju.” Tāda nostāja ir aplama, jo nav ievērots tas, ka aprakstītā gadījumā tirgotāja izdevumi, iepērkot svārciņus, ir neatgriezeniskās izmaksas. Pat vispieticīgākā atlīdzināšana jāvērtē kā ieguvums. Atsakoties pārdot iepirkto mantu par zemu cenu, tirgotājs pats sevi soda. Īstās izmaksas, kam tagad ir nozīme, ir tās iespējas, no kurām tirgotājs grib atteikties, nevēloties lēti pārdot no modes izgājušos minisvārciņus.

ASV profesors Pauls Heine savā visai interesantajā grāmatā “Ekonomiskās domāšanas veids” norāda, ka par cenu, kas ir jau samaksāta, ekonomisti neinteresējas.

Neatgriezeniskās izmaksas. Tās ir izmaksas, kas neietekmē turpmākos lēmumus. Kas ir pagājis, tas ir pagājis.¹

Šādam apgalvojumam pilnā mērā piekrist nevar. *Pirmkārt*, jāizšķir ar personisko patēriņu saistītās izmaksas un, *otrkārt*, uzņēmējdarbības izmaksas normālos apstākļos. Pirmās patiešām ir neatgriezeniskas izmaksas. Otrās izmaksas jāatlīdzina, jākompensē, un uzņēmēja apzinātie centieni tiek vērsti uz to, lai šīs izmaksas būtu atgriezeniskas, lai tās tiktu atlīdzinātas iespējami pilnīgāk. Te aktīvi un mērķtiecīgi darbojas peļņas stimul. Neatgriezeniskas, t.i., nekompensētas uzņēmējdarbības izmaksas uzņēmējam, firmai nozīmē zaudējumus. Attiecīgās ekonomiskās rīcības motīvi un tās ievirze ir nepārprotama: jādara viss iespējamais, lai neatgriezeniskās izmaksas minimizētu. Paulam Heinem ir taisnība, ka “pareiza pieeja, rēķinot izmaksas, ir tad, ja skatās uz priekšu nākotnē, bet nevis tad, kad kavējas pagātnē”.²

Uzņēmēja risks. Uzņēmējdarbība vienmēr ir risks, zināma nenoteiktība. Risks arī ir saistīts ar to, ka izmaksas var kļūt neatgriezeniskas, t.i., kā nogriezts rēķiens. Lai mazinātu riska pakāpi, uzņēmēji cenšas gan paaugstināt cenas, gan veidot no ienākumiem speciālu riska fondu, gan arī savus darījumus apdrošināt.

8.9. Vēl viens viltus paradokss

Galējo ražošanas izmaksu iespāids. Analizējot cenu līmeni tirgū, mēs vienmēr uzsvērām, ka to nosaka pieprasījuma un piedāvājuma konkrētais samērs. Bet kā izskaidrot tādu paradoksu, ka visai pieprasītie kartupeļi ir relatīvi lēti, bet mazpieprasītie briljanti ir ļoti dārgi? No galējā derīguma teorijas viedokļa tas ir tāpēc, ka kartupeļi ir plaši izplatīti, bet dimanti, no kuriem slīpē briljantus, ir reti sastopami. Te jāpiebilst, ka kartupeļi Eiropā kādreiz bija liels retums. Šo sakņu izplatības pamats ir kartupeļu lētums, bet lētuma pamats – relatīvi zemais galējo ražošanas izmaksu līmenis. Pretēji tam dimantu meklēšana un ieguve ir dārgs priekš, kam vēl pievienojas slīpēšanas izmaksas. Galējās ražošanas izmaksas briljantiem ir visai augstas, kas, ievērojot maksātspējīgo pieprasījumu, ierobežo to piedāvājumu. Tāpat retums vai izplatība kā dabas fenomens tikai saistībā ar galējo ražošanas izmaksu līmeni, piedāvājuma un pieprasījuma samēru, praktiski regulē kartupeļu un briljantu cenas.

Feonīti un briljanti. Un vēl viena realitāte. Neīstos briljantus no īstajiem dažreiz spēj atšķirt tikai augstas klases speciālists. Feonīti zaigo tāpat kā īsti dārgakmeņi. No estētiskā viedokļa feonītiem un briljantiem ir vienāds lietošanas vērtīgums, bet pārdošanas cena tiem krasi atšķirīga. Kāpēc? Atbilde ir viennozīmīga: visai atšķirīgs ir galējo ražošanas izmaksu līmenis, kas arī ietekmē galējo derīgumu kā lietošanas vērtības subjektīvo novērtējumu. Briljanti ir ne tikai rotas lietas, bet tie pircējam ir arī uzkrāta bagātība, manta, ko rūsa un kodes neēd.

8.10. Piedāvājuma likums

8.10.1. Cena un piedāvājuma likums

Piedāvājuma līknes veidošanās. Piedāvājums ir pārdevēju – gan pašu ražotāju, gan starpnieku tirgotāju – ekonomiskā uzvedība, kas atspoguļo centienus pārdot noteiktu preču daudzumu konkrētā laika periodā atkarībā no to cenām un ārpuscenas faktoriem. Ciktāl pārdevēja ekonomiskā izdzīvošana, saņemamās peļņas lielums ir atkarīgs no pārdodamo preču cenu līmeņa, veidojas nepieciešamā cēloņsakarība starp cenu un piedāvājuma lielumu. Citiem vārdiem, pārdevēju ekonomisko uzvedību piedāvājuma jomā vispirms motivē konkrētās preces konkrētā cena. Šo atziņu ilustrē tipiska piedāvājuma līkne 8.15. shēmā, kas ir veidota pēc 8.8. tabulas nosacītiem datiem.

¹ Хейне П. Экономический образ мышления: Пер. с англ. – М.: Изд-во «Новости» при участии изд-ва «Cattday», 1991.–с.145.

² Хейне П. Экономический образ мышления: Пер. с англ. – М.: Изд-во «Новости» при участии изд-ва «Cattday», 1991.–с.142.

8.8. tabula

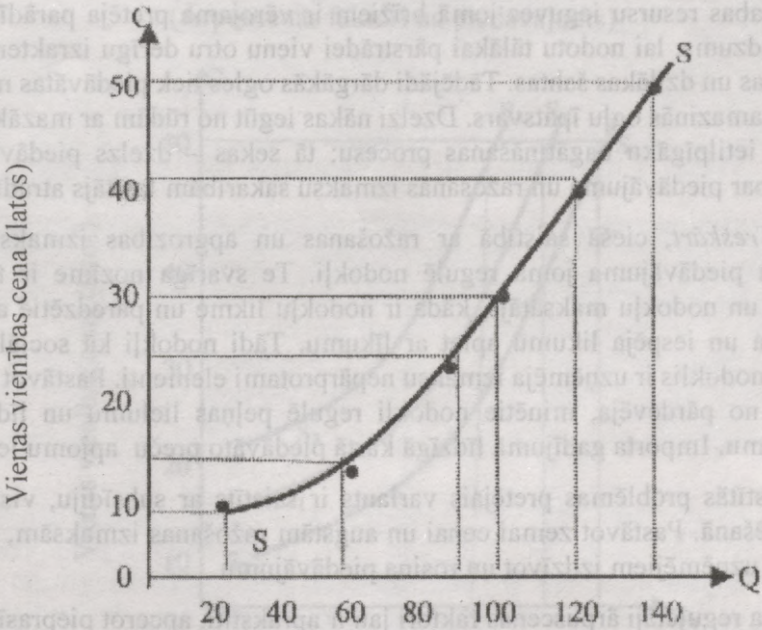
Preces A tirgus piedāvājuma lielums atkarībā no cenas

Vienas vienības cena (latos)		Piedāvājuma lielums (vienības; mēnesī)
50		140 000
40		120 000
30		100 000
25		90 000
15		50 000
10		20 000

8.8. tabulas skaitļu sakarību loģika ir acīmredzama: jo augstāka ir cena, jo, pastāvot līdzīgiem pārējiem nosacījumiem, izdevīgāk ir precī ražot un pārdot. Turpretī zemāka cena ierobežo piedāvājumu: tā lielums arvien samazinās. Šī pārdevēju ekonomiskās uzvedības cēloņsakarība ir attēlota un uzskatāmi izsekojama 8.15. shēmā.

8.15. shēma

Piedāvājuma līkne
(Cena un piedāvājuma lielums)



(Tūkstošos vienību; mēnesī)

Kā redzam, visaugstākā cena determinē visaugstāko piedāvājuma lielumu; viszemākā cena nosaka vismazāko piedāvājuma lielumu. Piedāvājuma līkne no labējā augšējā stūra likumsakarīgi virzās pa kreisi uz leju. Šī būtiskā cēloņsakarība, ko diendienā var vērot jebkurā tirgū, ir piedāvājuma likuma pamatsaturs.

Kur te ir noslēpums? Peļņā! Ja ražošanas izmaksas nemainās (tāds ir analīzes nosacījums), peļņu regulē cena. Skaidrojot cenu regulējošo iedarbību uz piedāvājuma lielumu, analīzi veicām, pastāvot pārējiem vienādiem nosacījumiem. Reālā tirgū pārdevēja, tajā skaitā arī ražotāja, rīcību motivē vesels faktoru kopums. Pievērsīsimies tām cēloņsakarībām, kas saista piedāvājamo preču daudzumu ar ārpuscenas faktoriem.

8.10.2. Ārpuscenas faktori un piedāvājuma izmaiņas

Ārpuscenas faktori. No preču piedāvājuma lieluma svārstībām jāatšķir to piedāvājuma izmaiņas. Pirmo nosaka dažādi cenu līmeņi, bet otro – ārpuscenas faktori. *Pirmkārt*, jāievēro sakarība starp ražošanas un apgrozības izmaksu lielumu un piedāvāto preču daudzumu, pastāvot dotajām cenām. Uzņēmēju uzvedību, kā zināms, motivē centieni pēc augstākās peļņas. Tāpēc zemāks ražošanas un apgrozības izmaksu līmenis rosina piedāvājuma palielināšanu, pastāvot dotajām cenām.

Resursu cenas. Savukārt ražošanas un apgrozības izmaksu konkrētais lielums ir tieši atkarīgs no resursu cenām. Tāpēc resursu cenas parasti tiek raksturotas kā pirmais ārpuscenas faktors, kas regulē piedāvājuma izmaiņas. Šeit jāmin gan dabas resursu (zemes), gan darbaspēka, gan kapitāla elementu, gan arī uzņēmējspēju cenas.

Resursu atdeve. *Otrkārt*, ražošanas izmaksu līmenis ir būtiski atkarīgs no resursu atdeves, to ražīguma. Jaunākā tehnika, tehnoloģija un pilnīgāka organizācija, palielinot resursu atdevi, līdz ar to palēnina ražošanu un rada nosacījumus piedāvājuma paplašināšanai. Ražošanas izmaksu samazināšana ir saistīta ar to, ka zinātnes sasniegumu enerģiska ieviešana gan ražošanas, gan arī pārvaldes sfērā samazina produkcijas kapitālietilpību, materiālietilpību, darbietilpību. Par to liecina daudzi piemēri. 30 gadu laikā elektronskaitļošanas mašīnu elementu bāzes ražošanas izmaksas samazinājās 1000 reizi. Jaunākās tehnoloģijas dod iespēju samazināt koksnes patēriņu 1 tonnas papīra ražošanai 4 līdz pat 6 reizes. Pārejot no metāla griešanas uz auksto un karsto štancēšanu, uz precīzu liešanu zem spiediena, uz detaļu speciālu velmēšanas tehnoloģiju, ir iespējams ietaupīt vidēji uz 1 miljonu tonnu metāla 250 tūkstošus tonnu, izbrīvēt 15 tūkstošus darbagaldu, atteikties no 30 tūkstošiem strādnieku.

Dažu ierobežotu dabas resursu ieguves jomā brīžiem ir vērojama pretēja parādība. Jāiegulda arvien lielāks resursu daudzums, lai nodotu tālākai pārstrādei vienu otru derīgu izraktēni. Lai izraktu ogles, jārok arvien dziļākas un dziļākas šahtas. Tādējādi dārgākās ogles tiek piedāvātas mazākā daudzumā un kurināmā bilancē samazinās ogļu īpatsvars. Dzelzi nākas iegūt no rūdām ar mazāku metāla daudzumu. Tas prasa resursu ietilpīgāku bagātināšanas procesu; tā sekas – dzelzs piedāvājums – samazinās. (Pilnīgāku analīzi par piedāvājuma un ražošanas izmaksu sakarībām lasītājs atradīs šajā nodaļā.)

Nodokļu loma. *Treškārt*, ciešā saistībā ar ražošanas un apgrozības izmaksu līmeni pārdevēju ekonomisko rīcību piedāvājuma jomā regulē nodokļi. Te svarīga nozīme ir tam, kas ir nodokļu aplikšanas objekts un nodokļu maksātājs, kāda ir nodokļu likme un paredzētie atvieglojumi, kāda ir maksāšanas kārtība un iespēja likumu apiet ar līkumu. Tādi nodokļi kā sociālais nodoklis, zemes nodoklis, īpašuma nodoklis ir uzņēmēja izmaksu nepārprotami elementi. Pastāvot cenām, kuru līmenis nav tieši atkarīgs no pārdevēja, minētie nodokļi regulē peļņas lielumu un līdz ar to stimulē vai ierobežo piedāvājumu. Importa gadījumā līdzīgā kārtā piedāvāto preču apjomu ietekmē muitas tarifi.

Subsīdijas. Aprakstītās problēmas pretējais variants ir saistīts ar subsīdiju, visādu piemaksu lomu piedāvājuma regulēšanā. Pastāvot zemaī cenai un augstām ražošanas izmaksām, piemaksa cenai rada iespēju ražotājiem, uzņēmējiem izdzīvot un rosina piedāvājumu.

Pārējie piedāvājuma regulētāji ārpuscenas faktori jau ir aprakstīti, apcerot pieprasījuma izmaiņas.

Citu preču cenas. *Ceturtkārt*, piedāvājumu spēj ietekmēt citu preču cenas. Tas ir sevišķi aktuāli lauksaimniecībā, kur pastāv daudzi zemes izmantošanas varianti. Ja pazeminās viena produkcijas veida cena, piemēram, cukurbiešu iepirkšanas cena, zemnieks nolems šīs saldās saknes vairs neražot un nepiedāvāt. To vietā attiecīgā zemes platībā viņš audzēs citu kultūru, kam cenas nemainās un kas ir pietiekami ienesīga. Ja tekstilfabrikā viena auduma cena kāpj un ir lemts tā ražošanu izvērst, tad var rasties nepieciešamība kāda cita auduma izgatavošanu un līdz ar to arī piedāvājumu sašaurināt.

Pārdevēju skaits. *Piektkārt*, piedāvājumu izmaiņu cēlonis nepārprotami var būt pārdevēju skaita pieaugums vai samazināšanās. Vienā variantā tas ir saistīts ar to, ka konkrētā nozarē uzsāk darbu jauni uzņēmumi un palielina kopējo attiecīgo preču vai pakalpojumu piedāvājumu. Nav izslēgts arī pretējais variants – uzņēmums tiek slēgts vai pārprofilēts.

Imports. Mēs Latvijā šodien vērojam variantu, kad apsviedīgi uzņēmēji arvien lielākā skaitā jaunorganizētos veikalos un jaunuzceltos kioskos paplašina visdažādāko importa preču piedāvājumu.

Meteoroloģiskie apstākļi. *Sestkārt*, noteiktu preču grupu piedāvājuma svārstības ietekmē meteoroloģiskie apstākļi. Būtībā tā ir reakcija uz attiecīgā pieprasījuma drošām izmaiņām. Karstā vasarā ir

nepieciešams paplašināt atspirdzinošu dzērienu ražošanu un piedāvājumu. Siltā ziemā jāierobežo slidu, arī siltā apģērba piedāvājums. Mainīgie dabas apstākļi būtiski ietekmē hidroelektrostacijās ražotās elektroenerģijas daudzumu.

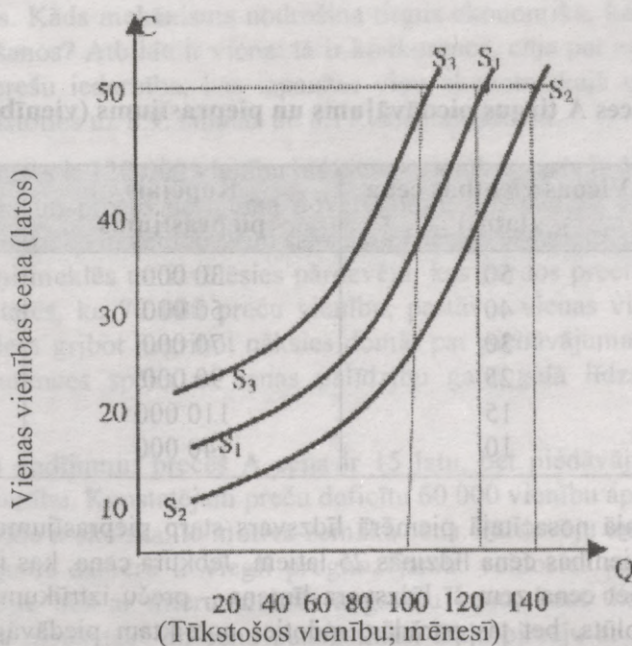
Prognozes. Septītkārt, tāpat kā pieprasījumu, arī piedāvājumu regulē visādas prognozes un gaidas, tajā skaitā arī cenu izmaiņas. Latvijā 90. gadu sākumā aktuāla bija ražotāju un pārdevēju ekonomiskā rīcība sakarā ar inflācijas attīstību. No vienas puses, uzņēmējam ir it kā lietderīgi izejvielas lētāk pirkt un pārstrādāt šodien, bet precī uzreiz nepārdot, gaidīt cenu tālāku kāpumu, lai tad preču krājumus pārdotu dārgāk. No otras puses, tādā gadījumā palēnināsies ieguldīto līdzekļu aprīte, kas draud ar gada peļņas normas pazemināšanos. Ir iespējama arī nelabvēlīga situācija, kad augstas cenas samazinās pieprasījumu un piedāvājums paliks bez pircēju atzinības.

Kataklizmas. Astotkārt, politiskā un ekonomiskā rakstura kataklizmas, radikālas izmaiņas, dabas katastrofas ir faktori, kas strauji spēj mainīt piedāvājumu. Kā piemēru var minēt Latvijas rūpnieciskās ražošanas būtisku sašaurināšanos 1992. un 1993. gadā.

Kā pārvietojas piedāvājuma līkne. Piedāvājuma izmaiņu ietekmē pārvietojas piedāvājuma līkne: pa labi – piedāvājumam augot, pa kreisi – piedāvājumam samazinoties (sk. 8.16. shēmu). Ne tikai uz sākotnējās līknes S_1 , bet arī uz līknēm S_2 un S_3 katrs punkts liecina par minēto cēloņsakarību starp cenu un piedāvājuma lieluma.

8.16. shēma

Piedāvājuma izmaiņu līknes
(Ārpuscenas faktori un piedāvājums)



Mēs līdz šim pieprasījuma likumu un piedāvājuma likumu būtībā analizējām autonomi, pat atrauti vienu no otra. Reālajā tirgus ekonomikā darbojas vienots cenu veidošanās mehānisms, kur ne tikai cena ietekmē pieprasījuma un piedāvājuma lielumu, bet arī pieprasījums un piedāvājums mijiedarbībā regulē cenu līmeni. Šeit vērojam atgriezeniskās saiknes mehānisma darbību, kad cēlonis un sekas nemitīgi mainās vietām.

8.10.3. Piedāvājuma trīsvienība

Likums – daudzšķautņaina cēloņsakarība. Tirgus ekonomikā savā starpā saistīto cēloņsakarību skaits parasti ir liels. Darbojas tieša un atgriezeniska saikne. Tas pilnā mērā attiecas uz piedāvājuma likumu.

Trīsvienības elementi. Piedāvājuma likums visupirms izsaka cēloņsakarību starp preču cenām un piedāvājuma lielumu, otrā cēloņsakarība ir ārpuscenu faktoru iedarbība uz piedāvājuma izmaiņām. Trešā cēloņsakarība ir galējo ražošanas izmaksu sakars ar piedāvājumu.

Peļņas loma. Būtībā minētai cēloņsakarību kopai pievienojas ceturtais elements – peļņa kā starpība starp cenu un galējām ražošanas izmaksām. Peļņa ir rezultāts un vienlaikus visspēcīgākais motīvs piedāvājuma izmaiņām.

8.11. Līdzsvara cena

8.11.1. Pieprasījuma un piedāvājuma samērs

Mēs, mūsu vecāki, vecmāmiņas un vectētiņi, kas esam komandekonomikas pagātnes deficīta nomocīti, ne vienu reizi vien klusītiņām sapņojām, lai iestātos laiks, kad mūsu vēlmes, pieprasījums vienmēr atrastu atbilstošu piedāvājumu. Runa nav par sapņu valsti, bet par normālu tirgu. Šinī tirgū cenas veidojas brīvi, konkurences sviras nodrošina līdzsvaru starp pieprasījumu un piedāvājumu. Lai izsekotu šo procesu, apvienosim vienā tabulā iepriekšējo – 7.1. un 8.8. tabulas – datus.

8.9. tabula

Preces A tirgus piedāvājums un pieprasījums (vienībās)

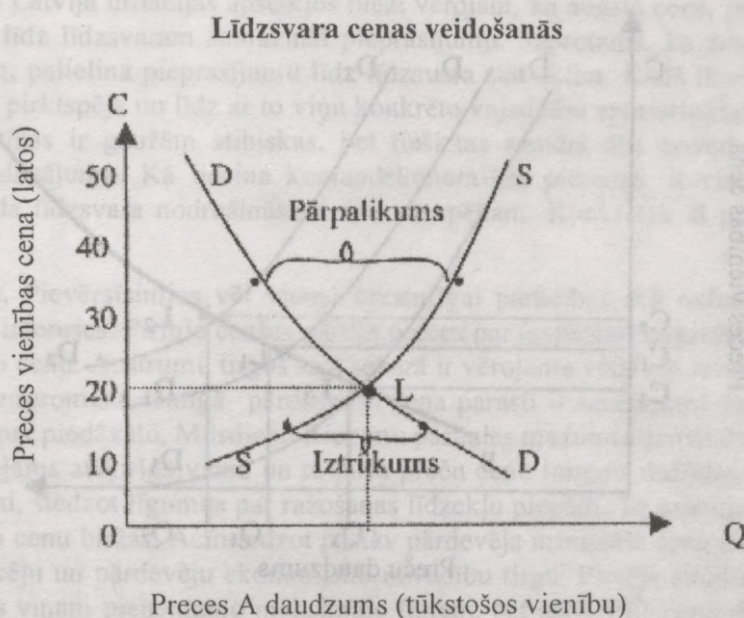
Kopējais piedāvājums	Vienas vienības cena (latos)	Kopējais pieprasījums	Pārpalikums+ Iztrūkums–
140 000	50	30 000	+110 000
120 000	40	50 000	+70 000
100 000	30	70 000	+30 000
90 000	25	90 000	0
50 000	15	110 000	–60 000
20 000	10	140 000	–120 000

Tabulas dati liecina, ka šajā nosacītajā piemērā līdzsvars starp pieprasījumu un piedāvājumu tiek sasniegts tad, kad preces vienības cena līdzinās 25 latiem. Jebkura cena, kas ir lielāka par 25 latiem, rāda preču pārpalikumu, bet cena zem šī līdzsvara līmeņa – preču iztrūkumu. Šis pārpalikums vai iztrūkums nav nekad absolūts, bet tas parādās, rodoties noteiktam piedāvājuma un pieprasījuma samēram. Preces A piedāvājums 120 000 vienības, pastāvot vienas vienības cenai 40 latiem, determinē ievērojamu preču pārpalikumu. Toties tāds preces piedāvājums, pastāvot vienas vienības cenai 10 latiem, jau radīs 20 000 vienību lielu deficītu. Šāda tirgus realitāte ir pieprasījuma likuma izpausme: pirmajā gadījumā preces vienības cena 40 latu ierobežo pieprasījumu līdz 50 000 preces vienībām; otrajā gadījumā preces vienības cena 10 latu palielina pieprasījumu līdz 140 000 preces vienībām. Nesenā pagātnē cenu regulējošās iedarbības dēļ Latvijā pārtikas veikalos pēc piena un gaļas produktiem veidojās pircēju rindas, bet šodien, kad šīs preces kopumā tiek piedāvātas ievērojami mazāk, šo rindu nav. 90. gadu sākumā rindās pēc šiem produktiem pircēji ar mazākiem ienākumiem bija spiesti stāties tur, kur tos pārdeva lētāk, turpat blakus veikalā, kur cenas tām pašām precēm bija augstākas, pircēju bija daudzārt mazāk.

Līdzsvara cenas būtība. 8.17. shēmā redzam iepriekš raksturotās pieprasījuma un piedāvājuma līknes S un D. Nozīmīgi ir tas, kādā punktā šīs līknes krustojas. Uz vertikālās ass šis krustpunkts atbilst preces vienas vienības cenai 25 latiem, bet uz horizontālās ass līknes krustpunkts liecina, ka gan pieprasījums, gan arī piedāvājums līdzinās 90 000 preces vienībām. Citiem vārdiem, preces vienas

vienības cena 25 lati ir tā saucamā līdzsvara cena, t.i., cena, kas nodrošina līdzsvaru starp pieprasījuma un piedāvājuma lielumu.

8.17. shēma



Konkurences mehānisms. Kāds mehānisms nodrošina tirgus ekonomikā, kas brīva no cenu diktāta, līdzsvara cenas (L) veidošanos? Atbilde ir viena: tā ir konkurence, cīņa par ekonomisko izdzīvošanu, pircēju un pārdevēju interešu iedarbība, kas izpaužas viņu ekonomiskajā uzvedībā. Izsekosim šai uzvedības motivācijai, balstoties uz 8.9. tabulas un 8.17. shēmas datiem.

Ja tirgū preces A piedāvājums ir 120 000 vienību un vienas vienības cena ir 40 latu, tad pieprasījums, kas atspoguļo maksātspēju un preces derīguma novērtējumu, līdzinās 50 000 vienībām. Nav grūti prognozēt pārdevēju ekonomisko uzvedību. Viņi sāks cīņu par preces noietu, pazeminot cenu. Zemāka cena pievelk pircējus. Viņi meklēs un izvēlēsies pārdevēju, kas pārdos preci A par viszemāko cenu. Pārdevēji ar bažām konstatēs, ka 70 000 preču vienību, pastāvot vienas vienības cenai 40 latiem, neatrod pircēju. Pārdevējiem gribot negribot nāksies domāt par piedāvājuma samazināšanu. Stihisks tirgus mehānisms, konkurences spēks ar cenas palīdzību galā līdzsvaros piedāvājumu un pieprasījumu.

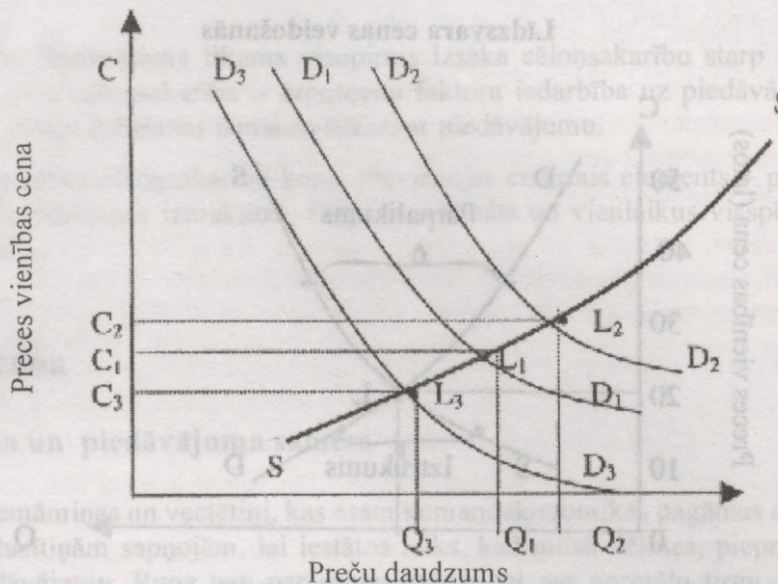
Tagad analizēsim pretēju gadījumu: preces A cena ir 15 latu, bet piedāvājums 50 000 vienību un pieprasījums – 110 000 vienību. Konstatējam preču deficītu 60 000 vienību apmērā. Jautāsim, kāpēc ir audzis pieprasījums? Atbilde ir skaidra: to motivē zemāka cena. Pārdevēju un pircēju reakcija uz šādu piedāvājuma un pieprasījuma samēru ir viegli prognozējama: veidosies pazīstamās rindas, sāksies pircēju konkurence, pēdējie būs ar mieru maksāt augstāku cenu, kaut tikai preci varētu nopirkt. Pārdevēji priecīgi “berzēs plaukstu” un cenu paaugstinās. Daļa pircēju ar zemāku maksātspēju no “spēles” izstāsies. Pieprasījums saruks. Arī šajā gadījumā veidosies līdzsvara cena, kas likumsakarīgi atrodas pieprasījuma un piedāvājuma līkņu krustšanās punktā L.

8.11.2. Līdzsvara cenas novirzes cēloņi

Līdzšinējā analizē tika raksturota cenu un konkurences piespiedu mehānisma iedarbība uz pieprasījuma un piedāvājuma lielumu samēru. Rodas jautājums, kā veidojas līdzsvara cena, ja pieprasījumu un piedāvājumu ietekmē ārpuscenas faktori. Tā 8.18. shēma nosacīti atspoguļo pieprasījuma pieaugumu un samazināšanos džinsu tirgū modes ietekmē.

8.18. shēma

Pieprasījuma izmaiņas un līdzsvara cena



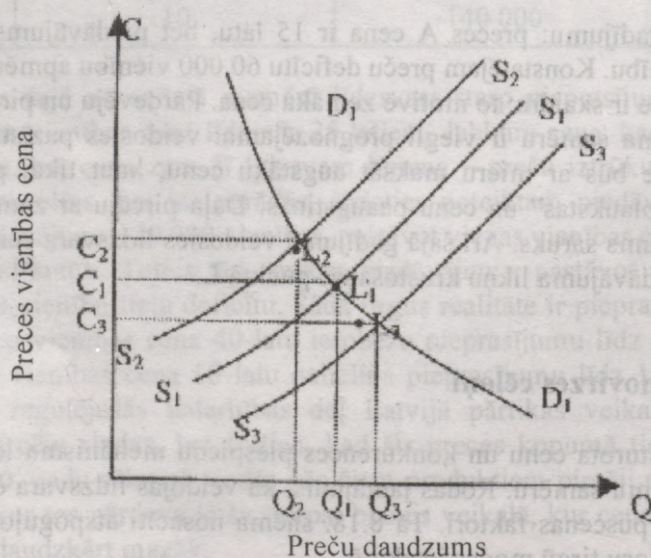
Līkne D_1 raksturo sākotnējo pieprasījumu, bet cena punktā L_1 – sākotnējo līdzsvara cenu. Pieprasījumam augot, līkne D_2 pārvietojas pa labi, nosakot augstāku līdzsvara cenu L_2 . Turklāt, ja pieprasījums samazinās, līkne D_3 pārvietojas pa kreisi, bet līdzsvara cena veidojas zemākā līmenī – punktā L_3 .

8.18. shēmā attēlotais līdzsvara cenas veidošanās process tāpat kā iepriekšējā shēmā ir saistīts ar pircēju un pārdevēju uzvedības (rīcības) motivāciju konkurencē. Cenu un ārpuscenā faktoru iedarbība šeit neizbēgami savijas.

Šīs pašas cēloņsakarības sakarā ar piedāvājuma izmaiņām vērojam arī nākamajā 8.19. shēmā.

8.19. shēma

Piedāvājuma izmaiņas un līdzsvara cena



Cena un pirkatspēja. Pieņemsim, ka 8.19. shēma raksturo stāvokli ābolu tirgū. Pieprasījumu vidējās ražas gadā raksturo līkne D_1 , bet piedāvājumu – līkne S_1 . Neražas gadā jauna piedāvājuma līkne S_2 pārvietojas pa kreisi un atspoguļo mazāku piedāvājamo ābolu daudzumu. Līdzsvara cena līdz ar to būs augstākā līmenī – punktā L_2 . Tā ietekmē pieprasījums samazināsies, jo daļa pircēju sakarā ar

ienākuma efektu būs spiesta ierobežot pirkumus vai pat atteikties no ābolu iegādes. Labas ražas gadā piedāvājuma līkne S_3 pārvietosies pa labi. Līdzsvara cena kritīsies zemāk un atradīsies punktā L_3 . Tas pats ienākumu efekts dos iespēju pieprasīt lielāku ābolu daudzumu. Tātad cena ne tikai pasīvi veidojas atkarībā no tirgus konjunktūras, bet pati aktīvi sekmē līdzsvara iestāšanos starp piedāvājumu un pieprasījumu. Šodien Latvijā inflācijas apstākļos bieži vērojam, ka augsta cena, pastāvot ierobežotam piedāvājumam, spēj līdz līdzsvaram samazināt pieprasījumu. Saprotams, ka zemāka cena, pastāvot lielam piedāvājumam, palielina pieprasījumu līdz līdzsvara stāvoklim. Kādā līmenī ir šāda līdzsvara cena, tādā arī pircēju pirktspēja un līdz ar to viņu konkrēto vajadzību apmierināšanas pakāpe noteiktā periodā. Cenu svārstības ir gaužām stihiskas, bet tieši tas samērā ātri noved pie līdzsvara starp pieprasījumu un piedāvājumu. Kā liecina komandekonomikas pieredze, it visur pasaulē direktīvi noteiktām cenām šāda līdzsvara nodrošināšana nav pa spēkam. Konkrētāk šī problēma ir apskatīta 8.11. apakšnodaļā.

Kaulēšanās robežas. Pievērsīsimies vēl vienai raksturīgai parādībai. Kā redzējam, tirgū saskaras pārdevēju un pircēju intereses. Pirmie cenšas pārdot preces par iespējami augstāku cenu, otrie – pirt par iespējami zemāku cenu. Austrumu tirgos šajā sakarā ir vērojama visai emocionāla kaulēšanās, kas parasti beidzas ar kompromisu. Galīgā pārdošanas cena parasti ir ievērojami zemāka par sākotnēji prasīto, bet augstāka par piedāvāto. Mūsdienu Rietumu pasaules mazumtirdzniecībā kaulēšanās parasti nenotiek. Ir gan vērojams atšķirīgs vienu un to pašu preču cenu līmenis dažādos veikalos. Asi strīdi notiek par cenu līmeni, slēdzot līgumus par ražošanas līdzekļu piegādi. Te orientieris dažām cenām ir pasaules tirgus, preču cenu biržas. Acīmredzot pastāv pārdevēja minimālā cena un pircēja maksimālā cena, kas motivē pircēju un pārdevēju ekonomisko uzvedību tirgū. Pircējs atteiksies no darījuma, ja preces cena pārsniegs viņam pieņemamo maksimālo līmeni, bet pārdevējs nepārdos preci, ja nevarēs saņemt viņam pieņemamo minimālo cenu. Normālos apstākļos, tikai ievērojot šos ierobežojumus, var notikt brīva cenu spēle.

Pircēju sabiedriskās atzinības loma. Viens problēmas aspekts ir saistīts ar to, ka tirgū noskaidrojas, vai ražošanas resursu izlietojums gūst pircēju atzinību, vai tas bijis nepieciešams no pieprasījuma viedokļa. Pieņemsim, ka preces A vienas vienības ražošanai jāizlieto resursi par 25 latiem. Runa ir par produkcijas vienības vidējām ražošanas izmaksām, ja ražošanas apjoms līdzinās 90 000 vienībām. Ievērosim, ka ražošanas izmaksas ir it visu izlietoto resursu cenu kopsumma, ieskaitot normālu peļņu. Pēdējo daudzi mūsdienu teorētiķi raksturo kā maksu jeb cenu par resursu – uzņēmējspējām. Mūsu piemērā preces vienības cena 25 lati kompensē tās ražošanas pilnās izmaksas. Tātad minētā preču apjoma ražošanai izlietotie resursi naudas izteiksmē līdzinās 2 250 000 (25 lati x 90 000) latiem. Bet tagad ieskatīsimies 8.9. tabulas pirmajā rindā. Ko no izlietoto resursu kompensācijas viedokļa nozīmē tas, ka no 140 000 produkcijas vienībām, pastāvot preces vienas vienības cenai 50 latiem, pircēji nopirka (pieprasīja) tikai 30 000 vienību. Šajā pārpalikuma variantā resursu izlietojums līdzinās 3 500 000 latiem (25 lati x 140 000). Realizācijas ieņēmumu kopsumma ir 1 500 000 latu, bet pārdevēju zaudējumi – 2 000 000 latu. Citiem vārdiem, tirgus atzinību sākotnēji gūst tikai 43% no resursu izlietojuma. Ir loģiski, ka pārdevēji, lai “neizlidotu skurstenī”, vienas vienības cenu pazeminās līdz 25 latiem, t.i., divkārtīgi. Tas dos iespēju produkcijas noietu kāpināt līdz 90 000 preču vienībām, t.i., trīskārtīgi. Tādējādi zaudējumi gan mazināsies, bet tomēr tie būs joprojām prāvi – 250 000 latu (3 500 000 – 2 250 000 latu). Tieši par šo summu tirgus nesankcionē resursu izlietojumu, jo 50 000 produkcijas vienībām joprojām nebūs pircēja. Varbūt izdevīgi cenu vēl tālāk pazemināt, lai pārdotu it visas piedāvātās preces? Atbilstoši 8.9. tabulas datiem tas ir iespējams, pastāvot vienas vienības cenai 10 latiem. Kopējie realizācijas ieņēmumi tad līdzināsies tikai 1 400 000 latiem. Izrādās, ka šis variants prātīgam uzņēmējam nav pieņemams, jo nes vislielākos zaudējumus. Ir zīmīgi, ka nosacītā skaitļu kombinācijā preces vienību ir visizdevīgāk pārdot par 25 latiem, t.i., par līdzsvara cenu arī tad, kad piedāvājums pārsniedz pieprasījumu. Pastāvot stabilam deficītam, ja piedāvājums nespēj reaģēt uz cenas kāpumu un neveidojas līdzsvars, produkcijas realizācija 30 000 vienību apmērā ir iespējama par preces vienas vienības cenu 50 latiem. Tas izskaidro to, kāpēc vieni uzņēmēji brīžiem mērķtiecīgi ierobežo kādas produkcijas ražošanu un piedāvājumu, bet citi cenšas apgūt tieši to preču ražošanu, pēc kurām pieprasījums netiek pilnībā apmierināts. Patiešām, visai vilinoši ir pārdot preci par cenu, kas ar ievērojamu uzviju sedz preces ražošanas izmaksas. Savukārt pircēji nespēj pirt preci par jebkuru pieprasīto cenu, jo viņus ierobežo maka biezums, kā arī nepieciešamība pirt daudzās un dažādās preces.

Preču ražotājiem jāizdzīvo. Līdzšinējais izklāsts dod iespēju izdarīt šādus svarīgus secinājumus: pirmkārt, cenu svārstības notiek atkarībā no piedāvājuma un pieprasījuma samēra izmaiņām. Tas ir

iespējams tikai noteiktās robežās, jo preču ražotājiem ir jāizdzīvo, jākompensē izmaksas, kā arī jāiegūst vismaz normāla peļņa.

Apburtais loks. *Otrkārt*, piedāvājuma un pieprasījuma samērs nespēj līdz galam izskaidrot cenu veidošanās problēmas dziļākās saknes. Šis samērs var pamatot konkrētās cenas izmaiņas konkrētā periodā, bet nevar būt par pamatu aptverošai cenu veidošanās koncepcijai. Turklāt piedāvājuma un pieprasījuma mehānisma darbība saslēdzas apburtā lokā, t.i., piedāvājuma un pieprasījuma samērs nosaka cenu līmeni, bet cenu līmenis regulē piedāvājuma un pieprasījuma apmērus. Analīzes loģika rosina pievērsties to dziļāko faktoru noskaidrošanai, kuri nosaka pieprasījumu un piedāvājumu, kā arī tiem pamata motīviem, kuri nosaka pircēju patērētāju un pārdevēju ražotāju attiecīgo uzvedību. Šīs grāmatas mikroekonomikas iedaļā pretstatā cenu tirgus regulēšanai apskatīsim tās sekas, ko izraisa direktīvi noteiktas cenas.

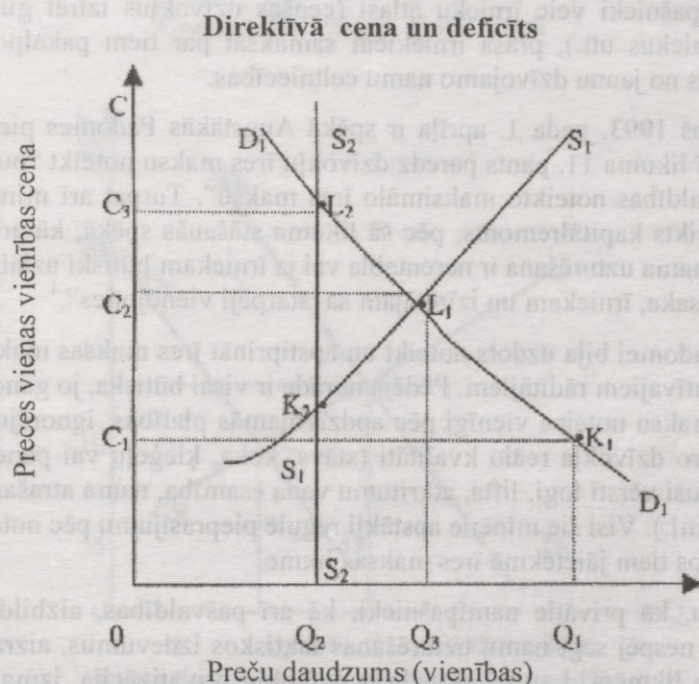
8.12. Valsts noteiktās cenas un pieprasījuma un piedāvājuma samērs

Direktīvās cenas. Valsts orgānu cenu direktīva noteikšana ir sociālistiskās plānsaimniecības obligāts atribūts. Tirgus ekonomikas zemēs konkrētos apstākļos valsts brīžiem mēģina kontrolēt noteiktu preču un pakalpojumu cenas. Šādi pasākumi nozīmē, ka valsts cenšas nepieļaut cenu brīvu veidošanos un zināmā jomā pircēju vai pārdevēju konkurenci.

Kādas ir šādas mērķtiecīgas ekonomiskās politikas reālās sekas? Šis jautājums Latvijai ir visai aktuāls, jo, atsakoties no cenu direktīvas noteikšanas un pārejot uz tirgus ekonomiku, jābūt principiāli jaunai spējai cenu regulēšanas jomā. Lemjot par to, ko un kā regulēt, skaidri jāapzinās un jānovērtē šādas regulēšanas iespējamie rezultāti. Šajā sakarā apskatīsim vairākus valsts orgānu cenu noteikšanas variantus.

Pagātnes rēgs. Pirmais variants. To raksturosim kā “pagātnes rēgu”. Valsts direktīvi nosaka kādai preču grupai, piemēram, gaļas izstrādājumiem, cenas, kas ir zemākas par līdzsvara cenu līmeni, t.i., ignorējot pieprasījuma un piedāvājuma faktisko samēru. Pieprasījuma polā, kā mēs to zinām no pieredzes, veidosies rindas, pieprasījums tiks apmierināts pēc principa – “kas pirmais ir klāt, tam arī tiek”. Veidosies tipiska deficīta situācija. Daļa pircēju meklēs pazīšanos, vēlēšies pirkt precī par augstāku cenu, t.i., būtībā solīt kukuli. Citi paliks bez pirkuma. Piedāvājuma polā ražotājam nebūs nekādas intereses ražošanu kāpināt. Nav izslēgti arī mēģinājumi plānu veidot tā, lai produkcijas apjoms samazinātos. Tas stiprinās pircēju atkarību no ražotāja, ļaus diktēt īpašus pārdošanas noteikumus, izvēlēties pircējus, saņemt deficīta preces vai “pateicības dāvanas” no citiem. Tirdzniecībā zels pārdošana zem letes vai “pa aizmugures durtiņām”. Priekšniekiem, tā saucamajai nomenklatūrai tiks organizēti speciāli slēgti tipa veikali, bufetes, pārdošana tieši no noliktavām. Veidosies labvēlīga augsne spekulācijai. No starpniekiem vēlamā prece būs jāpērk par cenu, kas ir izvērojami augstāka par līdzsvara cenu normālā tirgus saimniecībā ar tās brīvās konkurences mehānismu. Šī pirmā varianta sakarībām var izsekot 8.20. shēmā.

8.20. shēmā līkne D_1 raksturo pieprasījuma lieluma atkarību no cenu līmeņa. Vertikālā taisne S_2 attēlo piedāvājamo preču daudzumu, kas kā nemainīgs plānots lielums nekādi nereaģē uz cenu izmaiņām. Nozīmīgs ir punkts K_1 , kas fiksē pieprasīto preču vienību skaitu Q_1 , pastāvot direktīvai cenai C_1 . Reāli var pārdot tikai atbilstoši plānam saražoto preču daudzumu Q_2 . Uz horizontālās taisnes posms $Q_2 Q_1$ līdz ar to rāda neizbēgama deficīta lielumu. Līkne S_1 – parastā piedāvājuma lieluma līkne – rāda to, ka tā likumsakarīgi veidojas atkarībā no cenu līmeņa. Kā redzam, līdzsvara cena C_2 atbilstoši pieprasījuma un piedāvājuma līkņu krustpunktam L_1 ir augstāka par direktīvo cenu C_1 . Tas vienlaikus nozīmē, ka normāla tirgus apstākļos konkurence pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvaru bez jebkāda deficīta noteiks punktā Q_3 . Shēmā atbilstoši krustpunktam L_2 ir fiksēta vēl viena līdzsvara cena C_3 . Tā ir cena, par kuru pircējs ir spiests pirkt precī no starpnieka, pastāvot ierobežota piedāvājuma lielumam Q_2 . Praktiski šī cena var būt vēl augstāka, jo jāmaksā arī par risku.



Dzīvokļu problēma. Šī pirmā varianta cēloņsakarības ir labi izskaidro arī nespēju Latvijā, tāpat kā visā Padomju Savienībā, atrisināt dzīvokļu problēmu, neskatoties uz to, ka plašo dzīvokļu celtniecību. Šī paradoksa “vaininieki” bija zemā īres maksa, dzīvokļu tirgus trūkums, t.i., dzīvokļu sadale pēc neekonomiskiem kritērijiem. Tā ietekmē veidojās dzīvokļu pieprasītāju rindas uz gadu desmitiem, kā arī daudz dzīvokļu, par kuriem gan tika maksāts, bet kuros nedzīvoja. Tie tika turēti rezervē katram gadījumam; tūkstošiem cilvēku bija fiktīvi pierakstīti; pastāvēja lielas dzīvojamās platības ar maz īemītniekiem, jo gandrīz simboliska īres maksa nespēja nodrošināt efektīvu platības izmantošanu. Notika plaša spekulācija ar dzīvokļiem, tajā skaitā dzīvokļu pirkšana un pārdošana maiņas formālā aizsegā un korupcija visos līmeņos, ar kuru nekādi nespēja tikt galā ne visticamākās dzīvokļu sadales komisijas, ne arī visprincipiālākie prokurori.

Kartīšu sistēma. Pirmā varianta paveids ir saistīts ar noteiktu preču patēriņa jeb būtībā pirkuma normēšanu, izmantojot speciālas kartītes vai talonus. Šāda pasākuma mērķis ir pārvarēt dažu preču deficīta negatīvās sekas, nodrošināt visiem patērētājiem iespēju par cietām cenām iegādāties konkrētā produkcijas veida normēto daudzumu. Kartītes vai taloni šķietami nolīdzina visus patērētājus pirkumu jomā. Tā nesena pagātnē ikviens Latvijas iedzīvotājs mēnesī pret talonu varēja nopirkt 1 kilogramu cukura. Reāli šādi taloni ignorē patērētāju individuālās vajadzības un kļūst par nevienlīdzības cēloni. Tā daudzbērnu ģimenēm šī cukura deva bija nepietiekama, bet cukurslimniekiem šis salda produkta bija nevajadzīgs, pat kaitīgs. Normējot benzīna pārdošanu, nolīdzināti tika tie, kuri automašīnu izmantoja katru dienu, un tie, kuriem šie “ratī” mēnešiem ilgi bez kustības atpūtās garāžā. Normētas prece tālākpārdošana kļūst neizbēgama, turklāt par tādu cenu, kas ir ievērojami augstāka nekā valsts noteiktā cena. Par pārdošanas objektu kļuva arī paši taloni. Sevišķi tika pieprasīti taloni alkoholisko dzērienu iegādei, kurus, kā zināms, saņēma gan sīvā kaislīgie cienītāji, gan arī absolūtie atturībnieki, gan vīrieši un sievietes “labākajos gados”, gan arī zīdaiņi. Diemžēl ir ekstremālas situācijas, piemēram, karš, kad resursu totāla trūkuma dēļ kartīšu sistēma, visādi taloni un orderi, neskatoties uz to acīmredzamiem mīnusi, kļūst par nepieciešamu sadales formu pat tirgus ekonomikas valstīs.

Maksimālā līmeņa noteikšana. Otrs variants. Tirgus ekonomikas apstākļos valsts dažkārt mēģina regulēt dažu preču cenu līmeni, nosakot to augstāko pieļaujamo robežu. Zemāk par šo maksimālo līmeni cenas var brīvi svārstīties atkarībā no pieprasījuma un piedāvājuma samēra. Pārdevējs nedrīkst prasīt augstāku cenu par maksimāli noteikto cenu. Tādas regulēšanas piemērs ir dzīvokļu īres maksimālā apmēra fiksēšana likumdošanas aktos vairākās ASV pilsētās, piemēram, Ņujorkā, Vašingtonā, Sanfrancisko, Losandželosā. Šādas cenu kontroles mērķis ir aizsargāt īrniekus no namīpašnieku “pārmērīgas apetītes”. Dažās valstīs, piemēram, Vācijā pašvaldības būvē un piešķir tā saucamos sociālos dzīvokļus. Tajos īres maksa ir ievērojami zemāka nekā privātajā sektorā. It visās ekonomikas

teorijas grāmatās tiek aprakstītas šādu pasākumu negatīvās sekas. Potenciālie īrnieki pieprasa lielākas platības, privātie namīpašnieki veic īrnieku atlasī (cenšas dzīvokļus izīrēt ģimenēm bez bērniem, aizliedz turēt mājdzīvniekus utt.), prasa īrniekiem samaksāt par tiem pakalpojumiem, par kuriem jāmaksā pašiem, atsakās no jaunu dzīvojamo namu celtniecības.

Latvijas Republikā kopš 1993. gada 1. aprīļa ir spēkā Augstākās Padomes pieņemtais likums "Par dzīvojamo telpu īri". Šī likuma 11. pants paredz dzīvokļu īres maksu noteikt "pusēm vienojoties, taču tā nedrīkst pārsniegt valdības noteikto maksimālo īres maksu". Turpat arī minēts, ka "mājās, kuras uzbūvētas vai kurās veikts kapitālremonts, pēc šā likuma stāšanās spēkā, kā arī gadījumā, ja pēc šā likuma stāšanās spēkā nama uzturēšana ir nerentabla vai ja īrniekam būtiski uzlaboti dzīvokļa apstākļi, dzīvokļa īres maksu nosaka, īrniekam un izīrētājam savstarpēji vienojoties".¹

Republikas Ministru Padomei bija uzdots noteikt un apstiprināt īres maksas maksimālos apmērus pēc dzīvojamo telpu kvalitatīvajiem rādītājiem. Pēdējā norāde ir visai būtiska, jo gandrīz piecdesmit gadus Latvijā dzīvokļu īres maksu noteica vienīgi pēc apdzīvojamās platības, ignorējot daudzus nozīmīgus parametrus, kas raksturo dzīvokļa reālo kvalitāti (stāvs, koka, ķieģeļu vai paneļu ēka, griestu augstums, uz kuru debess pusi vērsti logi, lifta, atkritumu vada esamība, nama atrašanās vieta, attālums no transporta artērijām u.tml.). Visi šie minētie apstākļi regulē pieprasījumu pēc noteikta dzīvokļa tipa un dzīvokļu tirgus apstākļos tiem jāietekmē īres maksas likme.

Nav ne mazāko šaubu, ka privātie namīpašnieki, kā arī pašvaldības, aizbildinoties ar to, ka pat maksimālā īres maksa nespēj segt namu uzturēšanas faktiskos izdevumus, aizrautīgi cīnīsies par vēl augstākām īres maksas likmēm. Latvijā aktuāla ir dzīvokļu privatizācija, izmantojot sertifikātus vai izpērkot dzīvojamo platību. Privātā īpašumā jau ir pārgājuši izpirktie kooperatīvie dzīvokļi. Privatizēto dzīvokļu īpašnieki, brīvi no īres maksas, apvienojas, lai organizētu namu apsaimniekošanu, kārtotu attiecības ar komunālajiem dienestiem, minimizētu namu uzturēšanas izmaksas. Ir izteikti priekšlikumi atcelt īres maksas valstisko regulēšanu. Šāda soļa mērķis ir sekmēt tādu īres maksas līmeņa veidošanos, kas pilnā mērā kompensētu namu ekspluatācijas un saglabāšanas izdevumus. Iedzīvotāju vairākuma zemie reālie ienākumi ir pagaidām nepārvarams šķērslis šai jomā.

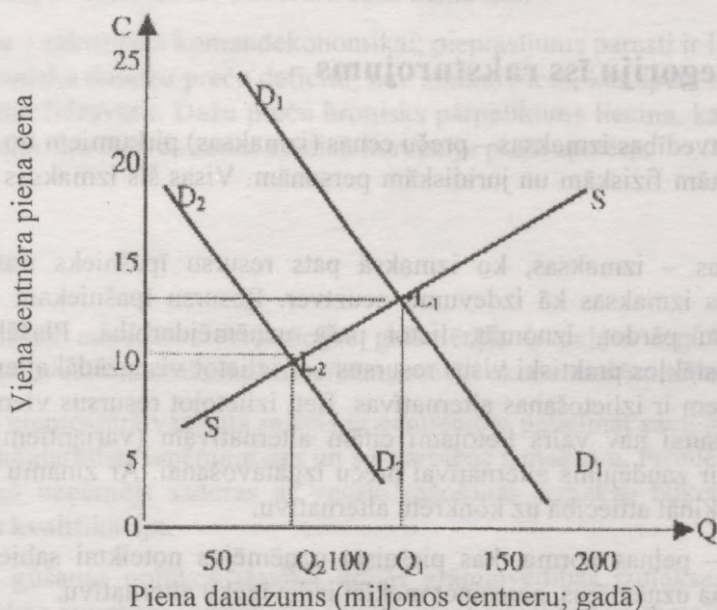
Piemaksas. Trešais variants. Lai saglabātu ražošanas un piedāvājuma apjomu un atbalstītu noteikto preču ražotājus, valsts nosaka piemaksu par katru saražotu produkcijas vienību. Tādējādi pārdevēji spēj piedāvāt precī par zemāku cenu, sīvā konkurencē nodrošināt tās noietu, ar uzviju kompensēt savas augstās ražošanas izmaksas. Taču šīs piemaksas nestimulē šādas produkcijas palētināšanas meklējumus. Šo variantu visbiežāk lieto fermeru atbalstīšanai, it sevišķi gadījumā, ja runa ir par cenu konkurenci ārējos tirgos. Latvijas brīvvalstī šādas piemaksas saņēma eksportsviesta ražotāji, proti, tās zemnieku saimniecības, kas piegādāja pienu šīs eksportpreces izgatavošanai. Šodien visādas subsīdijas atbalsta Eiropas 15 valstu lauksaimniecību. Tas ir kļuvis par strīda ābolu starp ASV un šo spēcīgo ekonomisko savienību. ASV apvairo savus Eiropas sāncenšus brīvās konkurences spēles noteikumu pārkāpšanā, draud noteikt augstas ievadumtas ES valstu daudziem lauksaimniecības produkcijas veidiem, lai tā aizsargātu savas zemes ražotājus.

Cenu atbalstīšana. Ceturtais variants. Tas būtībā ir kombinēts variants: no vienas puses, valsts nosaka kādam produkcijas veidam minimāli pieļaujamo pārdošanas cenu un, no otras puses, apņemas uzpirkt visu piedāvāto produkciju, ko par šo cenu tirgū nav izdevies realizēt. Šī varianta analīzi atbilstoši ASV realitātei atrodam saturīgās grāmatas "Tirgus; mikroekonomiskais modelis" nodaļā "Cenu atbalstīšana: piena tirgus".² Autori pieņem, ka sākotnēji viena Amerikas centnera (45,3 kg) piena līdzsvara cena līdzinās 13 dolāriem, piena ražošanas un piedāvājuma apjoms ir 110 miljoni centneru piena gadā, kas ir līdzsvarots ar pieprasījuma lielumu. Atsakoties no pārtikas produktiem ar lielu holesterīna daudzumu, patērētāju pieprasījums pēc piena samazinās. Ja būtu brīva konkurence, viena centnera piena jaunā līdzsvara cena būtu vairs tikai 10 dolāru. Bet te cenu veidošanās tirgus mehānismā iejaucas ASV valdība. Viena centnera piena pieļaujamā cena tiek noteikta 13 dolāru apmērā, t.i., iepriekšējās līdzsvara cenas līmenī. Par šo cenu visu tirgum piegādāto pienu neizdodas realizēt; veidojas pārpalikums 40 miljonu centneru apmērā. To pilnībā ir spiesta uzpirkt valdība, lai šo produkciju tālāk pārstrādātu sviestā, sierā un citos produktos, kurus var ilgstoši uzglabāt. Aprakstītā situācija uzskatāmi ir redzama 8.21. shēmā.

¹ Latvijas Republikas likums "Par dzīvojamo telpu īri" AP MP. – 1993. – 5. martā (Nr.10).

² Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Микроэкономическая модель. Пер. с англ. – СПб., 1992. – с.50-51.

Cenas atbalstīšana piena tirgū



Līkne D_1 raksturo piena sākotnējo pieprasījumu, līkne D_2 – samazināto pieprasījumu. Līkne S attēlo piena piedāvājumu. Krustpunkts L_1 liecina, ka sākotnējā līdzsvara cena ir 13 dolāru. Krustpunkts L_2 atspoguļotu jauno līdzsvaru cenu, ja valdība neiejauktos cenu veidošanās mehānismā un atļautu ražotājiem pārdevējiem konkurēt. Q_1 atbilstoši krustpunktam L_1 atspoguļo līdzsvaroto piena piedāvājumu un pieprasījumu 110 miljonu centneru apmērā. Q_2 savukārt rāda, ka, samazinoties pieprasījumam, jaunais līdzsvars starp piedāvājumu un pieprasījumu atbilstoši krustpunktam L_2 līdzinātos 70 miljoniem centneru piena. Attālums uz taisnes $0Q$ starp punktiem Q_2 un Q_1 attēlo 40 miljonus centneru piena, kas ir gaidāmais piena pārpalikums tirgū. Tā kā valdība šo piena pārpalikumu uzpērk, dāsnī maksājot 13 dolārus par vienu centneru piena, sākotnējais līdzsvars starp piedāvājumu un pieprasījumu tiek saglabāts: fermeriem par prieku viss piedāvātais piens par sākotnējo cenu atrod savu pircēju.

Kas maksā? Par šo fermeru normālo izdzīvošanu maksā gan pircēji, gan nodokļu maksātāji (piena pārpalikums tiek pirkt par valsts budžeta līdzekļiem). Tā 1988. gadā ASV valdība iepirka 40,9 miljonus tonnu piena. Kopš 1980. gada pircēju un nodokļu maksātāju kopējie izdevumi šajā jomā ir vairāk nekā 1000 dolāru uz vienu ģimeni gadā. Par šo naudas summu katra no šīm ģimenēm varētu nopirkt sev govi.¹

Sagrozīta informācija. Valsts atbalsts piena cenai sagroza informāciju, ko sniedz tirgus signāli. Šī piena centnera atbalsta cena 13 dolāru apmērā patērētājiem vēstī: "Piena daudzums ir ierobežots. Tā alternatīvās izmaksas ir augstas. Jāsamazina patēriņš." Toties fermeriem šī cena saka: "Viss ir teicami. Stimuli nav mainījušies. Jāturpina esošo resursu izmantošana piena ražošanā."

Ja valsts neiejauktos cenu veidošanās procesos piena tirgū, cena mazinātos līdz jaunam līdzsvara punktam L_2 – 10 dolāriem par vienu centneru piena. Līdz ar to šī jaunā cena sniegtu arī jaunu informāciju. Pircējam tā teiktu: "Piens ir lēts un pieejams. Lai gan tas satur daudz holesterīna, tomēr jādzer vairāk piena!" Ražotājam šīs cenas sniegtā informācija liktu padomāt: "Piena tirgū pieprasījums ir samazinājies. Jāapsver alternatīvās izmaksas. Varbūt manam darbaspēkam, kapitālam, dabas resursiem ir kāda ienesīgāka izmantošanas alternatīva?"² Valsts atbalsts piena cenai neļāva šādai informācijai rasties.

Pirms lēmumu pieņemšanas cenu politikas jomā valdībai rūpīgi jāvērtē savas rīcības tuvākās un tālākās sekas. Rodas šāds jautājums: vai piena ražotājus ir lietderīgāk atbalstīt šodien vai ļaut tirgus

¹ Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Микроэкономическая модель. Пер. с англ. – СПб., 1992. – с. 50-51.

² Turpat.

mehānismam rosināt ražošanas struktūras izmaiņas rītdien. Šīs problēmas risināšanai pašlaik Latvijā ir sevišķa nozīme; Saeimai un valdībai būs jādod konkrētas atbildes uz jautājumiem, kā turpmāk palīdzēt zemniekiem nostiprināt savas jaunsaimniecības, atrast savu vietu tirgū, ievērojot pieprasījuma un piedāvājuma samēru, izmaksu līmeni un konkurences nosacījumus.

8.13. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Ārējās jeb grāmatvedības izmaksas – preču cenas (izmaksas) pirkumiem no citiem īpašniekiem; arī maksājumi citām fiziskām un juridiskām personām. Visas šīs izmaksas kā izdevumus fiksē grāmatvedībā.
2. Iekšējās izmaksas – izmaksas, ko izmaksā pats resursu īpašnieks no saviem resursiem. Grāmatvedībā šīs izmaksas kā izdevumu neuztver. Resursu īpašniekam ir alternatīva savus ražošanas resursu pārdot, iznomāt, lietot paša uzņēmējdarbībā. Plašākā nozīmē resursu ierobežošanas apstākļos praktiski visus resursus var izlietot visdažādākajiem mērķiem. Līdz ar to visiem resursiem ir izlietošanas alternatīvas. Bet, izlietojot resursus vienu vajadzību apmierināšanai, šie resursi nav vairs lietojami citām alternatīvām (variantiem). Ieguvums vienas preces ražošanā ir zaudējums alternatīvai preču izgatavošanai. Ar zināmu nosacījumu var šos zaudējumus aprēķināt attiecībā uz konkrētu alternatīvu.
3. Normālā peļņa – peļņas norma, kas piesaista uzņēmējus noteiktai sabiedrībai, vajadzīgajai nozarei, iepriecina uzņēmējus, nerosinot meklēt izdevīgāku alternatīvu.
4. Ekonomiskās izmaksas – ārējās izmaksas + iekšējās izmaksas + normālā peļņa.
5. Ekonomiskā jeb tīrā peļņa – pārpalikums starp uzņēmējdarbības ieņēmumiem un ražošanas izmaksām, ko veido trīs sastāvdaļas: a) ārējās izmaksas; b) iekšējās izmaksas; c) normālā peļņa; saskaņā ar šo koncepciju normālā peļņa ir ražošanas izmaksu elements.
6. Pastāvīgās izmaksas – izmaksas, kas nav atkarīgas no ražošanas apjoma.
7. Mainīgās izmaksas – izmaksas, kas mainās līdz ar ražošanas apjomu; augot apjomam, mainīgās izmaksas sākotnēji strauji pieaug, turpmāk izmaksu pieaugums mazinās, resursu ekonomija ir masveida ražošanas rezultāts; šis efekts ir ierobežots.
8. Optimālais apjoms – nodrošina viszemākās mainīgās izmaksas uz produkcijas vienību.
9. Resursu atdeves mazināšanās likums – kad sasniegta jaudu maksimāla izmantošana un viszemākās izmaksas uz produkcijas vienību, iestājas lūzuma punkts, kad ražošanas apjoma tālākais pieaugums rada "šauras vietas", apgrūtina pārvaldi, prasa papildu izmaksas, mazina gala rezultāta resursu atdevi. Lauksaimniecībā pazīstams kā krītošās auglības likums.
10. Izokvanta – līkne, kuru veido krustpunkti; katrs krustpunkts raksturo noteiktu darba un kapitāla vienību kombināciju, kas nodrošina zināmas preces ražošanu vienādā daudzumā.
11. Izokosta – atgādina budžeta līniju ar to starpību, ka budžeta līnija raksturo pircēja patērētāja izdevumus, izokosta – uzņēmēja, firmas ražošanas resursu pirkšanas un izmantošanas izmaksas.
12. Galējās ražošanas izmaksas – izmaksas, ko prasa katras nākamās, reizē pēdējās preces ražošana. Šīs izmaksas palīdz lemt, vai ražošanas izvēršana vai sašaurināšana ir ekonomiski lietderīga.
13. Galējā peļņa – galējie ieņēmumi no galējā produkta vai pakalpojuma.
14. Piedāvājums – pašu ražotāju vai starpnieku ekonomiskā uzvedība, kas atspoguļo centienus pārdot noteiktu preču daudzumu noteiktā laika periodā atkarība no cenām un ārpuscenu faktoriem.
15. Cena un piedāvājuma lielums – cenu līmenis, pastāvot pārējiem vienādiem nosacījumiem, t.sk. ražošanas izmaksām; regulē peļņu, kas determinē ražošanas piedāvājuma lielumu.
16. Ārpuscenu faktori un piedāvājuma izmaiņas – neatkarīgi no cenas piedāvājuma izmaiņas regulē liels skaits ārpuscenas faktoru.

17. Līdzsvara cena – cena, kas nodrošina pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvaru bez pārpalikuma un deficīta. Līdzsvara cenas veidošanos nosaka konkurence.
18. Līdzsvara cenas izmaiņas – nosaka pieprasījuma un piedāvājuma izmaiņas. Ja pieprasījums un piedāvājums aug proporcionāli, līdzsvara cena nemainās.
19. Direktīvā cena – raksturīga komandekonomikai; pieprasījums parasti ir lielāks par piedāvājumu, kas izraisa hronisku daudzu preču deficītu; nav konkurences, kas spētu nodrošināt piedāvājuma un pieprasījuma līdzsvaru. Dažu preču hronisks pārpalikums liecina, ka piedāvājums ir lielāks par pieprasījumu. Direktīvās cenas veicina korupciju plašā apmērā.

8.14. Secinājumi

Uzņēmēju ekonomiskās uzvedības motivācijas galamērķis ir peļņas iegūšana. Ceļš uz peļņu ir pastarpināts ar daudzām saimniekošanas attiecībām, sociāli ekonomiskām attiecībām.

Uzņēmēja uzvedība elementārā variantā saistās ar centieniem palielināt savu **grāmatvedības peļņu** – starpību starp uzņēmējdarbības ieņēmumiem un šīs darbības izmaksām. Problēmu nedrīkst vienkāršot. Reālā saimniekošanā uzņēmējs saduras ar veselu ražošanas izmaksu buķeti, kas prasa ražošanas izmaksas zinātnisku kvalifikāciju.

Uzņēmējam peļņas gūšanas nolūkos jāatšķir ārējās grāmatvedības izmaksas un pretmetā iekšējās izmaksas, ekonomiskās izmaksas, pastāvīgās (konstantās) izmaksas un mainīgās izmaksas. Izmaksas klasificējamas kā īslaicīgas un ilglaicīgas izmaksas.

Uzņēmējam kā privātam īpašniekam sevišķa vērība jāpievērš specifiskai tirgus ekonomijas kategorijai – alternatīvajām izmaksām. (Rūpīgi jāanalizē tekstā minētie piemēri un alternatīvu izmaksu vispārējais raksturojums).

Ražošanas izmaksu problēma saistīta ar normālu peļņu. Resursu ierobežotība rada nopietnu motivācijas problēmu uzņēmējam gūt tādu peļņu noteiktā nozarē, kas ļautu viņam ekonomiski izdzīvot un speciāli nerosinātu meklēt izdevīgāku alternatīvu ražotni vai pakalpojumu.

Ekonomiskās izmaksas ietver visas ārējās un iekšējās izmaksas un normālo peļņu. Zinātnieki nav vienprātis, vai normālo peļņu var raksturot kā izmaksas. Vieni gudrību paudēji saista peļņu ar ienākumu no resursa uzņēmējspējas ar šī resursa izlietošanu, tātad izmaksām. Citi teorētiķi vispār neatzīst tādu resursu kā uzņēmējspējas, un peļņas problēma kā izmaksas nepastāv. Uzņēmējs, ekonomists, grāmatvedis savā peļņas kārē ir gaužām praktisks, izmaksās ieskaita it visus budžetam maksājamus nodokļus (godīgais variants) un lēš ekonomisko jeb tīro peļņu kā starpību starp savas uzņēmējdarbības ieņēmumiem un izdevumiem (ārējiem un iekšējiem).

Katrs uzņēmējs cenšas minimizēt savas ražošanas izmaksas uz produkcijas vienību. Te jāievēro tehnika, tehnoloģija, organizācija, ražošanas (pakalpojumu) apjoms, resursu cenas, resursu skaitliskā kombinācija, kad konkrēti resursi viens otru papildina vai aizstāj. Šajā sakarībā jāstudē izokvantu un izokostu teorija.

Piedāvājuma likums ir ekonomiskās trīsvienības cēloņsakarība. *Pirmkārt*, piedāvājuma lielumu regulē attiecīgo preču cenas. *Otrkārt*, piedāvājuma izmaiņas nosaka ārpuscenu faktori. *Treškārt*, piedāvājums ir atkarīgs no galējām ražošanas izmaksām.

Pieprasījuma un piedāvājuma samērs veido līdzsvara cenu. Šīs cenas veidošanās ir cieši saistīta ar konkurenci.

Direktīvi vai administratīvi noteiktas cenas (piemērs ir komandekonomika) neizbēgami rada deficītu vai pārpalikumu. Nav konkurences un cenu svārstību mehānisma, kas spēj vienādot pieprasījumu ar piedāvājumu. Līdzsvara cena ir līdzsvara izpausme mikrolīmenī.

8.15. Pamatterminu tulkojums

Alternatīvās izmaksas	<i>opportunity costs</i>	альтернативные издержки
Ārējās izmaksas	<i>external costs</i>	внешние издержки
Direktīvās cenas	<i>directive prices</i>	директивная цена
Ekonomiskās izmaksas	<i>economic costs</i>	экономические издержки
Galējās (robežas) ražošanas izmaksas	<i>marginal costs</i>	предельные издержки
Iekšējās izmaksas	<i>internal costs</i>	внутренние издержки
Izokosta	<i>isocosts</i>	изокоста
Izokvanta	<i>isoquants</i>	изокванта
Konkurence	<i>competition</i>	конкуренция
Līdzsvara cena	<i>equilibrium price</i>	цена равновесия
Mainīgās izmaksas	<i>variable costs</i>	переменные издержки
Normālā peļņa	<i>normal profit</i>	нормальная прибыль
Pastāvīgās izmaksas	<i>fixed costs</i>	постоянные издержки
Piedāvājums	<i>supply (S)</i>	предложение
Piedāvājuma likums	<i>law of supply</i>	закон предложения
Piedāvājuma ārpuscenas faktori	<i>nonprice determinants of supply</i>	внеценовые факторы предложения
Ražošanas izmaksas	<i>costs of production</i>	издержки производства
Tīrā peļņa	<i>pure profit</i>	чистая прибыль

8.16. Uzdevumi

1. Uzņēmējam K. Porietim pieder zemes gabals ar ražošanas ēkām. Viņš pats vada vidēja lieluma uzņēmumu, kas ražo elektriskus instrumentus. Gada ražošanas izmaksas ir šādas:

1. Izejvielas, materiāli, palīgmateriāli	Ls 20 milj.
2. Elektroenerģija, siltums	Ls 0,5 milj.
3. Algoto darbinieku darba alga	Ls 1,2 milj.
4. Amortizācijas atskaitījumi	Ls 0,4 milj.
5. Procenti par kredītu	Ls 0,3 milj.
6. Nodokļi	Ls 1,5 milj.
7. Nomas maksa par zemi un ražošanas ēkām	Ls 0,2 milj.
Kopā	Ls 6,1 milj.

Peļņa Ls 1,5 milj.
t. skaitā peļņas nodoklis Ls 0,375 milj.

Noteikt ārējās (grāmatvedības) un iekšējās izmaksas, alternatīvās izmaksas, ekonomiskās izmaksas. Pamatot izmaksu klasifikāciju.

2.

Cenas par 1 preci B (Ls)	Pieprasījums pēc preces B (vienības)
1. 8	10 000
2. 16	20 000
3. 24	40 000
4. 32	70 000
5. 40	100 000
6. 48	120 000

Sakarā ar ārpuscenu faktoriem kopējais piedāvājums 1) samazinājies ar to pašu cenu samēru par 30%, 2) palielinājies par 20%. Attēlot vienā shēmā piedāvājuma līknes.

3. Darba un kapitāla iespējamās kombinācijas preces A 100 vienību ražošanā.

Kombinācijas	Darba daudzums (stundās)	Kapitāla lielums (mašīnlaika stundās)
K ₁	500	3000
K ₂	750	1500
K ₃	1000	1000
K ₄	2000	750
K ₅	3000	500
K ₆	4000	300
K ₇	5000	250
K ₈	6000	150

Uzzīmēt izokvantu shēmu ar attiecīgo pamatojumu.

Izokvanta Q jebkurā savā punktā atspoguļo to resursu kombināciju, kas nepieciešami preces A 100 vienību ražošanai.

4. Ražošanas izmaksu varianti

1. variants Ls 1500		2. variants Ls 2000		3. variants Ls 3000		4. variants Ls 4000	
Darba izmaksas	Mašīn-laika izmaksas	Darba izmaksas	Mašīn-laika izmaksas	Darba izmaksas	Mašīn-laika izmaksas	Darba izmaksas	Mašīn-laika izmaksas
0	1500	0	2000	0	3000	0	4000
400	1100	500	1500	700	2300	500	3500
600	900	700	1300	1200	1800	2000	2000
900	600	1000	1000	1700	1300	3500	500
1500	0	2000	0	3000	0	4000	0

Uzzīmēt izokvantu shēmu un to pamatot, arī to praktisko nozīmi.

5. Preces B tirgus kopieprasījums un kopiedāvājums (vienībās)

Kopējais pieprasījums	Vienības cena, Ls	Kopējais piedāvājums
50 000	100	200 000
60 000	80	180 000
100 000	50	120 000
110 000	30	110 000
130 000	20	80 000
150 000	10	50 000

Uzzīmēt shēmu ar pieprasījuma un piedāvājuma līknēm.

Noteikt līdzsvara cenu. Noteikt, ar kādu cenu būs lielākais deficīts un lielākais pārpalikums.

8.17. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kas veido ārējās izmaksas?
2. Kas veido iekšējās izmaksas?
3. Kāda loma uzņēmējiem ir alternatīvajām izmaksām?
4. Kas veido ekonomiskās izmaksas?
5. Kāds sakars ir starp galējām izmaksām (robežizmaksām) un piedāvājumu?
6. Kādas cēloņsakarības izsaka piedāvājuma likums?
7. Kā veidojas līdzsvara cena?
8. Kāda loma ir līdzsvara cenai, regulējot tirgu?
9. Kāda loma ir konkurencei līdzsvara cenas veidošanas mehānismā?
10. Vai peļņa ir ražošanas izmaksu veids? Pamatojiet gan pozitīvu, gan negatīvu atbildi.
11. Kas veido ekonomisko peļņu?
12. Kā veidojas tīrā peļņa?
13. Kāpēc laiks ir nauda?
14. Kā uz pieprasījumu un piedāvājumu iedarbojas direktīvās cenas?
15. Salīdziniet līdzsvara cenu un direktīvo cenu veidošanās sekas Latvijā.

1. variants		2. variants		3. variants		4. variants	
Pieprasījums	Izmaksas	Pieprasījums	Izmaksas	Pieprasījums	Izmaksas	Pieprasījums	Izmaksas
1200	0	1200	0	1200	0	1200	0
900	600	900	600	900	600	900	600
600	900	600	900	600	900	600	900
400	1100	400	1100	400	1100	400	1100
300	1500	300	1500	300	1500	300	1500
200	2000	200	2000	200	2000	200	2000
100	3000	100	3000	100	3000	100	3000

Kopējais pieprasījums	Vienas cena, Ls	Kopējais piedāvājums
20 000	10	20 000
40 000	20	40 000
60 000	30	60 000
80 000	40	80 000
100 000	50	100 000
120 000	60	120 000
140 000	70	140 000
160 000	80	160 000
180 000	90	180 000
200 000	100	200 000

9. nodaļa. Pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums

9.1. Pieprasījuma elastīgums

9.1.1. Pieprasījuma elastīguma jēdziens

Uzņēmējdarbība saistās ar nemitīgu prognozēšanu. Kāda līdzsvara cena konkrētai precei būs rīt un parīt? Kā uz cenu izmaiņām reaģēs pieprasījuma lielums? Mainīgs lielums ir arī pircēju ienākums. Vai ienākuma pieaugums vai samazinājums iespaidos pieprasījumu? Ja atbilde ir pozitīva, uzņēmēju gaužām interesē pieprasījuma izmaiņas skaitliskais raksturojums. Tirgotājam jāzina, cik daudz preču jāpasūta, kādiem jābūt krājumiem. Uzņēmējs ražotājs ir vēl sarežģītākā stāvoklī: viņam pietiekami precīzi jāprognozē pieprasījuma lielums atkarībā no gaidāmām cenu un ienākumu izmaiņām. Saražosi par maz, vairumtirgotājs centīsies sameklēt jaudīgāku piegādātāju. Saražosi par daudz – veidosies nelikvīdi, preces, kam nav pircēju, prāvu zaudējumu avots. Tā ekonomikas teorija nonākusi līdz pieprasījuma un piedāvājuma elastīguma jēdzienam, preču pieprasījuma un piedāvājuma reakcijas raksturojumam uz to ekonomisko parametru izmaiņām, kas nosaka pieprasījuma un piedāvājuma tirgus likumu darbību. Elastīgums ir ekonomiskās uzvedības motivācijas spēka izteiksme, ko var raksturot ar skaitlisko proporciju.

9.1.2. Pieprasījuma elastīgums pēc cenas

Formula. Pēc ekonomikas loģikas, pieprasījuma elastīguma formulai, mainoties cenām, jāizsaka attiecība starp cenu izmaiņām un pieprasījuma lieluma izmaiņām. Minētās izmaiņas izsaka procentos.

$$\text{Pieprasījuma elastīgums pēc cenas} = \frac{\text{Pieprasījuma lieluma izmaiņas, \%}}{\text{Cenu izmaiņas, \%}}$$

Šādu formulu izmanto noteiktai precei vai preču grupai noteiktam laika periodam.

$$E_{dp} = \frac{Q\%}{P\%}, \quad \text{kur } E_{dp} - \text{pieprasījuma elastīgums pēc cenas,} \\ Q - \text{pieprasījums lielums,} \\ P - \text{cena.}$$

Elastīguma raksturojumam būtisks lielums ir Q . To atšifrējot, mēs nonākam līdz reizinājumam $Q_M \times P_{VS}$. Šeit Q_M ir pieprasītās preces masa, P_{VS} – vidēji svērta cena. Atkarībā no P_{VS} izmaiņām un pieprasījuma elastīguma rakstura varam prognozēt un iegūt trīs rezultātus:

- $Q_M \times P_{VS} \rightarrow$ pieaug,
- $Q_M \times P_{VS} \rightarrow$ samazinās,
- $Q_M \times P_{VS} \rightarrow$ nemainās.

Uzņēmējs tirgotājs vai ražotājs nav vienaldzīgs pret Q_M lielumu. P_{VS} ir objektīvs tirgus lielums. Toties Q_M ir uzņēmēja rokās. Uzņēmējs uz pieprasījuma prognozes pamata (lai prognozētu O_M , obligāti jāprognozē P_{VS}) lemj, cik ražot. Pēdējais savukārt ir atkarīgs no pieprasījuma elastīguma pēc cenas. Tā nav zīlēšana. Šeit valda noteikta likumsakarība.

Elastīgs pieprasījums pēc cenas. Runa ir par diviem variantiem. Pirmajā variantā cenu samazināšanās izraisa tādu pieprasījuma palielināšanos, kad $Q_M \times P_{VS}$ pieaug. Piemēram, cena (P_{VS}) samazinās par 10%, bet preču pieprasījums Q_M pieaug par 30%. Otrajā variantā cena pieaug par 10%, bet pieprasījums pēc precēm sarūk par 20%. Q var rēķināt nemainīgās cenās, tad gūstam priekšstatu, kā mainījies Q pieprasījuma apjoms. Ciktāl elastīgums ir tīrs tirgus fenomens, lēšot Q izmaiņas, Q

lielums jānosaka vidēji svērtās cenās. Tas ir pamatoti, jo tirgus pieprasījums vienmēr atkarīgs no cenu līmeņa. Elastīgs pieprasījums pēc cenas $E > 1$.

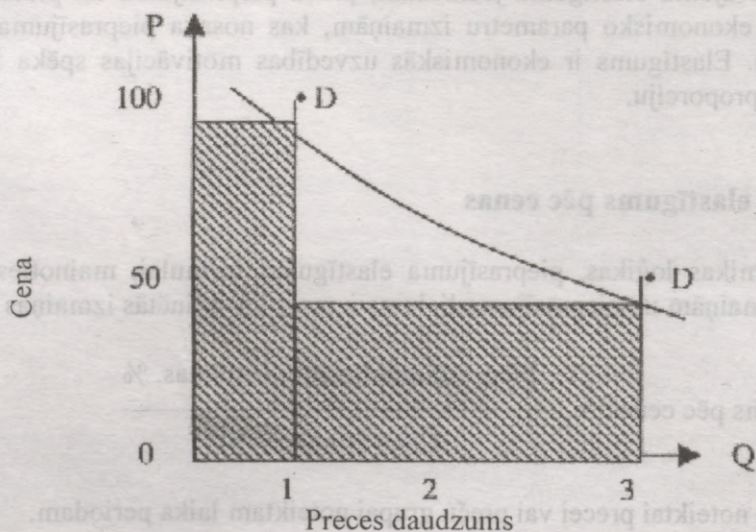
Neelastīgs pieprasījums pēc cenas. Arī šeit tirgus reakcija uz cenu izmaiņām izpaužas divos variantos. Pirmais variants: cenu samazināšanās procentu likme ir lielāka nekā preču pieprasījuma pieauguma procentu likme. Otrais variants: cenu pieauguma procentu likme nosaka mazāku preču pieprasījuma samazināšanās procentu likmi. Abos variantos pieprasījums ($Q_M \times P_{VS}$) sarūk. Var arī konstatēt Q fiziskā apjoma samazināšanos: $E > 0 < 1$.

Vienādots pieprasījums pēc cenas. Divi varianti – cenu samazināšanās procentu likme un cenu pieauguma procentu likme izraisa tādu pašu preču pieprasījuma pieauguma un pieprasījuma sašaurināšanās procentu likmi. Pieprasījums $Q_M \times P_{VS}$ paliek nemainīgs. Uzņēmējam nav jārūpējas par piedāvājuma pielāgošanu pieprasījumam. Viņš var turpināt ražot un piedāvāt iepriekšējā apjomā: $E = 1$.

Shematiskie attēli. Pieprasījuma elastīgumu pēc cenas kopš P. Semjuelsona pirmajām grāmatām "Economics" tradicionāli attēlo trijās shēmās.

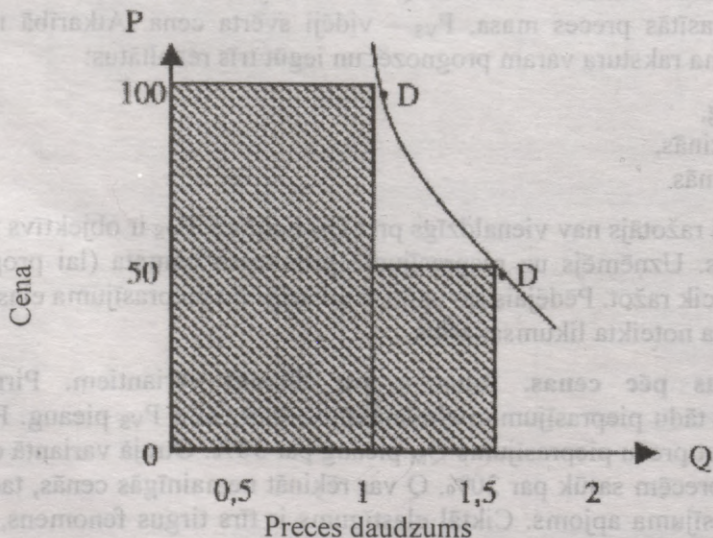
9.1. shēma

Elastīgs pieprasījums cenas

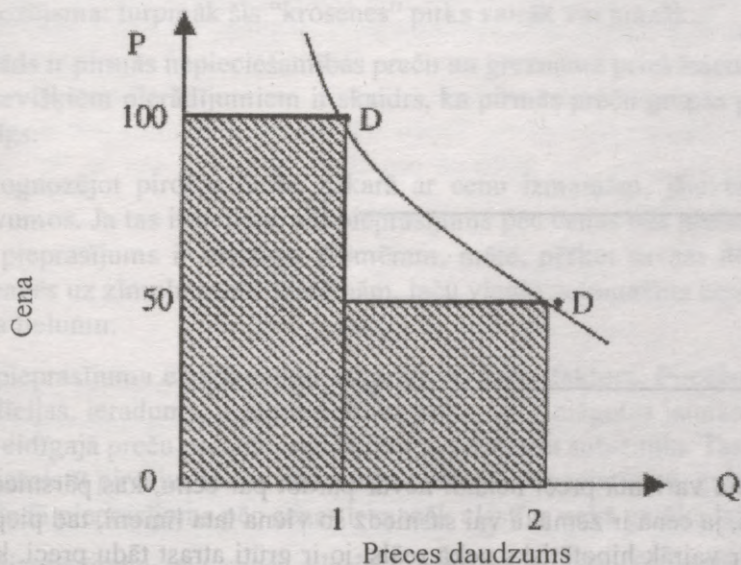


9.2. shēma

Neelastīgs pieprasījums pēc cenas



Vienādots pieprasījums pēc cenas



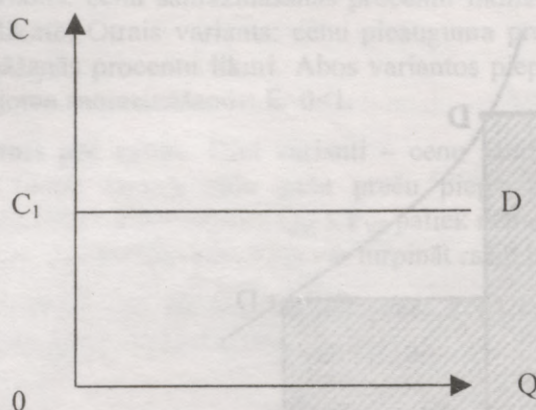
Shēmu raksturojums. Visos trīs grafiskajos attēlos cenas samazinās vienādā mērā – tieši divas reizes. Realizācijas ieņēmumu ikreizējo lielumu, t.i., apmierināto pieprasījumu raksturo savītrotie taisnstūri. Pirmajā shēmā pieprasījuma kopapjoms naudas izteiksmē ir pieaudzis 1,5 reizes. Otrajā shēmā kopapjoms ir samazinājies. Trešajā shēmā kopapjoms ir palicis iepriekšējais. Tādējādi pirmais variants atspoguļo elastīgu pieprasījumu, otrais variants – neelastīgu pieprasījumu, trešais variants – vienādotu pieprasījuma elastīgumu.

Aktuāla ir problēma par pieprasījuma kopapjoma izmaiņām, cenām palielinoties. Šajā gadījumā arī var būt trīs elastīguma varianti. Visam jautājumu lokam par cenu izmaiņu ietekmi uz realizācijas ieņēmumu apjomu, tajā skaitā uz peļņas lielumu, ir tiešs sakars ar ražošanas regulēšanu. Tas nozīmē, ka pieprasījums rosina vai ierobežo piedāvājumu, kapitālieguldījumus un produkcijas izlaidi. Bez cenu un pieprasījuma prognozes nav iespējams risināt tirgzinības uzdevumus. Cena ir it kā asi trīts konkurences ierocis. Uzņēmējiem, nosakot cenas, jāievēro pieprasījuma elastīgums, kas ir diferencēts katrai preču grupai vai pat atsevišķam produkcijas veidam.

Henrija Forda lēmums ražot lētas automašīnas strauji kāpināja pieprasījumu pēc tām un lika pamatus automašīnu masveida ražošanai. Ir vērojams pat tāds fenomens, ka zema raža, pastāvot augstām cenām, brīžiem vairo fermeru ienākumus. Atšķirīga ir pieprasījuma reakcija uz dažādu pārtikas produktu cenu pieaugumu. Par to liecina pieprasījuma apjoma izmaiņas Latvijas Republikā pēc 1991. gada janvāra cenu paaugstinājuma. Te mijiedarbojas daudzi faktori: gan jaunās cenas salīdzinājumā ar to iepriekšējo līmeni, gan līdz šim neapmierinātais pieprasījums, gan ienākumu lieluma pieaugums dažādām iedzīvotāju grupām, gan arī konkrētā produkta galējais derīgums. 1991. gada janvārī pieprasījums pēc 1. šķiras liellopu gaļas samazinājās, bet piedāvātais piens un biezpiens tika ātri izpirkts. Turpmākā cenu celšanās ierobežoja arī pieprasījumu pēc piena produktiem. Ģimeņu budžeta apmēri, pieaugot cenām, nespēja saglabāt iepriekšējo līmeni. Tā Rīgā 1987. gada septembrī tika pārdotas 150 tonnas gaļas, bet 1992. gada septembrī – tikai 55 tonnas.

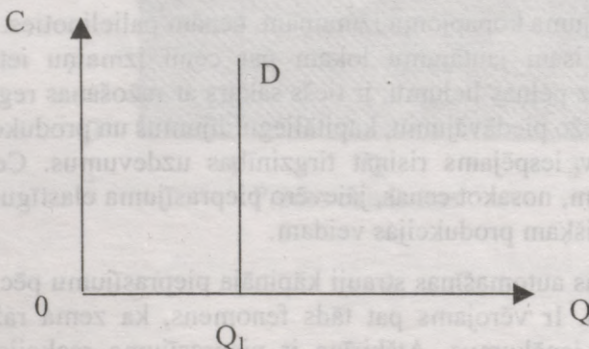
Noliedzoša līmeņa cenas. To sekas ir nulles pieprasījums. Ar šo problēmu saskaras komisijas veikali, kas ir spiesti virknei preču pēc zināma laika cenas pazemināt vai atteikties no preču pieņemšanas.

Absolūti elastīgs pieprasījums pēc cenas attēlots 9.4. shēmā.

Absolūti elastīgs pieprasījums pēc cenas

Absolūti elastīga pieprasījuma variantā precī nekādi nevar pārdot par cenu, kas pārsniedz C_1 līmeni, piemēram, vienu latu. Toties, ja cena ir zemāka vai sasniedz šo viena lata līmeni, tad pieprasījums var augt neierobežoti. Variants ir vairāk hipotētisks nekā reāls, jo ir grūti atrast tādu preci, kuru pieprasa bez jebkāda ierobežojuma.

Absolūti neelastīgs pieprasījums pēc cenas. Pavisam reāls ir absolūti neelastīgs pieprasījums pēc cenas.

Absolūti neelastīgs pieprasījums pēc cenas

Kā rāda 9.5. shēma, Q ir konstants un nemainās atkarībā no cenu līmeņa. Tāpēc Q_1 ir vertikāla līnija. Citiem vārdiem, šajā variantā cena nemotivē pircēju rīcību. Piemēram, tāds ir dažu medikamentu pieprasījums, kuru regulāra lietošana ir dzīvības jautājums (insulīns diabētiķiem, zāles sirdsslimniekiem). Vienlaikus pastāv pietiekami plašs zāļu klāsts, kuru pieprasījuma lielumu burtiski regulē cenas. Diemžēl šodien Latvijas aptiekās ir vērojama parādība, kad potenciālais zāļu pircējs, uzzinājis to cenu, pat receptē paredzētās zāles neiegādājas.

9.1.3. Faktori, kas regulē pieprasījuma elastīgumu pēc cenas

Noskaidrosim, kādi faktori regulē pieprasījuma elastīgumu pēc cenas.

Pirmkārt, tā ir pircēja iespēja brīvi izvēlēties preces aizstājēju (substitūtu). Jo lielāks ir šo substitūtu skaits, jo elastīgāks ir pieprasījums pēc cenas. Tas arī ir saprotams. Ja kādai precei cena pieaug, liela ir varbūtība, ka pircējs turpmāk dos priekšroku lētākam aizstājējam. Taču tajā gadījumā, kad precei nav aizstājēju, gribot negribot pircējam jāpērk šī dārgākā prece, ja vien viņš neatsakās no savas līdzšinējās konkrētās vajadzības apmierināšanas pakāpes. Insulīna nepieciešamības gadījumā tas nav iespējams,

jo tam nav substitūtu un tāpēc arī ir absolūti neelastīgs tā pieprasījums pēc cenas. Šī faktora īpatnība vēl ir tāda, ka kādas preču grupas pieprasījums atkarībā no cenu līmeņa var nesvārstīties, bet konkrētas firmas ražojuma pieprasījums var būt ļoti elastīgs. Tā modes noteiktais "kroseņu" pieprasījums vispār var būt stabils, bet, ja kāda no to ražotājām firmām pazeminās vai paaugstinās cenu, pircēju reakcija ir viegli prognozējama: turpmāk šīs "krosenes" pirkrs vairāk vai mazāk.

Otrkārt, dažāds ir pirmās nepieciešamības preču un greznuma priekšmetu pieprasījuma elastīgums pēc cenas. Bez sevišķiem pierādījumiem ir skaidrs, ka pirmās preču grupas pieprasījums ir neelastīgs, bet otrās – elastīgs.

Treškārt, prognozējot pircēju rīcību sakarā ar cenu izmaiņām, jāievēro preces īpatsvars konkrētā pircēja izdevumos. Ja tas ir neliels, tad pieprasījums pēc cenas būs neelastīgs. Bet, ja preces īpatsvars ir liels, tad pieprasījums ir elastīgs. Piemēram, māte, pērkot savam dēlam zīmuļus vairākas reizes mēnesī, nereagēs uz zīmuļu cenas izmaiņām, taču vieglo automašīnu cenu svārstības būtiski regulēs to pieprasījuma lielumu.

Ceturtkārt, pieprasījuma elastīgums ir atkarīgs no laika faktora. Pircējam, kura pieprasījumu būtiski ietekmē tradīcijas, ieradums, ir nepieciešams laiks, lai pielāgotos jaunam preču cenu līmenim, orientētos daudzveidīgajā preču pasaulē, sameklētu pieņemamu substitūtu. Tas nozīmē, ka uzņēmējam, kurš ir nolēmis piesaistīt pircējus ar zemāku preču cenu, jābūt pacietīgam, gaidot rezultātu. Citiem vārdiem, īsā laika periodā pieprasījums pēc cenas ir mazāk elastīgs nekā garākā laika posmā.

Neelastīga pieprasījuma pēc cenas klasisks piemērs ir sāls. Te būtībā savijas trīs no minētajiem četriem faktoriem: sāļi nav aizstājēji; tā ir pirmās nepieciešamības prece; sāls iegādes izdevumu īpatsvars ģimenes kopējos uzdevumos ir neievērojams.

Piemēri. Lai gūtu reālu priekšstatu par pieprasījuma elastīgumu pēc cenas, apskatīsim dažu preču pieprasījuma elastīguma koeficientu ASV.

9.1. tabula

Elastīguma koeficients pēc cenas ASV¹

Preces nosaukums	E	Preces veids	E
Kartupeļi	0,3	Liellopu gaļa	1
Cukurs	0,3	Alus	1
Cigaretes	0,5	Mēbeles	1,2
Kurināmais	0,6	Elektroenerģija	1,3
Apģērbs	0,6	Automašīnas	2,1

Tabulā minētie pieprasījuma elastīguma koeficienti pēc cenas pārlicinoši ilustrē iepriekš minēto elastīguma faktoru iedarbību. Tabulas kreisajā pusē uzskaitītām precēm gandrīz nemaz nav aizstājēju, bet tabulas labajā pusē minētajām precēm situācija ir citāda. Liellopu gaļai un alum ir aizstājēji. Mēbeļu cenu pieaugums ierobežo jaunu mēbeļu iegādi. Elektroenerģija atkarībā no maksas tarifa tiek taupīta vai šķiesta. Ir daudz automašīnu marku; to izvēle ir liela un, ja kāda firma savam ražojumam cenu pazeminās, šo lētāko automašīnu pircēju būs daudz.

Dažkārt veidojas situācija, kad pircējam ir liegta iespēja reaģēt uz kādas preces cenas izmaiņām. Tieši tā tas ir Latvijā, kopš 1992. gada rudenī daudzkārt tika paaugstināta maksa par auksto un karsto ūdeni, gāzi un par apkuri. Šo komunālo pakalpojumu (preču) maksa bieži tiek aprēķināta atkarībā no cilvēku skaita un dzīvokļa platības. Patērētā ūdens, gāzes un siltuma izlietojuma skaitītājus dzīvokļiem ievieš pakāpeniski. Bieži trūkst apkures regulatoru, ko varētu lietot paši iedzīvotāji. Būtībā darbojas piespiedu sistēma, kad lietotājs, pircējs nevar regulēt savu rīcību, lemt, vai attiecīgo preci pirkt lielākā vai mazākā apjomā. No vienas puses, tas sekmē patērētāja izšķērdīgu rīcību (gāze, ūdens); no otras puses, patērētājam nākas maksāt par to, ko viņš nemaz nav saņēmis (ja apkures caurules ir tik tikko siltas). Ikvienā attīstītā tirgus ekonomikas zemē minētajā jomā ir gan skaitītāji, gan regulatori.

¹ Lipsey R., Steiner P., Purvis D Economics. – N.Y., 1987. – P.85.

9.1.4. Pieprasījuma elastīgums pēc ienākumiem

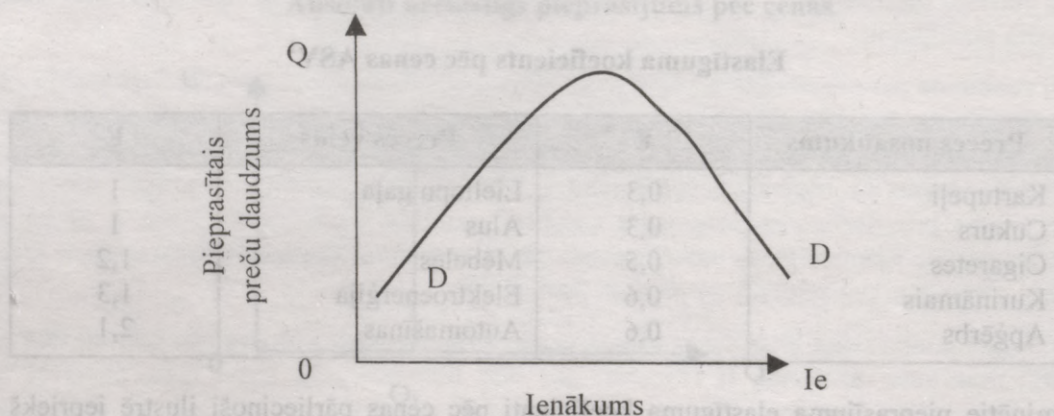
Analizējot pieprasījuma likumu, mēs noskaidrojām, ka pieprasījumu maina virkne ārpuscenā faktoru. Tas jāievēro, apskatot pieprasījuma elastīgumu, proti, bez pieprasījuma elastīguma pēc cenas vērā nemāms ir arī **pieprasījuma elastīgums pēc ienākuma**. Ir skaidrs, ka katra pircēja konkrētais ienākuma lielums nosaka, ko un cik viņš vēlas pirkt. Ja Vācijā, Francijā, Zviedrijā pēdējos gadu desmitos ir būtiski mainījusies pieprasījuma struktūra, tad to noteica ne tikai preču cenu līmeņa izmaiņas, bet arī personisko ienākumu pieaugums. Tāpēc mārketinga pētījumos jāievēro pieprasījuma elastīguma koeficients pēc ienākumiem. To aprēķina pēc šādas formulas, kur ar "ie" tiek apzīmēts ienākums:

$$\text{Pieprasījuma elastīguma koeficients pēc ienākuma } E_{ie} = \frac{Q \text{ izmaiņu procentu likme}}{\text{Ienākuma izmaiņu procentu likme}}$$

Cēloņsakarības. Analizējot šī elastīguma cēloņsakarības, atzīmēsim, ka ir noteikta preču grupa, kuru pieprasījums līdž ar ienākuma pieaugumu samazinās, bet ienākuma samazināšanās variantā to pieprasījums aug. Runa ir par mazāk kvalitatīvām, lētām precēm, ieskaitot nedietiskus produktus, konkrētas šķirnes maizi, apģērbus, mēbeles, noteiktas markas automašīnas. Ja pieprasījums līdž ar ienākuma pieaugumu absolūti samazinās, tad koeficients E_{ie} būs ar mīnusa zīmi. Toties kvalitatīvu preču un greznuma priekšmetu pieprasījuma elastīguma koeficients E_{ie} ir ar plusa zīmi. Neelastīga pieprasījuma koeficients ir mazāks par vienu veselu ($E_{ie} > 1$). 9.6. un 9.7. shēmā varam izsekot, kā mainās dažādu preču grupu pieprasījums, augot ienākumiem.

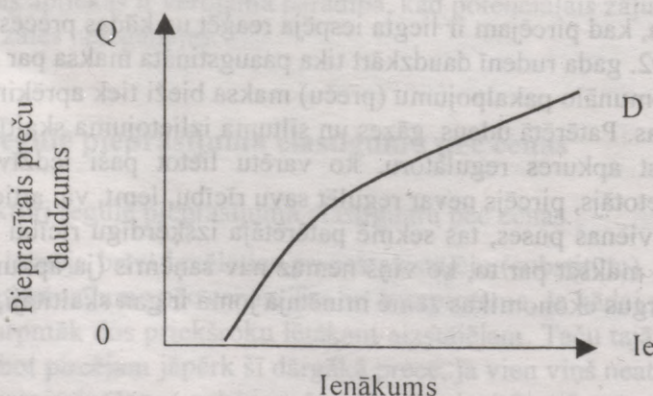
9.6. shēma

Nekvalitatīvu, lētu preču pieprasījuma likne



9.7. shēma

Kvalitatīvu, dārgu preču pieprasījuma likne

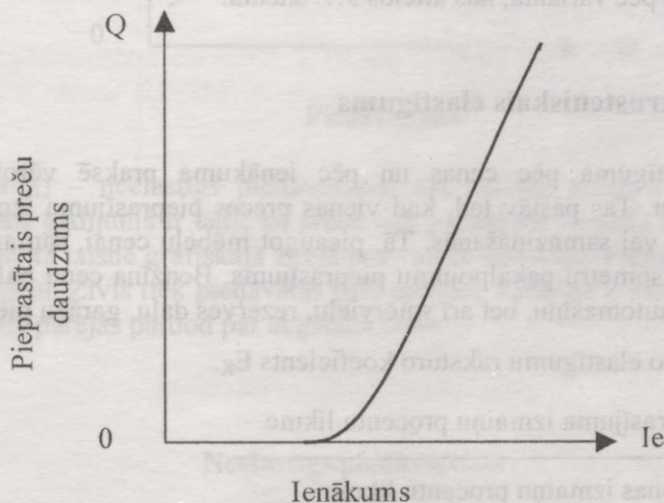


Pieprasījuma līknes raksturīgā konfigurācija 9.6. shēmā informē, ka, augot maziem ienākumiem, nekvalitatīvas, lētas preces sākotnēji tiek pirktas lielākā daudzumā. Tad, kad ienākums jau ir ievērojami pieaudzis, šo preču pieprasījums arvien samazinās.

9.7. shēmā ir attēlota cita cēloņsakarība, t.i., augot ienākumam, kvalitatīvu preču neelastīgs pieprasījums sākotnēji pieaug samērā strauji, bet pēc tam tas apstājas. Ja ģimenes ienākums ir mazs, tad lielas preču grupas vispār netiek pieprasītas.

9.8. shēma

Kvalitatīvu, dārgu preču elastīga pieprasījuma līkne



9.8. shēmā līkne raksturo kvalitatīvu, dārgu preču elastīga pieprasījuma nemitīgu pieaugumu līdz ar ienākuma palielināšanos. Pieprasījuma elastīgumu pēc ienākuma raksturo koeficienti (E_{ie}) 9.2. tabulā.

9.2. tabula

Pieprasījuma elastīguma koeficients pēc ienākuma ASV

Elastīguma veids	Preces nosaukums	E_{ie}
Negatīvs elastīgums	Pilnpiens	-0,5
	Cūkgāļa	-0,2
	Kartupeļi	-0,2
Neelastīgs preču pieprasījums	Kafija	0,0
	Putnu gaļa	0,3
	Siers	0,4
	Liellopu gaļa	0,5
	Cigaretes	0,8
Elastīgs preču pieprasījums	Benzīns	1,1
	Vīns	1,4
	Ilgstošas lietošanas preces	1,8

9.2. tabulā minētās preces un attiecīgie koeficienti pilnā mērā apstiprina tās pircēju rīcības cēloņsakarības, kas fiksētas pieprasījuma līknēs 9.6., 9.7. un 9.8. shēmā.

Šīs cēloņsakarības vienlaikus jāievēro tiem uzņēmējiem, kas cer ieņemt un noturēt vietu Latvijas iekšējā tirgū.

Pēc ekspertu vērtējuma, apmēram 80 procentiem Latvijas iedzīvotāju ir visai ierobežota pirktspēja. Patēriņa preču tirgū viņi galvenokārt pērk pārtikas produktus. Sevišķi neapskaužamā stāvoklī ir vientuļie pensionāri, kas pēc dzīvokļa īres un komunālo pakalpojumu maksas nokārtošanas ir spiesti

dzīvot pusbadā. Šī Latvijas iedzīvotāju lielākā daļa vairs nepieprasa ilgstošas lietošanas patēriņa priekšmetus – ne mēbeles, ne televizorus, ne arī ledusskapjus, nemaz jau nerunājot par vieglajām automašīnām. Par greznuma priekšmetiem šiem cilvēkiem nav ko sapņot. Ieeju pat pieticīgā ēdnīcā viņiem liedz cenu līmeni.

Cits preču pieprasījums un tā raksturs ir pārējiem 20 procentiem Latvijas iedzīvotāju. Sprotams, šīs grupas pārstāvju pirktspēja ir ļoti atšķirīga. Pavisam neliels skaits ir to, kas spēj nopirkt jaunu automašīnu “Mercedes” vai “Volvo”, vakariņot restorānā, doties ārzemju ceļojumos, būvēt lepnas savrupmājas, pirkt dārgas importa mēbeles. Šaurš ir arī to cilvēku loks, kuri regulāri iepērkas luksusa veikalos.

Stabilizējoties un attīstoties ekonomikā, pieaug arī Latvijas iedzīvotāju ienākumi un preču pieprasījums attīstīsies vispirms pēc variantā, kas attēlos 9.7. shēmā.

9.1.5. Pieprasījuma krusteniskais elastīgums

Bez pieprasījuma elastīguma pēc cenas un pēc ienākuma praksē vērojam arī **pieprasījuma krustenisko elastīgumu**. Tas pastāv tad, kad vienas preces pieprasījuma izmaiņas rada kādas citas preces cenu pieaugums vai samazināšanās. Tā, pieaugot mēbeļu cenai, samazinās mēbeļu iegāde un līdz ar to arī kravas taksometru pakalpojumu pieprasījums. Benzīna cenu palielināšanās vai samazināšanās ne tikai regulē automašīnu, bet arī smērvielu, rezerves daļu, garāžu pieprasījumu.

Pieprasījuma krustenisko elastīgumu raksturo koeficients E_K .

$$E_K = \frac{\text{Preces A pieprasījuma izmaiņu procentu likme}}{\text{Preces B cenas izmaiņu procentu likme}}$$

Bez pieprasījuma krusteniskā elastīguma ievērošanas nav iespējams veikt kvalitatīvus tirgzinības pētījumus.

9.2. Piedāvājuma elastīgums

Piedāvājuma elastīguma pamats. Atkārtoti jāuzsver, ka pieprasījums rosina piedāvājumu un līdz ar to regulējoši iedarbojas uz konkrētu preču ražošanu. Šī iedarbība bieži vien ir pastarpināta: aug pieprasījums – aug cenas; aug cenas – aug piedāvājums un ražošana. Pieprasījuma samazināšanās izraisa cēloņsakarību ķēdes darbību pretējā virzienā. Šajā sakarā ir pamats analizēt piedāvājuma elastīgumu. Šis elastīgums ir visai nozīmīgs no ražošanas regulēšanas viedokļa, jo raksturo uzņēmēju ražotāju un piedāvātāju motivēto ekonomisko rīcību sakarā ar cenu līmeņa izmaiņām. Piedāvājuma elastīgumu nosaka speciāls koeficients E_1 .

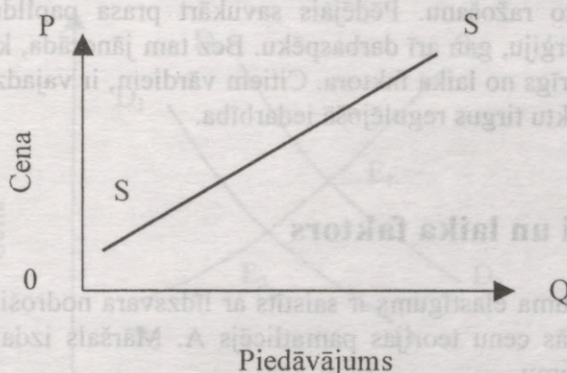
$$\text{Piedāvājuma elastīguma koeficients } E_1 = \frac{Q \text{ izmaiņu procentu likme}}{C \text{ izmaiņu procentu likme}}$$

Piedāvājuma elastīguma varianti. Vērojam trīs piedāvājuma elastīguma variantus (9.9., 9.10. un 9.11. shēma).

1. variants (9.9. shēma) – elastīgs piedāvājums: cenu pazemināšanās vai pieaugums vēl lielākā mērā izraisa piedāvājuma samazināšanos vai palielināšanos; koeficients $E_1 > 1$. Galējie gadījumi ir tādi, ka vismazākā cenu pazemināšanās rosina ražošanu un piedāvājumu vispār pārtraukt, bet vismazākais cenu paaugstinājums nosaka bezgalīgi lielu piedāvājuma pieaugumu. Šajos gadījumos piedāvājuma taisne grafiskajā attēlā būs horizontāla.

9.9. shēma

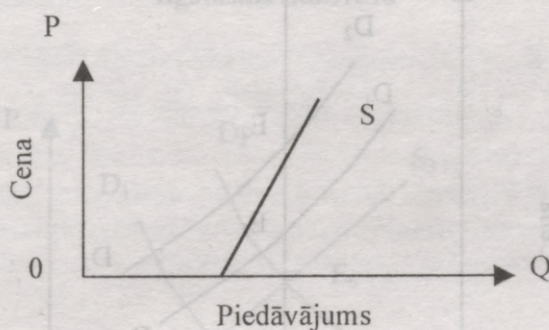
Elastīgs piedāvājums



2. variants (9.10. shēma) – neelastīgs piedāvājums: tas mainās mazākā mērā nekā cenas, bet koeficients $E_1 < 1$. Galējais gadījums ir tāds, ka prece tiek piedāvāta vienādā daudzumā neatkarīgi no cenas. Šajā pēdējā gadījumā taisne grafiskajā attēlā būs vairāk vertikāla. Piemēram, svaigas zivis, kad nav to uzglabāšanas iespēju. Zivis tiek piedāvātas tādā apjomā, kādā tās ir sazvejotas. Var rīkoties arī tā: daļu zivju iznīcina, bet pārējās pārdod par augstāku cenu.

9.10. shēma

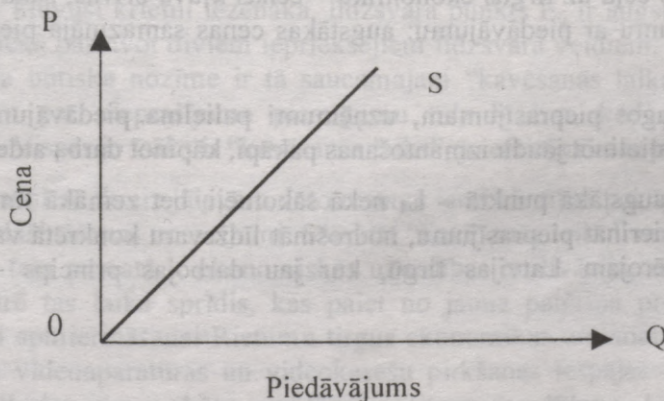
Neelastīgs piedāvājums



3. variants (9.11. shēma) – vienādots piedāvājuma elastīgums: piedāvājums mainās proporcionāli cenu izmaiņām. Šajā variantā taisne līdzinās bisektrisei, bet koeficients $E_1 = 1$.

9.11. shēma

Vienādots piedāvājuma elastīgums



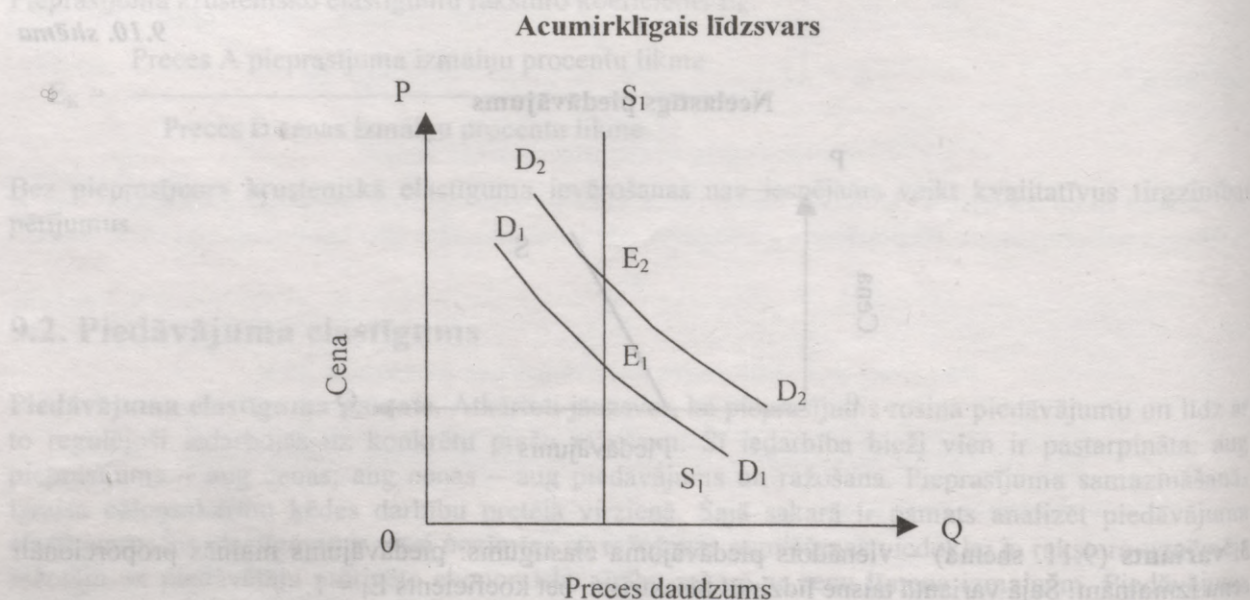
Piedāvājuma paplašināšanas nosacījumi. Piedāvātāju reālā reakcija uz cenu paaugstināšanu ir saistīta ar daudziem nosacījumiem. Nepietiek tikai ar uzņēmēju vēlmi paplašināt pārdošanu. Vienā gadījumā jābūt noliktavām ar preču krājumiem. Turklāt jāievēro, cik maksā krājumu glabāšana, vai tā atmaksājas. Citā gadījumā piedāvātāju reakciju nosaka iespēja ātri noorganizēt pieprasīto preču importu vai paplašināt to ražošanu. Pēdējais savukārt prasa papildu ražošanas resursus – gan izejvielas, materiālus, enerģiju, gan arī darbaspēku. Bez tam jānorāda, ka piedāvājuma palielināšanas apjoms ir ievērojami atkarīgs no laika faktora. Citiem vārdiem, ir vajadzīgs zināms laiks, lai mainītos piedāvājuma apjoms, notiktu tirgus regulējošā iedarbība.

9.3. Līdzsvara veidi un laika faktors

Pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums ir saistīts ar līdzsvara nodrošināšanu starp pieprasījumu un piedāvājumu. Neoklasiskās cenu teorijas pamatlicējs A. Māršals izdala trīs līdzsvara veidus starp pieprasījumu un piedāvājumu.

Acumirkklīgais līdzsvars. Tas iestājas tad, kad aug pieprasījums un cena, bet piedāvājums paliek nemainīgs. Iemesli tam var būt dažādi, piemēram, trūkst krājumu, lai tūdaļ reaģētu uz palielināto pieprasījumu; trūkst jaudu, resursu tūlītējai ražošanas izvēršanai.

9.12. shēma



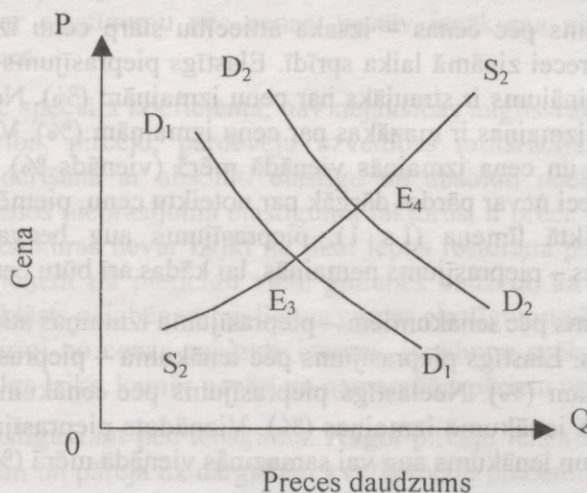
Shēmā konstanto piedāvājumu atspoguļo vertikālā līnija. Sakarā ar cenas celšanos uz augšu pavirzās pieprasījuma līkne. Augstākā līmenī ir līdzsvara punkts E_2 . Tieši tāds līdzsvars iestājas Latvijā, kad tika veikts nozīmīgs solis ceļā uz tirgus ekonomiku – cenas kļuva brīvas; sāka veidoties tādas cenas, kas līdzsvaroja pieprasījumu ar piedāvājumu: augstākas cenas samazināja pieprasījumu, un pamatā izzuda deficīts.

Īslaicīgais līdzsvars. Augot pieprasījumam, uzņēmumi palielina piedāvājumu. Tas ir iespējams, intensificējot ražošanu, palielinot jaudu izmantošanas pakāpi, kāpinot darba atdevi (sk. 9.13. shēmu).

Līdzsvara cena tagad ir augstākā punktā – L_4 nekā sākotnēji, bet zemākā līmenī nekā acumirkklīgā līdzsvara gadījumā. Apmierināt pieprasījumu, nodrošināt līdzsvaru konkrētā valstī var arī ar importa palīdzību. To šodien vērojam Latvijas tirgū, kur jau darbojas princips – “piedāvājums rada pieprasījumu”.

9.13. shēma

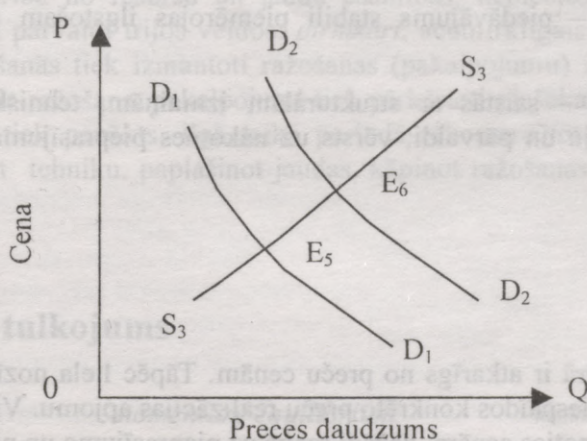
Īslaicīgais līdzsvars



Ilgstošais līdzsvars. Šajā gadījumā pieprasījums stabili piemērojas lielākam piedāvājumam. Ražošanā iesaistītas jaunas jaudas, resursi. Dažkārt jaunus uzņēmumus cenas piemērojas jaunam izmaksu līmenim (sk. 9.14. shēmu).

9.14. shēma

Ilgstošais līdzsvars



Piedāvājuma līkne ir kļuvusi krietni lēzenāka, līdzsvara punkts E_6 ir augstākā līmenī nekā sākotnēji, bet zemākā līmenī, nekā pastāvēt diviem iepriekšējiem līdzsvara veidiem. No ražošanas un pārvaldes efektivitātes viedokļa būtiska nozīme ir tā saucamajam “kavēšanās laikam”, t.i., laika sprīdim no pirmajiem impulsiem par pieprasījuma pieaugumu līdz brīdim, kad pieprasījumam piemērojas piedāvājuma apjoms. Vispār jo īsāks ir “kavēšanās laiks”, jo efektīvāka ir pārvaldīšana.

Konkrētās situācijas analizē ikreiz jāievēro doto resursu ierobežotības pakāpe, tehnoloģiskās īpatnības un citi ražošanas paplašināšanas nosacījumi. Saīsināt “kavēšanās laiku” mudina konkurence, centieni iekarot tirgu. Visam tam pamatā ir ekonomiskās uzvedības motivācija, saimniekošanas sistēma. Šo atziņu ļoti labi ilustrē tas laika sprīdis, kas pāriet no jauna patēriņa priekšmeta parādīšanās līdz pieprasījuma pilnīgai apmierināšanai Rietumu tirgus ekonomikas un sociālistiskās plānsaimniecības valstīs. Salīdzināsim videoaparātūras un videokasešu pirkšanas iespējas vēl nesen PSRS un ASV, Latvijā un Somijā. Rodas jauna akūta problēma – tirgus regulēšana. Lai to izprastu, jāpievēršas konkurencei.

9.4. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Pieprasījuma elastīgums – uzņēmēja reakcija uz faktoriem, kas iespaido pieprasījumu.
2. Pieprasījuma elastīgums pēc cenas – izsaka attiecību starp cenu izmaiņām un pieprasījuma izmaiņām noteiktai precei zināmā laika sprīdī. Elastīgs pieprasījums pēc cenas – pieprasījuma pieaugums vai samazinājums ir straujāks par cenu izmaiņām (%). Neelastīgs pieprasījums pēc cenas – pieprasījuma izmaiņas ir mazākas par cenu izmaiņām (%). Vienādots pieprasījums pēc cenas – pieprasījums un cena izmainās vienādā mērā (vienāds %). Absolūti elastīgs pieprasījums pēc cenas – preci nevar pārdot dārgāk par noteiktu cenu, piemēram, Ls 1; ja preci pārdod par cenu zem noteiktā līmeņa (Ls 1), pieprasījums aug bezgalīgi. Absolūti neelastīgs pieprasījums pēc cenas – pieprasījums nemainās, lai kādas arī būtu cenu izmaiņas.
3. Pieprasījuma elastīgums pēc ienākumiem – pieprasījuma izmaiņas atkarībā no pircēja ienākuma regulējošās iedarbības. Elastīgs pieprasījums pēc ienākuma – pieprasījums aug vai sarūk ātrāk par ienākuma izmaiņām (%). Neelastīgs pieprasījums pēc ienākuma – pieprasījums aug vai samazinās lēnāk nekā ienākuma izmaiņas (%). Vienādots pieprasījuma elastīgums pēc ienākuma – pieprasījums un ienākums aug vai samazinās vienādā mērā (%).
4. Pieprasījuma krustenisks elastīgums – vienas preces cenas izmaiņas izraisa ar to saistīto preču cenu izmaiņas.
5. Pieprasījuma elastīgums – cenu izmaiņas (%) izmaina pieprasījuma apjomu. Piedāvājuma elastīgumam ir vairāki varianti: a) elastīgs piedāvājums pēc cenas – cenu izmaiņa (%) izraisa lielāku piedāvājuma izmaiņu (%); b) neelastīgs piedāvājums pēc cenas – cenu izmaiņa (%) izraisa mazāku piedāvājuma izmaiņu (%); c) vienāds piedāvājums pēc cenas – cena un piedāvājums izmainās vienādā mērā (%), samērs starp cenu (%) un piedāvājuma apjomu (%) nemainās.
6. Īslaicīgs līdzsvars – augot pieprasījumam, uzņēmumi, ātri reaģējot, palielina piedāvājumu.
7. Ilgstošais līdzsvars – piedāvājums stabili piemērojas ilgstošam pieprasījumam, piesaistot papildu resursus.
8. Ilgtermiņa līdzsvars – saistās ar strukturālām izmaiņām, tehniski tehnoloģisko progresu, pilnīgāku organizāciju un pārvaldi; vērsts uz nākotnes pieprasījuma apmierināšanu, efektīvu nākotnes attīstību.

9.5. Secinājumi

Uzņēmēju liktenis lielā mērā ir atkarīgs no preču cenām. Tāpēc liela nozīme ir tam, kā preču cenu kāpums vai pazeminājums iespaidos konkrēto preču realizācijas apjomu. Vienotas cēloņsakarības šeit nav. Atšķirīgas preces, mainoties cenām, dažādi reaģē uz pieprasījuma un piedāvājuma apjomu. Tas ir pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums. Ja analizē pieprasījumu, tā elastīgums ir atkarīgs no cenu un ienākumu izmaiņām. Piedāvājuma elastīgums ir atkarīgs no cenas. Mācība par pieprasījuma un piedāvājuma elastīgumu ir vienlaikus tirdzniecības daļa un atbildīgs prognozēšanas faktors. Uzņēmējs nevar pieņemt lēmumu, mainīt savu preču cenas bez zinātniski pamatotas pārliecības par šī soļa pozitīvām sekām. Konkurencē sekas noteiktu laika sprīdī var būt arī negatīvas.

Panākumi saimniekošanā ir atkarīgi no vairākām ķēdes reakcijām. Pirmā ķēde: cena ceļas, pieprasījums krītas, peļņa sarūk. Otrā ķēde: cena pazeminās, pieprasījums aug, peļņa (peļņas norma) aug. Trešā ķēde: cenas aug, pieprasījums krītas, peļņa un peļņas norma krītas vai paliek nemainīga. Ceturtā ķēde: cena tiek pazemināta, piedāvājums aug, peļņa un peļņas norma krītas, paliek nemainīga, aug. Šādu nosacītu ķēžu ir liels skaits. To skaits praktiskajā saimniekošanā ir krietni lielāks. Sastopamies arī ar pretrunīgiem ķēžu reakcijas variantiem.

Pieprasījuma un piedāvājuma reakcija uz cenu un ienākumu izmaiņām raksturojama ar preču elastīgumu. Ja cenas pazeminās par vienu lielumu procentos, bet pieprasījuma apjoms pieaug vēl straujāk, dotai precei ir elastīgs pieprasījums pēc cenas. Ja pieprasījums aug lēnāk par cenu pazemināšanos,

konkrētās preces elastīgums pēc cenas ir mazs. Vienādots pieprasījums pēc cenas īstenojas tad, ja cena un pieprasījums mainās vienādā mērā.

Nav speciāli jāpierāda, ka pircēju ienākumu lielums, tā izmaiņas atstāj iespaidu uz pieprasījuma apjomu. Pēc analogijas ar elastīgumu pēc cenas, pastāv ienākuma ziņā elastīgas, neelastīgas un vienādota elastīguma preces.

Elastīgums, ko rēķina pēc speciāla koeficienta, nav nejaušības auglis vai gadījuma rezultāts. Arī šeit valda stingra cēloņsakarība, pircēju, pārdevēju uzvedības motivācija. Visspilgtāk šī motivācija izpaužas, kad mums ir darīšana ar absolūti elastīgu un absolūti neelastīgu elastīgumu. Klasisks piemērs, kas sintezē galvenos pieprasījuma elastīguma faktorus, ir prece sāls. *Pirmkārt*, sāls ir pirmās nepieciešamības prece, bez kuras nevar iztikt ne tikai lepna restorāna pavārs, bet arī ierindas ēdiena gatavotāja. *Otrkārt*, sāls ieņem tik pieticīgu vietu ģimenes budžetā, ka cenas izmaiņas var ignorēt. *Treškārt*, plašs substitūtu klāsts neizbēgami palielina preces elastīgumu pēc cenas. Sālij substitūtu nav. *Ceturtkārt*, pircējs neatkarīgi no cenas pakļauts inerces, ieraduma spēkam. Ja sālij būtu līdzvērtīgs aizstājējs, paietu relatīvi ilgs laiks, kamēr pavāri un namamātes pārietu uz lētāku substitūtu.

Sava motivācija ir arī elastīgumam pēc ienākuma. Augot pircēju ienākumiem, notiek atteikšanās no mazāk kvalitatīvām precēm un pāreja uz dārgākām kvalitatīvām precēm. Var minēt apavu un apģērbu piemēru. Ienākumiem sarūkot, aug mazāk kvalitatīvu preču pieprasījums.

Īpatnēju apstākļu dēļ Latvijā pastāv absolūti neelastīga pieprasījuma problēma. Tā no 1998. gada aprīļa abonenta maksa par telefona lietošanu pieauga līdz Ls 3 (1996. aprīlī šī abonenta maksa bija Ls 0,51). Kā var reaģēt uz abonenta maksas gandrīz pieckārtīgu pieaugumu dabiskā monopola "Lattelekom" klients? Ierobežot telefona sarunu skaitu? Tas neko nedos! Vienīgā iespēja reaģēt uz abonenta maksas brango augstlēcieni ir atteikšanās no telefona. Tāda pieredze jau ir. Iedzīvotāji ir atteikušies no karstā ūdens. Elementi, kas komunālo pakalpojumu jomā cieši saistīti ar pieprasījuma elastīgumu, ir skaitītāji un regulatori.

Uzņēmēju, firmu reakcija uz augošo pieprasījumu notiek trijās formās. Pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvaru nodrošina atkarībā no resursu un jaudu esamības, nepieciešamības pilnveidot tehniku, tehnoloģiju, organizāciju, pārvaldi trijos veidos: *pirmkārt*, acumirkļīgais līdzsvars, esošie resursi un jaudu rezerves bez kavēšanās tiek izmantoti ražošanas (pakalpojumu) izvēšanai; *otrkārt*, īslaicīgs līdzsvars (īsā laika perioda ražošana, pakalpojumi tiek pārkārtoti plašākam pieprasījumam); *treškārt*, ilgstošais līdzsvars, kas tiek panākts, ilgā laika periodā rekonstruējot uzņēmumu, ieviešot jaunu progresīvu tehnoloģiju un tehniku, paplašinot jaudas, kāpinot ražošanas (pakalpojumu) efektivitāti, resursu atdevi.

9.6. Pamatterminu tulkojums

Acumirkļīgais līdzsvars	<i>momentary equilibrium</i>	моментальное равновесие.
Elastīgums	<i>elasticity</i>	эластичность
Ilgstošais līdzsvars	<i>long-run equilibrium</i>	долгосрочное равновесие.
Īslaicīgais līdzsvars	<i>short-run equilibrium</i>	краткосрочное равновесие.
Krusteniskais pieprasījuma elastīgums pēc cenas	<i>cross price elasticity of demand</i>	перекрёстная эластичность по цене
Neelastīgs piedāvājums	<i>inelastic supply</i>	неэластичное предложение
Neelastīgs pieprasījums	<i>inelastic demand</i>	неэластичный спрос
Piedāvājuma elastīgums	<i>elasticity of supply</i>	эластичность предложения.
Piedāvājuma elastīgums pēc cenas	<i>price elasticity of supply</i>	эластичность предложения по цене
Pieprasījuma elastīgums	<i>elasticity of demand</i>	эластичность спроса

Pieprasījuma elastīgums pēc cenas	<i>price elasticity of demand</i>	эластичность спроса по цене
Pieprasījuma elastīgums pēc ienākuma	<i>income elasticity of demand</i>	эластичность спроса по доходу
Vienādots pieprasījuma elastīgums	<i>unitary-elastic demand</i>	единичная эластичность спроса.
Vienādots piedāvājuma elastīgums	<i>unitary-elastic supply</i>	единичная эластичность предложения.

9.7. Uzdevumi

1. Preces A cena pieaugusi par 15%. Preces A koppieprasījums samazinājies par 25%. Aprēķināt šīs preces elastīguma koeficientu un raksturot tā pieprasījuma elastīgumu pēc cenas.
2. Preces B cena samazinājusies par 10%. Šīs preces pircēju ienākumi sarukuši par 5%. Aprēķināt pieprasījuma elastīguma koeficientu pēc ienākuma un raksturot preces B elastīgumu pēc ienākuma.
3. Preces C cena pieaugusi par 20%, tās piedāvājums samazinājies par 35%. Aprēķināt elastīguma koeficientu un raksturot preces elastīguma piedāvājumu.
4. Sastādīt piemēru krusteniskam pieprasījumam.

9.8. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kas ir pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums?
2. Kādi pieprasījuma elastīguma veidi pastāv?
3. Kādi faktori nosaka pieprasījuma elastīgumu?
4. Kāda ir uzņēmēja motivācija elastīgam piedāvājumam?
5. Kādos gadījumos jūs ikdienā sastopaties ar absolūti neelastīgu pieprasījumu?
6. Kā iedarbojas ienākuma lielums uz pieprasījuma elastīgumu?
7. Kad iestājas krusteniskais pieprasījums?
8. Kad ir panākams acumirkīgais līdzsvars?
9. Kādi apstākļi nosaka īslaicīgo līdzsvaru?
10. Kas raksturīgs ilglaicīgajam līdzsvaram?
11. Kāda praktiska nozīme ir pieprasījuma un piedāvājuma elastīguma teorijai?
12. Kā līdzsvara veidi iespaido saimniekošanas attīstību?

10. nodaļa. Konkurence kā ekonomiskās uzvedības veids

10.1. Konkurences būtība

Kas ir konkurence? Konkurence ir ekonomiska sacensība (būtībā sarežģīts ekonomiskās uzvedības mehānisms) starp diviem vai vairākiem tirgus dalībniekiem, kas sacenšas viena veida vai aizstājamu preču ražošanā vai realizācijā. Tā ir cīņa par pircēju, par noteicošo lomu tirgū vai kādā tirgus daļā. Konkurence ir tirgus ekonomikas neatņemama sastāvdaļa, galvenais stimulētājs attīstīt ražošanu (pakalpojumus), efektīvi saimniekot. Tirgus dalībnieku ekonomiskā uzvedība ir organiski saistīta ar konkurenci. Uzvara konkurencē ir tirgus subjektu izdzīvošanas nosacījums. Visrožainākā nākotne ir tiem, kas konkurences kaujas laukā gūst vērā ņemamus panākumus. Zaudētājiem tirgus saule nespīd un tie lemti iznīcībai. Konkurence ir ekonomiskā progresa noteicošā svira. Tirgus saimniecības motīvu pulkā konkurenci var raksturot kā karognesēju. Konkurences spēks saistās ar ekonomisko piespiešanu, kas liek iesaistīties cīņā par visaugstāko efektivitāti. Nevien uzņēmējs, liels vai mazs, nevēlas bankrotēt. Pretojoties šai reālajai un reizē drūmajai perspektīvai, tirgus dalībnieki attīsta tādu enerģiju, atraisa tādu iniciatīvu, kas nodrošina drošu progresa soli. Konkurence ir brīva no administratīviem žņaugiem, priekšrakstiem. Tas nenozīmē, ka konkurence var ignorēt valsts likumdošanu, obligātus valsts apstiprinātus spēles noteikumus un pirmām kārtām konkurences likumu.

10.2. Konkurences veidi un tās klasifikācijas kritēriji

Ekonomiskā sacensība, konkurence ir tirgus saimniecības neatņemama pazīme, uzņēmēju, firmu ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas mehānisma nozīmīgs elements. Tirgus ekonomikas teorijā parasti tiek izdalītas četras tirgus struktūras, kas vienlaikus tiek raksturotas kā konkurences veidi.

Konkurences veidi: 1) pilnīgā konkurence; 2) monopols un monopsons; 3) oligopols un oligopsons; 4) monopolistiskā konkurence. Kādi kritēriji nosaka šādu konkurences klasifikāciju?

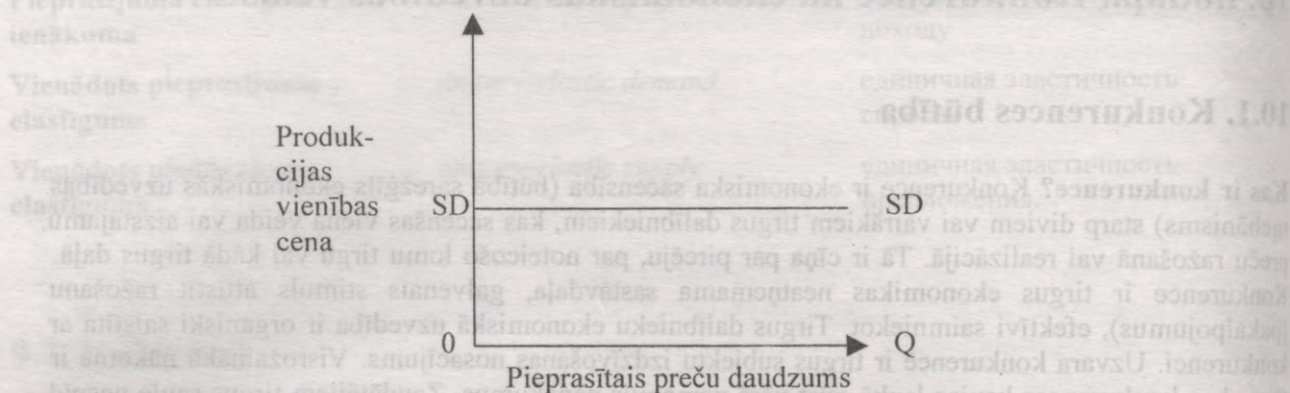
Kritēriji. *Pirmkārt*, tā ir iespēja ietekmēt tirgu, t.i., praktiski tirgus cenas, par kurām firma realizē savu produkciju. Interesanta ir šāda sakarība: jo mazākā mērā firma spēj regulēt tirgu, kurā tā darbojas, jo konkurences spējīgāks ir šāds tirgus. *Otrkārt*, tas ir pārdevēju skaits, kas darbojas tirgū. *Treškārt*, pircēju skaits tirgū. *Ceturtkārt*, tas ir realizējamās produkcijas veids. *Piektkārt*, tie ir nosacījumi iekļūšanai kādā nozarē. *Sestkārt*, tie ir ārpuscenas konkurences apmēri. Dažkārt tiek minēts vēl septītais kritērijs, t.i., iespēja saņemt nepieciešamo tirgus un tehnisko informāciju.

Apskatīsim secīgi minētos konkurences veidus caur ekonomiskās uzvedības prizmu.

10.3. Pilnīgā konkurence

Raksturīgās iezīmes. Lai kādai konkrētai tirgus struktūrai būtu raksturīga pilnīgā konkurence, ir nepieciešams liels skaits uzņēmumu, firmu, kuri piedāvā šajā tirgū galvenokārt vienveidīgu produkciju. Atsevišķas firmas ražošanas apjoma izmaiņas šādos apstākļos nespēj vērā ņemami ietekmēt kopējo produkcijas izlaidi un piedāvājumu. Līdz ar to pārdevējiem nav iespējams paaugstināt cenu virs tā līmeņa, kas izveidojies dotās preces kopiedāvājuma un kopieprasījuma iespaidā. Šo cēloņsakarību labi raksturo 10.1. shēma.

Pieprasījuma likne pilnīgās konkurences apstākļos



10.1 shēma rāda, ka firmas piedāvājums un pircēju pieprasījums neietekmē produkcijas cenu līmeni. Ne pircējs, ne pārdevējs nespēj partnerim diktēt cenu. Ja kāda firma mēģinās paaugstināt cenu, pircējs bez grūtībām atradīs citu partneri, kas pārdos produkciju par vispārējo tirgus cenu. Cenu pazemināšanas gadījumā firmas iespēja piesaistīt sev jaunus pircējus būs neliela, jo tās ražošanas un piedāvājuma apjoms dotās preces tirgū ir mazs. Šīs tirgus struktūras īpatnība ir tāda, ka pircēji ir pilnīgi brīvi pārdevēju izvēlē. Firmas var brīvi bez speciālu šķēršļu pārvarēšanas iekļauties konkrētā tirgū, brīvi saņemt visu nepieciešamo tirgus informāciju.

Konkurence biržā. Pilnīgā konkurence kopumā ir abstrakts modelis, tas raksturo tirgus struktūras pamatprincipus. Praktiski šī konkurences forma ar dažām novirzēm pastāv vienvēidīgo preču biržās. Rietumu pasaules biržās tiek pārdota tāda standartizēta produkcija kā labība, kafija, nafta, daži metāli, arī valūta. Sākotnējo ražotāju pārdevēju skaits parasti sniedzas daudzos tūkstošos. Biržā pietiekami labi izpaužas jau minētās pilnīgās konkurences cenu veidošanas īpatnības. Fermeris, kura labība galu galā tiek realizēta biržā, tās cenu nespēj ietekmēt; tirgus viņam cenu uzspiež. Fermerim neatkarīgi no vēlmēm un centieniem biržas cenai jāpiekrīt. Viņa vienīgā iespēja nepakļauties biržas cenu diktātam ir labības ražošanas un pārdošanas pārtraukšana. Tas kopējā piedāvājumā būs tik neievērojams mīnuss, ka līdzsvara cena uz to nereaģēs.

Tas viss nebūt nenozīmē, ka biržas cena ir nemainīgs lielums. Visdažādākie faktori spēj gan īslaicīgi, gan arī ilgstoši biržā izmainīt kopējo piedāvājuma un pieprasījuma samēru. Rekordraža vai neraža var piedāvājuma polā krasi mainīt situāciju labības un kafijas pupiņu pasaules tirgū. Pagātnē Padomju Savienības, tagad Krievijas, labības importa lielums ietekmē graudu cenu līmeni ASV un Kanādā. Ikdienu kursa svārstības ir raksturīgas valūtas biržās. Var mērķtiecīgi ierobežot piedāvājumu (piemēram, naftas), lai kāpinātu cenas.

Brīva informācija. Uzņēmējiem kā ražotājiem, tā arī tirgotājiem bankieriem nozīmīga ir brīvi pieejamā biržas informācija par tirgus konjunktūru, t.i., par pieprasījuma un piedāvājuma samēra izmaiņām, par tendencēm cenu jomā. Šī informācija ir visai nepieciešama, lai lemtu, ko ražot, cik ražot, un lai novērtētu peļņas gūšanas perspektīvu. Dokumentālā filmā par fermeru dzīvi ASV tika parādīts, kā fermers sieva, mācīta ekonomiste, uzmantojot personālo datoru, regulāri vāc plašas ziņas no visas pasaules par stāvokli labības biržās, apstrādā speciālistu prognozes, lai uz to pamata plānotu savai fermei sējumu struktūru, paredzētu ražas apmērus, pat slēgtu līgumus par tās pārdošanu.

Izmaksu pazemināšanas stimulēšana. Pilnīgās konkurences apstākļos cenu veidošanās specifika determinē firmu pūliņu ievirzi peļņas palielināšanas jomā. Ja firma nespēj ietekmēt cenu, tad paliek alternatīva – ražošanas izmaksu samazināšana. Tas stimulē jaunāko tehnoloģiju lietošanu, efektīvu risinājumu meklējumus organizācijā un pārvaldē. Var censties arī palielināt ražošanas apmērus. Atsevišķs uzņēmējs, firma var cerēt uz noieta paplašināšanos, ja tiks pazemināta cena. Visreālāk tas būs tad, ja izdosies samazināt vidējās izmaksas. Minēsim šādu vienkāršotu piemēru. Kādas preces vienības stabila cena ir 100 latu, tās ražošanas izmaksas – 90 latu, peļņa – 10 latu. Ja preces vienības ražošanas izmaksas izdodas samazināt līdz 80 latiem, precī var mēģināt pārdot par 95 latiem. Tas pievilinās ierobežotu pircēju skaitu (piedāvājuma īpatsvars kopējā preču masā būs neliels), dodot iespēju firmai realizēt lielāku produkcijas daudzumu un saņemt par katru preces vienību 15 latu lielu

peļņu iepriekšējo 10 latu vietā. Šajā gadījumā veidosies tā saucamā papildu peļņa – ikviena uzņēmēja ilgotais sapnis. Lasītājs iebildīs, ka cenu gan nevajadzētu pazemināt, jo tad peļņa būtu vēl lielāka. Ievērosim, ka mūsu piemērā ir runa ne tikai par izmaksu samazināšanu, bet arī par ražošanas apjoma palielināšanu. Pastāvot kopumā piesātinātam tirgum, papildu produkcijai varētu rasties noieta grūtības. Zemāka cena izpaužas kā konkurences iedarbīgs ierocis ar uzdevumu atvilināt pircēju no sāncenša.

Parasti tiek uzsvērts, ka pilnīgā konkurence nav saistīta ar cenu konkurenci. Tā tas pamatos arī ir. Taču šo atziņu nedrīkst izmantot dogmatiski. Patiešām, biržā cenu karam nav vietas. Tas nebūt nenozīmē, ka minētās tirgus struktūras ietvaros cenu ierocis nekad un nekur netiek lietots. *Pirmkārt*, daļu attiecīgo preču pārdod arī ārpus biržas, it sevišķi nelielā apjomā. *Otrkārt*, praktiski nosacījumi var būt tādi, ka uzņēmējs, lai ekonomiski izdzīvotu, ir spiests ķerties pie cenu konkurences.

Pilnīgā konkurence un brīvā konkurence. Šīs nodaļas nobeigumā jāuzsver, ka nedrīkst jaukt vienu no konkurences veidiem – pilnīgo konkurenci – ar ievērojami plašāku jēdzienu – brīvās konkurences kapitālismu. Pēdējam ir raksturīgas daudzas un dažādas konkurences formas, to starpā arī daži nepilnīgās konkurences veidi. Brīvās konkurences kapitālisms bieži tiek saistīts ar noteiktiem vēsturiskiem ietvariem – vairāk ar 18. un 19. gadsimta attīstīto kapitālisma valstu ekonomisko iekārtu, kad saimniekošanā bija raksturīgs “visu karš pret visiem”. 20. gadsimtā ekonomikas avanscēnā aktīvi sāka darboties oligopoli un atsevišķi monopoli. Plaši sāka runāt par nepilnīgo konkurenci kā mūsdienu ekonomikas raksturīgu pazīmi. Neattaisnojās marksisma tēze, V. Ļeņina mācība, ka brīvās konkurences kapitālismu gadsimtu mijā nomainīs monopolistiskais kapitālisms, visuvareno oligopolu un monopolu kundzība. Realitāte ir visai sarežģīta un pretrunīga; joprojām pārsvarā skaita ziņā ir sīkie un vidējie uzņēmumi (strādājošo skaits līdz 500). Pilnīgā konkurence, kaut arī ne visai izplatīta, ir mūsdienu tirgus ekonomikas raksturīga pazīme. Lai saprastu mūsdienu tirgus saimniecības funkcionēšanu, jāpievēršas nepilnīgās konkurences formu analīzei.

10.4. Nepilnīgā konkurence

Nepilnīgā konkurence sākas tur un tad, kur un kad kādam uzņēmumam, firmai, it sevišķi apvienībai konkrēto ražojumu vai pakalpojumu tirgū ir tāds stāvoklis, ka tie spēj ietekmēt attiecīgo preču cenu veidošanos un to līmeni, diktēt piedāvājuma apjomu. Šādai konkurencei ir vairākas specifiskas pamatformas. Pievērsīsimies to raksturojumam.

10.4.1. Monopols un monopsons

Viens pārdevējs un viens pircējs. Nepilnīgās konkurences galējais variants ir absolūts monopols, kad konkrētu preču ražošanas jomā vai veselā apakšnozarē darbojas tikai viens pārdevējs (grieķu valodā monopolists nozīmē: *mono* – viens, *polist* – pārdevējs). Monopolists pārdevējs attiecībā uz dažiem specifiskiem ražošanas resursiem ir vienlaikus arī vienīgais pircējs – monopsons. Tieši monopolstāvoklis dod iespēju monopolistam noteikt monopolcenas, kas pārdošanas variantā ir augstākas par cenu pilnīgās konkurences apstākļos, bet monopsonam pirkšanas variantā – zemākas. Šādas ekonomiskās rīcības mērķis ir gūt monopolpeļņu, kuras apjoms ievērojami pārsniegtu jau minēto normālo peļņu.

Absolūtais monopols. Rietumu tirgus ekonomikas valstīs absolūtais monopols ir reta parādība. Kā piemērs parasti tiek minēts ASV alumīnija kompānija ALCOA, kas līdz Otrajam pasaules karam šajā valstī bija vienīgais alumīnija ražotājs. Kara gados stāvoklis mainījās: ALCOA radās divi lieli konkurenti un vairāki nelieli sāncenši.

Monorazotājs vēl nav monopolists. Absolūtais monopols bieži ir sastopams mazās valstīs, kur pastāv šaurs iekšējais tirgus. Savas īpatnības monopolisma jomā ir arī Latvijā. Kā sociālisma mantojums sākotnēji darbojās daudzi relatīvi lieli uzņēmumi, kas vieni pārstāvēja veselu apakšnozari valstī un kas agrāk bija monopoli pat visā Padomju Savienībā. Tādi monopoli tika speciāli veidoti. Te var minēt akciju sabiedrību “Rīgas Vagonu rūpnīca”, Rīgas Autoelektroaparātu rūpnīcu, Valsts Hidrometeoroloģisko rīku fabriku “Prognoze” u.c. Konkrētu produkcijas veidu monorazotāji Latvijā bija akciju sabiedrība “Aurora”, kokvilnas ražošanas apvienība “Rīgas manufaktūra”, Rīgas Valsts Elektromašīnbūves rūpnīca, Rīgas Valsts Dīzeļbūves rūpnīca, Valsts ādu apstrādes uzņēmums

“Kosmoss”, zīda audumu ražošanas apvienība “Rīgas Audums”, Valsts ražošanas un tirdzniecības firma “Laima” u.c. Te ir nepieciešama viena piebilde. Monoražotājs kādā valstī ne vienmēr ir arī monopārdevējs, t.i., monopolists nacionālajā tirgū, jo tur ar vietējo produkciju var aktīvi konkurēt importa preces. Šāda situācija veidojas arī Latvijas tirgū. “VEF” telefona aparāti nebūt nav vienīgie, ko var nopirkt valstī. Arī “Laimas” šokolādei ir ārzemju konkurenti. Vienlaikus uzsversim, ka monopolisma pārvarēšana Latvijā joprojām ir aktuāls uzdevums pārejā uz normālu tirgus ekonomiku, jo monopoli ir kavēklis konkurences spēka atraisīšanā.

Dabiskais monopols. Tas ir tāds tirgus dalībnieks, kam konkrētā tirgū ir ekonomisks izņēmuma stāvoklis, jo konkurences iespējas ir izslēgtas vai ierobežotas objektīvu iemeslu dēļ. Dabiskie monopoli parasti sastopami komunālajā saimniecībā, sakaru sistēmās, dažās transporta nozarēs, elektrības pārvadē. Šeit nav racionāli veidot paralēlus konkurējošus uzņēmumus, jo krasi pazemināsies nozares efektivitāte. Ja kādam censonim ienāktu prātā vienā rajonā būvēt trīs paralēlas kanalizācijas sistēmas vai piecas ūdensvada līnijas konkurences attīstības vārdā, tad šādus projektus derētu novērtēt ar pazīstamu teicienu “Prātīn, nāc mājās”. Dabiskie monopoli ir neizbēgami, nepieciešami. Tie parasti atrodas valsts un pašvaldību pārziņā. Speciāli orgāni nosaka dabisko monopolu produkcijas, pakalpojumu tarifus. Piemēram, “Latvijas gāze” paredzamā laikā ir tipisks dabisks monopols nozarē, kur konkurence ir neiespējama, bet krietni sarežģītāks jautājums ir par “Lattelekom”. Ārzemju sakaros “Lattelekom” ir nopietns konkurents “Call Back”, kas sniedz sakarus par lētāku tarifu. Bet “Lattelekom”, atsaucoties uz vienošanos ar Latvijas valdību, kategoriski prasa “Call Back” sakarus kā nelikumīgus pārtraukt, draud atvienot no “Lattelekom” sistēmas tos “nekaunīgos” klientus, kas it kā nelikumīgi lieto lētākus sakaru pakalpojumus. “Lattelekom” konkurenti ir mobilo telefonu firmas. Šodien nobrieduši apstākļi, ka Latvijā paralēli “Lattelekom” ir iespēja izvērst konkurējošas telefonsistēmas. Akciju sabiedrības “Lattelekom” kontrolpakete (51% akciju) pieder Latvijas valstij, tāpēc, šķiet, ir iespēja lauzt sākotnējo līgumu ar ārzemju partneriem, kas sev nodrošināja dabiskā monopola statusu uz ilgstošu periodu. Šī vienošanās būtībā ir pretrunā ar Latvijas jaunāko konkurences likumu. Jumta līgums ar ārzemju partneri ir tā sastādīts, ka centieni saīsināt “Lattelekom” monopollaiku prasīs no Latvijas valdības daudzus miljonus dolāru. Domājams, ka šāda situācija saistās ar Latvijas augstāko ierēdņu korupciju. Īpaša vieta Latvijas ekonomikā ir AS “Latvenego”. Tās privatizācijas mēģinājumi saskārās ar Latvijas iedzīvotāju negatīvo nostāju pret nozīmīgā stratēģiskā objekta atdošanu privātās rokās.

Pamatpazīmes. Var izdalīt piecas monopolisma attiecībām raksturīgas pamatzīmes. *Pirmkārt*, kāda konkrēta produkta (pakalpojuma) tirgū ir tikai viens vienīgs pārdevējs; tā ir firma vai apvienība, kas vienlaikus ir arī vienīgais šīs produkcijas ražotājs (pakalpojumu sniedzējs). Tiek atzīmēts, ka tādā gadījumā firmas vai apvienības un apakšnozares piedāvājums saskan. *Otrkārt*, monopolstāvokli nostiprina tad, ja attiecīgajai produkcijai (pakalpojumiem) nav līdzīgu un vērā ņemamu aizstājēju. Tas monopolizēto apakšnozari pasargā no substitūtu konkurences. Līdz ar to monopolistam nav jāizmanto reklāma kā konkurences ierocis. *Treškārt*, monopolists diktē cenas. *Ceturtkārt*, ekonomiski, dažkārt arī administratīvi šķēršļi traucē potenciālu konkurentu iekļūšanu apakšnozarē. *Piektkārt*, tehniskā un ekonomiskā informācija tiek rūpīgi slēpta; tiek lietotas visdažādākās ārpuscenu konkurences metodes.

10.4.1.1. Monopoldarbības pamatvirzieni

Monopols kā vienošanās, nolīgums. Maldīgs ir uzskats, ka monopols ir atsevišķs liels uzņēmums, kas kā vienīgais nozarē tur ir kungs un diktators. Monopols visai bieži ir nozares varenāko uzņēmumu vienošanās, nolīgums, apvienība. Par ko parasti vienojas monopola dalībnieki? *Pirmkārt*, par cenu līmeni. Norunā, ka precī nepārdos par cenu, kas ir zemāka par noteikto līmeni. Tie ir centieni nepieļaut nozarē cenu konkurenci, nodrošināt monopolcenu diktātu. *Otrkārt*, par tirgus sadali. Šāds piemērs ir vienošanās pasaules karu starplaikā starp Igaunijas un Latvijas cementa ražotājiem. Saskaņā ar speciālu nolīgumu Igaunijas teritorijā un Ziemeļlatvijā drīkstēja pārdot tikai igauņu firmas “Asserīn” cementu, bet pārējā Latvijā – vienīgi Rīgas rūpnieka C. H. Šmita cementu. Šādas vienošanās mērķis bija novērst cementa pārdošanā konkurenci, minētās teritorijās noteikt monopolcenu. *Treškārt*, par ražošanas kvotām uzņēmumiem – monopolvienošanās dalībniekiem. Tā ir vienošanās par ražošanas apmēru. Runa ir par piedāvājuma iegrožošanu, brīžiem par deficīta mākslīgu radīšanu, lai uzturētu augstas monopolcenas. *Ceturtkārt*, par kopēju stratēģiju zinātnes un tehnikas jaunāko sasniegumu ieviešanā. Tā parasti ir vienošanās savā starpā nekonkurēt ar novitātēm, kvalitāti, zemākām ražošanas

izmaksām. Var būt vienošanās jaunāko tehniku un tehnoloģiju visiem monopola dalībniekiem ieviest vienlaikus.

Visi šie četri monopoldarbības virzieni liecina, ka monopoli visvisādi cenšas nepieļaut konkurenci, lai tā saglabātu nosacījumus savai kundzībai tirgū. Tas nebūt nenozīmē, ka, pastāvot it kā visuvareniem nozaru (apakšnozaru) monopoliem, konkrēto preču ražošanā un pakalpojumu sniegšanā konkurence ir totāli neiespējama. Šīs problēmas labākai izpratnei jāraksturo monopolu izcelšanās un formas.

Monopolu veidošanās motīvi. Nozarē (apakšnozarē) starp lielākajiem un varenākajiem notiek nesaudzīga konkurence, kas prasa prāvus līdzekļus un saistās ar sāpīgiem zaudējumiem. Šī cīņa atgādina smagsvara bokseru tikšanos ringā, kad nevienam neizdodas gūt izšķirošu pārsvaru, bet pamatīgi apdauzīti un nokausēti ir abi. Nobriest centieni kautiņā neiesaistīties, konkurences radītos zaudējumus novērst. Tas iespējams, lielajiem uzņēmumiem apvienojoties, slēdzot visdažādākā rakstura vienošanās, lai pilnīgi kontrolētu situāciju, būtībā monopolizētu noteiktu preču tirgu. Tādi ir monopolu veidošanās motīvi. Ja attiecīgā jomā konkurē liels skaits sīko un vidējo uzņēmumu bez izteiktiem gigantiem līderiem, kam tirgū ir ievērojams pārsvars, monopolu veidošanās nav iespējama. Jo mazāk nozarē ir lielu savā starpā konkurējošu uzņēmumu, jo retāka ir monopolu veidošana.

Galvenās monopolu formas. Vienkāršākās monopolu formas ir īslaicīgas vienošanās ar visdažādākajiem nosaukumiem: konvencijas, puli, korneri, ringi utt. Vienošanās pastāvēja starp vienas nozares vislielākajiem uzņēmumiem par noteiktu cenu līmeni, maksimāli pieļaujamo ražošanas apjomu, tirgus sadali, patentu izmantošanu. Šo vienošanos mērķis bija nepieļaut cenu konkurenci, ierobežot preču piedāvājumu u.tml. Mainoties lielo uzņēmumu spēku samēram, šādas monopolvienošanās bieži vien saira.

Kartelis ir stabila ilgtermiņa vienošanās starp vienas nozares uzņēmumiem. Tās dalībnieki vienojas par pārdošanas noteikumiem, maksāšanas termiņiem, daļa savā starpā realizācijas tirgu, nosaka ražošanas kvotas, cenas utt. Karteļa dalībnieki saglabā patstāvību ražošanas un komerciālā darbībā.

Sindikāts ir vairāku tādu uzņēmumu apvienība, kuri parasti ražo vienveidīgu produkciju. Tā atšķirīga pazīme ir tāda, ka produkciju realizē nevis katrs uzņēmums atsevišķi, bet to dara vienots sindikāta kantoris. Tas kopējām vajadzībām dažkārt iepērk izejvielas. Atšķirībā no karteļa sindikāts likvidē atsevišķa uzņēmuma tiešo saikni ar noieta tirgu un līdz ar to ierobežo tā komerciālo neatkarību.

Trests ir uzņēmumu apvienība, kurā tie zaudē ne tikai komerciālo, bet arī ražošanas neatkarību. Trests parasti ir liela akciju sabiedrība, kuras vadība praktiski pārzina struktūrvienību darbību. Trestā ietilpst gan vienas nozares dažādi uzņēmumi, gan arī uzņēmumi, kuri veic izejvielu secīgu pārstrādi.

Koncerns ir liela mēroga daudznozaru uzņēmumu komplekss. Koncernam ir raksturīga vienota stratēģiskā vadība un tajā ietilpstošo uzņēmumu, sabiedrību formāla patstāvība. Koncerna sastāvā var darboties no 10 līdz 100 dažādu nozaru uzņēmumu, kas var būt izvietoti dažādās valstīs un kontinentos. Tajos parasti ietilpst kā rūpniecības, tā arī tirdzniecības, banku, apdrošināšanas un transporta kompānijas.

Arī mazāku apvienību ietvaros attīstās atšķirīgu nozaru ražotnes, kas nav saistītas ne ar sabiedrības sākotnējo, ne arī pamatdarbību. Šo procesu sauc par ražošanas **diversifikāciju**, bet šāda tipa apvienības – par **konglomerātiem**. To pārvalde sagādā nopietnas grūtības. Šī iemesla dēļ virkne konglomerātu sairst. Diversifikācijas motivācija saistās ar vienas nozares neveiksmi kompensēt citu nozaru veiksmi.

Mūsdienu īpatnība ir tāda, ka veidojas sarežģītas monopoldarbības struktūras, piemēram, trestu karteļi. Varenu monopolu filiāles izplešas pa visu pasauli. Par ievērojamu globālu spēku ir kļuvušas transnacionālās korporācijas: kādas attīstītas valsts nacionālās sabiedrības, ieguldot līdzekļus gan citās attīstītās, gan jaunattīstības valstīs, veidojas par liela mēroga starptautiskām apvienībām, kuru loma arvien pieaug konkrētu zemju tautsaimniecībā.

10.4.1.2. Monopols un konkurence

Monopoli un iekšnozaru konkurence. *Pirmkārt*, nozaru monopolistiskajās apvienībās nebūt nevalda idille un pilnīga saskaņa. Šeit notiek nemītīga cīņa par tirgus pārdali, par ražošanas kvotu izmaiņām, par līdera pozīciju cenu noteikšanā, par tiesībām pirmajiem ieviest novitātes. *Otrkārt*, nozarē (apakšnozarē) var darboties ārpus monopolapvienībām stāvoši sīki vai vidēji uzņēmumi, tā saucamie autsaideri. Monopoli cenšas šos svešiniekus iznīcināt. Pēdējie savukārt nopūlas ar zemākām cenām daļu pircēju no monopoliem atvilināt. Konkrētā variantā šādi autsaideri ne vienmēr izput, jo augstākas monopolcenas dod iespēju pat ar zemākām cenām, kas vilina pircējus, sekmīgi izdzīvot. *Treškārt*, lielvalstu nacionālajiem monopoliem savos centienos nostiprināt pozīcijas pasaules tirgū ir jāizvērs konkurence gan ar citu lielvalstu nacionālajiem monopoliem, gan ar tiem uzņēmumiem, firmām, kas jaunattīstības zemēs izmanto lēto darbaspēku un ievērojami mazāk tērē dabas aizsardzībai un sociālām vajadzībām, tāpēc spēj preces piedāvāt par zemākām cenām. Visai bieži konkurences laukā saduras cena un kvalitāte. Vienas nozares, bet dažādu valstu monopoli brīžiem cīnās par izejvielu avotiem svešās zemēs citos kontinentos.

Monopoli un starpnozaru konkurence. *Pirmkārt*, monopolstāvokli dotās preces tirgū apdraud aizstājēji (substitūti), kas ražoti citās nozarēs, piemēram, visdažādākā sintētika, plastmasas. *Otrkārt*, vienas nozares (apakšnozares) monopoli, visreālāk koncerni, izvērsot darbību, cenšas ielauzties, iekarot pozīcijas citās nozarēs, neizbēgami izvērsas konkurence starp nozares līdzšinējo monopolu un ienācēju no citas sfēras. *Treškārt*, īpatnēja ir ārēji maz jaušamā konkurence par pircēju kabatu. Tas būtībā saistās ar to, ka pircēju pieprasījumu ierobežo to ienākumu lielums. Ja vienas nozares monopols savām precēm “uzskrūvē” cenas, tad citas nozares monopolam var sarukt pieprasījums: pircēju kabata neļaus par augstām monopolcenām pirkt iepriekšējā daudzumā gan vienas nozares, gan otras nozares monopolu preces. Monopoliem jācīnās par to, lai pircēju prioritāte, tātad izvēle saistītos tieši ar vienu produkciju un pakalpojumiem. Šai ziņā reālas priekšrocības ir dabiskiem monopoliem. To uzskatāmi varam vērot Latvijā. Ja tādi dabiski monopoli kā “Lattelekom” vai “Latvenergo” paaugstina tarifus, tad pieprasījums sarūk citās nozarēs, it sevišķi tanīs, kuru produkcija vai pakalpojumi nepieder pie pirmās nepieciešamības precēm.

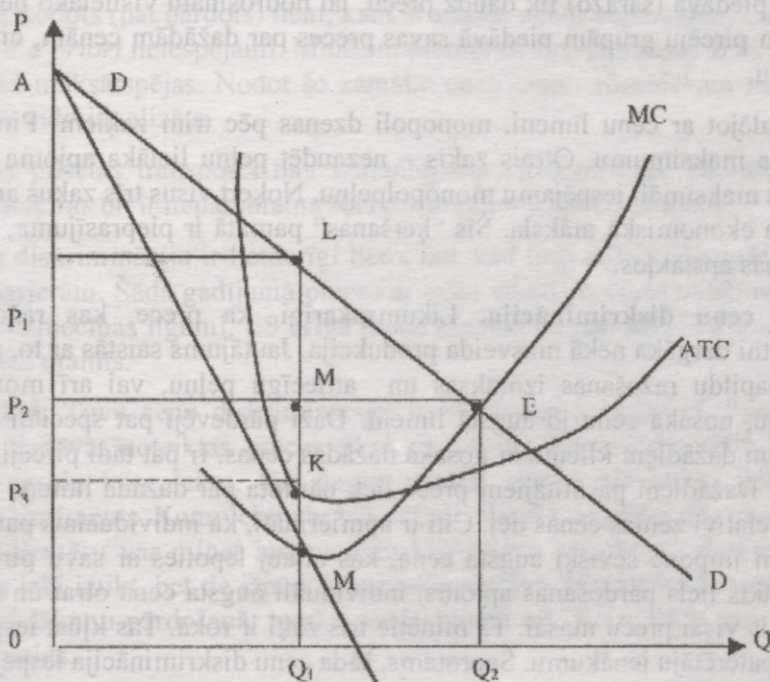
Konkurence un privatizācija. Postsociālistiskajām zemēm veļas pāri privatizācijas vilnis. Ne mazums privatizētu uzņēmumu ir potenciāli konkurenti vareniem ārzemju monopoliem. Pēdējie nebūt nav sajūsmā, ka privatizēti uzņēmumi kā autsaideri ar lētu darbaspēku un mazām izmaksām dabas aizsardzībā un sociālajā aprūpē sekmīgi konkurēs ar “veciem vilkiem” visā pasaulē. Tāpēc tiek pieņemts stratēģisks lēmums: gaidāmo konkurentu saknē iznīcināt. Ko darīt? Uzņēmumus potenciālos konkurentus bagātie monopoli privatizē. Mērķis – nevis attīstīt ražošanu, pilnveidot tehniku, tehnoloģiju, organizāciju pārvaldi, bet likvidēt, noslaucīt no zemes virsas, lai šādi atbrīvotos no konkurenta. Dažkārt privatizācijas līgumā tiek fiksēts, ka uzņēmuma profils jāaglabā noteiktu gadu skaitu, ka jāīsteno investīcijas. Bet arī šeit ir “eleganta” izeja. Uzņēmumu mērķtiecīgi un ātri noved līdz bankrotam. Neko vairs nevar glābt. Uzņēmums par prieku monopolam saskaņā ar likumu tiek likvidēts. Mērķis sasniegts – konkurenta vairs nav.

10.4.1.3. Monopoli un saimniekošanas efektivitāte

Efektivitāte krītas. No pirmā acu uzmetiena varētu likties, ka monopolapvienība, tieši otrādi, aktīvi kāpina saimniekošanas efektivitāti: liels ražošanas apjoms, iespēja izvērst darba dalīšanu, jaudīgas investīcijas. Tomēr sīkāka prakses analīze sniedz citu ainu. *Pirmkārt*, lai maksimizētu peļņu, monopolapvienība bieži iegrožo savas darbības apjomu (ierobežo piedāvājumu). Tādējādi, salīdzinot ar pilnīgo konkurenci, monopola ražošanas apjoms ir relatīvi mazāks, peļņa absolūti lielāka. Šis atziņas sakarības var izsekot pēc 10.2. shēmas.

10.2. shēma

Firmas peļņas maksimizācija nepilnīgās konkurences apstākļos



Pirmkārt, ja īstenotos pilnīgās konkurences variants, izlaides apjomu Q_2 noteiktu krustpunkts E (šeit krustojas galējo izmaksu līkne MC ar pieprasījuma līkni D). Tīrģus cena līdzinātos P_2 . Monopolisma variantā izlaides apjoms būtu mazāks ($Q_1 - Q_2$) nekā pilnīgās konkurences apstākļos. Kā jau bija gaidāms, cena (monopolcena) būtu augstāka ($P_1 > P_2$). Svarīgi noskaidrot, kādu zaudējumu sabiedrība cietīs monopola dēļ. To konstatēt ir gaužām vienkārši. Tas līdzinās laukumam NEL. Savukārt laukums LEM ir pircēja tiešais zaudējums. Izskaidrojums grūtības nerada. Pilnīgās konkurences apstākļos pircējs spēs nopirkt Q_2 vienību preču par cenu P_2 . Nepilnīgā konkurence, monopols situāciju būtiski maina. Pircējs varēs nopirkt mazāk preču, proti, Q_1 par cenu P_1 . Šo sakarību mēs jau minējām atbilstoši visai produkcijas izlaidei analīzes sākumā.

Vai zaudētājs ir arī monopols? Grūts jautājums, jo atbilde nav vienozīmīga. No vienas puses, monopols ir zaudētājs, jo saņem mazākus ienākumus mazākas produkcijas (pakalpojumu) izlaides dēļ. Šo zaudējumu pārstāv laukums MNE. No otras puses, monopols piesavinās to patērētāju zaudējumu daļu, kas atbilst taisnstūrim P_1LNP_2 . Ievērosim, ka pilnīgās konkurences apstākļos patērētāja ienākums līdzinās laukumam P_2AE .

Otrkārt, monopolam kā vienīgajam pārdevējam nav aktīvas motivācijas īstenot plašas investīcijas, lai samazinātu ražošanas izmaksas. Monopolam raksturīgs konservatīvisms. Kāpēc censties, pūlēties, tērēt līdzekļus, pielāgoties tirgus prasībām, ievērot tā izmaiņas, ja mērķi, resursu augstāku atdevi, peļņas maksimizāciju var sasniegt ar monopolistisku uzvedību, konkurences nepieļaušanu, zināmās robežās ar monopolcena.

Treškārt, monopola uzvedības rūpju objekts ir nepārvaramu barjeru uzsliešana jaunienācējiem. Tā ir ne tikai konkurences nepieļaušana no autsaideru puses, bet arī spēcīgi aizsprosti jaunām idejām, radošai iniciatīvai, principiāla barjera novitātēm. Tā pretrunīgās formās monopoli ir saimniekošanas efektivitātes kāpināšanas bremze, progresa kavēklis.

10.4.1.4. Cenu diskriminācija

Izlaides ierobežošana. Monopoli varā ir iegrožot izlaidi, mērķtiecīgi radīt deficītu un šādi kāpināt cenu. Tā ir tipiska monopola uzvedība savos centienos grābt augstāku monopolcenu. Palielinot izlaidi tirgū, mainās samērs starp piedāvājumu un pieprasījumu. Monopols var pretoties zemākai līdzsvara cenas veidošanai, proti, mēģinot lielāku daudzumu pārdot par visaugstāko monopolcenu. Bet vai

atradīsies maksātspējīgi pircēji? Visai iespējams, ka ne! Monopolu uzvedība (reakcija uz reālu situāciju tirgū) var īstenoties vairākos atšķirīgos variantos. *Pirmkārt*, pārdošanas apjoms, gribi vai negribi, saruks. Monopolam jāsamierinās ar mazāku peļņas masu. *Otrkārt*, monopols reāli novērtē tirgus ietilpību un piedāvā (saražo) tik daudz preču, lai nodrošinātu vislielāko peļņas masu. *Treškārt*, monopols dažādām pircēju grupām piedāvā savas preces par dažādām cenām, citiem vārdiem, īsteno cenu diskrimināciju.

Trīs zaķi. Manipulējot ar cenu līmeni, monopoli dzenas pēc trim zaķiem. Pirmais zaķis – panākt realizācijas apjoma maksimumu. Otrais zaķis – nezaudēt peļņu lielāka apjoma dēļ. Trešais zaķis – kopsummā saņemt maksimāli iespējamu monopolpeļņu. Noķert visus trīs zaķus ar cenu diferenciācijas palīdzību ir augsta ekonomiskā māksla. Šīs “ķeršanas” pamatā ir pieprasījuma, tirgus paplašināšana monopolu kundzības apstākļos.

Pirmās pakāpes cenu diskriminācija. Likumsakarīgi, ka prece, kas ražota pēc individuāla pasūtījuma, ir krietni dārgāka nekā masveida produkcija. Jautājums saistās ar to, par cik dārgāka? Vai cena tikai sedz papildu ražošanas izmaksas un attiecīgu peļņu, vai arī monopolists, novērtējot pasūtītāju – pircēju, nosaka cenu jo augstā līmenī. Daži pārdevēji pat speciāli vāc informāciju par pasūtītāju pircēju un dažādiem klientiem nosaka dažādas cenas. Ir pat tādi pircēji, kuriem augstā cena ir vilinošs faktors. Dažādiem pasūtītājiem prece tiek pārdota par dažāda līmeņa monopolcenu. Vieni pasūta precī tieši relatīvi zemas cenas dēļ. Citi ir apmierināti, ka individuālais pasūtījums ir dārgs, bet ne pārāk. Trešajam imponē sevišķi augsta cena, kas atļauj lepoties ar savu pirktspēju citu priekšā. Tādējādi tiek panākts liels pārdošanas apjoms, individuāli augsta cena otrai un trešai precei, maksimāls peļņas līmenis visai preču masai. Tā minētie trīs zaķi ir rokā. Tas kļūst iespējams, jo monopols piesavinās it visu patērētāju ienākumu. Sprotams, šāda cenu diskriminācija iespējama tikai nepilnīgās konkurences apstākļos. Pilnīgā konkurence neizbēgami vienādām precēm izlīdzinās cenas, veidosies līdzsvara cena ar visai mazu svārstību amplitūdu.

Otrās pakāpes cenu diskriminācija. Kā rosināt potenciālu pircēju pieprasīt lielāku dotās preces daudzumu? Motivāciju var regulēt ar cenu atlaidēm. Tās mēdz ietērt psiholoģiski pievilcīgā formā. “Pirksi pie mums brilles, otrās brilles saņemsi par velti,” vēstī reklāma. “Pirksi vairāk par diviem pāriem zeķbikšu, saņemsi 20% atlaidi,” informē cita reklāma. “Laikā no 10. jūnija līdz 24. jūnijam 10% Līgo svētku atlaide,” lasām krāšņā svētku plakātā. Visas šīs reklāmas ir tipisks mušpapīrs, kas ar savu lipīgo virsu piesaista saldumu kārās mušas. Cenu atlaide pievelk pircēju, kas naivi domā, ka pirkums būs patiešām lēts ķēriens. Būtībā mums ir darīšana ar otrās pakāpes cenu diskrimināciju, kad cenu atlaide ir psiholoģiski slazdi, kas veikli maskē augsto monopolcenu.

Cenu atlaidi atkarībā no daudzuma plaši izmanto arī vairumtirdzniecībā. Šī atlaide dažkārt līdzinās izmaksu samazinājumam, jo tiek pārdotas lielas preču partijas.

Monopolisti īsteno arī uzcenojumu politiku. Tiek piedāvāts papildu pakalpojums, aprīkojums, atļauts izvēlēties pircējam tīkamu dizainu. Uzcenojums liekas attaisnots, kompensē papildu izmaksas. Tā to uztver maksātgatavs pircējs. Pārdevējs cenšas uzcenojumā ietilpināt monopolpeļņas daļu. Dzīšanās pēc trim zaķiem pieņem visdažādākās formas. Aktīvi izpaužas resurss uzņēmējspējas. Cenu diskrimināciju plaši izmanto aviosabiedrības. Biļete pirmdien vai otrdien turp, bet piektdien atpakaļ ir krietni dārgāka nekā biļete piektdien turp un pēc nedēļas svētdienā atpakaļ. Naudīgi biznesmeņi, nokārtojuši savas uzņēmējdarbības, piektdien kā likts dosies mājup. Viņi augstākā tarifa dēļ vēl divas “tukšas” dienas svešā pusē nepaliks. Cita motivācija ir tūristiem, kam maks ir krietni plānāks. Lētāks tarifs saistās ar iespēju no tūrisma viedokļa maksimāli lietderīgi izmantot gaisa kuģus, ekonomiski izdevīgāk izmantot to jaudu. Arī telefona tarifi – dārgāki dienā un lētāki vakaros un naktī – ir ne tikai tehniskās noslodzes jautājums, bet nozīmīgs ekonomisks faktors. Sakaru līnijas un iekārtas, kas stundām ilgi stāv dīkā, nes telekompānijām prāvus zaudējumus. Lētākie tarifi “tukšā laikā” palīdz šos zaudējumus mazināt.

Trešās pakāpes cenu diskriminācija. Tarifu atlaides transportā, sakaros parasti ir sociālās palīdzības forma pensionāriem, invalīdiem, studentiem, skolniekiem. No transporta uzņēmumu viedokļa lietderīgi būtu tarifa atlaides kompensēt ar dotācijām. Pretējā gadījumā jāpaaugstina parastie tarifi. Tas var novest pie monopoltarifu ieviešanas. To tautsaimnieciskās sekas ir krietni negatīvākas nekā dotāciju izsniegšana no valsts vai pašvaldību budžetiem. Teiciens “cik plats, tik garš” šeit galīgi nav vietā.

Šīs cenu diskriminācijas īpatnība ir tāda, ka cenu atlaides attiecas uz it visām dotajām precēm, piemēram, uz visām braukšanas mēnešbiļetēm studentiem.

Šī cenu diskriminācija saistās ar noteiktām likumu pārkāpuma briesmām: prece, tajā skaitā pakalpojums ar atlaidi tiek nodots (pat pārdots) tiem, kam šī atlaide nebūt nepienākas. Labvēlīgs ir variants, kad šādi pārkāpumi ir *a priori* neiespējami. Minēsim piemērus. Privātprakses ārsts diferencē honorāru atkarībā no slimnieka maksātspējas. Nodot šo zemāko cenu citam slimniekam nav iespējams. Cenu diferenciacija ir totāli individualizēta.

Tarifa atlaide vienas pilsētas transportā nav izmantojama citās pilsētās. Braukšanas mēnešbiļetes ārējais izskats krasi atšķiras un ir nepārvarams šķērslis manipulāciju censoņiem.

Trešās pakāpes cenu diskrimināciju ir lietderīgi lietot tad, kad tirgi atdalīti ģeogrāfiski vai norobežoti ar augstām muitas barjerām. Šādā gadījumā preces ar cenu atlaidēm vienā valstī neatmaksājas pārdot citā valstī. Brīvās tirdzniecības līgumi, ES brīvā preču kustība un nākotnē EIRO ieviešana apgrozībā plašā teritorijā stāvokli mainīs.

Pārdošana komplektā. Tuvu cenu diskriminācijai ir pārdošana komplektā. Paplašinot pārdošanas apjomu, iespējams piedāvāt noteiktas preces tikai un vienīgi komplektā. Gribi nopirkt vajadzīgo izstrādājumu, pērc veselu komplektu, kur nepieciešamai precei pievienoti vēl citi ražojumi, tā saucamais piespiedu sortiments. Komplekti var būt dažādi. Vieni komplekti pēc pircēja pieprasījuma ir dalāmi, citi ne. Kā piemēru var minēt instrumentu komplektu noteiktiem darbiem. Bez viena otra instrumenta varētu it labi iztikt, bet tie jāpērk komplekta sastāvā. Nedalāmo komplektu principu lieto arī parfimērijas izstrādājumu pārdošanā, trauku piedāvājumā utt. Komplekta princips nav biežs, bet ienesīgs pārdošanas veids.

Pozitīvais un negatīvais. Cenu diskriminācijas pozitīvā puse saistās ar pieprasījuma izvērsanos, turklāt pat pāri robežai, ko parasti nosaka monopoli. Konkrētā variantā cenu diskriminācija saistībā ar sociālo faktoru sekmē sociālo atvaru pārvarēšanu, rada vienādus starta nosacījumus. Maksas augstskolās spējīgi, talantīgi studenti tiek atbrīvoti no mācību maksas un sociālā barjera nekļūst par šķērslī jauniešu vispusīgai un speciālai attīstībai. Arī atlaides skolēniem un studentiem pilsētas transportā ir sociāli labvēlīgs faktors.

Cenu diskriminācija no pirmā acu uzmetiena ir izdevīga gan monopoliem, gan to pircējiem. Tomēr dziļāka analīze, pārceļot mūs no mikrolīmeņa makrolīmenī, atklāj virkni negatīvu seku. Atlaides un uzcenojumi sekmē ražošanas resursu starpnozaru un starpreģionu pārdali. Šāda pārdale ne vienmēr nes pozitīvus augļus. Veidojas disproporcijas, atsevišķu nozaru, produkcijas veidu nevajadzīga hipertrofiska attīstība, citu preču ražošanas nepamatota sarukšana. Normālais tirgus proporciju veidošanās mehānisms tiek izkropļots, zinātnieki sāk runāt par tirgus fiasko. Kļūst nepieciešamas proporciju korekcijas no valsts puses.

10.4.2. Oligopola, oligopsona ekonomiskā uzvedība

Kas ir oligopols? Tulkojot grieķu vārdu oligopols (nedaudzi pārdevēji), mēs gūstam oligopola sākotnēju raksturojumu pretmetā monopolam (viens pārdevējs).

Kas ir oligopsons? Tulkojums nepārprotams – nedaudzi pircēji. Tehnisko īpatnību dēļ oligopols var vienlaikus būt arī oligopsons. Kategoriju atšķirība izpaužas atkarībā no tā, caur kādu prizmu mēs kategoriju aplūkojam. Ja pētām attiecības caur pārdevēja prizmu, analizējam oligopolu. Ja pētām objektu caur pircēja prizmu, nonākam līdz oligopsona kategorijai. Nedaudzi pārdevēji vienlaikus ir nedaudzi pircēji.

10.4.2.1. Oligopola raksturojuma kritēriji

Pirmkārt, jau pieminētie nedaudzie pārdevēji. *Otrkārt*, parasti liels pircēju skaits. *Treškārt*, iespēja iespaidot cenu līmeni tirgū, regulēt pārdošanas apjomu. *Ceturtkārt*, realizējamās produkcijas veids. *Piektkārt*, mēģinājumi sargāt nozari no jaunienācējiem. *Sestkārt*, centieni piespiest jaunienācēju (ja tas ir pietiekami liels) pakļauties jau esošā oligopola ekonomiskajai uzvedībai. *Septītkārt*, centieni

sāncensūs izstumt no nozares. *Astotkārt*, informācija (tehniskā, ekonomiskā) tiek slēpta, brīžiem pat savstarpēji, it sevišķi no autsaideriem.

Minētie kritēriji saistās ar noteiktiem motīviem. Iekarot vietu oligopolā ir visai sarežģīti ražošanas (pakalpojumu) lielo apmēru dēļ. Oligopoli, kas darbojas attiecīgā tirgū, parasti izlaiž vienveidīgu vai vāji diferencētu produkciju. Oligopolu dalībnieki normālos apstākļos ievēro savstarpējas intereses. Tiek slēgti slepeni līgumi, kas regulē sāncensu uzvedību tirgū.

Firmu skaits oligopoliskā tirgū nepārsniedz desmit. Parasti firmu skaits ir no piecām līdz septiņām. Tā ASV praktiski 90% cigarešu tirgu kontrolē (regulē) četras firmas; tāpat četras firmas ir īstie saimnieki saldējamo iekārtu tirgū. 90% elektropuldžu tirgū arī kontrolē tikai 4 firmas. Sarežģīta situācija ir ASV automobiļu tirgū. 25% vieglo automobiļu pārdod japāņu firmu dīleri. 92% pašmāju automobiļu tirgu sadalījis oligopols ar četriem vareniem dalībniekiem. Šī ASV oligopolu darbības sfēra ir ne tikai dzimtās zemes teritorija, bet visa pasaule, kur konkurencē amerikāņu oligopoli saduras ar japāņu, franču, itāļu oligopolu. Pēdējo sastāvā sastopam firmas, kuru īpašnieki ir ASV giganti.

Sava nepārprotama loma ir efektivitātes kritērijiem saistībā ar ražošanas apmēriem. Tā konkretizējot jau iepriekš minēto tēzi, var atgādināt, ka masveida automobiļu ražošana ir efektīva, ja gada izlaide sasniedz 300 tūkstošus mašīnu. Turklāt modeļu skaitam jābūt ne mazākam par diviem. Tādējādi oligopolā no jauna var ielauzties efektīvi strādājošs "dinozaurs" ar 600 automobiļu gada jaudu. Efektivitāte kā sekmīgas konkurences nosacījums veicina uzņēmumu apvienošanu. Vakardienas sāncensī kļūst par šīs dienas sabiedrotajiem un apvienoto spēku katra interesēs izlieto, lai iekarotu plašāku tirgu.

10.4.2.2. Oligopolu konkurences metodes

Pirmām kārtām konkurenci iespaido savstarpēja atkarība. Pieņemsim, kādas preces tirgū kontrolē oligopols 4 firmu sastāvā. Viena no firmām pazemina cenu savai produkcijai un paplašina savu tirgus daļu. Cieš oligopola partneri. Kādi pretlīdzekļi spēj saglabāt šiem partneriem līdzšinējo tirgus apjomu? Ierocis viens: cenu pazemināšana. Tā var izraisīties nesaudzīga cenu konkurence.

Cenu karš. Sacensības loģika neizbēgami pārvērš cenu konkurenci nežēlīgā karā. Firmas stūrgalvīgi, pat nerēķinoties ar zaudējumiem, uz katru partnera cenu pazeminājumu atbild ar vēl lielāku cenu pazemināšanu. Konkurence "aci pret aci", "zobu pret zobu" nes zaudējumus abiem sāncensiem. Kas pirmais kapitulēs, glābdams, kas vēl glābjams, un pametīs oligopolisko tirgu? Tas ir cenu kara mērķis – padzīt konkurentu, samazināt oligopola dalībnieku skaitu un uz tā rēķina paplašināt savu tirgus segmentu. Šādam cenu karam ir sava robeža. Cena var noslīdēt līdz vidējām izmaksām (VRI), bet ekonomiskā peļņa līdz nullei. Kādas tam sekas? Visi pārdevēji oligopola locekļi nosaka cenas vienā līmenī. Kopējā produkcijas izlaide sasniedz apjomu, kas raksturīga pilnīgai konkurencei.

Neviena no firmām tālāk cenu pazemināt nevar, sāpīgi zaudējumi un bankrots kļūst neizbēgami. Prātīgāk būtu oligopola dalībniekiem vienoties par cenu līmeni. Ja oligopols praktiski kontrolē dotās preces tirgu, šāda cenu vienošanās ir ne tikai absolūti reāla, bet arī izdevīga. Tāpēc cenu kari oligopolu ietvaros parasti ir īslaicīgi. Oligopolu ekonomiskā uzvedība tuvinās monopolu rīcībai. Tipisks piemērs oligopolu uzvedībai ir automobiļu magnātu rīcība Anglijā. 1998. gada augustā vislielākie automobiļu ražotāji, tajā skaitā vācu "Volkswagen", arī "Mercedes-Benz" un zviedru "Volvo" noslēdza slepenas vienošanās ar dīleriem, lai mākslīgi noturētu augstas automobiļu cenas Lielbritānijā.

Organizatoriskās struktūras. Oligopolu organizatoriskā struktūra var būt visai dažāda. Plaši darbojas oligopoli, kuru līdzdalībnieki juridiski nav saistīti ne ar līgumiem, ne fiksētām norunām, pat ne ar džentlmeņu vienošanos. Ekonomiskā uzvedība te balstās uz reālu spēku samēru attiecīgajā tirgū. Svarīgākais ir nepieļaut cenu konkurenci, postošo cenu karu. Šādam oligopolam ir savs neformāls, bet spēcīgs līderis, kas regulē ekonomisko uzvedību visam oligopolam. Visai nozīmīgs ir cenu līderis, oligopola virsaitis, kas nosaka cenu līmeni konkrētā tirgus segmentā. Pārējie oligopola dalībnieki seko līderim, pārdod preces par līdera noteikto cenu un tā nepieļauj cenu konkurenci. Paliek kvalitātes sāncensība, dizains, tirgus sadale. Reāli darbojas daudzuma līderis. Tā uzvedībai pakļaujas vājākie partneri.

Oligopols – kartelis. Kartelis parasti ir vienošanās, nolīguma forma, veidojot monopolu. Bet karteļa organizāciju var izmantot arī oligopols. Tiek slēgti slepeni līgumi par cenām, tiek norunāta tirgus sadale, jaunās tehnikas un tehnoloģijas ieviešanas nosacījumi, savstarpējo attiecību reglamentācija, stratēģija, taktika konkurencē ar autsaideriem.

Starpvalstu oligopols. Spilgtākais piemērs starpvalstu oligopolam ir naftas eksportētāju apvienība OPEK. Tās dalībnieki ir nevis privātie uzņēmēji, bet ar naftu bagātas valstis, kam ir noteicoša loma pasaules naftas eksportā. OPEK dalībnieki: Irāna, Irāka, Venecuēla, Kuveita, Saūda Arābija, Katara, Lībija, Indonēzija, Apvienotie Arābu Emirāti, Alžīrija, Nigērija, Ekvadora, Gabona. OPEK dokumenti ir oficiāla starpvalstu vienošanās visupirms par naftas ieguves daudzumu katrai šī oligopola dalībniecei. Šo kvotu ieviešana nosaka naftas piedāvājumu šīs degvielu un ķīmisko izejvielu pasaules tirgū, OPEK īpatsvars naftas vispasaules (bez bijušās PSRS) eksportā ir 70%, kas arī nosaka tās noteicošo iespaidu šai atbildīgajā jomā. Atkarībā no piedāvājuma savukārt veidojas naftas pārdošanas cena. Pēdējā regulē naftas pieprasījumu. OPEK kā starpvalstu oligopols ir pasaules naftas tirgus līderis. Citām naftas ieguves valstīm un varenām naftas kompānijām bez entuziasma jāseko līderim. Savā laikā pat Padomju Savienība ar savu lielo naftas ieguvi un it kā pilnīgi neatkarīgu pozīciju nevarēja ignorēt OPEK starpvalstu lēmumus un tai bija jāpakļaujas OPEK kā līdera diktētam cenu jomā.

1998. gada pavasarī kārtējo reizi tika izvirzīts jautājums par naftas ieguves iegrožošanu nolūkā kāpināt naftas cenas pasaules tirgū. Krievija šādu soli atbalstīja un ir gatava naftas eksportu sašaurināt. Ciestu Latvija, jo samazinātos naftas tranzīts caur Latvijas teritoriju (pa maģistrālo naftas vadu un ar dzelzceļa cisternām). Galapunktā, galvenokārt Ventspils ostā, draud samazināties naftas pārsūkņēšanas jauda tankeros.

Ārpuscenu konkurence. Oligopolēm ir raksturīga cenu stabilitāte, reta ir cenu maiņa (mēs šeit abstrahējamies no inflācijas iespaida). Konkurence oligopolā pāriet citā plaknē. Preces tiek pilnveidotas, dizains uzlabots, visjaunākā tehnoloģija ieviesta, paildzināts garantijas laiks, pēcpārdošanas apkalpošanas periods utt. Oligopolēm nepieciešamo resursu un finansu līdzekļu bagātības dēļ sekmīgi lietot šādus konkurences ieročus ir pa spēkam.

Oligopolu novērtējums. Oligopolu uzvedības novērtējums no tautsaimniecības progresa viedokļa nav viennozīmīgs. Plusi mijas ar mīnusi. No vienas puses, oligopoli kā nepilnīgas konkurences veids ir tuvi monopolēm. Daudz kopēja ir to rīcībā: ražošanas iegrožošana, vienošanās par augstām cenām, tirgus sadale, ārējā ekspansija, kas brīžiem sagrauj vietējos tirgus un pašmāju ražošanu. Tāpēc ir likumsakarīgi, ka sabiedrība negatīvi vērtē oligopolu uzvedību.

No otras puses, oligopolu līdzdalībniekiem kā ekonomiski spēcīgiem lieluzņēmumiem ir pa kabatai dārgas investīcijas zinātniski tehnisko pētījumu jomā, kas veiksmes gadījumā gan uzlabo, gan palēnina ražošanu, organizē masveida ražošanu, paplašina sortimentu. Tas ir oligopolu pozitīvais ieguldījums ekonomiskajā progresā. Šī iemesla dēļ valsts likumdošana, kas aktīvi vērsas pret "tīro monopolu", nevērsas pret oligopolēm, ja tie pārāk nenosliecas uz monopolu pusi.

Kapitāla koncentrācija, ražošanas koncentrācija un kapitāla centralizācija. Oligopolu varenība, spēks slēpjas visupirms spējā īstenot kapitāla koncentrāciju. Augsta kapitāla procentu likme un liela peļņas masa un norma dod iespēju plašā mērogā īstenot ražošanas paplašināšanu, ko dēvē par kapitāla uzkrāšanu jeb kapitāla koncentrāciju. Oligopolu vadītāji cenšas atrast ražošanas vienību optimālo lielumu, visizdevīgāko finansu resursu apjomu. Augstāka efektivitāte brīžiem prasa kapitāla centralizāciju, tas ir, ražošanas resursu, atsevišķu uzņēmumu apvienošanu. Tādējādi tiek panākta ražošanas koncentrācija, aug ražošanas apmēri. Šāda ražošanas koncentrācija augstā līmenī aptver ne tikai uzņēmumu līmeni, bet arī oligopolu līmeni, kur dažādām saitēm ir apvienotas dažādas ražotnes un korporācijas (ASV akciju sabiedrību dēvē par korporāciju).

Ražošanas koncentrācijas formas. *Pirmkārt*, horizontāla integrācija, kad vienotai kontrolei ir pakļauti vienas nozares dažādi uzņēmumi. *Otrkārt*, vertikālā integrācija. Vienotai virsvadībai ir pakļauti dažādu nozaru uzņēmumi, kas savā starpā ir tehnoloģiski saistīti. *Treškārt*, ražošanas diversifikācija, kad firmas darbība ir daudzpusīga, aptverot daudzus savā starpā nesaistītus uzņēmumus. Šāda diversifikācija viena lieluzņēmuma ietvaros ir zināmas stabilitātes garants. Neveiksmi vienā nozarē kompensē veiksmē citā nozarē. Konglomerāti, kas ir diversificēti uzņēmumi un darbojas oligopolu ietvaros, spēj visai izdevīgi manipulēt ar cenām. Uzņēmumi, kas piegādā viens otram izejvielas, lieto speciālas norēķinu cenas. Tas dod iespēju vēlāmā līmenī noteikt peļņu un rast

“likumīgu” pamatu peticīgiem nodokļiem vai pat nodokļus vispār nemaksāt. Cenu konkurences nolūkā daži ražojumi tiek pārdoti par dempinga cenām, par cenām, kas zemākas par ražošanas izmaksām. Zaudējumi tiek kompensēti ar augstu peļņu citās oligopolu nozarēs. Līdzekļu pārdale ir minēto apvienību priekšrocība.

Oligopolu uzvedības neizbēgamais pretrunīgums radījis nepārvaramas grūtības vienotas oligopolu teorijas izveidē. Tāpēc ekonomiskajā teorijā sastopam visdažādākās pieejas oligopolu uzvedības izskaidrošanā un novērtēšanā. Tāpēc oligopolu teorija ir viedokļiem bagāta. Vienu no šādiem viedokļiem izstrādājis franču matemātiķis un ekonomists Ogistens Kurno 1938. gadā.

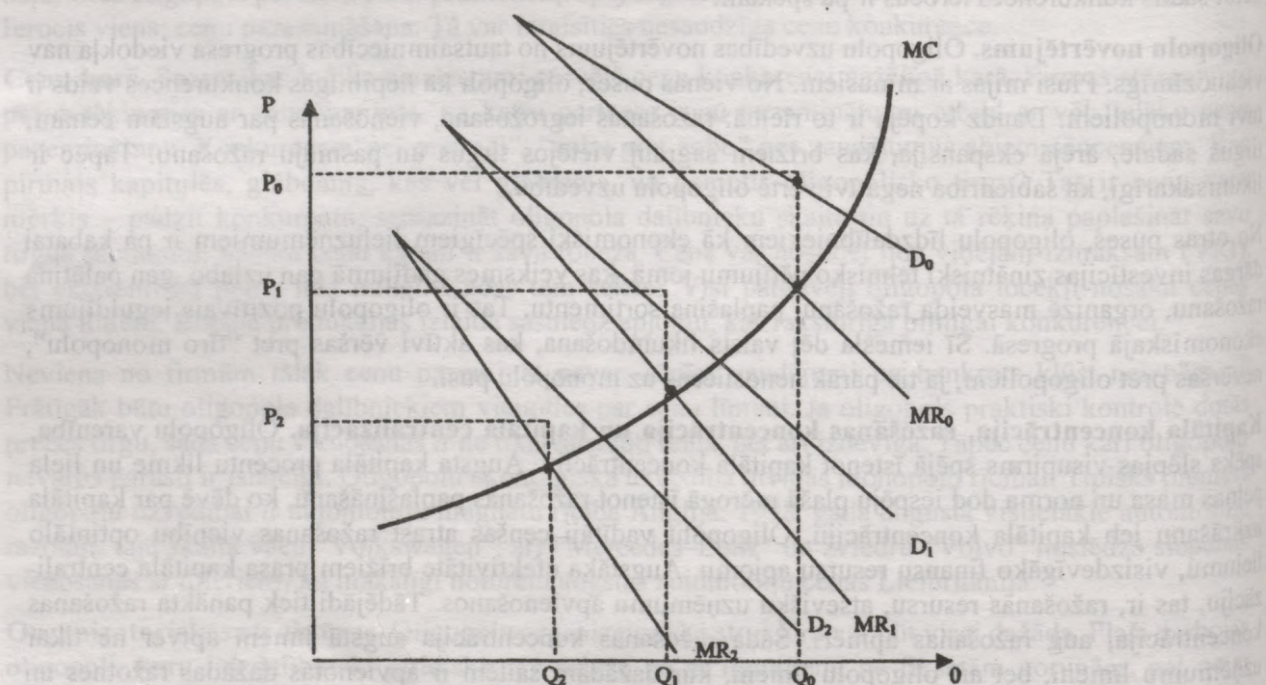
10.4.2.3. Oligopolu modeļi

O. Kurno modelis. O. Kurno modelis balstās uz šādiem nosacījumiem: *pirmkārt*, tirgū darbojas tikai divas firmas; *otrkārt*, katra firma pieņem otras firmas ražošanas (pakalpojumu) apjomu un cenu kā pastāvīgu un pēc tam sagatavo savu lēmumu.

Pieņemsim, ka tirgū savu produkciju piedāvā firmas A un B. Kā firma A noteiks savu ražošanas apjomu un produkcijas vienību cenu? Firmas A ražošanas apjoms un cena ir atkarīga, *pirmkārt*, no firmas A ražošanas izmaksām; *otrkārt*, no pieprasījuma pēc firmas A produkcijas; *treškārt*, no firmas B piedāvājuma apjoma. Bet firma A nezina, kāda būs firmas B ekonomiskā uzvedība. Firma A spēj tikai aptuveni prognozēt firmas B rīcības variantus un attiecīgi plānot savu izlaidi. Tā kā tirgus pieprasījums ir pastāvīgs lielums, firmas B ražošanas paplašināšana izraisīs pieprasījuma sarukšanu firmas A produkcijai.

10.3. shēma

O. Kurno modelis. Firmas A apjoma un cenas izmaiņa, ja paplašinās firmas B ražošana

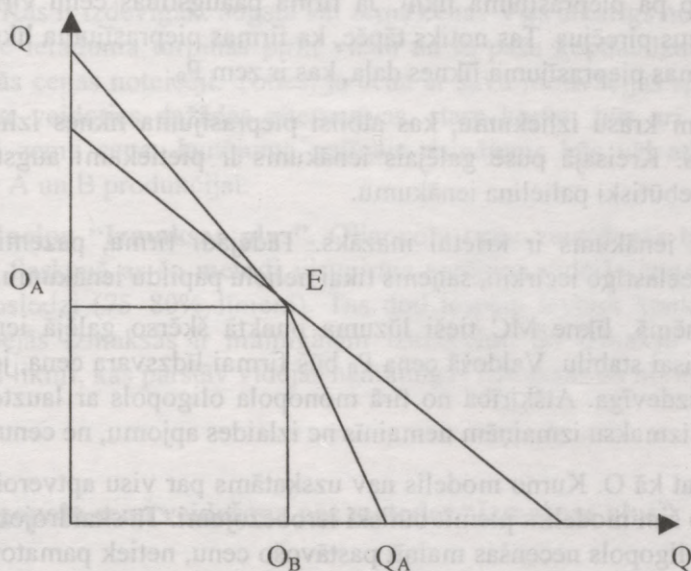


Iespējams veidot grafiku no firmas B viedokļa, ja mainīsies firmas A ražošanas (pakalpojumu) apjoms un cenas.

Apvienojot abus grafikus, iegūsim līknes, kas raksturo reakciju gan uz firmas A, gan B uzvedību.

10.4. shēma

Firmu A un B liknes kā reakcija uz savstarpēju uzvedību



Shēmā līkne A atspoguļo firmas A reakciju uz izmaiņām firmas B ražošanā. Līkne B raksturo reakciju, proti, uzvedību, ja izmaiņas skar firmu A. Līdzsvars iestājas krustpunktā E. Šinī punktā firmu A un B nodomi sakrīt ar to reālo rīcību.

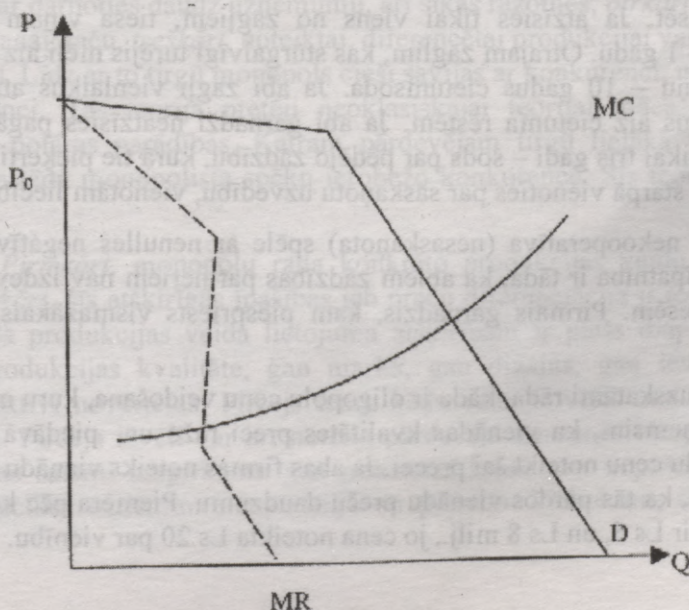
O. Kurno modelī nav atspoguļots viens būtisks apstāklis. Tiek pieņemts, ka konkurenti reaģē uz firmas cenu izmaiņām stingri noteiktā veidā. Ja firma B atņem tirgū firmai A daļu pircēju, pēdējā padodas, samazinot ražošanas apjomu un cenu. Bet šāda uzvedība nav obligāta. Firma A var ieņemt kaujiniecisku pozīciju, tik būtiski pazeminot cenu, ka firmas B dārgākās preces vispār netiek pieprasītas. Šādu rīcību O. Kurno modelis neapraksta.

Firmas reakciju uz konkurējošās firmas cenu izmaiņām atspoguļo cits modelis – lautzās pieprasījuma līknes modelis.

Lauztās pieprasījuma līknes modelis. Šo modeli 1939. gadā izstrādāja angļu ekonomisti R. L. Hollons un K. I. Hičs kopā ar amerikāņu ekonomistu P. M. Suizi. Šis modelis ir tuvāks uzņēmējdarbības realitātei, kas liecina, ka firmas konkurenti atbalsta cenu lejupslīdi un nesešos cenu paaugstinājumam. Šis modelis attēlots 10.5. shēmā.

10.5. shēma

Lauztās pieprasījuma līknes modelis



10.5. shēmā attēlota pieprasījuma līkne kopā ar oligopola galējā ienākuma līkni, ievērojot minētos divus nosacījumus. P_0 līdzinās cenai, kas valda tirgū. Ja firma pazeminās cenu zem P_0 līmeņa, citas firmas sekos šai rīcībai. Pārdošana nozarē kopumā pieaugs. Turklāt firma kontrolēs to tirgus daļu, kas veidosies, slīdot lejup pa pieprasījuma līkni. Ja firma paaugstinās cenu virs P_0 , bet konkurenti to nedarīs, tā zaudēs savus pircējus. Tas notiks tāpēc, ka firmas pieprasījuma līknes daļa virs cenas P_0 ir elastīgāka nekā tā firmas pieprasījuma līknes daļa, kas ir zem P_0 .

Uz līknes MR redzam krasu izliekumu, kas atbilst pieprasījuma līknes izliekumam. Šīs parādības izskaidrojums ir šāds. Kreisajā pusē galējais ienākums ir pietiekami augsts, tāpēc jebkurš cenas līmenis virs P_0 tikai nebūtiski palielina ienākumu.

Labajā pusē galējais ienākums ir krietni mazāks. Tādējādi firma, pazeminot cenu, virzoties pa pieprasījuma līknes neelastīgo iecirkni, saņems tikai nelielu papildu ienākumu.

Kā redzams 5.10. shēmā, līkne MC tieši lūzuma punktā šķērso galējā ienākuma līkni, kas dara oligopola līdzsvaru visai stabilu. Valdošā cena P_0 būs firmai līdzsvara cena, jo cenas novirze jebkurā virzienā firmai ir neizdevīga. Atšķirībā no tīrā monopola oligopols ar laužto pieprasījuma līkni, ar nelielām vai vidējām izmaksu izmaiņām nemainīs ne izlaides apjomu, ne cenu.

Minētais modelis tāpat kā O. Kurno modelis nav uzskatāms par visu aptverošu oligopolistiskās cenu veidošanas modeli, jo šim modelim piemīt būtiski ierobežojumi. Tā skaidrojot, kāpēc, pastāvot laužtai pieprasījuma līknei, oligopols necenšas mainīt pastāvošo cenu, netiek pamatots cenu līmenis. Turklāt daudzi zinātnieki pierādīja, ka neattaisnojas pamata prognoze, saskaņā ar kuru oligopolu cenas ir stabilākas, nekā valdot monopolam.

O. Kurno un laužtās pieprasījuma līknes modeļi pārstāv firmu stratēģiskās sadarbības klasisko teoriju. Bet stratēģiskā sadarbība starp firmām var būt visai daudzpusīga, izmantot visdažādākos paņēmienus. Daži no šiem sadarbības veidiem tika izpētīti, balstoties uz spēļu teoriju.

Spēļu teorija. Runa ir par matemātiskām metodēm, ar kuru palīdzību var prognozēt dalībnieku uzvedību varbūtējās situācijās, pieņemot lēmumus. Šīs teorijas priekšmets ir spēļu situācijas, kad spēles noteikumi ir iepriekš noteikti un zināmi. Spēļu gaitā dalībnieki var īstenot dažādu kopēju rīcību. Dažkārt veidojas spēlmaņu koalīcija. Interesu pretstati rada konfliktus. Spēlmaņu stratēģiju nosaka to mērķa funkcija. Galu galā vieni vienmēr uzvar, otri zaudē.

Spēļu formas ir visai daudzveidīgas. Visvienkāršākais variants ir spēle ar diviem dalībniekiem. Ja spēlmaņu skaits ir trīs un vairāk, var veidoties koalīcija. Tas padara analīzi visai sarežģītu. No maksājamās summas viedokļa spēles dalās divās grupās: pirmā grupa ir ar nulles summu; otrā grupa ar nenulles summu. Pēc iepriekšējās vienošanās atšķir kooperatīvas spēles, kad veidojas spēlētāju koalīcijas, un nekooperatīvas spēles, kad katrs spēlētājs patstāvīgi pret visiem.

Vispazīstamākais piemērs ir nekooperatīvā spēle ar nulles summu – O. Kurno modelis. Ar nenulles summu – “ieslodzīto dilemma”. Pieņemsim, ka nozieguma vietā noķerti divi zagļi, kam izvirzīta apsūdzība kā vairāku zādzību “autoriem”.

Katram no šiem zagļiem ir dilemma: atzīties iepriekšējās, turklāt nepierādītās zādzībās vai par pagātnes grēkiem klusēt. Ja atzīsies tikai viens no zagļiem, tiesa viņam piespriedīs minimālu ieslodzījuma termiņu – 1 gadu. Otrajam zaglim, kas stūrgalvīgi turējis mēli aiz zobiem, tiesa piespriedusi maksimālu termiņu – 10 gadus cietumsoda. Ja abi zagļi vienlaikus atzīsies, tad abi saņems vienādu sodu – 6 gadus aiz cietuma restēm. Ja abi garnadži neatzīsies pagātnes zādzībās, viņiem cietumā būs jāpavada tikai trīs gadi – sods par pēdējo zādzību, kurā tie pieķerti. Garnadži sēž dažādās kamerās un nevar savā starpā vienoties par saskaņotu uzvedību, vienotām liecībām.

Aprakstītie varianti ir nekooperatīva (nesaskaņota) spēle ar nenulles negatīvu summu. “Ieslodzīto dilemmas” raksturīga īpatnība ir tāda, ka abiem zādzības partneriem nav izdevīgi vadīties pēc savām tīri personiskām interesēm. Pirmais garnadzis, kam piespriests vismazākais sods, nezina, kāda ir partnera uzvedība.

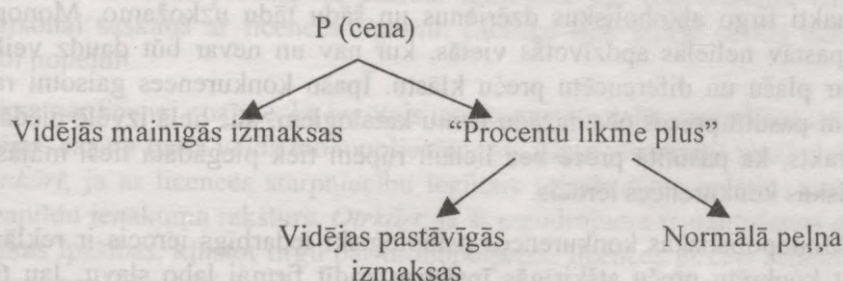
“Ieslodzīto dilemma” uzskatāmi rāda, kāda ir oligopolu cenu veidošana, kuru mēs analizējam ar firmu A un B piemēru. Pieņemsim, ka vienādas kvalitātes preci ražo un piedāvā divas firmas A un B. Izvirzās problēma, kādu cenu noteikt šai precei. Ja abas firmas noteiks vienādu cenu, to ieņēmums būs vienāds ar nosacījumu, ka tās pārdos vienādu preču daudzumu. Piemēra pēc katra firma ieņems Ls 2 milj., ja vienības cena ir Ls 5, un Ls 8 milj., jo cena noteikta Ls 20 par vienību.

Toties tad, ja firmas noteiks atšķirīgas cenas, firma A augstu, bet firma B zemāku, to ieņēmumi būtiski atšķirsies. Pieņemsim, ka firmas A cena par vienu vienību ir Ls 10, bet firmas B – Ls 8. Firmas A kopieņēmums par 400000 vienībām ir Ls 4 milj., bet firmas B – Ls 32 milj. Aprēķins nav pietiekami korekts, jo jāņem vērā, ka firma A zaudēs daļu pircēju, kas pirks lielākā daudzumā to pašu preci par zemāku cenu no firmas B. Kas ir izdevīgāk: augsta vai zema cena? Viss atkarīgs no pircēju uzvedības. Ja konservatīvs pircējs pēc ieraduma turpinās pirkt vienu un to pašu kopdaudzumu par atšķirīgām cenām, ieguvēji būs augstās cenas noteicēji. Toties, ja cena ar savu motivācijas spēku pārdalīs tirgu starp firmām A un B, var veidoties dažādas alternatīvas, starp kurām būs arī tādas, kur lielāku ieņēmumu nodrošina tieši zema cena. Jautājuma galīgais risinājums būs vēl atkarīgs no galējām ražošanas izmaksām firmu A un B produkcijai.

Cenu veidošanās pēc principa “Izmaksas plus”. Oligopolu cenu veidošanās brīžiem notiek pēc metodes “Izmaksas plus”. Saskaņā ar šo metodi visupirms aprēķina vidējās izmaksas. Šie aprēķini paredz jaudu nepilnīgu noslodzi (75–80% līmenī). Tas dod iespēju ievērot konkurences izmaiņas. Vislielākais īpatsvars kopējās izmaksās ir mainīgajām izmaksām. Šo izmaksu vidējam lielumam pieskaita noteiktu procentu likmi, kas pārstāv vidējās nemainīgās izmaksas un normālo peļņu.

10.6. shēma

Oligopolu cenu veidošana pēc metodes “Izmaksas plus”



Procentu likmes lielums ir atkarīgs no preces pieprasījuma elastīguma. Jo elastīgāks ir preces pieprasījums, jo parasti mazāka ir “Procentu likme plus”. Šī metode ir visai vienkārša aprēķinos, loģiska uztverē. Paliek nenoskaidrots, kā šī metode spēj uztvert tās sarežģītās attiecības, kas veidojas starp oligopolu dalībnieku ekonomisko uzvedību. Metodi “Izmaksas plus” lietderīgi izmantot kopā ar citiem oligopolu cenu veidošanās modeļiem.

10.4.3. Monopolistiskā konkurence

10.4.3.1. Monopolistiskās konkurences pamati

Konkurence un monopols nav pretstati. Šīs nepilnīgās konkurences veida īpatnība ir tāda, ka apakšnozarē, *pirmkārt*, var darboties daudz uzņēmumu, arī sīkās ražotnes; *otrkārt*, nav sevišķu šķēršļu jaunu uzņēmumu dibināšanai; taču, *treškārt*, noteiktai, diferencētai produkcijai vai ierobežotā teritorijā ir viens vienīgs pārdevējs. Līdz ar to tirgū monopols cieši savijas ar konkurenci, un ir pamats runāt par monopolistisku konkurenci. Tās teorija pretēji neoklasiskajai teorijai māca, ka konkurence un monopols nav pretstati, polāras parādības. Katram pārdevējam tirgū lielākā vai mazākā mērā ir monopola vara, bet katra tāda monopolista spēku ierobežo konkurence. Šīs teorijas pamatā ir divas pamattēzes.

Diferencētas īpašības. *Pirmkārt*, monopolu rada konkrēto produkcijas veidu atšķirīgās īpašības, specifiskas pazīmes. *Otrkārt*, šīs atšķirīgās īpašības jeb preču diferenciacija ir iedarbīgs konkurences ierocis. Viena un tā paša produkcijas veida lietojuma atšķirībām ir plašs diapazons. Pieprasījuma apmēru ietekmē gan produkcijas kvalitāte, gan marka, gan dizains, gan iesaiņojums, gan citas īpatnības, kas tiek subjektīvi novērtētas. Pircējs lem, kādu cenu ir vērts maksāt par dotās preces individuālajām īpašībām. Pircēja izvēli var arī noteikt pārdevēja atrašanās vieta (teritoriālā diferenciacija), pakalpojumi, kas saistīti ar pirkumu gan pirkšanas brīdī, gan nopirktās preces lietošanas procesā, gan arī tirdzniecības uzņēmumu reputācija un prestižs. Piemēram, tiek pirkti divkasešu

magnetofons. Pastāvot izvēles brīvībai, tiek novērtēta dažādu marku magnetofonu skaņas tīrība, apkalpošanas automatizācijas pakāpe, garantijas termiņš, svars, dizains, vienlaikus ņemot vērā arī naudas maka iespējas. Būs pircēji, kuri vēlēties iegādāties dārgāku Japānas firmu ražojumu, bet nevis lētāku Taivānas vai Honkongas uzņēmumu produkciju. Monopolistiskās konkurences teorija arī izskaidro, kāpēc gluži tāda pati prece, piemēram, kaklasaite ar attiecīgu etiķeti modernā centra universālveikalā maksā ievērojami dārgāk nekā nomaļā pieticīgā veikalā. Frizieru salons ar oriģinālu interjeru un tasi kafijas piedevām var cerēt uz lielāku pasūtītāju ievērību un gatavību maksāt augstāku cenu nekā salons, kurā šādu "magnētu" nav. Daudzu preču pieprasījuma apmērs ir saistīts ar modi, pārtikas produkti – ar ārstu dietologu mainīgajiem ieteikumiem.

Firmu nosaukumi un markas zīmes. Pircēju pievilināšanas spēks ir arī plaši pazīstamas firmu markas – "Volvo", "Adidas", "Sony", "Siemens", kas *a priori* liecina par augstu kvalitāti. Teiktais ļauj secināt, ka cena nebūt nav ne universāla, ne vienīgais konkurences ierocis. Reāla ir situācija, kad konkrētas preces augstāka cena nevis atbaida, bet piesaista pircēju, ja precei ir pievilcīgas individuālās atšķirības.

Teritorijas monopols. Monopolistiskā konkurence ir saistīta arī ar teritoriālo monopolismu. Ja kādā pilsētas mikrorajonā ir viens vienīgs maizes vai piena produktu veikals, tad mums ir darīšana ar monopolu šī vārda vistiešākā nozīmē. Apkārtējo namu iemītnieki ir ar mieru maksāt par maizi un pienu "savā" veikalā augstāku cenu, nekā tiek prasīts attālākajā tirgū, kur ir pārdevēju izvēle un to sāncensība. Īsts monopolists ir restorānvagons, teātra bufete, vienīgais veikals, kas plašākā apkaimē cauru diennakti tirgo alkoholiskus dzērienus un šādu tādu uzkožamo. Monopolismam raksturīgas problēmas pastāv nelielās apdzīvotās vietās, kur nav un nevar būt daudz veikalu, kas savā starpā konkurētu ar plašu un diferencētu preču klāstu. Īpašu konkurences gaisotni rada iespēja vietējiem iedzīvotājiem pasūtīt preces pēc dažādu firmu katalogiem, kas lielā izvēlē piedāvā visu, ko vien sirds vēlas. Tas fakts, ka pasūtītā prece bez lielām rūpēm tiek piegādāta tieši mājās, arī ir vērā ņemams monopolistiskās konkurences ierocis.

Reklāma. Monopolistiskās konkurences psiholoģiski iedarbīgs ierocis ir reklāma. Tās uzdevums ir propagandēt konkrētu preču atšķirīgās īpašības, radīt firmai labo slavu. Jau 60. gadu beigās katrs amerikānis ik dienas tika informēts ar 560 dažādiem reklāmas materiāliem. Pašlaik šis skaits ir ievērojami lielāks. Vienlaikus rodas nepieciešamība izvērst cīņu pret preču viltus atšķirībām un melīgu reklāmu. Šajā jomā darbojas gan valsts inspekcijas, gan patērētāju aizsardzības biedrības.

Monopolistiskā konkurence, progress un vajadzības. *Pirmkārt*, tiek nemītīgi meklēta iespēja ražot preces ar jaunām, atšķirīgām īpašībām. Tiek paātrināts produkcijas morālās nolietojšanās periods. Firmas apzināti plāno savas līdzšinējās produkcijas novecošanos. Tas ir nepieciešams, lai līdzinātu ceļu jauniem produkcijas veidiem vai veco ražojumu modifikācijām, ieskaitot dizainu. Te darbojas princips – kas pirmais brauc, tas pirmais maļ, t.i., pionieriem tiek nodrošināta iespēja pārvaldīt īpašas preces tirgu, noteikt tai monopolcenu. *Otrkārt*, mainās uzņēmumu, firmu, izdzīvošanas un ekonomiskās atlases kritēriji. Tie tad galvenokārt ir saistīti nevis ar resursu taupīgu, racionālu izmantošanu, bet gan ar spēju apmierināt īpašas pircēju vajadzības. Veidojas tā saucamās konkurences izmaksas, t.i., pārmērīgs resursu izlietojums, iespēja ilgstoši saglabāt neizmantotas jaudas. Cenu konkurences trūkums un monopolcenu veidošanās nosaka to, ka neracionālā saimniekošana noved pie uzņēmumu izputēšanas. Šo problēmu nedrīkst vienkāršot. Racionāli saimniekot vienmēr ir izdevīgi. Monopolistiskās konkurences variants tikai vājina ekonomisko piespiedu resursu taupīgas izlietošanas jomā. Ekonomiskā atlase uz augstās peļņas "zaļā zara" apsēdina monopolistu, kas vislabāk spēj apmierināt pircēju diferencētās vajadzības, sniegt kaut ko vienreizīgu.

Monopolistiskā konkurence un oligopoli. Monopolistiskā konkurence uzskatāmi notiek atsevišķu firmu līmenī. Vienlaikus nav jāignorē tās sakari ar procesiem nozarēs, kur darbojas oligopoli. Tādā nozīmīgā nozarē kā automobiļu ražošana, kas ietekmē produkcijas izlaidi visā tautsaimniecībā, oligopoli mūsdienās cīnās cits ar citu būtībā ar monopolistiskās konkurences metodēm, piedāvājot pircējam samērā īsos intervālos arvien jaunus diferencētus, oriģinālus mašīnu modeļus. Divu vai trīs gadu laikā daļa pircēju iegādājas jaunas, atšķirīgas automašīnas. Konkurence ir saistīta arī ar to, ka uzņēmumi komplektē automašīnas pēc pircēju individuālajām vēlmēm. Vienlaikus jāatceras, ka oligopolu ekonomiskais spēks, kā redzējām, ir saistīts ne tikai ar monopolistisko konkurenci vien.

10.4.3.2. Monopolistiskā konkurence un patenti

Aizsarglīdzeklis. Monopola saglabāšana prasa efektīvu aizsardzību pret tiem, kas tīko atdarināt monopolpreci (produkciju ar tās sevišķām īpašībām). Šo preču kā sevišķu intelektuālo rūpniecisko īpašumu sardzē stāv patenti, dizainparaugu, kā arī preču un pakalpojumu zīmju aizsardzības likums. Turklāt likumdošanas aktiem jābūt tādiem, lai tehniskais progress netiktu iekonservēts. Šajā sakarā pievērsīsimies Latvijas Republikas Patentu likumam, kas stājās spēkā 1995. gada 30. martā.

Saskaņā ar šo likumu patenti izsniedz par izgudrojumu, kas ir jauns, ražošanā izmantojams un kam ir izgudrojuma līmenis. Ir svarīgi, ka patenti valde (patentu lietu kārtšanas valstiska institūcija) publicē patentētā izgudrojuma pilnīgu aprakstu speciālā biļetenā. Galvenais ir tas, ka patents nodrošina tā īpašniekam Latvijas teritorijā izņēmuma tiesības, proti, citai personai bez patenta īpašnieka atļaujas ir aizliegts izmantot patentēto izgudrojumu. Šāds aizliegums ir spēkā 20 gadus, sākot no patenta izsniegšanas dienas. Pastāv īpaša maksa par izgudrojuma patenta uzturēšanu spēkā. Tā ir kārtojama, sākot ar patenta otro darbības gadu. Ar katru gadu pieaug šīs maksas lielums, sasniedzot maksimumu 20. gadā. Citiem vārdiem, izgudrojuma monopolu var saglabāt tikai ierobežotu laiku. Ja maksu pārtrauc, izbeidzas izgudrojuma tiesiskā aizsardzība.

Licenču pārdošana. Novitāšu un dizaina paraugu patentēšana nebūt nenozīmē, ka kādai citai firmai ir totāli liegts patentētu izgudrojumu izmantot. Tas, kurš vēlas svešu patenti likt lietā savā uzņēmējdarbībā, var nopirkt licenci. Likums paredz, ka patenta īpašnieks var izgudrojuma izmantošanas tiesības nodot citai personai saskaņā ar licences līgumu. Licence tiek pirktā cerībā uzlabot savas konkurences spējas, labi nopelnīt.

Ienākuma sadale. Maksa par licenci nozīmē, ka iegūtais ienākums tiks dalīts starp licences pircēju un patenta īpašnieku; pēdējais saņem īpaša veida monopolienākumu. Licences pircēja ienākumam var būt divējāds raksturs. *Pirmkārt*, ja ar licences starpniecību iegūtais izgudrojums palētina ražošanu, tad gūtam ienākumam ir papildu ienākuma raksturs. *Otrkārt*, ja šī izgudrojuma izmantošanas gaitā ražotā produkcija iegūst sevišķas īpašības, kļūstot tirgū par monopolpreci, licences pircējs saņem monopolpeļņu, kas raksturīga monopolistiskajai konkurencei. Starp citu, nebūt nav obligāti, lai ar likumu sargātais patenta īpašnieks pats izgudrojumu arī izmantotu.

Starptautiskais patents. Monopolistiskajai konkurencei ir starptautisks raksturs. Konkurenti cīnās par pircēju daudzu valstu tirgū. Vienas valsts patenti pieteikšanai un aizsardzībai citā valstī ir ne mazums tiesisku un ekonomisku problēmu. Latvija ir pievienojusies visām starptautiskām konvencijām un līgumiem šai jomā. Tā Latvijas Republikas patenti valde kā saņēmējorganizācija, ievērojot īpašus noteikumus un par papildu nodevām ir tiesiska pieņemt starptautiskus patentpieteikumus.

Perspektīvi ir sakari ar "Eiropatenti", Eiropas Savienības patenti organizāciju, kur reģistrēti patenti pēc pieteicēja vēlmē var tikt tiesiski aizsargāti visās ES valstīs vai tikai dažās no tām.

Dizainparauga aizsardzība. Monopolistiskās konkurences ieroču arsenālā nozīmīga loma ir oriģinālam dizainam. Monopols uz dizainparaugu ir aizsargājams. Tāpēc 1993. gadā Latvijas Republikā pieņemts speciāls "Dizainparaugu aizsardzības likums". Saskaņā ar šo likumu ir iespējams noformēt tiesiski aizsargājamu dizainparauga patenti. Šādus patentes izdod visai plašam objektu klāstam, sākot ar mēbelēm, aparātiem, rotaļlietām līdz pat sporta piederumiem, aploksnēm, ieejas biļetēm, afišām, kūkām, pat maizei. Dizainparauga patenta termiņš – pieci gadi ar pagarināšanas iespēju vēl uz diviem termiņiem. Līdz ar to šī patenta īpašnieka tiesības var saglabāt ne ilgāk par piecpadsmit gadiem.

Sankcijas pret pārkāpējiem. Patenti likumdošana paredz dažāda veida sankcijas pret tiem, kas pārkāpj patenti īpašnieku tiesības, nodara pēdējiem zaudējumus. Šīs sankcijas var būt gan prāvas soda naudas, zaudējumu kompensācija, gan nelikumīgi izgatavotu ražojumu konfiskācija.

Patenttūriba. Uzņēmumos, organizācijās darbojas patentnodaļas, biroji. Viens no patentspeciālistu uzdevumiem ir noskaidrot, vai pasražotās produkcijas izgatavošanā nav izmantoti sveši patenti, vai ražojumi ir "patenttūri", vai nedraud sankcijas par patenti īpašnieku tiesību pārkāpšanu.

"Know-how" slēpšana. Aktuāla problēma ir prasme rūpīgi slēpt jaunāko tehnoloģiju – "know-how" no jebkuriem sāncensiem. Tehnoloģiskos jauninājumus šajā variantā nepatentē, bet rūpīgi sargā no svešām acīm un ausīm. Taču, lai atklātu tehnoloģiskus un tehniskus noslēpumus un zinātu konkurenta nodomus, plaši tiek organizēta rūpnieciskā spiegošana – mūsdienu zinātniski tehniskās revolūcijas un monopolistiskās konkurences raksturīgs atribūts.

10.5. Monopolisma ierobežošana. Antimonopolu likumdošana.

Konkurences izvēršana

Pirmais antimonopolu likums. Ievērojot monopolu un oligopolu negatīvo iedarbību uz konkurenci, uz ekonomikas brīvu attīstību, jau pagājušā gadsimta beigās ASV tika pieņemts pirmais antimonopolu likums. Tā 1890. gadā radās "Šērmena akts", kura galvenais uzdevums bija nepieļaut tādu darbību, kas ierobežo konkurenci. Monopolu pastāvēšana, monopolistiskā cenu veidošanās netika atzītas par pretlikumīgām parādībām. Tiesiskais akts tikai liedza lietot negatīvus paņēmienus, lai likvidētu konkurentus. Turpmākos gados gan ASV, gan arī citās tirgus ekonomikas zemēs tika pieņemts daudz likumu ar līdzīgu mērķi. Kādu ekonomisku rīcību tiesiski aizliedza šie likumi? *Pirmkārt*, nav pieļaujama monopolistiska rīcība, vienojoties par cenu līmeni. *Otrkārt*, ir aizliegta preču un pakalpojumu pārdošana par speciāli zemām, tātad dempinga cenām, lai ar šādu cenu palīdzību izspiestu konkurentus. *Treškārt*, prettiesiski ir pasākumi, rīcība, vienošanās, kas monopolizē kādu apakšnozari, kādas produkcijas ražošanu, pakalpojumu sniegšanu, līdz ar to nepieļaujot vai ierobežojot konkurenci.

Latvijas antimonopolu likumdošana. Arī Latvijas Republikā visupirms tika pieņemts likums "Par konkurenci un monopoldarbības ierobežošanu". Šis likums aizliedza uzņēmējam, kas ieguvis monopolstāvokli, *pirmkārt*, slēdzot līgumus par precēm vai pakalpojumiem, uzspiest līgumpartneriem noteikumus, kuri nav saistīti ar konkrēto darījumu vai kuri ierobežo līgumpartnera rīcības brīvību; *otrkārt*, tas aizliedz uzkrāt preces mākslīgā deficīta radīšanai un, *treškārt*, izvirzīt citam uzņēmējam prasību, lai viņš atsakās piedalīties pasūtījumu un darbu konkursā vai, piedaloties tajā, lai iepriekš saskaņo savu preču daudzumu vai cenu ar uzņēmēju, kas ieguvis monopolstāvokli.

Starp uzņēmējiem ir aizliegta jebkāda vienošanās, kas var izraisīt būtiskus ražošanas, realizācijas vai tirdzniecības ierobežojumus un konkurences pavājināšanos Latvijas tirgū. Neatkarīgi no ietekmes tirgū ir aizliegtas vienošanās starp ražotājiem, piegādātājiem vai pakalpojumu sniedzējiem: *pirmkārt*, par tirgus sadali savā starpā pēc teritoriālā principa, pēc klienta grupu principa vai pēc citiem principiem; *otrkārt*, par cenu noteikšanu viņu piegādājamai produkcijai vai sniedzamiem pakalpojumiem, lai ierobežotu konkurenci; *treškārt*, par piegādes kvotām; *ceturtkārt*, pat kāda noteikta uzņēmēja vai uzņēmēju grupas boikotēšanu, *piektkārt*, par pasākumiem, kas tās dalībniekiem vai vienam no viņiem rada monopolstāvokli.

Likums arī paredz, ka neviena fiziskā persona nevar būt vienlaikus par divu vai vairāku uzņēmumu vai uzņēmējsabiedrību direktoru, valdes locekli vai citu vadošu amatpersonu, ja šo pārvaldes objektu pamatdarbība ir vienāda veida preču ražošana, realizācija un ja tās varētu būt konkurenti Latvijas tirgū.

Konkurences veicināšana. Likums vienlaikus nosaka katra uzņēmēja tiesības uz brīvu un godīgu konkurenci, aizliedzot pretlikumīgu un negodīgu konkurenci. Saskaņā ar minēto tiesisko aktu pretlikumīga konkurence izpaužas darbībās, kuru ietekmē tikai viens uzņēmējs gūst komerciālu labumu, t.i., ja tiek vājināta cita uzņēmēja reputācija tajā pašā vai citā uzņēmējdarbības nozarē, kā arī tad, ja tiek radīts sagrozīts priekšstats par uzņēmumu konkurentu vai maldināta sabiedrība par konkurenta ražoto preču saimniecisko nozīmi, izgatavošanas veidu, īpašībām, noderīgumu un daudzumu.

Par pretlikumīgām konkurences izpausmēm tiek uzskatītas arī svešas firmas preces vai iesaiņojuma izskata atdarināšana, produkcijas izcelsmes datu viltošana, zinātniski tehniskās ražošanas un komerciālās informācijas iegūšana, izmantošana vai izpaušana bez šīs informācijas īpašnieka piekrišanas.

Latvijas Republikas likums "Par konkurenci un monopoldarbības ierobežošanu" ir daudzpusīgs un stingrs. Saskaņā ar šo likumu LR Monopoldarbības uzraudzības komitejai ir darba pilnas rokas. Komiteja, stāvot likuma un konkurences attīstības sardzē, saskaras ar ievērojamu pretdarbību.

Monopolisma ierobežošanas piemērs. Grūtības rada cenu kontrole pat tur, kur uzņēmējdarbībai ir raksturīgas tipiskas monopolcenas. Dažkārt nākas saskarties ar mazu cini, kas spēj gāzt prāvu vezumu. Tā Rīgas Centrāltirgus zivju paviljonu uz nomas līguma pamata monopolizēja apvienība "Okeāns", kas savukārt paviljona platības iznomāja tālāk zivju pārdevējiem par tādu monopolaugstu cenu, kas nevienam nebija pa kabatai. Lielais paviljons stāvēja pustukšs. Ar lielām grūtībām izdevās situāciju mainīt un monopolu likvidēt. Bet paviljons pa monopola saimniekošanas laiku bija tik tālu nolaists, ka to galu galā nācās slēgt.

Privatizācija un monopolisms. Plaša un mērķtiecīga privatizācija, sadalot apvienības, ir viens no ceļiem, pa kuru ejot, Latvijā izdosies pārvarēt monopolisma mantojumu. Tikai neatlaidīgi jāseko, lai

valsts monopolu vietā nestātos privātie monopoli – konkurences ierobežotāji. Te jāmin situācija, kas izveidojusies sakarā ar lielo lauksaimniecības produktu pārstrādes uzņēmumu privatizāciju. To ražošanas jaudas un tehnoloģiskais aprīkojums ļauj šiem uzņēmumiem dominēt konkrētajos tirgos. Vienlaikus visdažādākās barjeras (pārspīlēti augstas tehniskās prasības, obligātā licencēšana, lētu kredītu trūkums plus birokrātiski ierobežojumi u.c.) ir padarījušas šos tirgus grūti pieejamus citiem uzņēmumiem. Izmantojot savu varu, kas ir tuva monopolam, lielie lauksaimniecības produktu pārstrādes uzņēmumi realizē sev izdevīgu cenu politiku un rada šķēršļus konkurentu ieiešanai attiecīgajā tirgū.¹

No valsts monopola par privātu monopolu (neatkarīgi no tā, kāda akciju daļa pieder valstij) pārtapa "Lattelekom". Šai sabiedrībai raksturīga tipiska monopola uzvedība. Tas izpaužas ne tikai augstos tarīfos par telekomunikāciju pakalpojumiem, bet arī tanī faktā, ka gandrīz visi no jauna uzstādītie telefona automāti (sākotnēji arī Rīgas stacijās) ir lietojami vienīgi ar telekarti. Cilvēkam, kam nepieciešams tikai viens zvans, piespiedu kārtā bija jāpērk telekarte par Ls 2. "Lattelekom" monopoldarbībā mēs saskaramies ar būtisku un reizē grūti pārvaramu pretrunu. Lai Latvijā sekmīgi izvērstu uzņēmējdarbību, tai nepieciešami ātri un ērti telefonsakari ar visu pasauli. Tas prasa prāvas investīcijas telekomunikāciju modernizēšanā un nevar neradīt pakalpojumu tarifu ievērojamu pieaugumu. Vienlaikus iedzīvotāju daļai šie telefonsakari ar visu pasauli nebūt nav vajadzīgi. Bet brīvas izvēles (viens no tirgus ekonomikas pamatprieķšrocībām) abonentiem nav. Cilvēki ar maziem ienākumiem, kam mājās ir telefons, visai bieži atturas no zvanīšanas. Šai Latvijas iedzīvotāju daļai telefonsakari ir būtībā pasliktinājušies.

Republikā ir nodrošinātas speciālas padomes gan telekomunikācijas, gan enerģētikas jomā, kam jāregulē dabisko monopolu pakalpojumu tarifi. Šo pakalpojumu darbība pagaidām nav pietiekami atklāta un efektīva.

Izsoles un konkurence. Viens no konkurences aktivizēšanas pasākumiem ir izsoļu un konkursu organizēšana. Šinī konkurencē pelnīti uzvar tas, kas saskaņā ar izvirzītiem kritērijiem piedāvā vislabāko risinājumu. Sevišķi nozīmīgi ir izsoļu un konkursu kārtībā sadalīt valsts pasūtījumus vai atlasīt privatizācijas pretendētus. Konkrētā gadījumā var ietaupīt valsts līdzekļus vai saņemt lielāku maksu par privatizējamo objektu, nodrošināt prāvākas investīcijas, arī lielāku darba vietu skaitu. Pretendentu konkurence risinās ap pasūtījumu izpildes un privatizējamo objektu tālākās apsaimniekošanas efektivitāti. Diemžēl izsoļu un konkursu mehānismu republikā lieto retāk, nekā tas nepieciešams. Tas nepārprotami ierobežo konkurenci. Arī tad, ja izsolē vai konkursā piedalās tikai viens dažkārt iepriekš "sarunāts" pretendents, konkurence izpaliek.

ES un monopoldarbības ierobežošana un konkurences sekmēšana. Viena no ekonomikas integrācijas pamatidejām ir konkurences izvēršana plašā teritorijā starp daudzu valstu uzņēmumiem. Latvijas virzība uz ES prasa republikas likumdošanu pakļaut ES attiecīgajām nostādnēm. ES tiesiskie pamati monopoldarbības ierobežošanai, lai sekmētu konkurences izvēršanu, balstās uz šādiem principiem:

- konkurenci ierobežojošu tirgus dalībnieku vienošanos un to asociāciju lēmumu, kā arī tirgus dalībnieku saskaņotas darbības aizliegums;
- tirgus dalībnieku dominējošā, arī monopolstāvokļa ļaunprātīgas izmantošanas aizliegums;
- jebkura konkurenci kropļojoša vai likvidējoša valsts atbalsta aizliegums.

Obligāti valsts pienākumi ir šādi:

- dabisko monopolu un tādu tirgus dalībnieku darbības kontrole, kuriem piešķirtas ekskluzīvas tiesības;
- tirgus dalībnieku saplūšanas kontrole.²

Iepriekšējo gadu Latvijas antimonopolu likumdošana vēl neatbilda šiem principiem.

Konkurences likums. 1997. gada 18. jūnijā Saeimā pieņēma speciālu "Konkurences likumu", kas stājās spēkā 1998. gada 1. janvārī. Zīmīgs ir likuma nosaukums. Tas skaidri norāda šī tiesiskā akta mērķi: veicināt konkurenci, aizliegt jebkuru darbību, pasākumus, vienošanos, kas konkurenci iegrožo. Šinī nosaukumā mēs redzam principiālu atšķirību no krietni šaurākās "antitrustu" likumdošanas.

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R., LR Ekonomikas ministrija, 1996. – 102. lpp.

² Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R., LR Ekonomikas ministrija, 1996. – 103. lpp.

Likums diferencēti skar konkurences iegrožošanas draudus. Visupirms minēti dabiskie monopoli, kas nav saistīti ar konkurenci, kur pēdējā nestu tikai ļaunumu. Tālāk tiek izdalīts "dominējošais stāvoklis". Ar to tiek raksturots tirgus dalībnieka ekonomiskais (saimnieciskais) izņēmuma stāvoklis, jo tā tirgus daļa konkrētajā tirgū pārsniedz 40 procentus un tam ir iespēja ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci dotajā tirgū, darbojoties pilnīgi vai daļēji neatkarīgi no konkurentiem, klientiem vai pircējiem.

Īpaši izdalīta "izšķirošā ietekme" ar visai plašu raksturojumu. Runa ir par tādu ietekmi, kad tirgus dalībniekam saskaņā ar likumu nākas iekļaut citu tirgus dalībnieku savos pārskatos vai tirgus dalībniekam (dalībniekiem) tieši vai netieši ir šādas priekšrocības:

- kontrole pār vairāk nekā pusi no citu tirgus dalībnieku daļām, akcijām vai balsstiesībām;
- tiesības rīkoties ar attiecīgu citu tirgus dalībnieku īpašuma daļu;
- tiesības pieņemt lēmumus, kuri ir saistoši citiem tirgus dalībniekiem;
- tiesības iecelt citu tirgus dalībnieku pārvaldes institūciju locekļu vairākumu.

Konkurenci ierobežojošas darbības. Ko aizliedz likums, lai veicinātu konkurenci?

Ir aizliegtas un spēkā neesošas tādas tirgus dalībnieku vienošanās, kuru mērķis vai sekas ir konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana.

1. Konkrētāk runa ir par vienošanās tiešu vai netiešu cenu un tarifu noteikšanu jebkādā veidā vai to veidošanas noteikumiem, kā arī par informācijas apmaiņu, kas attiecas uz cenām vai realizāciju (tā ir principiāli jauna nostāja – aizliegums apmainīties ar informāciju, kas var iegrožot konkurenci).
2. Nedrīkst vienoties par ražošanas apjomu (iespaido cenu), tirgus sadali, tehniskās attīstības vai investīciju ierobežošanu jeb kontroli.
3. Aizliegta tirgus sadale pēc teritorijas, pēc pircēju, piegādātāju vai jebkuriem citiem nosacījumiem.
4. Nav pieļaujami noteikumi, līgumu slēgšana ar citu tirgus dalībnieku, kas rada atkarību no tā, vai šis tirgus dalībnieks uzņemas saistības, kurām pēc savas būtības vai komerciālā izmantojuma nav sakara ar konkrēto darba priekšmetu.
5. Nav pieļaujama vienošanās par piedalīšanos vai nepiedalīšanos konkursos, izsolēs. Šeit var būt izņēmumi, ja konkurenti publiski paziņo par kopējo piedāvājumu un šī piedāvājuma mērķis nav vērsts pret brīvu konkurenci.
6. Nedrīkst slēgt ekvivalentus līgumus ar nevienādiem noteikumiem ar citiem tirgus dalībniekiem.
7. Aizliegta darbība (bezdarbība), kuras ietekmē cits tirgus dalībnieks ir spiests aiziet no tirgus vai tiek apgrūtināta potenciālā dalībnieka iekļūšana tirgū.

Likums paredz arī negodīgas konkurences aizliegumu, nedrīkst pārkāpt attiecīgos tiesiskos aktus, veikt darbību, kā iespaidā var rasties konkurences kavēšana, ierobežošana, deformēšana. Negodīga konkurence var izpausties arī kā citas firmas nosaukuma, atšķirīgo zīmju un citu pazīmju izmantošana vai atdarināšana, jo tas var maldināt par tirgus darbinieka identitāti. Tas pats attiecas uz preces nosaukuma, ārējā izskata, marķējuma, iepakojuma atdarināšanu, preču zīmes lietošanu, ja tas var maldināt par preces izcelsmi.

Konkrēti piemēri. Pieredze liecina, ka Latvijas tirgus nav brīvs no šādiem pārkāpumiem vai strīdiem šai jomā, kas pat prasa tiesas iejaukšanos. Vairākās tiesu instancēs tika risinātas pretenzijas pret AS "Dzintars", kas izlaida krēmu "Niveja", kas pēc nosaukuma atgādina visā pasaulē pazīstamo krēmu "Nivea". Abām pusēm ir spēcīgi argumenti tehnikas un tiesību jomā.

AS "Vārpa" tieši pārkāpusi konkurences likumu, sākot ražot alu ar nosaukumu "Rīgas pils". Patentu valde noskaidroja, ka ar šādu nosaukumu jau kopš 1995. gada alu ražo AS "Rīgas alus". Otrais pārkāpums saistās ar to, ka uz alus etiķetēm nosaukums "Rīgas alus darītava "Vārpa"" izvietots tā, ka nosaukuma pirmā daļa pilnīgi atkārto AS "Rīgas alus" nosaukumu. Jautājums visai sarežģīts. AS "Rīgas vīni" pārņemts, ka, ieviešot ražošanā un tirdzniecībā plaši pazīstamo bulgāru vīnu "Monastirskaja izba", tikai mazliet mainīts vīna nosaukums, toties etiķetes dizains saglabāts pilnīgi.¹ Šāda rīcība klasificējama kā konkurences likuma pārkāpums.

¹ Dienas Bizness, 1998. gada 9. jūnijā.

1996. gada jūlijā Latvijā bija reģistrētas ap 30 000 preču zīmju. 1997. gadā patentu institūcijas padome izskatīja 190 sūdzību par negodīgu konkurenci sakarā ar preču zīmēm, kas ir 1,5 reizes vairāk nekā iepriekšējā gadā.¹

Kā atšķirt reģistrētu preču zīmi no neregistrētas? Atšķirība ir acīm redzama. Līdzās oficiāli reģistrētai preču zīmei jābūt nelielam aplim ar burtu R. Tā pircējs pats var pārbaudīt, vai preču zīme ir reģistrēta.

Nepatiesa informācija. Negodīga konkurence var saistīties ar nepatiesas, nepilnīgas vai izkropļotas informācijas izplatīšanu par citu tirgus dalībnieku vai tā dalībniekiem, kā arī šā tirgus dalībnieka ražoto vai realizēto preču saimniecisko nozīmi, kvalitāti, izgatavošanas veidu, īpašībām, daudzumu, noderīgumu, cenām, to veidošanu un citiem noteikumiem, kas var šim tirgus dalībniekam nodarīt zaudējumus.

Komercnoslēpumu sardzē. Aizliegts cita tirgus dalībnieka komercnoslēpumu ietverošo informāciju iegūt, izmantot vai izplatīt bez tā piekrišanas.

Draudi aizliegti. Likuma rupja pārkāpšana ir citu dalībnieku ietekmēšana ar draudiem vai uzpirkšana, lai radītu priekšrocības savai saimnieciskajai darbībai, tādējādi nodarot konkurentam zaudējumus. Šāda negodīga (būtībā noziedzīga) konkurence vērojama Rīgas tirgos.

Maldinošas reklāmas aizliegums. Reklāmu uzskata par maldinošu, ja tā, *pirmkārt*, ietver nepatiesu būtisku informāciju; *otrkārt*, par būtisku uzskatāma tāda informācija, kas dod pamatu domāt, ka tā ietekmē vai varētu ietekmēt pircēja lēmumu.²

Konkurences aizsardzības valsts institūcijas. Valsts institūcija, kuras tiešais pienākums ir nodrošināt konkurences likuma īstenošanu, ir Konkurences padome – valsts iestāde, ko finansē valsts budžets. Tā sastāv tikai no 5 cilvēkiem, kurus ik gadus pa vienam maina rotācijas kārtībā.

Viena no padomes tiesībām ir uzlikt naudas sodu Konkurences likuma pārkāpējiem likumā paredzētā apmērā.

Konkurences padomē ir speciāls izpildorgāns Konkurences birojs. Tā direktors ir tieši pakļauts Konkurences padomes priekšsēdētājam un pēc statusa ir ierēdnis (ierēdņa kandidāts). Šī biroja galvenais uzdevums ir izbeigt Konkurences likuma pārkāpumus, rīkojot sarunas ar attiecīgā pārkāpuma tirgus dalībniekiem.

Mazā un vidējā uzņēmējdarbība un konkurence. Valstij jānodrošina visi nosacījumi, lai katram uzņēmējam, tostarp sīkajam un vidējam, būtu reāla iespēja veikt uzņēmējdarbību brīvas un godīgas konkurences apstākļos. Sīkie un vidējie uzņēmumi ir aktīvi konkurences ideju nesēji; kā tirgus dalībnieki viņi spēj ekonomiski izdzīvot vienīgi tad, ja sekmīgi konkurē ar sāncensiem. No mazās un vidējās uzņēmējdarbības attīstības ceļa jānovāc visi tie birokrātiskie šķēršļi, kas kavē šai uzņēmuma darbībai sekmīgi izvērsties. Šajā sakarībā ir paredzēts īstenot speciālu programmu “Barjeru izvērtēšana ieešanai preču un pakalpojumu tirgos, pasākumu veikšana to likvidēšanai”. Šīs programmas mērķis ir ne tikai izanalizēt valsts institūciju veidotos ierobežojumus uzņēmējdarbības un konkurences attīstībā, noteikt licencēšanas un sertifikācijas nepieciešamību, izvērtēt valsts nodevas maksas pamatotību, bet arī izstrādāt priekšlikumus, kā sakārtot valstisko regulēšanu šinī atbildīgajā jomā.³ Latvijas presē bieži parādās raksti, ka valdība nesniedz nepieciešamo palīdzību pašmāju sīkai un vidējai komercdarbībai.

¹ Бизнес Балтия, 1998. gada 26. jūnijā.

² Konkurences likums. Valdības Vēstnesis. 08.07.97. nr.175.

³ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R., LR Ekonomikas ministrija, 1996. – 102. lpp.

10.6. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Konkurence – uzņēmēju sāncensība par pircēju, par noteicošo lomu tirgū, par varas nostiprināšanu ekonomikā. Tas izraisa tādu iniciatīvu, enerģisku uzvedību, kas rosina lauksaimniecības progresu, sekmē laika ekonomijas likumu.
2. Pilnīgā konkurence – konkurence, kam raksturīgi daudzi konkurējoši pircēji un pārdevēji, kas savstarpējā cīņā nespēj diktēt tirgus cenas.
3. Nepilnīgā konkurence – raksturīgas trīs formas: a) monopols un monopsons; b) oligopols un oligopsons; c) monopolistiskā konkurence. Kopējā noteicošā iezīme – iespēja noteikt, diktēt (regulēt) tirgus cenas.
4. Monopols – viens pārdevējs; pircējam nav piršanas alternatīvas, kas dod iespēju līdz zināmam līmenim noteikt cenu. Monopoli dala tirgu, nosaka ražošanas kvotas, vienojas par jaunievedumiem, tehniskā progresa ieviešanu.
5. Monopsons – viens pircējs, kas dod iespēju diktēt cenas līdz noteiktam līmenim.
6. Oligopols – nedaudzi pārdevēji, kas slēdz dažāda rakstura ekonomisko vienošanos par tirgus sadali, ražošanas apjomu, cenu līmeni.
7. Oligopsons – nedaudzi pircēji, kas slēdz vienošanos par piršanas cenu, piršanas apjomu utt.
Monopoli un oligopoli ir ne tikai atsevišķi lieli uzņēmumi, bet vienošanās, nolīgumi, apvienības ar vienotu stratēģiju un taktiku. Monopoli un oligopoli ietvaros notiek cīņa par vadošo lomu, ražošanas apjomu, cenu minimālo līmeni, tirgus pārdali, prioritāti tehniskā procesa jomā utt.
8. Monopolistiskā konkurence – *pirmkārt*, apvieno monopoli un konkurenci; monopoli nodrošina diferencētas īpašības, oriģināls dizains, tehniski jaunumi, kvalitāte un garantijas laiks, pakalpojumi; tie ir asi trīti monopolisma ieroči; *otrkārt*, darbojas vietas monopols (restorāns vilcienā, uz kuģa, vienīgais veikals plašā apkaimē), kas spiež pircējus izmantot tā pakalpojumus un maksāt augstāko cenu.
9. Patents – diferencētas īpašības kā monopols var nostiprināt, patentējot attiecīgu oriģinālu jaunumu. Pēc oriģinalitātes pārbaudes jaunumu var reģistrēt kā patentu; izmantojot patentu, pārdot licenci par to lietošanas atļauju atļauts vienīgi patenta īpašniekam. Katru gadu ir jāmaksā patenta nodeva. Patents ir ierobežots ar divdesmit gadu ilgu laika periodu. Pēc tam var patenta jaunumu brīvi izmantot.
10. Patenta tīrība – jaunu ražojumu var laist tirgū tikai pēc pārbaudes, vai tā ražošanā nav izmantoti patenti.
11. Starptautiskie patenti – starpvalstu vienošanās paredz vienlaicīgu patentēšanu vairākās valstīs, arvien lielāka loma ir “Eiropatentam” – patentam, kas ir spēkā visā Eiropas Savienībā.

10.7. Secinājumi

Konkurence tirgus ekonomikā ir saimnieciskā progresa pamatsvira, īpašs motīvu kopums un ekonomiskās piespiedšanas mehānisms. Atšķir pilnīgo un nepilnīgo konkurenci. Pirmā saistās ar līdzsvara cenu brīvo veidošanos, otrā mēģina diktēt cenas, iegrožojot konkurenci.

Nepilnīgai konkurencei ir trīs paveidi: pirmais – monopols (viens pārdevējs) un monopsons (viens pircējs); otrais – oligopols (nedaudzi pārdevēji) un oligopsons (nedaudzi pircēji); trešais – monopolistiskā konkurence. Pēdējā balstās uz preču diferencētām īpašībām un vietas monopoli.

Nepilnīgo konkurenci var attēlot kā divsejainu Janusu. Tur, kur ekonomiskā progresa interesēs nepieciešamas prāvas investīcijas radikāliem pārkārtojumiem, novitātēm, redzam attīstības seju; pozitīvu rezultātu. Iegrožojot konkurenci, nepilnīgā konkurence rāda savu otro seju, kas ir regresa, stagnācijas seja, monopolpeļņas seja, kas pazemina iedzīvotāju pirktspēju.

Visās tirgus ekonomikas zemēs darbojas monopoli likumdošana, kas likuma vārdā aizliedz vienošanos, kas veido monopolus. Latvijā no 1998. gada 1. janvāra darbojas Konkurences likums un

speciālās valsts institūcijās – Konkurences padome un tās izpildorgāns Konkurences birojs ar uzdevumu nodrošināt Konkurences likuma īstenošanu. Jaunais likums ir piemērots Eiropas Savienības prasībām monopolu darbības iegrožošanā un konkurences vispusīgai veicināšanai.

Konkurence ir daudzpusīga ekonomiskā svira, kas efektīvi sekmē mazās un vidējās uzņēmējdarbības attīstību.

10.8. Pamatterminu tulkojums

Antitresta likums	<i>antitrust law</i>	антитрестовский закон
Birža	<i>stock exchange</i>	биржа
Dabiskie monopoli	<i>natural monopolies</i>	естественная монополия
Diferencēts produkts	<i>differentiated products</i>	дифференцированный продукт
Konkurence	<i>competition</i>	конкуренция
Konkurences likums	<i>competition law</i>	закон конкуренций
Licence	<i>licensee</i>	лицензия
Monopols	<i>monopoly</i>	монополия
Monopolistiskā konkurence	<i>monopolistic competition</i>	монополистическая конкуренция
Monopsons	<i>monopsony</i>	монопсония
Nepilnīgā konkurence	<i>imperfect competition</i>	несовершенная конкуренция
Oligopols	<i>oligopoly</i>	олигополия
Oligopsons	<i>oligopsony</i>	олигопсония
Patents	<i>patents</i>	патент
Pilnīgā konkurence	<i>perfect competition</i>	совершенная конкуренция
Vietas monopols	<i>monopoly of place</i>	монополия места

10.9. Uzdevumi

1. Cenu karā oligopola dalībnieki mēģina piesaistīt pircējus ar zemākām cenām. Līdz kādam līmenim firma ir gatava pazemināt preces A cenu, ja šīs preces ekonomiskā cena ir Ls 60 (Ls 50 ārējās izmaksas, Ls 5 iekšējās izmaksas, Ls 5 peļņa)? Pamatot firmas lēmumu.
2. Ražojot preci A, veidojas šādas izmaksas: preces vienības pastāvīgās izmaksas Ls 10, mainīgās izmaksas Ls 120, normālā peļņa Ls 15. Aprēķināt preces cenu. Raksturot šīs preces cenas veidošanas metodi.
3. Nozares (apakšnozares) tirgū preces pārdod tikai viens uzņēmums. Nozares (apakšnozares) tirgū viens uzņēmums pārdod vairāk nekā 40% visas produkcijas. Nozares (apakšnozares) tirgu kontrolē 5–7 lieli uzņēmumi. Raksturot katru no šīm trim uzņēmumu grupām.

10.10. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kāda ir konkurences loma tirgus mehānismā?
2. Pēc kādiem kritērijiem tiek klasificēta konkurence?
3. Kas raksturīgs pilnīgai konkurencei?
4. Kas raksturīgs nepilnīgai konkurencei?
5. Kā darbojas monopoli?
6. Kā veidojas monopolcenas?
7. Kāpēc veidojas monopols?
8. Kas ir monopsons?
9. Kā darbojas iekšzaru konkurence?
10. Kā darbojas un kāda loma ir starpnozaru konkurencei?
11. Kāpēc monopoli sekmē efektivitātes krišanos?
12. Kā monopoli īsteno cenu diskrimināciju?
13. Ar ko atšķiras oligopols no monopola?
14. Kādas ir oligopolu konkurences metodes?
15. Kādu starpvalstu oligopolu jūs pazīstat?
16. Kā darbojas O. Kurno modelis?
17. Kāda ir lautzā pieprasījuma modeļa ekonomiskā būtība?
18. Kā notiek cenu veidošanās pēc principa "Izmaksas plus"?
19. Kā īstenojas monopolistiskā konkurence?
20. Kā saistās patenti ar monopolistisko patentu?
21. Kāds ir "Eiropatenta" mehānisms?
22. Kāds ir Latvijas Konkurences likuma saturs?
23. Kādi ir ES monopoldarbības iegrožošanas un konkurences ievērošanas principi?
24. Kā darbojas tirgus "neredzamā roka"?
25. Vai tirgus regulēšanai ir alternatīva?
26. Kāpēc tirgus sociālisms nespēj īstenoties?
27. Kā tirgus regulē tehnikas, tehnoloģijas progresu?
28. Kā tirgus īsteno ekonomikas atlasīšanu?
29. Kāda loma ir konkurencei, attīstot mazo un vidējo uzņēmējdarbību?
30. Ko nozīmē tirgus fiasko?

11. nodaļa. Tirgus “neredzamā roka” (Ražošanas regulēšanas tirgus mehānisms)

11.1. Vajadzības, cenas konkurence un ražošanas regulēšana

11.1.1. Ražošanas (pakalpojumu sniegšanas) regulēšanas nepieciešamība

Lai apmierinātu sabiedrības, tās locekļu daudzpusīgās un mainīgās vajadzības, kuras tirgus ekonomikā pastiprināti parāda pieprasījums, jāveido daudzas makroproporcijas un mikroproporcijas. Citiem vārdiem, ir nepieciešama ražošanas regulēšana; jādarbojas īpašam mehānismam, kas sadala un pārdala ražošanas resursus starp nozarēm, apakšnozarēm un uzņēmumiem. Piemēram, lai saražotu vienu miljonu metru kokvilnas auduma, ir nepieciešams stingri noteikts skaits audēju, vērpeju, šķetinātāju, tekstilmākslinieku, ķīmiķu, mehāniķu, transportstrādnieku, kokvilnas audzētāju, agronomu, lauksaimniecības mašīnražotāju, celtnieku un citu darbinieku. Stingri noteiktās proporcijās uzņēmējiem jāceļ dažādas ēkas, jāgādā iekārtas, mašīnas, ierīces, izejvielas, materiāli, palīgmateriāli, zemes platības, ūdens u.tml. Šīs proporcijas ietekmē maiņu koeficients, darba dienas ilgums. Tehnisko un ekonomisko sakarību skaits tikai kokvilnas audumu ražošanā vien sniedzas tūkstošos.

Kā apgalvo speciālisti, lai apmierinātu mūsdienu sabiedrības reālās vajadzības, jāražo vismaz 100 miljonu dažādu nosaukumu preču veidu. Ir jāatrisina patiesi gigantisks uzdevums: ko ražot, kā ražot, kam ražot, kad ražot. Šai problēmai ir daudz tehnisku un tehnoloģisku aspektu. Arī organizatorisku jautājumu šajā sakarā ir atliku likām. Kā liecina rūgtā pieredze, nepietiek tikai izaudzēt teicamu ražu, lai apmierinātu pat pieticīgas vajadzības. Centrālā vietā izvirzās ražotāju ekonomiskā rīcība. Ārējie ekonomiskie sakari turklāt ir saistīti ar labvēlīgu ārpolitiku. Tātad ir vajadzīgs gan drošs vajadzību uztveršanas mehānisms, gan efektīva ekonomiska piespiešana un ieinteresētība šīs vajadzības apmierināt, gan labvēlīgs iekšpolitisks un ārpolitisks klimats. Ražošanas regulēšanas mehānisms, kas veidojies un pilnīgojies gadsimtu gaitā, jau sen civilizētajā pasaulē normālos apstākļos ir tirgus mehānisms ar tā cēloņsakarībām.

11.1.2. Kā tirgus regulē ražošanas proporcijas?

Cenu līmenis ir jutīgs preču deficīta vai pārprodukcijas indikators. Tas būtībā ir atgriezeniskās saiknes signāls, kas liecina, kā ražošana, piedāvājums apmierina pieprasījumu. Augsta cena salīdzinājumā ar ražošanas izmaksām, prāva papildu peļņa aktīvi signalizē par preču trūkumu. Turpretī zema cena un izputēšanas draudi liecina par preču pārpalikumu. Kāda ir uzņēmēju reakcija uz šiem signāliem? Pirmajā gadījumā uzņēmēji ir ieinteresēti ražošanu un piedāvājumu paplašināt, otrajā – sašaurināt vai pat pārtraukt. Šādai ekonomiskai rīcībai ir tālejošas sekas. Paplašinot preces ražošanu, uzņēmējs saskaras ar cenu līmeņa lejupslīdi: katras nākamās preces vienības ražošana kļūst mazāk izdevīga. Tas ierobežo ražošanas apjoma pieaugumu. Līdz ar to notiek nemītīgs ražošanas apjoma regulēšanas process atkarībā no pieprasījuma un piedāvājuma samēra. Visa šī regulēšana pastāv sīvas iekšņozaru konkurences apstākļos, kad uzņēmējs zināmu laiku piecieš mazu peļņu vai pat peļņas trūkumu, lai tikai to saņemtu nākotnē. Ekonomiskajai rīcībai cīņā par izdzīvošanu ir perspektīvs raksturs. Ja zema cena ir piespiedusi ražošanu un piedāvājumu sašaurināt, tad turpmāk, ievērojot pieprasījumu, cena augs. Zināma pacēluma punktā cenas jaunais līmenis tā izmainīs samēru starp preces vienības galējo ienākumu un galējām ražošanas izmaksām, ka kļūs izdevīgi ražošanu izvērst. No jauna mainīsies piedāvājuma un pieprasījuma samērs un līdzsvars starp tiem. Tā ar cenu svārstību svīru notiek ražošanas proporciju regulēšana konkurences apstākļos nozares ietvaros.

11.1.3. Mazredzamā starpnozaru konkurence

Šis tirgus regulējošā mehānisma apraksts ir visai vienkāršots. Līdzās skaidri saskatāmai iekšnozares konkurencei, cīņai par pircēju pievilināšanu konkrēta uzņēmuma precei grūtāk ir pamanāma starpnozaru konkurence, proti, cīņa par iespēju ieguldīt līdzekļus maksimāli ienesīgā sfērā. Šāda līdzekļu īpašnieku ekonomiskā rīcība ir absolūti nepieciešama, jo nevar paplašināt vai sašaurināt ražošanu, dibināt uzņēmumus principiāli jaunu produkcijas veidu ražošanai, ja nenotiek investīcijām nepieciešamo līdzekļu migrācija, to pārplūšana no nozares uz nozari. Praktiskajā tirgus ekonomikā starpnozaru konkurence nesaraujami savijas ar iekšnozaru konkurenci. Kā magnēts jaunas investīcijas pievelk nozare, kur ir vai gaidāma augsta peļņa. Ieplūstot līdzekļiem šajā nozarē, tiek attīstīta ražošana, palielināts piedāvājums, saasināta iekšnozaru konkurence, kā ietekmē pazeminās cena un samazinās peļņa. Līdz ar to var sākties atplūdi. Tieši pretējā virzienā līdzekļu migrācija notiek sākotnēji mazienesīgā nozarē. No turienes nauda plūst uz izdevīgākām nozarēm. Līdzekļu aizplūšana sašaurina ražošanu un samazina pieprasījumu. Tādējādi cenas ceļas, aug peļņa, ir iespējama līdzekļu atplūde, ražošanas un piedāvājuma apjoms palielināsies, cena un peļņa samazināsies. Tā tirgus cena, peļņa konkurences iespaidā, pamatojoties uz uzņēmēju un pircēju ekonomiskās rīcības motivāciju, nemitīgi regulē ražošanu. Pastāv koncepcija, ka šī procesa gaitā visās nozarēs kā zināma tendence veidojas vienota vidējā jeb **normālā peļņas norma**. Tā atspoguļo līdzsvaru starp pieprasījumu un piedāvājumu, vajadzībām un ražošanu nozaru līmenī, kad nav ne deficīta, ne pārpalikuma. Protams, katrs uzņēmējs saņem individuālu peļņas normu, kas ir saistīta ar visai konkrētu samēru starp preču cenām un ražošanas izmaksu ikreizējo līmeni. Par vidējo peļņas normu (vienādu peļņu, rēķinot uz vienādu izmantoto resursu daudzumu, naudas izteiksmē) var runāt tikai kā par nozaru un apakšnozaru peļņas normu izlīdzināšanās virzību. Taču rit sarežģīts process, kad savijas iekšnozaru un starpnozaru konkurence. Ja vidējās peļņas normas veidošanās tendenci raksturotu kā objektīvu likumu, tad varētu apgalvot, ka "likums darbojas nedarbojoties". Vienlaikus ir pamats uzskatīt, ka proporcijas veidojas ar disproporciju starpniecību, bet anarhija ir "kārtības māte".

Pāvila Rozīša romānā "Ceplis" ir šādas satīriskas rindas: "Cīrulis, izmantojot valsts kredītus, bija ieguldījis kapitālu kādā sāls maltuvē. Maltuve sākumā strādāja labi un visiem uzņēmuma dalībniekiem atmeta krietnu peļņu. To redzot, radās uzņēmīgi cilvēki, kas dibināja sāls dzirnavas pa visu Latviju. Drīz Latvijā bija piemalts tik daudz smalkā sāls, ka visu Rīgas jūras līci no Kolkasraga līdz Ainažiem varēja aizbērt, pārvēršot par Nāves jūru, kur reņģes jau būtu sāļas bez sāļšanas. Protams, visi Latvijas iedzīvotāji sāļja, ko kurš mācēdams, tomēr samalto sāli nevarēja patērēt."

Kāpēc šeit aprakstītais praktiski nav iespējams? Tas ir tāpēc, ka lielais sāls daudzums strauji samazinātu cenu un peļņu un būtu nepārvarams šķērslis jaunām investīcijām. Nozarē ilgstoši nav iespējama ne pārāk augsta peļņas norma, ne pārprodukcija. Tirgus darbojas izlīdzinoši.

Resursu starpnozaru migrācija. Līdzekļu pārplūšana no nozares uz nozari ir visai sarežģīts process. Problēmas būtība ir tāda, ka reālais kapitāls uzņēmumā – ēkas, iekārtas, mašīnas, izejvielas, materiāli – nav spējīgs dotajā periodā pārplūst, piemēram, no bērnu rotaļlietu ražošanas uz robotu izgatavošanu. Šeit darbojas īpaši mehānismi. *Pirmkārt*, akciju pirkšana un pārdošana. Ja konkrēta cēloņa dēļ ražošana kļūst neizdevīga un dod mazu peļņu, tad notiek attiecīgo uzņēmumu akciju pārdošana un to vietā vērtspapīru pirkšana, kas no dividēžu viedokļa sola labu perspektīvu. Tā ir reālā līdzekļu migrācija – aizplūšana no vienas nozares uz citu nozari, t.i., līdzekļu akumulācija kādā augsti ienesīgā nozarē, ar kuras produkciju vēl ir nepiesātināts preču tirgus. Tādējādi vērtspapīru tirgus, kuru apkalpo fondu birža, ir svarīgs tirgus mehānisma posms ražošanas proporciju regulēšanā. *Otrkārt*, problēmas, kas rodas sakarā ar investīciju iesaistīšanu perspektīvās nozarēs, tiek risinātas arī ar kredītu, t.i., naudas aizdošanu. Te saskaras rūpnieku un bankieru intereses: pirmajiem ir vajadzīga nauda, otrie alkst pēc augstas procentu likmes. Šīs intereses var saskaņot, piešķirot kredītu ar solīdu procentu likmi ienesīga biznesa izvērsšanai. Tādējādi arī kredīts tirgus ietvaros ir visai nozīmīga ražošanas regulēšanas svira.

11.2. Vai tirgus regulēšanai ir alternatīva?

Tirgzinība prognozē rītdienu. Nav grūti tirgus mehānismu iznīcinoši kritizēt. Jā, tirgus nenovēršami ir saistīts ar stihiskumu, ar pārejošām disproporcijām. Tirgus ekonomikas vēsturē ir bijušas smagas

krīzes ar masu bezdarbu. Būtu maldīgi uzskatīt, ka tirgus mehānisms nozīmē vienīgi ražošanas regulēšanu un pieprasījuma uztveršanu *post factum*, kad preces tiek ražotas nezināmam pircējam. *Pirmkārt*, uzņēmumi plašos apmēros ražo preces stingri pēc pasūtījumiem. Uzņēmumu iekšējā plānošana reāli balstās uz īstermiņa un ilgtermiņa pasūtījumu portfeli. *Otrkārt*, tiek veikti efektīvi konjunktūras pētījumi, kas dod nozīmīgu informāciju regulēšanas stratēģijai. *Treškārt*, neviens kaut cik nozīmīgs mūsdienu uzņēmums neiztiek bez tirdzniecības, kas dod rekomendācijas ražošanai nākotnē, ievērojot tās pieprasījuma prognozi. Vai tirgus regulēšanai mūsdienu ekonomikā ir alternatīva?

Tirgus – plānsaimniecības efektīvs pretstats. Marksisms–ļeņinisms, pārņemot daudzus utopiskā sociālisma postulātus, mēģināja pamatot ārēji pievilcīgu tēzi, ka plānsaimniecība spēj pārvarēt tirgus mehānisma organiskos trūkumus, bet plānošana sekmīgi aizstāj tirgus “neredzamo roku”. Ar plašas propagandas palīdzību notika cenšanās it visus pārliecināt, ka plānveidīgums ir sociālisma kardināla priekšrocība un sociālistiskās celtniecības panākumu ķīla salīdzinājumā ar kapitālismu. Pietiek objektīvi novērtēt Vācijas Demokrātiskās Republikas un Vācijas Federatīvās Republikas, Ziemeļkorejas un Dienvidkorejas, Čehoslovākijas un Austrijas, Latvijas un Somijas pēckara ekonomisko attīstību, lai nekļūdīgi secinātu, ka plānsaimniecība nespēj nodrošināt efektīvu saimniekošanu un līdz ar to nepieciešamu dzīves līmeni un sociālo problēmu risināšanu. Tiek apstiprināta arī jau minētā atziņa, ka tirgus ekonomikā nav alternatīvas.

Plānošanas orgāni, visa sazarotā daudzpakāpju plānošanas un sadales sistēma nespēja, *pirmkārt*, uztvert visas vajadzības, reaģēt uz to izmaiņām; *otrkārt*, nodrošināt nepieciešamo ražošanas apjomu pa produkcijas veidiem, sadalīt resursus pēc vajadzībām un, *treškārt*, rosināt resursu taupīgu izlietošanu. Ar komandām, pavēlēm un detalizētām instrukcijām to panākt nevar. Sociālistiskā sacensība kā konkurences pretmets izrādījās īsts ziepju burbulis. Efektu dod tikai reālā cīņa par izdzīvošanu, spēcīgi ekonomiskie stimuli un piespiedu līdzekļi. Ir nepieciešama nevis administratīva kontrole, bet gan sabiedrības, t.i., tirgū esošo preču daudzuma un labuma pircēju vērtējums. Bez konkurences nav un nebūs racionālas saimniekošanas. Citiem vārdiem, normālai ekonomikā, kas orientēta uz cilvēku vajadzību apmierināšanu, ir nepieciešams viss, kas raksturīgs tirgus mehānismam.

Elektroniski kibernetiskā utopija. Pirms vairākiem gadu desmitiem radās jauns plānsaimniecības variants – elektroniski kibernetiskā utopija. Nav apstrīdams tas, ka elektroniskās skaitļojamās mašīnas (ESM) ir varens cilvēka palīgs, bet kibernetika – daudzsološa zinātne ar lielu praktisku potenciālu. Vai ESM un kibernetiskās metodes spēj aizstāt tirgu? No vienas puses, tiek atzīts, ka tikmēr, kamēr plānotāji ir apbruņoti tikai ar skaitļošanas kauliņiem un aritmometriem, nav ko sapņot par vajadzību precīzu un resursu plānveidīgu sadali bez disproporcijām. No otras puses, esot iespējams visas šīs problēmas optimāli risināt ar plaši sazarotu skaitļošanas centru sistēmas palīdzību, balstoties uz mūsdienu ekonomiski matemātiskām metodēm. Atliek tikai ESM uztvert nepieciešamo informāciju par vajadzībām (pieprasījumu), par resursiem, to izlietojuma normām, par sadales plūsmām, un “gudrās mašīnas” saskaņā ar zinātniski pamatotiem algoritmiem visai ātri dos nepieciešamās komandas ražošanas proporciju regulēšanai. “Elektroniskās gaišās nākotnes” nesaudzīgi kritiķi uzreiz norādīja, ka tiek ierosināts tāda mēroga uzdevums, kas nebūtu pa spēkam ne tikai pašreizējam ESM, bet arī virsjaudas skaitļotājiem tālākā nākotnē. Turklāt ražošanas, sadales un proporciju pārkārtošanas uzdevumus nāksies risināt nevis vienreiz pieciem gadiem vai gadam, bet ievērojami īsākiem periodiem, jo tehnikas un tehnoloģijas progress visai strauji maina resursu samērus jaunā vajadzību spektrā. Tās ir būtībā tehniska rakstura iebildes. Minētās teorijas trūkums ir saistīts ar cilvēka rakstura un ekonomiskās uzvedības motivācijas izpratni. Ir atļauts jautāt: kurš mehānisms efektīvi fiksēs informāciju par pastāvīgi mainīgajām personiskajām un ražošanas vajadzībām, lai to bez kļūdām ievadītu elektroniskajā atmiņā? Reālā sakarību ķēde ir šāda: vajadzības parādās kā reāls pieprasījums, pēdējais ir atkarīgs no cenām, cenas svārstās atkarībā no piedāvājuma un pieprasījuma samēra, tas savukārt ir saistīts ar galējo derīgumu un galējām ražošanas izmaksām, ar peļņas lielumu. Var jau mēģināt konstruēt garu vienādojumu ar daudziem nezināmiem un tos aprēķināt. Droši var apgalvot, ka bez tirgus informācijas aprēķini būs nepareizi, bet pareizu informāciju var iegūt vienīgi, balstoties uz tirgus mehānismu. Jāatzīst, ka ESM plus kibernetiskās metodes var būt visai noderīgs palīgs tirgus konjunktūras izpētē, prognozēšanā, mārketinga uzdevumu risināšanā, bet moderni tehniskie līdzekļi un metodes nekādi nespēj būt tirgus alternatīva.

Pārvaldnieku motivācija un datoru ieteikumi. Ir vēl viena problēma, proti, vai menedžeri, lielie un mazie pārvaldnieki centīgi izpildīs ESM optimālos ieteikumus. Atbilde ir gaužām vienkārša. Normālos

apstākļos cilvēki mēdz darīt to, kas viņiem ir izdevīgi. Tātad, ja datoru risinājumi vadītājiem un izpildītājiem būs izdevīgi, viņi tos realizēs. Ja nebūs izdevīgi, tie paliks nerealizēti. Autors atceras gadījumu, kad LU Skaitļošanas centrā tika risināts transporta uzdevums visīsākā maršruta aprēķināšanai kravas automašīnām, kas katru dienu veda piena produktus Rīgas veikaliem. Uzdevums tika sekmīgi izpildīts. Taču autotransporta kantora vadītāji un šoferi atteicās realizēt izmaiņas maršrutā, jo kantora plāna izpilde un šoferu darba samaksa bija atkarīga no tonn kilometriem, t.i., jo garāks ir dotās kravas pārvadāšanas ceļš, jo ir izdevīgāk. Tā ka ekonomiskās rīcības realitāte neļāva īstenot teicamu ieceri.

Kā noskaidrot efektivitāti? Izdevīguma un neizdevīguma kritērijs acīmredzot jāsaista ar efektivitātes un neefektivitātes problēmas risinājumu. Šim nolūkam ir nepieciešami labi mērītāji. Naturāli rādītāji kā efektivitātes mērītāji nav derīgi, jo tie neievēro ražošanas izmaksu līmeni. Vienīgā praktiskā iespēja ir efektivitātes uztveršana naudas izteiksmē ar cenu un peļņas palīdzību. Lai efektivitātes mērīšanu neatrautu no vajadzību apmierināšanas pakāpes, cenām jābūt brīvām tirgus cenām, kas atspoguļo piedāvājuma un pieprasījuma samēru. Visās zemēs, kur tika praktizēta direktīva cenu noteikšana, tā deformēja cenas, nedeķa iespēju saimniekošanas efektivitāti vērtēt no sabiedrības locekļu, uzņēmumu interešu viedokļa, organizēt racionālu it visu resursu izmantošanu. Vienas cenas izrādījās nepamatoti zemas (parasti iegūstošajā rūpniecībā, lauksaimniecībā), citas – nepamatoti augstas (daudzu plaša patēriņa preču ražošanas rūpniecībā). Tādējādi viena uzņēmumu daļa bija hroniski nerentabla, bet otra – augsti ienesīga. Lielu ienākumi tika pārdalīti ar budžeta starpniecību, lai maksātu dotācijas tiem uzņēmumiem, kuru ieņēmumi nesedza izdevumus. Tas nozīmē, ka arī izdevīgākajām nozarēm, kuru produkciju pārdeva par augstām cenām, maz kas no iegūtās peļņas palika pāri. Apstākļos, kad vieni saimniekotāji ir “bez vainas vainīgie”, bet otri “nepelnīti nopelniem bagātie”, nav iespējams saprātīgi, racionāli attīstīt ekonomiku. Un vaina nav meklējama cenu komiteju darbības politikā vai to darbinieku kvalifikācijā, bet gan saimniekošanas sistēmā, kas ignorē objektīvi nepieciešamo tirgus mehānismu. Tieši tas arī ir raksturīgs elektroniskajai utopijai. Jāpiekrīt mūsdienu ievērojamā ekonomista, monetārisma teorijas ciltstēva, Nobela prēmijas laureāta amerikāņa Milтона Frīdmena teiktajam, ka tirgus “neredzamā roka”, virzīdama cilvēkus viņu interešu īstenošanas virzienā, ir ievērojami jutīgāks un efektīvāks izaugsmes un arī brīvības avots nekā birokrāta “mirusī roka”.

11.3. Tirgus regulēšana un tehnikas progress

Papildu peļņa – progresa motīvs. Bez tehnikas un tehnoloģijas progresa, organizācijas un pārvaldes pilnveidošanas Latvijai nav ko sapņot uzcelt gaismas pili. Šai problēmai ir divi aspekti: *pirmkārt*, resursu novirzīšana jaunu vai pilnveidotu produkcijas veidu – gan ražošanas līdzekļu, gan patēriņa priekšmetu – ražošanai un, *otrkārt*, resursu taupīšana, izgatavojot jebkuru produkciju vai sniedzot pakalpojumus. Jautājuma risinājums ir saistīts ar papildu peļņu kā nozīmīgu stimulu, ar konkurenci kā ekonomiskās piespiešanas formu. Peļņa ir jo lielāka, jo, pastāvot pārējiem līdzīgiem nosacījumiem, augstāka ir cena un mazākas ražošanas izmaksas.

Jaunu izstrādājumu cena parasti ir relatīvi augsta. Ja ražojums patiešām ir ievērtības cienīgs, tas ātri rada lielu pieprasījumu un, pastāvot sākotnēji ierobežotam piedāvājumam, notur cenu augstā līdzsvara punktā. Jaunās ražotnes sev piesaista investīcijas un citus resursus. Brīžiem rodas īsta ķēdes reakcija, piemēram, jau minētās videoaparātūras ražošanas jomā. Lai videomagnetofoni varētu kaut ko rādīt, ir nepieciešamas videokameras, videokasetes, videosaloni. Līdz ar to jaunu impulsu gūst elektronikas attīstība, zinātniskie pētījumi, meklējumi tehnikas un tehnoloģijas jomā. Augstā peļņa, ko gūst nozares celmlauži, piesaista sev jaunus līdzekļus. Ražošana paplašinās, piedāvājums aug, bet cenas pazeminās un tā iespējama samazinās peļņa. Lai uzņēmums noturētos līmenī, tiek meklētas iespējas paplašināt ražošanu, īstenot elastīgā piedāvājuma variantu, lai augtu $Q \times P$. Konkurences žņaugi liek meklēt izeju vēl divos virzienos, mēģinot pieveikt sāncensi, t.i., *pirmkārt*, ar produkcijas kvalitāti, oriģināliem uzlabojumiem (ar papildu lietošanas vērtību) un, *otrkārt*, ar zemāku cenu. Lai efektīvi izmantotu šo pēdējo ieroci, jāpazemina ražošanas izmaksas, resursu izlietojums uz produkcijas vienību. Te tirgus saistībā ar konkurenci rosina ieviest jaunu tehniku un tehnoloģiju, pilnīgāku darba organizāciju, ir šo procesu katalizators. Būtībā darbojas īpatnējs dzinējs – ekonomiskā progresa *perpetuum mobile*.

Kā darbojas dzinējs? Kādas sakarības nosaka šī dzinēja darbības nepārtrauktību? Zemākas ražošanas izmaksas, kas dod iespēju atvilināt pircējus no konkurenta un nodrošināt cerēto papildu peļņu, taču

nav mūžīga parādība. Arī apdraudētie sāncenši nesnauž, bet gan meklē un atrod iespējas pilnveidot savus ražojumus, pārņemt jaunāko pieredzi, palētināt produkciju. Tas ir diezgan sarežģīti. No vienas puses, ražotāji, kuriem ir zemākas izmaksas, lai saglabātu savas priekšrocības, rūpīgi slēpj visu jauno no potenciāliem konkurentiem. No otras puses, pēdējie aktīvi veic rūpniecisko spiegošanu. Tādējādi agri vai vēlu jaunais izplatās, pazeminot ražošanas izmaksas nozarē. Līdz ar to zūd starpība starp individuāli zemākām un nozares augstākām ražošanas izmaksām. Cenas slīd lejup. Sākotnējā priekšrocība līdz ar papildu peļņu zūd. Bet konkurence nebeidzas. Izdzīvošanas nosacījumi, cenšanās saņemt lielākus ienākumus spiež ražotājus palētināt ražošanu. Atkal uz laiku viena uzņēmuma ražošanas izmaksas būs zemākas nekā nozarē vidējās izmaksas. No jauna notiek cīņa par to, lai no sāncenša neatpaliktu, bet gan to apsteigtu. Pazeminās ražošanas izmaksu sabiedriskais līmenis, un aprakstītie procesi atkārtosies arvien no jauna. Lasītājs var iebilst, jo produkcijas palētināšana nevar notikt neierobežoti, ražošanas izmaksas nekad nenoslīd līdz bezgalīgi mazam lielumam. Tam var piekrist. Tikai jāievēro divi apstākļi. *Pirmkārt*, tehnikas un tehnoloģijas progress resursu ekonomikas jomā spēj radīt brīnumus. Tā elektronisko skaitļošanas mašīnu izgatavošanas jomā pamatelementu ražošanas izmaksas kopš ESM izgudrošanas ir samazinājušās tūkstoškārtīgi. *Otrkārt*, zinātniski tehniskais progress patiešām ir bezgalīgs. Katru dienu rodas kaut kas līdz šim neredzēts, jauni lietošanas vērtīgumi, to visdažādākās modifikācijas. Mūsu pilsoņi, apmeklējot Rietumu valstu veikalus, bieži vien apmulst, jo ievērojamas daļas preču lietojums viņiem nav zināms. Šajās valstīs strauji norit veco lietošanas vērtīgumu nomaiņa ar jaunajiem, tirgū parādās pavisam atšķirīgas preces. Šie procesi ir ekonomiskās rīcības rezultāts, saimniekošanas sistēmas izpausme. Kad Japānā kā tehnikas anahronismu nojauc pēdējo martena krāsni, Padomju Savienībā turpināja projektēt un celt šādas jaunas krāsnis. Attiecīgu lēmumu pieņēma ne jau mazkompetenti uzņēmumu darbinieki, bet gan ekonomiskās pārvaldes augstākie orgāni pēc ekspertīzēm un daudzkārtējas saskaņošanas. Tāpat nepietiek ar zinātnieku, speciālistu radošu izdomu, ir nepieciešama arī ekonomiskā piespiešana, ieinteresētība visu efektīvo pēc iespējas ātrāk likt lietā. Citiem vārdiem, ir vajadzīgs tirgus, kas balstās uz privāto iniciatīvu un konkurenci, ekonomisku piespiešanu.

11.4. Tirgus un ekonomiskā atlase

Lai neveiksminieks raud. Tirgus regulējošai darbībai ir vēl viens aspekts – tiek īstenota ekonomiskā atlase pēc efektivitātes kritērija. Darvinisms ir pierādījis dabiskās atlases nepieciešamību un svētīgumu. Bez šīs atlases ilgstošā evolūcijā neizveidotos *homo sapiens*. Atlase ir nepieciešama arī ekonomiskajam progresam. To nodrošina tirgus, tajā skaitā konkurences, cenu un peļņas veidošanās mehānisms. Kas spēj saimniekot efektīvi – tā uzņēmums zēl, bet kas nespēj – “tas izlido skurstenī”. Šajā sakarā tirgum pārmet preču ražotāju, uzņēmēju diferencēšanu, sadalīšanu bagātos un nabagos. Patiešām, tirgus ekonomikas apstākļos tūkstošiem un tūkstošiem uzņēmēju ik gadus izput, toties daļa uzņēmēju pieņem spēkā, saņem pieaugošu peļņu. Vienlaikus vērojam arī to, ka nemītīgi rodas liels skaits jaunu, sevišķi mazu uzņēmumu, kas riskē ar kapitālieguldījumiem un aktīvi meklē spraugu tirgū. Jā, tirgus ekonomika lutina uzņēmīgus, enerģiskus cilvēkus, kas riska nebaidās, tos, kuri panāk augstu ražošanas efektivitāti un prot atrast pircēju. Vienlaikus tiek realizēts princips – “lai neveiksminieks raud”. Tirgus ir cietsirdīgs, žēlsirdība tam ir sveša. Taču tāda saimniekošanas sistēma, kas pieļauj ekonomisku aizgādniecību un pūlas novērst ekonomisko piespiešanu, nespēj būt efektīva. Tiešā veidā jautājums “veiksminieks vai neveiksminieks” tiek risināts atkarībā no tā, kādā mērā, *pirmkārt*, apmierinātas reālas sabiedriskās vajadzības (tiek ievērots pieprasījums, produkcijas kvalitāte vai tiek ražota deficīta prece) un, *otrkārt*, cik taupīgi tiek izlietoti resursi. Nozīmīgi ir arī tas, ka tirgus regulēšana nebūt nav pretrunā ar sadali pēc padarītā darba. Tieši otrādi – tā palīdz īstenot šādu sadali, balstoties nevis uz administratīvi formālo darba daudzuma vērtējumu, bet gan uz reālu sabiedrisko (tirgus) vērtējumu.

Neidealizēsim tirgu! Protams, tirgu kā ražošanas regulatoru nedrīkst idealizēt, pārvērtēt. Tirgus mehānismu brīžiem cenšas izmantot negodīgi elementi. Var nikni nosodīt neizbēgamās “dulķes”, ko tirgus izceļ virspusē, nicināt jaunbagātņiekus. Taču nedrīkst aizmirst, ka tirgus ir vispārējā progresa nosacījums, ka nav gaismas bez ēnas. Turklāt pašreizējā krasā sociālā diferenciācija Latvijā ir pārejas perioda produkts, kas ir saistīts nevis ar normālu tirgu, bet ar neattīstītām tirgus formām, ar sākotnējā tirgus veidošanās procesu. Nevis valdības dekrēti, bet tirgus galu galā panāks, ka no Latvijas ekonomiskās dzīves skatuves pazudīs sociālisma mantojums – neefektīvi uzņēmumi; izdzīvos, sekmīgi

attīstīsies tikai tie, kas spēj pielāgoties tirgus pieprasījumam, ievērojot konkurenci. Nedomāsim, ka tirgus ir visspēcīgš. Zinātne konstatējusi, ka dažās jomās mēs vērojam tirgus fiasko, proti, tirgus nespēju risināt dažas cilvēkiem visai nozīmīgas problēmas. Šie jautājumi jāregulē valstij.

11.5. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Tirgus “neredzamā roka” – sociāli ekonomiskais uzvedības motivācijas mehānisms, kas, balstoties uz cenām, peļņu, konkurenci, regulē tirgus mikro- un makro- proporcijas, sekmē ražošanas resursu ekonomiju, veicina tehnisko, tehnoloģisko organizācijas progresu.
2. Starpnozaru konkurence – tirgus regulējošā iedarbība, pielāgojot ar rentabilitātes palīdzību un ar to saistīto konkurenci nozaru proporcijas atbilstoši sabiedrības pieprasījumam.
3. Tirgus un ekonomiskā atase – tirgus liek plaukt efektīvai uzņēmējdarbībai un nolemj iznīcībai neefektīvu saimniecību. Ekonomiskās atases mehānisms balstās uz cenu līmeni, peļņas (rentabilitātes) konkurenci. Sekmīgi izdzīvo efektīvais, atstāt tirgu spiests neefektīvais uzņēmējs.

11.6. Secinājumi

Tirgus “neredzamā roka” ir reāls tirgus dalībnieku ekonomiskās uzvedības mehānisms, kas nodrošina tautsaimniecībā nepieciešamo proporciju veidošanu atbilstoši sabiedrības locekļu vajadzībām, to pieprasījumam. Nav cita efektīva mehānisma, kas nodrošina atbildi uz jautājumiem: KO? CIK? KAM? KĀ? KAD?

Līdzsvara cenas, kas vienādo pieprasījumu un piedāvājumu, sargā tautsaimniecību gan no ilgstoša deficīta, gan ilglaicīgas pārprodukcijas.

Tirgus “neredzamā roka”, balstoties uz konkurences spaidiem, darbojas pēc atgriezeniskās saiknes principa. Nemītīgais progress ir tā rezultāts. Šodienas panākumi jau rīt būs novecojuši un konkurence sekmēs jaunu progresīvāku risinājumu meklēšanu un atrašanu. Aktīvi darbojās iekšnozaru un starpnozaru konkurence, neļaujot progresam apstāties. Pieredze it sevišķi pēdējā pusgadsimtā pierādījusi, ka tirgus regulēšanai nav alternatīvas. Visi mēģinājumi ar valsts varas stingro roku ieviest tirgus sociālismu, ekonomiski kibernetisku superplānošanu, citas tikpat utopiskas sistēmas visur cietušas neveiksmi. Dienvidkoreja plaukst, Ziemeļkoreja cieš no bada; Austrumvācijā efektivitāte, dzīves līmenis ir krietni zemāks nekā Rietumvācijā. Izskaidrojums: viena tauta, viena vēsture, viena mentalitāte, bet atšķirīgas sociāli ekonomiskās sistēmas, cita ekonomiskā piespiešana. Tirgus ekonomika svin uzvaru pēc uzvaras pār komandekonomiku. Tās saglabāšanai nepieciešams augsts mūris, pašsāvēju sistēma. Politiska diktatūra. Mute jātur ciet. Nebrīvība tiek izausta cauri visai sistēmai, pat sīkumos.

Tirgus “neredzamā roka” ir tirgus, saimniekošanas “sanitārs”. Vājš, kam nav iniciatīvas, kas objektīvi necīnās par progresu, iet bojā, neiztur sāncensa spiedienu, pazūd no tirgus. Tas nenožīmē, ka tirgū neķepurojas ne mazums “švakmaņu”. Bet tendence ir skaidra. Tirgus ir nežēlīgs. Nekāda siltumnīcas klimata! Vājiem agru vai vēlū jāiznīkst.

Ar skaudību mēs apbrīnojam Somiju. Kāpēc tā ir mums tālu jo tālu priekšā? Atbilde ir viena. Sociāla tirgus saimniecība gadu desmitiem nesusi savus augļus. Bet mēs mēģinājām apdullināt tautu ar tukšiem un viscaur melīgiem lozungiem: “Mūsu paaudze dzīvos komunismā!”

Vai tirgus ir visspēcīgš, spēj katram nodrošināt dzīvi leiputrijā? Nē, un vēlreiz nē! Dzīve “Ēdenes dārzā” jāizcīna sūrā darbā. Ir bezdarbnieki. Ir trūcīgas ģimenes. Nabadzība dzemdē nabadzību. Bet tev ir perspektīva. Mācies, cīnies, dzīves loterijā vari ar neatlaidību, skaidru mērķi izvilkt pilnu lozi. Atkārtosim: tirgus nav visspēcīgš. Ne visu tas spēj cilvēkiem tīkami atrisināt. Nākas runāt par tirgus fiasko. Brīžiem nepieciešamas valsts “stutes”. Bet galvenais ir viens: tirgus ekonomika ir gaišas rītdienas drošs balsts.

Vēsturiska pieredze liecina, ka tirgus ekonomikai nav efektīvas alternatīvas. Pietiek salīdzināt Ziemeļkoreju ar Dienvidkoreju, lai uzskatāmi pārlicinātos, ka komandekonomika ved pie stagnācijas, sabrukuma, pat bada, bet tirgus ekonomika rada pamatu attīstības “tīģera lēcieniem”, vismodernākajai tehnoloģijai.

Efektīva, raita saimniekošana, kas ved pie iedzīvotāju labklājības kāpinājuma, ir atkarīga no datoru un attiecīgo programmu iespējām un pārvaldnieku motivācijas. Datoru ieteikumi tiek ievēroti vienīgi tad, ja tie atbilst pārvaldnieku interesēm. Tirgus mehānisms ir vienlaikus atgriezeniskās saiknes mehānisms. Konkurence gādā par ekonomisko piespiešanu un pārvaldnieku motivāciju, reaģējot uz atgriezeniskās saiknes sāpju signāliem, tiek virzīta uz efektivitātes ceļa.

11.7. Pamatterminu tulkojums

Ekonomiskā atlase	<i>economic selection</i>	экономический отбор
Iekšzaru konkurence	<i>inside competition</i>	внутриотраслевая конкуренция
Starpzaru konkurence	<i>interbranch competition</i>	межотраслевая конкуренция
Tirgus “neredzamā roka”	<i>“invisible hand” of market</i>	“невидимая рука” рынка
Tehnikas progress	<i>technical progress</i>	технический прогресс
Tirgus regulēšana	<i>market regulation</i>	рыночное регулирование

11.8. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kāds ir tirgus “neredzamās rokas” darbības mehānisms?
2. Kādus uzdevumus atrisina tirgus “neredzamā roka”?
3. Kāda ir cenas loma tirgus “neredzamās rokas” darbībā?
4. Kāda ir konkurences loma tirgus “neredzamās rokas” darbībā?
5. Kāda loma proporciju veidošanā ir iekšzaru konkurencei?
6. Kāda loma proporciju veidošanā ir starpzaru konkurencei?
7. Kāpēc centralizētā plānošana nespēj nodrošināt efektīvu saimniekošanu?
8. Kā noskaidrot efektivitāti?
9. Kā tirgus “neredzamā roka” nodrošina tehnikas progresu?
10. Kā tirgus “neredzamā roka” īsteno ekonomisko atlasī?

Veiksmas pieredze liecina, ka tirgus ekonomikai nav efektīvu alternatīvu. Pārveidošanās ir būtiska, lai nodrošinātu patērētāju labklājību un ekonomikas izaugsmi. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

Elektriskā tīkla sistēmas, kas veidotas, lai nodrošinātu enerģijas piegādi, ir būtiskas, lai nodrošinātu ekonomikas izaugsmi. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

2. Starptautiskā tirdzniecība ir būtiska, lai nodrošinātu ekonomikas izaugsmi. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.7. Pamattermiņu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.8. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.9. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.10. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.11. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.12. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.13. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

11.14. Pasākumu ietekmes
Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību. Tirgus ekonomika ir vienīgā sistēma, kas nodrošina cilvēkiem brīvību un labklājību.

12. nodaļa. Ražošanas resursu tirgus īpatnības

12.1. Ražošanas resursu tirgus kopējās iezīmes

Ražošanas resursu tirgus sastāvdaļas. Tirgus vienkāršots modelis ietver speciālu pamatbloku: ražošanas faktoru tirgu. Šajā tirgū ietilpst četri daļēji autonomi un nepārprotami specifiski tirgi: *pirmkārt*, dabas resursu, tajā skaitā zemes un tās dziļu bagātību tirgus; *otrkārt*, darbaspēka tirgus; *treškārt*, kapitāla tirgus; *ceturtkārt*, uzņēmējspēju tirgus.

No vienas puses, runa ir par vienotā tirgus sastāvdaļām ar tirgus ekonomikai piemērošām kopējām pazīmēm. No otras puses, katram no šiem četriem tirgiem ir savas konkrētas īpatnības. Šīs kopējās pazīmes un arī īpatnības ir jāievēro gan valsts institūciju darbiniekiem, kam nākas valstiski regulēt kādu resursu izmantošanu, pirkšanu un pārdošanu, gan uzņēmējam, pārvaldniekam, kas šos resursus pērk un saimnieciski izmanto, gan arī mājsaimniecībām (arī firmām, organizācijām, valstij, pašvaldībām), kas ir šo ražošanas resursu īpašnieki un pārdevēji.

12.2. Ražošanas resursu cenu veidošanās īpatnības

Analizējot ražošanas resursu tirgu, šīs problēmas smaguma punkts ir un paliek cenu jautājums. Ir jāakcentē šādas šī tirgus īpatnības:

pirmkārt, darbojas tirgus ekonomikai raksturīgais cenu veidošanās līdzsvara mehānisms: cenu atkarība no pieprasījuma un piedāvājuma samēra, konkurences iedarbība, preču galējā derīguma saikne ar pieprasījumu, galējo ražošanas izmaksu saikne ar piedāvājumu, pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums atkarībā no cenas;

otrkārt, ikviens uzņēmējs cenšas savas ražošanas izmaksas minimizēt, peļņu maksimizēt un šajā sakarā iegādāties ražošanas resursus par iespējami zemāku cenu (ievērojot efektivitātes, kvalitātes prasības, konkurenci); tas iespaido gan pieprasījumu, gan piedāvājumu;

treškārt, ikviens ražošanas resursu pārdevējs cenšas maksimizēt ieņēmumus no preču realizācijas un peļņu, pārdojot savu preci par augstāku cenu; te veidojas interešu pretstats;

ceturtkārt, interešu saskaņošana, kompromiss cenu jomā ir iespējams vienīgi tad, ja pircējs un pārdevējs spēj ekonomiski izdzīvot konkurences apstākļos;

piektkārt, ražošanas resursu pieprasījuma īpatnība ir tā, ka tai ir pastarpināts pieprasījums, kas atkarīgs no reāla patēriņa priekšmetu, infrastruktūras elementu pieprasījuma, no investīciju lieluma, ražošanas resursu efektivitātes, atdeves. Ja, piemēram, metāla griešanas vietā izmanto auksto vai karsto štancēšanu, precīzu liešanu zem spiediena, tad var ietaupīt 25 procentus metāla, 1500 darba galdu; modernā tehnika un tehnoloģija dod iespēju no 1 m³ koksnes iegūt līdz 10 reizēm vairāk papīra nekā līdz šim;

sestkārt, pieprasījuma apjoms ir saistīts ar starpību starp naudas ieņēmumiem no produkcijas un pakalpojumu realizācijas un konkrēto ražošanas faktoru – resursu – iegādes izdevumiem. Ir izdevīgi resursus pirkt tik ilgi, kamēr galējās realizācijas ieņēmumi pārsniedz galējo ražošanas resursu kopējās cenas;

septītkārt, pieprasījumu iespaido aizstāšanas iespējas, alternatīvas izmaksas;

astotkārt, katreiz jāpērk vesels ražošanas resursu komplekss noteiktā kombinācijā; no izmaksu viedokļa nozīmīgi ir šo resursu proporciju varianti. Piemēram, būtiski var mainīties darbaspēka, ēku un mašīnu samērs; svarīga ir nevis kādu atsevišķu resursu cena, bet gan kopējās izmaksas; taupot vienus resursus, strauji var pieaugt citu resursu pirkuma nepieciešamība; ideāls variants ir tādu tehniku, tehnoloģiju, organizāciju lietošana, kas samazina ražojumu kapitālietilpību, materiālietilpību, energoietilpību, darbietilpību, neizdevīgs ir tāds variants, kad darba kapitālapbruņotības pieaugums

sadārdzina produkciju (neefektīvās automatizācijas gadījumā); šai sakarībā piedāvājums nemitīgi izjūt pieprasījuma spiedienu.

Ierobežojumi. Ievērojot ražošanas resursu tirgus īpatnības, varam secināt, ka uzņēmējs, cenšoties sasniegt savu mērķi, t.i., maksimizēt peļņas normu, arī peļņas masu, saskaras ar vairākiem ierobežojumiem: *pirmkārt*, ar ražošanas tehnoloģiju; šajā ziņā uzņēmējs savā izvēlē nav brīvs, bet atkarīgs no sasniegtā tehnikas, tehnoloģijas un organizācijas līmeņa variantiem; *otrkārt*, ar konkrēto ražojumu pieprasījuma apjomu gan vietējā, gan ārējā tirgū, ievērojot konkurenci; *treškārt*, ar resursu izmaksām to ierobežotības apstākļos; dārgiem resursiem ne vienmēr ir aizstājēji, un, kā zināms pēc cenu teorijas, galējās ražošanas izmaksas regulē piedāvājuma cenas; *ceturtkārt*, importējot resursus, par nozīmīgu regulējošo faktoru kļūst nacionālās valūtas kurss pret attiecīgās valsts valūtu, piemēram, Ls/USD.

Aktīvās rīcības nozīme. Saprotams, uzņēmējs aktīvi darbosies, lai daļu no šiem ierobežojumiem pārvarētu. Tie ir nemitīgi meklējumi visjaunākās tehnikas, tehnoloģijas, organizācijas, kvalitātes, oriģinālu risinājumu jomā. Visai nosacīti ir pieprasījuma ierobežojumi. Ļoti bieži pastāv potenciālā iespēja ar labi pārdomātu stratēģiju un taktiku uzveikt konkurentus, piesaistīt sev jaunus pircējus.

12.3. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Ražošanas resursu tirgus sastāvs – to veido četri tirgi: dabas resursu tirgus, darbaspēka tirgus, kapitāla tirgus, uzņēmējspēju tirgus.
2. Ražošanas resursu cenu veidošanās galvenā īpatnība – pieprasījums ir pastarpināts pieprasījums, jo ražošanas resursu mērķa funkcija ir nodrošināt ar šiem resursiem patēriņa priekšmetu un infrastruktūras elementu ražošanu, pakalpojumu sniegšanu.

12.4. Secinājumi

Ražošanas resursu tirgus saskaņā ar šo resursu klasifikāciju iedalās četros specifiskos tirgos: dabas resursu, tajā skaitā zemes tirgū; darbaspēka tirgū; kapitāla tirgū; uzņēmējspēju tirgū.

Ražošanas resursu tirgum ir vesela virkne kopēju iezīmju. Katram atsevišķam resursu tirgum ir sava specifika. Tā iespaido katra tirgus pircēju un pārdevēju ekonomiskās uzvedības, rīcības motivāciju.

Ražošanas resursu tirgus funkcionēšanu vienmēr iespaido: pieprasījuma jomā – resursu pieprasījuma atkarība no patēriņa priekšmetu un pakalpojumu pieprasījuma; piedāvājuma jomā – resursu ierobežotība.

Ražošanas resursu izlietojumu, pircēju ekonomiskās uzvedības (izvēles, lēmuma pieņemšanas, praktiskās rīcības) motivācija saistās ar zemākām cenām un centieniem iegādāties resursus ar lielāku potenciālo atdevi.

Ražošanas resursu pārdevēji ieinteresēti tos pārdot par augstāku cenu, balstoties uz to ierobežotību. Šo pārdevēju ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācija vienlaikus rosina aktīvi meklēt iespēju samazināt šo resursu ieguves, ražošanas, atjaunošanas izmaksas. Tas saistībā ar konkurenci veicina tehnikas, tehnoloģijas progresu, racionālāku organizatoriski ekonomisko attiecību veidošanu.

12.5. Pamatterminu tulkojums

Ražošanas resursu īpatnības	features of production recourses	особенности производственных ресурсов
Ražošanas resursu cenu veidošanas īpatnības	features of price formation of production recourses	особенности образования цен производственных ресурсов
Ražošanas izmaksu minimizācija	minimization of production costs	минимизация производственных ресурсов

Ražošanas resursu cenu ierobežojumi	<i>price limitation of production resources</i>	ограничение цен производственных ресурсов
Ražošanas resursu pieprasījuma alternatīvās izmaksas	<i>opportunity costs of demand of production resources</i>	альтернативные издержки спроса производственных ресурсов

12.6. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kādas īpatnības raksturīgas ražošanas resursu tirgum?
2. Kas pērk kādus ražošanas resursus?
3. Kāda ir ražošanas resursu pirkšanas motivācija?
4. Kādos tirgos sadalās ražošanas resursu tirgus?
5. Kas nosaka pieprasījumu pēc ražošanas resursiem?
6. Kas nosaka kāda uzņēmēja pieprasījuma samēru pēc dažādiem ražošanas resursiem?
7. Kādi ir ražošanas resursu cenu veidošanas vispārējie pamati?
8. Ar kādiem ierobežojumiem un kāpēc savos centienos sastopas uzņēmējs?
9. Kādus ierobežojumus uzņēmējs spēj un kādus nespēj pārvarēt?
10. Kas sekmē cenu pazemināšanu iekšzaru konkurencē?

ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

12.4. Secinājumi

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi. Ražošanas resursu tirgus ir tirgus, kurā tiek pārdoti ražošanas resursi.

12.5. Pamattermiņu tulkojums

Ražošanas resursu īpatnības	features of production resources	особенности производственных ресурсов
Ražošanas resursu cenu veidošanas īpatnības	features of price formation of production resources	особенности образования цен производственных ресурсов
Ražošanas izmaksu minimizācija	minimization of production costs	минимизация производственных расходов

13. nodaļa. Dabas resursu tirgus un cenas

13.1. Vispārējais raksturojums

Dabas resursu daudzveidība. Dabas resursu, tajā skaitā zemes, tās dziļu bagātību tirgus ir visai plašs un daudzveidīgs. Tas rada konkrētas grūtības vienotai pieejai šo tirgus objektu ekonomiskā raksturošanā. Visiem labi zināms, ka zeme kā dabas resurss ir lauksaimnieciskās ražošanas un mežsaimniecības pamats. Grūti pārvērtēt zemes dziļu bagātību saimniecisko nozīmi. Ik gadus cilvēku upurus prasa ogļu iegūšana. Cik šķēpu ir lauzti naftas dēļ. Katrs, kas lasījis Džeku Londonu, zina, kādas kaislības virmoja “zelta drudža” laikā. Uzņēmēji kalnrūpniecībā iegulda miljonus un miljardus. Latvija nav bagāta zemes dziļu resursiem. Dimanta atradņu valstī nav. Bet arī mums ir savi “dārgakmeņi”: granīts, oļi. Neaizmirsīsim mālu un kūdru. Dabas dotais Daugavas ūdeņu spēks čakli griež hidroelektrostaciju turbīnas. Ūdens spēj tuksnesi pārvērst ziedošā dārzā. Dabas resursi ir apsaimniekota flora un fauna, arī zivis upēs, ezeros, jūrās, okeānos. Atcerēsimies Latvijas un Igaunijas “reņģu karu”. Īpaša loma ir dabas resursa – zemes – loma kā *locus standi* (latīņu valodā – stāvēšanas vieta). Tā ir dabiskais pamats jebkurām ražotnēm, to ēkām, ceļiem, lidlaukiem, administratīvām celtnēm, skolām un teātriem, dzīvojamiem namiem, vasarnīcām, dārziem un parkiem, sporta laukumiem utt.

Dabas resursi – prece. Šai daudzveidībai kopējs ir tas, ka dabas resursi, zeme kā noteikta īpašuma objekti ir ietverti tirgus saimniecībā, ir preces un to īpašniekam dod ienākumus. Dabas resursi (ja tie ir ierobežoti) ir preces – pirkšanas un pārdošanas, arī iznomāšanas objekti, kuru cenu un nomas maksu regulē pieprasījuma un piedāvājuma samērs.

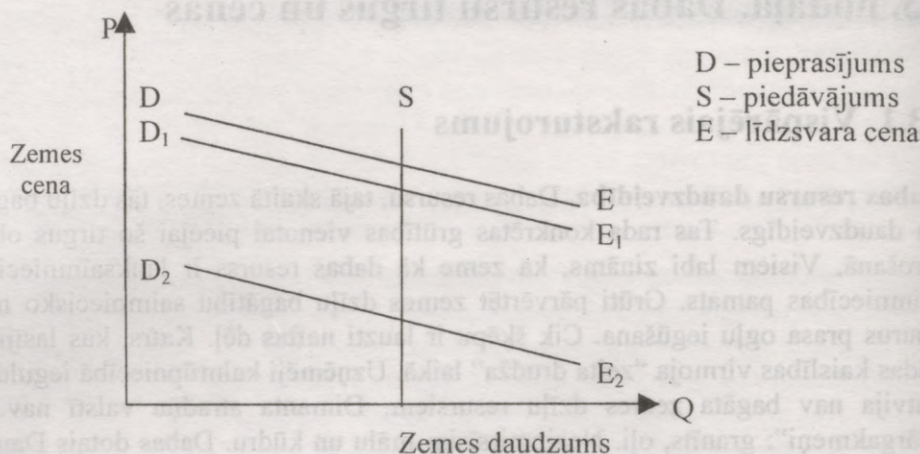
Zemes pieprasījuma īpatnības. Zemes pieprasījuma pirmā īpatnība ir tā, ka tas ir pastarpināts pieprasījums, ko nosaka zemes dotās produkcijas pieprasījums. No šī viedokļa raugoties, lauksaimniecībā izmantojamās zemes nepieciešamais daudzums Latvijā šobrīd ir neskaidrs lielums, jo nav zināms tuvākās nākotnes samērs starp pašmāju lauksaimniecības preču apjomu un šo preču importa lielumu. Nav pietiekami pamatotas prognozes par lauksaimniecības produktu reālā eksporta iespējām uz Rietumiem un Austrumiem. Asociētais līgums ar ES tikai pēc zināma laika rādīs, ko rītdiena mums sola gan pārtikas importa, gan eksporta jomā, kad mūsu valsts būs ES locekle. Pārtikas eksports uz plašo Krievijas tirgu ir visai atkarīgs no mūsu valstu politiskajām attiecībām.

Zemes pieprasījuma otra īpatnība ir tā, ka tas ir atkarīgs, *pirmkārt*, no zemes dabiskās auglības; *otrkārt*, no zemes atrašanās vietas; *treškārt*, no zemes ekonomiskās auglības. Otrā īpatnība pāriet trešajā īpatnībā, kad zemes pieprasījuma apmēri tiek regulēti, vadoties pēc starpības starp lauksaimniecības produktu galējām cenām un galējām izmaksām, tātad no galējā iznākuma, ko var gūt zemes īpašnieks, vai nu zemi apsaimniekojot, vai iznomājot. Konkrētā gadījumā ienākumu var arī gūt no spekulācijas ar zemi: pirkt, lai pārdotu tuvākā vai tālākā nākotnē.

Zemes piedāvājuma īpatnības. Zemes piedāvājuma pirmā īpatnība ir tā, ka zemes platība kopumā ir ierobežota. Latvijā daļa kādreiz lauksaimniecībā izmantojamās zemes ir aizaugusi krūmiem, pārpurvota, prāvās platībās saimniekoja okupācijas armija, iznīcinot zemes auglības spēku, daudz zemes “aprija” visdažādākā rakstura jaunuzcelti objekti, dzīvojamo namu kompleksi, vasarnīcas, viens otrs ceļš, daži lidlauki utt. Zemes piedāvājuma otrā īpatnība ir tā, ka normālos apstākļos tās piedāvājums ir absolūti neelastīgs, t.i., tas nereaģē uz cenu izmaiņām. Trešā īpatnība ir tā, ka ievērojamas zemes platības ir īsta dabas dāvana, jo šajā zemē nav ieguldīti nekādi citi ražošanas resursi. Ceturtā īpatnība ir saistīta ar Latvijas pašreizējo specifiku, kad zemes īpašnieki (mantinieki) vēlas zemi pārdot vai iznomāt. Piedāvājumu stimulē arī vēl tāds stāvoklis, kad zeme pieder vienam īpašniekam (valstij, pašvaldībai, privātai personai), bet dzīvojamā māja un citas ēkas uz šīs zemes pieder citam īpašniekam. Konkrētā situācijā iespējami arī spekulatīvā ienākuma saņemšanas motīvi: piedāvāt, pārdot, lai pirktu.

Zemes līdzsvara cena. Zemes pieprasījuma un piedāvājuma samērs, ievērojot konkurences mehānisko iedarbību, nosaka zemes līdzsvara cenas līmeni. Sk. 13.1. shēmu.

Zemes līdzsvara cenas veidošanās



Zemes pieprasījuma un piedāvājuma motivācija nesaraucami saistīta ar ienākuma gūšanas iespējām. Izvirzās jautājums, kas ir šī ienākuma avots.

13.2. Zemes rente, tās avots

13.2.1. Dabas auglības, ražīguma spēks

Visvienkāršāk šīs problēmas kamols atšķetināms lauksaimniecībā, mežsaimniecībā. Iesēsi sauju graudu un vasaras nogalē dabūsi graudu birumu līdz ar salmiem. Iestādīsi vienu sēklas kartupeli un ražas gadā izraksti desmit kartupeļus. No vienas ozolzīles pēc gadu gadiem izaugs ozola dižkoks. Šādus piemērus var turpināt un turpināt. Pilnīgi skaidrs, ka lauksaimniecībā izmantojamām zemēm piemīt īpaša jaunrades potencia, dabiskais auglības spēks. To pašu var attiecināt uz meža zemēm, kur lielās platībās koki, pārējā flora (arī fauna) augtin aug bez jebkādas cilvēku iejaukšanās bioloģiskajās norisēs.

Zemes dzīļu bagātības, jaunrade un saimniekošana. Dabiski procesi simtiem tūkstošu, pat miljoniem gadu ilgumā veidoja tās zemes dzīļu daudzveidīgās bagātības, ko mēs šodien raksturojam kā dabas resursus. Arī šinī gadījumā var runāt par dabas spēku jaunrades procesu. Vispārējā dabas resursu īpatnība ir tā, ka tie kļūst par reālu ekonomisku attiecību objektu vienīgi tad, kad cilvēku augošās un mainīgās vajadzības atduras pret ražošanas resursu ierobežotību. Dabas resursu iekļaušana ekonomiskajā aprītē atkarīga vēl no diviem nosacījumiem: *pirmkārt*, jābūt tehniski tehnoloģiskām iespējām šiem resursiem piekļūt, tos izmantot; *otrkārt*, uzņēmējiem jābūt spējīgiem mobilizēt vajadzīgos naudas līdzekļus, citus resursus (kapitālu, darbaspēku, uzņēmējspējas), lai noteiktā daudzumā apgūtu konkrētus dabas resursus.

Zeme kā *locus standi* un ienākums. Sarežģīti ir atrast avotu tam ienākumam, ko dod zeme, ja to izmanto kā stāvēšanas, atrašanās vietu, dabisku pamatu visādiem objektiem, gan ražošanas, gan visai daudzpusīgajā pakalpojumu sfērā. No pirmā acu uzmetiena liekas, ka šinī gadījumā par zemi kā par jaunrades vai ražīgu spēku runāt nevar. Iedziļinoties problēmā, mēs nonāksim līdz citam secinājumam. Zemi kā dabas resursu nedrīkst aplūkot atrauti no citiem ražošanas resursiem. Zeme kā *locus standi* ir obligāts nosacījums it visiem ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesiem. Četri ražošanas resursi piedalās saimniekošanā nevis autonomi, izolēti, bet gan vienoti, dažādi mijiedarbojoties. Tas nozīmē, ka zeme jebkurā izlietošanas variantā piedalās jaunrades procesā, ir ražīgs spēks, kam ir **sava loma ienākuma veidošanā**.

Zemes rente. Zemes rente ir nevis dabiska, bet ekonomiska kategorija. Tā nesaraucami saistīta ar īpašuma attiecībām, šodien ar reālām tirgus attiecībām. Ja zeme kā dabas resurss netiek apsaimniekota, no tās iegūtā produkcija un pati zeme pārdota un pirktā, tad dabas jaunrade, auglība, ražīgums, iespēja uz zemes uzcelt ēku, būvēt lidlauku ekonomiski nerealizēsies. Dabas dzīļu bagātības, kas vēl nav

atklātas, vai arī tehniski tehnoloģisku un ekonomisku apstākļu dēļ netiek gūtas, nedz renti, nedz ienākumu zemes gabala īpašniekam nedod. Tas pilnā mērā pagaidām attiecas uz tiem iespējamiem naftas krājumiem, kas atrodas Baltijas jūras dzīlēs Latvijas teritoriālajos ūdeņos. Varena interese par šiem potenciālajiem dabas resursiem saistās ar rītdienas renti. Lai saimnieciski izmantotu dabas resursus, obligāti jāizmanto pārējie trīs ražošanas resursi, kas katrs ir noteikta ienākuma avots. Tāpēc tikai teorētiska analīze spēj tīrā veidā izdalīt renti kā reālu ekonomisku lielumu. Zemes rente kā ekonomiskā kategorija ir sociāli ekonomisko attiecību forma, kuras veidošanas dabiskais pamats ir dabas jaunrades, auglības, ražīguma spēks, spēja būt *locus standi*. Zemes rente izpaužas kā ienākums tieši no zemes un praktiskajā saimniekošanā ir zemes nomas maksas ekonomiskais pamats. Nomas maksa savukārt ir preču ražošanas izmaksu un tālāk cenu sastāvdaļa.

Zemes rente un zemes nomas maksa. Tas, ka zemes rente ir zemes nomas maksas ekonomiskais pamats, vēl nenozīmē, ka starp šīm kategorijām var likt vienlīdzības zīmi. *Pirmkārt*, vienmēr ir atšķirība starp teorētisku kategoriju un tās praktisku izpausmi. *Otrkārt*, zemes nomas maksa var ietvert papildu maksu par zemē ieguldītiem resursiem, piemēram, kapitālu, kas nav dabas resurss. *Treškārt*, problēmu samezglo reālas tirgus attiecības, zemes pieprasījuma un piedāvājuma samēra iespaids uz nomas maksu. Diskutējams, piemēram, ir jautājums, vai, mainoties zemes pieprasījumam ar konstantu piedāvājumu, mainās gan rentes, gan nomas maksas lielums, vai tikai nomas maksas lielums?

Zemes rentes vienkāršotais aprēķins. Ņemot vērā, ka zemes rente ir zemes nomas maksas ekonomiskais pamats, pieņemsim, ka tiek iznomāti trīs vienāda lieluma zemes gabali ar dažādu **dabisko auglību**. Nosacīto zemes rentes aprēķinu varam izsekot pēc 13.1. tabulas datiem.

13.1. tabula

Zemes rentes veidošanās

Zemes gabali	Ražošanas izmaksas (bez maksas) visai produkcijai, Ls	Produkcija, t	Ražošanas izmaksas 1t, Ls	1 t cena, Ls	Visas produkcijas cena, Ls	Peļņa no visas produkcijas cenās, Ls	Zemes rente, nomas maksa, Ls
1	2	3	4=2:3	5	6=3x5	7	8=6-(2+7)
A	1200	4	300	500	2000	400	400
B	1200	5	240	500	2500	500	800
C	1200	6	200	500	3000	600	1200

Aprēķina pamatā ir vairāki pieņēmumi: *pirmkārt*, pēc dabiskās auglības atšķirīgo zemes gabalu apstrādāšanai uzņēmēji iegulda vienādu resursu daudzumu; līdz ar to kopējās ražošanas izmaksas trim zemes gabaliem ir vienādas – Ls 1200; *otrkārt*, vienas tonnas tirgus līdzsvara cena līdzinās Ls 500; *treškārt*, cenas pārpalikums virs ražošanas izmaksām visai produkcijai no vismazāk auglīgā zemes gabala ($2000 - 1200 = \text{Ls } 800$) sadalās starp zemes renti (nomas maksu) un peļņu vienādās daļās: zemes rente = Ls 400, peļņa = Ls 400. Pārējie skaitļi iegūti aprēķina ceļā. Peļņa, realizējot 1 t produkcijas, līdzinās Ls 100 ($400 : 4$), 5 t – Ls 500, 6 t – Ls 600. Produkcijas pārdošanas ieņēmumi no zemes gabala B ir Ls 2500 (500×5), no zemes gabala C – Ls 3000 (500×6); zemes rente, kas praktiski izpaužas kā nomas maksa, attiecīgi Ls 800 (Ls 2500 realizācijas ieņēmumi – Ls 1200 ražošanas izmaksas – Ls 500 peļņa) un Ls 1200 (Ls 3000 realizācijas ieņēmumi – Ls 1200 ražošanas izmaksas – Ls 600 peļņa). Izvirzās jautājums, kāpēc tik lielā mērā pieaug zemes rente? Atbilde jau dota iepriekš: tā darbojas dabas jaunrades, auglības, ražīguma spēks tirgus attiecību apstākļos. 13.1. tabulā raksturots tīri teorētisks, abstrakts zemes rentes veidošanas modelis. Praktiskajā saimniekošanā reālo tirgus attiecību iespaidā cenas pārpalikums virs ražošanas izmaksām var sadalīties starp nomas maksu un peļņu pavisam citā proporcijā nekā 13.1. tabulā. Būtiska loma nomas maksas lieluma noteikšanā būs pieprasījuma un piedāvājuma samēram pēc zemes, dabiskiem un ekonomiskiem faktoriem, kas raksturo konkrētu zemes gabalu. Zemes dabiskās īpašības iespaido arī attiecīgās produkcijas kvalitāti un līdz ar to pieprasījumu. Svarīgi ir atzīmēt, ka zemes rentes lielumu un to nomas maksu determinē zemes gabala teritoriālais izvietojums.

13.2.2. Zemes gabala teritoriālais izvietojums un rente

Iepriekšējā analīze rādīja, ka zemes rentes lielumu, kura pamats ir dabiskā auglība, ievērojamā mērā regulē ražošanas izmaksu līmenis uz produkcijas vienību. Nosakot ražošanas izmaksas, tajās obligāti jāietver transporta izdevumi. Pēdējie saistās gan ar piegādes izmaksām līdz produkcijas realizācijas vietai, gan ar izdevumiem, piegādājot nepieciešamos resursus līdz apsaimniekotam zemes gabalam. Šo izmaksu lielums ir atkarīgs no zemes gabala atrašanās vietas. Ja produkciju iepērk tieši ražošanas vietā, tās cena ir zemāka. Transporta izmaksas tad sedz pircējs. Zemes gabala teritoriālā izvietojuma iespaids uz rentes lielumu saistās ar ceļu tīkla attīstību, ar ceļu kvalitāti, attālumu līdz produkcijas pārstrādāšanas vai uzglabāšanas centriem, uzņēmumiem, ar laiku, kas nepieciešams produkcijas un resursu piegādei (laiks ir nauda, te ir darīšana ar alternatīvām izmaksām). Savu iespaidu uz pieprasījumu pēc konkrēta zemes gabala un līdz ar to uz nomas maksas lielumu var atstāt gaisa tīrība (tālāk prom no industriālā centra ar piesārņotu vidi), apkārtējās dabas krāšņums, kādas dzidras upītes vai citu pievilcīgu ūdeņu esamība. Secināsim: zemes gabala teritoriālais izvietojums ir viens no zemes rentes veidojošajiem faktoriem; tās praktiskā izpausme nomas maksas lielumā ir nesaraucami saistīta ar tirgus attiecībām, ar zemes pieprasījuma un piedāvājuma samēru.

Teritoriālā izvietojuma lomas maiņa. Teritoriālā izvietojuma iedarbība uz zemes rentes veidošanos, lielumu var strauji mainīties. Jauna transporta artērija (ceļš, dzelzceļš), jauna osta, vecās ostas paplašināšana, lauksaimniecības produkcijas pārstrādes uzņēmuma izveide jaunā vietā vai tā slēgšana būtiski iespaido transporta izmaksas un līdz ar to zemes renti. Tas vēlreiz apliecina, ka zemes rente ir nevis dabiska, bet ekonomiska kategorija, noteiktu sociāli ekonomisko attiecību izpausme.

13.2.3. Ekonomiskā auglība

Dabiskā auglība bez citu resursu izmantošanas praktiskajā lauksaimniecībā ir reta parādība. Runa varētu būt par neskartas zemes ekstensīvu apsaimniekošanu. Dabiskās auglības un ražīguma spēks reljefi izpaužas nekopta savvaļas meža ciršanas ekonomiskajos rezultātos, zvejas ienākumos, ja nav veikti mērķtiecīgi pasākumi zivju krājumu palielināšanai, visur tur, kur cilvēks nav kāpinājis dabas tiešo atdevi. Šī teorētiskā nostāja liek atšķirt dabisko un ekonomisko auglību.

Paaudzū paaudzēm cilvēks ir aktīvi ieguldījis zemē resursus, pilnveidojis zemes apstrādāšanas tehnoloģiju nolūkā palielināt tās auglību, tiešo ražīgo spēku. Visspilgtāk tas vērojams, zemi meliorējot vai apūdeņojot. Varētu minēt arī augsnes kaļķošanu, tāda mēslojuma iestrādāšanu, kas ilgstoši ceļ konkrēta zemes gabala auglīgumu. Aršanas dziļums, zemes auglības slāņa struktūras izmaiņas spēj uz ilgāku laiku nostiprināt augstāku zemes auglību. Šie neapstrīdamie fakti liecina, ka, ieguldot zemē noteiktus resursus saistībā ar attiecīgo tehnoloģiju, veidojas noteikta lielumu zemes ekonomiskā auglība. Konkrēta zemes gabala auglība, kas izpaužas ražošanas izmaksu līmenī uz vienu produkcijas vienību, atkarīga no ciešā sakara starp dabisko un ekonomisko auglību.

Ekonomiskā auglība un zemes rente. Kāda zemes gabala ekonomiskā auglība nepārprotami iespaido pieprasījumu pēc tā un līdz ar to nomas maksas un zemes cenas līmeni. Izvirzās jautājums: vai ekonomiskā auglība, kāpinot zemes gabala atdevi saimniekošanā, palielina arī zemes renti? Ir argumenti par labu gan negatīvai, gan pozitīvai atbildei.

Pirmais viedoklis. Zemes rentes pamatā ir dabas auglības, ražīguma spēks. Šim spēkam nav tieša sakara ar cilvēka rīcību, ar citiem ražošanas resursiem. Šī iemesla dēļ ekonomiskā auglība nav zemes rentes veidošanas faktors. Zemē ieguldītie resursi nepārprotami palielina ienākumus, ko gūst zemes gabala īpašnieks, vienalga, vai viņš šo zemes gabalu pats apsaimnieko, iznomā vai pārdod. Bet šī papildu ienākuma avots nav zemes rente, dabiskā auglība, bet tas ražīgais spēks, kas piemīt zemē ieguldītiem resursiem.

Otrais viedoklis. Nedrīkst atraut teoriju no prakses. Konkrēta zemes gabala pieprasījumu starp citiem faktoriem nosaka arī tā ekonomiskā auglība. Pieprasījums regulē šī zemes gabala nomas maksu un cenu. Jāievēro arī zemes īpašnieka kā iznomātāja un pārdevēja motivācija. Sakarā ar zemes ierobežotību un aizņemtību pastāv zemes apsaimniekošanas monopols. Tam pievienojas īpašuma monopols, mūsdienu tirgus ekonomikas apstākļos galvenokārt privātā īpašuma monopols. Zemes apsaimniekošanas monopols nozīmē, ka zemes apsaimniekotājam, vienalga, vai tā īpašniekam, vai nomniekam,

ir monopoltiesības gūt papildu ienākumu no konkrētā zemesgabala sakarā ar tā dabisko un ekonomisko auglību. Turklāt visai reāls ir gadījums, ka resursus zemē pirms zināma laika ir ieguldījis cits apsaimniekotājs. Katrs zemes gabals ir noteiktu īpašuma attiecību objekts (privātā, valsts, pašvaldību, sabiedriskās organizācijas). Ievērojot jau pieminēto zemes resursu, it sevišķi labāko, auglīgāko, ierobežotību un aizņemtību, blakus apsaimniekošanas monopolam veidojas arī īpašuma monopols. Zemes īpašnieks, iznomājot vai pārdodot zemi, par auglīgāku zemi, arī sakarā ar ekonomisko auglību, balstoties uz savu monopolstāvokli, saka: “Manas zemes auglība ir augstāka par to sliktāko zemju auglību, kas vēl tiek pieprasītas, nomātas, pirktas. Tāpēc es prasū par savu zemi attiecīgi augstāku nomas maksu, cenu.” Ciktāl zemes nomas un zemes cenas ekonomiskais pamats ir ienākums no zemes, proti, rente, pamatots ir apgalvojums, ka zemes ekonomiskā auglība reāli piedalās zemes rentes veidošanā, ir viens no šīs rentes avotiem.

Izvērtējot minētos viedokļus, jāatzīmē: *pirmkārt*, viedokļu pretstatīšanai ir tīri metodoloģisks, teorētisks raksturs; *otrkārt*, pirmais viedoklis ir teorētiski “tīrāks”, bet otrais viedoklis vispārina praksi; *treškārt*, dodot priekšroku pirmajam vai otrajam viedoklim, mēs negūstam teorētiski pilnīgāku pamatu saimniekošanas prakses pilnveidošanai; lai zinātnieki strīdas.

Ekonomiskā auglība un nomas līguma termiņš. Zemes īpašniekiem un apsaimniekotājiem ir savas rūpes. Resursu ieguldīšana zemē, lai kāpinātu tās auglību, dod papildu ienākumu no ekonomiskās auglības ilgākā laika periodā. Tādējādi veidojas interešu pretstats starp zemes īpašnieku un tās nomnieku. Strīdus ābols ir nomas līguma slēgšanas termiņš. Zemes nomnieka motivācija ir visai skaidra: veicot resursu ieguldījumus nomātā zemē, t.i., intensificējot ražošanu, viņš vēlas ekonomiskās auglības rezultātu saņemt pēc iespējas ilgākā laika posmā. Saprotams arī zemes īpašnieka motīvs: viņš vēlas nomas līgumu slēgt uz īsāku laiku, lai nākamajā nomas līgumā paredzētu augstāku nomas maksu, jo, lūk, viņa zeme ir kļuvusi auglīgāka. Šī problēma bija Latvijā visai aktuāla 19. gs. otrajā pusē, kad latviešu zemniekiem bija iespēja nomāt zemi no tās īpašniekiem – vācu baroniem. Tā laika latviešu presē, visādās sanāksmēs skanēja viens un tas pats arguments par labu ilggadējiem zemes nomas līgumiem: kas stādīs augļu koku, ja augļu ražu ievāks kāds cits? Jautājums var būt aktuāls mūsdienās, kad daudzi zemes īpašnieki, kas saņēmuši zemi sakarā ar denacionalizāciju mantošanas kārtībā, paši ne grib, ne var zemi apsaimniekot. Racionāla saimniekošana saistās ar gariem nomas līgumu termiņiem. Tas veicinās zemes ekonomiskās auglības pieaugumu.

13.2.4. Zemes ekonomiskā novērtējuma pamati

Zinātne ir izstrādājusi metodes, kā salīdzināt zemes gabalus no apsaimniekošanas potenciālā izdevīguma viedokļa. Runa ir par konkrētu zemes gabalu ekonomisku novērtēšanu ar noteiktu punktu vai ballu skaitu. Tās pamatā ir rentes teorija. Praktiski tiek sastādīts zemes kadastrs. Tanī apkopotas ziņas, kas nepieciešamas, lai ekonomiski raksturotu zemi kā ražošanas resursu. Zemes kadastrs parasti satur šādu informāciju: *pirmkārt*, kas ir zemes īpašnieks, iznomāšanas variantā arī nomnieks, *otrkārt*, kāds ir zemes izmantošanas veids; *treškārt*, kāds ir zemes kvalitatīvais raksturojums (arī dabiskā un ekonomiskā auglība); *ceturtkārt*, kāds ir zemes ekonomiskais novērtējums ballēs. Par augšņu bonitēšanu dēvē augšņu vispusīgu raksturošanu, salīdzinošas ražotspējas noteikšanu. Vispirms tiek apkopoti un salīdzināti dati par zemes dabiskām īpašībām, piemēram, par augšņu izcelsmi, mehānisko un ķīmisko sastāvu, blīvumu, trūdvielas daudzumu utt. Bonitēšanā obligāti tiek ņemti vērā klimatiskie apstākļi (sauļes gaismas, temperatūras, nokrišņu iespaids dažādos gadalaikos uz noteiktas produkcijas ražību). Īpaša bonitēšanas problēma ir lauksaimnieciskās ražošanas salīdzinošo tehnoloģisko apstākļu noteikšana (reljefs, tajā skaitā nogāžu stāvums, apvidus šķēršļotība, arī akmeņainība u.c. faktori). Salīdzinošu novērtējumu gūst zemes gabala atrašanās vieta. Zemes kadastrā katra zemes gabala bonitēšanas un ekonomisko nosacījumu salīdzinošie vērtēšanas rezultāti tiek izteikti ballēs. Parasti lieto noslēgtu 100 ballu sistēmu, kur vislabākās zemes novērtē ar 100 ballēm, vissliktākās – ar 5 ballēm. Ballu skaits liecina par dotā zemes gabala potenciālo apsaimniekošanas efektivitāti, būtībā par spēju nodrošināt noteiktu ienākumu.

Pirmie mēģinājumi veikt zemes ekonomisko novērtējumu jau īstenoti Senajā Ķīnā, Mezopotāmijā, Ēģiptē, Romā. Eiropā šāda vērtēšana sāka vērsties plašumā, sākot ar 18. gs. Zemes kadastra lielo praktisko nozīmi atzina ne tikai modernā tirgus saimniecība, bet pat PSRS un tās satelītvalstu komandekonomika.

Zemes ekonomiskais novērtējums Latvijā. 17. gs. nogalē Latvijā, konkrēti Vidzemē, tā saucamajos zviedru laikos pirmo reizi tika izstrādāts zemes kadastrs. Feodālisma apstākļos tam bija ekonomiska jēga, lai regulētu kļaušu vai naturālās rentes lielumu, muižnieku saistības pret valsti.

Zemes kadastra aktīva izstrādāšana un lietošana zemes cenu veidošanās un nodokļu jomā veikta Latvijas brīvvalstī starp diviem pasaules kariem. Zemes ekonomiskās vērtēšanas metodika Latvijā tika izstrādāta un izmantota arī padomju okupācijas gados atbilstoši jaunajām ar varu uzspiestajām saimniekošanas formām. Ekonomisku vērtējumu saņēma visa lauksaimniecībā izmantojamā zeme un atsevišķi tīrumi. Lauksaimniecībā izmantojamās zemes vidējais novērtējums bija 38 balles, tīrumu – 32 balles. Viena ekonomiskā novērtējuma balle vidēji atbilda 2 rbļ. tīrās peļņas. Noteiktu, kaut arī mūsdienu apstākļos nepilnīgu ieskatu par lielām atšķirībām lauksaimniecībā izmantojamās zemes ekonomiskajā novērtējumā Latvijas rajonos dod nesenā pagātnē aprēķinātās novērtējuma balles. Augstāku ekonomisko novērtējumu saņēma Jelgavas rajona zemes – 57,5 balles, zemāku novērtējumu – 29,5 balles – Krāslavas rajona zemes. Ievērojama starpība zemju novērtēšanā ir katra rajona ietvaros. Jelgavas rajonā ir zemes, kam novērtējums ir 71,3 balles, bet Krāslavas rajonā – 26 balles. Ludzas rajonā ir vēl zemāk novērtētas zemes – 25 balles. Arī katrā pagastā ir zemes ar dažādu ekonomisko novērtējumu.

Šodien Latvijā nobriedusi vajadzība pēc jauna zemes kadastra. Tam jāatspoguļo tās principiālās pārmaiņas, kas notikušas agrāro attiecību, saimniekošanas nosacījumu jomā. Kadastra izstrādī apgrūtinātina zināma nenoteiktība lauksaimniecības nozaru attīstības perspektīvās, pagaidām vēl vāji attīstīts zemes tirgus, inflācija un ar to saistītā lata pirkstspējas krišanās.

Pašreiz dzīve spiež izmantot iepriekšējos kadastrālos novērtējumus. Nosakot kompensācijas apmēru tiem īpašniekiem, kuru zeme tiek atsavināta valsts vajadzībām, izmanto 1940. gada novērtējumu. Zemes nodoklis pagaidām aprēķināts pēc agrāk noteiktām ballēm.

Zemes dzīļu bagātību ekonomiskais novērtējums. Pasaulē plaši izmanto zemes dzīļu bagātību ekonomisko novērtējumu. Tas balstās, *pirmkārt*, uz galējām ražošanas izmaksām, t.i., uz tām izmaksām, kas saistās ar katras papildu resursu vienības iegūšanu; *otrkārt*, uz optimāliem risinājumiem, kā ekspluatēt resursu atradnes, kā šīs dabas bagātības tālāk efektīvi tautsaimniecībā izmantot. Lai gūtu nepieciešamos izejas datus ekonomiskajiem novērtējumiem, salīdzina zemes dzīļu bagātību iegūšanas individuālās izmaksas konkrētā vietā ar galējām ražošanas izmaksām. Tā aprēķina zemes renti, attiecīgā ienākuma saņemšanas iespēju.

Iepriekšējais izklāsts par zemes rentes veidošanas variantiem ir pamats, lai izprastu zemes cenas teoriju saistības ar tās pārdevējiem, pircēju ekonomiskās uzvedības rīcības motivāciju.

13.3. Zemes cenas veidošanās pamati

Zemes pārdevēja motivācija. Zemes cena veidojas pārdevēja un pircēja ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas ietekmē. Pārdevēja konkrētie motīvi var būt visdažādākie. Bet viens motīvs ir nepārprotams: pārdevējs nevēlas būt zaudētājs. Pārdevējam līdz šim zeme deva ienākumus vai nu no uzņēmējdarbības, vai arī no zemes iznomāšanas. Analīzes vienkāršības labad aplūkosim iznomāšanas variantu, kas pēc rezultāta principiāli neatšķiras no uzņēmējdarbības: kā vienā, tā otrā gadījumā zemes īpašnieka ienākums saistās ar zemes renti – zemes auglības spēka izpausmi. Nomas variantā zemes īpašnieks investīcijas neveic, pats nepūlas, uzņēmējdarbību nepieņem. Kad viņš pārdevis zemi un saņēmis noteiktu naudas summu, zemes eksīpašniekam paveras dažādi naudas ieguldīšanas alternatīvie varianti: izvērst pastāvīgu uzņēmējdarbību, pirkt vērtspāpīrus, uzticēt naudu kā termiņdepozītu drošai bankai. Izvēloties variantu, tiks ievērota riska pakāpe. Ja līdzšinējais zemes iznomātājs ir bez uzņēmēja degsmes, vairās riskēt, bet vēlas bez rūpēm saņemt iepriekšējā lieluma ienākumus, tad šādi motivācijai visai atbilst šāds “mierīgs” variants: no zemes pārdošanas saņemtās naudas noguldīšana drošā bankā. Saprota, ir kaisla vēlme turpmāk procentu veidā saņemt vismaz tādu pašu gada ienākumu, kādu zemes īpašnieks agrāk saņēmis nomas maksas formā. Šādu centienu īstenošana ir atkarīga no trim lielumiem: nomas maksas, kuras pamats ir zemes dabiskā un ekonomiskā auglība jeb zemes rente, bankas gadā procentu likme par termiņnoguldījumiem, zemes cena. Zemes pārdevēja motivācija noteiks to, ka par savu zemi viņš pieprasīs cenu, t.i., naudas summu, kas noguldīta bankā nodrošinātu procentu veidā ar ne mazāku ienākumu, kādu viņš agrāk saņēma kā nomas maksu.

Zemes pircēja motivācija. Kādu cenu par zemi gatavs maksāt pircējs? Pircēja motivācija saistās ar ienākuma lielumu, ko viņš var saņemt kā zemes īpašnieks. Šis ienākums ir zemes rente. To var saņemt, vai nu apsaimniekojot zemi, izvēršot uz tās uzņēmējdarbību, vai arī to iznomājot. Prātīgs naudas īpašnieks pirms lēmuma par zemes pirkšanu salīdzinās gaidāmo ienākumu no zemes ar potenciālo ienākumu, ko dos alternatīvi risinājumi. Variantu ir atliku likām. Tie parasti saistās ar zināmu risku (ieguldījumi cita veida uzņēmējdarbībā, vērtspapīru iegāde u.c.). Vienkāršosim problēmu. Pieņemsim, ka zemes pircējs vēlas mazāk riskēt, neiesaistīties uzņēmējdarbībā un zemi iznomās; tad viņš mierīgi saņems zemes renti nomas maksas veidā. Šādas rīcības alternatīva būtu attiecīgas naudas summas noguldīšana drošā bankā, lai saņemtu pamatos garantētus procentus. Zemes pircēja motivācija līdz ar to ir šāda: zemes pircējs ir gatavs iegādāties zemi vienīgi tad, ja ienākums nomas maksas veidā būs ne mazāks kā ienākums bankas maksājamo procentu veidā. Regulējošs faktors būs zemes cenas lielums. Šai cenai jālīdzinās naudas summai, kas, noguldīta bankā, ļautu saņemt procentu maksājumus, kas līdzinātos nomas maksai (rentei) par nopirkto un tad iznomāto zemi.

Saprotams, pircējs cenšas nopirkt zemi lētāk, pārdevējs pārdot dārgāk. Kompromiss ir iespējams, ja pircēja un pārdevēja motivācija, pusēm piekāpjoties, ļauj vienoties par noteiktu zemes cenas lielumu. Šis lielums līdzinās kapitalizētai zemes rentei.

Zemes cenas formula. Minētie apsvērumi ļauj aprēķināt zemes cenu pēc visai vienkāršas formulas:

$$\text{Zemes cena} = \frac{\text{Zemes rente (nomas maksa)}}{\text{Bankas procentu gada likme par termiņnoguldījumiem}} \times 100$$

Pieņemsim, ka zemes rente (nomas maksa) gadā līdzinās Ls 1200, bet bankas gada procentu likme par termiņnoguldījumu – 8%. Pārdodamā zemes gabala teorētiskā cena nosakāma Ls 15000 apmērā. Citiem vārdiem, pārdevējs, pārdodot zemes gabalu par Ls 15000, saņems naudas daudzumu, kas, noguldīta bankā par 8 procentiem gadā, viņam nodrošinās gada ienākumu Ls 1200. Tas līdzinās iepriekšējai gada nomas maksai. Apmierināts var būt arī pircējs. Nopircis minēto zemes gabalu par Ls 15000, pircējs turpmāk ik gadus saņems Ls 1200 kā nomas maksu un nebūs zaudētājs, jo tādu pašu ienākumu gadā procentu veidā viņam nodrošinātu Ls 15000 liels depozīts.

Zemes cenas formula, kā jau uzsvērts, raksturo zemes pārdevēju un pircēju ekonomiskās uzvedības (rīcības) motivācijas ievirzes būtisku sakritību. Praktiski zemes tirgū veidojas līdzsvara cena, ko nosaka konkrēta zemes gabala pieprasījuma un piedāvājuma samērs reālas konkurences apstākļos.

Dabas resursu cena. Principiāli minēto zemes cenas veidošanas loģiku var izmantot it visiem dabas resursiem. Noteikta lieluma nomas maksu var nodrošināt zeme, kuras dzīlēs atrodama dzelzs rūda, nafta, ogles un jebkuras citas dabas bagātības. Tas pats attiecas uz mežiem, ūdeņiem ar zivīm, ūdenskritumiem, kas griež turbīnas, u.tml.

Zemes cena un īres maksa. Tāda pati ekonomiskā motivācija nosaka to zemes gabalu cenu, uz kuriem ir uzcelti dzīvojamie nami. Šāda zemes iecirkņa īpašnieks, kas reizē ir nama īpašnieks, saņem īres maksu, bet ja šo zemi iznomā – nomas maksu. Pēdējā gadījumā īres maksu saņems nama īpašnieks – zemes nomnieks. Zemes nomas maksa būs īres sastāvdaļa (no īres maksas jāatskaita nama ekspluatācijas izdevumi, ēkas amortizācijas atskaitījumi, nodokļi). Īres maksas lielums par vienu dzīvokli būs atkarīgs no dzīvokļa lieluma, stāva, visdažādākā komforta, nama atrašanās vietas. Namīpašnieka ienākumu nosaka īres maksas kopsomma, līdz ar to visai būtisks ir dzīvokļu skaits namā. Iespēja saņemt noteiktu īres maksu regulēs nomas maksas lielumu.

Debesskrāpju celtniecības motivācija. Pastāv daudzstāvu namu, arī debesskrāpju problēma. Pieņemsim, ka uz konkrēta nomātā zemes gabala ir uzcelts piecstāvu dzīvojamais nams. Namīpašnieks saņems īres maksu, kas dalās trīs daļās: *pirmkārt*, ekspluatācijas izdevumos, amortizācijas atskaitījumos, nodokļu maksājumos; *otrkārt*, nomas maksā par zemi; *treškārt*, namīpašnieka ienākumā. Var droši pieņemt, ja uz šī paša zemes gabala atrastos 12 stāvu mans, tad nomas maksa par zemi un namīpašnieka ienākumi būtu lielāki. Vēl spēcīgāka motivācija celt augstceltnes būtu tad, ja namīpašnieks un zemes īpašnieks būtu viena persona.

Augstceltnes ir sarežģīta tehniska problēma, kas ir cieši saistīta ar konkrētas pilsētas arhitektūru, estētiskiem kritērijiem, ģeoloģiskām iespējām. ASV ir uzcelti nami 110 stāvu augstumā. Normāla

ekonomiskā motivācija liek aiz okeāna nojaukt 50 stāvu namu, lai uz tā paša zemes gabala uzlietu 80 stāvu celtni. Nepārprotami ir tas, ka zeme ir ierobežots ražošanas faktors, kas ļoti jātaupa. To vislabāk var nodrošināt tādas sociāli ekonomiskās attiecības, kad zeme ir prece ar atbilstošu cenu veidošanas mehānismu, ar zemes pirkšanas un pārdošanas attiecībām ražošanas resursu tirgū.

Kad zeme nav prece. Bezmaksas zeme, tās administratīva sadale pēc partijas komiteju norādījumiem un rajonu izpildkomiteju lēmumiem, kā tas Latvijā notika nesenā pagātnē, ved pie šo ražošanas resursu izšķērdēšanas un neefektīviem saimniekošanas risinājumiem. Jaunajos Rīgas rajonos Juglā, Ķengaragā un citur lielās platībās stāv nožēlojami piecstāvu nami, iznīkojot zemi, kur varētu uzbūvēt 9 vai pat 12 stāvu namus. 50 okupācijas gados Rīgas centrālajās ielās ir saglabājušās viena un divu stāvu ēkas; daļa no tām ir grausti, kurus vajadzētu nojaukt, lai uz šīs pašas zemes uzceltu Rīgas arhitektūrai piemērotus namus ar atbilstošu stāvu skaitu. Pārmērības zemes platības ziņā ir pieļautas visur, ceļot jaunus saimnieciskus objektus. Projektētāji labi zināja: zeme neko nemaksā, tā ir īsta Dieva dāvana; ekonomisku stimulu šo resursu efektīvi un taupīgi izmantot nav.

Zemes tirgus izveide Latvijā. Normāls zemes tirgus Latvijā vēl tikai veidojas. Atpaliek zemes privātīpašuma juridiska noformēšana, tā fiksācija zemesgrāmatās. Daudzi īpašnieki, kas paši nevēlas zemi apsaimniekot, vēl nav izlēmuši, vai viņiem piederušo zemi pārdot vai iznomāt. To traucē inflācija, noguldījumu procentu likmju lejupslīde, reālā ekonomiskā situācija, neskaidra lauksaimniecības rītdiena. Līdz ar to ierobežots ir zemes pirktgribētāju un nomātgribētāju skaits. Ilgāku laiku ritēja politisks strīds par to, vai zemi drīkst vai nedrīkst pārdot ārzemniekiem, nepilsoņiem. Šīs problēmas pozitīvais risinājums gan aktivizēs ārzemju investīciju ienākšanu Latvijā, gan vērīs plašumā zemes tirgu.

13.2. tabula

Jūrmalas pilsētas zemes paraugvērtības¹ (latos par 1 m² zemes)

Zemes vērtējums	Ģimenes māju apbūve	Daudzdzīvokļu māju apbūve								Rūpniecisko objektu apbūve	Komerciestāžu apbūve	Sabiedrisko ēku apbūve
		1-2 st.	3 st.	4 st.	5 st.	6 st.	7 st.	8 st.	9 st.	10 st.		
C – mazvērtīga	0,86	0,96	1,06	1,16	1,25	1,33	1,38	1,45	1,52	1,72	4,30	1,72
CB – zem vidējās vērtības	1,29	1,44	1,59	1,74	1,87	1,99	2,09	2,17	2,28	2,58	6,45	2,58
B – vidējās vērtības	1,93	2,16	2,38	2,61	2,81	2,98	3,10	3,26	3,42	3,87	17,42	6,74
BA – virs vidējās vērtības	3,86	4,32	4,77	5,22	5,62	5,97	6,21	6,52	6,84	7,74	47,03	20,13
A – vērtīga	6,88	7,68	8,48	9,28	10,00	10,64	11,04	11,60	12,16	13,76	113,52	80,52

¹ Dienas bizness. – 1995. – 13. janv. (Teorētiski korekti vērtības vietā būtu jālieto termiņi – vērtīgums, derīgums vai cena)

Zemes cenas veidošanas praktiskais piemērs. Tabula uzskatāmi rāda, cik daudz faktoru iespaido zemes cenas veidošanos konkrētā Latvijas kūrortzonā. Būtībā runa ir par faktoriem, kas iespaido **pieprasījumu** pēc zemes apstākļos, kad šī visādā ziņā unikālā zeme Rīgas jūras līča piekrastē ir visai ierobežota un vēl ierobežotāks ir tās **piedāvājums**. Jūrmalas pilsētas zemes cenai ievērojamā mērā ir monopolcenas raksturs.

Tabulas dati atspoguļo Jūrmalas zemes kadastrālo vērtīguma zonējumu. Zemes zonas ir sadalītas, virzoties no pilsētas centrālās daļas uz perifēro daļu. Jūrmala ir šaura un izstiepta pilsēta, tāpēc grūti noteikt tās centrālo daļu. Par visvērtīgāko tiek uzskatīta zeme gar jūru. Šīs zonas tika veidotas, par vērtīgāko uzskatot zemi Majoros un to, kas stiepjas gar jūru uz abām pusēm. Visa Jūrmalas zeme ir sadalīta piecās zonās:

A zona – vērtīga zeme – pilsētas centra daļā ar pilnīgi attīstītu pilsētas nozīmes inženiertehnisko un sociālās apkalpes infrastruktūru, teritorijas, kas tuvinātas centra daļai;

AB zona – zeme virs vidējā vērtīguma – pilsētas apbūves daļa attālināta no centra ar daļēji izveidotu infrastruktūru, ērti sasniedzama, ar labvēlīgu vides raksturojumu;

B zona – vidēja vērtīguma zeme – pilsētas ārējās apbūves daļa ar pilnīgi vai daļēji izveidotu vietējās nozīmes infrastruktūru, attālināta no pilsētas centra daļas;

BC zona – zeme zem vidējā vērtīguma – pilsētas apbūves daļa ar nepilnīgi attīstītu vietējās nozīmes infrastruktūru, attālināta no pilsētas centra daļas;

C zona – mazvērtīga zeme – pilsētas apbūves zeme tās izteikti perifērajā daļā.

Katrā vērtīguma zonā ir savs no pārējām vērtīguma zonām atšķirīgs zemes vērtīgums.

Mainīsies cilvēku finansiālās iespējas pirkt Jūrmalā zemi, vasarnīcas, dzīvokļus, ieguldīt naudu jaunbūvēs, arī tūristu skaits, un mainīsies šīs pilsētas kūrorta zemes cenas.

Rentes teorijas varianti. Šeit izklāstītā rentes teorija balstās uz argumentāciju, ka dabas resursiem ir noteikts jaunrades, ražīguma spēks, kas realizējies, pateicoties tirgus attiecībām. Ekonomiskajā literatūrā virkne autoru renti raksturo krietni plašāk vai arī citādi. Tā tiek pamatots viedoklis, ka jebkuri ražošanas resursi vai faktori nodrošina renti, ja tos augstāk apmaksā, nekā tas nepieciešams, lai nodrošinātu šo resursu vai faktoru sniegto pakalpojumu piedāvājumu. Piemēram, ekstra klases sportista gada ienākums ir 5 milj. USD. Var pieņemt, ka viņa sporta rezultāti nebūt nebūtu mazāki, ja šī sportista veikuma parastā cena jeb atalgojums gadā sasniegtu tikai 200 tūkst. USD. Šinī gadījumā rentes lielums līdzinās 4,8 milj. USD. To varētu saukt arī par monopolrenti, jo tās pamatā ir gan visai neelastīgs un ierobežots piedāvājums, īpašu sportisku spēju monopols, pircēju gatavība maksāt. Līdzīgs ekonomisks saturs ir kinozvaigžņu, izcīlu mūziķu honorāriem utt.

Tuvu šim viedoklim ir formulējums, ka ekonomiskā rente ir maksa par jebkuru resursu atdevi, kas pārsniedz alternatīvās izmaksas. Dažkārt ir runa pat par politisku renti, kas veidojas, ja valsts subsidē kādas produkcijas ražošanu. Šādas subsīdijas no valsts budžeta vai speciāliem fondiem grauj normālu konkurenci attiecīgas produkcijas tirgū, mazina efektīvās saimniekošanas stimulu spēku, bet subsīdiju saņēmējiem nodrošina papildu ienākumus – minēto politisko renti.

Daudz piekritēju ir uzskatam, ka rente ir maksa vai cena par dabas resursu sniegtajiem pakalpojumiem.

Atjaunojamie un neatjaunojamie dabas resursi (zemes rente, cena). Dabas resursu raksturs, tas, vai tie ir vai nav atjaunojami, būtiski iespaido ekonomisko lēmumu pieņemšanas motivāciju dabas resursu izmantošanas jomā. Zemes auglība spēj gādu no gada atjaunoties, ja zemi barbariskām apsaimniekošanas metodēm galīgi nenoplicina. Tas pamatoš attiecas uz visu floru un faunu. Atjaunojams dabas resurss ir arī mežs. Gan ar to īpatnību, ka tas atjaunojas ilgākā laikā periodā. Nopietna ekonomiska problēma ir konkrētā gadā atļautais meža ciršanas apjoms. Izvirzās jautājums par dabas resursu saglabāšanu nākamajām paaudzēm.

Rītdienas, pat parītdienas aspekts ir visai aktuāls neatjaunojamiem dabas resursiem, kādas ir zemes dzīļu bagātības. To izmantošana, ieslēgšana tirgus aprītē saistās ar ievērojamām investīcijām. Pēdējās atmaksāsies jo ātrāk, jo augstāka būs attiecīgās produkcijas cena ar noteiktu ieguves apjomu un galējo ražošanas izmaksu līmeni. Vienmēr ir kārdinājums investīcijas taupīt, piedāvājumu samazināt, radīt noteiktu deficītu, tādējādi neizbēgami celsies cenas un peļņa pieaugs. Tas iespējams tad, kad konkrēti

dabas resursi ir visai ierobežoti un to piedāvājums neelastīgs. Var būt arī citas ievirzes motivācija. Prognozējot pieprasījuma un cenu pieaugumu paredzamā nākotnē, potenciālie investori nolemj jaunu dabas resursu apgūšanu atlikt uz rītdienu. Liels pieprasījums un cenu kāpums jau šodien un tuvākā nākotnē sekmē tādu dabas bagātību atradņu ekspluatāciju, kas agrāk, pastāvot iepriekšējam cenu līmenim, kā ekonomiski neefektīvas netika izmantotas. Tas pilnā mērā attiecas uz naftas iegūšanu no jūras dzīlēm. Daudz investīciju neatražojamo dabas resursu jomā ir orientētas uz nākotnes ienākumiem.

Tieši šāda motivācija nosaka QMOCO/OPAB gatavību veikt dārgus naftas izpētes urbumus Baltijas jūras Latvijas ekonomiskajā zonā. Visas minētās neatražojamo dabas resursu izmantošanas problēmas būtiski skar zemes rentes un cenas veidošanās. Darbojas sarežģīta cēloņsakarību ķēde: gaidāmais pieprasījuma lielums pēc noteiktām zemes dziļu bagātībām ir pamats nākotnes cenu un ienākumu prognozei; tā noteiks attiecīgo zemju piedāvājuma un pieprasījuma samēru; šis piemērs savukārt regulēs šo zemju cenu līmeni, ievērojot iepriekš argumentēto pamatatziņu, ka zemes cena ir kapitalizēta zemes rente. To zemes gabalu pieprasījumu un piedāvājumu, kuru dziļes slēpj jau atklātas, bet tirgus aprītē vēl neiekļautas dabas bagātības, iespaido informāciju par dabas resursu potenciālajiem krājumiem un to gaidāmo apgūšanas intensitāti.

13.4. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Dabas resursi – prece, noteikta īpašuma objekti, kas tiek kā preces pirkti un pārdoti.
2. Zemes pieprasījuma īpatnības – a) pastarpināts pieprasījums; b) dabiskā auglība; c) ekonomiskā auglība; d) atrašanās vieta.
3. Zemes piedāvājuma īpatnība – pamatā piedāvājums ir konstants; dažas vēstures un ekonomiskas perturbācijas izmaina piedāvājums (Latvijā zemes reforma, namu celtniecība, ceļu būvniecība, okupantu armijas poligoni, lidlauki, neveiksmīga motivācija, atomreaktora drošības zona utt.).
4. Zemes līdzsvara cena – cena, kas veidojas, pateicoties zemes pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvaram.
5. Zemes rentes avots – dabiskā auglība, ekonomiskā auglība, zemes dziļu bagātības jaunrade, zeme kā *locus standi* – dabiskais pamats visdažādākajiem objektiem. Zemes lietošana uzņēmējdarbībā nodrošina renti.
6. Zemes cena – kapitalizēta rente, naudas summa, kas noguldīta bankā, dod procentu veidā tādu pašu ienākumu kā zemes apsaimniekošana vai iznomāšana.
7. Zemes ekonomiskais novērtējums – speciāla metode, kā salīdzināt zemes gabalus no apsaimniekošanas potenciāla izdevīguma viedokļa ballēs; par augšņu bonitēšanu dēvē augšņu vispusīgu raksturojumu, salīdzinošās ražotspējas noteikšanu. Zemes ekonomisko novērtēšanu lieto zemes nodokļa noteikšanai.

13.5. Secinājumi

Dabas resursu tirgus ir visai daudzveidīgs. Galvenais tirgus attiecību, pirkšanas un pārdošanas objekts ir zeme gan kā lauksaimniecības (arī mežsaimniecības) vispārējs darba līdzeklis un darba priekšmets, gan kā *locus standi* (stāvēšanas vieta) jebkurām ēkām, būvēm, transporta artērijām, lidlaukiem, gan sakarā ar to dziļu bagātībām.

Zemes pieprasījums ir atvasināts, to galu galā nosaka pieprasījums pēc citiem resursiem, patēriņa priekšmetiem, pakalpojumiem.

Zemes piedāvājums ir ierobežots. To nosaka zemes kā dabas resursa ierobežotība, lauksaimniecībā – labāko zemju ierobežotība, ieguvējā rūpniecībā – zemes dziļu bagātību ierobežotība.

Zemes ierobežotība un aizņemtība veido īpašu zemes apsaimniekošanas monopolu, kas izpaužas vienotībā ar zemes īpašuma monopolu.

Dabas resursu cenas veidojas kā līdzsvara cenas, ko nosaka pieprasījuma un piedāvājuma konkrētais samērs.

Zemes pārdevēja un pircēja motivācija, vienojoties par zemes cenu, saistās ar gaidāmā ienākuma lielumu. Šī ienākuma pamats – zemes rente.

Nopietna teorētiskā problēma ir zemes rentes avota pamatojums. Lauksaimniecībā, mežsaimniecībā dabas auglības, ražīguma spēks ir acīmredzams. Sarežģītāks ir jautājums par zemes rentes avotu sakarā ar zemes dziļu bagātībām, zemi kā dabisku pamatu jebkurai celtniecībai. Pirmajā gadījumā izpaužas dabas jaunrades spēks; tieši dabiski procesi ir radījuši unikālas dabas bagātības. Vienlaikus jāņem vērā, ka šī jaunrades procesa rezultāts spēj ekonomiski ar lielāku vai mazāku atdevi realizēties, tikai pateicoties tehnikai, tehnoloģijai, investīcijām, uzņēmējdarbībai. Otrajā gadījumā dabas jaunrade, ražīgais spēks izpaužas nevis patstāvīgi, bet kā obligāts nosacījums vienotībā ar pārējiem resursiem, ar saimniekošanu.

Reālā saimniekošanas analīze liecina, ka zemes rente nebūt nav dabiska, bet ekonomiska kategorija, sociāli ekonomisko attiecību izpausme.

Dabiskā auglība būtiski iespaido saražotās produkcijas daudzumu no viena hektāra zemes un šīs produkcijas vienības ražošanas izmaksu līmeni, līdz ar to zemes rentes un iespējamā ienākuma lielumu. Renti veidojošais faktors ir arī apsaimniekotā zemes gabala teritoriālais izvietojums (attālums līdz tirgiem, pārstrādāšanas uzņēmumiem, ceļu tīkla attīstība, kvalitāte). Šis faktors iespaido transporta izmaksas, konkrētos apstākļos – piedāvājumu un pieprasījumu. Tas vēlreiz apliecina, ka rente ir ekonomiska kategorija.

Dabiska auglība ir bāze ekonomiskajai auglībai. Pēdējā ir atkarīga no ekonomiski pamatotiem resursu ieguldījumiem zemē. Tādējādi palielinās zemes auglība un ienākumi no zemes apsaimniekošanas. Jautājums par to, vai šī papildu ienākuma ekonomiskais pamats ir vai nav zemes rente, paliek teorētisku strīdu objekts.

Zemes ekonomiskais novērtējums dod iespēju izteikt ballēs konkrēta zemes gabala potenciālo salīdzinošo apsaimniekošanas efektivitāti, kuras pamats ir zemes rentes lielums.

Zemes cena tīrā veidā ir raksturojama kā kapitalizēta rente. Tas nozīmē, ka zemes cena ir tieši proporcionāla zemes rentes lielumam un apgriezti proporcionāla vidējai banku gada procentu likmei par termiņnoguldījumiem. Tirgus praksē zemes cena būs tuvāka kapitalizētai nomas maksai, jo pēdējā var pārstāvēt ienākumu, kura pamats nav zemes rente, bet citu resursu atdevē.

Kapitalizētās zemes rentes princips ir teorētiska bāze cenu aprēķinam jebkuriem dabas resursiem.

Tā saucamais visas tautas īpašums uz dabas resursiem, kam raksturīga dažāda līmeņa partijas vadītāju un ierēdņu patvaļa, kad dabas resursi, ieskaitot zemi, nebija prece, neeksistēja dabas resursu tirgus un attiecīgo cenu veidošanas mehānismi, veicināja šo ražošanas resursu gaužām neefektīvu, neracionālu izmantošanu, lielu zemes platību izniekošanu.

13.6. Pamatterminu tulkojums

Atjaunojami un nelietojami dabas resursi	<i>renewable and non renewable natural resource</i>	воспроизводимые и невозпроизводимые природные ресурсы
Dabas resursu tirgus un cenas	<i>market and prices of natural resources</i>	рынок и цены природных ресурсов
Ražošanas resursu tirgus un cenas	<i>market and prices of resources of production</i>	рынок производственных ресурсов
Ražošanas resursu tirgus kopējā iezīme	<i>common features of production resource</i>	общие черты производственных ресурсов

Ražošanas resursu cenu veidošanas īpatnība	<i>price formation distinctiveness of production resources</i>	особенности формирования цен производственных ресурсов
Zemes pieprasījums	<i>land demand</i>	спрос на землю
Zemes piedāvājums	<i>land supply</i>	предложение на землю
Zemes rentes avots	<i>source of rent of land</i>	источник земельной ренты
Zemes nomas maksa	<i>payment of lease of land</i>	арендная плата за землю
Zemes vietas rente	<i>land place rent</i>	земельные ренты по месторасположению
Zemes ekonomiskais novērtējums	<i>economic valuation of land</i>	экономическая оценка земли

13.7. Uzdevumi

1. Zemes gabala nomas maksa = Ls 15000. Bankas procentu gada likme par termiņnoguldījumiem = 5%. Aprēķināt zemes gabala cenu.
2. Zemes gabala tirgus cena = Ls 2000. Bankas procentu gada likme par termiņnoguldījumu = 4%. Aprēķināt zemes gabala nomas maksu.
3. Trīs zemes gabaliem ir atšķirīga dabiskā auglība: zemes gabals A = 10 t; B = 12 t; C = 15 t. Katrā no zemes gabaliem ieguldīts vienāds ražošanas resursu daudzums, tātad zemes gabalu A, B, C ražai ir vienādas grāmatvedības ražošanas izmaksas – Ls 6000. Kopējā peļņa zemes gabalam A uz 1 t produkcijas vienību līdzinās Ls 200, t.sk. zemes rente Ls 100. Aprēķināt zemes renti visai ražai katram zemes gabalam.

13.8. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kādi dabas resursi tiek pirkti un pārdoti Latvijā?
2. Kādas īpatnības pieprasījuma jomā raksturo dabas resursu tirgu?
3. Kādas īpatnības piedāvājuma jomā raksturo dabas resursu tirgu?
4. Kas ir zemes rentes avots? Kādi faktori nosaka zemes rentes veidošanos?
5. Ar ko atšķiras ekonomiskā auglība no dabiskās auglības?
6. Kā jūs varat raksturot saimniekošanas monopolu un īpašuma monopolu uz zemi?
7. Kādas sakars ir starp nomas maksu un zemes renti?
8. Kāda loma ir dabas resursu, tajā skaitā zemju ekonomiskajam novērtējumam?
9. Kāds ir dabas resursu, tajā skaitā zemes cenas ekonomiskais raksturojums?
10. Kāda ir dabas resursu, tajā skaitā zemes īpašnieka pārdevēja motivācija, piedāvājot dabas resursus ražošanas resursu tirgū?
11. Kāda ir dabas resursu, tajā skaitā zemes pircēja ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācija ražošanas resursu tirgū?
12. Kāds sakars ir starp dzīvokļu, citu telpu īres maksu un zemes cenu?
13. Kāda ir debesskrāpju celtniecības ekonomiskā motivācija?
14. Kādas sekas ir tādām sociāli ekonomiskām attiecībām, kad dabas resursi, tajā skaitā zeme ir valsts īpašums un tie nav preces?
15. Kādus pasākumus būtu vēlams īstenot Latvijā, lai aktivizētu dabas resursu, tajā skaitā zemes tirgus attīstību?

14. nodaļa. Darbaspēka tirgus un cena. Darba alga

14.1. Darba algas ekonomiskais saturs

Viedokļu dažādība. Lai atbildētu uz izvirzīto jautājumu, terminoloģiski jārunā nevis par darbu, bet darbaspēku, proti, potenciālām darbaspējām, kas sakarā ar kvalifikāciju piemīt cilvēkam tirgus ekonomikā – darba ņēmējam. Toties darbs ir darbaspēka patērēšanas process. Prece, ko var pirkt konkrētajā ražošanas resursu tirgū, var būt vai nu darbaspēks, vai arī darba rezultāts – ražojums, pakalpojums. Ja darbaspējas netiek pieprasītas, mums ir darīšana ar bezdarbu – darbs netiek veikts, nav arī darba rezultāta, kaut gan bezdarbniekam ir darbaspējas.

Runājot par Latvijas ražošanas resursiem, jāņem vērā pagaidu bezdarbnieki, liels potenciāls spēks.

Kas tiek pirkt un pārdots darbaspēka tirgū? Šai jomā zinātniekiem ir dažādi viedokļi. It kā loģisko tēzi, ka šī pērkamā prece ir darbaspēks, kas nav atdalāms no sava īpašnieka, bieži kritizē. Šī kritika tiek argumentēta ar to, ka uz laiku veidojoties verdzības attiecības, jo prece esot pats cilvēks.

Līdz ar to tiek noraidīts uzskats, ka darba alga ir darbaspēka kā preces cena. Lai šo problēmu atrisinātu, tiek izteikts atzinums, ka darbaspējas tiek uz laiku iznomātas, proti, uz noteiktām stundām dienā, nedēļā, mēnesī. Šinī teorētiskā variantā darba alga ir darbaspēka nomas maksa.

Cita viedokļa būtība ir tāda, ka darba alga tiek raksturota kā maksa par pakalpojumu. No šādas nostājas izriet: *pirmkārt*, darbaspēka tirgū pārdošanas un pirkšanas objekts ir pakalpojums, ko sniedz darbs, patērējot darbaspēku; *otrkārt*, darbaspēks ir šī pakalpojuma cena.

Visprimitīvākā tēze, kas neprasa analītisku pieeju jautājumam un nerisina problēmu, kas ir prece darbaspēka tirgū, vienkārši apgalvo, ka darba alga ir samaksa par darbu, par noteiktu veikumu vai konkrētu rezultātu.

Neatkarīgi no dažādiem viedokļiem par darba algas ekonomisko saturu darba alga ir ienākums, ko saņem darbaspēka īpašnieks, izmantojot savas darbaspējas. Šī ienākuma avots ir tā jaunrade, tas ražīgais spēks, kas piemīt šīm spējām un kas izpaužas darba procesā kā darbaspēka izmantošanas rezultāts.

Pārqualifikācijas problēma. Lai sīkāk analizētu darba algas problēmu saistībā ar darbaspēka tirgu, atzīmēsim, ka šim tirgum ir daudzi segmenti, kas pieprasa un piedāvā darbaspēku ar noteiktu kvalifikāciju un specialitāti. Darbaspēka specialitātes maiņa un kvalifikācijas celšana ir sarežģīts process; tas prasa laiku un ir saistīts ar izdevumiem. Taču tautsaimniecības struktūras izmaiņas padara šo procesu absolūti nepieciešamu. To vērojam arī pašlaik Latvijā, kad šīs struktūras krasas pārmaiņas apstākļos tikai pārqualifikācija, specialitātes maiņa spēj nodrošināt darbu, darbaspēka tirgū pārdodot vai iznomājot savas jaunapgūtās darbaspējas. Katram darbaspēka tirgus segmentam zināmā laika posmā ir arī savas īpatnības: pieprasījuma un piedāvājuma samērs, laika patēriņš un izmaksas kvalifikācijas iegūšanai, darba devēja iespējas un darba ņēmēju konkurence un līdz ar to arī sava līdzsvara cena, noteikts darba algas līmenis.

Tālākā analīze notiks, vadoties pēc teorētiskā pieņēmuma, ka darba alga ir darbaspēka cena. Vienlaikus to var uzskatīt par darbaspēka pakalpojuma cenu vai nomas maksu, kas veidojas atkarībā gan no cenu veidošanas vispārējiem principiem, gan darbaspēka tirgus konkrētā segmenta īpatnībām.

14.2. Darba algas līmeņa noteicēji faktori

Neatkarīgi no darba algas sociāli ekonomiskā satura koncepcijas darba algas līmenis ir atkarīgs no darbaspēka pieprasījuma un piedāvājuma samēra.

Darbaspēka pieprasījums. Darbaspēka pieprasījumu nosaka galvenokārt šādi faktori:

pirmkārt, ražojumu un pakalpojumu pieprasījums: līdz ar to darbaspēka pieprasījums jāuzskata par atvasinātu pieprasījumu. Latvijā pieprasījumu pēc darbarokām un intelekta regulē pieprasījums pēc pašmāju ražojumiem un pakalpojumiem, pēc eksportprecēm citās valstīs;

otrkārt, darba ražīgais spēks un darba intensitātes pakāpe;

treškārt, darba dienas ilgums;

ceturtkārt, segmentos noteikta aroda, specialitātes darbinieku pieprasījums;

piektkārt, darbinieku kvalifikācija aroda ietvaros;

sestkārt, darba algas līmenis, ar to saistīto darba devēju nodokļu, sociālo izmaksu lielums;

septītkārt, pieprasījums pēc izcilu mūziķu, mākslinieku, aktieru, režisoru, rakstnieku, sportistu, visdažādāko "zvaigžņu" snieguma;

astotkārt, monopsons, kad darba ņēmēji kādā attālākā nostūrī ir saistīti ar ražotni, tirdzniecības centru u.tml., kas ir vienīgais darba devējs. (Latvijā šāds monopsons ir tipisks būvmateriālu ražošanā, piemēram, Lode, Vangaži, Kalnciems, Brocēni, kad iespēja atrast darbu ārpus šīm ražotnēm minētajā apvidū ir visai maza.)

Darbaspēka piedāvājums. To nosaka šādi faktori:

pirmkārt, demogrāfiskā situācija (iedzīvotāju kopskaits, vecuma struktūra, noteiktais vecums pensijas saņemšanai, sieviešu skaits, kas vēlas strādāt, skolas gadu skaits, kvalifikācijas, specialitātes apgūšanas laiks);

otrkārt, darbinieku profesionālā struktūra un kvalifikācija pa darbaspēka tirgus segmentiem;

treškārt, darba algas līmenis (izvēle, ir vai nav vērts strādāt precētām sievietēm, mātēm, bezdarbniekiem, kas saņem pabalstus, pensionāriem atkarībā no pensiju lieluma un saņemšanas nosacījumiem);

ceturtkārt, īpaša problēma ir imigrantu darbaspēka piedāvājums, gatavība strādāt par ievērojami zemāku atalgojumu.

14.3. Darba algas līmeņa atšķirības dažādās valstīs

Darbaspēju atjaunošanas izmaksu dažādība. Darba algas līmeņa noteicējiem faktoriem katrā valstī ir noteiktas īpatnības. Šo līmeni regulē pirmām kārtām darbaspēju atjaunošanas izmaksas konkrētā vēsturiskā situācijā:

- atsevišķo darba ņēmēju darbaspēju atjaunošanas izmaksas;
- ģimenes uzturēšanas izdevumi;
- izmaksas kvalifikācijas iegūšanai, kuras bieži dēvē par ieguldījumu cilvēku kapitālā, nodrošinot augstāku darba samaksu; saskaņā ar "cilvēciskā faktora" teoriju konkrētās profesijas darbinieka darba algas līmenim jābūt tik augstam, lai segtu apmācības alternatīvās izmaksas, proti, tai jākompensē gan mācību maksa, gan izdevumi nepieciešamās literatūras iegādei, gan arī tā darba alga, ko darbinieks varētu nopelnīt, strādājot arodā, kas neprasa speciālu, ar papildu izdevumiem saistītu izglītību; no ieguldījuma "cilvēciskajā kapitālā" iegūst ne tikai darba ņēmējs, bet arī darba devējs; pēdējais bieži samaksā specialitātes apgūšanas un kvalifikācijas celšanas izdevumus, netaupa uz šādu investīciju rēķina; darba devēja galvenais ieguvums saistās ar to, ka darbinieks ar augstāku kvalifikāciju kāpina fiziskā kapitāla atdevi, spēj apgūt moderno tehniku un tehnoloģiju, strādāt kvalitatīvi un radoši; darba ņēmējam ieguldījumi "cilvēciskajā kapitālā" rada iespēju strādāt kvalificētāku darbu, ieņemt augstākus amatus, vairo savu spēju un prasmes pieprasījumu darbaspēka tirgū, līdz ar to sekmē lielākas algas saņemšanu;
- ienākuma nodokļa likmes procentos no bruto darba algas;
- sociālo vajadzību apmierināšanas nosacījumi (pensiju saņemšanas nosacījumi, veselības aprūpes materiālie nosacījumi, organizācija, vispārējas un profesionālās, kā arī augstākās izglītības iegūšanas nosacījumi, bezdarba pabalsta saņemšanas noteikumi, darba aizsardzības sistēma, samaksātā atvaļinājuma ilgums);
- dzīvokļu īres, komunālo pakalpojumu īpatsvars kopējos patēriņa izdevumos;
- pārtikas īpatsvars kopējos patēriņa izdevumos; saskaņā ar vācu statistiķa Ernsta Engelsa atziņām dzīves līmenis, it sevišķi darba ņēmējiem, ir jo augstāks, jo mazāks īpatsvars ģimenes budžetā ir izdevumiem pārtikai.

Darba algas nacionālās atšķirības. Tās ir ciešā saistībā ar konkrētās valsts tradicionālo dzīves līmeni. Šīs atšķirības ir atkarīgas gan no klimatiskiem apstākļiem, gan no algoto darbinieku kārtas

vēsturiskās veidošanās nosacījumiem un ar to saistīto kultūras līmeni, gan arī no tīri nacionālām, dažreiz reliģiskām tradīcijām. Darba algas nacionālās atšķirības uzskatāmi parāda 14.1. tabula. Tabulas dati nerāda, ko un cik var nopirkt par nopelnīto. Galvenais ir raksturīgās tendences, nominālās darba apmaksas samēri par vienādu darbu dažādās valstīs.

14.1. tabula

Stundas darba samaksa 1981. gadā dažādās valstīs
 Forda rūpnīcās darba algas līmenis ASV = 100% (par vienādu darbu)

Specialitāte	Brazīlija	Argentīna	Meksika	ASV
Atslēdznieks	15	35	40	100
Montētājs pie konveijera	9	28	40	100
Apkopēja	5	22	31	100

Atšķirības vēsturiskajā attīstībā noteica arī to, ka pirms kara Latvijā Latgales strādnieki bieži vien par to pašu darbu saņēma zemāku darba algu nekā Kurzemes un Vidzemes strādnieki; vēl mazāk maksāja poļu un lietuviešu viesstrādniekiem.

14.4. Darbaspēka atjaunošanas nosacījumu izmaiņas

Ekonomikas attīstības gaitā mainās darbaspēka atjaunošanas nosacījumi. Šis process ir sarežģīts, jo darbojas vairākas faktoru grupas.

Faktori, kas paaugstina darbaspēka atjaunošanas izdevumus. Darbaspēka atjaunošanas izdevumu pieaugumu veicina šādi faktori:

- pirmkārt*, normālo materiālo, sociālo un kultūras vajadzību pieaugums;
- otrkārt*, izdevumu augšana profesijas apgūšanai un kvalifikācijas celšanai (ilgāks apmācības laiks, plašāka maksas apmācība);
- treškārt*, intensīvāks fizisks un garīgs darbs, kas prasa lielākus izdevumus darbaspēju atjaunošanai;
- ceturtkārt*, patēriņa cenu celšanās, inflācija.

Faktori, kas pazemina darbaspēka atjaunošanas izdevumus. Darbaspēka atjaunošanas izmaksu samazināšanos savukārt nosaka šādi faktori:

- pirmkārt*, pazeminās eksistences līdzekļu cenas ražošanas resursu efektīvākas izmantošanas, t.sk. darba ražīguma kāpinājuma (darba laika ekonomijas) ietekmē;
- otrkārt*, sieviešu plašāka iesaistīšana darbā, papildu darbaroku piedāvājums; tas iegrožo darba algas kopējā līmeņa celšanos, jo ģimenes ienākumu veidošanā un izmaksu segšanā piedalās arī sievietes;
- treškārt*, šī cēloņsakarība īstenojas arī tad, ja bērni agri parādās darbaspēka tirgū kā darba ņēmēji (tas ir raksturīgs agrīnam kapitālismam un mūsdienu jaunattīstības valstīm);
- ceturtkārt*, deflācija (šodien reta parādība).

Viena pētījuma rezultāti. Diemžēl visai maz ir statistikas datu, kas dod iespēju spriest par šiem procesiem un darba algas līmeņa izmaiņām. Minēsim viena pētījuma rezultātus, kas rada pārdomas par noteiktu ekonomisku procesu norisi darbaspēka atjaunošanas jomā.

Darbspēka atjaunošanas izmaksu pārmaiņas ASV¹ (1874. g. = 1)

	1900	1929	1976
1. Preču un pakalpojumu daudzums, kas nepieciešams darbspēka vienības atjaunošanai	1,42	2,39	5,69
2. Preču un pakalpojumu vienības izmaksas	0,65	0,36	0,12
3. Darbspēka vienības atjaunošanas izmaksas	0,92	0,86	0,68
4. Nominālā darba alga dolāros	1,10	3,25	29,45

Šos skaitļus var, protams, apšaubīt, kā arī nepiekrīst aprēķinu metodikai. Taču tabulas dati rāda interesantu, zīmīgu un, pēc pieredzes, ticamu tendenci:

pirmkārt, 102 gadu laikā gandrīz sešas reizes ir pieaudzis materiālo labumu un pakalpojumu daudzums, ko vidēji patērē viens cilvēks;

otrkārt, kapitālietilpības un materiālietilpības samazināšanās, darba ražīgā spēka pieauguma ietekmē 8 reizes ir samazinātas preču un pakalpojumu vienības izmaksas;

treškārt, darbspēka vienības atjaunošanas izmaksas šajā laikā samazinājušas par vienu trešo daļu;

ceturtkārt, nominālā darba alga šajos 102 gados pieaugusi 29,5 reizes.

Diemžēl tabulā nav datu par reālo darba algu (nominālā darba alga, kas koriģēta ar patēriņa cenu un nodokļu pieaugumu). Nepārprotams ir secinājums: cilvēki ir sākuši dzīvot ievērojami labāk un pilnīgāk apmierināt savas vajadzības. Pilnīgi tiek apgāzts K. Marksa formulētais “Kapitālistiskās uzkrāšanas vispārējais likums” par to, ka “bagātības uzkrāšana vienā polā nozīmē nabadzības uzkrāšanu otrā polā”.

14.5. Pilnīgā un nepilnīgā konkurence darbspēka tirgū

Pilnīgā konkurence. Pilnīgo konkurenci šajā tirgū nosaka šādi faktori:

- 1) liels skaits neatkarīgu pārdevēju;
- 2) liels skaits neatkarīgu pircēju;
- 3) brīva darbspēka kustība;
- 4) brīvi pieejama informācija par procesiem darbspēka tirgū;
- 5) līdzsvara cenu veidošanās atkarībā no pieprasījuma un piedāvājuma samēra un konkurences ietekmes (atkarībā no bezdarba apmēriem darbspēka cena pazeminās, bet darbaroku deficīts šo cenu paaugstina);
- 6) atsevišķs darba ņēmējs un darba devējs nespēj diktēt darba algas līmeni.

Nepilnīgā konkurence. Darbspēka tirgū pastāv arī nepilnīgā konkurence ar tai raksturīgām sekām:

- 1) atšķirīgo arodu specifika nosaka nekonkurējošās profesijas (piemēram, maiznieki nekonkurē ar virpotājiem);
- 2) kā jau minēts, ir sastopams monopsons un oligopsons;
- 3) izcilu spēju gadījumā izpaužas monopols un oligopols, kur pastāv sevišķi augsti honorāri.

Attīstītās tirgus ekonomikas valstīs tiek izplatīta efektīvās darba algas teorija. Saskaņā ar cilvēciskā kapitāla teoriju iespēja darbu veikt labāk, kvalitatīvāk prasa augstāku darba algas likmi. Šādu motivāciju var papildināt ar pretēja rakstura apgalvojumu: augstāka darba algas likme rosina kāpināt darba atdevi gan kvantitatīvi, gan kvalitatīvi. Uzņēmēji savā saimnieciskajā darbībā izmanto gan vienu, gan otru pieeju. Rodas jautājums, kāpēc firma, vadoties pēc darbspēka tirgus konjunktūras viedokļa, varētu maksāt mazāku algu, bet mērķtiecīgi nosaka augstākas algu likmes. Efektīvās darba algas teorija vadās pēc tā, ka augstāka alga mazina darbspēka mainību (nostiprina kadrus), ceļ darba prestižu, stiprina darba un tehnoloģijas disciplīnu, uzlabo psiholoģisko klimatu un galu galā veicina darba ražīguma celšanu. To nevarētu panākt ar zemāku, normālu darba algas likmi. Šis augstākais

¹ Меньшиков С. М. Инфляция и кризис регулирования экономики. – М.Ж. Мысль – 1979. – с. 172.

darba algas līmenis darbojas kā pašregulētājs mehānisms un atbrīvo uzņēmēju no prāvām izmaksu summām kontrolei un visdažādākai pārraudzībai. Viens otrs Latvijas uzņēmums, nosakot relatīvi augstas algu likmes, jau tagad balstās uz minēto motivāciju.

14.6. Arodbiedrību loma darbaspēka tirgū

Arodbiedrības un darbaspēka pieprasījums. Arodbiedrības savu biedru – darba ņēmēju – interesēs mērķtiecīgi ietekmē darbaspēka pieprasījumu:

- 1) cīnās, lai ierobežotu importu;
- 2) atsevišķos gadījumos neatkarīgi no zinātniski tehniskā progressa efektīvās saimniekošanas nosacījumiem prasa saglabāt darba ņēmēju līdzšinējo skaitu;
- 3) brīžiem sekmē noteiktu produkcijas veidu reklamēšanu, lai paplašinātu ražošanas apjomu un algoto darbinieku skaitu;
- 4) veicina darbinieku kvalifikācijas celšanu, apzinoties, ka augstāka kvalifikācija ir nodarbinātības atslēga;
- 5) cīnās par to darbinieku augstāku minimālo darba algu, kas nav arodbiedrības biedri; ja darba algas līmenis visiem ir nolīdzināts, tad uzņēmējiem nepastāv motivācija pirmām kārtām aicināt darbā arodbiedrībās nesastāvošus darba ņēmējus par zemāku atalgojumu;
- 6) cīnās pret resursu cenu pieaugumu, jo tas paaugstina ražošanas izmaksas, cenas, kā arī apdraud pieprasījumu, ierobežo piedāvājumu un sekmē bezdarbu;
- 7) darbojas kā lobijs visiem pasākumiem, kas sekmē ražošanas un pakalpojumu apjoma pieaugumu;
- 8) cīnās par darba nedēļas vai pat darba dienas saīsināšanu, lai šādi sekmētu nodarbinātības pieaugumu (vienlaikus izskan prasība saglabāt darba algas līmeni).

Arodbiedrības un darbaspēka piedāvājums. Daudzu arodbiedrību stratēģija ir saistīta ar darbaspēka piedāvājuma ierobežošanu. Tās:

- 1) cīnās par imigrācijas ierobežošanu (tas notiek ne vienmēr un ne visur; ir attīstītās valstis, kur imigranti daļēji atbrīvo vietējos darba ņēmējus no fiziski smaga un zemu atalgota darba);
- 2) kolektīvos līgumos ar uzņēmējiem pieprasa ietvert punktu, ka darbā tiks pieņemti tikai noteiktas arodbiedrības biedri;
- 3) veido slēgtas korporācijas (piemēram, ārstiem, advokātiem), kur iekļūšana ir saistīta ar speciālām prasībām, sarežģītiem eksāmeniem, kuru mērķis ir ierobežot speciālistu skaitu un nodrošināt augstu darba kvalitāti.

Tarifa vienošanās. Arodbiedrībām ir nozīmīga loma darba algas līmeņa un darba nosacījumu noteikšanā gan valsts, nozaru un uzņēmumu līmenī, gan arī individuālo darba līgumu slēgšanā. Attīstītās tirgus ekonomikas zemēs, kur ir pietiekami spēcīgas arodbiedrības, ik gadus nacionālā līmenī starp darba devēju un arodbiedrībām tiek slēgta aptveroša tarifa vienošanās par nākamā perioda darba apmaksas galvenajiem nosacījumiem. Šādi nosacījumi visupirms skar darba algas līmeni, ievērojot inflāciju, darba algas diferenciācijas principus, arī sociālās garantijas, ar darba dienas ilgumu saistītos jautājumus.

Kolektīvi līgumi. Tarifa vienošanās visas valsts līmenī tiek konkretizētas sarunās starp darba devējiem un nozaru arodbiedrībām nozaru līmenī. Šīs nozaru tarifu veidošanās savukārt ir pamats kolektīvajiem līgumiem, ko slēdz uzņēmuma arodorganizācija ar attiecīgā uzņēmuma administrācijas pārstāvjiem. Šādu kolektīvu līgumu slēgšana var būt sarežģīts process, ja uzņēmuma algotie darbinieki ir dažādu arodbiedrību biedri. Kolektīvajā līgumā centrālā vieta ir vienošanās par tarifiem, tātad darba algas noteikšanas un izmaksu nosacījumiem konkrētām darbinieku kategorijām.

Individuāli darba līgumi. Kolektīvie līgumi ir pamats individuāliem darba līgumiem starp atsevišķu darba ņēmēju un viņa darba devēju (uzņēmuma īpašnieku, administrācijas pilnvaroto pārstāvi). Šādā līgumā ir detalizēti pušu pienākumi, saistības, darba veikuma, darba apmaksas kritēriji, līmenis, materiālas un sociālās garantijas, piemēram, medicīniskā apdrošināšana, darba devēja apmaksāta kvalifikācijas celšana, uzņēmuma iemaksas paša uzņēmuma vai kādā citā nevalstiskā pensiju fondā.

Arodbiedrības, streiki, darba alga. Ne vienmēr arodbiedrībām visos līmeņos izdodas vienoties ar darba devējiem par darba algas un sociālo garantiju jautājumu abpusēji pieņemamu risinājumu. Ja ilgstošās sarunās un kompromisa meklējumos vienošanās netiek panākta, arodbiedrības dažkārt ķeras pie pēdējā "ieroča" – likuma atļautās robežās piesaka un organizē streiku. Ir valstiski svarīgas nozares, kur streiki ir ar likumu aizliegti. Darba pārtraukšana kādā uzņēmumā vai nozarē nes lielus zaudējumus darba devējiem, grauj uzņēmuma konkurences spēju. Pagaidu zaudētāji ir arī streikotāji, nesāņemot darba algu. Arodbiedrības cenšas streikotājiem palīdzēt, maksājot pabalstus no speciāli uzkrāta streika fonda līdzekļiem. Ne vienmēr arodbiedrībām izdodas šādu fondu izveidot. Darba devēji viena otra streika gadījumā draud ar lokautu – visu streikotāju atlaišanu no darba. Arodbiedrības mēģina lokautu nepieļaut. Pieredze liecina, ka kompromiss galu galā tiek atrasts, vienošanās noslēgta. Viens no kompromisa variantiem saistās ar to, ka darba alga tiek paaugstināta, bet mazākā mērā, nekā sākotnēji prasījušas arodbiedrības.

Arodbiedrību reālā, regulējošā iedarbība darbaspēka tirgū ir pamats dažām darba algas teorijām.

Darba algas kritēriju teorija. Saskaņā ar šīs teorijas vienu paveidu darba algas līmeni regulē seši kritēriji: *pirmkārt*, darba algas līmenis citās nozarēs, firmās, dažkārt arī citā rajonā; *otrkārt*, dzīves dārdzības pārmaiņas (indekss); *treškārt*, darba ņēmēju tradicionālā ģimenes budžeta lielums; *ceturtkārt*, darba ražīgums, *piektkārt*, darba devēja iespēja maksāt noteiktā lieluma darba algu; *sestkārt*, valsts ekonomiskais stāvoklis. Visi šie kritēriji tieši iespaido darba devēju un arodbiedrību tarifa vienošanos.

Bimonopola darba algas teorija. Šīs teorijas piekritēji vadās pēc atziņas, ka darbaspēka tirgū saduras divu monopolu pretējās intereses: uzņēmēju monopola (būtībā monopsona) centieni maksāt mazāku darba algu un arodbiedrību kā darba ņēmēju monopola centieni saviem biedriem nodrošināt lielāku algu. Atkarībā no reālā spēku samēra darbaspēka tirgū, kam nav raksturīga pilnīgā konkurence, veidojas darba algas līmenis. Var iebilst, ka tūkstošiem visdažādāko darba devēju neveido vienotu monopsonu un ne visi algotie darbinieki ir vienas visaptverošas arodorganizācijas biedri. Vienlaikus nevar noliegt, ka tarifa sarunās savas intereses aizstāv divi spēki: darba devēji (visupirms privātie uzņēmēji) un arodbiedrības.

Latvijas arodbiedrības un darba algas regulēšana. Komandekonomikas un komunistiskās partijas diktatūras apstākļos arodbiedrības bija valsts struktūras sastāvdaļa, kas palīdzēja īstenot oficiālās varas darba algas politiku. Dažādi politiski ekonomiskie un sociālie žņaugi spieda katru bez izvēles būt par arodorganizācijas biedru. Pēc Latvijas neatkarības atjaunošanas arodbiedrību skaitliskais sastāvs ievērojami saruka. To sekmēja ne tikai atbrīvošanās no pagātnes spaidiem, bet arī ekonomikas vispārējā lejupslīde, bezdarbs, privātās saimniekošanas attīstība. Nav spilgtu personību – arodbiedrību līderu, partiju, kas balstītos uz arodbiedrībām.

Šodienas Latvijas arodbiedrības nav spēks, kas spēj efektīvi aizstāvēt darba ņēmēju materiālās intereses, iespaidot darba algas līmeni. Latvijā vēl tiek krāta pieredze streiku jomā cīņā par augstāku darba algu. 1994. gadā streikvoja medicīnas darbinieki, skolotāji, izvirzot noteiktas prasības paaugstināt darba algu. Šo budžeta iestāžu darbinieku arodapvienības citās formās turpina aktivitātes, lai saņemtu algu, kas nodrošinātu kaut cik ciešamu iztiku.

Konkrētā ekonomiskajā situācijā nedarbojas arī tiesiskie akti, kas paredz darba ņēmēju pārstāvju līdzdalību darba algas līmeņa regulēšanā.

14.7. Valsts loma darbaspēka tirgū

Tirgus ekonomikā ir vesela virkne sociālo problēmu, ko tirgus pašregulēšanas mehānisms atrisināt nespēj. Nepieciešama valsts regulējošā iedarbība. Valsts likumdošana un likumam pakļautie akti,

pirmkārt, nosaka darba dienas maksimālo ilgumu;

otrkārt, nosaka minimālo darba algas līmeni (diskutabls ir jautājums, vai ekonomiski attīstītā valstī tas jādara; Latvijā šāda nepieciešamība nepārprotami pastāv);

treškārt, regulē bezdarbnieka statusa piešķiršanu un nosaka viņa pabalsta līmeni, tā saņemšanas ilgumu;

ceturtkārt, ierobežo bērnu darba izmantošanu;

piektkārt, paredz darba aizsardzības, drošības tehnikas nosacījumus;

sestkārt, regulē neto darba algas līmeni, nosakot ienākuma nodokļa un sociālo maksājumu likmes; *septītkārt*, iespaido reālās darba algas lielumu, nosakot netiešo nodokļu likmes (runa ir par nodokļiem, kas ietverti preču cenās: pievienotās vērtības nodoklis, akcīzes nodoklis, importa muitas tarifī); *astotkārt*, slēdz starptautiskas vienošanās par darbaspēka kustību, sociālo aprūpi. Eiropas Savienībā ir darbaspēka brīva kustība un visu šo valstu darba ņēmējiem ir vienādota sociālo jautājumu risināšana valstī, kurā tie pašlaik strādā. Ir izveidojies ES vienotais darbaspēka tirgus. Kad Latvija kļūs par ES pilntiesīgu locekli, tad darbaspēka brīvas kustības princips visā ES teritorijā attieksies arī uz mūsu valsts iedzīvotājiem. Īpaši jāuzsver, ka teicami sagatavoti speciālisti ar augstāko izglītību varēs pretendēt uz darbu ar labu atalgojumu un sociālām garantijām ikvienā no ES valstīm.

14.8. Darba algas formas

Darbaspēka tirgū, slēdzot līgumus ar darba ņēmējiem, parasti tiek noteikts vesels atalgojuma nosacījumu klāsts. To vidū kā visai būtisks ekonomiskās uzvedības, rīcības motīvs ir darba algas forma.

Laika darba alga. Tā ir darba algas praktiska forma, kas ārēji maskē darba algas ekonomisko būtību kā darbaspēka cenu. Ārēji liekas, ka tiek apmaksāts noteikta ilguma darbs, ka runa ir par darba cenu stundā, dienā, nedēļā, mēnesī, gadā. Šis darba algas organizatoriskais ietērs neļauj saskatīt, ka darbaspēka cenai ir jāatlīdzina šī ražošanas resursa atjaunošanas izmaksas. Lai atjaunotu darbaspējas, ir jāiegādājas un jāpatērē visdažādākās preces. Vienas preces ir jāpērk regulāri, gandrīz vai katru dienu, citas reizi nedēļā, mēnesī, ceturksnī, pusgadā, gadā, reizi, divos, trīs, pat piecos vai desmit gados. No šī viedokļa vistuvāk darbaspēka atjaunošanas izmaksām ir gada darba alga. Ikvienu cita perioda darba alga ir attiecīga daļa no gada darba algas. Problēma ir visai sarežģīta. Darba alga kā ienākums saistās ar to jaunradi, pakalpojumu, ko sabiedrība, tautsaimniecība saņem, izmantojot darbaspēka resursus. Šai sakarībā laika darba algas lielums saistīts ar darbinieka specialitāti, kvalifikāciju, darba atdevi. Vienlaikus darba algas līmeni neatkarīgi no laika, par kuru tā tiek praktiski maksāta, regulē darbaspēka pieprasījuma un piedāvājuma samērs. Laika darba alga kā jebkura cita darba algas forma ir darbaspēka cena un kā tāda tirgus ekonomikas kategorija.

Laika darba alga, visupirms stundas darba samaksa, dod iespēju atbilstoši nostrādātam stundu skaitam atdot tos, kas strādā nepilnu darba dienu, gan papildus (parasti pēc augstākas likmes) apmaksāt virsstundas, tātad ilgāku darbaspēka izmantošanu, nekā to paredz darba dienas garuma tiesiskā regulēšana, arī darba līgumi.

Gabaldarba alga. Laika darba alga ir objektīvs pamats gabaldarba algai, kas tiek maksāta par noteikta skaita darba operāciju veikšanu, izstrādājumu izgatavošanu utt. Lai īstenotu šādas algas uzskaiti un izmaksu, vajadzīgs vienības izcenojums. Nepieciešama kļūst darba detalizēta normēšana, jānosaka vai nu laika norma konkrētam darbam, vai arī izstrādes norma noteiktā laika vienībā. Stundas darba algas likme līdz ar to ir bāze vienības izcenojuma aprēķinam. Piemēram, stundas darba algas likme ir Ls 1, laika norma darba veikumam – 6 minūtes, izstrādes norma – 10 darba operācijas stundā, vienības izcenojums – Ls 0,1. Tehniskā normēšana prasa ļoti daudz nosacījumu ievērošanu. Tie aptver ne tikai darba veikšanas tehnisko, tehnoloģisko, organizatorisko pusi, bet arī fizioloģisko un sociālo aspektu. Pastāv uzskats, ka gabaldarba alga veicina augstu darba intensitāti, nodrošina darba ņēmēja paškontroli par darba ritmu, izskauz garas pīppauzes, visādus nepamatotus kavējumus.

Laika darba algas priekšrocības. No iepriekš teiktā izriet, ka uzņēmējiem, pārvaldniekiem jābūt gaužām ieinteresētiem gabaldarba algas plašā ieviešanā, jo tā ietaupa līdzekļus disciplīnas kontrolē, stimulē darba laika ekonomiju, atvieglo meistaru darbu.

Taču prakse liecina, ka attīstītās tirgus ekonomikas valstīs dominē laika darba alga, piemēram, strādniekiem – stundas darba samaksa. Ar pārējo uzņēmuma personālu parasti tiek slēgti līgumi par mēneša vai gada darba algu.

Kāpēc darbaspēka tirgū visizplatītākā darba algas forma ir laika darba alga? *Pirmkārt*, pašlaik ir visai izplatīta tehnika un tehnoloģija, kas būtībā ļauj lietot tikai laika darba algu; operatoriem pēc mēraparātiem jāseko, lai tehnoloģiskie procesi noritētu ne ātrāk un ne lēnāk, kā tas ir paredzēts. *Otrkārt*, daudzi konveijeri strādā ar noteiktu ritmu un gabaldarba samaksai šeit nav jēgas. *Treškārt*, arvien lielāks kļūst automātu uzstādītāju, dežūratslēdznieku, citu dežūrdarbinieku skaits, kuru darbs

nav normējams un gabaldarba atalgojums nav piemērojams. *Ceturtkārt*, gabaldarba alga ir kvalitātes ienaidnieks un tai nepieciešama dārga, plaši izvēsta tehniskā kontrole. *Piektkārt*, ievērojamu līdzekļu ieguldījumu prasa darba rezultātu visai detalizēta uzskaitē, gabaldarba algas aprēķināšana. Laika alga uzskaitē vienkāršo un palētina.

Akorddarba alga. Šo darba algas formu visbiežāk lieto tad, kad strādātāju grupai (brigādei) noteiktā laikā ar sava darba veikumu ir jānodrošina paredzētais gala rezultāts. Piemēram, celtnieku brigādei kvalitatīvi jāuzceļ kāds objekts; speciālistu grupai līdz noteiktam datumam jāuzstāda, jāneregulē un jāiedarbina sarežģīta iekārta; projektētājiem noteiktā termiņā ir jāizstrādā projekts. Darba līguma akorddarba algas variantā tiek noteikta kopējā darba alga par gala rezultātu, ievērojot kvalitātes kritērijus. Darba alga tiek izmaksāta pilnā apmērā, ja darbs pabeigts un pieņemts termiņā vai pirms termiņa. Par termiņa nokavēšanu parasti paredz soda maksu. Ja, pieņemot darbu, konstatētas nepilnības, kvalitātes kritēriju neievērošana, darbs netiek apmaksāts, kamēr trūkumi, neatbilstība nav novērsta, tiek iekasēta arī soda nauda. Kopējās darba algas sadale grupā, brigādē starp tās locekļiem notiek pēc vienošanās, ievērojot kvalifikāciju un nostrādāto laiku. Akorddarba algas paveids ir arī zinātnieku atalgojums saskaņā ar piešķirto mērķa finansējumu konkrētam pētījumam ar stingri fiksētu gala rezultātu.

Par akorddarba un laika darba algas savienojumu var runāt tad, ja darbinieks nolīgts uz noteiktu laiku ar noteiktu mēneša vai gada algu noteikta uzdevuma veikšanai.

Akorddarba alga determinē spēcīgu motivāciju intensīvi un kvalitatīvi strādāt, veikt uzdevumu pirms termiņa.

Premiālās darba algas sistēmas. Gan gabaldarba alga, gan laika darba alga var tikt papildināta ar prēmiju sistēmu. Tiek lietoti viens vai vairāki kritēriji (rādītāji), kas regulē prēmijas lielumu. Visvienkāršākais šādas sistēmas variants saistās ar gabaldarba algu: prēmijas lielumu nosaka atkarībā no izstrādes normas pārsniegšanas pakāpes, ja ievērotas kvalitātes prasības. Mūsdienīgu laika darba algas organizācija parasti paredz visdažādākās prēmijas par bezavāriju darbu, profesiju apvienošanu, kvalitāti, ierosinājumiem pilnveidot darbu, ražošanas procesu.

Lai ciešāk saistītu darba devēju un darba ņēmēju intereses, rosinātu darbiniekus rūpēties par labāku saimniekošanas koprezultātu, to darba alga tiek papildināta ar speciālām piemaksām atkarībā no uzņēmuma gūtās peļņas lieluma ceturksnī, pusgadā, gadā. Cits variants šādai līdzdalībai peļņā var būt firmas akciju piešķiršana bez maksas vai ar ievērojamu atlaidi. Šādu pasākumu ekonomiskā jēga saistās ar centieniem savienot algota darbinieka motivāciju ar uzņēmēja motivācijas elementiem.

Darbaspēka iznomāšana un darba alga. Jau pieminējām, ka saskaņā ar vienu viedokli darba alga tiek raksturota kā darbaspēka nomas maksa. Praktiskajā saimniekošanā zināmos ietvaros darbaspēks tiek reāli iznomāts. Daudzās tirgus ekonomikas valstīs darbojas firmas, kas veic īpašu pakalpojumu: pēc konkrēta pasūtījuma sameklē un "piegādā" pasūtītājiem noteiktus speciālistus, dažādas kvalifikācijas darbaspēka īpašniekus – darba ņēmējus. Tālākās attiecības "darba ņēmējs – darba devējs" īstenojas pēc diviem atšķirīgiem principiem: *pirmkārt*, darba devējs slēdz līgumu ar "piegādāto" darbinieku, maksā tam norunāto darba algu; firma "piegādātājs" saņem maksu par pakalpojumu; *otrkārt*, firma, kas sameklējusi nepieciešamo speciālistu, darbinieku, to nosūta pasūtītāja rīcībā saskaņā ar speciālistu līgumu; veidojas īpatnējas darbaspēka "nomas" attiecības. Uzņēmējs, uzņēmējsabiedrība, kas līgumā paredzētajā laikā "nomātā" darbinieka darbaspējas izmanto, piegādātājiem maksā darbaspēka "nomas maksu"; darba algu saskaņā ar individuālo līgumu darba ņēmējiem maksā firma – darbaspēka "iznomātājs". Firma, kas pilda minētos pasūtījumus, var pat speciālistu turēt "krājumā", maksājot noteiktu algu, kaut gan darbinieks dotajā brīdī nav pieprasīts. Šinī gadījumā firmas motivācija saistās ar rītdienas pieprasījumu un ienākumiem.

14.9. Nominālā un reālā darba alga

Darba algas diferenciācija. Nominālā darba alga ir pēc tarifiem, likmēm, arī saskaņā ar līgumiem aprēķinātā darba alga pirms tam, kad izdarīti dažāda veida atskaitījumi. Darba algas saņēmēji to bieži dēvē par darba algu "uz papīra". Šim lielumam, sauktam arī par bruto algu, ir liela praktiska nozīme: tā ir ražošanas izmaksu elements, bāze attiecīgo nodokļu aprēķinam (Latvijā tas ir sociālais nodoklis

un iedzīvotāju ienākuma nodoklis, pēdējā gadījumā no nominālās darba algas jāatskaita ar nodokli neapliekamā daļa). Arī pensiju aprēķinos bieži izmanto šo algu “uz papīra”.

Darba ņēmēju vistiešāk interesē darba alga “uz rokas”. Runa ir par algas lielumu, kas tiek izmaksāta vai pārskaitīta algas saņēmēja kontā. To raksturo arī kā neto algu. No bruto algas tā atšķiras par atskaitīto nodokļu tiesu. Ja, apejot likumu, bez legālas uzskaites un nodokļu nomaksas algu izsniedz aploksnē, bruto un neto algas lielums sakrīt.

Algotu darbinieku visvairāk interesē reālā darba alga, proti, tas preču daudzums (ražojumi un pakalpojumi), ko var nopirkt par neto darba algu. Reālās darba algas līmenis ir atkarīgs no neto algas lieluma un nacionālās naudas vienības pirktspējas. Krievijas “miljonārs” (cilvēks, kas mēnesī “uz rokas” saņem vienu miljonu rubļu) nebūt nevar nopirkt vairāk nekā tas Latvijas iedzīvotājs, kura neto darba alga ir Ls 150. No dzīves līmeņa viedokļa visai nozīmīga ir reālās darba algas dinamika. Šī problēma ir sevišķi akūta inflācijas apstākļos, kad patēriņa cenu pieaugums parasti apstiež gan bruto, gan neto darba algas pieaugumu, un sarūk ne tikai naudas pirktspēja, bet arī reālā darba alga.

Nominālās darba algas lielums, ko aprēķina konkrētam darbiniekam vai par ko ir noslēgts līgums, ir atkarīgs no daudziem faktoriem. *Pirmkārt*, darba ņēmēja specialitāte, darba potenciālā atdeve; *otrkārt*, kvalifikācija specialitātes ietvaros (virpotājs un pavārs pārstāv dažādas specialitātes, katrā no tām ir vairākas kvalifikācijas pakāpes un atbilstoši atšķirīga darba atdeve, ražīguma spēks); *treškārt*, pieprasījuma un piedāvājuma samērs attiecīgajā darbaspēka tirgus segmentā (šis faktors lielā mērā ir iepriekšējo divu faktoru ārējā izpausme); *ceturtkārt*, atalgojuma saņemšanas nosacījumu izpildes pakāpe (nostrādāto stundu skaits, pastāvot stundu, tātad laika darba algas formai, izstrādes normu izpilde, pastāvot gabaldarba algai, visdažādākie rādītāji, kas regulē dažāda lieluma premiālas izmaksas, līdzdalību peļņā, akorddarba algu utt.).

Darba algas diferenciācijas diapazons ir visai plašs. Latvijā tas svārstās no apmēram Ls 50 apkopējai, jaunākajam medicīnas personālam, līdz vairākiem tūkstošiem latu firmu, banku prezidentiem.

Kas attiecas uz miljonu honorāriem visizcilākiem sportistiem, kino un rokzvaigznēm, mākslas pasaules dižgariem, tad to pamats ir monopols, monopolcena.

14.10. Darba algas organizācijas problēmas Latvijā

Sociālajai tirgus ekonomikai atbilstoša darba algas organizācija Latvijā vēl tikai veidojas. To nosaka pārejas perioda īpatnības, reālā ekonomiskā situācija (vairāku nozaru sabrukums un lejupslīde, bezdarbs, inflācija, budžeta līdzekļu trūkums). Neizbēgama kļūst izmēģinājumu un kļūdu metodes izmantošana.

Darba algas budžeta iestādēs. Tiesiski reglamentēts ir budžeta iestāžu darbinieku atalgojums. Katram amatam ir piešķirta noteikta kategorija, bet kategorijām diferencēti darba algas koeficienti. Sistēmas pamats ir zemākās kategorijas darba algas līmenis. Ja to atļauj budžeta izdalītais darba algas fonds, kļūst iespējama prēmiju izmaksa. Papildu atalgojuma avots var būt budžeta iestāžu ieņēmumi par dažādiem pakalpojumiem (ārpus valsts finansējuma). Šī formālā sistēma materiāli nestimulē efektīvu darbu. Zemais darba samaksas līmenis rosina labu speciālistu atstāt budžeta iestādes, valsts dienestu un pāriet darbā uz komercstruktūrām. Zīmīgi, ka Valsts ieņēmumu dienesta darbiniekus, ieskaitot muižniekus, nācās “atbrīvot” no valsts ierēdņa statusa un pārkārtot to darba algas noteikšanas sistēmu. Ar šī dienesta darbiniekiem tiek slēgti individuāli līgumi: darba alga ir atkarīga no konkrēta darba rezultāta. Gaidāms, ka vērā ņemami pieaugs atalgojuma līmenis. Dažām valsts institūcijām, piemēram, Privatizācijas aģentūrai, jau no sākuma piemēroja speciālu darba algas sistēmu ar relatīvi augstu atalgojumu.

Savu risinājumu (pārkārtošanu) gaida mediķu un pedagogu darba algas sistēma saistībā ar normālu materiālu nodrošināšanu.

Darba alga uzņēmumos un uzņēmēj sabiedrībās. Latvijas uzņēmumi un uzņēmēj sabiedrības dalās divās grupās: *pirmkārt*, valsts un pašvaldību uzņēmumos un uzņēmēj sabiedrībās, arī ar valsts un pašvaldību īpašuma daļu; *otrkārt*, privātos uzņēmumos un uzņēmēj sabiedrībās. Pirmajā grupā ierobežoti darbojas daži darba algas valstiskās regulēšanas elementi. Ja valsts iecēlusi šādu uzņēmumu, sabiedrību vadītāju, ar to tiek noslēgts līgums, kur minēti atalgojuma nosacījumi, mēneša

algas pamatlīkme. Visu pārējo darbinieku atalgojums ir atkarīgs no vienošanās starp administrāciju un darba ņēmēju. Dažādos uzņēmumos, sabiedrībās var būt visai atšķirīgs darba algas līmenis, ko nosaka konkrēti saimniekošanas rezultāti, pieprasījuma un piedāvājuma samērs darba tirgus attiecīgajā segmentā, tā ietvaros arī konkurence par augstas kvalifikācijas speciālistu piesaisti.

Otrajā uzņēmumu un uzņēmējsabiedrību grupā darba algas valstiskās regulēšanas nav (tikai jāievēro minimālās darba algas lielums). Vienojoties ar darba ņēmēju par atalgojumu, tiek ievēroti iepriekšminētie apstākļi. Ārzemju privātajās firmās vai jauktos uzņēmumos ārzemju speciālistu darbs tiek apmaksāts pēc attiecīgo ārvalstu parastajām algu likmēm.

Darba attiecību tiesiskā nesakārtotība. Latvijas algotie darbinieki saskaras ar nesakārtotām darba ņēmēju un darba devēju attiecībām, ar tiesisku neaizsargātību. *Pirmkārt*, daudzās darba vietās mēnešiem ilgi kavējās algu izmaksas¹. *Otrkārt*, darbinieki tiek atlaisti dažāda termiņa bezalgas atvaļinājumos bez tiesībām saņemt pat visai pieticīgo bezdarbnieku pabalstu. *Treškārt*, darba devēji (īpaši tirdzniecībā) ne vienmēr ievēro noteikto darba dienas ilgumu, neapmaksā pēc paaugstinātas likmes virsstundas. *Ceturtkārt*, starp darba ņēmējiem un darba devējiem bieži vien nav noslēgti individuāli darba līgumi ar precīzi fiksētiem savstarpējiem pienākumiem. *Piektkārt*, ir darba vietas, kur algotie darbinieki oficiāli, t.i., pēc grāmatvedības aprēķina saņem tikai minimālo darba algu. Pārējais tiek izsniegts, nemaksājot nodokļus. Šādā veidā darba devējs “ietaupa” sociālo nodokli. Tas negatīvi iespaido, samazina darba ņēmēja nākamās pensijas lielumu.

Darba algas dinamika. Vidēja bruto un neto darba alga pēdējos gados Latvijā nemitīgi pieaug. Tas ir likumsakarīgi, jo inflācijas apstākļos pieaug dzīves dārdzība, darbaspēju atjaunošanas izdevumi. Galvenā problēma ir tā, vai bruto darba alga “tur līdzi” patērējamā cenu pieaugumam. Oficiālās statistikas dati dod tikai vispārīgu un aptuvenu ieskatu par reālās darba algas izmaiņām. To nosaka divi galvenie apstākļi: *pirmkārt*, ir būtiskas nepilnības patērējamā cenu indeksa aprēķinos; *otrkārt*, katrai ģimenei ir *savs* patērējamā grozs ar atšķirīgu izdevumu struktūru; līdz ar to katrai ģimenei ir *savs* cenu pieaugums un konkrēta darbinieka reālās darba algas dinamika nebūt nesakrīt ar valsts kopējiem rādītājiem. Visupirms pievērsīsimies statistiskajai informācijai par Latvijas iedzīvotāju naudas ieņēmumiem.

14.3. tabula

Iedzīvotāju naudas ieņēmumi vidēji mēnesī latos²

	1998	1999	2000 IV-VI
Strādājošo vidējā darba samaksa neto	91,47	102,73	108,32
Viena iedzīvotāja pilna iztikas minimuma preču un pakalpojumu groza vērtīgums	82,15	83,18	84,66
Pensionāru vecuma pensiju vidējais lielums	51,26	58,18	57,96

Statistika sniedz šādu informāciju: *pirmkārt*, darba alga gadu no gada pieaug; tas attiecas arī uz vecuma pensiju vidējo lielumu un sakarā ar inflāciju uz viena iedzīvotāja iztikas minimumu. *Otrkārt*, 14.3. tabulas dati neatspoguļo darba samaksas patieso līmeni, jo, izvairoties no nodokļiem, darba devēji turpina izsniegt algu aploksnēs un nefiksē to grāmatvedībā.

Secinājums ir nepārprotams: vidējā darba neto samaksa ir augstāka, nekā norādīts tabulā.

¹ Pēc Latvijas statistikas ikmēneša biļetena (1996/7) datiem, līdz 1996. gada augusta sākumam valsts un pašvaldību iestādēs un uzņēmumos, uzņēmējsabiedrībās ar valsts vai pašvaldību kapitāla daļu darbiniekiem nav izmaksāta darba alga kopsummā par Ls 5 milj., no tās apstrādājošā rūpniecībā – Ls 3,7 milj.

² Latvijas statistikas ikmēneša biļetens – R.: SP, 3/2000. 59. lpp.

Darbinieku atalgojums valsts pārvaldē un valsts uzņēmumos. Kritēriju trūkums darbinieku atalgojumā valsts pārvaldē rada jucekli darba samaksas līmenī. Pielīdzinot šos darbiniekus augstāko kategoriju ierēdņiem, to darba samaksas un līdz ar to arī darba efektivitātes sakarā rodas divas problēmas: *pirmkārt*, kā algas līmenī izvērtēt šo atbildīgo darbinieku atbildības pakāpi, pieņemot lēmumus; *otrkārt*, kā panākt, ka augstas klases valsts pārvaldes speciālisti neatstātu valsts dienestu un neaizietu uz privātām struktūrām, kur darba samaksas līmenis ir krietni augstāks. Tautas gudrība māca, ka duļķainā ūdenī zivtiņas viegli ķeras; citiem vārdiem, minētām problēmām ir tiešs sakars ar cīņu pret korupciju. Problēmu mēģina risināt, slēdzot ar atbildīgiem valsts iestāžu darbiniekiem speciālus darba samaksas līgumus, šāda papildu darba samaksa vairākkārt pārsniedz attiecīgo ierēdņu darba samaksas līmeni.

Līgumus slēdz arī ar valsts uzņēmumu vadītājiem, paredzot mēneša darba algas līmeni un visai labilu prēmiju sistēmu. Tādējādi tautas kalpu, valsts uzņēmumu vadītāju darba samaksas līmenis bija visai raibs ar lielu diferenciācijas pakāpi. Tā Latvijas kuģniecības vadītājs gadā saņēma 320 tūkstošus latu, bet "Latvijas dzelzceļa" vadītājs nepilnus 50 tūkstošus latu.

Jauna problēma bija valsts pilnvarnieku darba samaksa un atlīdzība par valsts akciju sabiedrības padomes locekļu pūlēm. Jautājumu politizēja. Valdošās koalīcijas partijas nevis meklēja attiecīgo nozaru speciālistus, bet sadalīja labi apmaksātus amatus starp uzticīgiem partiju biedriem. Tā radās jauna komisāru kārta, kuru svētais uzdevums bija par labu samaksu aizstāvēt dzimtās partijas intereses. Tas nebūt nebija paradokss, ja komponists, centīgs partijas biedrs, tika iecelts AS "Latvijas krājbanka" padomes locekļa krēslā. Šo "speciālistu" galvenais pienākums bija piedalīties sēdēs, sildīt krēslus, šad tad pēc partijas bosu norādījumiem balsot un laikus parakstīties algu sarakstā, turklāt par summām no pāris simtiem līdz pāris tūkstošiem latu. Ražošanas izmaksas pieauga, peļņa un nodokļi saruka. Cietējs galu galā bija valsts budžets. Daži valsts pilnvarnieki un valsts akciju sabiedrību padomes locekļi, būdami totāli nekompetenti, ieņēma nevis vienu, bet trīs, piecus un pat vairāk analogus amatus valsts uzņēmumos un sabiedrībās. Būtībā mums bija darīšana ar valdošo partiju saskaņotu politisko reketu.

Kad vadzis pilns, tas lūst. Prakses nejēdzība galu galā lika 2000. gada jūlijā mēģināt darba samaksas sistēmu valsts uzņēmumu un sabiedrību vadītājiem, pilnvarniekiem un padomes locekļiem kaut kā jēdzīgi sakārtot.

Vadības atalgojuma koncepcija. Saskaņā ar pieņemto koncepciju dzima MK noteikumi, par ko un cik maksāt pēc vienotās atalgojuma sistēmas. Valsts pilnvarnieku un uzņēmumu vadītāju algas noteiks atkarībā no uzņēmuma lieluma, darbinieku skaita un apgrozījuma apjoma. Salīdzinot ar iepriekšējā atalgojuma lieluma, valsts pilnvarnieki saņems apmēram divas reizes mazāku algu, proti, no Ls 5 līdz Ls 1500 un ne santīma vairāk. Galvenie "cietēji" būs padomes locekļi, viņu atalgojums noteikts 75% apmērā no valsts pilnvarnieku atlīdzības.

Vidēji lieli valsts uzņēmumu vadītāji (bilances kopsumma Ls 20 milj. un 1000 strādājošo) parakstīsies mēnesī algu sarakstā par Ls 5000 un vēl var saņemt prēmijās līdz 3 mēnešalgām. Tātad šo vadītāju "pieticīgais" gada ienākums nepārsniegs Ls 75 000. Attiecībā uz valsts pilnvarniekiem un padomes locekļiem kadru izraudzīšanas partiju komisāru princips un līdz ar to politiskais rekets paliek. Valdošās partijas nekādi negrib atteikties no šīs visai dīvainās demokrātijas izpausmes. Prioritāte ir nauda, nevis zināšanas, prasme un pieredze.

Praktisku ieskatu jaunajā sistēmā dod 14.4. tabula.

Valsts pilnvarnieku atlīdzība un valsts uzņēmumu (uzņēmēj sabiedrību) vadītāju mēneša amatalga (Ls)¹

Uzņēmēj sabiedrība, uzņēmums	Pamatkapitāls	Valsts pilnvarnieka atlīdzība mēnesī	Vadītāja mēneša amatalga
VAS Starptautiskā lidosta "Rīga"	3 154 170	500 Par gada rezultātiem 1% no tīrās peļņas	1250 + piemaksa līdz 200% + piem. par gada rezultātiem
BO VAS Privatizācijas aģentūra	1 765 000	600 (+ 2 mēnešu atalgojuma apmērā, ja ir peļņa)	2200
BO VAS Autoceļu direkcija	1 361 395	440 Par gada rezultātiem 3 mēneša algu apmērā	980
BO VAS Latvijas pasts	1 325 503	400 Par gada rezultātiem papildu atlīdzība saskaņā ar pilnvarotāja apstiprinātu nolikumu	1900
VAS Valsts nekustamā īpašuma aģentūra	12 000 000	250	1200
BO VAS Lauku attīstības fonds	25 000	250	750
BO VAS Bērnu klīniskā universitātes slimnīca	1 044 470	200	650
BA valsts SIA Iekšlietu ministrijas poliklīnika	36 022	Četras minimālās algas	500
BO valsts SIA Teritorijas attīstības plānošanas centrs	2 000	Bez atlīdzības	450

Darba algas loma. Kāda loma ir darba algai Latvijas ģimeņu uzturēšanā? Mājsaimniecību budžeta pētījumi liecina, ka 48% mājsaimniecību nodrošina darbinieku atalgojums (algotā darba strādātāji), 2% – uzņēmēji un pašnodarbinātie, 10% – zemnieki, 32% – pensionāri, 8% – mājsaimniecību ir citi ienākuma avoti. Darba alga ir Latvijas ģimeņu galvenais iztikas avots.

¹ NRA, 2000. g. 13. jūlijā.

14.11. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Darba alga – teorijā daudz raksturojumu: a) darbaspēka cena; b) darbaspēka nomas maksa; c) maksa par veikto pakalpojumu; d) ienākums par darbaspēka lietošanu, ko saņem darbaspēka īpašnieks.
2. Darbaspēka pieprasījums – pastarpināts (atvasināts) pieprasījums pēc darbarokām ar noteiktu kvalifikāciju un intelektu, ko regulē pieprasījums pēc pašmāju ražojumiem un pakalpojumiem, pēc eksportprecēm.
3. Darbaspēka piedāvājums – vispirms nosaka demogrāfiskā situācija (iedzīvotāju kopskaits, vecuma struktūra, noteiktais vecums pensijas saņemšanai, sieviešu skaits, kas vēlas strādāt, skolas gadu skaits, kvalifikācijas specialitātes apgūšanas laiks).
4. Darba algas nacionālās atšķirības – nosaka darba ņēmēju vēsturiski un sociāli ekonomiskās darbaspēju atjaunošanas izmaksas; ģimenes uzturēšanas vidējie izdevumi, ņemot vērā nacionālās tradīcijas.
5. Faktori, kas paaugstina darbaspēka atjaunošanas izdevumus – vajadzību kompleksa pieaugums, izdevumu pieaugums profesijas apgūšanai, patēriņa cenu celšana.
6. Faktori, kas pazemina darbaspēka atjaunošanas izdevumus – darba ražīgā spēka pieaugums, kas samazina patēriņa preču cenas, mazāki izdevumi sociālā jomā, sieviešu un bērnu plašāka iesaistīšana, darbaspēka pārdošana, jo to darba alga parasti ir zemāka, deflācija.
7. Pilnīgā konkurence darbaspēka tirgū – nosaka lielu skaitu neatkarīgo darbaspēka pircēju un pārdevēju, brīva darbaspēka kustība, līdzsvara cenu veidošana pieprasījuma un piedāvājuma ietekmē, arī konkurences iesaistīšana.
8. Nepilnīgā konkurence darbaspēka tirgū – nosaka monopols un monopsons, oligopols un oligopsons (izcili mākslinieki, aktieri, sportisti, modeļi).
9. Arodbiedrību loma darbaspēka tirgū – iespaido darbaspēka pieprasījumu un piedāvājumu (slēdz kolektīvos līgumus par darba apstākļiem, darba apmaksu, sociālo aprūpi, aizstāv darba ņēmēju intereses ar streiku palīdzību).
10. Valsts loma darbaspēka tirgū – nosaka minimālo darba algu, ienākuma un sociālo nodokli no darba ņēmējiem, neapliekamo minimumu, pensiju likumdošanu, darba dienas ilgumu, slēdz starptautiskas vienošanās par darbaspēka kustību, tiesisko aktu piemērošanu starp valstīm, visupirms starp ES locekļiem, veidojas ES vienotais darbaspēka tirgus.
11. Darba algas galvenās formas – laika darba alga, gabaldarba alga, akorddarba alga.
12. Nominālā darba alga – pēc tarifiem, likmēm, arī saskaņā ar līgumiem aprēķināta darba alga, pirms no tās izdarīti likumā paredzēti atskaitījumi (bruto alga).
13. Reālā darba alga – nominālā darba alga mīnus atskaitījumi budžetā (neto alga), reizināta ar patēriņa cenu indeksu, būtībā darba algas pirktspēja, to produkcijas un pakalpojumu daudzums, kas nopērkams par neto darba algu.

14.12. Secinājumi

Darbaspēka tirgum ir daudzi segmenti, kur tiek piedāvātas un pieprasītas dažādas specializācijas un kvalifikācijas darbaspējas.

Darba alga kā darbaspēka cena ir ienākums, kura avots ir darba ražīgais spēks. Vienlaikus darba algas lielums ir cieši saistīts ar darbaspēju atjaunošanas izdevumiem.

Darba algai jāatlīdzina ne tikai paša darba ņēmēja darbaspēju atjaunošanas izdevumi, bet arī ģimenes uzturēšanas un kvalifikācijas celšanas izmaksas.

Darbaspēju atjaunošanas izdevumu lielums atrodas divu faktoru grupu iespaidā: viena faktoru grupa palielina šīs izmaksas (tradicionālo, materiālo, sociālo, kultūras vajadzību nemītīgs pieaugums), otra

faktoru grupa pazemina (samazinās tas ražošanas resursu daudzums, kas nepieciešams patēriņa preču vienības izlaidei).

Darba algas lielumam ir nacionālas atšķirības; tas ir visai diferencēts pa valstīm atkarībā no to ekonomiskā attīstības līmeņa, arī nacionālajām īpatnībām.

Jāatšķir bruto jeb aprēķinātā darba alga un neto jeb bruto darba alga, atskaitot darba ņēmēja nodokļu maksājumu. Darbinieka materiālās intereses un līdz ar to ekonomiskās uzvedības rīcības motivācija visupirms saistās ar reālo darba algu, to preču un pakalpojumu daudzumu, ko var nopirkt par neto darba algu.

Attīstītās tirgus ekonomikas valstīs visplašāk tiek lietota laika darba alga. Ar šo darba algas formu saistītā darbinieka motivācija visvairāk atbilst modernās tehnikas un tehnoloģijas raksturam, darba organizācijai. Efektīvā darba motivāciju pastiprina dažādas premiālas sistēmas. Saimniekošanas gala rezultātā ieinteresē "līdzdalība peļņā".

Nozīmīgs spēks darba algas līmeņa un atalgojuma nosacījumu regulēšanā ir arodbiedrības. Tās cenšas iespaidot gan darbaspēka pieprasījumu un piedāvājumu ražošanas resursu tirgū, gan pārstāv darba ņēmējus sarunās ar darba devējiem, slēdz tā saukto tarifu vienošanos.

Regulējoša iedarbība darbaspēka tirgū ir arī valstij. Valsts kompetence ir minimālo atalgojumu likmju, darba dienas ilguma, ienākuma nodokļa, sociālo maksājumu noteikšana. Reālās darba algas maiņu būtiski skar valsts nodokļu politika (pievienotās vērtības un akcīzes nodoklis, muitas tarifi), kas tieši iespaido cenas patēriņa priekšmetiem, pakalpojumiem, ražošanas resursiem.

Latvijā tiesiskās attiecības starp darba devējiem un darba ņēmējiem uzņēmumos, firmās, it sevišķi privātajās struktūrās darba atalgojuma jomā nav sakārtotas. Darbinieki nav pietiekami sociāli aizsargāti. Inflācijas apstākļos bruto un neto darba alga pieaug, bet reālajai darba algai ir raksturīga pazemināšanās tendence. 1996. gada otrajā ceturksnī Latvijas tautsaimniecībā nodarbināto vidējais atalgojums tikai par 9 % pārsniedza viena iedzīvotāja pilno iztikas minimumu (preču, tajā skaitā pakalpojumu groza kopējo cenu).

14.13. Pamatterminu tulkojums

Arodbiedrību loma darbaspēka tirgū	<i>the role of trade unions in labour force market</i>	роль профсоюзов на рынке рабочей силы
Darbs	<i>labour</i>	труд
Darbaspēks	<i>labour force</i>	рабочая сила
Darba alga	<i>wage</i>	заработная плата
Darba algas līmeņa noteicēji faktori	<i>wage determination factors</i>	факторы, определяющие уровень заработной платы
Darba algas līmeņa atšķirības dažādās valstīs	<i>wage differentials in different countries</i>	различие уровня заработной платы в различных странах (национальные различия в заработной плате)
Darba algas formas	<i>wage forms</i>	формы заработной платы
Darbaspēka atjaunošanas nosacījumu izmaiņas	<i>changes in labour force renewal conditions</i>	изменения условий воспроизводства рабочей силы
Valsts loma darbaspēka tirgū	<i>government role in labour force market</i>	роль государства на рынке рабочей силы

14.14. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kādas ir darbaspēka tirgus raksturīgās īpatnības?
2. Kādas īpatnības, pēc jūsu domām, piemīt darbaspēka tirgum pašreiz Latvijā? Kādas ir šī tirgus attīstības perspektīvas?
3. Kas raksturo darbaspēka tirgu ES?
4. Kādi ir viedokļi par darba algas ekonomisko saturu? Kādam viedoklim un kāpēc jūs piekrītat?
5. Kas regulē darbaspēka pieprasījumu?
6. Kas regulē darbaspēka piedāvājumu?
7. Kādi ir darbaspēka (darbaspēju) atjaunošanas izdevumi?
8. Kādi faktori samazina un kādi paaugstina darbaspēka atjaunošanas izdevumus?
9. Kas nosaka darba algas nacionālās atšķirības?
10. Kāda ir arodbiedrību regulējošā iedarbība darbaspēka tirgū?
11. Kā valsts tieši vai pastarpināti regulējoši iedarbojas uz darba algas līmeni?
12. Kādu ekonomisku uzvedību, rīcību motivē dažādas darba algas formas?
13. Kāpēc attīstītās tirgus ekonomikas zemēs dominē laika darba algas forma?
14. Kas nosaka darba algas diferenciāciju?
15. Kādas darba algas teorijas jūs pazīstat?
16. Kā tiek noteikts darba atalgojuma lielums Latvijas budžeta organizācijās?
17. Kas regulē darba algas lielumu Latvijas uzņēmumos un uzņēmēj sabiedrībās?
18. Kas liecina par labu apgalvojumam, ka Latvijā darba ņēmēju un darba devēju attiecības nav tiesiski sakārtotas?
19. Kas un kāpēc Latvijā ir raksturīgs bruto, neto un reālās darba algas lieluma izmaiņām?
20. Kā var raksturot Latvijas tautsaimniecībā nodarbināto vidējo darba algu no ģimenes uzturēšanas viedokļa?

- 14.14. Pārveidošanas jautājumi
1. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 2. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 3. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 4. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 5. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 6. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 7. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 8. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 9. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 10. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 11. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 12. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 13. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 14. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 15. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 16. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 17. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 18. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 19. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?
 20. Kādas ir darbspēks tirgus ekonomiskās sistēmas galvenās funkcijas?

14.15. Pārveidošanas jautājumi

Arbības spēks	the role of trade unions in labour force market	роль профсоюзов на рынке рабочей силы
Darbs	labour	труд
Darbspēks	labour force	рабочая сила
Darba alga	wage	заработная плата
Darba alga noteikšanas faktori	wage determination factors	факторы, определяющие уровень заработной платы
Darba alga līmeņa atšķirības valstīs	differences in wage levels in different countries	различия уровня заработной платы в различных странах (национальные различия в заработной плате)
Darba alga formas	wage forms	формы заработной платы
Darbspēka atjaunošanās apstākļi	changes in labour force renewal conditions	изменения условий воспроизводства рабочей силы
Valsts loma darbspēka tirgū	government role in labour force market	роль государства на рынке рабочей силы

15. nodaļa. Kapitāla tirgus un cena

15.1. Kapitāla tirgus pirkšanas un pārdošanas objekti

Sekundārie ražošanas resursi. Atšķirībā no dabas resursiem, darbaspēka un uzņēmējspējām, kas ir primārie ražošanas resursi, kapitāls ir sekundārie ražošanas resursi. Tos radījusi pati saimniekošanas sistēma, izmantojot primāros ražošanas resursus. Kapitāls kā ražošanas līdzekļi ir ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesa dāsnie augļi. Kapitāla konkrēto elementu “dzimšana” notiek zinātniski tehniskās domas tiešā iespaidā.

Gan darba līdzekļi, gan darba priekšmeti. Daudzi autori, argumentējot tēzi, ka kapitāls ir sekundārie ražošanas resursi, ražošanas līdzekļi – cilvēku mērķtiecīgās darbības rezultāts – vienlaikus ierobežo kapitāla materiālo saturu: kapitāls tiek degradēts līdz pamatkapitālam jeb pamatfondiem. Citiem vārdiem, kapitāls esot tikai darba līdzekļi, ilgstošās lietošanas ražošanas fondi, kas pakāpeniski nolietojas, proti, ēkas, celtnes, visdažādākās būves, iekārtas, mašīnas, aparātūra, arī datori, enerģijas un informācijas pārraides tīkli, darbarīki utt. Pēc šāda kapitāla raksturojuma izejvielas, materiāli, kurināmais, enerģija, palīgmateriāli, tas viss, ko dēvē par darba priekšmetiem, kapitāla sastāvā neietilpst. Jāautā, vai benzīns, mazuts, smērvielas, elektroenerģija, tērauds, alumīnijs, plastmasas, dzelzsbetons, ķieģeļi, milti, tehniskais audums, viss bagātais darba priekšmetu klāsts nav ražošanas resursi? Kādā tirgū šie nepārprotamie ražošanas līdzekļi tiek pirkti un pārdoti? Mūsuprāt, it visi darba priekšmeti, kas ir cilvēku saimnieciskās darbības reāls rezultāts, pilnā mērā atbilst kapitāla raksturojumam kā sekundārie ražošanas resursi. Saprotams, ietilpinot darba priekšmetus kapitāla sastāvā, rodas teorētiska rakstura grūtības: virkne tradicionālu metodoloģisku atziņu par kapitāla cenu veidošanas mehānismu būtu jāpapildina vai arī jāattiecinā vienīgi uz darba līdzekļiem. Mūsuprāt, pamatots ir uzskats, ka kapitāls ir arī darba priekšmetu krājumi.

Darba līdzekļu un darba priekšmetu tirgus. Ikvienam ražošanas resursu tirgum ir savi atšķirīgi segmenti ar noteiktām cenu veidošanas īpatnībām. Tas pilnā mērā attiecas uz kapitāla tirgu. Šim tirgum ir divi pamatelementi: darba līdzekļu tirgus un darba priekšmetu tirgus. Kā jau minējām, nepārprotami kopējais šiem tirgiem ir tas, ka tie ir sekundāro ražošanas resursu tirgi. Bez tam kā jau visiem ražošanas resursiem gan darba līdzekļu, gan darba priekšmetu pieprasījums ir atvasināts pieprasījums, ko regulē pieprasījums pēc patēriņa priekšmetiem un sadzīves pakalpojumiem. Visai būtiski ir tas, ka abi minētie kapitāla tirgi savā starpā cieši saistīti: izmaiņas tehnikā un tehnoloģijā skar ne tikai mašīnas, iekārtu, bet arī izejvielas, enerģiju, palīgmateriālus, komplektējošās detaļas. Brīžiem grūti noteikt, vai kapitāla elements ir darba līdzeklis vai darba priekšmets. Dators bez programmnodrošinājuma ir bez lietošanas vērtības. Bet kāds ekonomiskais statuss ir programmai, šai “maigajai precei” (*software*)? Kādā tirgū tiek pieprasīta un piedāvāta informācija? Jebkura klasifikācija savā ziņā ir Prokrusta gulta, un mūsdienu saimniekošanas realitātes ne vienmēr tanī var ievietot.

15.2. Kapitāla tīrais ražīgums

Kapitāls tiek pieprasīts, pirkt un lietots ar prozaisku mērķi gūt ienākumu. Ikvienam ienākumam ir savs avots un noteikts lielums. Šai sakarībā, runājot par kapitāla jaunradi jeb ražīgo spēku, saskaramies ar sarežģītām problēmām.

Šīsdienas upuris rītdienas guvumam, attīstībai. Minēsim vienkāršotu piemēru. Ekonomiskajā literatūrā bieži tiek apcerēta Robinsona iespējamā rīcība. Analīzē Robinsona nemirstīgo tēlu izmantosim arī mēs. Pieņemsim, ka Robinsona salas piekrastes ūdeņi bija bagāti zivīm. Sākotnēji Robinsons tās ķēra rokām un pēc tam notiesāja, tā uzturot savu dzīvību un darbaspējas. Ekonomikas teorijas terminos runājot, tas nozīmēja, ka Robinsons ieguva dabas dotos resursus, nelietojot nekādu kapitālu. Varam droši pieņemt, ka loms nebija nekāds brangais un saistošās bērnu grāmatas varonis dzīvoja pusbadā. Izdzīvošanas centieni iespaidā Robinsonam dzima gandrīz ģeniāla ideja: no liānām sapīt tīklu. Domāts – darīts.

Izrādās, ka šī iecere prasa upurus. Visupirms laika upuri. Lai sameklētu, sagatavotu liānas un sapītu tīklu, bija veselu nedēļu no ausmas līdz saules rietam čakli jo čakli jāstrādā. Laika tvarstīt zivis nebija. Septiņu dienu loms bija jāupurē rītdienas un parītdienas sātīgajai dzīvei. Lai galīgi nezaudētu spēku, Robinsonam bija jāklūst par veģetārieti, jāiztiek no uz ātru roku salasītām ogām, sēnēm, lapām. Astotajā dienā, lepns par paveikto, Robinsons optimisma pilns devās uz zveju ar tīklu, tātad ar darba līdzekli, kapitālu. Tiešām, loms bija liels, noķerto zivju skaits bija piekārtīgi lielāks nekā iepriekšējās dienās, kad zivis nācās ķert rokām vien. Robinsona pašapgādes darbs bija kļuvis piekārt raženāks. Kāpēc? Atbilde viennozīmīga – pateicoties kapitālam. Ja šī izdomātā piemēra loģiku attiecināsim uz mūsdienu reālo ekonomisko vidi, redzēsim, ka ieguldījumi zinātnē, tehnikā, tehnoloģijā tiks piedzimt arvien raženākiem kapitāla elementiem, kas palīdzēs ievērojami kāpināt darba atdevi, taupīt laiku. Zinātnieki šo fenomenu, kad, pateicoties kapitālam, aug darba ražīgais spēks, raksturo kā kapitāla tīro ražīgumu. Lai kapitāls spētu nodrošināt darba ražīgā spēka rītdienas pieaugumu, šīs dienas resursi ir jāupurē nākotnes attīstībai. Šo upuru īpatnība ir tā, ka tie vairo sabiedrības bagātību, palīdz pilnīgāk apmierināt tās locekļu vajadzības.

Cilvēciskais kapitāls. Ja kapitāla sastāvā ietilpina arī “cilvēcisko kapitālu” – speciālas zināšanas, augstu kvalifikāciju ar pieredzi, rūdījumu, tad iepriekš minētās cēloņsakarības arī ir spēkā. *Pirmkārt*, “cilvēciskais kapitāls” kāpina darba reālo atdevi, *otrkārt*, lai vairotu šo specifisko kapitālu, jāupurē gan citi ražošanas resursi, gan laiks. *Treškārt*, ir pamats runāt par “cilvēciskā kapitāla” tīro ražīgumu. No ražošanas resursu kvalifikācijas viedokļa “cilvēcisko kapitālu” varētu saistīt ar darbaspēka lielāku potenci, augstākām darbaspējām, kas nodrošina lielāku darba atdevi un atalgojumu.

Kapitāla tīrā ražīguma raksturojums. Praktiskajā saimniekošanā lielāks kapitāls saistībā ar modernāku tehniku, tehnoloģiju, organizāciju likumsakarīgi vairo saražoto preču (produkcijas, pakalpojumu) realizācijas ieņēmumus. Izvirzās uzdevums izdalīt no šiem ieņēmumiem tieši to daļu, kas radīta, pateicoties kapitāla izmantošanai. Šī uzdevuma risināšana balstās uz tēzi, ka **ar kapitāla palīdzību, pateicoties kapitāla tīrajam ražīgumam, tiek ražota tā produkcija, kas paliek pāri pēc tam, kad atlīdzinātas visas izmaksas.** Kapitāla ražīgums tiek dēvēts par tīro, jo tas ir atdalīts no zemes un darba ražīgā spēka. Sprotams, saimniekošanā konkrēto ražošanas resursu potences, pateicoties cilvēkam, izpaužas vienotā koprezultātā, dažādiem resursiem piemītošie ražīguma spēki cieši jo cieši mijiedarbojas, cits citu savstarpēji nosaka. Tas visai jaušami vērojams lauksaimniecībā. Šeit raža no hektāra ir atkarīga gan no zemes dabiskās auglības (dabas ražīgā spēka), gan no ekonomiskās auglības (kapitāla tīrā ražīguma), gan no darbaspēju izmantošanas efektivitātes (darba ražīgā spēka). Tirgus un ar to saistītais sadales mehānisms izdala dabas un darbaspēka resursu īpašniekiem ienākumu zemes rentes un darba algas formā atbilstoši šo resursu atdevei, ražīgumam. (Par ienākumu, ko saņem uzņēmējspēju īpašnieks sk. nākamajā nodaļā). Rente (nomas maksa) līdz ar darba algu ietilpst produkcijas un pakalpojumu ārējās ražošanas izmaksās. Līdz ar to noteiktu ieskatu par to produkcijas, pakalpojumu pieaugumu, kas saistās ar kapitāla izmantojumu, ar kapitāla tīro ražīgumu, sniedz starpība starp attiecīgiem realizācijas ieņēmumiem un ārējām ražošanas izmaksām. Pievērsīsimies primitīvajam Robinsona variantam. Pieņemsim, ka sākotnēji mūsu varoņa dienas loms nepārsniedza trīs zivis. Lietojot pašizgatavoto tīklu, Robinsons spēja dienā noķert līdz 15 zivīm. Līdz ar to tīkla (kapitāla) tīrais ražīgums izpaužas 12 zivīs dienā (15 zivis – 3 zivis). Šinī visai nosacītājā, bet “tīrajā” piemērā Robinsona upuris 21 zivs (7 dienas pa 3 zivīm) atmaksājas brīnumātri – mazāk nekā divās dienās. Reālajā tirgus ekonomikā viss ir krietni sarežģītāk.

15.3. Procenti kā ienākums no kapitāla

Papildu produkcija naudas izteiksmē. Lai papildu produkciju, pakalpojumus, ko nodrošina kapitāla tīrais ražīgums, varētu samērot ar tiem ražošanas resursiem, kas nepieciešami šīs papildu produkcijas izgatavošanai, pakalpojumu sniegšanai, gan rezultāts, gan resursi jāizsaka naudā. Ja resursu lietošana ir efektīva, produkcijas, pakalpojumu realizācijas ieņēmumi ir lielāki par ārējām ražošanas izmaksām. Starpību ar zināmu nosacītību (ignorējot uzņēmējspēju un uzņēmējdarbības lomu) var raksturot kā ienākumu, ko savam īpašniekam nodrošinājis kapitāls, tā tīrais ražīgums. Šim ienākumam parasti ir naudas forma.

Kapitāla elementu iznomāšana un kapitāla īpašnieka ienākums. Līdz šim pieņēmām, ka kapitāla īpašnieks vienlaikus ir uzņēmējs, kas kapitālu kā ražošanas resursu izmanto savā uzņēmējdarbībā. Bet kapitāla īpašniekam ir alternatīva – kapitālu (pamatfondus jeb darba līdzekļus) iznomāt. Izvirzās

nomas maksas lieluma problēma. Šinī jomā iznomātāja un nomnieka ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācija vispirms saistās ar centieniem neko nezaudēt. Kapitāla īpašnieks iznomātājs, nosakot šiem ražošanas resursiem nomas maksu, vadās pēc alternatīvo izmaksu lieluma, pēc tā, kādu ienākumu viņš varētu gūt, ja pats kapitālu izmantotu. Nomnieks savukārt piekritīs vienīgi tādām nomas maksas lielumam, kam būs reāls avots. Šis avots zināms: kapitāla tīrais ražīgums, kas nodrošina papildu produkciju un noteikta lieluma ienākumu. Iznomātāja un nomnieka intereses līdz ar to kristalizējas vienā punktā tā ienākuma lielumā, ko sniedz kapitāls ražošanas faktoru sastāvā. Šis teorētiskais skaidrojums ir reāls pamats pušu vienošanās par nomas maksas apmēriem. Jāuzsver, runa ir ne tikai par nomas maksas lieluma pamatu; konkrētās nomas maksas līmenis būs atkarīgs no noteikta perioda kapitāla resursu piedāvājuma un pieprasījuma samēra.

Procenti – ienākums, ko dod kapitāls kā ražošanas resurss. Iepriekšējais skaidrojums par to, ka kapitāla iznomāšanas variantā nomas maksas apmērs atspoguļo to ienākumu, ko ražošanas un pakalpojumu procesa sekmīgā gala iznākumā dod kapitāls, liecina, ka šim ienākumam ir patstāvīga pastāvēšanas forma. Šo ienākumu neatkarīgi no tā, kas kapitālu tieši izmanto savā uzņēmējdarbībā, saņem kapitāla īpašnieks. Kapitāla tīro ražīgumu (K_{tr}) parasti mēra, izsakot minēto ienākumu (I_e) procentos pret savu avotu – kapitālu (K).

$$K_{tr} = \frac{I_e}{K} \times 100$$

Šai sakarībā ienākums no kapitāla kā ekonomiska kategorija tiek dēvēts par procentiem no kapitāla (nejaukt ar procentiem, kas jāmaksā par kredītu, vai procentiem, ko saņem par noguldījumiem). Šo procentu skaitliskais lielums tiek raksturots kā procentu dabiskā norma. Tas tāpēc, ka saskaņā ar dažādām teorijām ienākums, ko dod kapitāls, pateicoties tā tīrajam ražīgumam, ir tāda pati dabiska parādība kā koka augļi vai krūmu ogas. Tā kapitāla jaunrades spēks tiek pielīdzināts dabas jaunrades spēkam.

Procenti no kapitāla un procenti par kredītu. Iepriekš mēs lasītāju brīdinājām, ka procenti no kapitāla un procenti par kredītu ir divas būtiski atšķirīgas ekonomiskās kategorijas. Tagad noskaidrosim, kāds sakars ir starp šiem procentiem, precīzāk, starp divām procentu normām. Lai iegādātos kapitāla elementus, uzņēmējam bieži jāņem kredīts. Šinī gadījumā varianti ir divi: *pirmkārt*, naudu aizņemties; *otrkārt*, pirkt uz kredīta, pirkumu, pasūtījumu saskaņā ar vienošanas apmaksājot kaut kad vēlāk. Šiem variantiem kopējs ir tas, ka jāmaksā procenti par kredītu. No ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācijas viedokļa ir acīm redzams, ka procentu likme par minēto kredītu nevar būt augstāka par procentu dabisko normu sakarā ar kapitāla tīro ražīgumu. Pretējā gadījumā kredīta ņemējs būs nepārprotams zaudētājs. Procentu (no kapitāla) dabiskā norma ar pieprasījumu regulē attiecīgo kredīta procentu likmi. Var īstenoties arī sarežģītākas sakarības, kas saistās ar peļņas lielumu. Detalizētāk aplūkosim kreditoru ekonomiskās uzvedības, rīcības motivāciju.

Kreditora un debitora motivācija. Uzņēmēju centieniem saņemt kredītu kapitāla iegādei jāatbilst kreditoru vēlmei šādu kredītu sniegt. Kāda ir potenciālo kreditoru motivācija? Rīt vai parīt saņemt aizdevuma procentus. Līdz ar to naudas aizdošanas variantā kreditors atsakās savu naudu izlietot šodien vai nu patēriņam, vai savā uzņēmējdarbībā ražošanas vai nekredīta pakalpojumu jomā. Toties aizdevuma ņemējs naudu var uzreiz likt lietā, iegādājoties kapitālu un uzsākot vai izvērsot uzņēmējdarbību nolūkā iegūt ienākumu, arī tieši no kapitāla.

Ekonomikas teorija konstatējusi tirgus saimniecības subjektu ekonomiskās uzvedības raksturīgu iezīmi: šodienas labumi tiek vērtēti augstāk par nākotnes labumiem; pirmajiem parasti tiek dota priekšroka. Arī ekonomikā ir vieta tautas gudrībai “Labāk zīle rokā, nekā mednis kokā”. Kreditors atsakās jeb atturas no iespējas šodien slaukt govī un to aizdod. Par šo savu atturību un reizē pakalpojumu debitoram kreditors prasa pienācīgu atlīdzību, īpašu cenu, procentus, kas jāmaksā kredīta ņemējam ik gadus tik ilgi, kamēr aizdevums būs dzēsts.

No debitoru puses, procenti par kredītu ir īpaša cena, kas tiek maksāta par to, ka nepieciešamos ražošanas resursus, kapitālu var iegādāties jau šodien un ātrāk saņemt gaidīto ienākumu. Līdz ar to nav jāgaida tā nākotnes stunda, kad būs sapelnīta un uzkrāta vajadzīgā naudas summa nākamajiem kapitālieguldījumiem. Turklāt perspektīva ekonomikā vienmēr saistās ar zināmu nenoteiktību, ar lielāku vai mazāku risku. Visa šī kreditoru un debitoru motivācija saistībā ar laika faktoru, prioritātēm laika jomā iespaido pieprasījuma un piedāvājuma samēru kapitāla tirgū.

15.4. Kapitāla un investīciju cena

Kapitāla cena. Kapitāla kā ražošanas resursa cenu veidošanas mehānisms balstās uz tiem pašiem principiem kā zemes cenas veidošanās. *Pirmkārt*, jāievēro pircēja motivācija, naudas ieguldīšanas jo daudzās alternatīvas, iespēja attiecīgo naudas summu kā termiņnoguldījumu izticēt drošai bankai nolūkā saņemt ienākumu – procentus; *otrkārt*, pircēja rīcība, aizņemoties naudu kapitāla iegādei. Līdz ar to kapitāla pieprasījumu pastarpināti regulē kredīta procentu likmes lielums. *Treškārt*, piedāvājuma jomā pārdevējam jāievēro pircēja iespēja ne tikai dot kredītu, bet arī savlaicīgi nomaksāt procentus. Tas atkarīgs no procentu dabiskās normas, no ienākuma, ko cer saņemt kapitāla pieprasītājs, pircējs sakarā ar kapitāla tīro ražīgumu. Kapitāla cena ir tieši proporcionāla ienākumam, procentiem no kapitāla un apgriezti proporcionāla bankas procentu likmei.

$$\text{Kapitāla cena} = \frac{\text{Ienākums no kapitāla}}{\text{Bankas vidējā gada procentu likme no termiņnoguldījumiem}} \times 100$$

Citiem vārdiem, kapitāla cena pēc sava ekonomiskā satura ir kapitalizētais ienākums no kapitāla jeb kapitalizētie procenti no kapitāla. Tas nozīmē, ka kapitāla cena atbilst naudas summai, kas, noguldīta bankā kā termiņnoguldījums, nodrošina gadā tādu pašu ienākuma lielumu procentu veidā, kādu spēj sniegt kapitāls sakarā ar tā tīro ražīgumu. Iepriekš minētā formula skaitliskā izteiksmē to apstiprina.

$$\text{Kapitāla cena} = \frac{\text{Ls 1000 ienākums no kapitāla}}{10 \text{ (bankas vidējā gada procentu likme)}} \times 100 = \text{Ls 10000}$$

Patiešām, Ls 10000, noguldīti bankā par 10%, nodrošina ienākumu Ls 1000 apmērā, tikpat daudz, cik cer saņemt kapitāla pircējs kā gada ienākuma procentus no kapitāla izmantošanas vai iznomāšanas.

Kapitāla cenas formula, kas atspoguļo kapitāla pircēju un pārdevēju ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācijas izvērzi, ir tikai kapitāla tirgus cenas veidošanas teorētiskais pamats. Praktiski kapitāla cenu katrā laika periodā nosaka kapitāla pieprasījuma un piedāvājuma samērs. Līdz ar to kapitāla praktiskā cena šinī ražošanas resursu tirgū būs augstāka vai zemāka nekā pēc formulas aprēķinātā. Kapitāla cenas formulas skaitītājs un saucējs ir pamatfaktori, kas regulē gan pieprasījumu, gan piedāvājumu. Ja ienākums no kapitāla gadā līdzināsies Ls 1500, kapitāla cena pieaugs līdz Ls 15000. Kapitāla cena palielināsies arī tad, ja pazemināsies bankas procentu likme. Piemēram, ja šī likme tiek noteikta 8% līmenī, kapitāla cena ar nemainīgu ienākumu no kapitāla pieaugs līdz Ls 12500; toties, ja bankas procentu likme palielināsies līdz 12%, kapitāla cena pazemināsies līdz Ls 8333. Tas arī loģiski, jo ar šo procentu likmi nepieciešams bankā noguldīt mazāku naudas summu, lai saņemtu procentus, kas līdzinātos ienākumam no kapitāla.

Visi šie teorētiskie apsvērumi ir pamatoti tad, ja kapitālu pārstāv pamatfondi, darba līdzekļi. Tad jaušami var vērot kapitāla tīrā ražīguma izpausmi, kapitāla jaunrades spēku. Citāds ir problēmas risinājums, ja tiek pārdoti un pirkti ražošanas krājumi, energoresursi, pakalpojumi, kad kapitālu pārstāv visdažādākie darba priekšmeti.

Kapitāla – darba priekšmetu cena. Mēģināsim tikt skaidrībā par diviem problēmas variantiem. Saskaņā ar pirmo variantu kapitāls tiek aplūkots kā viens vesels bez dalījuma darba līdzekļos un darba priekšmetos, pamatfondos un apgrozāmos fondos (ražošanas krājumos). Šāda pieeja prasa kapitāla tīrā ražīguma augli – papildu produkciju naudas izteiksmē, ienākumu no kapitāla, attiecīgo procentu daudzumu attiecināt pret visu kapitālu. Vairāk nekā skaidrs, ka šinī variantā dabiska procentu norma būs ievērojami mazāka nekā tad, ja mēs ienākumu no kapitāla attiecināsim tikai pret kapitālu – pamata fondiem. Teorētiski nenoskaidrots ir jautājums, vai darba priekšmetiem ražošanas krājumu veidā un ražošanas pakalpojumiem kā kapitāla sastāvdaļām piemīt tīrais ražīgums, jaunrades spēks. Ja atbilde uz šo jautājumu ir pozitīva, tad tālāku problēmu principā nav. Var droši lietot iepriekš minēto kapitāla cenas formulu.

Pret šo variantu var iebilst. Kaut arī darba priekšmeti, ražošanas pakalpojumi ir darba līdzekļu funkcionēšanas obligāts nosacījums, grūti pierādīt, ka tiem piemīt darba līdzekļiem tik spilgti izteiktais kapitāla tīrais ražīgums. Vēl vairāk, kapitāla cenu tieši nekādi neiespaido izmantotā kapitāla kopējais

daudzums. Tāpēc var izrādīties, ka pēc pieminētās formulas aprēķinātā kapitāla cena pēc sava lieluma nespēj nodrošināt nepieciešamo darba priekšmetu un ražošanas pakalpojumu iegādi.

Pēc analīzes, otrā varianta darba priekšmeti un ražošanas pakalpojumi “nedzemdē” papildu produkciju, nav ienākuma no kapitāla, procentu avots. Runa ir par ārējo ražošanas izmaksu sastāvdaļu, ko attiecīgi kompensē produkcijas un pakalpojumu cenas bez jebkāda “piecepuma”. Jāievēro arī tas, ka pamatfondus un apgrozāmos fondus, arī ražošanas pakalpojumus pārdod un pērk visai atšķirīgos kapitāla tirgus segmentos ar dažādu funkcionēšanas režīmu. Ja ievērojamā daļa darba līdzekļu tiek ražoti pēc pasūtījuma, tad darba priekšmetu būtisku daļu ražo tirgum, nezināmam pircējam. Apgrozāmo fondu un ražošanas pakalpojumu cenu regulē piedāvājuma un pieprasījuma samērs. Pircējs ievēro darba priekšmetu un pakalpojumu kā preču galējo derīgumu, arī tā mazināšanās likumu, pārdevēji – attiecīgās produkcijas un pakalpojumu gan alternatīvās, gan galējās izmaksas. Būtībā veidojas apgrozāmo fondu un pakalpojumu līdzsvara cenas. Liela ir pilnīgās konkurences loma šinī kapitāla tirgus segmentā. It sevišķi tāpēc, ka daļa priekšmetu ir biržu tirdzniecības objekti.

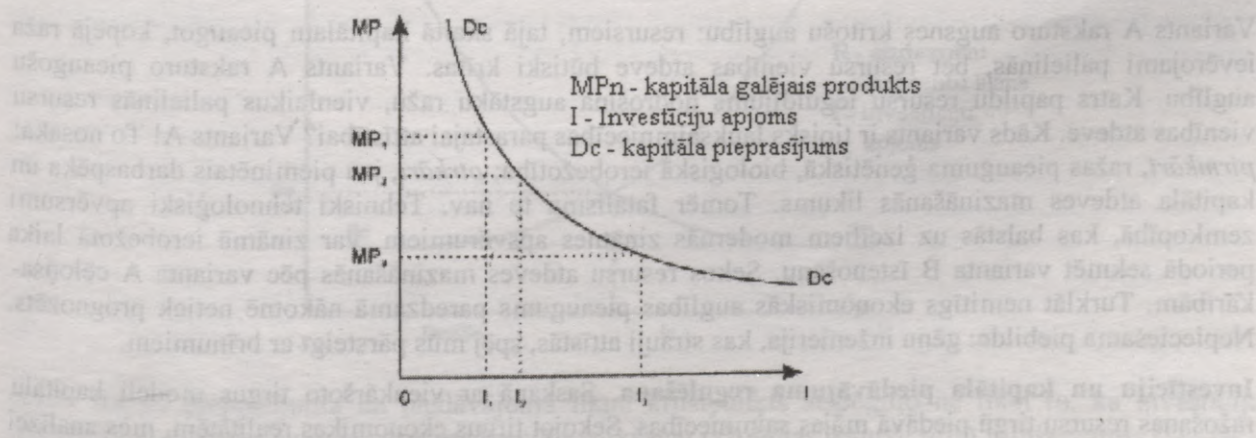
Problēmas risinājumu tālāk sarežģī tas apstāklis, ka kapitāla iegāde nesaraujami saistīta ar investīcijām.

Kapitāls un investīcijas. Pieprasījums pēc kapitāla visupirms izpaužas kā pieprasījums pēc naudas līdzekļiem nepieciešamo elementu iegādei. Analīze līdz ar to pāriet investīciju plaknē. Investīcijas sākotnēji ir naudas līdzekļi ar stingri mērķtiecīgu izlietojumu: radīt jaunas, paplašināt un atjaunot esošās ražošanas un pakalpojumu sniegšanas jaudas. Par investīciju līdzekļiem tiek pirkti visi nepieciešamie ražošanas resursi, ieskaitot kapitālu. Tādējādi veidojas specifiska sakarību ķēde. Pirmajā posmā uzņēmēji, lai uzsāktu, turpinātu vai paplašinātu savu uzņēmējdarbību, pieprasa naudu. Šī pieprasījuma īpatnība ir tā, ka tiek pieprasīti investīciju līdzekļi. Šis pieprasījums pēc naudas jāatšķir no naudas pieprasījuma ar mērķi iegādāties patēriņa priekšmetu, pakalpojumus, ko īsteno mājas saimniecība. Otrajā posmā kredītiestādes, galvenokārt bankas, investīciju fondi piešķir potenciāliem investoriem (investēt gribētājiem) mērķkredītus. Tā veidojas investīciju līdzekļi. (Mēs abstrahējamies no citiem ceļiem, kā var iegūt naudu investīcijām). Trešā posmā investīciju līdzekļi tiek izlietoti, lai iegādātos investīciju preces: ēkas, būves, iekārtas, mašīnas, darbarīkus, transporta līdzekļus, ražošanas (darba priekšmetu) krājumus. Būtībā tiek pirkt kapitāls. Ceturtā posmā šīs investīcijas preces tiek ieguldītas uzņēmējdarbībā. Līdzekļi naudas formā pārvērtušies kapitālā fiziskā formā: pamatfondos jeb pamatkapitālā (darba līdzekļi) un apgrozāmos fondos jeb apgrozāmā kapitālā (darba priekšmeti). Investēšana uzņēmējam nav nekāds pašmērķis. Viņa ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācija investīciju jomā saistās ar ienākuma gūšanu. Šī iemesla dēļ pieprasījumu pēc kapitāla regulē kapitāla galējais ienesīgums. Uzņēmēja motivācija saistās ar to, ka, palielinot kapitālu par vienu vienību, viņš saņem papildu jeb galējo produktu. Pēdējais ir pamats galējam ienākumam. Ja mēs šo galējo ienākumu attiecināsim pret galējo kapitālu, iegūsim kapitāla galējo ienesīgumu. Vienkāršotā veidā šo uzņēmēju motivācijas izraisīto cēloņsakarību var izsekot pēc shēmas.

Investīciju un kapitāla pieprasījuma regulēšana. Lai izprastu šo jautājumu, jāiepazīstas ar 15.1. shēmu.

15.1. shēma

Kapitāla galējais produkts un kapitāla pieprasījums



15.1. shēmā uzskatāmi redzams, ka pieprasījumu pēc kapitāla un līdz ar to pēc atbilstošām investīcijām regulē kapitāla galējais produkts. Darbojas arī pretēja sakarība: investīciju apjoms regulē galējā produkta lielumu. Tomēr rupja kļūda būtu minētās sakarības matemātiski raksturot kā apgriezti proporcionālas.

Kapitāla ienākuma, procentu dabiskās normas, mazināšanas likums. 15.1. shēma apstiprina teorētisko un reizē praktisko atziņu, ka kapitāla atdeve no katras nākamās, tātad galējās vienības mazinās. Šāda tendence, kapitāla apmēram pieaugot, ir raksturīga kapitāla tīrajam ražīgumam, kapitāla procentu dabiskajai normai un gala rezultāta kapitāla izdevīgumam. Šādu kapitāla atdeves mazināšanās tendenci, palielinoties investīciju apjomam, it labi pazīst uzņēmēji praktiķi: konkurences pātaga, centieni iekarot jaunus tirgus, vēlme vairāk nopelnīt liek ņemt jaunus kredītus, paplašināt investīcijas, likt lietā lielāku kapitālu; pēc kāda laika grāmatvedības dati bezkaislīgi konstatē, ka kapitāla procentu dabiska norma ir kritusies, kapitāla izmantošanas efektivitāte līdz ar to gājusi mazumā.

Šī aplūkotā noturīgā cēloņsakarība īstenojas tikai ar visai nozīmīgu nosacījumu: ja visi pārējie apstākļi paliek nemainīgi. Ja līdz ar investīcijām kapitālam mainās (aug) pārējie resursi, ja notiek apvērsums tehnikā, tehnoloģijā, organizācijā, spēji uzlabojas tirgus konjunktūra, pieaug cenas konkrētai produkcijai, pakalpojumiem, nepieaugot izmaksām, tad, palielinoties kapitāla apjomam, tā atdeve var pieaugt.

Atdeves mazināšanās raksturīga arī darbaspēka resursiem, ja tiek palielināts darbinieku skaits. Lielāka resursu daudzuma izmantošanas jomā ir neizbēgamas īpatnības.

Augsnes krītošās auglības likums. Mēs jau minējām, ka zemei bez dabiskās auglības piemīt arī ekonomiskā auglība – darbaspēka un kapitāla resursu ieguldīšanas rezultāts. Vai varam apgalvot, ka jebkurš šo resursu papildu ieguldījums dos proporcionālu vai pat augošu ražas palielinājumu? Ieskatīsimies tabulas datus, kas atspoguļo resursu ieguldījumu vienā un tanī pašā zemes gabalā.

15.1. tabula

Papildu resursu ieguldījums un ražas pieauguma varianti

	Variants A	Variants B
Pirmais resursu ieguldījums	100 vienības	100 vienības
Raža	10 t	10 t
Resursu vienības atdeve	0,10 t	0,10 t
Otrais resursu ieguldījums	100 vienības	100 vienības
Raža	8 t	12 t
Resursu vienības atdeve	0,8 t	1,2 t
Trešais, galējais resursu ieguldījums	100 vienības	100 vienības
Galējā raža	6 t	14 t
Resursu vienības galējā atdeve	0,6 t	1,4 t
Kopējais resursu ieguldījums	300 vienības	300 vienības
Kopējā raža	24 t	36 t
Resursu vienības vidējā atdeve	0,8 t	1,2 t

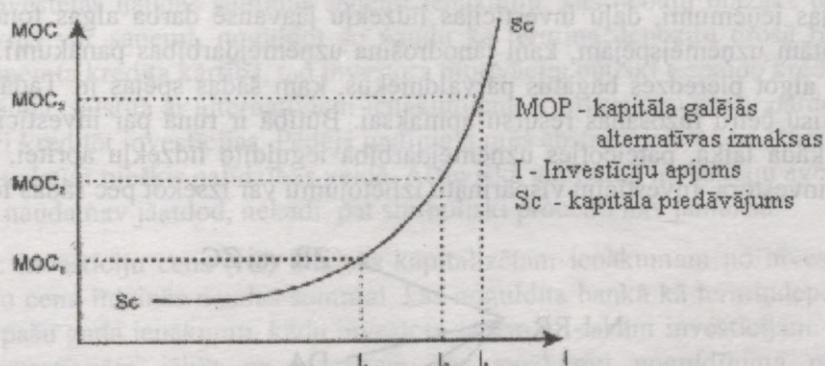
Variants A raksturo augsnes krītošu auglību: resursiem, tajā skaitā kapitālam pieaugot, kopējā raža ievērojami palielinās, bet resursu vienības atdeve būtiski krītas. Variants A raksturo pieaugošu auglību. Katrs papildu resursu ieguldījums nodrošina augstāku ražu, vienlaikus palielinās resursu vienības atdeve. Kāds variants ir tipisks lauksaimniecības parastajai attīstībai? Variants A! To nosaka: *pirmkārt*, ražas pieauguma ģenētiskā, bioloģiskā ierobežotība; *otrkārt*, jau pieminētais darbaspēka un kapitāla atdeves mazināšanās likums. Tomēr fatālisma te nav. Tehniski tehnoloģiski apvērsumi zemkopībā, kas balstās uz izciliem modernās zinātnes apsvērumiem, var zināmā ierobežotā laika periodā sekmēt varianta B īstenošanu. Sekos resursu atdeves mazināšanās pēc varianta A cēloņsakarībām. Turklāt nemītīgs ekonomiskās auglības pieaugums paredzamā nākotnē netiek prognozēts. Nepieciešama piebilde: gēnu inženierija, kas strauji attīstās, spēj mūs pārsteigt ar brīnumiem.

Investīciju un kapitāla piedāvājuma regulēšana. Saskaņā ar vienkāršoto tirgus modeli kapitālu ražošanas resursu tirgū piedāvā mājas saimniecības. Sekojot tirgus ekonomikas realitātēm, mēs analīzei

piesaistījām investīcijas. Tāpēc vietā jautājums, kas piedāvā naudas līdzekļus investīcijām? Atbilde zināma: bankas, investīciju fondi. Bet kas piedāvā un pēc tam aizdod naudas līdzekļus bankām un investīciju fondiem? Mājas saimniecības. Šī atbilde vienkāršo sarežģītas naudas līdzekļu piedāvājumu plūsmas naudas tirgū, bet var tikt pieņemta kā pietiekami korekta pamattēze tālākam skaidrojumam. Mēs jau rakstījām, ka naudas aizdošana, atteikšanās no citām tās izlietošanas alternatīvām ir šīsdienu upuris rītdienas ienākumu vārdā. Shēmā mēs varam izsekot, kā kapitāla galējās alternatīvās izmaksas, kas atspoguļo naudas līdzekļu neizmantošanās izlietošanas iespējas, regulē naudas līdzekļu un līdz ar to pastarpināti investīciju piedāvājumu. Mūsu analīzes loģikai būtiski ir tas, ka mājas saimniecības kā ražošanas resursu, kapitāla īpašnieki piedāvā ne tikai tīri fizisko kapitālu, bet arī naudas līdzekļus tā iegādei.

15.2. shēma

Kapitāla piedāvājums

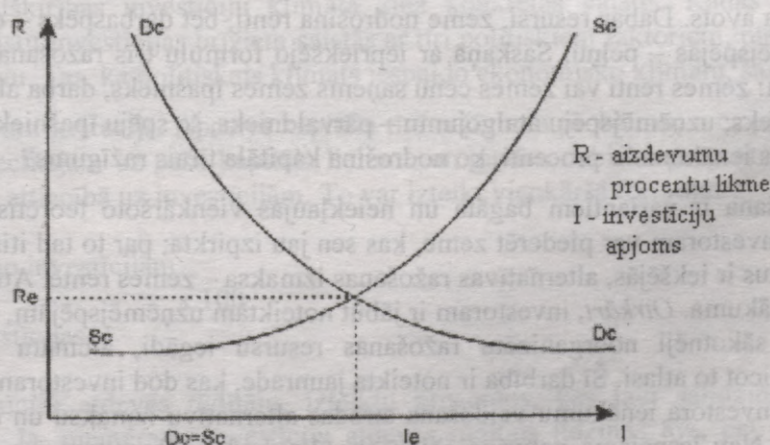


15.2. shēma rāda kapitāla galējo alternatīvo izmaksu regulējošo iedarbību uz investīciju apjomu un līdz ar to uz kapitāla piedāvājumu. Pēc tam, kad esam noskaidrojuši faktorus, kas regulē kapitāla pieprasījumu un piedāvājumu, lasītāja uzmanība piesaistāma līdzsvaram kapitāla tirgū.

Kapitāla pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvars. Nākamajā shēmā uz vertikālās ass ir atlikta aizdevuma procentu likme, lielums, kas tieši regulē gan naudas un investīciju piedāvājumu, gan pieprasījumu, bet pastarpināti kapitāla pieprasījumu un piedāvājumu. Naudas īpašnieka izvēli starp alternatīvām visupirms motivē ekonomiskais izdevīgums, jo augstāka ir aizdevuma procentu likme, jo izdevīgāk naudu aizdot, noguldīt bankā, nevis investēt uzņēmējdarbībā un pirkt kapitālu, jo ienākumam no pēdējā ir zemāka procentu norma.

15.3. shēma

Kapitāla, pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvars

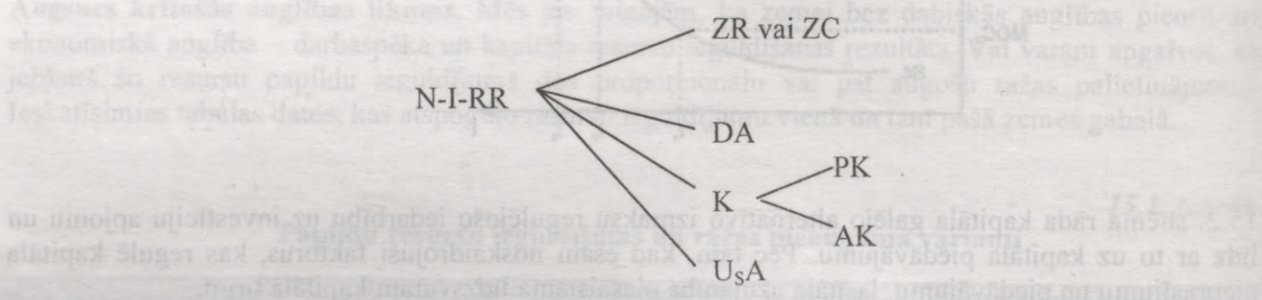


15.3. shēmā pieprasījuma un piedāvājuma līkņu krustpunkts atspoguļo ne tikai to, ka investīciju pieprasījuma un piedāvājuma apjoms kapitāla pirksnāi ražošanas resursu tirgū ir līdzsvarots ($D_c = S_c$),

bet arī to, ka kapitāla pircēju un pārdevēju ekonomiskās intereses kā ekonomiskās rīcības motīvs sakrīt: uz vertikālās ass aizdevuma procentu likme sakrīt ar kapitāla dabisko procentu normu tieši punktā Re. Tas dod jaunu ieskatu kapitāla cenas veidošanā kā līdzsvara cena atkarībā no kapitāla pieprasījuma un piedāvājuma samēra. Labāk varam izprast tos faktorus, kas regulē investīciju cenu līmeni.

Investīciju līdzekļu izlietojums. Iepriekšējā skaidrojumā investīcijas kalpoja kapitāla iegādei ražošanas resursu tirgū. Praktiskajā saimniekošanā investīcijām ir plašāks lietojums.

Pieņemsim, ka potenciāls uzņēmējs lolo cerības uzsākt uzņēmējdarbību kaut kādā konkrētā jomā. Šajā nolūkā viņam jāavansē noteikts naudas daudzums, kas pārvēršas investīcijās, vispirms iegādājoties nepieciešamās investīciju preces: ražošanas ēkas, celtnes, iekārtu, mašīnas, ilgstošās lietošanas instrumentus, transporta līdzekļus, tātad kapitāla elementus. Ar to vēl nepietiek. Jāiegādājas arī dabas resursi, proti, jāpērk vai jānomā zeme. Bez darba priekšmetu jeb ražošanas krājumiem uzņēmējdarbību neuzsāksi. Tie jāpērk kapitāla tirgū. Starta periodā, kamēr neienāks darbības turpināšanai nepieciešamie realizācijas ieņēmumi, daļu investīcijas līdzekļu jāavansē darba algas fondam. Galīgi nevar iztikt bez attīstītām uzņēmējspējām, kam jānodrošina uzņēmējdarbības panākumi. Investors apsvērs nepieciešamību algot pieredzes bagātus pārvaldniekus, kam šādas spējas ir. Tādā veidā investīcijas tiek izlietas visu četru ražošanas resursu apmaksai. Būtībā ir runa par investīcijas līdzekļu avansēšanu, jo pēc kāda laika, pateicoties uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprītei, investētie līdzekļi atgriezīsies pie investora. Investīciju vispārinātu izlietojumu var izsekot pēc šādas formulas.



- kur N – avansēta nauda investīcijām;
 I – investīcijas;
 RR – ražošanas resursi;
 ZR vai ZC – zemes rente, zemi nomājot, zemes cena, zemi pērkot;
 DA – uz laiku avansēta darba alga;
 K – kapitāls;
 PK – pamatkapitāls (darba līdzekļi);
 AK – apgrozāmais kapitāls (darba priekšmeti);
 UsA – uz laiku avansētais darbaspējs (pārvaldnieka) atalgojums.

Investora ienākums. Katrs ražošanas resurss praktiskajā izmantošanā, veicot uzņēmējdarbību, ir noteikta ienākuma avots. Dabas resursi, zeme nodrošina renti, bet darbaspēks – darba algu, kapitāls – procentus, uzņēmējspējas – peļņu. Saskaņā ar iepriekšējo formulu trīs ražošanas resursu ienākumus investors nesāņem: zemes renti vai zemes cenu saņems zemes īpašnieks, darba algu – darba ņēmējs kā darbaspēka īpašnieks; uzņēmējspēju atalgojumu – pārvaldnieks, šo spēju īpašnieks. Vai tas nozīmē, ka investora vienīgais ienākums ir procenti, ko nodrošina kapitāla tīrais ražīgums?

Reālā saimniekošana ir variantiem bagāta un neiekļaujas vienkāršoto teorētisko shēmu Prokrusta gultā. *Pirmkārt*, investoram var piederēt zeme, kas sen jau izpirkta; par to tad itin nekas nav jāmaksā. Šai zemē vienlaikus ir iekšējās, alternatīvas ražošanas izmaksa – zemes rente. Attiecīgā summa veidos daļu investora ienākuma. *Otrkārt*, investoram ir jābūt noteiktām uzņēmējspējām, lai sarūpētu līdzekļus investīcijām un sākotnēji noorganizētu ražošanas resursu iegādi, aicinātu talkā speciālistus – pārvaldniekus, veicot to atļasi. Šī darbība ir noteikta jaunrade, kas dod investoram zināmu ienākumu – peļņu. *Treškārt*, investora ienākumu veidošana atrodas alternatīvu izmaksu un alternatīvu ienākumu lieluma iespaidā. Nav iespējama noturīga cēloņsakarība, kad ienākums no investīcijām, kas naudas izteiksmē ir krietni lielākas par to summu, ko investīciju sastāvā izlieto to kapitāla pirksanai, līdzinās tikai ienākumam no kapitāla. No motivācijas viedokļa šādu investoru atrast nebūs iespējams, jo naudas īpašniekam, arī aizņemtajai naudai, ir daudzas alternatīvās ieguldīšanas iespējas. *Ceturtkārt*,

investīcijas pamatos ir riskants pasākums, kas iespaido to cenu kaut vai ar pieprasījuma un piedāvājuma samēru. *Piektkārt*, investora ienākums ir tieši atkarīgs no uzņēmējdarbības rezultāta, bet šis rezultāts no situācijas konkrēto preču tirgū. Tirgus konjunktūra, konkurences asums iespaido gan ražošanas resursu, gan gatavās produkcijas un pakalpojumu cenas; cenu līmeni iespaido arī nodokļu likmes, to izmaiņas. *Sestkārt*, iegādājoties investīciju preces ārzemju kapitāla tirgos, cenu līmenis nacionālajā valūtā (Latvijā latos) ir atkarīgs no šīs valūtas kursa brīvi konvertējamā valūtā, arī no muitas režīma (muitas tarifu līmeņa vai bezmaksas importa). *Septītkārt*, valūtas kurss un muitas režīms iespaido ienākuma lielumu no tām investīcijām, kas ieguldītas eksportnozarēs. *Astotkārt*, augstu monopolienākumu investors var gūt tad, ja līdzekļi tiek investēti monopolos un monopsonos, arī oligopolos un oligopsonos. Sevišķi ienesīgas var būt investīcijas dabiskajos monopolos, piemēram, Latvijā "Lattelekom", "Latvenergo", "Latvijas gāzes" attīstībā. *Devītkārt*, valsts subsīdijas konkrētām precēm.

Investīciju cena. Ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācija, kas saistīta ar alternatīvo ienākumu gūšanu, nosaka investīciju cenu veidošanās loģiku.

Investors cer no investētās naudas summas saņemt ienākumu, kas nebūtu mazāks par to ienākumu (procentiem), ko viņš var saņemt, noguldot šo naudu kā termiņa depozītu drošā bankā. Ja nauda investīcijām tiek saņemta kredīta kārtībā, tad investora motivāciju būtiski iespaido kredītprocentu gada likme. Sava motivācija, saistīta ar alternatīviem ienākumiem, ir investīciju preču pārdevējiem un kreditoriem, kas gatavi kreditēt investīcijas. Pēdējā gadījumā mēs abstrahējamies no lētiem kredītiem, ko ekonomiski vājām valstīm piešķir palīdzības veidā. Atsevišķā gadījumā investīciju avots var būt "tīra" palīdzība, saņemtā nauda nav jāatdod, nekādi, pat simboliski procenti nav jāmaksā.

Pamattēze skan tā: investīciju cena (IC) līdzinās kapitalizētam ienākumam no investīcijām. Citiem vārdiem, investīciju cena līdzinās naudas summai, kas noguldīta bankā kā termiņdepozīts, nodrošina noguldītājam tādu pašu gada ienākumu, kādu investors saņem no savām investīcijām. Tas nozīmē, ka ienākumam no investīcijām jābūt ne mazākam par ienākumu noguldījuma procentu formā. Kapitalizētais ienākums no investīcijām lēšams pēc šādas formulas:

$$IC = \frac{\text{Investora ienākums}}{\text{Bankas procenti par termiņnoguldījumiem}} \times 100$$

Saskaņā ar šo formulu, jo zemāka ir bankas termiņdepozīta procentu likme, jo augstāka būs investīciju cena. Ja investora gaidāmais ienākums līdzināsies Ls 100 000 gadā, bet banka par termiņdepozītu maksā 10%, investīciju cena svārstīsies ap Ls 1 milj. Toties, ja ar to pašu ienākumu no investīcijām banka maksātu tikai 5%, investīciju cena pieaugtu divas reizes, proti, līdzinātos Ls 2 milj. Šādu cenu izmaiņu pamats – motivācija, kas izriet no alternatīvā ienākuma gūšanas nosacījumiem: lai depozītprocentu veidā ar gada likmi 5% saņemtu Ls 100 000 (tikpat daudz, cik gaidāms no investīcijām), bankā jānogulda Ls 2 milj.

Reālajā investīciju tirgū (aptver gan ražošanas resursu, gan naudas tirgus) cenu veidošanās ir visai sarežģīts process, kad daudzi faktori tiek laužti caur pieprasījuma un piedāvājuma samēra prizmu, ievērojot būtiskās atšķirības investīciju klimata ziņā konkrētās valstīs. Kādas valsts pievilcība, magnēta spēks piesaistīt investīcijas brīžiem saistās ar tīri politiskiem faktoriem, piemēram, politiskās stabilitātes perspektīvu. Tas, ka politiskais klimats iespaido ekonomisko klimatu, šaubas nerada!

Investīciju izdevīguma kritērijs. Apcerot kapitāla tīrā ražīguma problēmu, mēs pamatoti ienākumu, ko dod kapitāls, attiecinājam uz pašu kapitāla lielumu un guvām dabisku procentu normu. Tāda pati pieeja īstenojama arī attiecībā uz investīcijām. To var izteikt vienkāršā formulā:

$$IA = \frac{\text{Ienākums no investīcijām}}{\text{Investīcijas}} \times 100$$

Tā var iegūt investīciju atdeves rādītāju, izteiktu procentos, kas ļauj salīdzināt jebkuru skaitu alternatīvu variantu. Ja, piemēram, investīciju atdeves rādītājs līdzinās 8%, bet valsts parādzīmes nodrošina gadā 10%, prātīgs naudas īpašnieks atturēsies no investīcijām un steigs pirt valsts parādzīmes. Ja toties banka par termiņdepozītu maksā 6% gadā, naudas īpašniekam ieteicams kļūt par

investoru. Kāpēc gan zaudēt procentu starpību?! Pieņemot lēmumus naudas ieguldījumu jomā, saimniekojošie subjekti savā motivācijā ievēro riska pakāpi un laika faktoru.

Ievērojama loma investīcijas variantu izvēlē ir investēto līdzekļu atmaksāšanas laikam. Vienkāršojot problēmu, varam pieņemt, ka investīciju atdeve 10% apmērā vai koeficients 0,1 nozīmē investīciju atmaksāšanas perspektīvu 10 gadu laikā; toties, ja atdeves rādītājs līdzinās 12% – investīciju atmaksāšanas laiks saīsinās līdz 8,33 gadiem, ja šis rādītājs noslīd līdz 8% – investīciju atmaksāšanas laiks pieaug līdz 12,5 gadiem. Neiedziļinoties ekonomiskās efektivitātes teorijā, varam apgalvot, ka minētie investīciju atdeves procenti un koeficienti dod pirmo ieskatu par investīciju variantu (alternatīvu) salīdzinošu efektivitāti.

15.5. Nākamo ienākumu diskontēšana un investīciju izdevīgums

Mēs jau daudzkārt uzsvērām, ka uzņēmēja brīvība rīkoties ar savu naudu, izvēle, kur naudu ieguldīt, pamatos pakļauta peļņas maksimizācijas motīvam. Ja uzņēmējs ir nolēmis nodoties aktīvai uzņēmējdarbībai un savus līdzekļus investēt, tad viņam rodas plaša izvēle, bezgala daudz investīciju variantu daudzu vai pat vienas nozares ietvaros. Būtisks ierobežojums, kas samazina variantu skaitu, ir potenciālā investīciju summa. Naudas daudzums, pietiekams nelieliem darījumiem tirdzniecības jomā, var būt niecīgs lielums, lai uzceltu modernu mašīnbūves rūpnīcu. Viens faktors gan vienmēr jāievēro, proti, izdevīguma aprēķinos jāieskaita nākamo ienākumu diskontēšanas rezultāts.

Diskontēšanas aprēķini. Lai labāk saprastu problēmu, risināsim nosacītu piemēru. Uzņēmējs A ir nolēmis investēt rūpnieciskā ražošanā 10 milj. latu. No projektēšanas sākuma līdz rūpnīcas nodošanai ekspluatācijā paies divi gadi; rūpnīca, balstoties uz sākotnēji projektēto tehnoloģiju un organizāciju, darbosies 10 gadus. Tirgzinību pētījumi noteiks gan ražošanas apjomu, gan peļņas lielumu. Tiek prognozēta inflācija, cenu pieaugums. Saņemot peļņu trešā gada laikā (vienkāršības dēļ, noslēdzot bilanci, ceturtā gada sākumā), uzņēmējs nolemj peļņu nepatērēt, neinvestēt, bet noguldīt bankā kā depozītu; procentu gada likme 10%. Ceturtā gada beigās šī uzņēmēja rīcībā bankā būs naudas summa $N+N$ jeb $N+R$, kur R ir bankas maksātie procenti. Ja gada peļņa līdzinās 150 000 latiem, tad naudas summa bankā sastāvēs no 150 000 latu noguldījuma plus 15000 latu, kopā ar 165 000 latu lieliem procentiem. Vēl pēc gada šim depozītam 165 000 latu apmērā pievienosies gada procenti. Kopējā depozītu summa jau sasniegs 166 650 latu. Te mums ir darīšana ar saliktiem procentiem, kuru aprēķinu lasītājs apguvis skolā. Runa ir par augļu augļiem jeb procentu procentiem, kuru summa nemitīgi aug un nemitīgi palielina sākotnējo ieguldījumu. Ja investors ikgadējo ienākumu neiztērēs, bet arvien no jauna ieguldīs bankā, depozīts varenī pieaugs un gadu no gada vēl palielināsies uz saliktu procentu rēķina. Pēc elementārās formulas var aprēķināt, cik liela pēc 3, 5, 10 gadiem būs šodien noguldītā naudas summa.

Šodien ieguldot bankā 1 latu, pēc gada noguldījuma īpašnieks saņems $1+R$ latus, kur R ir gada procentu likme. Pēc diviem gadiem viņš saņems $(1+R) \times (1+R) = (1+R)^2$ latus, pēc trim gadiem – $(1+R)^3$ latus, bet pēc t gadiem – $(1+R)^t$ latus. Ja summu, ko pēc t gadiem saņems noguldītājs, apzīmēsim ar V_t , tad viena lata pieaugums aprēķināms pēc formulas $V_t = (1+R)^t$. Problēmai ir vēl otra puse: var aprēķināt, cik pašlaik latu jāgulda bankā, lai, izmantojot noteiktu procentu likmi, pēc gada, diviem, desmit, pat trīsdesmit gadiem saņemtu vēlamu naudas summu. Te nonākam līdz gandrīz paradoksālam secinājumam: šīsdienas nauda rītdienas skatījumā ir ievērojami vērtīgāka nekā šīsdienas nomināls. Patiešām, cik šodien maksā rītdienas vai parītdienas 1 lats, ko apzīmēsim ar V_p ?

Šo lielumu aprēķina pēc formulas

$$V_p = \frac{V_t}{(1+R)^t},$$

kur iepriekšējās formulas apzīmējumi saglabāti. Formula skaidri liecina, ka naudas daudzums, kas šodien jānogulda bankā, lai kaut kad priekšdienās saņemtu vienu naudas vienību, ir atkarīgs no noguldījumu procentu gada likmes R un no gadu skaitu t . Tabula dod labu ieskatu problēmā. Aprēķinu, ar kura palīdzību aplēs šīsdienas naudas summu jebkuram tās daudzumam, ko varēs saņemt nākotnē, sauc par nākotnes ienākumu diskontēšanu.

Viena lata diskontēšana

Procentu likme (%)	Gadi					
	1.	2.	5.	10.	20.	30.
5	0,952	0,907	0,747	0,558	0,312	0,174
10	0,909	0,826	0,621	0,386	0,149	0,015
20	0,833	0,694	0,402	0,162	0,029	0,004

Ja gada procentu likme ir 10%, tad, lai pēc 30 gadiem saņemtu 1 latu, šodien jānogulda 1,5 santīmi. Šāds aprēķins būs spēkā vienīgi tad, ja procentu likme nemainīsies. Miglā tīts ir jautājums, kāda pēc 30 gadiem būs lata pirktspēja, ievērojot inflāciju.

Nākamo ienākumu diskontēšana un ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācija. Nākamo ienākumu diskontēšana nav primitīvi matemātiski vingrinājumi, bet nākotnes ienākumu nozīmīga izvērtēšana, kas motivē investoru ekonomisko uzvedību, rīcību. *Pirmkārt*, uzņēmēji ir ieinteresēti ar īsākām atstarpēm saņemt ienākumus, lai tos pēc iespējas ātrāk noguldītu bankās; tas palielinās ienākumu; *otrkārt*, nav izdevīgs jaunceļamo objektu ilgs celšanas un apgūšanas laiks. Līdzekļi tiek ieguldīti šodien, bet ienākumi tiks gūti tikai pēc zināma laika. Šinī gaidīšanas laikā par naudas līdzekļiem iepirktie resursi būs “dīkdieņi”, ienākumus nenesīs. Jūtami zaudējumi būs manāmi sakarā ar šo naudas līdzekļu alternatīvajām izlietošanas iespējām, kad līdzekļu un resursu atdeve tiks panākta krietni ātrāk un ar mazāku risku. *Treškārt*, šīsdienu naudas vērtējums ir zemāks par rītdienas naudas vērtīgumu. Salīdzinot saimnieciskus projektus, nosakot to salīdzinošo efektivitāti, jāievēro laika faktors, nākamo ienākumu diskontēšanas rezultāts. Šāda pieeja var mainīt kāda projekta efektivitātes novērtējumu, motivēt lēmuma pieņemšanu. *Ceturtkārt*, iepriekš pamatotās kapitāla un investīciju cenu formulas balstās uz nereālu pieņēmumu, ka attiecīgie ienākumi tiks gūti bez laika ierobežojuma, mūžīgi. Šīs formulas prasa korekciju: ienākumu ierobežošanu laika ziņā un papildināšanu ar nākamo ienākumu diskontēšanas rezultātu. Investīciju (arī kapitāla) cenu izmaiņas iespaidos lēmumu pieņemšanu investīciju jomā. *Piektkārt*, diskontēšanas operācija ir populāra vērtspapīru tirgū, pērkot akcijas, valsts un privāto firmu obligācijas, kā arī apdrošināšanas biznesā. Diskontēšanu lieto sociālajā psiholoģijā, menedžmenta psiholoģijā; tā palīdz motivēt lēmumus jebkurā uzņēmējdarbības sfērā, kas ir saistīta ar laika faktoru.

Diskontēšana un prognožu precizitāte. Nākamo ienākumu diskontēšana ir nepieciešama, lai izvērtētu nākotni, prognozētu rītdienu. Šāda prognoze būs precīza tikai gadījumā, ja sākotnēji nosacījumi nemainīsies. Mainoties procentu likmei, gūsim atšķirīgu rezultātu. Rožainas cerības, kas saistās ar procentu procentiem, inflācijas iespaidā izkūpēs: ikvienu ienākuma saņēmēju interesē ne tik daudz ienākuma summa (naudas vienību daudzums), bet katras naudas vienības faktiskā pirktspēja. Nestabilā ekonomikā diskontēšana brīžiem tikai mazina zaudējumus.

15.6. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Darba līdzekļu un darba priekšmetu tirgus – aptver visus kapitāla resursu elementus, sastāvdaļa – investīciju preču tirgus, galvenokārt darba līdzekļu tirgus.
2. Kapitāla tīrais ražojums – fenomens, kad, pateicoties kapitālam, aug darba ražīgais spēks, aprēķina kā produkciju, kas paliek pāri pēc tam, kad atlīdzinātas visas izmaksas.
3. Dabiskais procents no kapitāla – ienākums, ko dod kapitāls, pateicoties tīrajam ražojumam.
4. Kapitāla cena – pēc ekonomiskā satura kapitalizēts ienākums no kapitāla, proti, līdzinās tai naudas summai, kas jāiegulda bankā kā termiņa noguldījums, lai kapitāla īpašnieks noguldījuma procentu veidā saņemtu tādu pašu summu kā dabiskais procents no kapitāla.
5. Kapitāls un investīcijas (kapitālieguldījumi) – kapitāla daļa kopējās investīcijās.
6. Kapitāla pieprasījums – regulē galējā produkta lielumu.
7. Investīciju pieprasījums – regulē galējā produkta lielumu.

8. Procentu dabiskās normas mazināšanās likums – kapitāla atlase no katras nākamās vienības mazinās.
9. Kapitāla piedāvājums – kapitāla galējās alternatīvās izmaksas, kas atspoguļo naudas līdzekļu neizmantotās izlietošanas iespējas, regulē naudas līdzekļu un līdz ar to pastiprināti kapitāla un investīciju pieprasījumu.
10. Kapitāla un investīciju līdzsvara pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvars.
11. Investora ienākums – veidojas no visām investīciju sastāvdaļām: 1) zemes rente; b) dabiskais procents no kapitāla; c) peļņa no uzņēmējspējām.
12. Investīciju cena – kapitalizēts investīciju ienākums, tāda naudas summa, kas ieguldīta bankā kā termiņa noguldījums, nodrošina noguldījumu procentu veidā tādu pašu ienākumu kā no investīciju kopsummas.
13. Nākamo ienākumu diskontēšana – ienākuma papildu iegūšana noguldījumu procentu veidā, ieguldot investīciju peļņu bankās.

15.7. Secinājumi

Kapitāls atšķiras no citiem ražošanas resursiem ar to, ka tie ir sekundārie resursi, ko radījusi pati ekonomiskā sistēma. Kapitāla elementu izgatavošanai jāizmanto viss ražošanas resursu klāsts.

Kapitāls pēc sava satura ir ražošanas līdzekļi, gan darba līdzekļi, gan darba priekšmeti, kas tiek pirkti un pārdoti kapitāla tirgus atšķirīgos segmentos.

Kapitālam, visupirms darba līdzekļiem, piemīt tīrais ražīgums, īpašs jaunrades spēks, kas izpaužas papildu produkcijā, ko nodrošina kapitāla izmantošana. Lai saražotu kapitāla elementus, šīsdiens resursi nav jāizlieto patēriņam, bet jāiegulda uzņēmējdarbībā rītdienas vajadzībām, attīstībai.

Papildu produkcija, ko nodrošina kapitāls, pārvēršas ienākumā naudas formā. To raksturo kā procentus, ienākumu, ko rada kapitāls kā ražošanas resursu, pateicoties tā tīrajam ražīgumam. Procenti no kapitāla ārēji skaidri izpaužas, kapitālu iznomājot, kā nomas maksa.

Attiecinot naudas izteiksmē ienākumu no kapitāla pret paša kapitāla lielumu, mēs gūstam kapitāla procentu dabiskās normas skaitlisko raksturojumu.

Procenti kā ienākums no kapitāla un aizdevuma procenti (procenti par kredītu) ir principiāli atšķirīgas kategorijas. Starp tiem vienlaikus ir ciešs sakars. Lai iegādātos kapitālu, uzņēmējs bieži izlieto kredītu. Noteikta lieluma kredītprocentu atmaksa ir iespējama, pateicoties kapitāla radītai procentu summai. Šī sakarība kredītoram jāievēro. Pretējā gadījumā nebūs pieprasījuma pēc kredīta kapitāla pirkšanas.

Kredītoru un debitoru motivācija ir cieši saistīta ar laika faktoru. Kredītors šodien atsakās no naudas līdzekļu izmantošanas kaut kādu savu vajadzību apmierināšanai. Pretēji tam debitors var šo naudu nekavējoties izmantot kapitāla iegādei, lai to ieguldītu uzņēmējdarbībā.

Kapitāla cena ir kapitalizētie procenti vai ienākums no kapitāla. Šī cena ir tieši proporcionāla ienākumam no kapitāla, tātad procentiem, un apgriezti proporcionāla procentu vidējai likmei, ko bankas maksā par termiņnoguldījumu. Līdz ar to kapitāla cena līdzinās naudas summai, kas noguldīta bankā, dod procentu veidā tādu pašu ienākumu, kādu spēj nodrošināt kapitāls, pateicoties tā tīrajam ražīgumam. Šādi aprēķināta kapitāla cena attiecas visupirms uz kapitālu – darba līdzekļiem.

Kapitāla – darba priekšmetu – cena kā līdzsvara cena veidojas atkarībā no pieprasījuma un piedāvājuma samēra konkurences iespaidā pēc klasiskiem cenu veidošanas nosacījumiem.

Pieprasījums pēc kapitāla saistās ar pieprasījumu pēc naudas līdzekļiem kapitāla iegādei. Reālas sakarības ir šādas: naudu izlieto investīcijām; tās iegulda uzņēmējdarbībā, lai radītu jaunas, atjaunotu un paplašinātu esošās ražošanas un pakalpojumu sniegšanas jaudas; šai nolūkā jāpērk kapitāls. Visa sākums ir kredīti investīcijām.

Investīcijas izlieto ne tikai investīciju preču, būtībā kapitāla – darba līdzekļu – pirkšanai, bet arī citu ražošanas resursu iegādei jāpērk vai jānomā zeme, jāpērk ražošanas krājumi (kapitālu – darba

priekšmetus) ražošanas uzsākšanai, jārezervē darba algas fonds un līdzekļi pārvaldnieku darba samaksai.

Pieprasījumu pēc investīcijām un kapitāla regulē kapitāla galējais produkts. Kapitāla atdevei, kapitāla procentu dabiskai normai ir raksturīga mazināšanās tendence. Tā darbojas, pastāvot pārējiem vienādiem nosacījumiem. Apvērsumi tehnikā, tehnoloģijā, organizācija var šo tendenci uz laiku apstādināt.

Investīciju un kapitāla piedāvājumu regulē kapitāla galējās alternatīvās izmaksas.

Ja aizdevuma procentu likme sakrīt ar kapitāla dabisko procentu normu, tad investīciju un kapitāla piedāvājums un pieprasījums sakrīt un kapitāla tirgū īstenojas līdzsvars. Veidojas kapitāla līdzsvara cena.

Investora ienākumu veido vesela faktoru kopa. Tā pamats ir ienākums no kapitāla. Investīciju ienākumu sastāvā var būt iekšējās jeb alternatīvās izmaksas, zināms peļņas lielums, arī sakarā ar labvēlīgu tirgus konjunktūru, maksa par risku, monopolpeļņas elementi, guvums no izdevīga valūtas kursa, subsīdijas. Visi šie ienākumi kopā iespaido investīciju cenu.

Investīciju cena ir kapitalizēts investora ienākums. Šī cena ir tieši proporcionāla investora ienākumam un apgriezti proporcionāla procentu gada likmei par termiņnoguldījumiem. Investīciju cenu veidošanas nosacījumi atspoguļo investīciju pieprasītāju un piedāvātāju ekonomiskās uzvedības un rīcības motīvus.

Lēmumu pieņemšana investīciju jomā jābalsta uz efektivitātes kritērijiem. Viens no rādītājiem, kas ļauj salīdzināt alternatīvus variantus, ir investīciju atdeve. To aprēķina, veidojot attiecību: ienākumi no investīcijām pret investīciju summu. Investīciju atdevi var izteikt procentos vai kā koeficientu. Zinot, kāda ir procentu likme valsts parādzīmēm, dažādiem vērtspapīriem, termiņnoguldījumiem, dažādu variantu investīciju gaidāmā atdeve, iespējams, ievērojot riska pakāpi un laika faktoru, izvēlēties efektīvāku risinājumu.

Lai noskaidrotu investīciju izdevīgumu, efektivitātes aprēķini papildināmi ar nākamo ienākumu diskontēšanas rezultātu. Problēmai ir divi aspekti. *Pirmkārt*, saņemot no investīcijām noteiktu ienākumu, investors var šo ienākumu neizlietot ne patēriņam, ne uzņēmējdarbības izvēršanai, bet ieguldīt bankā kā termiņdepozītu ar mērķi saņemt noguldījuma procentus. Sāksies ieguldītās naudas pašvairošanās process, jo saskaņā ar salikto procentu rēķinu turpmāk procentus radīs ne tikai sākotnējais noguldījums, bet arī procenti un procentu procenti. *Otrkārt*, var aprēķināt, cik daudz naudas šodien jānogulda bankā, lai ar fiksētu procentu likmi pēc zināma gadu skaita saņemtu noteiktu naudas summu. Nozīmīgi ir tas, ka šīsdienas nauda rītdienas skatījumā ir ievērojami vērtīgāka nekā šīsdienas nomināls.

Šie aprēķini, kurus sauc par nākamo ienākumu diskontēšanu, iespaido ekonomiskās uzvedības, rīcības praktisko motivāciju, it sevišķi investīciju jomā, ikviens investors ir ieinteresēts saīsināt objektu celtniecības un jaudu apgūšanas laiku. Ar nākamo ienākumu diskontēšanas rezultātu jākorrigē kapitāla un investīciju cenu veidošanas aprēķini.

15.8. Pamatterminu tulkojums

Kapitāla tirgus pārdošanas vai pirkšanas objekti	<i>sale and purchase objects in capital market</i>	объекты купли и продажи на рынке капитала
Kapitāla tīrais ražīgums	<i>pure productivity of capital</i>	чистая производительность капитала
Kapitāla galējais produkts un kapitāla pieprasījums	<i>marginal product of capital and capital demand</i>	предельный продукт капитала и спрос на капитал
Nākamo ienākumu diskontēšana	<i>disounting future income</i>	дисконтирование будущих доходов
Procenti kā ienākums no kapitāla	<i>interest as income from capital</i>	проценты как доходы от капитала

15.9. Pašpārbaudes jautājumi

1. Ar ko atšķiras kapitāls no citiem ražošanas resursiem?
2. Kādi ražošanas līdzekļi ietilpst kapitāla kategorijā?
3. Kas ir kapitāla tīrais ražīgums?
4. Ar kādiem upuriem saistās elementu ražošana?
5. Kāds avots ir ienākumam no kapitāla?
6. Kāda ir procentu no kapitāla ekonomiskā būtība?
7. Kā var ekonomiski raksturot kapitāla procentu dabisko normu?
8. Kāds sakars ir starp procentiem no kapitāla un aizdevuma procentiem?
9. Ar ko atšķiras kreditora motivācija, piešķirot kredītu kapitāla iegādei, no debitora motivācijas, pieprasot kredītu?
10. Kāda ir kapitāla pircēja motivācija?
11. Kāpēc un kā kapitāla cenu regulē termiņnoguldījumu procentu gada likme?
12. Kāds ir kapitāla cenas veidošanas mehānisms?
13. Kā veidojas kapitāla – darba priekšmetu – cenas?
14. Kam tiek izlietotas investīcijas?
15. Kas un kāpēc regulē kapitāla un investīciju pieprasījumu?
16. Kā var pamatot kapitāla procentu dabiskās normas mazināšanās likumu?
17. Kāds sakars ir zemes ekonomiskajai auglībai ar kapitāla atdeves mazināšanos?
18. Kas un kāpēc regulē kapitāla un investīciju piedāvājumu?
19. Kas, kad un kāpēc nodrošina līdzsvaru kapitāla tirgū?
20. Kas veido investora ienākumu, kas ir tā avots?
21. Kas un kāpēc nosaka investīciju cenu?
22. Kādi ir investīciju izdevīguma kritēriji?
23. Kāda ir nākamo ienākumu diskontēšanas ekonomiskā būtība?
24. Kāpēc nākotnes lats ir vērtīgāks par šodienas latu?
25. Kāda praktiska nozīme ir nākamo ienākumu diskontēšanai?

16. nodaļa. Uzņēmējspēju tirgus un cenas

16.1. Vispārējs raksturojums

Uzņēmējspēju loma. Katram no četriem ražošanas resursiem ir savs tirgus, kuru cenas atspoguļo gan kopējās likumsakarības, gan konkrēta tirgus specifiku. Šī atziņa pilnā mērā attiecas uz uzņēmējspēju tirgu. Šo tirgu un uzņēmējspējas kā ražošanas resursu bieži vien ignorē. Jau pirmajā tematā tika noskaidrots, ka bez šīm spējām, kas integrē reālai uzņēmējdarbībai trīs minētos ražošanas resursus, nav praktiskās tirgus saimniecības. Uzņēmēja iniciatīva, gatavība riskēt, investēt līdzekļus, lai izgudrojumus pārvērstu darbīgā tehnikā un tehnoloģijā, tirgus informācijas novērtēšana, intuīcija pieņemt lēmumus ir sevišķas dotības, talants, kas tirgū ir prece ar noteiktu cenu.

Uzņēmējspēju īpašnieks, *pirmkārt*, var pats dibināt, organizēt, vadīt savu uzņēmumu, *otrkārt*, var piedāvāt savas spējas konkrētajā tirgū, turpmāk strādājot par augsta ranga pārvaldnieku.

16.2. Uzņēmējspēju cenas veidošanās

Uzņēmējspēju cena pēc sava ekonomiskā rakstura ir tuva monopolcenai: ja runa ir par augsta ranga pārvaldniekiem, tad, ievērojot šī resursa ierobežotību, konkurence izpaužas vāji.

Uzņēmējspēju cenas sastāvdaļas. Uzņēmējspēju cena parasti sastāv no vairākām daļām: *pirmkārt*, no monopolalgas (ASV gadā no 300 000 līdz 1 miljonom un vairāk USD); *otrkārt*, no prēmijām par sekmīgiem saimniekošanas rezultātiem, veiksmīgiem pārkātojumiem u.tml.; *treškārt*, no tiesībām ar lielu atlaidi iegādāties konkrētas akciju sabiedrības akcijas, līdz ar to saņemot dividendes par ievērojami augstāku likmi nekā ierindas akcionāri. Papildus var paredzēt arī speciālas piemaksas, pārvaldniekiem aizejot atvaļinājumā, paaugstinātas firmas pensijas un lielāku komandējuma naudu, visai ģimenei medicīnisko apdrošināšanu visās ārstniecības aprūpes formās u.c.

Uzņēmējspēju tirgus šaurība. Uzņēmējspēju tirgū nereti notiek cilvēku pārvilināšana no vienas firmas uz otru, kas var izraisīt skandālus. Šis tirgus ir visai šaurs; tajā iekļūt ir lielas grūtības. Lai gūtu priekšstatu par uzņēmējspēju augstākajām cenām, var minēt, ka vienā veiksmīgā gadā kāda automobiļu koncerna prezidents kopējā atalgojumā saņēma 31 miljonu USD. Eiropas Savienībā lielo firmu augstāko pārvaldnieku gada ienākums reizēm sasniedz vairākus miljonus ekiju.

Uzņēmējspēju tirgus Latvijā. Uzņēmējspēju tirgus sāk veidoties arī Latvijā. Šinī tirgū pircēji vispirms ir bankas, ārzemju firmu filiāles, lielāki vietējie uzņēmumi. Obligāta prasība (bez uzņēmēja talanta) ir angļu valodas zināšanas, prasme lietot datoru sarežģītu ekonomisku uzdevumu risināšanā, zināšanas tirgzinībās, pieredze (vislabāk starptautiska) nozares uzņēmējdarbībā. Nozīmīgi ir tas, cik daudz ir investēts "cilvēciskajā kapitālā", it sevišķi apmācībā ārzemēs. Vienlaikus jāatzīmē, ka ne katrs pasaules labākajās biznesa skolās apmācīts speciālists ir spējīgs būt augsta ranga pārvaldnieks un piedalīties kā pārdevējs uzņēmējspēju īpašnieku tirgū. Daudzi vadītāji, kas šobrīd Latvijā ir firmu prezidenti, akciju sabiedrību valdes priekšsēdētāji, vēl nebūt nav ar nobriedušām uzņēmējspējām. Uzņēmējspēju veidošanās Latvijā prasīs ilgāku laiku, jāuzkrāj pieredze, taču šim procesam ir laba perspektīva. Šo spēju attīstība, vairošana notiek arī Latvijas augstskolās – ekonomikas un vadības specialitātēs.

16.3. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Uzņēmējspēju loma – integrēt efektīvai saimniekošanai pārējos ražošanas resursus.
2. Uzņēmējspēju lietošana – tās lieto kā iekšējās izmaksas pats uzņēmējs vai pārdod uzņēmējspēju tirgū kā algotu pārvaldnieku spējas.

3. Uzņēmējspēju cena – nosaka pieprasījuma un piedāvājuma samērs, sastāv no vairākām daļām:
 - a) mēneša, ceturkšņa, gada darba alga; b) uzņēmuma akcijas ar lielu atlaidi vai bez maksas kā īpašs prēmiju veids.
4. Uzņēmējspēju tirgus šaurība – cilvēku ar uzņēmējspējām ir visai mazs skaits; uzņēmējspējām ir monopola iezīmes, kas nosaka šiem resursiem visai augstas cenas.

16.4. Secinājumi

Mūsdienu uzņēmējdarbības norises nav izprotamas bez tādu ražošanas resursu kā uzņēmējspēju analīzes.

Uzņēmējspējas jāatšķir no uzņēmējdarbības. Pirmās ir zināma potence, kas var tikt neizmantota. Uzņēmējdarbība ir šo spēju izmantošana, noteikta mērķtiecīga rīcība.

Tirgus ekonomikā tieši uzņēmējspējas savieno ražošanā, pakalpojumu sniegšanā, jebkurā saimnieciskā darbībā pārējos trīs ražošanas resursus.

Uzņēmējspējas var likt lietā pats šo spēju īpašnieks savā uzņēmumā. Tam alternatīva ir algota pārvaldnieka darbība.

Uzņēmējspējas ir visai ierobežoti resursi. Šī iemesla dēļ šo spēju tirgū veidojas uzņēmējspēju cenas, kas tuvas monopolcēnām.

Uzņēmējspējas ir avots uzņēmējdarbības peļņai. Likumsakarīgi, ka algoto pārvaldnieku atalgojums ietver peļņas daļu.

Mācības, pieredze attīsta uzņēmējspējas.

16.5. Pamatterminu tulkojums

Uzņēmējspēju izmantošanas alternatīva	<i>alternatives of entrepreneurship abilities</i>	альтернатива использования предпринимательских способностей
Uzņēmējspēju cenu veidošana	<i>formation of price of entrepreneurial abilities</i>	формирование цен предпринимательских способностей
Uzņēmējspēju tirgus ierobežotība	<i>limits of market of entrepreneurial abilities</i>	ограниченность рынка предпринимательских способностей

16.6. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kāpēc uzņēmējspējas uzskatāmas par ražošanas resursiem?
2. Ar ko atšķiras uzņēmējspējas no uzņēmējdarbības?
3. Kāda loma ir uzņēmējspējām tirgus ekonomikā?
4. Kādas ir uzņēmējspēju lietošanas alternatīvas?
5. Kāds mehānisms veido uzņēmējspēju cenu?
6. Kādas ir algoto pārvaldnieku atalgojuma sastāvdaļas?
7. Kādas īpatnības ir uzņēmējspēju tirgum un cenām Latvijā?
8. Kā attīstīt uzņēmējspējas, kāpināt to cenu?

17. nodaļa. Nekustamā īpašuma tirgus

17.1. Nekustamā īpašuma tirgus objekti

Autonomie un jauktie tirgi. Vienkāršotajā tirgus modelī izdalījām divus autonomus tirgus: ražošanas resursu tirgu un patēriņa priekšmetu tirgu. Ražošanas resursu tirgus iepriekš tika analizēts caur četru atsevišķu ražošanas resursu tirgu īpatnību prizmu. Praktiskajā saimniekošanā darbojas ne tikai autonomi, atšķirti tirgi, bet arī jauktie tirgi. Latvijas saimniecībai, pārejot uz tirgus ekonomiku, kad veidojas un nostiprinās privātais īpašums jo daudzās jomās, ievērojama loma ir tirgum "jauktenim" – nekustamā īpašuma tirgum.

Gan dabas resursi, gan kapitāls, gan patēriņa priekšmeti. Nekustamā īpašuma tirgū visupirms tiek piedāvāti un pieprasīti, pārdoti un pirkti daļa dabas resursu un konkrēti kapitāla elementi. Šī tirgus objekti ir zeme gan kā *locus standi*, gan komercdarbībai lauksaimniecībā, mežsaimniecībā, iegūstošajā rūpniecībā. Nekustamā īpašuma pārdošanas un pirkšanas objekti ir arī tādi kapitāla elementi kā celtnes, ražošanas ēkas, darbnīcu korpusi.

Patēriņa priekšmetu un sadzīves pakalpojumu tirgu pārstāv dzīvojamie nami, atsevišķi dzīvokļi, vasarnīcas, tūrisma un sporta bāzes, noliktavu ēkas, veikalu telpas utt.

Nekustamā īpašuma tirgus veidošanās Latvijā. Pašlaik Latvijā aktīvi veidojas nekustamā īpašuma tirgus, jo šo procesu sekmē: *pirmkārt*, tiesiski pamatoti lēmumi par nekustamā īpašuma objektu reprivatizāciju; līdz ar to šos objektus var potenciāli iesaistīt nekustamo īpašumu tirgus apritē; *otrkārt*, valsts un pašvaldību īpašuma privatizācija, valsts un pašvaldības nekustamā īpašuma tirgū aktīvi rīkojas kā pārdevēji; *treškārt*, plaša dzīvokļu fonda privatizācija; *ceturtkārt*, zemju, mežu privatizācija; daudzi zemes jaunieguvēji vēlas savu zemi pārdot. Situācija ir sarežģīta, jo daudzas privātās mājas, vasarnīcas (veseli kādreizējie kooperatīvi) pagātnē uzbūvētas ne tikai uz valsts, pašvaldību, bet arī citu īpašnieku zemes.

Augšupeja un lejupslīde. Latvijā ap 1992. gadu strauji sāka attīstīties nekustamā īpašuma tirgus. Vairāki desmiti firmu apkalpoja šo tirgu kā starpnieki starp pircējiem un pārdevējiem. Bankas, firmas saviem ofisiem centās nopirkt veselās mājas, un radās problēma – kur nopirkt dzīvokļus šo pērkamo māju līdzšinējiem īrniekiem. Auga pieprasījums pēc ēkām ražotņu vajadzībām, pēc telpām tirdzniecības organizācijām. Jaunbagātņiki alka pēc lepniem dzīvokļiem, savrupmājām, izskatīgām vasarnīcām. Vientuļi pensionāri, pensionāru ģimenes, mazturīgi iedzīvotāji alka apmainīt lielus, dārgus dzīvokļus pret mazākiem, lētākiem dzīvokļiem. Cilvēki, kurus pēkšņi "pārcēla" dzīvot privatizētā mājā, dažkārt vēlējās kaut kur citur pirkt savu dzīvokli, būt dzīvokļa privātpašnieki.

Nekustamā īpašuma tirgus veidošanās īpatnība bija tā, ka tam bija jāapkalpo nomas darījumi, jāsaved piedāvātājs ar pieprasītāju, potenciālie pārdevēji un pircēji. Ātri vien tika iznomātas, tad remontētas un apgūtas daudzas pagrabtelpas.

Jau 1995. gadā un it sevišķi 1996. gadā Latvijas nekustamā īpašuma tirgus saplaka. Iemesls bija nevis vajadzību piesātināšana, bet uzņēmējdarbības ierobežoti ienākumi, iedzīvotāju pirktspējas sarukšana. Negatīvu iespaidu uz nekustamā īpašuma tirgu atstāja banku krīze. Zīmīgi ir tas, ka daudzi pirms vairākiem gadiem uzsākti celtniecības objekti šodien ir pamesti: darbi pārtraukti līdzekļu trūkuma dēļ. Procenti par kredītiem, neskatoties uz pazemināšanās tendenci, celtniecības izvēšanai joprojām ir par augstu. Nekustamā īpašuma tirgū piedāvājums manāmi pārsniedz pieprasījumu. Daudziem objektiem ir zema vai pat nulles likviditāte.

17.2. Nekustamā īpašuma tirgus cenas

Vispārējā cēloņsakarība. No vienas puses, cenu veidošanās nosacījumi ir vispārēji: pircēji pieprasījumu saista ar galējo derīgumu, bet pārdevēji piedāvājumu – ar galējām ražošanas izmaksām. Minēsim dažas dzīvokļu cenas par 1 m² jaunus namos, kurus nodeva ekspluatācijā 1995. gadā.

Zasulaukā tā ir paredzēta Ls 150–190, Juglā – Ls 180–190, Imantā – Ls 236, Rīgas centrā, Hospitāļu ielā – Ls 600, Baznīcas ielā – Ls 790–800. Iepriekšējos gados uzceltu 119. sērijas trīsistabu dzīvokli var nopirkt par Ls 5000–6000.

Monopolcenas. No otras puses, Rīgas apkaimē, atpūtas zonā nami tiek piedāvāti par monopolcenām. Par to liecina tabulas dati.

17.1. tabula

Ekspluatācijā nododamu namu cenas (1997. g.)

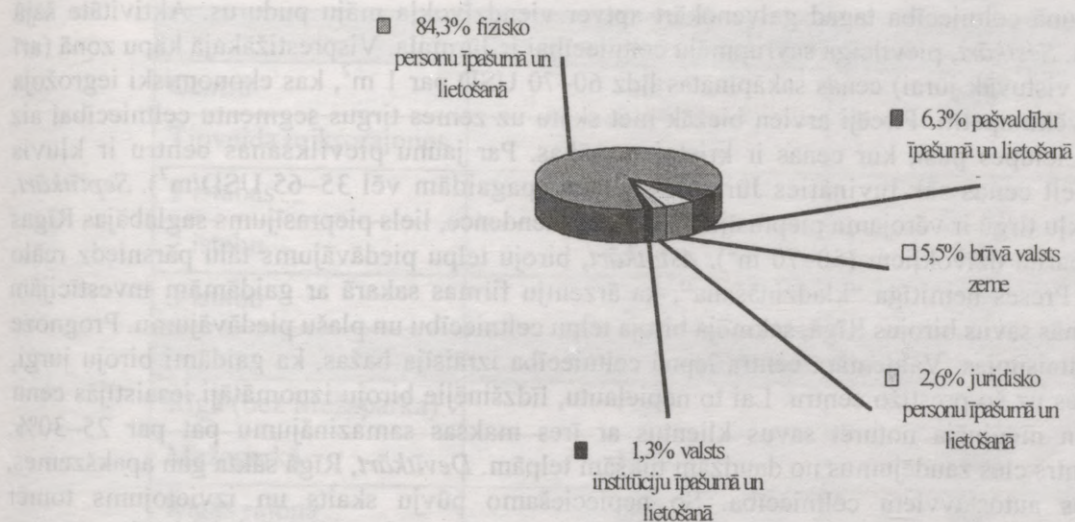
Rajons	Namu un zemes gabala platība (m ²)	Nama raksturojums	Kopējā cena, Ls
Jūrmala, Lielupe	78,5 un 800	3 istabas, kamīns, krāsns, WC, pagrabs	19 875
Jūrmala, Melluži	160 un 2 200	7 istabas, pagrabs, WC, telefons, autonoma ūdensapgāde, krāsns apkure, vietējā kanalizācija	32 000
Ragaciems	450	2 viesistabas, kamīns, visas ērtības, apkure ar cietu un šķidru kurināmo	37 900
Baltezers	600 un 600	3 stāvu nams, gatavs apdzīvošanai, 12 istabas, garāža, telefons, elektrība, ūdens apgāde	46 700
Jūrmala, Majori	80 un 500	7 istabas, WC, virtuve, veranda	16 200
Jūrmala, Dubulti	110 un 800	7 istabas, 2 verandas, WC, virtuve, krāsns	36 700

Saprotams, šīs vasarnīcas un citi nami ir pa kabatai tikai visai turīgiem pircējiem. Runājot kopumā par dzīvokļu problēmu, jāuzsver, ka paies zināms laiks, kāds gadu desmits, kamēr šis jautājums nokārtosies civilizētu valstu līmenī. Privāto māju īpašnieki visādi nopūlas, lai iegūtu brīvu rīcību īres maksas lieluma noteikšanā. Lielu dzīvokļu cena ievērojami pieaugs. Sāksies “lielā tautas staigāšana”, kamēr veidosies līdzsvara cena, ievērojot ienākumu diferenciaciju nākotnē. Jau tagad ir vairāk nekā skaidrs, ka bez kredīta nevar atrisināt dzīvokļu problēmu Latvijā. Nav šaubu, ka pašreizējie apstākļi Latvijā mainīsies uz labo pusi un nekustamā īpašuma tirgus veiksmīgi attīstīsies.

17.3. Zemes tirgus īpatnības Latvijā

Pastarpinātā pieprasījuma loma. Pieprasījumu Latvijas zemes tirgū nosaka vairāki faktori: *pirmkārt*, pieprasījums pēc vietējiem lauksaimniecības ražojumiem, ņemot vērā importprodukcijas konkurenci; *otrkārt*, lauksaimniecības ražojumu eksporta perspektīvas; *treškārt*, kokmateriālu eksporta perspektīvas (pieprasījums pēc meža zemēm); *ceturtkārt*, dzīvokļu celtniecības perspektīvas; *piektkārt*, ceļu celtniecības perspektīvas; *sestkārt*, infrastruktūras objektu celtniecības perspektīvas uz zemes platībām, kam līdz šim bija cits izmantojums.

Zemes īpašuma attiecības un tirgus 2000. gada pirmajā pusē. Zemes denacionalizācija un privatizācija, tās pirkšanas un pārdošanas rezultāts atspoguļojas šādos skaitļos. Zemes īpašumi: reģistrēti – 292 441 zemes īpašums (2 640 800 hektāri), no tiem pilsētās 91 906 īpašumi (45 784 hektāri). Brīvā valsts zeme – 279 323 hektāri. Šī zeme sadalās īpašniekiem, nostiprinot zemes privātīpašumu.

Lauksaimniecībā izmantojamās zemes īpašnieki¹

Šī shēma raksturo arī Latvijas potenciālās zemes tirgus struktūru.

Neskaidra perspektīva. Analīze rāda, ka pieprasījums Latvijas zemes tirgū ir grūti prognozējams. Pārāk daudz ir nezināmo. Kā lauksaimniecisko ražošanu ietekmēs iestāšanās ES? Daži eksperti apgalvo, ka lauksaimniecībā nodarbināto skaits Latvijā ir par lielu, ka cilvēkiem jāpār kvalificējas. Ja attīstība īstenosies pēc šāda scenārija, pieprasījums pēc zemes saruks, piedāvājums pieaugs. Šo piedāvājumu arī sekmē tas, ka visi zemes īpašumi galu galā būs reģistrēti zemes grāmatās un varēs kļūt par zemes tirgus objektiem. Pieprasījums pēc zemes dzīvokļu celtniecībai atkarīgs no kopējās ekonomiskās situācijas. Ja tiks realizēts *Via Baltica* projekts, pieaugs pieprasījums pēc zemes šīs maģistrāles rajonā. Maz ticams, ka tuvākā nākotnē izvērsīsies ražošanas un sociālās infrastruktūras plaša celtniecība. Nepieciešamība pēc jauniem labiekārtotiem, ES standartiem atbilstošiem ceļiem gan ir visai akūta. Jauna celulozes kombināta celtniecība palielinās pieprasījumu pēc meža platībām. Perspektīva zemes pieprasījuma jomā kopumā ir neskaidra. 1996. gada vidējā cena par vienu lauksaimniecībā izmantojamās zemes hektāru Ls 300 reālā izteiksmē var kristies (inflācija). Rīgā, Liepājā, Ventspilī, Jelgavā, Daugavpilī un to tuvākajā apkaimē atpūtas zonās zemes cena, domājams, celsies. Pieprasījuma un piedāvājuma līdzsvars Latvijas zemes tirgū iestāsies tikai tad, kad iezīmēsies republikas tautsaimniecības nozaru un iedzīvotāju dzīves līmeņa attīstības skaidras perspektīvas.

17.4. Pirmā desmitgade

Latvijas nekustamā īpašuma tirgus mūžs ir īss: nepilni desmit gadi. Tā dominante – revolucionāra pāreja no komandekonomikas uz tirgus ekonomiku. Paātrināti procesi mijās ar jaunu formu lēnu nobriešanu.

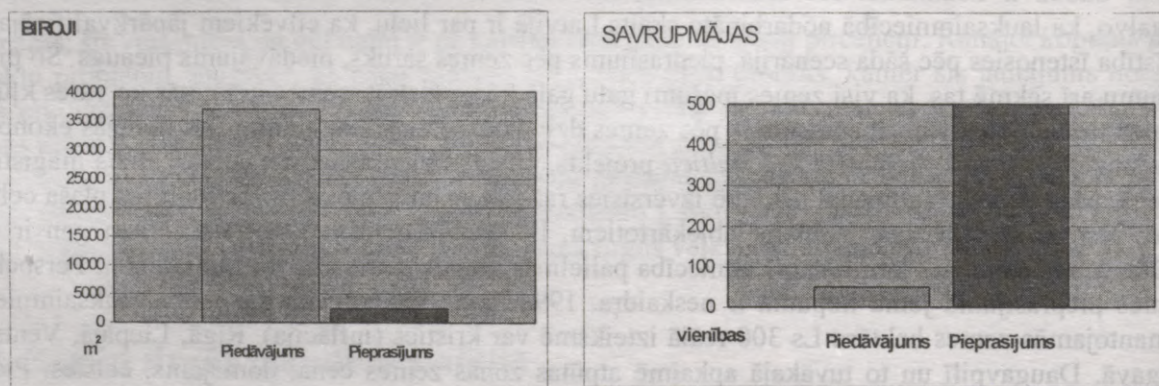
2000. gada pirmajā pusē Latvijas nekustamā īpašuma tirgū vērojamas vairākas būtiskas iezīmes. **Pirmkārt**, eksperti arvien biežāk situāciju šinī specifiskajā tirgū dēvē kā **stagnāciju ar krīzes elementiem**. Nekustamā īpašuma tirgus attīstība tiek uzskatīta par apstājušos; vairākos šī tirgus segmentos pieprasījums pārsniedz piedāvājumu. **Otrkārt**, krasi saasinājusies konkurence, noma un cena slīd lejup. Cēlonis ir Latvijas ekonomikas kārtējā stagflācija 1998.–1999. gadā, peļņas sarukšana,

¹ SP dati, Diena, 19.06.2000.

iedzīvotāju pamatmasas zemais dzīves līmenis. *Treškārt*, dzīvokļu tirgū radusies tikai daļēja stabilizācija. Elites dzīvokļu segmentā Rīgas centrā piedāvājums krietni pārsniedz pieprasījumu, tāpēc pēdējā pusgadā cenas ir kritušas vismaz par 5–10%. Speciālisti prognozē, ka tuvākā laikā uzņēmējdarbības pārstāvji nevar cerēt uz ienākumu pieaugumu. Bet tieši šī sociālā grupa līdz šim centās sev iekārtot elites ligzdiņu. Tam pagaidām ir pielikts punkts. Tiek prognozēta cenu tālākā lejupslīde. *Ceturtkārt*, hipotēku kredīts ir nepietiekams. *Piektkārt*, daudzdzīvokļu māju celtniecība praktiski apstājusies. Jaunā celtniecība tagad galvenokārt aptver viendzīvokļa māju pudurus. Aktivitāte šajā jomā ir augoša. *Sestkārt*, pievilcīga savrupmāju celtniecībai ir Jūrmala. Visprestižākajā kāpu zonā (arī visērtākajā un vistuvāk jūrai) cenas sakāpinātas līdz 60–70 USD par 1 m², kas ekonomiski iegrožoja pat bagātu cilvēku apetīti. Pircēji arvien biežāk met skatu uz zemes tirgus segmentu celtniecībai aiz dzelzceļa uz Lielupes pusi, kur cenas ir krietni zemākas. Par jaunu pievilksanas centru ir kļuvis Mežaparks. Šeit cenas sāk tuvināties Jūrmalas cenām (pagaidām vēl 35–65 USD/m²). *Septītkārt*, kaut arī dzīvokļu tirgū ir vērojama pieprasījuma krišanās tendence, liels pieprasījums saglabājas Rīgas centrā mazgabarīta dzīvokļiem (50–70 m²). *Astotkārt*, biroju telpu piedāvājums tālu pārsniedz reālo pieprasījumu. Preses nemitīga “kladzināšana”, ka ārzemju firmas sakarā ar gaidāmām investīcijām masveidā dibinās savus birojus Rīgā, sekmēja biroja telpu celtniecību un plašu piedāvājumu. Prognoze pagaidām neattaisnojas. Valdemāra centra lepnā celtniecība izraisīja bažas, ka gaidāmi biroju jūrģi, biroji pārcelsies uz šo prestižo centru. Lai to nepieļautu, līdzšinējie biroju iznomātāji iesaistījās cenu konkurencē un mēģināja noturēt savus klientus ar īres maksas samazinājumu pat par 25–30%. Valdemāra centrs cieš zaudējumus no daudzām tukšām telpām. *Devītkārt*, Rīgā sāka gan apakšzemes, gan virszemes autostāvvietu celtniecība. Šo nepieciešamo būvju skaits un izvietojums tomēr neatrisinās autostāvvietu problēmu Rīgas centrā. *Desmitkārt*, turpinās lielu tirdzniecības centru celtniecība Rīgā. Īpatnība ir tā, ka šie tirdzniecības monstri pacelsies ārpus Rīgas centra, nesaudzīgi izputinot simtiem sīku veikaliņu.

17.1. tabula

Pieprasījums un piedāvājums birojiem un savrupmājām¹



Kāda ir perspektīva? *Desmitkārt*, mikroekonomisko objektu celtniecība atkarīga no Latvijas makroekonomiskās situācijas. Ja īstenosies investīciju prognozes un iekšzemes kopprodukts augs ik gadus par aptuveni 5%, nekustamā īpašuma tirgus saraus stagnācijas važas un sāks iet kopsolī ar tautsaimniecības attīstību. Sliesies rūpniecības objekti, papildu tranzīta objekti, vajadzēs vairāk biroju, veiksmīgi komersanti ne tikai sapņos, bet reāli cels savrupmājas, celtniecība mazinās bezdarbu, budžetā ieplūdīs nodokļi. *Vienpadsmitkārt*, nekustamā īpašuma tirgus izkustēsies no stagnācijas vienīgi tad, ja investēt Latvijā būs izdevīgāk nekā citur pasaulē. To panākt var tikai ar sūru darbu un labu izdomu. Cerēt uz platonisko mīlestību pret Latviju ir tikpat perspektīvi, kā sagaidīt debesmannu. Te darbosies mehānisms ar atgriezenisko saikni. Investīcijas nākotnē radīs peļņu, peļņa iekustinās nekustamā īpašuma tirgu, augs peļņa, radīsies motīvs un reāls avots jaunām investīcijām.

To, kā nelabvēlīgā ekonomiskā situācija galu galā pazemina nekustamā īpašuma cenas, uzskatāmi rāda 17.2. tabula.

¹ NRA, 24.05.2000.

**Nekustamā īpašuma vidējo cenu izmaiņas
2000. gada pirmajā pusgadā (USD/m²)¹**

Rādītāji	Janvāris	Maijs
Dzīvokļi		
Centrā	900	650
Tipveida mikrorajonos		
1 istabas	237	235,5
2 istabu	228	229
3 istabu	232	232
Savrupmājas		
Rīgā (bez Mežaparka)	750	575
Mežaparkā	1200	1300
Rīgas rajonā	400	400
Tirdzniecības telpas		
Pārdošana	400–200	400–200
Noma	8–35	12–40
Biroja telpas		
Pārdošana	150–1200	120–1000
Noma	8–24	4–18

17.2. tabulas cenas ir līdzsvara cenas, kas pietiekami precīzi rāda objekta vidējo pieprasījuma un piedāvājuma samēru. Vienlaikus cenas rāda 2000. gada 5 mēnešu tendenci.

17.5. Oriģināli objekti

Vecrīgā savu darbu sāka izvērst firma “Vecpilsētas nekustamie īpašumi”, kas ietilpst itāļu koncernā “Ernesto Prefoni Group”. Runa ir par vecu veciem objektiem, arhitektūras vēstures projektiem, kas tiek kardināli rekonstruēti. Koncerns uzkrājis pieredzi, kā saglabāt senatni un vienlaikus veidot oriģinālu modernu interjeru. Pirmais objekts bija nams Stabu ielā 19, sekoja visai sarežģīts projekts – vecais spīķeris Vecpilsētas ielā un Pētera I pils. Visjaunākais projekts – nama rekonstrukcija Vecpilsētas ielā 8a. Investīciju lielums orientējoši ir 1,2 milj. USD. Šis nams vēstures ruļļos tika pirmo reizi pieminēts 1766. gadā.

Priekšstatu par šo oriģinālo objektu dod tā kopējā platība 1400 m². Pagrabtelpās un pirmajā stāvā ciemiņus aicinās ļoti komfortabls veclaiku stilā izbūvēts restorāns. Augstākajos stāvos būs izveidoti tikai 7 dzīvokļi no 50 līdz 220 m², kur saglabās vecos koka balstus. Izvirzās jautājums, vai miljona ieguldījumi šādā visai īpatnējā objektā atmaksāsies. Sākotnēji aprēķini brīdina, ka 1 m² uzcelta nama maksās 1200 USD, ieskaitot PVN. Saprota, šos dzīvokļus spēs īrēt cilvēki ar visai biezu maku. Ierindas ārzemju speciālistam, kam sirds alks pēc vēsturiska senlaiku interjera ar visām vismodernākajām ērtībām, maks būs par plānu. Pirmie īrnieki, kas vēlas dzīvot šādā oriģinālā namā, jau pieteikušies.

¹ Б&Б, 19.06.2000. Tirdzniecības un biroju telpu cenā pirmais cipars rāda vidējo cenu mikrorajonā un galvaspilsētas nomalē, otrais – centrā.

17.6. Sakars starp ražošanu un nekustamo īpašumu

Lai raksturotu nekustamā īpašuma tirgu, gandrīz ideāls piemērs ir ASV: šeit pamatos pieprasījums un piedāvājums ir viscaur sabalansēts bez deficīta un zaudējumu nesošās dīkstāves. Bet ir viens rajons, kur nekustamais īpašums nekādi nenāk līdz pieprasījumam. “Grēkāzis” ir straujā ražošanas attīstība, kā iespaidā cenas nekustamajam īpašumam tiecas pretī padebešiem. Runa ir par slaveno Silikona ieleju Kalifornijā.

Kādreizējā štata lauksaimniecības oāzē 65 km² platībā šodien atrodas vairāk nekā puse uzņēmumu, kas ir pasaules datortehnikas līderi. Jau tas vien veido varenu nekustamā īpašuma kompleksu. Silikona ielejā dzīvo pāri par 1,5 milj. cilvēku. Nepieciešams lieljaudīgs dzīvojamais fonds, liels daudzums infrastruktūras objektu. Debesskrāpju šeit nebūvē, un dzīvokļu deficīts nemitīgi aug, tas iespaido cenas. Ir jau aprēķināts, ka 2000. gadā vidēja līmeņa dzīvokļa cena pārsniegs pusmiljonu dolāru. Lai saņemtu kredītu, šāda dzīvokļa tīkotājam gada ienākums nedrīkst būt mazāks par 165 000 USD jeb 13 750 USD mēnesī. Tādu lielpelnītāju ir ierobežots skaits. Atsevišķu kodedžu cena jau tuvojas 1 milj. USD, ņemot vērā cenu straujo kāpumu (25–30% gadā). Pēdējos astoņos, deviņos gados ielejas datorrūpnīcā radītas 75 000 jaunu darbavietu, bet dzīvokļu skaits, pieaugot tikai par 9000, liecina par problēmas asumu. Tam visam ir daudz negatīvu blakusefektu. Bez augsti apmaksātiem programmistiem un citiem ekstraklases speciālistiem Silikona ielejā nepieciešams leģions darbinieku, kam nav nekāda sakara ne ar datoriem, ne ar silikonu. Viņu algas neļauj mitināties vietējos dārgajos dzīvokļos. Labi skolotāji, ārsti sāk vairīties dzīvot ielejā. Lētākie dzīvokļi tiek meklēti apkārtējās pilsētīnās. Uz darbu jābrauc ar auto desmitiem, pat simtiem kilometru. “Korķu” veidošanās kļūst neizbēgama, un dažu labu reizi stundām nevar tikt uz priekšu. Tā disproporcija starp darbavietu skaitu un dzīvokļu skaitu kļūst par daudzu negatīvu parādību avotu. Aktīvs pieprasījums pēc dzīvokļiem sasniedzis pat Sanfrancisko un tās apkārtni. Vidējā nomas maksa par dzīvokli šajā pilsētā sasniegusi 1466 USD mēnesī, bet Sanhosē, ko uzskata par augsto tehnoloģiju epicentru, dzīvokļu, savrupmāju celtniecība sasniegusi apskaužamus tempus. 1 m² cena ir vidēji mazliet zemāka – “tikai” 1433 USD mēnesī. Silikona ielejas sociālās likstas ir laba ilustrācija nekustamā īpašuma grūti pārvērtējamai nozīmei.¹

17.7. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Nekustamais īpašums – īpašs “jauktenis”, jo to veido gan ražošanas resursi (zeme, ražošanas ēkas), gan tādi kapitāla elementi kā mašīnas, iekārtas, biroju telpas, arī patēriņa priekšmeti – dzīvojamās ēkas, dzīvokļi.
2. Nekustamā īpašuma tirgus – attiecību sistēma, kas saistās ar nekustamā īpašuma objektu pirkšanu un pārdošanu.
3. Nekustamā īpašuma tirgus cenu veidošanās – atkarīga no pieprasījuma un piedāvājuma samēra.
4. Nekustamā īpašuma tirgus īpatnības Latvijā – cieši saistītas ar nekustamā īpašuma denacionalizācijas un privatizācijas procesu. Zemes īpašnieki – galvenokārt mantinieki – bieži piedāvā savu zemi pārdošanai un iznomāšanai. Aktīvi darbojas privatizēto dzīvokļu tirgus. Liels ir pieprasījums pēc vasarnīcām prestižās zonās. Dzīvojamo māju īpašnieki mantinieki labprāt pārdod savu nekustamo īpašumu.
5. 2000. gada pirmajā pusē Latvijas nekustamā īpašuma tirgū iestājusies stagnācija un krīzes iezīmes, kas var izvērsties tuvākā perspektīvā.
6. Latvijas nekustamā īpašuma tirgus attīstība turpmākajos gados ir atkarīga no investīciju apjoma.

¹ B&B, 19.06.2000.

17.8. Secinājumi

Nekustamā īpašuma tirgus ir īpašs “jauktenis”, jo tanī pārdod un pērk gan ražošanas resursus, gan patēriņa priekšmetus.

Šī tirgus attīstību Latvijā sekmē denacionalizācija un privatizācija, privātais īpašums uz šī tirgus objektiem.

Viena no šī tirgus īpatnībām pārejas periodā uz tirgus ekonomiku Latvijā ir tā, ka zemi, privatizējamas ēkas, namus, dzīvokļus var iegādāties par privatizācijas un kompensācijas sertifikātiem.

Nekustamā īpašuma tirgus, kas 1992.–1994. gadā ievērojami pieauga, turpmāk sašaurinājies. To sekmēja gan kopējā ekonomiskā situācija valstī, gan tāds negatīvs faktors kā 1995. gada komercbanku krīze.

Pieprasījumu Latvijas zemes tirgū ierobežo lauksaimnieciskās ražošanas neskaidrā attīstības perspektīva. Galvenā problēma: kā Latvijas lauksaimniecība iekļausies “zaļajā Eiropā” – ES lauksaimniecības produktu tirgū.

Prognozējams liels pieprasījums pēc apbūves gabaliem Latvijas lielāko pilsētu apkaimē atpūtas zonās.

Situācija nekustamā īpašuma tirgū ir jebkuras valsts ekonomikas attīstības (augšupejas un lejupslīdes) indikators.

17.9. Pamatterminu tulkojums

Dzīvokļu tirgus Latvijā, tā attīstība	<i>development of apartment market in Latvia</i>	рынок жилья и его развитие в Латвии
Faktori, kas regulē cenu līmeni nekustamā īpašuma tirgū	<i>factors, who regulate price level in real estate market</i>	факторы, регулирующие уровень цен на рынке недвижимости
Nekustamais īpašums	<i>real estate</i>	недвижимая собственность
Nekustamā īpašuma tirgus objekti (pircēji, pārdevēji)	<i>real estate market object (buyer, seller)</i>	объекты (покупатели и продавцы) рынка недвижимости
Zemes tirgus Latvijā, attīstības tendences	<i>tendencies of development of land market in Latvia</i>	рынок земли в Латвии, его развитие

17.10. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kādas ir nekustamā īpašuma tirgus īpatnības?
2. Kas ir nekustamā īpašuma tirgus objekti, pircēji, pārdevēji?
3. Kas noteica nekustamā īpašuma tirgus izveidi Latvijā pēc neatkarības atgūšanas?
4. Kādi faktori regulē cenu līmeni nekustamā īpašuma tirgū?
5. Kad nekustamā īpašuma tirgū veidojas monopolcenā?
6. Kāda ir pieprasījuma prognoze Latvijas zemes tirgū?
7. Kā, pēc lasītāja domām, Latvijas iestāšanās ES iespaidos republikas zemes tirgu?
8. Kā, pēc lasītāja domām, Latvijā turpmāk attīstīsies dzīvokļu tirgus?
9. Kādai jābūt kredīta politikai, lai attīstītos Latvijas nekustamā īpašuma tirgus?
10. Kāpēc situācija nekustamā īpašuma tirgū tiek uzskatīta par valsts tautsaimniecības attīstības indikatoru?
11. Kāpēc Latvijas nekustamā īpašuma tirgū iestājusies stagnācija?
12. Kas nosaka nomas maksas un cenu krišanos nekustamā īpašuma tirgū?
13. Kāpēc izveidojas biroja telpu pārpalikums?
14. Kas noteica Silikona ielejas (ASV) sociālās likstas?

18. nodaļa. Pievienotās vērtības (vērtīguma) veidošana

Kā noskaidrojām, katrs no četriem ražošanas resursiem ir noteikta ienākuma avots. Pievienotās vērtības teorija risina ražošanas resursu jaunrades spēku izpausmi un rezultātu kompleksu.

18.1. K. Marksa teorija par darbu kā par vienīgo jaunās vērtības (pievienotās vērtības) avotu

Teorijas pamati. K. Marksa vērtības teorijas atziņa, ka darbs (mainīgais jeb variablais kapitāls V) ir vienīgais jaunās vērtības avots, bet ražošanas līdzekļu (pastāvīgā jeb konstantā kapitāla C) vērtība tiek tikai pārnesta nemainīgā lielumā, raksturojama kā abstrakts postulāts, prāta konstrukcija, ko praktiski pierādīt nevar. Šīs tēzes ir arī K. Marksa virsvērtības teorijas pamatā, proti, tiek apgalvots, ka darba radītā vērtība ir lielāka par darbaspēka vērtību. Starpība starp jauno vērtību un darbaspēka vērtību ir virsdarba radītā virsvērtība – kapitālistu ienākumu un bagātības pamats, ekspluatācijas rezultāts.

Politiskās konsekvences. Šādas pieejas politiskās konsekvences ir acīmredzamas: strādnieku šķirai kā vienīgai, kas rada itin visus materiālos labumus, jābūt ražošanas līdzekļu un saražotā produkta vienīgam un visaptverošam īpašniekam. No tā izriet atziņas par visas tautas īpašuma kundzību, administratīvu komandsistēmu, kas vienlaikus nozīmē īstenā tirgus, pieprasījuma un piedāvājuma mehānismu un konkurences nepieciešamās iedarbības noliegšanu. Sociālisms līdz ar to tiek pasludināts par vienīgo taisnīgo ekonomisko iekārtu. Politikas jomā visas tautas īpašums, plānveidīgā tautsaimniecības vadības balstīja proletariāta diktatūru, vardarbīgu sistēmu, kas prasīja miljoniem asiņainu upuru. Noliedzot cilvēka tiesības uz brīvību, sociālisms pārvērtā cilvēku, šo virsvērtības, bagātības vienīgo radītāju, par nežēlīgās valsts mašīnas paklausīgu skrūvīti.

18.2. Ražošanas resursu īpašnieki – ienākumu saņēmēji

Ražošanas resursi kā ienākumu avoti. Mūsdienu neoklasiskā tirgus saimniecības teorija balstās uz četru ražošanas resursu mijiedarbību. Katrs no resursiem piedalās pievienotās vērtības radīšanā, ir avots tās daļai un nodrošina noteiktu ienākumu šī ražošanas resursu īpašniekiem. Realitātes un nevis abstrakti loģiskas konstrukcijas liecina, ka zemei, dabai ir radošas auglības spēks, kas rada zemes renti – zemes, dabas objektu īpašnieka ienākumu. Darbaspēka lietošana, pateicoties darba ražīgajam spēkam, ir visai aktīvs pievienotās vērtības radīšanas faktors – darba algas – darba ņēmēja ienākuma pamats. Trešajam ražošanas faktoram – kapitālam – piemīt tīrais ražīgums – vēl viens pievienotās vērtības avots, kas izpaužas kapitāla procentu formā. Šie procenti ir kapitāla īpašnieka ienākums.

Nevar piekrist “trīsfaktoru teorijai”, kas ignorē ceturto, visai nozīmīgā ražošanas faktora nepieciešamību. Šis ceturtais faktors ir uzņēmējspējas, kas apvieno trīs iepriekšējos faktorus radošai uzņēmējdarbībai, pievienotās vērtības radīšanai un veido pēdējo pievienotās vērtības daļu – peļņu. Šī peļņa ir patstāvīgā privātuzņēmēja ienākums, ja uzņēmējdarbībā ieguldītas (izmantotas) tieši viņa uzņēmējspējas.

18.3. Pievienotās vērtības saturs

Aplūkojot problēmu no praktiskā viedokļa, redzam, ka jaunražotās produkcijas vai sniegto pakalpojumu materiālās izmaksas ir mazākas par šo preču cenām. Pastāvot normālai, vidēji efektīvai saimniekošanai, tā ir parādība, kas atkārtojas miljoniem, miljardiem reižu un tādējādi ir ekonomiska likumsakarība. Starpība starp ražojumu cenu un tās izgatavošanas, pakalpojumu sniegšanas izmaksām ir pamatoti saucama par pievienoto vērtību (pievienotā vērtība = cena mīnus materiālās izmaksas). Starpību veido četri ienākuma veidi – rente, darba algas, procenti un peļņa atbilstoši četriem ražošanas

faktoriem, ko pērk un pārdod četros ražošanas resursu tirgos. Tomēr būtu nepareizi pārāk "autonomizēt" katru no četriem ražošanas resursiem un atbilstošu ienākumu.

Integrēts process. Rit vienots, dziļi integrēts ražošanas un pakalpojumu sniegšanas process, kur ražošanas resursi darbojas nevis izolēti, bet apvienotā tehnoloģiski organizatoriskā mijiedarbībā. Tāpēc pievienotās vērtības avots ir visu četru ražošanas resursu mijiedarbība vienotā ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas procesā. Attiecībā uz ienākumu veidu – rentes, darba algas, procentu, peļņas lielumu – jānorāda, ka, no vienas puses, katram ienākumam ir savi ražošanas jeb veidošanās nosacījumi, kas regulē konkrētā ienākuma lielumu, bet, no otras puses, tirgus situācija, konkurence katrā no četriem tirgiem vai to segmentiem var uz laiku būtiski ietekmēt konkrētā ienākuma lielumu. Pievienotās vērtības radīšanā sevišķi jāievēro uzņēmējspēju ietekme uz pārējiem trim ražošanas faktoriem.

Pievienotās vērtības sadale. Tāpēc būtu nepareizi pievienoto vērtību raksturot kā četru ienākumu summu. Vienotā pievienotā vērtība sadalās četros ienākumos tirgus nosacījumu ietekmē. Pieņemsim, ka labvēlīgas konjunktūras dēļ ievērojami ceļas kāda ražojuma cena. Rente, darba alga un procenti paliks bez izmaiņām, toties pieaugs uzņēmējspēju peļņa. Citā piemērā darbaroku trūkuma dēļ pieaugs darba alga, toties samazināsies kapitāla procenti un peļņa, neskarot renti. Variantu ir daudz. Konkrētā tirgus situācijā pievienotās vērtības lieluma izšķirošā nozīme ir atšķirīga no uzņēmējspējām, kas sekmīgi amortizē nelabvēlīgus nosacījumus un maksimāli izmanto savā labā izdevīgu konjunktūru.

Strīda jautājums. Pievienotās vērtības teorijā pastāv viens strīda punkts: ietvert vai neietvert aprēķinos šīs kategorijas lielumā pamatkapitāla nolietojumu (amortizācijas atskaitījumus). Gada skatījumā amortizācijas atskaitījumus var uzskatīt pat ražošanas rezultāta papildu lielumu, kas palielina pievienoto vērtību. Taču pamatkapitāls ir iepriekšējo gadu "radījums", un tā nolietojums "tīrā" pievienotā vērtībā nav ieskaitāms.

Praktiskā nozīme. Pievienotā vērtība tiek izmantota statistikā, lai noskaidrotu uzņēmumu, uzņēmēj-sabiedrību "tīro" ieguldījumu tautsaimniecības attīstībā. Pievienotās vērtības kopsumma ir pamats valsts, arī Latvijas iekšzemes kopprodukta lieluma noteikšanai. Šinī gadījumā pievienotā vērtībā ieskaita pamatkapitāla nolietojumu. Daudzās valstīs, realizējot preces, tās tiek apliktas ar pievienotās vērtības nodokli. Latvijā šis nodoklis līdzinās 18% no pievienotās vērtības. Mācību līdzekļi no šī nodokļa ir atbrīvoti.

18.4. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Pievienotā vērtība (vērtīgums) – ienākums, ko saņem ražošanas resursu īpašnieki (rente, darba alga, procenti no kapitāla, peļņa no uzņēmējspējām).
2. Pievienotā vērtība principā nesatur materiālās izmaksas: vienā variantā kā izņēmums resursu ienākumiem tiek pievienotas amortizācijas izmaksas.
3. Pievienotās vērtības (PV) praktiskā nozīme saistās ar statistisko uzskaiti. PV dod iespēju noskaidrot komercdarbības "tīro" ieguldījumu tautsaimniecības attīstībā.

18.5. Secinājumi

Pievienotā vērtība neoklasiskajā ekonomikas teorijā principiāli atšķiras no K. Marksa jaunās vērtības. Sakarā ar K. Marksa atziņām darbs un vienīgi darbs ir jaunas vērtības avots. Šādai teorētiskai nostādnei ir tālejoši politiski secinājumi par ekspluatācijas iznīcināšanas pamatotību, kapitālisma gāšanu, sociālisma kā komunisma pirmās stadijas uzcelšanu. Pievienotās vērtības teorija argumentēti pierāda, ka katram ražošanas resursam ir ražīgs spēks, kas ir avots zemes rentei, darba algai, procentiem un peļņai. Katru no šiem ienākumiem saņem ražošanas resursu īpašnieks.

Pievienotā vērtība ir tirgus ekonomikas attiecību kategorija. Katrs no četriem ražošanas resursiem piedalās saimniekošanā nevis izolēti, autonomi, bet mijiedarbībā. Tieši šī mijiedarbība nodrošina noteikta lieluma pievienotās vērtības radīšanu. Ievērojot pieprasījuma un piedāvājuma samēru,

konkurenci katrā no ražošanas resursu tirgiem, kā arī gatavās produkcijas un pakalpojumu tirgus, kopējā pievienotā vērtība sadalās resursu īpašnieku konkrētos ienākumos.

Uzņēmumā, uzņēmējdarbībā radītā pievienotā vērtība liecina par to ieguldījumu tautsaimniecības attīstībā. Šī iemesla dēļ pievienotās vērtības lielumu plaši izmanto makroekonomiskos aprēķinos, arī kā pamatu speciāla pārdošanas nodokļa maksājumiem.

18.6. Pamatterminu tulkojums

Pievienotā vērtība (vērtīgums)	<i>added valuable</i>	добавленная стоимость (ценность)
Pievienotās vērtības saturs: rente, alga, procenti no kapitāla, peļņa no uzņēmējspējām, variants ar amortizācijas atskaitījumiem	<i>added valuable content: rent; wages; interest from capital, profit from entrepreneurship abilities</i>	содержание добавленной стоимости: рента, заработная плата, процент от капитала, прибыль от предпринимательских способностей
Ražošanas resursu īpašnieki – ienākumu saņēmēji	<i>owners of production resources – income receivers</i>	собственники производственных ресурсов – получатели дохода

18.7. Pašpārbaudes jautājumi

1. Ar ko atšķiras pievienotās vērtības kategorija mūsdienu tirgus ekonomikas kursā no jaunās vērtības marksistiskās teorijas skaidrojumā?
2. Kas ir pievienotās vērtības avots?
3. Kā mijiedarbojas uzņēmējdarbībā izmantoti ražošanas resursi?
4. Kādos ienākumos sadalās pievienotā vērtība?
5. Kas ir katra ienākuma avots?
6. Kādi faktori regulē konkrēto ražošanas resursu ienākumu lielumu?
7. Kas saņem, piesavinās pievienoto vērtību?
8. Kāpēc statistika izmanto pievienoto vērtību tautsaimniecisko rādītāju aprēķināšanā?
9. Kāpēc pārdošanas jeb apgrozījuma nodoklis balstās uz pievienotās vērtības lielumu?
10. Kā var pamatot pamatkapitāla nolietojuma (amortizācijas atskaitījumu) ietveršanu vai neietveršanu pievienotajā vērtībā?

19. nodaļa. Uzņēmējdarbībā ieguldīto (izmantoto) resursu aprīte

19.1. Investīcijas un uzņēmējdarbībā ieguldītie resursi

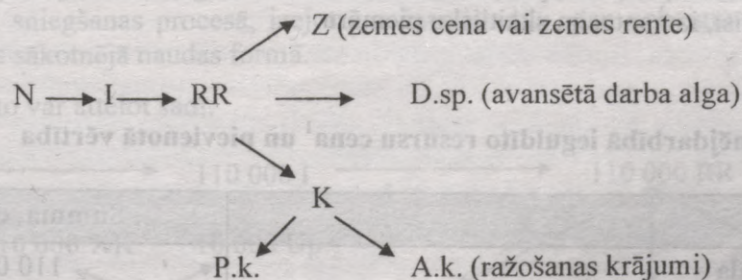
Uzņēmējdarbības sākums. Šobrīd Latvijā cilvēkam, kam ir uzņēmējspējas, ir visai svarīgi izdarīt izvēli un pieņemt lēmumu uzsākt uzņēmējdarbību vai nu ražošanas, vai pakalpojumu lomā. Reāls ir variants, kad daļa nepieciešamo resursu (zeme, kapitāla – darba līdzekļu elementi) tiek iegūti īpašumā, izmantojot privatizācijas sertifikātus. Nauda var būt paša nopelnīta un uzkrāta vai saņemta kā aizdevums, balstoties uz kredītattiecībām. Šinī darbā mūs neinteresē naudas līdzekļu iegūšanas veids. Abstrahēsimies arī no privatizācijas sertifikātu izmantošanas resursu iegādei. Pieņemsim, ka uzņēmējdarbības sākšanai nepieciešamo ražošanas resursu iegādei tiek avansēta, izlietota nauda.

Nauda – investīcijas – resursi. Naudas pārvēršanās investīcijās, t.i., ieguldījumos raksturo naudas līdzekļu izlietošanas veidu. Ja naudu izlieto ģimenes uzturēšanai vai jautrai uzdzīvei, ārzemju tūrisma braucieniem, personiskās (ne firmas) automašīnas iegādei, runa būs par patēriņu, nevis par investīcijām. Toties naudas ieguldīšana uzņēmējdarbībā kā stingri mērķtiecīga rīcība nozīmē, ka nauda pārvērtusies investīcijās, kam ir īpašs ekonomisks raksturojums: investīcijām ir lemts pārvērsties ražošanas resursos.

$N \rightarrow I \rightarrow RR$, kur
 N – nauda
 I – investīcijas
 RR – ražošanas resursi

Izvirzās jautājums, kādu ražošanas resursu iegādei tiek izlietotas investīcijas. Iespējami vairāki varianti. Pieņemsim, ka uzņēmējdarbība tiek sākota no “tīras lapas”.

1. variants. Nauda jāinvestē dabas resursu – zemes – pirkšanai vai nomāšanai, lai uz tās uzsliektu uzņēmējdarbībai nepieciešamās ēkas. Tālāk jāpērk vai jānomā pamatfondu (pamatkapitāla) elementi, tātad ražošanas resursi kapitāls. Investīcijas arī jāizlieto, lai nodrošinātu uzņēmējdarbības sākumu ar citiem kapitāla elementiem – izejvielām, materiāliem, palīgmateriāliem, pusfabrikātiem, tātad ar ražošanas krājumiem. Uzņēmējdarbībā parasti nepieciešams izmantot tādus visai aktīvus ražošanas resursus kā darbaspēku. Tā sākotnējam atalgojumam ir jāavansē, jāizlieto noteikta daļa no paredzētajiem kopējiem ieguldījumiem – investīcijām. Ja pieņemsim, ka investoram ir nepieciešamās uzņēmējspējas un viņš šos resursus nepērk, t.i., augsta ranga spējīgus pārvaldniekus nealgo, tad naudas pārvēršanos investīcijās un investīciju pārvēršanos konkrētos ražošanas resursos var attēlot šādi:

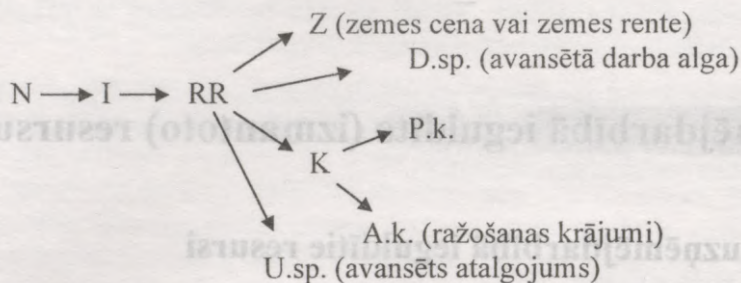


Z = zeme;

$D.sp.$ = darbaspēks;

K = kapitāls; $P.k.$ = pamatkapitāls; $A.k.$ = apgrozāmais kapitāls

2. variants. Ja investoram vēl jāpērk ražošanas resursi, uzņēmējspējas, jāalgo ar šīm spējām apveltīti speciālisti, iepriekšējais naudas līdzekļu un investīciju kustības attēls jāpapildina.



U.sp. = uzņēmējspējas

2. variantā investīcijas tiek izlietotas, lai iegādātos visus četrus ražošanas resursus.

Sagatavošanas posms. Praktiskās uzņēmējdarbības uzsākšanu bieži ievada sagatavošanas posms. *Pirmkārt*, tiek veikti nepieciešamie celtniecības un montāžas darbi, tajā skaitā iekārtas uzstādīšana. *Otrkārt*, daudz pūļu jāveltī tirgus izpētei, ekonomiskiem aprēķiniem nolūkā atrast visefektīvākos risinājumus.

Jau ar investīciju izlietošanu ražošanas resursu iegādei tiek dots starts uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu **apritei**.

19.2. Uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu kustība, aprite

Uzņēmējdarbībā ieguldītie līdzekļi atrodas nemitīgā kustībā, iziet vairākas stadijas, maina lietišķo formu un ekonomisko raksturu.

Ražošanas resursu pirkšanas stadija. Šo stadiju mēs jau raksturojām. Jāpievērš uzmanība tiem motīviem, kas regulē uzņēmēju – īpašnieku – un to pārvaldnieku ekonomisko uzvedību, rīcību šinī starta pozīcijā. Galvenā rūpe – finiša stadijas ekonomiskais rezultāts: cik produkcijas, pakalpojumu pirkti, par kādu cenu. Būtu maldīgi uzskatīt, ka rīcību ražošanas resursu pirkšanas stadijā regulē tikai un vienīgi iepriekš rūpīgi izstrādāta un ekonomiski izvērtēta tehnoloģija. Konjunktūra ražošanas resursu tirgos ir mainīga, cenas svārstās gan uz augšu, gan uz leju, rodas dažu resursu aizstājēji, jauna tehnika un tehnoloģija, importēto resursu variantā nozīmīga ir valūtu kursu “peldēšana”, jāievēro konkurences gaisotne, darbaspēka tirgu iespaido sociālās attiecības, brīžiem arī sociālā spriedze. Ražošanas resursu pirkšanas stadija ir uzņēmējdarbības ievads, kas lielā mērā determinē iznāca rezultātu.

Ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas stadija. Ražošanas resursu pirkšanas stadija beidzas ar to, ka nepieciešamie resursi ir sagādāti. No investora uzņēmēja viedokļa, kam līdzšinējā stadija prasīja izdevumus, izdevumus un vēlreiz izdevumus, jaunā stadija ir triju procesu vienība: *pirmkārt*, visu četru ražošanas resursu mijiedarbības process; *otrkārt*, ražojumu (arī pusfabrikātu) izgatavošanas vai pakalpojumu sniegšanas process; *treškārt*, pievienotās vērtības radīšanas process. Lai reljefāk saskatītu šo trīs procesu vienoto norisi, izmantosim skaitlisku piemēru.

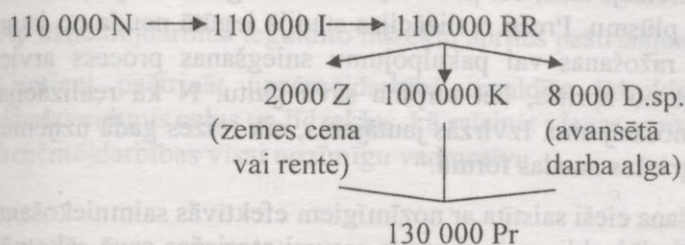
19.1. tabula

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu cena¹ un pievienotā vērtība

	Summa, cena, Ls
Investīcijām avansētā nauda	110 000
Investīcijas	110 000
Ražošanas resursi kopā,	110 000
t.sk. dabas resursi, zeme (zemes cena vai zemes rente)	2 000
Darbaspēks (avansēts darba algai)	8000
Kapitāls, ieskaitot ražošanas krājumus	100 000
Pievienotā vērtība	30 000

¹ Tiek pieņemts, ka investors ir uzņēmējspēju īpašnieks un tāpēc šie resursi netiek pirkti; to cenu veido uzņēmējdarbības iekšējās, reizē alternatīvās izmaksas.

Formulā 19.1. tabulas skaitļus var sakārtot šādi:



Pr = preces (saražotā produkcija un sniegtie pakalpojumi)

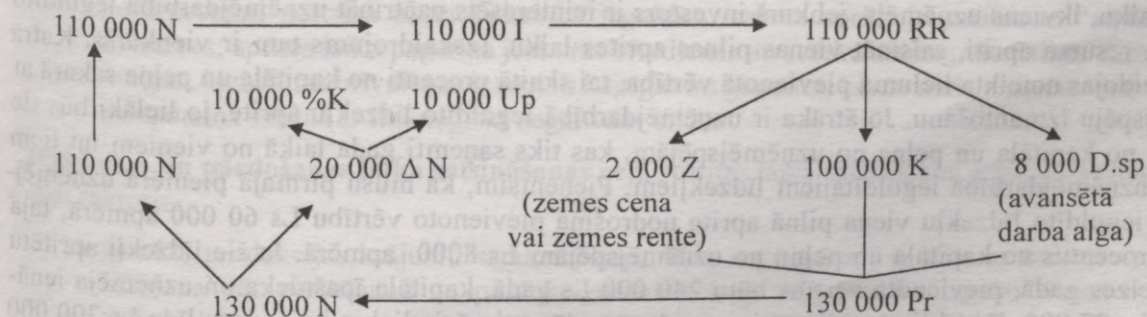
Galvenā problēma ir tā, kā ražojumu izgatavošanas un pakalpojumu sniegšanas stadijā veidojas pievienotā vērtība, proti, lielums Ls 30 000. Divi pievienoto vērtību veidojošie lielumi mums ir doti: zemes rente Ls 2000 un darba alga Ls 8 000 apmērā. Tālāk pieņemam, ka kapitāla procentu dabiskā norma ir 10%, tātad procenti kā ienākums, ko veido kapitāls, līdzinās Ls 10 000. Bez speciāla aprēķina pieņemts, ka uzņēmējspēju radītā peļņa arī līdzinās Ls 10 000. Līdz ar to saskaņā ar pievienotās vērtības teoriju tās kopējais lielums mūsu nosacītā piemērā ir Ls 30 000. Teorētiski precīzāks ir šāds spriedums: izmantotie ražošanas resursi Ls 110 000 apmērā mijiedarbojoties savā jaunrades procesā saražo preces (izgatavo produkciju, sniedz pakalpojumus), kuru tirgus novērtējums ir Ls 130 000, tajā skaitā pievienotā vērtība Ls 30 000 apmērā; pēdējā, ievērojot katru ražošanas resursu ienākumu veidošanas tirgus mehānismu, sadalās: Ls 2 000 – zemes rente, Ls 8 000 – darba alga, Ls 10 000 – procenti no kapitāla, Ls 10 000 – uzņēmējspēju peļņa.

Preču realizācijas stadija. Šinī stadijā pārveidotie, pārstrādātie ražošanas resursi kā preces, jaunas lietošanas vērtības tiek piedāvātas vai nu ražošanas līdzekļu (ražošanas resursu), vai patēriņa priekšmetu tirgū. Šeit tirgus pieprasījums apstiprina preces galējo derīgumu. Investors uzņēmējs tieši šinī nobeiguma stadijā gūst galīgo apstiprinājumu tam, cik lietderīgi resursi izlietoti, cik ekonomiski pamatota bijusi izvēle un lēmums investēt līdzekļus tieši šinī nozarē, apakšnozarē, konkrētās produkcijas ražošanā, pakalpojumu sniegšanā. Neatkarīgais potenciālais pircējs ar savu motivēto uzvedību, rīcību, izvēli pirkt vai nepirkt (ja pirkt, tad par kādu cenu) darbojas kā augstākais soģis, kas lemj ne tikai par preces, bet par investora uzņēmēja ekonomisko likteni. Tieši preču realizācijas stadijā izšķiras hamletiskais jautājums “būt vai nebūt”.

Šinī stadijā izlietotie resursi (ja prece pārdota) atkarībā no cenas atgriežas sākotnējā naudas formā. Vienlaikus tiek realizēta un naudas formu iegūst pievienotā vērtība.

Preču realizācijas stadijā beidzas uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu kustības pirmais aplis, ko var dēvēt par vienu apriņķi. Praktiskajā uzņēmējdarbībā iespējams viens darījums, kas tiek pārtraukts pēc tam, kad tas noslēgts un ieguldītā nauda ar uzviju atgūta. Šādi iespējami varianti nav tipiski. Raksturīgs ir variants, kad uzņēmējdarbībā ieguldīti resursi arvien no jauna un jauna turpina piedalīties ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesā, izejot gan ievadstadiju, gan nobeiguma posmu, kad avansētie līdzekļi atgriežas sākotnējā naudas formā.

Formulas veidā to var attēlot šādi:



ΔN = naudas pieaugums

%K = procenti no kapitāla

Up = uzņēmējdarbības peļņa

Aprite kā nemitīga atjaunošanas, atkārtotās plūsma. Uzņēmējdarbībā ieguldīto ražošanas resursu piedalīšanās saimniekošanā nav vienreizējs akts, bet process, kas nemitīgi atkārtojas, kas dod tiesības runāt par apriti kā par atjaunošanas plūsmu. Preču realizācijas stadijā iegūtā nauda no jauna pārvēršas investīcijās, ražošanas resursos, ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas process arvien atkārtojas; finalstadijā iegūtā nauda neiziet no aprites, bet turpina savu gaitu: N kā realizācijas rezultāts kļūst par N – aprites turpināšanas nosacījumu. Izvirzās jautājums, cik reizes gadā uzņēmējdarbībai avansētā nauda, pastāvot apritei, atgriežas naudas formā.

Aprišu skaits gadā. Šī jautājuma noskaidrošana cieši saistīta ar nozīmīgiem efektīvās saimniekošanas motīviem. Jo ātrāk uzņēmējdarbībā ieguldītie līdzekļi un izmantotie resursi atgriežas savā sākotnējā formā, jo mazāk līdzekļu un resursu ir jāavansē, lai sasniegtu noteikta laika posma rezultātu. Parasti aprēķina ieguldīto līdzekļu (investīciju) aprišu skaitu gadā. Šādam aprēķinam nepieciešami divi lielumi: *pirmkārt*, gada laikā realizētais preču daudzums naudas izteiksmē; *otrkārt*, avansētais naudas līdzekļu daudzums (gan ar nosacījumu, ka it visi uzņēmējdarbībai nepieciešamie resursi ir pirkti ražošanas resursu tirgū par attiecīgām cenām un tos var uzskaitīt naudas formā).

Ja n ir uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprišu skaits gadā, tad:

$$n = \frac{\text{gada laikā realizētais preču daudzums naudas vienībās (Q)}}{\text{uzņēmējdarbībai vienreizēji avansēto naudas līdzekļu daudzums (In)}}$$

Praktiskajā saimniekošanā aprišu skaits gadā var būt gan lielāks par 1,0, gan mazāks. Ir zināmas grūtības noteikt minētās formulas saucēju, jo uzņēmējdarbībai visi nepieciešamie līdzekļi parasti netiek avansēti un resursi ieguldīti vienlaikus. Risinot šo problēmu, izmantojami gadā vidēji svērti lielumi, vadoties pēc tā, ka gadā ir 365 dienas. Minēsim divus vienkāršotus piemērus:

$$1) \quad n = \frac{Q}{In} = \frac{\text{Ls } 1\,000\,000}{\text{Ls } 200\,000} = 5 \qquad 2) \quad n = \frac{Q}{In} = \frac{\text{Ls } 1\,000\,000}{\text{Ls } 2\,000\,000} = 0,5$$

Pirmais piemērs liecina, ka uzņēmējdarbībā ieguldītie (avansētie) līdzekļi ir gada laikā veikuši piecas pilnas aprites, t.i., ir piecas reizes pilnā apjomā atgriezušies sākotnējā naudas formā, lai turpinātu piedalīšanos uzņēmējdarbībā.

Otrajā piemērā uzņēmējdarbībā ieguldītie līdzekļi gada laikā veikuši tikai pusi no pilnas aprites. Avansētie līdzekļi pilnā apjomā atgriezīsies pie investora tikai pēc diviem gadiem.

Aprites laiks. Aprišu skaits gadā n dod iespēju aprēķināt vienas aprites laiku dienā, mēnesī, gadā. Izdalot 365 dienas ar n, mēs iegūstam vienas aprites laiku dienā. Mūsu pirmajā piemērā šis laiks ir 365 dienas : 5 = 73 dienas. Otrajā piemērā vienas aprites laiks ilgst 365 dienas : 0,5 = 730 dienas jeb 24 mēneši, tātad 2 gadi.

Aprites paātrināšanas motīvs. Aprišu skaits gadā un vienas aprites laiks ir atkarīgs no daudziem tehniskiem, tehnoloģiskiem, organizatoriskiem un ekonomiskiem saimniekošanas nosacījumiem. Lai kādi arī būtu tie konkrētie faktori, kas ikreiz regulējoši iedarbojas uz aprišu skaitu un vienas aprites laiku, ikviens uzņēmējs, jebkurš investors ir ieinteresēts paātrināt uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu, resursu apriti, saīsināt vienas pilnas aprites laiku. Izskaidrojums tam ir vienkāršs. Katrā aprītē veidojas noteikta lieluma pievienotā vērtība, tai skaitā procenti no kapitāla un peļņa sakarā ar uzņēmējspēju izmantošanu. Jo ātrāka ir uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprite, jo lielāki būs tie procenti no kapitāla un peļņa no uzņēmējspējām, kas tiks saņemti gada laikā no vieniem un tiem pašiem uzņēmējdarbībā ieguldītajiem līdzekļiem. Pieņemsim, ka mūsu pirmajā piemērā uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu viena pilnā aprite nodrošina pievienoto vērtību Ls 60 000 apmērā, tajā skaitā procentus no kapitāla un peļņu no uzņēmējspējām Ls 8000 apmērā. Ja šie līdzekļi apritētu četras reizes gadā, pievienotā vērtība būtu 240 000 Ls gadā, kapitāla īpašnieka un uzņēmēja ienākumi – Ls 32 000; līdzekļiem apritot piecas reizes gadā, attiecīgie lielumi pieaugtu līdz Ls 300 000 un Ls 40 000; seškārtīga līdzekļu aprite gadā pievienoto vērtību palielinātu līdz Ls 360 000, procentus un peļņu no kapitāla un uzņēmējspējām līdz Ls 48 000 gadā. Centieni paātrināt uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu apriti saistās ne tikai ar investoru, kapitāla īpašnieku, uzņēmēju materiālajām interesēm. Īsāks vienas aprites laiks tieši atbilst darba ņēmēju interesēm: ar to pašu

avansēto līdzekļu apjomu palielinās gada darba apjoms, gada darba algas fonds, rodas iespēja un nepieciešamība veidot jaunas dabavietas, vairot darba ņēmēju skaitu.

Ap uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprītes paātrinājumu tiek arī krustoti konkurences asie šķēpi.

Centieni paātrināt uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprīti nemitīgi rosina meklēt un atrast daudzveidīgus ceļus un līdzekļus, kā saīsināt vienas aprītes laiku. Šādi mērķtiecīgi meklējumi kļūst par uzņēmējdarbības visai nozīmīgu vadmotīvu.

19.3. Uzņēmējdarbībā ieguldīto (avansēto) līdzekļu (ražošanas resursu) aprītes paātrināšanas ceļi

Aprišu skaits gadā un vienas aprītes laiks. Jau iepriekš noskaidrojām, ka aprišu skaits gadā un vienas pilnas aprītes laiks ir divi nesaraujami saistīti lielumi. Var runāt par apgrieztu proporcionalitāti: jo vairāk pilnu aprišu gadā veic uzņēmējdarbībā ieguldītie līdzekļi, jo īsāks ir vienas pilnas aprītes kalendārais laiks. Un otrādi: mazāks aprišu skaits gadā tieši pagarina vienas pilnas aprītes laiku. Tas nozīmē, ka visi faktori, ceļi, līdzekļi, kas paātrina līdzekļu aprīti, vienlaikus saīšina vienas pilnas aprītes ilgumu. Analīzē parocīgāk problēmu skatīt caur aprītes laika saīsināšanas prizmu.

Aprītes laika sastāvdaļas. Aprītes laiku var secīgi sadalīt: *pirmkārt*, ražošanas resursu pirkšanas laikā; *otrkārt*, ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas laikā; *treškārt*, preču ražojumu un pakalpojumu realizācijas laikā. Šos laikus spēj stingri atdalīt vienīgi teorētiska analīze, jo praktiski tie sedz cits citu. Vienlaikus notiek ražošanas resursu iegāde, ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas process, produkcijas un pakalpojumu realizācija. Minētos trīs laikus var apvienot divos laika posmos: **pirmais posms**, ražošanas un pakalpojumu sniegšanas laiks, kad uzņēmējdarbībā ieguldītie ražošanas resursi gan atrodas, gan aprīt ražošanas un pakalpojumu sniegšanas sfērā; **otrais posms**, kad resursi atrodas un veic savu kustību apgrozības sfērā.

Lai paātrinātu uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprīti, uzņēmējs cenšas saīsināt abus aprītes laika posmus.

Ražošanas un pakalpojumu sniegšanas laika saīsināšanas ceļi. Ražošanas un pakalpojumu sniegšanas laiku saīšina šādi faktori:

- 1) tehniskais un tehnoloģiskais progress, kas saīšina tehnoloģisko procesu norises laiku;
- 2) organizācijas pilnveidošana, tajā skaitā pasākumi, kas minimizē nepieciešamo pārtraukumu laiku;
- 3) ražošanas krājumu samazināšana; pieredze liecina, ka var tik ideāli noorganizēt piegādes, ka kļūst liekas ražošanas krājumu noliktavas; materiāli, pusfabrikāti, komplektējošās detaļas no transporta līdzekļiem pēc detalizēta grafika tiek tieši piegādātas pārstrādes vietām, montāžai, pakalpojumu sniegšanai; būvniecībā īsteno t.s. piegādi "no riteņiem", kad būvdetaļas nav nekur iepriekš jāsakrauj, bet tās tiek tieši padotas iestiprināšanai vajadzīgajā vietā;
- 4) nepabeigtas produkcijas samazināšana; tam piemērs ir konveijeri, slīdlentes, kas likvidē starpoperāciju krājumus;
- 5) maiņu skaita palielināšana; šāds solis ir visai pretrunīgs: pāreja uz divu vai trīs maiņu darbu nepārprotami paātrina uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprīti, jo saīšina to "atpūtas" laiku, dīkstāves; aprītes laiku pagarina jebkuras brīvdienas un svētku dienas; vienlaikus darbs vairākās maiņās, aizņemtas brīvdienas ir sociāli kaitīgas no ģimenes, bērnu audzināšanas viedokļa; darbs naktsmaiņā saistās ar fizioloģiski negatīvām sekām.

Pirkšanas un pārdošanas laika saīsināšanas ceļi. Aprītes laika saīsināšanu apgrozības jomā veicina šādi faktori:

- 1) gatavās produkcijas krājumu samazināšana; šāda iespēja cieši saistīta ar noieta organizāciju; ražošana pēc pasūtījuma un produkcijas nosūtīšana tūlīt pēc tās izgatavošanas ir viens no ceļiem, kā samazināt gatavās produkcijas krājumus, neiesaldēt līdzekļus, pārveidotos resursus; gatavās produkcijas krājumu lielums atkarīgs ne tikai no uzņēmumu komercdienestu darbības operativitātes, bet arī no dotā perioda tirgus konjunktūras, pieprasījuma intensitātes;
- 2) norēķinu paātrināšana; izmantojot vismodernākās starpbanku sakaru un informācijas sistēmas, iespējams minimizēt laiku piegāžu rēķinu apmaksai; uzņēmumu līdzekļi kavējas sakaru

(informācijas pārraides) tīklos un banku datu pārstrādāšanas centros visai īsu laiku; norēķinu laiks saīsinās, gan apmaksājot iepirkto ražošanas resursus, gan saņemot samaksu par saražoto un piegādāto produkciju, sniegtajiem pakalpojumiem.

Kredīts un līdzekļu aprites paātrināšana. Visai specifisks uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu taupīšanas veids ir kredīta izmantošana ražošanas resursu iegādei. Aprītē piedalās aizņemtie līdzekļi. Efektīva saimniekošana, pateicoties līdzekļu aprītei, nodrošina iespēju aizņemtos līdzekļus atdot kreditoram; ienākums no kapitāla sakarā ar tā tīro ražīgumu ļauj nomaksāt kredīta procentus. Līdzekļu aizņēmēja, reizē investora uzņēmējspējas rada nepieciešamo un vēlamu peļņu. Kaut gan pašu līdzekļi aprītē nepiedalās, uzņēmējs debitors ir ieinteresēts uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprites paātrināšanā. Šai jomā uzņēmēja motivācija pat pastiprinās. Kredīts tiek ņemts uz noteiktu laiku. Ja līdzekļu aprīte īstenojas ātrāk, nekā sākotnēji plānots, uzņēmējam debitoram paveras divas iespējas: *pirmkārt*, kredītu ātrāk atdot, taupot procentu maksājumu; *otrkārt*, atbrīvotos līdzekļus no jauna ieguldīt uzņēmējdarbībā: termiņā atmaksājot kredīta summu ar procentiem, uzņēmējs debitors saņems papildu ienākumu gan kā procentus no kapitāla, gan kā peļņu par uzņēmējspējām.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprites ātrumu vērā ņemami ietekmē jau pieminētais kapitāla dalījums pamatkapitālā un apgrozāmā kapitālā.

19.4. Pamatkapitāls un apgrozāmais kapitāls

19.4.1. Pamatkapitāla sastāvs

To kapitāla daļu, ko praktiski raksturo kā pamatkapitālu, veido darba līdzekļi, t.i., ēkas, celtnes, iekārtas, mašīnas, ilgstošās lietošanas instrumenti. Galvenā problēma ir šīs kapitāla daļas aprites īpatnības: *pirmkārt*, tas ilgstoši piedalās ražošanas procesā, daudzos vai vairākos aprites ciklos; *otrkārt*, noliektas pakāpeniski; *treškārt*, ietilpst preču ražošanas izmaksās atbilstoši savam nolietojumam; *ceturtkārt*, avansētie līdzekļi tiek kompensēti pakāpeniski līdz ar produkcijas realizāciju.

Pamatkapitāla nolietojums. Amortizācija. Nozīmīga ir pamatkapitāla amortizācijas problēma. Amortizācija (latīņu val. – parāda dzēšana) ir process, kura gaitā pamatkapitāla nolietojums naudas formā veido ražošanas izmaksu elementu. Praktiski uzņēmums pēc noteiktām normām atbilstoši pamatkapitāla elementu normatīvam funkcionēšanas ilgumam (nolietojumam) ik gadu aprēķina amortizācijas atskaitījumus, kas tiek ieskaitīti speciālā fondā – amortizācijas fondā.

19.4.2. Pamatkapitāla fiziskā un morālā nolietojšanās

Fiziskā nolietojšanās nozīmē, ka pamatkapitāls pakāpeniski noveco, proti, zaudē normālo lietošanas vērtību, lietošanas spējas un ar laiku kļūst nederīgs kārtīgam ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas procesam. Morālā nolietojšanās notiek divās pamatformās: *pirmkārt*, pamatkapitāls tehniski un tehnoloģiski noveco pirms fiziskās nolietojšanās; tā elementi vairs neatbilst jaunām prasībām kvalitātes jomā, kas draud ar zaudējumu konkurencē, tirgus sašaurināšanu vai pat ar bankrotu; *otrkārt*, pamatkapitāla elementi palētinās, samazinās amortizācijas atskaitījumi gan gadā, gan vidēji uz produkcijas vienību. Sarūk arī ražošanas galējās izmaksas, un uzņēmējam, izmantojot jauno tehniku, ir iespēja, pazeminot cenas, gūt priekšroku salīdzinājumā ar sāncensiem. Saglabājot veco tehniku, minētās priekšrocības tiek zaudētas. Saprotams, ir vajadzīgs reāls aprēķins par zaudējumiem sakarā ar fiziski nolietoto pamatkapitālu un ieguvumiem no jaunas tehnikas iegādes un izmantošanas. Svarīgs ir skaidrs nākotnes skatījums: zaudējums šodien var būt rītdienas panākumu ķīla, pateicoties jaunai tehnoloģijai, kvalitātei, pozīciju nostiprināšanai tirgū.

Piemēram, ir iegādāta mašīna, kas maksā Ls 10 000. Mašīnas normatīvais darbības laiks ir 8 gadi; gada normatīvie amortizācijas atskaitījumi ir Ls 1250. Pēc trim gadiem noskaidrojas, ka tirgū tiek piedāvāta ievērojami augstāzīgāka mašīna, kas pilda tās pašas funkcijas, bet nodrošina augstāku produkcijas kvalitāti. Uzņēmējam jālemj, kā rīkoties. Ja veco mašīnu nomainīs, zaudējumi būs prāvi ($Ls\ 10\ 000 - (3\ gadi \times Ls\ 1250\ amortizācijas\ atskaitījumi) = (Ls\ 10\ 000 - Ls\ 3750) = Ls\ 6250$). Rodas vairāki jautājumi. Vai turpināt ražošanu ar veco mašīnu līdz fiziskai nolietojšanai? Kā tas ietekmēs

produkcijas pieprasījumu tirgū? Kādā mērā jaunā mašīna, pazeminot ražošanas izmaksas, kompensēs vecās mašīnas nomaiņas zaudējumus? Vai, iegādājoties jauno mašīnu, varēs pārspēt konkurentu? Atšķetināt šo sarežģīto problēmu kamolu palīdzēs rezerves vai riska fonds.

19.4.3. Amortizācijas normas

Latvijas Republikas likumā "Par ienākuma nodokli no uzņēmumiem", ko Saeima pieņēma 1995. gada 9. februārī, ir noteiktas arī amortizācijas normas.

19.2. tabula

Amortizācijas normas

Kategorija	Nolietojuma norma	Pamatkapitāla elementa veids
1	5%	Ēkas, celtnes, ilggadīgi ieguldījumi
2	10%	Dzelzceļa ritošais sastāvs un tehnoloģiskā iekārta, jūras un upju flotes transporta līdzekļi, flotes un ostu tehnoloģiskā iekārta, enerģētiskā iekārta
3	25%	Datori, informācijas sistēmas, programmas produkti, datu uzkrāšanas iekārtas
4	20%	Visi pārējie pamatkapitāla elementi

1. kategorija nozīmē, ka tās pamatkapitāla elementu darbības normatīvais ilgums ir 20 gadi, 2. kategorija – 10 gadi, 3. kategorija – 4 gadi, 4. kategorija – 5 gadi. Minētais normatīvais darbības laiks jeb nolietošanās ilgums ir kopumā īss: ēkas, celtnes parasti kalpo ilgāk par 20 gadiem; daudzi 4. kategorijas elementi spēj normāli funkcionēt ilgāk par 5 gadiem. Likumā noteiktie amortizācijas atskaitījumu normatīvi kopumā uzskatāmi par progresīviem, kas sekmē tehnisko un tehnoloģisko progresu.

19.4.4. Amortizācijas fonda mērķa izlietojums

Amortizācijas fonda līdzekļi ir stingri atdalīti no pārējiem uzņēmuma līdzekļiem. To izlietošana ir stingri reglamentēta. Amortizācijas fonda līdzekļi izlietojami vienīgi: *pirmkārt*, fiziski un morāli nolietoto pamatkapitāla elementu atjaunošanai, jauniegādātās mašīnas, iekārtas parasti atbilst modernās tehnikas, tehnoloģijas prasībām; *otrkārt*, kapitālam remontam, kas vienā gadījumā atjauno iepriekšējo lietošanas vērtību, bet citā – modernizē pamatkapitāla elementus.

Amortizācijas fondā ieplūst līdzekļi no dažādu pamatfondu elementu normatīvajiem amortizācijas atskaitījumiem. Tāpēc morālā nolietojuma gadījumā nebūt nav jāgaida, kamēr līdzekļi atbilstoši konkrētās novecojošās iekārtas, mašīnas bilances novērtējumam būs pilnā apjomā pārskaitīti amortizācijas fondā. Ja amortizācijas fonda līdzekļi ir pietiekamā daudzumā, to izlietošana iekārtas modernizācijai ir iespējama, likumīga, apsveicama. Amortizācijas fonda līdzekļu iesaldēšana uz ilgiem gadiem, kaitējot tehniskam procesam, ekonomiski nav attaisnojama.

Pieņemsim, ka kādas ražošanas ēkas bilances novērtējums ir Ls 500 000; amortizācijas atskaitījumu gada norma – 5%. Pēc 10 gadiem amortizācijas fondā pārskaitīti Ls 250 000 atbilstoši ēkas normatīvajam nolietojumam. Līdzekļi ēkas atjaunošanai būs nepieciešami tikai pēc 10 gadiem. Ēkas amortizācijas atskaitījumus var izmantot iekārtas modernizācijai, turklāt ievērojot, ka summa, kas būs izlietota moderno kapitāla elementu iegādei, pilnā apjomā atmaksāsies jau pēc pieciem gadiem.

19.4.5. Paātrinātā amortizācija

Tehniskā progresa sekmēšanas līdzeklis ir paātrinātā amortizācija. Tas nozīmē, ka pamatkapitāla elementu pirmajos darbības gados (piemēram, 3 vai 4 gados) pārskaita amortizācijas atskaitījumu lielāko daļu neproporcionāli gadu skaitam. Līdz ar to pamatkapitāla elementu cena tiek kompensēta paātrināti, t.i., īsākā laikā, nekā to nosaka normatīvais tehnikas darbības laiks. Kādu guvumu gūst uzņēmējs? Šī pasākuma iespaidā, *pirmkārt*, palielinās ražošanas izmaksas; *otrkārt*, samazinās peļņa; *treškārt*, mazāks apjoms ir peļņas nodoklim. Tieši mazāks peļņas nodoklis, pateicoties paātrinātās amortizācijas mehānismam, ieinteresē uzņēmēju ieviest jaunāku tehniku. Paātrināto amortizāciju nosaka speciāla likumdošana.

19.4.6. Apgrozāmais kapitāls

Otrā kapitāla daļa ir apgrozāmais kapitāls. Praktiski to veido darba priekšmeti: materiāli, izejvielas, energoresursi, kurināmā krājumi, nepabeigtā ražošana, mazvērtīgais inventārs.

Apgrozāmā kapitāla aprites īpatnības ir šādas: *pirmkārt*, tas piedalās tikai vienā ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ciklā; *otrkārt*, tas vienā ražošanas ciklā pilnīgi tiek izlietots; ja paliek pāri atkritumi, ko var realizēt citai uzņēmējdarbībai, atkritumu cenu atskaita no šī apgrozāmā kapitāla; *treškārt*, tas pilnībā ietilpst ražotās produkcijas vai sniegto pakalpojumu ražošanas izmaksās; *ceturtkārt*, tas tiek kompensēts pēc ražotās produkcijas realizācijas.

Aprites ātruma atšķirības. Apgrozāmā kapitāla aprites ātrums dažādās ražošanas nozarēs ir visai atšķirīgs. Ceļot supertankeru, divus trīs gadus apgrozāmā kapitāla aprišu skaits gadā var būt 0,5 – 0,3. Turpretī, piemēram, pienrūpniecībā kādā krejotavā šis aprišu skaits var sasniegt pat 300 gadā. Lai piens nesaskābtu, krējums un vājpiens katru dienu tiek nodots tālākai pārstrādei vai realizācijai. Kādā mašīnbūves uzņēmumā apgrozāmā kapitāla aprišu skaits gadā var svārstīties plašā diapazonā (3–8 reizes, aprišu skaits var būt arī lielāks vai mazāks). Viens gan ir skaidrs: apgrozāmais kapitāls likumsakarīgi aprit daudz ātrāk nekā pamatkapitāls. Šī patiesība jāievēro projektētājiem, tehnologiem, jo investors ir ieinteresēts, lai pamatkapitāla īpatsvars uzņēmējdarbības ieguldījumos būtu pēc iespējas mazāks un ieguldīto līdzekļu kopējā aprīte raitāka. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprites ātruma nozaru atšķirības ir pilnīgi neizbēgamas. Tas izraisa ne mazums problēmu peļņas gūšanā un uzņēmumu konkurences spējā.

Nozaru izdevīgums. Praktisks piemērs nozares izdevīgumam varētu būt šāds: ieguldīto resursu aprišu skaits gadā vienā nozarē līdzinās 5 pilnām aprītēm. Citā nozarē šis rādītājs sasniedz 7,5 aprītes gadā. Otrajā nozarē preču ražošanas un realizācijas apjoms ir 1,5 reizes lielāks nekā pirmajā. Vienkāršotā variantā šinī otrajā nozarē bez papildu resursu ieguldījumiem 1,5 reizes lielāka būs arī peļņa.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprites ātruma nozīme labi bija vērojama Latvijā, pārejot uz tirgus ekonomiku. Kādā darbības sfērā vispirms veidojās jaunbagātņieki: rūpniecībā, celtniecībā? Nē! Te taču ir gaužām lēna līdzekļu aprīte! Liela peļņa īsā laikā tika gūta starpniecības darījumos, vairumtirdzniecībā, kur ir maksimāli ātra līdzekļu aprīte. Tieši šīs sfēras vispirms sev piesaistīja peļņas kāros uzņēmējus, kas, pateicoties ātrajai līdzekļu aprītei, spēja samaksāt komercbanku īstermiņa kredīta augstos jo augstos procentus, padarot bagātu vienu otru banķieri. Arī valūtas maiņas operācijām ir liels aprites ātrums ar visām no tā izrietošām tīkamām sekām starpniecības ienākumu jomā.

19.5. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Komercedarbībā ieguldīto līdzekļu aprīte – nemītīgs līdzekļu riņķojums, arvien no jauna un jauna izejot vienas un tās pašas fāzes.
2. Aprītes stadijas – 1) sagatavošanas stadija (ražošanas resursu iegāde); 2) ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas stadija (izpaužas resursu jaunrades spēks, ražīgums, veidojas pievienotā vērtība); 3) preču realizācijas stadija (gatavo preču glabāšanas laiks, norēķini par realizētām precēm, uzņēmējdarbībā ieguldītie līdzekļi atgriežas sākotnējā naudas formā). Uzņēmējdarbībā ieguldītie līdzekļi vienlaikus atrodas visās trijās stadijās.

3. Aprišu skaits gadā – attiecība starp realizēto preču apjomu gadā un uzņēmējdarbībā sākotnēji avansētiem līdzekļiem.
4. Vienas aprītes laiks – aprēķināms, izdalot 365 dienas vai 12 mēnešus ar aprišu skaitu gadā.
5. Aprišu paātrināšanas motīvs – viens un tas pats uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu sākotnējais daudzums nodrošina lielāku preču realizācijas apjomu, lielāku peļņas masu un normu.
6. Uzņēmējdarbībā ieguldīto (avansēto) līdzekļu (ražošanas resursu) paātrināšanas ceļi: 1. stadijā – norēķinu paātrināšana par iegādātajiem resursiem; 2. stadijā – ražošanas resursu krājumu minimizācija, starpkrājumu minimizācija, lietojot jaunāko tehnoloģiju un organizāciju (t.sk. nepārtrauktu un pulsējošu konveijeru izmantošana), darba ražīgā spēka pieaugums un intensitātes paātrinājums pārtraukumu minimizācijā. 3. stadijā – gatavo preču krājumu minimizācija, norēķinu paātrināšana (izmantojot visātrākos sakarus, datorus ar zemes mākslīgiem pavadoņiem, internetu).
7. Pamatkapitāla sastāvs – pēc naturāli lietiskās formas darba līdzekļi (ēkas, celtnes, mašīnas, tehnoloģiskā iekārta, ilgstošās lietošanas instrumenti).
8. Pamatkapitāla aprīte – pamatkapitāla pakāpeniska fiziskā nolietojšanās, amortizācijas atskaitījumu veidā ietilpst preču ražošanas izmaksās un atgriežas pie uzņēmēja, realizējot preces, kā cenas sastāvdaļa.
9. Pamatkapitāla morālā nolietojšanās – a) tehniskā novecošanās; b) analoģu pamatkapitāla elementu lietošana, bet ar zemāku cenu.
10. Amortizācijas atskaitījumi – ikgadēji proporcionāli atskaitījumi ražošanas izmaksās, atbilstoši pamatkapitāla nolietojumam.
11. Amortizācijas fonds – amortizācijas atskaitījumi speciālā fondā. Šī fonda līdzekļus var izlietot vienīgi ražošanas attīstībai, pilnveidošanai, jaunai teknikai un tehnoloģijai, kā arī pamatfondu kapitālajam remontam.
12. Amortizācijas normas – likumdošanas ceļā noteiktas normas, kas katru gadu jāatskaita amortizācijas fondā, vienlaikus tās satur pamatfondu konkrētu elementu kalpošanas normatīvu ilgumu.
13. Paātrinātā amortizācija – tehniskā progresa veicināšanas ekonomiskā uzvedība, pamatkapitāla elementu amortizācijas atskaitījumu lielāko daļu atskaita pirmajos darbības gados. Tas paaugstina ražošanas izmaksas un, pastāvot dotajai cenai, samazina peļņu. Ieguvums – mazāks peļņas nodoklis, kas sekmē ātrāku pamatkapitāla elementu nomaiņu pret progresīvākiem. Nozīmīgs konkurences ierocis.
14. Apgrozāmā kapitāla sastāvs – darba līdzekļi (izejvielas, palīgmateriāli, kurināmais, enerģija, pusfabrikāti, īstermiņa lietošanas instrumenti).
15. Apgrozāmā kapitāla aprīte – a) piedalās tikai vienā ražošanas ciklā, pakalpojumu sniegšanas periodā; b) pilnīgi tiek izlietots vienā ražošanas ciklā; c) pilnīgi ietilpst attiecīgās preces ražošanas izmaksās; d) pilnīgi atgriežas pie komersanta pēc attiecīgu preču realizācijas to cenu sastāvā.

19.6. Secinājumi

Investīcijas uzņēmējdarbībā savu aprīti parasti sāk naudas formā. Ir arī iespēja investoram īpašniekam ieguldīt uzņēmējdarbībā viņam piederošas ēkas, celtnes, iekārtu, mašīnas, pat ražošanas krājumus, arī zemi.

Investīcijas tiek izlietotas, lai ražošanas resursu tirgū iegādātos visus nepieciešamos resursus. Ja investors ir reizē uzņēmējs, kas apveltīts ar uzņēmējspējām, tad tās attiecīgajā tirgū investoram nav jāpērk.

Uzņēmējdarbībā ieguldītie resursi secīgi iziet trīs stadijas. Pirmajā stadijā tiek pirkti ražošanas resursi atbilstoši iecerētam ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas apjomam, izraudzītai teknikai, tehnoloģijai,

organizācijai. Otrajā stadijā notiek ražošanas un pakalpojumu sniegšanas process. Trešajā stadijā saražotā produkcija, sniegtie pakalpojumi tiek pārdoti un apmaksāti.

Uzņēmējdarbībā ieguldītie resursi (līdzekļi) veic apriti, būtībā "riņķa danci" un atgriežas savā sākotnējā formā, kurā tie tika galvenokārt avansēti – naudas formā. Viena vienīga aprite nav tipiska parādība. "Riņķa dancis" atkārtojas arvien no jauna un jauna, norit nemitīgs aprites process.

Uzņēmēja sociāli ekonomiskā motivācija rosina aktīvu darbību, lai paātrinātu uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu apriti, palielinot šo resursu pilno aprišu skaitu gadā. Lai to panāktu, jāsaīsina vienas aprites laiks, kas sastāv no produkcijas ražošanas un pakalpojumu sniegšanas laika un ražošanas resursu pirkšanas un produkcijas, pakalpojumu pārdošanas un apmaksas laika.

Šo laiku saīsināšana balstās uz zinātniski tehnisko progresu organizācijas pilnveidošanas, resursu iegādes, produkcijas ražošanas, pakalpojumu sniegšanas, preču realizācijas un norēķinu kārtošanas sfērā.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprites ātrums ir visai atšķirīgs konkrētos uzņēmumos, apakšnozārēs, nozarēs. To nosaka daudz un dažādas tehniskās, tehnoloģiskās, organizatoriskās un komerciālas īpatnības, izmantoto ražošanas resursu struktūra – attiecība starp pamata un apgrozāmo kapitālu. Šīs kapitāla formas atšķiras funkcionāli kā darba līdzekļi un darba priekšmeti. No aprites viedokļa izšķirošais ir tas, ka pamatkapitālam un apgrozāmajam kapitālam ir dažāds aprites raksturs un aprites ātrums. Pamatkapitāla aprite (atgriešanās sākotnējā naudas formā pilnā apjomā) notiek samērā lēni, apgrozāmā kapitāla – relatīvi ātri. Kopējā resursu pilna aprite parasti notiek lēnāk tur, kur liels ir pamatkapitāls. Turklāt tad, ja liela nozīme ir apgrozāmajam kapitālam, aprite ir raitāka. Projektos, tehnoloģiskajos risinājums pamatkapitāla taupīšana ir ne tikai resursu ekonomija, bet arī nosacījums ražošanas resursu ātrākai aprītei.

Pamatkapitāla aprite saistās ar īpašu ekonomisko mehānismu: saskaņā ar ikgadējo pamatkapitāla elementu nolietojumu normatīvu uzņēmums īsteno speciālus amortizācijas atskaitījumus amortizācijas fondā. Šī fonda līdzekļi nesaplūst ar kopējiem uzņēmuma līdzekļiem un var tikt izlietoti tikai stingri mērķtiecīgi: *pirmkārt*, pamatkapitāla elementu pilnīgai atjaunošanai un modernizācijai; *otrkārt*, kapitālajam remontam, kas atdod pamatkapitālam sākotnējo lietošanas vērtību vai pielāgo tā elementus jauniem tehniski tehnoloģiskiem risinājumiem.

Paātrināta amortizācija, kad amortizācijas atskaitījumi tiek pārskaitīti amortizācijas fondā īsākā laikā, nekā to paredz tiesiski apstiprināti normatīvi, pastiprina uzņēmēju motivāciju nemitīgi gādāt par tehnisko progresu.

19.7. Pamatterminu tulkojums

Amortizācijas fonda normas	<i>depreciation fund, norm</i>	амортизационный фонд, нормы
Aprite kā nemitīga atjaunošanas, atkārtotības plūsma	<i>turnover as continuous flow of renewal and repetition</i>	оборот как постоянный поток возобновления и повторения
Aprites stadijas	<i>turnover stages</i>	стадии оборота
Aprites paātrināšanas ceļi	<i>ways of turnover acceleration</i>	пути ускорения оборота
Atražošana	<i>reproduction</i>	воспроизводство
Atražojamie un neatražojamie resursi	<i>reproducible and non-reproducible resources</i>	воспроизводимые и невоспроизводимые ресурсы
Komercedarbībā ieguldīto resursu aprite	<i>turnover of resources invested in entrepreneurship</i>	оборот средств вложенных в предпринимательство
Pamata un apgrozāmais kapitāls	<i>fixed and circulating capital</i>	основной и оборотный капитал

19.8. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kā saistās avansēta nauda ar investīcijām un resursu iegādi?
2. Kādi ir investora resursu iegādes varianti?
3. Kādā sakarībā var runāt par uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprīti?
4. Kāda ir uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprītes stadiju būtība?
5. Kā var aprēķināt uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprīšu skaitu?
6. Kādi posmi veido vienas pilnas aprītes laiku?
7. Kad var uzskatīt, ka uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu viena pilna aprīte ir beigusies?
8. Kas no aprītes viedokļa raksturo pamatkapitālu?
9. Ar ko atšķiras apgrozāmais kapitāls no pamatkapitāla?
10. Sakarā ar ko un kā veidojas amortizācijas fonds?
11. Kāpēc amortizācijas atskaitījuma normatīvus nosaka valsts tiesiskie akti?
12. Kādam nolūkam izmantojami amortizācijas fonda līdzekļi?
13. Ar ko atšķiras morālais nolietojums no fiziskā?
14. Kā paātrinātā amortizācija stimulē tehnisko progresu?
15. Kāpēc investors ir ieinteresēts uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprītes paātrinājumā?
16. Kāpēc dažādos uzņēmumos, apakšnozarēs, nozarēs ir atšķirīgs uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprītes ātrums?
17. Kādu iespaidu uz aprītes ātrumu atstāj pamatkapitāla un apgrozāmā kapitāla īpatsvars?
18. Kā var saīsināt ražošanas un pakalpojumu sniegšanas laiku?
19. Kā saīsināms resursu pirkšanas un preču realizācijas un apmaksas laiks?
20. Kā tehniski, tehnoloģiski un organizatoriski risinājumi var sekmēt uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprītes paātrinājumu?
21. Kā tirgus nosacījumi spēj iespaidot uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprītes ātrumu?

20. nodaļa. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu atražošana

20.1. Resursu aprīte un atražošana

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprīte saistās ar šo resursu kustību un pārveidošanu, kas norit vairākās atšķirīgās stadijās. Resursu viena pilnā aprīte ir pabeigta tad, kad avansētie līdzekļi pilnā apjomā atgriezušies savā sākotnējā formā – parasti no jauna ir investora, uzņēmēja rīcībā naudas veidā. Aprīte kā process, kas atkārtojas arvien no jauna un jauna, saistās ar nepieciešamību tāpat no jauna un jauna pirkt ražošanas resursus tirgū *in natura* noteiktā proporcijā atkarībā no izraudzītās tehnikas un tehnoloģijas, produkcijas un pakalpojumu sortimenta un daudzuma. Ražošanas resursi ir arvien jāatjauno un kā nemitīgi atkārtotošos procesu to dēvē par atražošanu. Šai problēmai ir gan mikroekonomisks, gan makroekonomisks aspekts. Šinī mācību līdzeklī runa būs vienīgi par atražošanas attiecībām, kas raksturo uzņēmuma darbībai vai atsevišķas preces izgatavošanai nepieciešamo resursu daudzkārtīgo atjaunošanu.

Atražojamie un neatražojamie resursi. Atdalīt resursu atražošanas mikroekonomisko aspektu no makroekonomiskā var tikai teorijā. Praktiski šiem aspektiem ir daudz saskares punktu. Pirmajā mirklī liekas, ka investoram, uzņēmējiem vienmēr ir iespēja tirgū nopirkt vajadzīgā daudzumā nepieciešamos resursus. Problēmas sīkāka analīze rāda, ka daļa resursu ir ne tikai ierobežoti, bet neatražojami. Tas attiecas visupirms uz dabas resursiem – zemes dzīļu bagātībām. Mūsdienu tautsaimniecībai tik nozīmīgie resursi kā nafta, gāze, ogles, urāna un citu metālu rūdas, visdažādākie ķīmiskie savienojumi ir neatražojami, neatjaunojas (abstrahēsimies no procesiem, kas ilgst miljoniem gadu vai ir dabas kataklizmu rezultāts). Un ja mēs šodien neizjūtam naftas vai līdzīgu resursu badu, tad tas ir tikai tāpēc, ka ģeologi atklāj arvien jaunas šo resursu atradnes.

Noteiktā teritorijā konkrētus neatražojamo resursu krājumus var totāli izsmelt. Tā tas var notikt ar kūdras purvu, grants, dolomīta, māla karjeru. Šo resursu vešana no liela attāluma var ekonomiski neatmaksāties, un attiecīgā ražošana būs jāpārtrauc. Projektējot metalurģijas kombinātu, pietiekami precīzi tiek prognozēti tā darbības ilgums, ievērojot izpētītos rūdas krājumus. Tūkstošiem ogļu šahtu nācās slēgt, jo “treknie” ogļu slāņi, pieejami mūsdienu teknikai, jau bija izstrādāti, būtībā “nokrejeti”.

Mežs ir nepārprotami atražojami dabas resursi. Bet šis process notiek tik lēni, ka pēc kailcirsmas noteiktā rajonā meža darbi ir jāpārtrauc. Atražojami ir arī zivju resursi, bet cilvēku barbariska rīcība ir spējīga bioloģiskos pašatjaunošanās procesus uz mūžiem pārtraukt. Nav nejaušība, ka starptautiskā vienošanās aizliedza valzivju medības, lai nākotnei saglabātu šos atražojamos resursus. Tātad mikrolīmenī uzņēmējdarbība saduras ar plašu makroekonomisko problēmu, kā pasaules mērogā saglabāt neatražojamos un pat atražojamos dabas resursus nākamajām paaudzēm.

Motivācija un resursu atražošana. Dabas resursu atražošana vai neatražošana nebūt nav tīri bioloģiska problēma. Daudz kas ir atkarīgs no sociāli ekonomiskām attiecībām, no cilvēku uzvedības, rīcības motivācijas, praktiskās saimniekošanas. Zemes atražojamo auglības spēku var iznīcināt gan ar zemu lauksaimnieciskās ražošanas kultūru, gan ar centieniem īsā laikā saņemt no zemes atdeves maksimumu pēc principa “pēc mums kaut vai plūdi”. Greiza meliorācija spēj pārvērst zemi par tuksnesi vai par neizmantojamu purvu. Komandekonomikas apstākļos nepieciešamo ierobežojumu trūkuma dēļ iznīcināja Arāla jūru. Vienpusīga motivācija tirgus ekonomikas apstākļos bez speciāliem dabas aizsardzības pasākumiem spēj tā piesārņot upes, ezerus, jebkādas ūdenskrātuves, ka tās pārstāj būt par ražošanas resursiem. Šodien izvirzījies uzdevums mērķtiecīgi veidot tādu uzņēmējdarbības motivācijas mehānismu, kas saglabātu gan šodienai, gan rītdienai un parītdienai atražojamos un neatražojamos ražošanas resursus. Pretējā gadījumā uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprīte konkrētā ražotnē tiks pārtraukta resursu trūkuma dēļ.

Pievērsīsimies mikrolīmenim, pieņemot, ka resursu atražošanas process rit netraucēti.

Kas tiek atražots komercdarbībā. Pirmkārt, jāatražo pamatkapitāls. Amortizācijas fonda veidošana un izlietošana ir darba līdzekļu, pamatkapitāla elementu tirgus, kur pieprasījums bieži rosina

piedāvājumu ar pasūtījumu palīdzību. Konkursi kā īpašs konkurences veids ir šī tirgus veidošanās viena no efektīvām formām.

Otrkārt, jāatrazo apgrozāmais kapitāls. Izlietotie darba priekšmeti, tajā skaitā enerģija ir nemītīgi jāaizstāj ar jauniem resursiem, ko piedāvā attiecīgo kapitāla elementu tirgus. Šeit veidojas tipiska līdzsvara cena, sastopama ne tikai pilnīga, bet arī nepilnīga konkurence. Konkurencē sava loma ir aizstājējiem. Pieprasījuma jomā īstenojas galējā derīguma mazināšanās likums. Piedāvājums regulē galējās ražošanas izmaksas.

Treškārt, jāatrazo zeme kā *locus standi*. Tas brīžiem ir īpatnējs process, kas prasa lieka ūdens novadīšanu, kādas ēkas pamatu nostiprināšanu (nogruvuma briesmu novēršana, antiseismisko pasākumu īstenošana utt.).

Ceturtkārt, lauksaimniecībā izmantojamās zemes auglības atražošana saistās ar agrotehniskiem pasākumiem, mežs – ar sanitārām cīsmām.

Piektkārt, ūdens kā ražošanas resursu atražošanai nepieciešami dažādi dabas aizsardzības pasākumi, arī speciāli attīrīšanas darbi.

Visos minētos gadījumos nepieciešamas investīcijas, tātad citu resursu izmantošana, naudas līdzekļu avansēšana. Šo līdzekļu avots – realizācijas ieņēmumi no produkcijas un pakalpojumiem.

Sestkārt, īpašā veidā atražojas darbaspēks. Tīri fizioloģiski runa ir par darbaspēju atjaunošanu. Tomēr cilvēks nav tikai bioloģisks radījums, bet arī sociāla būtne, vēl vairāk, personība, indivīds, kam raksturīgi sava "es" pašrealizācijas centieni. To nevar ignorēt darbaspēka atražošanā. Tas nozīmē atražot dzīves sociālos nosacījumus, uzturēt kvalifikācijas līmeni, arvien no jauna nodrošināt kultūras vajadzību apmierināšanu, ģimenes uzturēšanas iespējas. Šīs atražošanas finansiālais avots ir visupirms darbaspēka īpašnieka darba alga. Bet ne tikai tā vien. Līdzdalību ņem valsts budžeta līdzekļi, dažkārt daži speciāli fondi.

Septītkārt, jāatrazo arī tādi ražošanas resursi kā uzņēmējspējas. Šo spēju atjaunošanai ir daudz kopēja ar darbaspēka atražošanu. Īpaši jāuzsver nepieciešamība uzņēmējspējas nemītīgi uzturēt "formā", kas prasa nemītīgu pieredzes bagātināšanu un kvalifikācijas celšanu.

Uzņēmējspēju atražošanas finansu nodrošinājums īstenojas pēc diviem variantiem. Pirmajā variantā uzņēmējspēju īpašnieks ir algots pārvaldnieks. Šādā gadījumā šo resursu atražošanas izdevumus sedz pārvaldnieku alga un uzņēmuma speciāli fondi. Otrajā variantā, kad investors vienā personā ir arī uzņēmējs, šī specifiskā resursa atražošanas avots ir uzņēmēja peļņa, arī speciāli fondi, kas būtībā samazina peļņu.

Šī analīze liecina, ka tirgus ekonomikā aprite un atražošana ir ciešā saistībā: aprites rezultāts – noteikta naudas summa – ir obligāts nosacījums, lai resursi tiktu atjaunoti un ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas process spētu turpināties arvien no jauna un jauna. Tomēr atražošana ne vienmēr ir process, kas nemītīgi atkārtojas. Tirgus apstākļi noteiktā brīdī var pārtraukt uzņēmējdarbību, ieguldītie līdzekļi, investīcijas, ražošanas resursu aprite apstāsies pusceļā un galu galā nebūs naudas ne aprites turpināšanai, ne jaunu resursu iegādei. Atražošanai būs pielikts punkts.

Sociāli ekonomisko attiecību, motivācijas mehānisma atražošana. Uzņēmējdarbībai nepieciešamo ražošanas resursu aprite un to atražošana nav iespējama ārpus konkrētām sociāli ekonomiskajām attiecībām. Šīm attiecībām, kas veido ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācijas mehānismu, arī nemītīgi jāatjaunojas, jāatrazojas. Bez motivācijas resursu aprite un atražošana kā mērķtiecīga rīcība vispār nevar notikt. Šai sociāli ekonomisko attiecību atražošanai ir savas īpatnības.

Pirmkārt, īpašuma attiecībām ir juridiska čaula, kas pamatos nemainās ilgstošā periodā. *Otrkārt*, relatīva stabilitāte ir arī īpašuma attiecību realizācijas sociāli ekonomiskām formām. *Treškārt*, pēc katras uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu pilnās aprites resursu īpašnieks saglabā savu īpašnieka statusu, tāpat saglabājas tiešās saimniekošanas attiecības, sociāli ekonomiskās attiecības starp darba devēju un darba ņēmēju. Pēdējiem, lai paredzamā nākotnē līdz ar ģimeni izdzīvotu, arvien no jauna un jauna jāpiedāvā savs darbaspēks ražošanas resursu tirgū. Tas neizslēdz iespēju: šodien algots darbinieks, rīt – uzņēmējs. Sadales attiecību relatīvā stabilitāte saglabā visu to daudzšķautņaino motivāciju, kas saistās ar procentiem no kapitāla, ar peļņu no uzņēmējspējām, darba algu. Šī spēcīgā motivācija vēl nostiprinās, pateicoties maiņas un patēriņa attiecībām. Tas nozīmē, ka katras pilnās aprites ietekmē pēc iepriekšējā modeļa arvien atjaunojas, tātad nemītīgi atražojas ekonomisko attiecību tips, tā formas, atbilstošais ekonomiskās uzvedības, rīcības motivācijas mehānisms. Parasti mikrolīmenī atšķir uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu vienkāršo un paplašināto atražošanu. Šie procesi attiecināmi uz vienu produkcijas veidu vai atsevišķu uzņēmumu. Vai ir pamats izdalīt sašaurinātu resursu atražošanu?

20.2. Resursu sašaurinātās atražošanas īpatnības

Ierobežots process. Vai atsevišķs uzņēmums spēj sašaurināt ražošanu un nākamajā aprītē izmantot mazāku resursu daudzumu? Nepārprotami! Sašaurināt var arī produkcijas veida izgatavošanu, pakalpojumu sniegšanu. Reizē saruks arī resursu daudzums, kas piedalīsies nākamajā aprītē. Par to, ka šī parādība Latvijas rūpniecībā ir pietiekami izplatīts process, liecina turpmākie dati.

20.1. tabula

Atsevišķu produkcijas veidu ražošana¹
1996. g. septiņi mēneši % pret iepriekšējā gada attiecīgo periodu

Produkcijas veids	%
Kūdras ieguve, t	78,4
Gaļa, t	86,4
Augļu un dārzeņu konservi, t	85,5
Vilnas audumi, m ²	29,2
Audumi no mākslīgiem materiāliem, m ²	28,1
Bērnu apģērbi, gab.	67,1
Grāmatas, brošūras, gab.	71,6
Porcelāna trauki, gab.	47,1
Gaismas ķermeņi, gab.	42,1
Radiouztvērējierīces, gab.	6,7

Sašaurinātā atražošana nevar nemitīgi atkārtoties, jo pēc vienas no aprītēm ražošana apstāsies. Resursu turpmākais izlietojums būs nulle. Sašaurinātā atražošana laika ziņā ir ierobežots process. Tā perspektīva var pat būt uzņēmējdarbības pārtraukšana.

Cēloņi. Sašaurinātā atražošana ir tipisks tirgus fenomens. *Pirmkārt*, ekonomiskā analīze var liecināt, ka galējās ražošanas izmaksas ir mazākas, bet galējie ienākumi lielāki, pastāvot mazākam produkcijas vai pakalpojumu apjomam. Uzņēmējdarbības apjoms tiek sašaurināts līdz noteiktam līmenim ar attiecīgi mazāku resursu izmantojumu. Tehniski tehnoloģiskas un organizatoriskas īpatnības nosaka to samēru, kādā samazinās resursu izmantojums atkarībā no uzņēmējdarbības sašaurināšanas. Kad no galējo ienākumu viedokļa sasniegts optimāls produkcijas vai pakalpojumu apjoms, sašaurinātā resursu atražošana vairs neturpinās.

Otrkārt, tirgus izpēte rāda, ka pieprasījums pēc konkrētām precēm samazināsies. Sašaurinātā atražošana līdz zināmam līmenim būs nepieciešamā pielāgošanās tirgus situācijai.

Treškārt, neveiksme konkurencē var novest sašaurināto resursu atražošanu līdz "nulles variantam", bankrotam.

Ceturtkārt, tirgus konjunktūra, efektivitāte, izdevīgums var rosināt mainīt produkcijas sortimentu un apjomu, sašaurināt konkrētā produkcijas veida izgatavošanu, pakalpojumu sniegšanu.

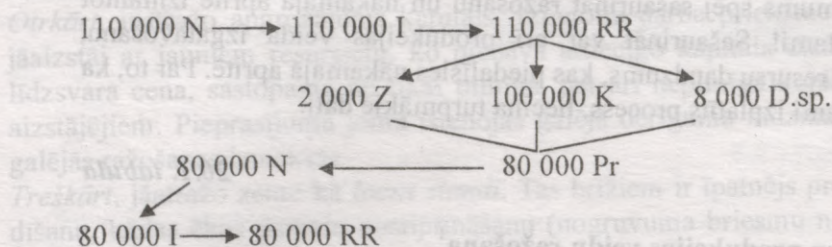
Piektkārt, citā variantā sortimenta maiņa nesamazina kopējo izmantoto resursu daudzumu, bet samazina atsevišķu resursu izmantošanu.

Sestkārt, var notikt kardināla uzņēmējdarbības virziena maiņa. Resursu pilnā aprītē atgūtā nauda turpmāk tiek ieguldīta darījumos, kam vispār ražošanas resursi nav nepieciešami. Naudu var ieguldīt vērtspapīru un valūtas biržas darījumos, pirt ārejo un iekšējo aizņēmumu obligācijas, uzticēt kā termiņnoguldījumu vai krājnoguldījumu drošai bankai. Galu galā nevienam nav liegts izņemt naudu no uzņēmējdarbības, lai to nobāztu zeķē vai paglabātu zem matrača. Pēdējo par prāta darbu uzskatīt gan nevar.

Mēģināsim naudas un resursu kustību veidā attēlot dažus no iepriekšminētiem resursu sašaurinātās atražošanas variantiem.

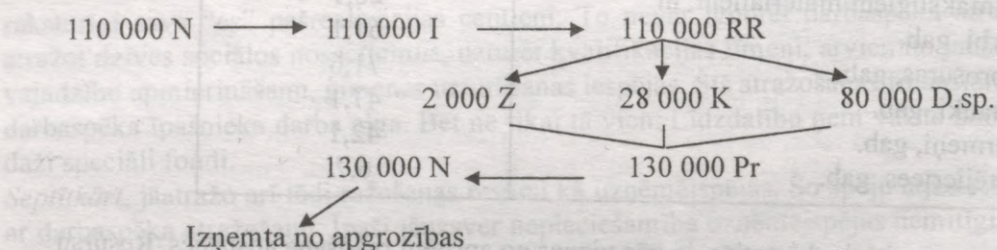
¹ Latvijas statistikas ikmēneša biļetens, 7/1996, 96.-102. lpp.

1. variants. Neefektīva uzņēmējdarbība.



Šinī nosacītā piemērā saražoto preču cena līdzinās 80 000 naudas vienībām. Izmantoto resursu atdeve nedod iespēju pilnā apjomā kompensēt investīcijas resursu iegādei. Zaudējumi neveiksmīgās uzņēmējdarbības dēļ līdzinās 30 000 naudas vienībām. Resursu apriti var turpināt, ieguldot uzņēmējdarbībā vairs tikai 80 000 naudas vienības. Īstenosies sašaurinātās resursu atražošanas variants. Atražošanas turpmākais liktenis ir atkarīgs no uzņēmējdarbības tālākajiem panākumiem vai neveiksmēm.

2. variants. Nauda (investīcijas) tiek izņemta no turpmākās uzņēmējdarbības.



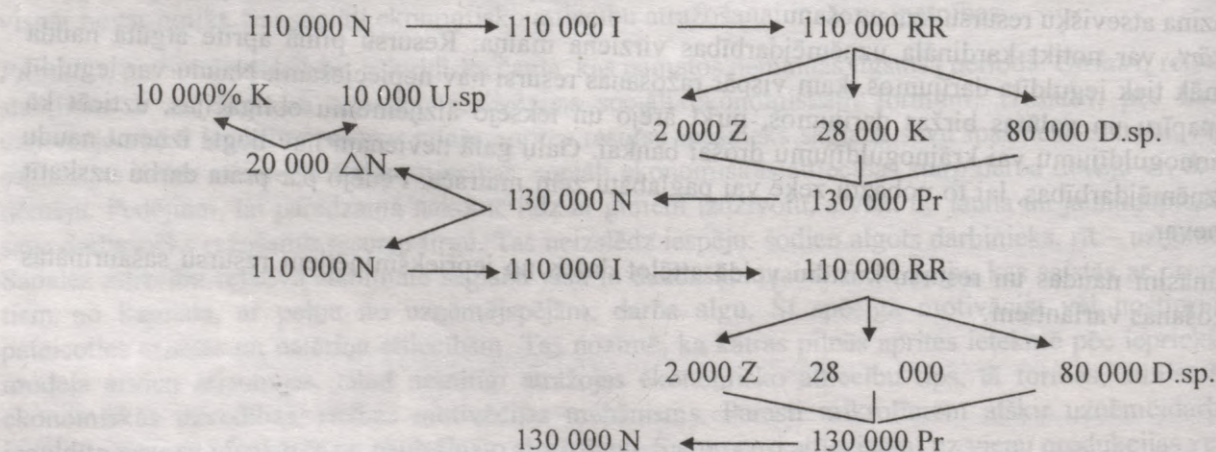
Nauda tiek izņemta no turpmākās uzņēmējdarbības pilnīgi vai daļēji.

Šinī variantā tālākais liktenis var būt visai dažāds: to var noguldīt bankā, izmantot valsts parādzīmju pirkšanai, izlietot biržas spekulācijās, notriekt spēļu ellēs, pirt dārglietas utt.

2. variantā pieprasījums pēc resursiem samazinās par 110 000 naudas vienībām. Šo resursu atražošanas process ir pārtraukts. Ja šī sašaurināšana skar kāda uzņēmuma daļu, apakšvienību, firmas filiāli, var runāt par resursu sašaurinātu atražošanu.

20.3. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu vienkāršā atražošana

Ekonomiskais raksturojums. Ja tirgus pieprasījums pēc kādas produkcijas vai pakalpojuma nemainās, ja šī paša iemesla dēļ stabils, bez izmaiņām ir kāda uzņēmuma darbības apjoms, īstenojas uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu vienkāršā atražošana. Resursi tiek nemitīgi atjaunoti iepriekšējā, tātad nemainīgā apmērā. Lūk, skaitliskais piemērs.



110 000 naudas vienības pēc iepirkto un izmantoto ražošanas resursu vienas pilnās aprites atkal tiek izlietotas šāda paša resursu daudzuma iegādei. Aprite turpinās. Īstenojas resursu vienkāršā atražošana. Šīs atražošanas nosacījums ir viens: investora un uzņēmēja ienākums – procenti no kapitāla un peļņa sakarā ar uzņēmējspējām – nedrīkst tikt ieguldīts dotās uzņēmējdarbības paplašināšanai. Visi citi šo ienākumu izlietošanas varianti (no noplūtes un “saldas” dzīves līdz biržas spekulācijai un dāvināšanai radiem un draugiem) resursu vienkāršo atražošanu nekādi neiespaido.

Vienkāršā atražošana ir uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātās atražošanas ekonomiskais pamats.

20.4. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātā atražošana

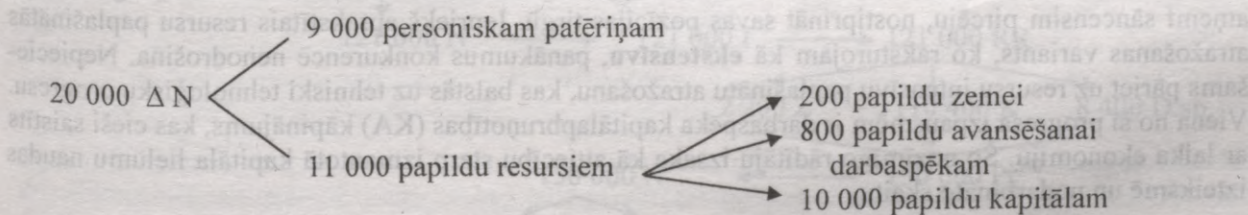
Mūsdienu attīstīto valstu tirgus ekonomikai raksturīgi lēni, bet stabili attīstības tempi. Tāpēc resursu vienkāršā atražošana tai nav raksturīga. Tā ir tipiska situācijai, kad ekonomika “mīdās” uz vietas, nekādi nespēj uzņemt augšupejas tempu. Var pat runāt par stagnāciju, it sevišķi, kad resursu vienkāršā atražošana notiek zemā līmenī, kad īpatnēja “stabilizācija” notikusi pēc pamatīgas lejupslīdes, pēc sašaurinātas atražošanas. Tas raksturīgs daudziem Latvijas uzņēmumiem.

Paplašinātās atražošanas raksturojums. Mūsdienu tirgus ekonomikai raksturīgā uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātā atražošana nozīmē, ka katrā jaunā periodā, pēc katras pabeigtas pilnas aprites, gadu no gada ražošanā vai pakalpojumu sniegšanā tiek izmantoti papildu resursi. Galarezultāts (aprites, atražošanas rezultāts) ir tāds, ka pieaug produkcijas un pakalpojumu apjoms, arī investora, uzņēmēja ienākumi.

Resursu paplašinātās atražošanas avots. Centrālā paplašinātās atražošanas problēma ir papildu resursu iegādes finansiālais avots. Abstrahēsimies no iespējas pret labi nopamatu uzņēmējdarbības perspektīvo plānu un drošām garantijām saņemt kredītu. Kredīts jāatdod ar procentiem, un tam visam jābūt savam avotam.

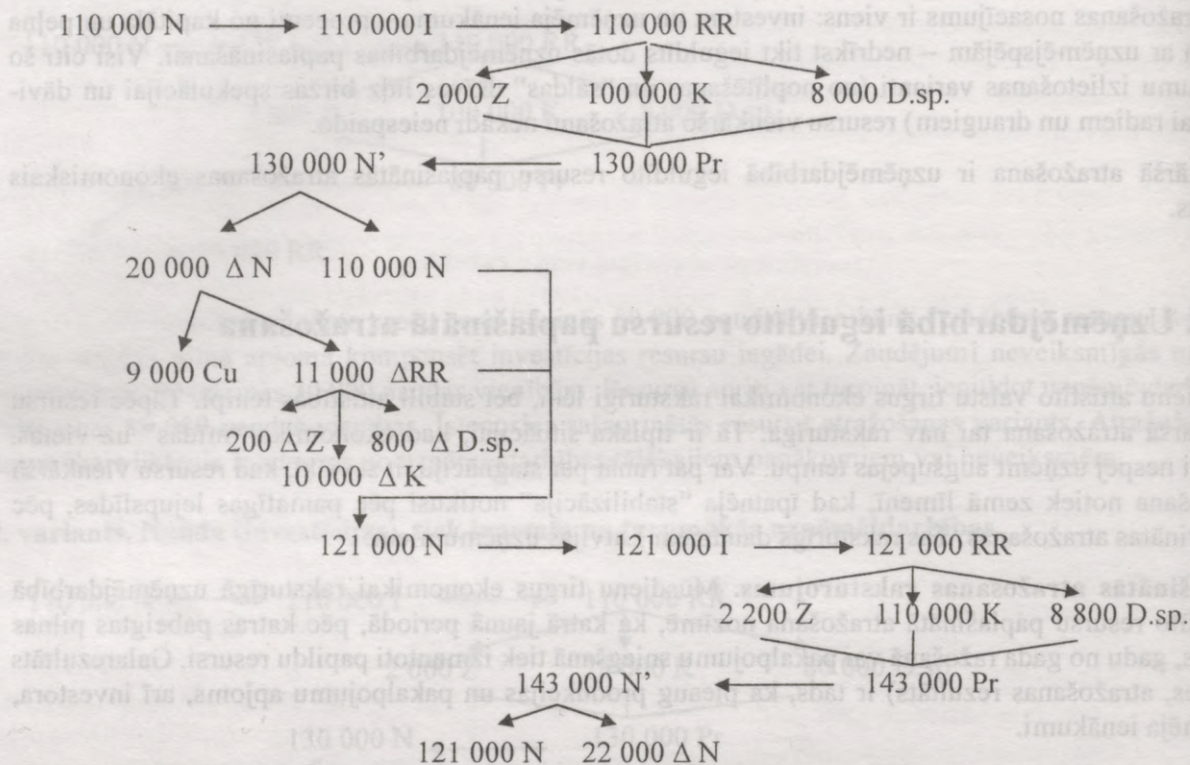
Vienīgais avots papildu resursu iegādei, lai ievadītu paplašinātu atražošanu, ir investora, uzņēmēja ienākumi – procenti no kapitāla, peļņa no veiksmīgās uzņēmējdarbības. Mūsu nosacītā piemērā šo divu ienākumu veidotā kopējā summa līdzinās 20 000 naudas vienībām. Pieņemsim, ka 9 000 naudas vienību investors uzņēmējs izlieto sevis un ģimenes uzturēšanai, 11 000 naudas vienību iegulda uzņēmējdarbības paplašināšanai, pārējo papildu ražošanas resursus. Iespējami vairāki resursu paplašinātās atražošanas varianti.

1. variants. Ražošanas tehniski tehnoloģiskais līmenis nemainās. Investora uzņēmēja rīcībā papildu resursu iegādei ir 10 000 naudas vienību. Vienkāršojot risinājumu, pieņemsim, ka papildu resursi tiek pirkti tādā pašā proporcijā kā sākotnēji. Tad par 10 000 naudas vienībām tiek pirkti papildu kapitāla elementi, par 200 naudas vienībām piepirkta zeme, 800 naudas vienības tiek papildus avansētas darbspēkam, darba algai. Formulas veidā to var izteikt šādi:



legūstam tādu resursu paplašinātās atražošanas risinājumu, kas reproducē iepriekšējo tehniski tehnoloģisko līmeni. To dēvē par resursu ekstensīvo paplašināto atražošanu.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu ekstensīvā paplašinātā atražošana



Kā rāda paplašinātās atražošanas aprēķins, naudas līdzekļi, investīcijas un ražošanas resursi palielinājušies par 11 000 naudas vienībām, proporcionāli pieauguši visi ražošanas resursi: kapitāls no 100 000 naudas vienībām līdz 110 000 naudas vienībām, zeme no 2 000 naudas vienībām līdz 2 200 naudas vienībām, avansētie līdzekļi darbaspēka algošanai no 8 000 naudas vienībām līdz 8 800 naudas vienībām. Pateicoties kapitāla tīrajam ražīgumam un uzņēmējspējām, mijiedarbojoties it visiem ražošanas resursiem, tiek saražotas preces par 143 000 naudas vienībām. Procenti no kapitāla un peļņa sakarā ar uzņēmējspējām dod pieaugumu ΔN 22 000 naudas vienību apmērā, kas līdzinās 18,2% no investētiem līdzekļiem. (Šādi ienākuma procenti bija arī investīciju pirmajā posmā pirms resursu paplašinātās atražošanas.) Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātās atražošanas ietekmē resursi ir pieauguši par 11%, saražotā produkcija vai sniegtie pakalpojumi – par 11%, investora, uzņēmēja ienākumi – par 11%. Ik periodu pievienojot daļu ienākumu investīcijām un pārņemot papildu resursus, arvien no jauna un jauna īstenošies uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātā atražošana mikrolīmenī.

2. variants. Aug darbaspēka kapitālapbruņotība. Mūsdienu aktīvajā konkurences gaisotnē spēcīgi darbojas motivācija ar jaunāko tehniku un tehnoloģiju, ar racionālāku ražošanas un darba organizāciju atņemt sāncensim pircēju, nostiprināt savas pozīcijas tirgū. Iepriekš aprakstītais resursu paplašinātās atražošanas variants, ko raksturojam kā **ekstensīvu**, panākumus konkurencē nenodrošina. Nepieciešams pāriet uz resursu intensīvu paplašinātu atražošanu, kas balstās uz tehniski tehnoloģisku progresu. Viena no šī progresa izpausmēm ir darbaspēka kapitālapbruņotības (KA) kāpinājums, kas cieši saistīts ar laika ekonomiju. Šo nozīmīgo rādītāju izsaka kā attiecību starp izmantotā kapitāla lielumu naudas izteiksmē un nodarbināto skaitu.

$$KA = \frac{\text{Kapitāls (naudas vienībās)}}{\text{Darbinieku skaits}}$$

Kapitālapbruņotība raksturo darbinieku aizstāšanu ar kapitāla elementiem, konkrētā gadījumā to, kādi kapitāla resursi ar tām raksturīgo tīro ražīgumu spēj aizstāt darbaspēka resursus. Resursu kopējā izmantošana palielina darba ražīgo spēku. Raksturojot kapitālapbruņotību, formulas KA skaitītājā būtu jāfiksē vienīgi pamatkapitāls, jo tas tieši aizstāj darbarokas, brīžiem intelektu. Ražošanas krājumi attiecību KAPITĀLS $\longleftrightarrow$ DARBASPĒKS no darba laika ekonomijas viedokļa iespaido nevis tieši, bet pastarpināti: jo vairāk pamatkapitāla ir uz vienu darbinieku, jo lielāka ir arī darbaspēka resursu

atdeve un viens darbinieks izmanto un pārstrādā lielāku daudzumu darba priekšmetu. Šai sakarībā skaitītājs, kas aptver visa izmantotā kapitāla lielumu KA formulā, ir ekonomiski pamatots, kaut arī reljefi neizceļ tieši visjaunāko darba līdzekļu izcilo lomu ražošanas resursu atdeves mūsdienu pieaugumā. Vienlaikus jāuzsver, ka intensīvā paplašinātā atražošana parasti prasa arī papildu investīcijas papildu ražošanas krājumiem. Nosacītajā piemērā mēs formulā KA pamatkapitālu no kapitāla kopējiem resursiem neizdalīsim. Tas tiek darīts aprēķinu vienkāršošanas nolūkos.

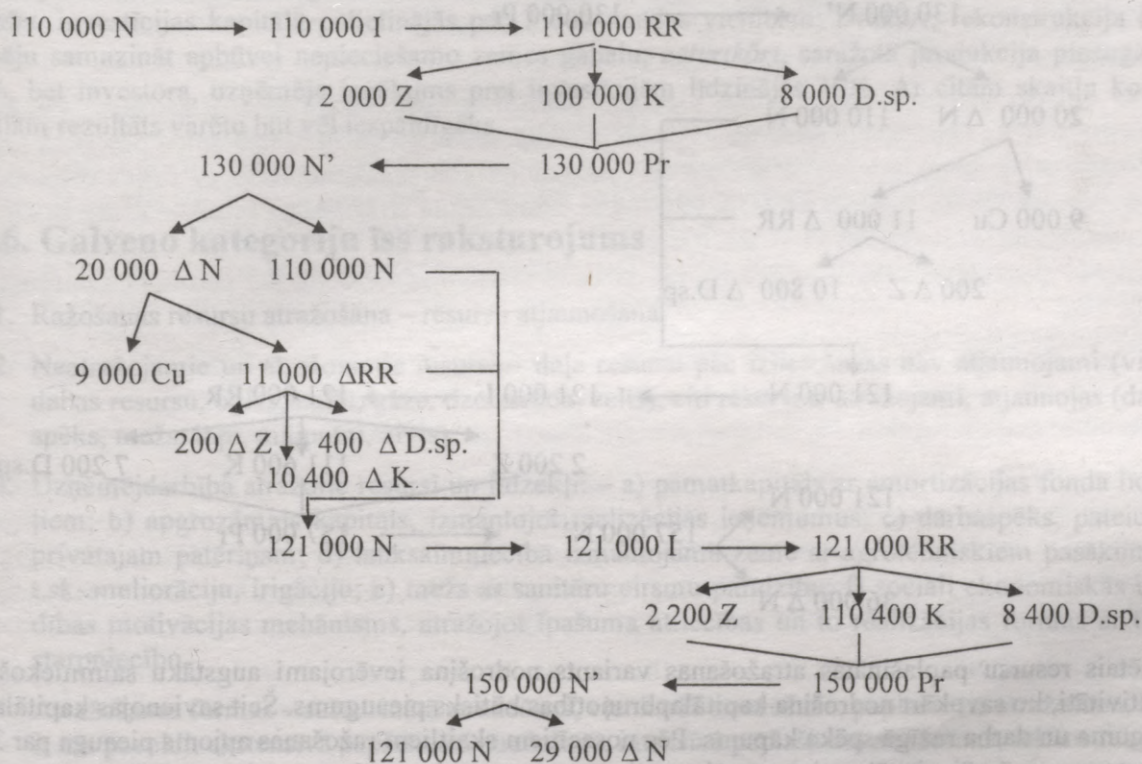
$$KA = \frac{100\,000 \text{ naudas vienību } K}{40 \text{ darbinieku (pārstāv darba algas fonda } 800 \text{ naudas vienību)}} = 2\,500 \text{ naudas vienību}$$

Piesaistot papildu resursus, palielināsim darbaspēka kapitālapbruņotību. Pieņemsim, ka $\Delta K = 10\,400$ naudas vienību, bet $\Delta D.sp. = 400$ naudas vienību, tad

$$KA^1 = \frac{10\,400 \text{ naudas vienību } K}{2 \text{ darbinieki}} = 5\,200 \text{ naudas vienību}$$

Šāds rezultāts nozīmē, ka papildus pirktie ražošanas resursi tiek izlietoti progresīvākiem tehniski tehnoloģiskiem risinājumiem, kas nodrošina resursu intensīvu paplašināto atražošanu. Mainīsies samēri paplašinātās atražošanas piemērā.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu intensīvā paplašinātā atražošana



Pateicoties augstākai darbaspēka kapitālapbruņotībai, darba ražīgais spēks mijiedarbībā ar citu ražošanas resursu jaunradi palielināja produkcijas izlaidi par 5% un investora, uzņēmēja ienākumus par 13%. Tādi ir uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu intensīvās paplašinātās atražošanas likumsakarīgi augļi.

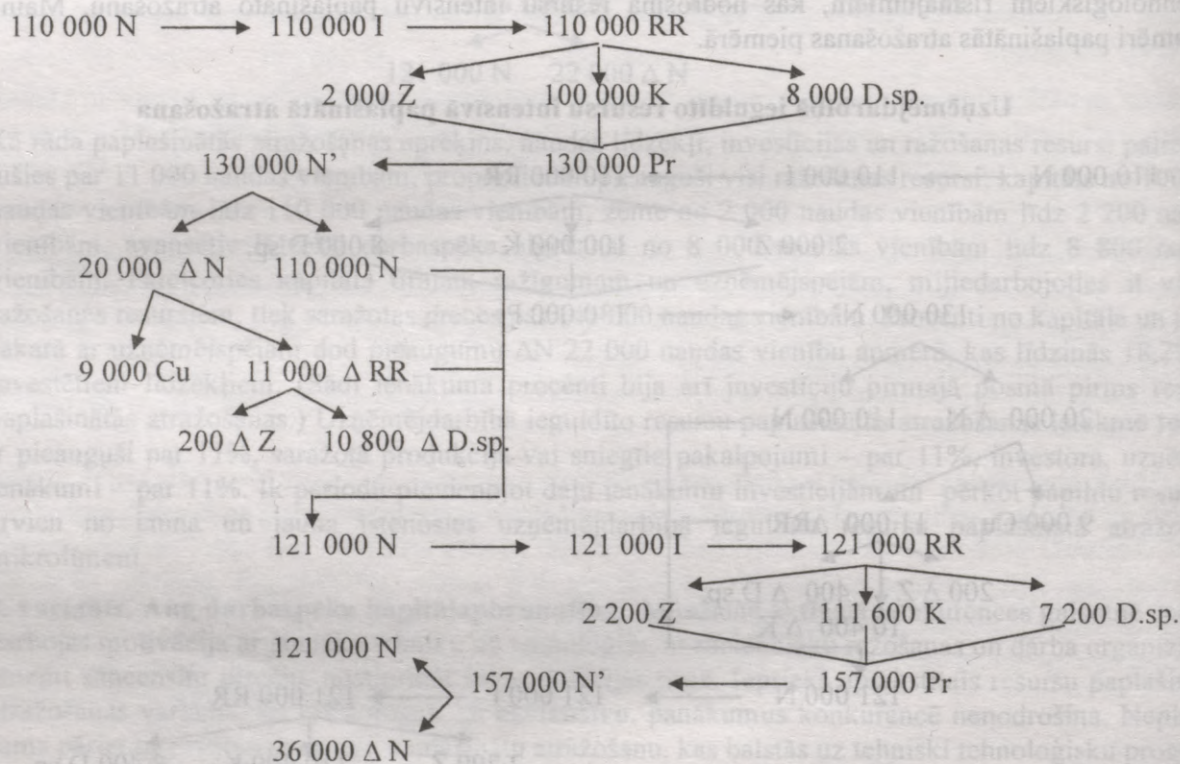
3. variants. Darbinieku skaits samazinās. Zinātniski tehniskais progress konkrētā uzņēmumā, palielinot ražošanas vai sniegto pakalpojumu apjomu, spēj to panākt, gan palielinot, gan samazinot darbinieku skaitu. Aplūkosim nosacītu piemēru, kad produkcija pieaug, bet darbinieki tiek atbrīvoti. Šinī variantā augstāka kapitālapbruņotība raksturo ne tikai papildus pirktos ražošanas resursus, bet arī sākotnējo samēru starp kapitāla daudzumu un darbinieku skaitu. Sarežģīts ir jautājums, kā augstāka

kapitālapbruņotība ietekmēs darbinieku darba algas līmeni. Parasti augstāka kapitālapbruņotība diktē nepieciešamību pēc kvalificētāka darbaspēka ar augstāku darba algas līmeni. Sakarā ar to darbinieku skaita samazināšana mazākā mērā taupa līdzekļus darbaspēka resursu atalgošanai. Mūsu skaitliskajā piemērā sākotnējā kapitālapbruņotība līdzinājās 2 500 naudas vienībām. Kopējais darbinieku skaits – 40; viena darba ņēmēja darba alga – 200 naudas vienību. Pieņemsim, ka tehnikas progress vienībā ar jaunu tehnoloģiju un organizāciju ļauj darbinieku skaitu samazināt līdz 30 darba ņēmējiem; to vidējā darba alga sakarā ar augstāko kvalifikāciju palielināma līdz 240 naudas vienībām. Kopā darba algai jāavansē 7 200, ekonomija 800. Kopējie kapitāla resursi izaugs līdz 111 200 naudas vienībām (sākotnējie 100 000 K + papildu Δ 10 800 K + 800 darba algas fonda ekonomija).

$$KA_2 = \frac{111\,000\text{ K}}{30\text{ darbinieku}} = 3\,720$$

Kapitālapbruņotība, ievērojot visus kapitāla un darbaspēka resursus, ir pieaugusi 1,5 reizes. Tas nodrošina ievērojami lielāku visu ražošanas resursu atdevi. Par to var pārliecināties pēc nākamā piemēra datiem.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu intensīvā paplašinātā atražošana ar mazāku darbinieku skaitu



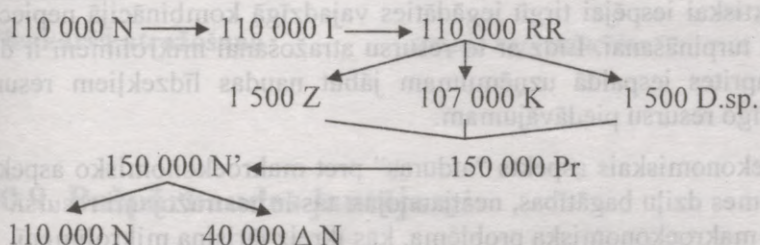
Minētais resursu paplašinātās atražošanas variants nodrošina ievērojami augstāku saimniekošanas efektivitāti, ko savukārt nodrošina kapitālapbruņotības būtisks pieaugums. Šeit savienojas kapitāla tīrā ražīguma un darba ražīgā spēka kāpums. Pēc nosacītiem skaitļiem ražošanas apjoms pieauga par 30%, investora, uzņēmēja ienākumi pret sākotnēji avansēto naudu un izmantotiem ražošanas resursiem līdzinās 30%.

Nobriest rekonstrukcija. Līdzšinējos uzņēmējdarbībā ieguldīto ražošanas resursu intensīvās paplašinātās atražošanas variantos tehniski tehnoloģiskais progress skāra tikai papildu resursu ieguldījumu. Pienāk brīdis, kad konkurences apstākļi vai centieni iekarot plašāku tirgu telpu rosina īstenot visa uzņēmuma kardinālu rekonstrukciju. Šāda pasākuma finansiālais nodrošinājums saistās visupirms ar uzkrātiem amortizācijas fonda līdzekļiem, ar tām naudas summām, kas atgriežas investoram sakarā ar uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu pilno apriti. Ideālā gadījumā rekonstrukcija paredz pilnīgi jaunu resursu struktūru, tādu tehniku, tehnoloģiju, organizāciju, kas vienlaikus pazemina produkcijas

kapitālietilpību, materiālietilpību un darbietilpību. Reālā saimniekošanā sasniegt šādu rezultātu ir visai sarežģīti. Vislielākās problēmas saistīsies ar kapitālietilpības (pretējs rādītājs – kapitālatdeve) samazināšanos. Pietiekami bieži, lai samazinātu darbietilpību (paaugstinātu darba ražīgo spēku), jāpaaugstina produkcijas kapitālietilpība. Apcerot šo problēmu, mums vienmēr jāievēro tās cēloņsakarības, kas saistās ar ražošanas izmaksu neizbēgamajām izmaiņām īslaicīgā periodā, palielinot ražošanas apjomu. Aplūkosim vienkāršotu variantu, kad pēc rekonstrukcijas uzņēmumā ražošanas process tiek visnotaļ automatizēts.

20.5. Rekonstrukcija

Resursu intensīvās paplašinātās atražošanas variants: rekonstrukcija, automatizējot ražošanas procesus. Salīdzināšanas nolūkā pieņemsim sākotnējo investīciju summu 110 000 naudas vienību apmērā.



Rekonstrukcija, automatizējot ražošanas procesus, deva iespēju: *pirmkārt*, strauji samazināt darbinieku skaitu, jo avansētais darba algas fonds saruka no 8 000 naudas vienībām līdz 1 500 naudas vienībām; *otrkārt*, investīcijas kapitālā palielinājās par 7 000 naudas vienībām; *treškārt*, rekonstrukcija deva iespēju samazināt apbūvei nepieciešamo zemes gabalu; *ceturtkārt*, saražotā produkcija pieauga par 27%, bet investora, uzņēmēja ienākums pret investīcijām līdzinājās 36%. Ar citām skaitļu kombinācijām rezultāts varētu būt vēl iespaidīgāks.

20.6. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Ražošanas resursu atražošana – resursu atjaunošana.
2. Neatražojamie un atražojamie resursi – daļa resursu pēc izlietošanas nav atjaunojami (virkne dabas resursu, ogles, nafta, gāze, dzelzsrūda, zelts), citi resursi ir atražojami, atjaunojas (darbaspēks, mežs, lopī, mājpūtņi, zivis).
3. Uzņēmējdarbībā atražotie resursi un līdzekļi: – a) pamatkapitāls ar amortizācijas fonda līdzekļiem; b) apgrozāmais kapitāls, izmantojot realizācijas ieņēmumus; c) darbaspēks, pateicoties privātajam patēriņam; d) lauksaimniecībā izmantojamā zeme ar agrotehniskiem pasākumiem, t.sk. meliorāciju, irigāciju; e) mežs ar sanitāru cirsmu palīdzību; f) sociāli ekonomiskās uzvedības motivācijas mehānisms, atražojot īpašuma attiecības un to realizācijas formas ar tirgus starpniecību.
4. Atražošanas formas – sašaurinātā atražošana, vienkāršā atražošana, paplašinātā atražošana, kurai ir trīs paveidi: ekstensīvā paplašinātā atražošana, intensīvā paplašinātā atražošana, rekonstrukcija.
5. Sašaurinātā atražošana – ražošanas apjoms attiecībā pret iepriekšējo periodu sašaurinās, cēloņi: pieprasījuma mazināšanās, neefektīva uzņēmējdarbība, līdzekļu novirze citā nozarē.
6. Vienkāršā atražošana – ražošanas vai pakalpojuma apjoms nemainās, cēloņi: uzņēmējs visus uzņēmējdarbības ienākumus bez atlikuma privāti patērē, ienākumi tiek novirzīti citā darbības sfērā.
7. Paplašinātā atražošana – ražošanas un pakalpojumu apjoms pieaug, avots: uzņēmējdarbības ienākums, tā daļa.
8. Ekstensīvā paplašinātā atražošana – paplašinātā atražošana uz iepriekšējās tehniskās bāzes.

9. Intensīvā paplašinātā atražošana – ražošana, pakalpojumi vēršas plašumā, pateicoties tehniski tehnoloģiskiem procesiem; apakšvarianti: a) strādājošo skaits pieaug; b) strādājošo skaits samazinās.
10. Rekonstrukcija – ražošanas un pakalpojumu pieaugums, radikāli mainot resursu proporcijas.

20.7. Secinājumi

Ražošana un pakalpojumu sniegšana parasti nav vienreizējs akts. Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu nemitīgi aprīte izvirza ražošanas resursu atjaunošanas procesu, kam jāatkārtojas arvien no jauna un jauna. Šādu nemitīgu ražošanas resursu atjaunošanas procesu dēvē par šo resursu atražošanas procesu.

Ražošanas resursu atražošanas procesam ir divi aspekti: makroekonomiskais un mikroekonomiskais. Šinī mācību līdzeklī mūs visupirms interesē resursu atražošanas mikroekonomiskais aspekts. Uzņēmumam jābūt praktiskai iespējai tirgū iegādāties vajadzīgā kombinācijā nepieciešamos resursus uzņēmējdarbības turpināšanai. Līdz ar to resursu atražošanai mikrolīmenī ir divi nosacījumi: *pirmkārt*, resursu aprītes iespaidā uzņēmumam jābūt naudas līdzekļiem resursu iegādei; *otrkārt*, tirgū jābūt attiecīgo resursu piedāvājumam.

Tirgū resursu atražošanas mikroekonomiskais aspekts “atduras” pret makroekonomisko aspektu. Daļa dabas resursu, visupirms zemes dziļu bagātības, neatjaunojas, tās ir neatražojami resursi. To taupīšana nākamām paaudzēm ir makroekonomiska problēma, kas ikreiz jārisina mikrolīmenī.

Zemes auglības spēks ir atražojams, racionāli saimniekojot. Svarīgi, lai cilvēku rīcības dēļ neieistātos neatgriezeniski procesi, kad kāda resursa atražošana kļūst neiespējama.

Mikrolīmenī savās specifiskā formās jāatražojas visiem četriem ražošanas resursiem: tāds ir uzņēmējdarbības turpināšanas obligātais nosacījums.

No resursu atjaunošanas rezultātu viedokļa jāatšķir resursu sašaurinātā atražošana, vienkāršā atražošana un paplašinātā atražošana. Ekonomiskajā literatūrā galvenā uzmanība pievērsta paplašinātās atražošanas nosacījumiem. Pārejas periodā no komandekonomikas uz tirgus ekonomiku, ekonomiskā cikla lejupslīdes fāzē, aktuāla ir sašaurinātās atražošanas problēma, tās cēloņi un veidi. Šis atražošanas tips konkrētam uzņēmumam, produkcijas veidam un pakalpojumam ir cieši saistīts ar uzņēmēja motivāciju atjaunot resursus mazākā apmērā vai pat pārtraukt saimniecisko darbību.

Uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu vienkāršā atražošana ir šo resursu paplašinātās atražošanas bāze. Vienkāršās atražošanas obligātais nosacījums: lai investora, uzņēmēja ienākumi no uzņēmējdarbības netiktu ieguldīti šīs darbības paplašināšanai. Šai nolūkā nav izmantojami arī kredīti.

Mūsdienu konkurences gaisotnē nozīmīgi ir izdalīt ekstensīvo un intensīvo paplašināto atražošanu. Pirmā ir šodien netipiska parādība, kad atražojas iepriekšējie tehniski tehnoloģiskie un organizatoriskie uzņēmējdarbības nosacījumi. Latvijas apstākļos, kad panākumi iekšējā un ārējā tirgū ir visai atkarīgi no struktūras pārmaiņām, intensīvā paplašinātā atražošana, kas balstās uz tehnikas, tehnoloģijas un organizācijas visjaunākajiem risinājumiem, ir valsts ekonomikas attīstības atslēga.

Intensīvās paplašinātās atražošanas jomā mēs Latvijā sastopamies ar nopietnu iekšēju pretrunu: visprogresīvākais ir intensīvās paplašinātās atražošanas variants, kas balstās uz kapitālapbruņotības pieaugumu, samazina darbinieku skaitu; bet mēs Latvijā esam ieinteresēti ne tikai saglabāt, bet pat palielināt darbavietu skaitu.

Šo iekšējo pretrunu nespēj atrisināt uzņēmumu radikāla rekonstrukcija, jo tā bieži vien draud ar vēl lielāku darbavietu skaita samazināšanu.

Īstenot intensīvu paplašinātu atražošanu un vienlaikus palielināt darbavietu skaitu var vienīgi ar plašām investīcijām jaunās nozarēs, jaunu uzņēmumu izveidē. Šai jomā uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu paplašinātā atražošana pāriet makroekonomikas līmenī, saistās ar mērķtiecīgu struktūrpolitiku, aptverot Latvijas tautsaimniecībā plašu problēmu loku.

20.8. Pamatterminu tulkojums

Darbaspēka kapitālapbruņotība	<i>capital – intensity of labour force</i>	Капиталовооруженность труда
Ekstensīvā paplašinātā atražošana	<i>extensive extended reproduction</i>	экстенсивное расширенное воспроизводство
Intensīvā paplašinātā atražošana	<i>intensive extended reproduction</i>	интенсивное расширенное воспроизводство
Paplašinātā atražošana	<i>extended reproduction</i>	расширенное воспроизводство
Rekonstrukcija	<i>reconstruction</i>	реконструкция.
Resursu sašaurinātā atražošana	<i>reduced reproduction</i>	суженное воспроизводство ресурсов
Vienkāršā atražošana	<i>simple reproduction</i>	простое воспроизводство

20.9. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kā sasaistās uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprīte ar to atražošānu?
2. Kādi resursi ir atražojami un kādi neatražojami?
3. Kāds ir atražojamo resursu mikroekonomikas un makroekonomikas aspekts?
4. Kas ir jāatražo ikvienā atražošanas procesā?
5. Kādi cēloņi nosaka uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu sašaurināto atražošānu? Kā un kāpēc šāds variants izpaužas Latvijas tautsaimniecībā?
6. Kādi ir nosacījumi, lai īstenotos resursu vienkāršā atražošāna?
7. Kādi ir nosacījumi, lai īstenotos resursu paplašinātā atražošāna?
8. Ar ko atšķiras resursu intensīvā paplašinātā atražošāna no ekstensīvās atražošānas?
9. Kādi ir iespējamie resursu intensīvās paplašinātās atražošānas varianti?
10. Kādas ekonomiskas cēloņsakarības izsaka kapitālapbruņotības pieaugums?
11. Kā Latvijā struktūrpolitika saistās ar resursu paplašinātu atražošānu?
12. Kā var panākt, lai Latvijā intensīvā paplašinātā atražošāna, kapitālapbruņotības pieaugums nodrošinātu darbavietu skaita pieaugumu?

21. nodaļa. Peļņa – uzņēmējdarbības pamatmotīvs

Par peļņu ir sarakstīti grāmatu kalni. Vēl vairāk ir dažādu rakstu. Autori, apcerot vienu un to pašu peļņas gūšanas, sadales un izlietošanas problēmu, sniedz diametrāli pretējus raksturojumus, pauž krasi atšķirīgus viedokļus un visu to izklāsta kā neapgāžamu “patiesību pēdējā instancē”. Nav nekas vienkāršāks kā peļņu populistiski pasludināt par visa ļaunuma sakni. Pietiek peļņas kāri savienot ar varas kāri, lai lasītāju priekšā uzburtu asinis stindzinošu apokalipses ainu. Tā nav nejaušība, ka K. Markss “Kapitālā” citē kādu mazpazīstamu angļu autoru T. S. Duningu: “Kapitāls baidās no peļņas trūkuma vai no pārāk mazas peļņas, tāpat kā daba baidās tukšuma. Bet, ja ir pietiekama peļņa, kapitāls kļūst drošsirdīgs. Nodrošiniet 10 procentu, un kapitāls atļauj sevi visādi izlietot; nodrošiniet 20 procentu – tas kļūst rosīgs, 50 procentu – tas noteikti gatavs lauzt sev kaklu; 100 procentu – tas min ar kājām visus cilvēku likumus, 300 procentu – nav tāda nozieguma, kuru tas neriskētu izdarīt, kaut arī draudētu karātasas.”¹

Atliek savienot vienā iejūgā Hitleru un Himleru ar Krupu un Šahtu, lai pasludinātu, ka 1860. gadā izteiktā prognoze Otrajā pasaules karā ar tās drausmīgo asinspirti, genocīdu un finālu īstenojās vārds vārdā, burts burtā.

Vienlaikus var apgalvot, ka peļņa ir ražošanas attīstības un progresā nosacījums. Ne jau aiz tīrās cilvēkmīlestības, bet peļņas centieni rosināts, Henrijs Fords I aplaimoja cilvēci ar visai lēto benzīna braucamo. Var jau nievājoši dēvēt Sorosu par mantrausīgu biržas spekulantu, bet šis nepārprotami veiksmīgais vīrs ir viens no dāsnākajiem pasaules mecenātiem un nesavtīgiem sponsoriem, no kura devīgās rokas šo to saņem arī Latvijas kultūra, zinātne, studentu, skolnieku saime.

Peļņas kategoriju tirgus ekonomikas teorijā nedrīkst mālēt vienīgi melnā vai tikai baltā krāsā. Nepieciešama bagāta pustoņu palete.

21.1. Peļņas teorijas

Uzņēmējspējas, uzņēmējdarbība un peļņa. Mēs iepriekš vadījāmies pēc šādām tēzēm: *pirmkārt*, katram ienākumam, ko saņem ražošanas resursu īpašnieks, ir savs avots; *otrkārt*, šis avots saistās ar noteiktu jaunrades spēku, ar tām spējām, potenci, kas piemīt katram no ražošanas resursiem; *treškārt*, uzņēmējdarbībā visi ražošanas resursi mijiedarbojas, jaunrades, ražīguma spēki kopīgi rada pievienoto vērtību; *ceturtkārt*, ikvienam no ražošanas resursiem ir sava tirgus cena, kuras līmeni regulē pieprasījuma un piedāvājuma samērs, konkurence, daudz dažādu tirgus nosacījumu.

Viss iepriekš minētais pilnā mērā attiecas uz peļņu kā ekonomisku kategoriju. Grūtības peļņas izpratnē rada apstākļi, ka tīrā veidā šī kategorija saimniekošanas, tirgus virspusē neparādās.

Analizējot peļņas kategoriju, jāvadās pēc iepriekš pamatotās atziņas, ka uzņēmējspējas kā resursi ar savu jaunrades potenci ir peļņas veidošanas avots. Uzņēmējdarbība ir šo spēju izmantošana, ražošanas faktors, kas līdz ar pārējiem ražošanas faktoriem piedalās pievienotās vērtības radīšanā. Atkarībā no tirgus situācijas katrā no ražošanas resursu tirgiem peļņa būs lielāks vai mazāks lielums. Minēsim nosacītu piemēru. Kādā uzņēmumā gada laikā saražotā pievienotā vērtība līdzinās Ls 1 000 000; katrā no ražošanas resursu tirgiem veidojas līdzsvara cena; pievienotā vērtība Ls 1 000 000 apmērā sadalās: Ls 20 000 – zemes rente, Ls 700 000 – darba algas, Ls 100 000 – procenti no kapitāla, Ls 180 000 – peļņa. Sprotams, ka arī pievienotās vērtības lielumu regulē tirgus pieprasījuma un piedāvājuma samērs. Mainoties tirgus konjunktūrai, veidojas atšķirīgi peļņas absolūtā lieluma varianti.

1. variants. Pieaugot tirgus pieprasījumam, pārējiem nosacījumiem paliekot nemainīgiem, par Ls 20 000 aug preču cenas un līdz ar to arī pievienotā vērtība: peļņa palielinās līdz Ls 200 000 jeb par 11%.

¹ Cit. pēc K. Markss, Kapitāls, 1. sēj. – R.:LVI, 1951, 72. lpp.

2. variants. Samazinoties tirgus pieprasījumam, pārējiem nosacījumiem paliekot nemainīgiem, par Ls 50 000 samazinās preču cenas un pievienotā vērtība: peļņas lielums sarūk līdz Ls 130 000 jeb par 28%.

3. variants. Pieaugošā bezdarba dēļ darba algas samazinās par Ls 40 000. Ja pārējie nosacījumi palikuši nemainīgi, peļņa pieaug līdz Ls 220 000 jeb par 22%.

4. variants. Tirgus konjunktūras dēļ par Ls 10 000 pieaug procenti no kapitāla. Ja pārējie nosacījumi nemainās, peļņa samazinās līdz Ls 170 000 jeb par 6%.

Šādu variantu ir visai daudz. Teorētiskajā analizē svarīgi nejaukt peļņu ar procentiem no kapitāla, ievērot, ka tie ir divi atšķirīgi ienākuma veidi ar dažādiem avotiem.

Peļņa un risks. Tam, ka uzņēmējdarbība saistās ar risku, pierādījumi nav vajadzīgi. Nav šaubu, ka investors, uzņēmējs, kas izvērsis uzņēmējdarbību ar augstu riska pakāpi, vēlas tīri subjektīvi saņemt lielāku peļņu kā maksu par risku. Uz šādiem apsvērumiem balstās peļņas teorija, kas peļņu visai triviāli raksturo kā maksu par risku. Šāda koncepcija, kas ārēji liekas pietiekami pārliecinoša, rosina jautājumu: vai riska pakāpe reāli palielina vai samazina pievienoto vērtību? Atbilde sliecas uz negatīvu pusi. Grūti pierādīt, ka risks ir tiešs jaunrades avots. Pastarpināti risks var iespaidot pieprasījumu un piedāvājumu, kā tas notiek attiecībā uz kredīta procentu likmēm.

Tehniskais progress un peļņa. Izplatību guvusi teorija, ka peļņa ir tehniskā progressa likumīgs bērns. Šādu nostāju var vienkārši pamatot. *Pirmkārt*, tehnikas progress pazemina ražošanas izmaksas. *Otrkārt*, veidojas starpība starp parastajām jeb normālajām ražošanas izmaksām un minētajām zemākajām ražošanas izmaksām. *Treškārt*, šī starpība veido peļņas saturu. Šī teorija balstās uz diviem pieņēmumiem, pret kuriem raidāmas kritikas bultas. Ja uzņēmumā kāda prece tiek ražota ar nozarē pašreiz tradicionālo tehniku, tehnoloģiju, organizāciju, ja nekādas novitātes, kas pazemina ražošanas izmaksas, netiek dotajā brīdī izmantotas, tad mums ir darišana ar bezpeļņas uzņēmējdarbību. Šāda situācija ir maz ticama un ne visai saskan ar ikdienišķo saimniekošanas praksi. Turklāt peļņa pārvēršas par pagaidu kategoriju, jo tehniskā progressa priekšrocības ir ilgstoši grūti monopolizēt un tās izzūd. Bet līdz ar to pazūd arī peļņa.

Atturība un peļņa. Kapitālists atturībnieks! Cerams, lasītājs nav secinājis, ka peļņa rodas no kapitāla īpašnieka cēlās īpašības atturēties no alkoholisko dzērienu lietošanas. "Sausais likums" visiem peļņas kārajiem uzņēmējiem! Arī ar šādu atturību var šo to ietaupīt. Tikai kapitālista atturībai ir pavisam cits saturs un raksturs. Ja kapitāla īpašnieks tos materiālos labumus, kas veido kapitālu, neizlieto personīgajam patēriņam, bet iegulda tos ražošanā, izmanto kā ražošanas līdzekļus, tad šāda pašuprēšanās, būtībā atturība, prasa speciālu pateicības naudu, pienācīgu atlīdzību, proti, peļņu. No jauna nav atbildes uz jautājumu, kas ir šādas atlīdzības (peļņas) avots. Problēma ar savu tīri psiholoģisko motivāciju tiek izrauta no ekonomiskajiem sakariem un pārceļta psiholoģijas, pat aksioloģijas sfērā, un zaudē jebkādu skaitlisku noteiktību.

Šīsdienas labumi un rītdienas labumi. Atturības teorijas paveids māca, ka šīsdienas labumiem ir lielāks derīgums vai vērtīgums nekā rītdienas labumiem. Jebkuras investīcijas, kapitālieguldījumi ir rītdienas labumi, un investors kapitālists uzņemas "gaidīšanas slogu", kamēr atturības ietekmē uzkrātie šīsdienas labumi, kapitāls kā rītdienas labumu nodrošinās rītdienas ienākumu. Starpība starp lielāku šīsdienas labumu, salīdzinot ar mazāku rītdienas labumu, ir jākompensē. Šī atlīdzība ir kārrotā peļņa. Arī šinī variantā peļņa ir nonākusi psiholoģijas Prokrusta gultā.

Valsts un peļņa. Šī teorija liekas visai reāla. Valsts ar savu ekonomisko politiku var gan veicināt lielākas peļņas gūšanu, gan iegrožot tās lielumu un stimulējošo spēku. Šāda koncepcija tomēr neatklāj peļņas ekonomisko saturu, neatsedz tās avotu.

21.2. Praktiskā saimniekošana un peļņa

Starpība starp uzņēmējdarbības ieņēmumiem un izmaksām. Teorijas un prakses pieeja peļņai nesaskan. Grāmatvedība peļņu lēš kā starpību starp uzņēmējdarbības ieņēmumiem un izmaksām. Atgādināsim uzņēmējdarbības ieņēmumu un izmaksu principiālo struktūru.

Uzņēmējdarbības ieņēmumi un izmaksas

Ieņēmumu veidi	Izmaksu veidi
1. Preču (produkcijas, pakalpojumu) realizācijas ieņēmumi.	1. Izejvielu, materiālu, pusfabrikātu, komplektējošo detaļu, kurināmā, enerģijas, inventāra izmaksas.
2. Ieņēmumi no līdzdalības citās uzņēmējdarbībās.	2. Darba samaksa.
3. Ieņēmumi no īpašuma iznomāšanas.	3. Amortizācijas atskaitījumi.
4. Ieņēmumi sakarā ar ekonomisko sankciju izmantošanu.	4. Nomas maksa par pamatkapitālu un zemi.
5. Procenti par izsniegtiem kredītiem, tajā skaitā par nopirktām obligācijām.	5. Maksa par dabas resursu izmantošanu un vides piesārņošanu.
6. Ieņēmumi no pamatfondu realizācijas.	6. Apdrošināšanas maksājumi.
7. Ieņēmumi no izejvielu, materiālu, pusfabrikātu, kurināmā realizācijas.	7. Izmaksas par dažāda rakstura darbiem, pakalpojumiem, ko veic citi uzņēmumi, organizācijas, privātpersonas.
8. Ieņēmumi no vērtspapīru pārdošanas, atskaitot to iegādes izdevumus.	8. Procenti par saņemtiem kredītiem.
	9. Soda naudas.
	10. Nodokļu maksājumi (izņemot peļņas nodokli).

Peļņa = uzņēmējdarbības ieņēmumi – uzņēmējdarbības izmaksas.

Šādi attēlotā starpībā ienākumi no kapitāla (procenti) un no uzņēmējspējām (peļņa) saplūst vienā kategorijā – peļņā. Atšķirība starp šīm divām kategorijām ar atšķirīgiem avotiem jaušami izpaužas tikai vienā gadījumā, kad kapitāla elementi tiek nomāti no cita īpašnieka. Tad kapitāla nomas maksa, būtībā procenti no kapitāla tiek ietilpināta uzņēmējdarbības izmaksās un peļņa parādās “attīrītā” veidā kā uzņēmējspēju veidojums.

Arī teorētiskos traktātos ne vienmēr atšķir procentus no kapitāla un uzņēmējspēju peļņu. Tāpēc bieži vien peļņas kategoriju tieši sasaista ar kapitālu. Kapitāla atdevi, tā ienesīgumu ar peļņas starpniecību plaši raksturo kā kapitāla efektivitāti. Dž. M. Keinsa teorijā nozīmīga vieta ierādīta kapitāla galējās efektivitātes kategorijai.

21.3. Galējās kategorijas un galējā peļņa

Galējais produkts un galējās ražošanas izmaksas. Peļņas kategorijas analīze būtu nepilnīga, ja mēs neievērotu galējo lielumu sakarības. Tas ir jo sevišķi nozīmīgi, jo peļņas lielumu nevar izskaitļot, ja neievēro cenu līmeni, kas konkurences apstākļos visai atkarīgs no konkrēto preču pieprasījuma un piedāvājuma samēra. Šo preču pieprasījums savukārt nesaraujami saistīts ar to galējo derīgumu, piedāvājums ar to galējām ražošanas izmaksām.

Vilinoši ir pieņemt, ka peļņa ir tieši proporcionāla piedāvāto un pārdoto preču daudzumam. Tādu pieņēmumu iekļaušana nākotnes peļņas prognozē būtu rupja kļūda, klajš analfabētisms tirgzinībās. *Pirmkārt*, starp cenām un ražošanas izmaksām ir tikai korelatīvs sakars. *Otrkārt*, ražošanas izmaksas tikai, ņemot vērā doto cenu, regulē piedāvājuma lielumu. *Treškārt*, ražošanas izmaksu lielums, rēķinot uz produkcijas vienību, ir atkarīgs no produkcijas (pakalpojumu) daudzuma izmaiņām, arī no tā, kādā mērā tās skar pastāvīgās un mainīgās izmaksas īslaicīgā un ilglaicīgā periodā. *Ceturtkārt*, ievērojama loma cenu noteikšanā ir galējām ražošanas izmaksām. Veidojas sarežģīta sakarību ķēde. Tās sākums ir galējais produkts, proti, katra nākamā, reizē papildu un pēdējā produkcijas vienība. Šim galējam produktam (pakalpojumam) piemīt galējās ražošanas izmaksas. Šīs galējās ražošanas izmaksas no piedāvājuma, tāpat no pārdevēju puses regulē galējās preces galējo cenu. Starpība starp galējo cenu un galējām ražošanas izmaksām veido galējo ienākumu, būtībā galējo peļņu, ko nodrošinājis papildu kapitāls. Tomēr pielikt punktu galējo lielumu analīzē ir vēl par agri.

Galējā peļņa un kapitāla galējā efektivitāte. Tirgzinībās nevar iztikt bez peļņas prognozes. Šai prognozei jāievēro ne tikai pieprasīto un piedāvāto preču daudzums, bet to galējā derīguma

mazināšanās, preču daudzumam pieaugot. Tas, no vienas puses, iespaidos cenu un līdz ar to peļņas līmeni. No otras puses, jo lielāks ir investīciju, kapitāla apjoms un mazāks ir tā retums, jo mazāks ir šī kapitāla ienesīgums, galējā peļņa. Šīs peļņas sarūkšana atbilst galējā ražīguma mazināšanās teorijai, ko analizējām, apcerot ražošanas resursiem piemītošās tendences.

Vienlaikus vērojam arī pretēju parādību: pieaug kapitāla piedāvājuma cena. Tas ir ekonomiski pamatoti, jo palielinās to jaudu noslodze, kas piedalās kapitāla elementu kā sekundāru resursu ražošanā. Pieminētie procesi iespaido kapitāla galējās efektivitātes rādītāju, proti, sagaidāmo peļņu uz katru kapitāla (pamatkapitāla) pieauguma vienību, ievērojot šī kapitāla atjaunošanas izmaksas. Kapitāla galējai efektivitātei ir tendence kristies. Jo plašākas ir investīcijas, jo zemāka būs to peļņas atdeve. Ņemot vērā, ka lielai daļai investīciju tiek ņemti kredīti, arvien plašāku investīciju ienesīguma kritums īstenosies tik ilgi, kamēr peļņa nolīdzināsies ar aizdevuma procentiem. Līdz ar to beigs pastāvēt ienākums jeb procenti no kapitāla.

Aktuāls kļūst jautājums, vai pēdējā variantā (ienākums no investīcijām = aizdevuma procentiem) izkūp arī peļņa. Atbilde ir atkarīga no teorētiskās nostājas. Ja ienākumi – procenti no kapitāla un peļņa no uzņēmējspējām – ir vienots lielums, tad investīcijas peļņu vairs nenes. Ja turpretī minētie divi ienākuma veidi ir atdalīti, ja tiem ar autonomu izcelšanās avots, tad, procentiem no kapitāla noslīdot līdz aizdevuma procentu līmenim, tomēr saglabāsies peļņa kā uzņēmējspēju izpausmes forma. Mūsaprāt, pēdējais variants ir tuvāks saimniekošanas praksei konkrētajos Latvijas apstākļos. Izšķirošā loma peļņas saglabāšanai būs cenu līmenim savā atkarībā no pieprasījuma un piedāvājuma samēra.

21.4. Peļņas masa un peļņas norma (rentabilitāte)

Peļņas absolūtais lielums. Peļņa saimnieciskā praksē kā starpība starp uzņēmējdarbības izdevumiem un ieņēmumiem ir noteikta naudas summa, kas kā absolūts lielums neliecina ne par saimniekošanas veiksmi, ne par visai pieticīgiem panākumiem vai pat negantu neveiksmi. Viens miljons latu peļņas var būt gan izcils sirdi un kabatu priecinošs rezultāts, gan gandrīz “čiks”, kad jālej rūgtas asaras. Peļņas masas vērtējums ir atkarīgs no tās avansētās naudas, tām investīcijām un ražošanas resursu daudzuma, kas nodrošinājuši šo peļņas absolūtā lieluma veidošanu.

Peļņas norma jeb peļņas relatīvais lielums. Ja uzņēmējdarbības motīvu ietilpīgajā maisā ievērojama vieta ir centieniem pēc peļņas, t.i., pēc ienākuma, kas aptver gan procentus no kapitāla, gan peļņu no uzņēmējspējām, tad runa ir par investīciju atdevi. Investoru, uzņēmēju gaužām interesē ieguldīto līdzekļu salīdzinošā jeb alternatīvā efektivitāte. Šis rādītājs mērāms, attiecinot peļņu pret savu avotu, pret tām investīcijām, kas šo peļņas masu nodrošinājušas. Tā nonākam līdz peļņas normai (Pe^1), līdz peļņas (Pe) attiecībai pret investīcijām.

$$Pe^1 = \frac{Pe}{I} \times 100$$

No teorijas viedokļa šī peļņas norma nav visai “tīra”: investīcijas pārvēršas it visos ražošanas resursos, bet katrs no šiem resursiem ir avots atšķirīgam ienākuma veidam. Vadoties pēc teorijas atziņām, investīciju jeb ražošanas resursu atdeve, jeb efektivitāte (Ef) būtu šāda:

$$Ef = \frac{Z.r. + d.a. + \% \text{ no } K + Pe \text{ no } US}{I (RR)} \times 100$$

Noteikta konsekvence ir Dž. M. Keinsam, kas, lēšot kapitāla galējo efektivitāti, attiecina gaidāmo perspektīvo ienākumu pret pamatkapitāla atjaunošanas cenu ekspluatācijas perioda beigās. Šinī attiecībā ir ierobežoti ienākumi un no investīcijām izdalīts to ienākumu avots – pamatkapitāls. Tomēr, vadoties pēc gadu simteņu prakses, peļņas norma jeb rentabilitāte tradicionāli tiek aprēķināta kā peļņas masas attiecība pret investīcijām.

Saimniekošanas formu daudzveidība, rentabilitātes rādītāja izmantošanas dažāda mērķtiecība diktē peļņas normas skaitītāja un saucēja aprēķināšanas konkrētas detaļas. Peļņas aprēķinam var būt ne

mazums variantu, piemēram, peļņas lielums pirms un pēc peļņas (ienākumu) nodokļa atskaitīšanas. Variantu daudzveidība raksturīga arī saucēja, investīciju (pamatkapitāla, statūtu fonda) aplēsei. Šīs atšķirīgās pieejas aprēķinu metodikai nemaina rentabilitātes ekonomisko saturu.

Salīdzinot pa uzņēmumiem minēto rentabilitāti, gūstam noteiktu ieskatu par investīciju, ieguldīto ražošanas resursu salīdzinošo efektivitāti.

21.5. Rentabilitāte un ražošanas izmaksas

Gada rentabilitāte. Peļņas normu, kur skaitītājā ir gada peļņa (Peg), izmanto gada rezultātu novērtēšanai. Praktiskā saimniekošanā darbojas gan īslaicīgi, gan ilglaicīgi motīvi. Pēdējie galvenokārt saistās ar investīciju atdevi vairāku gadu perspektīvā, bet pirmie aprobežojas ar viena gada rezultātu vai ar vēl īsākiem laika posmiem. Šinī gadījumā analizē rentabilitātes saucējā var izmantot arī attiecīgā perioda ražošanas izmaksas (I). Gada rentabilitāti (Rg) tad lēš pēc šādas formulas:

$$Rg = \frac{Peg}{I} \times 100$$

Rentabilitāti uz ražošanas izmaksu bāzes var aprēķināt mēneša, ceturkšņa, pusgada produkcijai, konkrētam pasūtījumam (visai svarīgi, lai novērtētu pasūtījuma izdevīgumu), pat produkcijas (pakalpojuma) vienībai. Pēdējo rādītāju var aplēst kā peļņas īpatsvaru produkcijas vienības cenā. Šāds rādītājs izmantojams cenu kalkulācijā.

Augstāka rentabilitāte, bet mazāka peļņa. Savos centienos maksimizēt peļņu uzņēmējs nebūt nav brīvs. Palielinot peļņas tiesu, jāpaaugstina cena. Te jāievēro pieprasījuma un piedāvājuma elastīgums pēc cenas dotajai precei. Rezultāts lielas peļņas tīkotājam var būt negatīvs. Pieņemsim, ka preces A vienības cenas struktūra $P = Ls\ 0,9\ RI + Ls\ 0,1\ Pe = Ls\ 1,0$. Līdzšinējais pārdošanas apjoms – 100 000 vienību gadā; gada peļņa – Ls 10 000. Uzņēmējs nolemj peļņu palielināt par Ls 0,02 par vienību. Jaunais cenu līmenis – Ls 1,02. Iepriekš peļņas īpatsvars cenā līdzinājās 10%, bet pēc cenu pieauguma šis īpatsvars pieauga līdz 11,8%. Ja preces A pieprasījums ir elastīgs, tad preces pirkums samazināsies par 20% (skaitlis nosacīts) jeb līdz 80 000 vienībām gadā. Peļņas gada summa līdzināsies Ls 9 600. Vēlme palielināt peļņu radīja uzņēmējam Ls 400 lielu tiešu peļņas zaudējumu. Faktiski zaudējumi ir ievērojami lielāki: noliktavā palika 20 000 vienību nepieprasīto preču; to ražošana gadā izmaksāja Ls 18 000. Noteikts daudzums ražošanas resursu tika izslēgti gan no aprites, gan no atražošanas. Citiem vārdiem, šie resursi nedabūja tirgus apliecinājumu kā lietderīgi izlietoti resursi. Tam cēlonis bija peļņas motīvs, ekonomiski neattaisnota peļņas kāre.

21.6. Peļņas normas (rentabilitātes) noteicēji faktori

Uzņēmējdarbības peļņas motīvs nemitīgi rosina meklēt un atrast faktorus, kas palielina peļņas masu un peļņas normu, kāpina saimniekošanas rentabilitāti, ražošanas resursu atdevi.

Skaitītāja palielināšanas faktori. Nav ne mazāko šaubu, ka ieņēmumu un līdz ar to peļņas masas lielums, pārējiem nosacījumiem nemainoties, būtiski atkarīgs no tirgus konjunktūras, no pieprasījuma un piedāvājuma samēra, no līdzsvara cenas līmeņa. Arī oligopols un monopols regulē cenu līmeni. Monopolistiskā diktāta cenas ir augstākas par parastajām līdzsvara cenām tirgū, nodrošinot uzņēmējam – monopolistam – monopolpeļņas saņemšanu. (Sk. Libermanis G. Tirgus, cenas, konkurence. – R.: Kamene, Ekonomists. 1994. 90.–94. lpp.) Rentabilitātes paaugstināšanā lielas rezerves ir saistītas ar realizācijas apjomu. Uzņēmējdarbības izmaksas līdz zināmai robežai ir zemākas, augot realizācijas apjomam (sk. turpat, 55.–64. lpp.). Būtiska nozīme šajā jautājumā ir uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprites ātrumam. Jau redzējām: jo lielāks ir aprišu skaits gadā, jo lielāks būs kapitāla procentu daudzums un uzņēmējspēju peļņa, kas kopā veido rentabilitātes formulas skaitītāju – peļņu.

Saucēja samazināšanas faktori. Rentabilitātes formulas saucējs ir atkarīgs no investīciju apmēriem. Arī šeit būtiska nozīme ir izguldījumu aprišu ātrumam. Jo lielāks ir uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprišu skaits gadā, jo ar mazākām investīcijām var saņemt noteiktu peļņas masu. Citiem vārdiem, tā

iznākums – lielāka investīciju atdeve, augstāka rentabilitāte. Kā jau minēts, investīciju lielumu ietekmē kapitāla struktūra, pamatkapitāla īpatsvars. Tas nozīmē, ka zinātniski tehniskā revolūcija visā savā daudzveidībā spēj mazināt rentabilitāšu formulu saucēju.

Dabas aizsardzība. No grāmatvedības viedokļa investīcijas dabas aizsardzībai, *pirmkārt*, nepalielina peļņu, bet, palielinot ražošanas izmaksas, peļņu samazina. *Otrkārt*, šīs investīcijas palielina rentabilitātes rādītāja saucēju. Tādējādi pazeminās peļņas norma. Tas izskaidro investoru centienus taupīt uz minēto investīciju rēķina. Tāpēc nepieciešami valsts administratīvi pasākumi, kas piespiež investorus ieguldīt resursus dabas aizsardzībā. Pašlaik vērojama tendence pārcelt ekoloģiski kaitīgas ražotnes uz jaunattīstības zemēm, kur dabas aizsardzības likumi ir liberālāki.

Uzņēmējspējas un rentabilitāte. Uzņēmējspējas sekmīgi palielina peļņas masu un samazina investīciju lielumu. Šai sakarībā rentabilitāte pieaug, pateicoties iniciatīvām un veiksmīgam riskam. Bailes no riska darbojas pretējā virzienā. Pazīstamais Rietumu ekonomists U. Šumpeters, ievērojot uzņēmējspējas un aptverot daudzus tirgus nosacījumus, ir izvirzījis šādus peļņas kāpināšanas faktorus:

- 1) tirgus apgūšanu ar jaunām precēm;
- 2) sevišķi augstu kvalitāti;
- 3) jaunu tirgu iekarošanu;
- 4) jaunu izejvielu avotu apgūšanu;
- 5) jaunu, radikāli uzlabotu ražošanas metožu lietošanu;
- 6) organizācijas, pārvaldes pilnveidošanu.

Valsts un rentabilitāte. Nozīmīgs peļņas palielināšanas faktors var būt valsts atbalsts (izdevīgi muitas tarifi, maksimālās labvēlības režīms ārējā tirdzniecībā, piemaksas, subsīdijas, nodokļu atvieglojumi, lēts kredīts, izdevīgs valūtas kurss u.tml.).

21.7. Normāla peļņa, papildu peļņa un konkurence

Vai veidojas vidējā peļņas norma? K. Marksa "Kapitāla" III sējumā ir izstrādāta vidējās peļņas normas teorija. Tā balstās uz iekšnozaru un starpnozaru konkurences mijiedarbību. Šis diezgan abstraktais tirgus funkcionēšanas modelis balstās uz visai pretrunīgiem pamatiem: ekonomiska cēloņsakarība īstenojas neīstenojoties. Īsi aprakstīsim to motivāciju, kas, pēc K. Marksa priekšstata, veido vidējo peļņu. Pieņemsim, ka kādā nozarē, pateicoties labvēlīgiem apstākļiem, sākot ar ātru ražošanas resursu apriti un visai izdevīgi konjunktūru, veidojas augsta jo augsta nozares peļņas norma. Pēdējā darbojas kā magnēts, kas pievelk peļņas kāros investorus ar bieziem investīciju makiem. Izvēršas starpnozaru konkurence, kuras raksturīga forma ir investīciju migrācija: investori cenšas izbrīvēt līdzekļus no nozarēm ar zemu rentabilitāti un tos ieguldīt nozarēs ar augstu rentabilitāti. Šādai investīciju migrācijai, no vienas puses, un bēgšanai, emigrācijai, no otras puses, ir viegli prognozējamas sekas: augsti rentablās nozarēs koncentrējas daudz investīciju, bet nozares ar zemu rentabilitāti investīcijas katastrofāli zaudē. Viss notiek motivēti: zivs meklē, kur dziļāk, cilvēks, kur labāk, investors, kur augstāka rentabilitāte. Tālāk sāk darboties nežēlīga iekšnozaru konkurence un pieprasījuma un piedāvājuma samērs. Nozarē, kur saplūdis daudz investīciju, piedāvājums aug, cenas krītas, peļņa sarūk, rentabilitāte samazinās. Nozarēs, no kurienes investori līdz ar saviem līdzekļiem aizmukuši, attīstība noris pretējā virzienā: piedāvājums samazinājies, cena, peļņa, rentabilitāte kāpj uz augšu. Izvēršas pircēju konkurence. Nozares mainās vietām. Vakar vēl augsti rentabla nozare investīciju imigrācijas ietekmē tagad raksturīga zema peļņas norma. Nozare ar zemu rentabilitāti, pateicoties līdzekļu emigrācijai, vērā ņemami kāpina savu peļņas normu. Peļņas kāre kā varens motivācijas spēks sāk pārvietot investīcijas pretējā virzienā. No kādreiz augsti rentablām nozarēm investīcijas tagad "mūk" uz nozarēm, kas vakar vēl bija maz ienesīgas, bet šodien, pateicoties augstai peļņas normai, kļūst par varenu investīciju pievilkšanas spēku. Un viss sākas no jauna. Iekšnozaru konkurence vienās nozarēs cenas, peļņu un rentabilitāti samazina, citās – cenas, peļņa un rentabilitāte paaugstinās. Investīcijas migrē, ieslēgtas starpnozaru konkurences sviras un galu galā visas nozares kļūst ar lielām svārstībām vienādi izdevīgas, veidojas vidējā peļņas norma. Tā darbojas tirgus "neredzamā roka", sadalot resursus pa nozarēm, nodrošinot visu to preču ražošanu, kas tiek pieprasītas.

Un tomēr aprakstītā aina, kaut kādas vidējās peļņas normas veidošanas konkurences mehānisms ir tīrā idille, kas neatbilst saimniekošanas sūrajām realitātēm. Imigrēt no nozares, paķerot līdzīgas inves-

tīcijas, lai tās ieguldītu citur, parasti nav iespējams. Investīcijas eksistē ne tikai likvidā naudas formā, bet parasti ir “nostiprinātas” ēkās, celtnēs, mašīnās, iekārtās, kas piemērotas vienai nozarei un nevar funkcionēt citā. Tomēr ir sviras, kas palīdz investīciju migrācijas procesam. *Pirmkārt*, tas ir kredīts, kas plūst uz ienesīgām nozarēm. *Otrkārt*, uzņēmumu akciju pirkšana un pārdošana. Nepārvaramas grūtības var rasties ar mazienesīgu akciju pārdošanu. Visu šo iemeslu dēļ visām nozarēm viena vidējā peļņas norma jāuzskata par tukšu abstrakciju, kam nav lemts praktiski īstenoties. Vienas nereālas abstrakcijas būvēšana uz citas tikpat nereālas abstrakcijas ir tīri prāta vingrinājumi, kas nevar kalpot patiesības noskaidrošanai. Vienlaikus K. Marksa abstrakcijām ir vairāki derīgi domu graudi.

Kas īstenojas saimniekošanas praksē? Visupirms investori ar biežajiem naudas makiem apdomīgi meklē pa pasauli, kur ar augstāku atvedi (peļņas normu) un spožu perspektīvu ieguldīt savus līdzekļus. Piemēri nav tālu jāmeklē. Tās ārzemju firmas, kas gatavas miljonu miljonus ieguldīt naftas meklējumos Latvijas ekonomiskajā zonā Baltijas jūrā, nav ne labdari, ne mecenāti, ne Latvijas sirdsdraugi. Tie ir nopietni uzņēmēji, kas domā par perspektīvu, par rītdienu, turklāt ne tikai par treknu peļņas kumosu, augstu rentabilitāti, bet visupirms par ierobežotu resursu **kontroli** noteiktā reģionā. Kāpēc pievilksanas spēks ir Latvijas mežrūpniecībai, bet nav nopietnu investētgrībētāju ne “VEF”, ne “Radiotehnika”? Investori ir aprēķina cilvēki, un viņus pievelk tikai tas, kas dod salīdzinoši lielāku guvumu drošības apstākļos. Un nedrošība ir ne tikai mafija, rekets, sprādzieni, pasūtījuma slepkavības, bet arī ģeopolitiskā nestabilitāte, brīžiem atsevišķu karstgalvju centieni situāciju destabilizēt.

Tradicionāla jeb normāla peļņa. Jau minējām, ka kaut kādas vidējās peļņas norma, kas nolīdzinātu nozares un padarītu tās vienādi izdevīgas investīcijām, daudzu konkrētu apstākļu dēļ veidoties nevar. Nozaru atšķirības saglabājas ilgstoši. Bet katrā nozarē noteiktā attīstības periodā veidojas tradicionāls tehnikas, tehnoloģijas un organizācijas līmenis, kas ļauj uzņēmējam normālos tirgus apstākļos saņemt peļņas normu līmenī, ko var dēvēt par izdzīvošanas rentabilitāti. Peļņas pietiek gan paša uzņēmēja tradicionālā dzīves līmeņa uzturēšanai, gan konkurences izdevumu segšanai, gan mērenai intensīvai, paplašinātai atražošanai. Šādu peļņu var raksturot kā nozares (apakšnozares) normālo peļņu. Dažādu nozaru normālās peļņas normas visai atšķiras, un tā ir realitāte, ar ko jārēķinās. Tas nenozīmē, ka nozarē katrs uzņēmējs ir šādas normālas peļņas normas saņēmējs. Vieni veiksmīgi cīnās un saņem papildu peļņu, citi tik tikko savelk galus kopā, trešie bankrotē. Atliek pavērot uzņēmējdarbību pašreizējā Latvijas tautsaimniecībā, lai konstatētu, ka viss tieši tā diendienā reāli notiek. Pērējā tirgus ekonomikas pasaule šai ziņā nav izņēmums.

Papildu peļņa. Tās veidošanā sevišķi nozīmīgi ir zinātniski tehniskie, tehnoloģiskie un organizatoriskie atklājumi, kas, ieviesti uzņēmējdarbībā, pateicoties uzņēmējspējām, nodrošina papildu peļņu. Tā ir ievērojami lielāka par parasto peļņu konkrētajā nozarē. Lai nodrošinātu monopoltiesības uz atklājumu tehnoloģisko izmantošanu un papildu peļņas ilgstošu saņemšanu, lieto tiesiski aizsargātu patentu sistēmu. Papildu peļņas veidošanā liela nozīme var būt labvēlīgiem dabas apstākļiem (ražīgs gads, auglīga augsne, dāsnas zemes dziļu bagātības un to labvēlīgie iegūšanas nosacījumi). Būtisks elements ražošanas izmaksu sastāvā, kas spēj ietekmēt peļņas lielumu, ir darba algas līmenis. Šajā jomā notiek sīva cīņa, jo bezdarbs algas līmeni pazemina, bet darbaroku trūkums to paaugstina; arodbiedrības stāv darba ņēmēju interešu sardzē. Šajā attiecību kamolā vēl ir inflācija, kas paaugstina izmaksas, spēj samazināt peļņas daļu, pazemināt rentabilitāti; ir iespējams arī cits variants, kad ceļas produkcijas un pakalpojumu cenas, kuru izmaksas ir veidotas agrāk. Šī varianta gadījumā peļņa un rentabilitāte aug. Arī iepriekšminētie U. Šumpetera norādītie peļņas palielināšanas ceļi sekmē papildu peļņas veidošanos. Papildu peļņas un zaudējumu tapšanas nosacījumus var ilustrēt ar vienkāršu piemēru.

21.1. tabula

Papildu peļņas un zaudējumu veidošanās

Prece A	Ražošanas izmaksas, Ls	Peļņa, Ls	Cena, Ls	Normālā peļņa	Papildu peļņa, Ls	Zaudējumi
Pirmajā uzņēmumā	100	20	120	20	—	—
Otrajā uzņēmumā	90	30	120	20	10	—
Trešajā uzņēmumā	130	—	120	—	—	30

Sarežģītāki ir apstākļi, kas raksturo novirzes no normālās rentabilitātes.

21.2. tabula

Normālā rentabilitāte un novirze no tās

Vienveidīga produkcija, 1000 t	Investīcija s, Ls	Gada peļņa, Ls	Gada rentabilitāte, %	Normālā rentabilitāte, %	Novirzes no normālās rentabilitātes, %
Pirmajā uzņēmumā	1 milj.	200 000	20	20	—
Otrajā uzņēmumā	0,8 milj.	240 000	30	20	+10
Trešajā uzņēmumā	1,2 milj.	180 000	15	—	-15

Tabulas par papildu peļņu un zaudējumu veidošanos, par normālo rentabilitāti un novirzēm no tās liecina, ka peļņas motīvs saistās ne tikai ar atsevišķa investora, privātuzņēmēja subjektīvo peļņas kāri, iedzīvošanās centieniem, sapņiem par “saldo dzīvi” ar iespēju pirkt “Mercedes-600” un pavadīt atvaļinājumu Kanāriju salās, bet ar dzelzainu nepieciešamību saņemt peļņu kā avotu zinātniski tehniskajai attīstībai, ražošanas paplašināšanai, vispārējam ekonomiskam progresam. Nav jāaizmirst peļņas nodokļa loma, papildinot budžeta ieņēmumus. Augstā ražošanas resursu atdeve, rentabilitāte ir nevis šķiriski ierobežots mērķis, bet tas zaļais zars, uz kura sēž it visi iedzīvotāji. Ja šis zars nīkuļo, vēl jaunāk, nokalst, drūmi klājas visai sabiedrībai – gan skolotājam, gan ārstam, gan studentam un pensionāram.

21.8. Monopolpeļņa

Nepilnīgā konkurence un monopolpeļņa. Nepilnīgās konkurences būtiskākā īpatnība ir tā, ka nedarbojas pilnīgās konkurences cenu veidošanās mehānisms, neveidojas līdzsvara cena, bet monopolu un monopsonu, oligopolu un oligopsonu ir iespēja iespaidot cenu līmeni, brīžiem pat diktēt augstas jeb zemas monopolcenas, izmantot pēdējās kā visai mērķtiecīgu līdzekli augstas monopolpeļņas iegūšanai. Monopolpeļņu no normālās un papildu peļņas atšķir ne tikai peļņas masas absolūtais lielums un visai augsta monopolpeļņas norma, kas krietni pārsniedz nozares normālo līmeni. Galvenais ir ceļi, līdzekļi, metodes, kā šī monopolpeļņa tiek sasniegta. Runa ir par specifiskām sociāli ekonomiskām attiecībām, kas, ierobežojot pilnīgās konkurences mehānisma tirgus ikdienu, pārdala gan tūkstošu uzņēmumu ieņēmumus un miljonu ierindas patērētāju ienākumus par labu monopol- un oligopolveidojumiem virknē nozaru.

Monopolpeļņas ierobežojumi. Naivs ir uzskats, ka monopoli un monopsoni, oligopoli un oligopsoni ir visspēcīgi, ka tie var noteikt monopolcenas jebkurā tīkamā līmenī, grābt lāpstām monopolpeļņu jebkādā daudzumā. Monopolpeļņa ir iekļauta tirgus ekonomikas mehānismā, un no šī mehānisma izlēkt nespēj. Notiek nopietnas ekonomisko interešu sadursmes, talkā tiek aicināts valsts spēks. Bet tirgus ar savu ekonomiskās uzvedības, rīcības motivāciju neļauj monopolveidojumiem kļūt par absolūtiem ekonomikas valdniekiem, visuvareniem diktatoriem. Monopolpeļņai ir savi objektīvi ierobežojumi un nosacījumi, savi griesti.

Pirmkārt, monopolstruktūrām jāievēro pieprasījuma un piedāvājuma samērs atkarībā no cenām, galējā derīguma mazināšanās, galējo ražošanas izmaksu “mehānikas”, ārpuscenu faktoru iedarbības. Pacelsi cenu pārāk augstu, zaudēsi pircējus un līdz ar to peļņu.

Otrkārt, tieši šinī bangojošā tirgus jūrā monopolisti var ar pārdomātu rīcību zvejojot augstu monopolpeļņu. Tā ir iespējams palielināt monopola kopējo ienākumu, vai nu samazinot piedāvājumu un vienlaikus paaugstinot cenu, vai arī palielinot piedāvājumu un samazinot cenu. Būtībā tā ir tādas cenas meklēšana, kura iznākumā, ievērojot ražošanas izmaksu līmeni, nodrošina visaugstāko peļņas normu. Monopolus, kuri tā rīkojas, dēvē par “cenu meklētājiem”. Ja ir nolemts pazemināt cenu, lai pārdotu lielāku preču daudzumu, tad rodas galējo ienākumu lieluma problēma. Analizēsim nosacītu skaitlisku piemēru (sk. tabulu).

21.3. tabula

Kopējais un galējais ienākums

Preces vienības cena (latos)	Saražotā produkcija (vienību skaits)	Kopējais ienākums (latos; cena x vienību skaits)	Galējais ienākums (latos)
20	5	100	14
19	6	114	12
18	7	126	13
17	8	133	11
16	9	144	6
15	10	150	

Ko rāda tabulas dati? Lai pārdotu sesto, t.i., papildu produkcijas vienību, monopolistam jāpazemina šīs produkcijas vienības cena par 1 latu; līdz ar to galējā produkta galējā cena līdzināsies 19 latiem, bet monopolista galējais ienākums – 14 latiem. Vai tas nozīmē, ka monopolista kopējais ienākums veidosies, pārdodot produkcijas 5 vienības par 20 latiem gabalā un produkcijas vienu vienību par 19 latiem, t.i., kopā par 119 latiem? Nekādā gadījumā! Tirgus likums nosaka, ka tirgū vienāda produkcijai ir vienāda cena. Tāpēc monopolists, kurš vēlas un var pārdot papildu produkciju tikai par zemāku cenu, ir spiests visu produkciju realizēt par 19 latiem gabalā. Līdz ar to, pārdodot produkcijas 6 vienības, kopējais ienākums būs nevis 119 latu, bet gan tikai 114 latu un galējais ienākums būs nevis 19 latu, bet gan tikai 14 latu (aprēķinos abstrahējamies no ražošanas izmaksu līmeņa iespējamām izmaiņām sakarā ar ražošanas apjoma pieaugumu). Secinājums ir viens: sakarā ar nepieciešamību lētāk pārdot visu piedāvājamo produkciju, monopolista galējais ienākums ir mazāks par galējā produkta galējo cenu. To nedrīkst ignorēt, pieņemot lēmumu par ražošanas izvērsanu. Monopoli un oligopoli dažkārt rīkojas pretēji, lai maksimizētu peļņas normu, tie samazina produkcijas ražošanu, tirgus piedāvājumu, vienlaikus paaugstinot pārdošanas cenu. Tā laiku palaikam rīkojas OPEC, t.i., starptautisks oligopols – naftas eksportētāju apvienība.

Treškārt, viena no monopolu pircēju piesaistīšanas metodēm ir tā saucamā cenu diskriminācija. Iepriekšējā analizē mēs vadījāmies pēc pieņēmuma, ka visa produkcija tiek pārdota par vienādu cenu. Turpmāk apskatīsim, kā, pastāvot vienādām ražošanas izmaksām, monopoli vai oligopoli pārdod dažādām pircēju grupām vienu un to pašu produkciju vai pakalpojumu par atšķirīgām cenām. Monopoli telefonu sakaru jomā nosaka dažādu tarifu dienas un naktsstundu tālsarunām. Elektroenerģijas piegādes monopoli dažkārt nosaka atšķirīgu maksu dažādām enerģijas patērētāju grupām: vienu maksu – iedzīvotājiem, citu – uzņēmumiem. Cits klasisks piemērs ir transporta tarifi: plaši ir izplatītas lētākas biļetes bērniem, skolēniem, studentiem un tiem, kuri izmanto dzelzceļa transportu tikai nedēļas nogalē. Aviosabiedrības oligopoli diferencē biļešu cenas lidmašīnās tūristiem un biznesmeņiem. Cenu diskriminācijas obligāts nosacījums ir iespēja precīzi noteikt pircēja piederību noteiktai patērētāju grupai. Tūrisma klases aviobiļetes tiek pārdotas ar nosacījumu, ka atpakaļceļā biļetes pircējs dosies tikai pēc sestdienas un svētdienas. Sprotams, biznesa klase lidmašīnā ir ievērojami dārgāka, un tie, kuri dodas komandējumā, mēdz nedēļas nogalē atgriezties mājup.

Ceturtkārt, visai parasta ir prakse, kad prece tiek pārdota lielākā daudzumā par mazāku cenu. Tiek lietots arī psiholoģiskās iedarbības paņēmiens, kad, pērkot zināmu skaitu produkcijas vienību, papildu vienība tiek izsniegta bez maksas.

Piektkārt, jāuzsver, ka monopoli un oligopoli nedrīkst ignorēt konkurentu parādīšanās briesmas. Augsta monopolu un oligopolu cena un zema cena, ko maksā monopsoni un oligopsoni, un ar to saistītā augstā peļņa rosina svešus kapitālus attiecīgajā nozarē iekarot pozīcijas, sākt cīņu par pircējiem, piedāvājot viņiem zemākas cenas, bet pārdevējiem – augstākas cenas. Šajā sakarā ir runa gan par starpnozaru konkurenci, gan arī par nozares “autsaideru” konkurenci.

Sestkārt, sīva konkurence pastāv starp vienas nozares oligopolu attiecīgās valsts ietvaros.

Septītkārt, ir jāpiemin asa konkurence pasaules tirgū. Tā, piemēram, ASV automobiļu ražošanu kontrolē oligopolu “lielais trijnieks” – “General motors”, “Ford motor company” un “Crysler”. Jau iekšzemē un sevišķi asi citās valstīs šim trijniekam pretī stājas Japānas oligopoli “Toyota”, “Honda”,

“Nisan”, Vācijas “Mercedes Benz”, “Volkswagen” BMW, Itālijas “Fiat”, Francijas “Renault”, “Citroen”, “Peugeot”, Zviedrijas “Volvo” un daži citi. Datoru jomā sīva konkurence pasaules tirgū pastāv vismaz starp 10 oligopoljiem. Nozarē ir arī savs nepārprotams līderis – amerikāņu IBM, kas pārdod ap 40 procentu minētā desmitnieka produkcijas.

Astotkārt, ar tradicionālo produkciju enerģiski konkurē substitūti (aizstājēji). Dabiskām šķiedrām jāiztur sīva cīņa ar sintētiskām, metāliem – ar plastmasu utt.

Devītkārt, īstenojas asa konkurence “par pircēja kabatu”. Ja kāds monopols savai precei, kas raksturojama kā pirmās nepieciešamības prece, noteicis augstu monopolcenu, tad pircēji sava budžeta ierobežotības dēļ būs spiesti atteikties no citu viņu patēriņam mazāk nozīmīgu preču iegādes. Citi monopoli, lai cik vareni tie it kā būtu, paliks bez pircējiem (vai pircēju būs maz) un bez lolotās monopolpeļņas.

Desmitkārt, kaut arī monopoli un oligopoli cenšas konkurences mehānismu no cenu veidošanās izslēgt, tas tiem nebūt neizdodas. Dziļi domu ir izteikusi ievērojamā angļu ekonomiste Dž. Robinsone (1903–1983) savā nozīmīgajā pētījumā “Nepilnīgās konkurences ekonomiskā teorija”. Šajā grāmatā autore norāda, ka jāpārvar uz aizspriedumiem dibinātais un paviršais konkurences un monopoli analīzes metožu pretstatījums. Viena un tā pati jēdzienu sistēma ir noderīga gan monopolu, gan arī pilnīgās konkurences izpētei.

Vienpadsmitkārt, arī monopsoni un oligopsoni nav brīvi cenu noteikšanā, pērkot ražošanas resursus. Ja piedāvātā cena būs zemāka par šo resursu ražošanas izmaksām, uzņēmēji atteiksies šos resursus ražot un piegādāt.

Ieskatīsimies shēmā, kas raksturo monopolaugstās cenas struktūru.

21.1. shēma

Monopolaugstās cenas struktūra

Pilnīgās konkurences cena	Monopolpeļņa	Monopolaugsta cena
	Papildu peļņa	
	Normālā peļņa	
	Ražošanas izmaksas	

Divpadsmitkārt, monopolpeļņas veidošanās brīžiem nozīmē sabiedrības aplikšanu ar mesliem. Monopolaugstā peļņa, kas tiek gūta monopolizācijas iespaidā, savukārt mazina ražošanas pilnveidošanas, tehniskā progresa stimulus. Šī iemesla dēļ ikvienā mūsdienu tirgus ekonomikas valstī pastāv speciāli antimonopolu likumi, kuru uzdevums ir ierobežot monopolismu un sekmēt konkurenci.

21.9. Peļņas sadale un izlietošana

Jau pieminējām: peļņa kā uzņēmējdarbības motīvs nebūt nav saistīta vienīgi ar lielāku ienākumu. Peļņas sadale un izlietošana ir paredzēta daudzu nozīmīgu ekonomisku un sociālu jautājumu risināšanai.

Sadales pamatvirzieni

1. Peļņas jeb ienākuma nodokļa nomaksa; peļņa pēc šī nodokļa samaksas bieži tiek dēvēta par “tīru” peļņu. Ienākumu nodoklis, nonācis budžetā, kļūst par nozīmīgu avotu daudzu valstiski svarīgu pasākumu īstenošanai no valsts aizsardzības nodrošināšanas līdz pabalstiem par bērniem.

2. Investīcijas: *pirmkārt*, pašā uzņēmumā, palielinot, piemēram, akciju sabiedrības statūtu fondu, ieguldot līdzekļus uzņēmējdarbības paplašināšanai; *otrkārt*, dibinot jaunus uzņēmumus; *treškārt*, pērkot citu akciju sabiedrību akcijas vai obligācijas.
3. Rezerves fonda dibināšana.
4. Riska fonda veidošana.
5. Prēmiju izmaksa vadošam personālam.
6. Līdzdalība peļņā, izmaksājot darba ņēmējiem peļņas daļu.
7. Personāla akciju daļēja vai pilna samaksa.
8. Sociālo programmu samaksa kolektīva interesēs, tajā skaitā darbinieku apmācības finansēšana, medicīniska apdrošināšana darba ņēmējam un tā ģimenes locekļiem.
9. Dividenžu izmaksa akciju īpašniekiem. Ja uzņēmums nav akciju sabiedrība, SIA, paju sabiedrība, kooperatīvs, tad šo peļņas daļu personiski saņem īpašnieks.
10. Sponsorēšana visdažādākajās jomās (kultūra, izglītība, sports, veselības aprūpe, sociālā palīdzība, visdažādākie konkursi u.tml.).

Peļņas izlietošanas tautsaimnieciskā nozīme. Mikroekonomiskajā analīzē peļņas kategorijai ir īpaša nozīme. *Pirmkārt*, tā raksturojama kā uzņēmējdarbības pamatmotīvs. To nosaka ne tikai peļņas izlietošana investoru, uzņēmēju personīgajam patēriņam. *Otrkārt*, peļņa ir tehniskā progresa finansiālais avots. Tās izlietošana ražošanas attīstībai nodrošina intensīvu paplašinātu atražošanu uzņēmumu līmenī. *Treškārt*, daļa peļņas, ieskaitīta rezerves un riska fondā, nodrošina uzņēmuma stabilitāti. *Ceturtkārt*, peļņas izlietošana prēmiju izsniegšanai pārvaldniekiem sasaista to motivāciju ar uzņēmumu kopējiem saimniekošanas rezultātiem. Šādas motivācijas pastiprināšanai kalpo arī peļņas izlietošana darbinieku akciju samaksai un tāda darba ņēmēju atalgošanas formai kā līdzdalība peļņā. *Piektkārt*, peļņas izmantošana sociālo programmu īstenošanai, darbinieku kolektīva sociālo programmu risināšanai daļēji atbrīvo valsts budžetu no sociāla rakstura izdevumiem un mazina uzņēmēju nodokļu slogu. Psiholoģiskā ziņā brīvprātīgi maksājumi sociālos fondos ir veiksmīgāks risinājums nekā obligāti sociāli maksājumi. Šāds variants dod efektu tikai tur, kur ienākumu līmenis ir pietiekami augsts gan uzņēmējam, gan iedzīvotāju pamatmasai. Mēģinājumi ieviest šādu sistēmu ekonomiski atpalikušā zemē ar zemu iedzīvotāju ienākumu līmeni kā, piemēram, Latvijā, atstāj novārtā sociālo drošību, vairo sociālo spriedzi.

Peļņas sadale un izlietošana ir katra kapitāla un uzņēmējspēju resursu un īpašnieka ziņā. Tradīcijas, civilizēta pieeja, sociālo vajadzību apmierināšanas nepieciešamības apzināšana spēj peļņas sadali un izlietošanu pārvērst par ekonomiskā un sociālā progresa varenu sviru.

21.10. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Peļņa – (vienkāršots variants) cena mīnus ražošanas izmaksas, ienākums no uzņēmējspējām.
2. Galējais produkts un galējās ražošanas izmaksas – starpība starp galējo cenu un galējām ražošanas izmaksām veido galējo ienākumu, būtībā galējo peļņu.
3. Peļņas absolūtais lielums – starpība starp cenu un ražošanas izmaksām naudas izteiksmē, kas nekādi neliecina par resursu izlietošanas efektivitāti.
4. Peļņas norma – peļņas attiecības pret investīcijām gada laikā.
5. Peļņas normas noteicēji faktori – a) peļņas masa; b) investīciju efektivitāte; c) tirgus konjunktūra, attiecība starp preču pieprasījumu un piedāvājumu; d) uzņēmējdarbībā ieguldīto līdzekļu aprites ātrums; e) izdevumi dabas aizsardzībai.
6. Uzņēmējspējas un rentabilitāte – faktoru kopums, kas saista rentabilitāti ar uzņēmējspējām. To sekmē: a) tirgus apgūšana precēm; b) sevišķi augsta kvalitāte; c) jaunu tirgu iekarošana; d) jaunu izejvielu avotu apgūšana; e) jaunu, radikāli pilnveidotu ražošanas metožu lietošana; f) organizācijas un pārvaldes pilnveidošana.
7. Valsts un rentabilitāte – valsts sekmē rentabilitātes pieaugumu ar nodokļu muitas atlaidēm, subsīdijām, lēto kredītu, izdevīgu valūtas kursu.

8. Normālā peļņas norma – peļņas norma, kas tradicionāli veidojas noteiktai nozarei ar resursu vidējo atdevi, izlīdzinoties tirgus konjunktūrai.
9. Papildu peļņa – veidojas sakarā ar sevišķi izdevīgiem ražošanas, pakalpojumu sniegšanas apstākļiem, zinātniski, tehniski tehnoloģiskiem, organizatoriskiem jauninājumiem, kas ieviesti uzņēmējdarbībā, nodrošinot peļņas masu un normu augstāku par normālu.
10. Monopola peļņa – izriet no uzņēmējdarbības monopolstāvokļa.
11. Peļņas sadale – pēc nodokļu samaksas peļņu sadala: a) īpašnieku privātam patēriņam; b) ražošanas attīstībai un pilnveidošanai; c) investīcijām citos uzņēmumos; d) rezerves un riska fonda veidošanai; e) darbinieku izmaksai prēmiju, līdzdalības peļņas veidā; f) personāla pilnīgai vai daļējai samaksai; g) sponsorēšanai dažādās jomās (kultūrā, sportā, zinātnē, izglītībā, sociālajā aprūpē).

21.11. Secinājumi

Peļņas analīzes grūtības saistās ar saimnieciskās prakses realitātēm. Tīrā veidā peļņa ir pievienotās vērtības daļa, kura sakņojas uzņēmējspējās, ir šo ražošanas resursu kā jaunrades spēka ārējā izpausme. Šai ziņā peļņa ir atdalāma no procentiem no kapitāla; šī ienākuma avots ir kapitāla tīrais ražīgums.

Praktiskajā uzņēmējdarbībā minētās divas kategorijas kā atšķirīgi ienākumu veidi saplūst. Starpība starp uzņēmējdarbības ieņēmumiem un izdevumiem ir tā konkrētā **peļņa**, par kuru diendienā cīnās un ko piesavinās investors un uzņēmējs kā kapitāla un uzņēmējspēju īpašnieks.

Teorija, ka peļņa ir maksa par risku, atstāj neatbildētu jautājumu, vai risks spēj būt pievienotās vērtības avots. Riska iespaids uz cenu un peļņu var īstenoties vienīgi pastarpināti ar pieprasījuma un piedāvājuma samēra palīdzību.

Teorija, ka peļņa ir tehniska progresā radīta, pārvērš peļņu par pārejošu kategoriju, vēl vairāk, uzņēmums, kas strādā ar tradicionālo tehniku, novitātes neievieš, pārvēršas par bezpeļņas organizāciju, kas ir pretrunā ar saimniekošanas praksi.

Teorija, ka peļņa ir maksa par atturību (ražošanas līdzekļus nevis patērē, bet investē), ir tīri psiholoģiska teorija, kas neatbild uz jautājumu, vai šādai atturībai ir jaunrades spēks. Šīsdienas labumu lielākā derīguma vai vērtīguma pretstatīšanai rītdienas labumu mazākajam derīgumam vai vērtīgumam ir šāds pats raksturs.

Iebildumus neizraisa apgalvojums, ka valsts ekonomiskā politika spēj būt gan peļņu veicinošs, rosinošs spēks, gan skavas, kas ierobežo un mazina peļņu.

Teorijas, kas nesaista peļņu ar ceturto ražošanas faktoru uzņēmējspējām, balstās uz postulātu, ka peļņa ir kapitāla radīta kategorija. Ar peļņu nesošo kapitālu tad saprot vienīgi pamatkapitālu.

Galējā peļņa ieņem savu vietu galējo kategoriju virknē. Tā atspoguļo starpību starp galējā produkta galējiem ieņēmumiem un tā galējām ražošanas izmaksām. Turklāt, pieaugot preces daudzumam, izpaužas to galējā derīguma mazināšanās iespaids uz pieprasījumu. Tas attiecas arī uz investīcijām: jo plašāk ir pieejams kapitāls, jo mazāks ir investīciju ienesīgums. Saskaņā ar Dž. M. Keinsa teoriju kapitāla galējai efektivitātei ir tendence kristies.

Saimniekošanas efektivitāti spēj izteikt nevis peļņas masa, tās absolūtais lielums, bet vienīgi peļņas relatīvais lielums, proti, peļņas norma vai rentabilitāte. Ekonomiskajos salīdzinājumos izmantojama peļņas attiecība pret investīcijām, izteikta procentos. Šādi rentabilitāte raksturojama kā salīdzinoša efektivitāte.

Ilgtermiņa vērtējumi prasa peļņu attiecināt pret investīcijām, bet īstermiņa analīzē plaši izmantojama peļņas attiecība pret ražošanas izmaksām. Cenu noteikšanā sava loma ir peļņas attiecībai pret preces vienības ražošanas izmaksām vai arī peļņas īpatsvaram preces cenā. Ja peļņas palielināšanas nolūkā tiek kāpināta preces cena, jāievēro šīs preces cenu elastīgums.

Ne tikai peļņas kāre, līdzekļu meklējumi ražošanas, pakalpojumu sniegšanas izvēršanai, bet tieši konkurences nežēlīgie žņauģi liek nemitīgi meklēt iespēju palielināt peļņas masu un peļņas normu.

Visparastākie faktori, kas palīdz īstenot šīs objektīvi nosacītās ieceres, ir tehniskais progress, uzņēmējdarbībā ieguldīto resursu aprites paātrinājums. Īpaši jāuzsver tie faktori, kas saistīti ar uzņēmēj-spēju mērķtiecīgu izmantošanu: tirgu iekarošana ar jaunām precēm vai precēm ar sevišķām īpašībām (monopolistiskā konkurence), jaunu tirgu apgūšana, organizācijas, pārvaldes pilnveidošana, perspektīvu programmu izstrādāšana, kas balstās uz tirgzinību prognozēm, utt.

K. Marksa aprakstītā starpnozaru konkurence ar nemitīgu kapitāla migrāciju, kas iznākumā visās nozarēs veido vienotu vidējo peļņas normu, ir nereāla abstrakcija, tirgus “neredzamās rokas” iespēju pārspīlēšana. Tas, kā investīcijas klaiņo pa pasauli, meklējot visizdevīgākos un drošākos resursu ieguldīšanas nosacījumus, ir ekonomiskās rīcības motivācijas aksioma. Šīs realitātes atzīšana tomēr nav teorētiska atslēga, kas spēj atslēgt it visu samilzušo ekonomisko problēmu durvis, viegli un eleganti rast risinājumu sarežģītiem uzņēmējdarbības jautājumiem.

Racionāli draudi ir atziņā, ka nozarēs (apakšnozarēs) veidojas tradicionālas resursu izlietošanas un atdeves līmenis, konkrētam periodam kopumā normāla rentabilitāte. Katra uzņēmuma, atsevišķas preces ražošanas izmaksas un rentabilitāte novirzās no šī tradicionālā normālā līmeņa. Veidojas normālā peļņa, papildu peļņa, zaudējumi vai zema peļņa, kas nenodrošina uzņēmuma ekonomisko izdzīvošanu, var radīt bankrota draudus.

Peļņa kā ekonomiska kategorija vērtējama ne tikai kā uzņēmējdarbības pamatmotīvs, bet arī kā izšķirošais līdzekļu avots tehniskam progresam, intensīvai paplašinātai atražošanai, darba algas papildināšanai, sociālo problēmu risināšanai. Peļņas nodoklis kā valsts budžeta ieņēmums ir šī budžeta izdevumu daļas vērā ņemams balsts.

Nepilnīgā konkurence, ierobežojot pilnīgās konkurences mehānismu, tirgus “neredzamās rokas” darbība ir vērsta uz monopolpeļņas gūšanu un monopolistiskās kontroles nodibināšanu. Monopolpeļņa atšķiras no normālās peļņas un papildu peļņas ne tikai ar savu lielumu, bet visupirms ar ienākuma gūšanas metodēm. Runa ir par motīviem, centieniem noliegt konkurences lomu līdzsvara cenu veidošanā, tehniskajā progresā, aizstājot konkurences svētīgo iedarbību ar monopolu un monopsonu, oligopolu un oligopsonu diktātu tirgus iespēju robežās.

Monopolu cenu diktātu ierobežo gan pieprasījuma un piedāvājuma samērs, gan substitūti, konkurence starp oligopoliem, autsaideri, cīņa par “pircēja kabatu”. Monopolismu cenšas ierobežot valsts antimonopolu likumdošana.

Peļņas sadale un praktiska izlietošana pilda daudz un dažādas funkcijas. Kaut arī pastāv interešu pretstats pievienotās vērtības sadalē starp darba devējiem un darba ņēmējiem, peļņas izlietošana darbinieku līdzdalībai peļņā, prēmijām, sekmē darba ņēmēju ieinteresētību uzņēmuma darba kopējos rezultātos, lielākā peļņas masā un normā. Peļņas izlietošanai sociālām vajadzībām, programmām ir ne tikai pastāvīga nozīme sociālās aprūpes nodrošināšanā, bet tā sekmē arī interešu harmonizāciju. Uzņēmuma darba stabilitātē, kas saistās ar peļņas novirzi drošības un rezerves, riska fondos, ieinteresēti ne tikai uzņēmēji, resursu īpašnieki, bet ikviens uzņēmuma kolektīva loceklis. Tikai nevajag peļņu pārspīlēti raksturot kā pretējo interešu brīnumstabilīti. Konkrētais darbinieks ir pietiekami attālināts no resursu īpašniekiem, no uzņēmējiem, administrācijas, no lemšanas par peļņas izlietojumu. Viņu interesē visupirms šīsdiņas neatliekamās vajadzības. Saprātīga uzņēmēja motivācija galvenokārt orientēta uz stratēģisku uzdevumu risināšanu, uz rītdienu. Veiksmīgi savienot taktiku un stratēģiju, šīsdiņas un rītdiņas vajadzības, materiālās un sociālās intereses ir uzņēmējdarbības visaugstākā māksla peļņas sadales un izlietošanas atbildīgajā jomā.

21.12. Pamatterminu tulkojums

Atturība un peļņa	<i>abstinence and profit</i>	воздержанность и прибыль
Galējās kategorijas un galējā peļņa	<i>marginal terms and marginal profit</i>	предельные категории и предельная прибыль
Monopolpeļņa	<i>monopoly profit</i>	монопольная прибыль
Normālā peļņa	<i>normal profit</i>	нормальная прибыль
Peļņa – uzņēmējdarbības pamatmotīvs	<i>profit – basic motive for entrepreneurship</i>	основной мотив предпринимательства
Peļņas masa un peļņas norma (rentabilitāte)	<i>absolute size of profit and rate of return</i>	масса прибыли и норма прибыли (рентабельность)
Peļņas normas noteicošie faktori	<i>determinant factors of rate of return</i>	
Papildu peļņa	<i>extra profit (additional profit)</i>	дополнительная прибыль
Peļņas sadale un izlietošana	<i>profit distribution and use</i>	распределение и использование прибыли
Šīsdienas labumi un rītdienas labumi	<i>today's benefits and future benefits</i>	сегодняшние блага и завтрашние блага

21.13. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kas ir peļņas kategorijas teorētiskais saturs, avots?
2. Ar ko atšķiras ienākumi no kapitāla un ienākumi no uzņēmējspējām?
3. Kādas sakarības var veidoties starp pievienotās vērtības daļām un peļņu?
4. Kā risks uzņēmējdarbībā iespaido peļņu?
5. Kā un kāpēc tiek vērtēti šīsdienas un rītdienas labumi?
6. Kāda loma var būt valstij peļņas veidošanā?
7. Kā peļņa izpaužas praktiskajā uzņēmējdarbībā?
8. Kā galējie lielumi iespaido peļņu?
9. Kāds ir peļņas normas ekonomiskais saturs?
10. Kādi ir peļņas normas aprēķināšanas varianti?
11. Kāds ekonomiskais saturs ir peļņas attiecībai pret investīcijām, kapitālu, pamatkapitālu, ražošanas izmaksām?
12. Kādi faktori nosaka peļņas normas izmaiņas?
13. Kāds ir normālas peļņas un peļņas normas ekonomiskais saturs?
14. Kādi faktori nosaka papildu peļņu?
15. Kā uzņēmējspējas var palielināt papildu peļņu?
16. Kā veidojas monopolpeļņa?
17. Kāds ir monopolpeļņas avots?
18. Kas ierobežo monopolpeļņas masu un normu?
19. Kādi ir peļņas normas sadales un izlietošanas galvenie virzieni?
20. Kāda ir peļņas loma uzņēmējdarbībā?
21. Kā peļņas sadale var harmonizēt uzņēmēju un darbinieku intereses?
22. Kāda ir peļņas loma sociālo jautājumu risināšanā?

22. nodaļa. Denacionalizācija un privatizācija Latvijā

22.1. Denacionalizācija

Cēloņi. Nepieciešamība. Atkārtošana ir zinību māte. Iepriekšējās nodaļās mēs jau vairākkārt skaidrojām, kāpēc tirgus ekonomika saistās ar privāto īpašumu. Sociāli ekonomiskās attiecības, kuru pamatsaturs ir īpašums, nosaka ekonomisko uzvedības motivāciju.

Līdzšinējais izklāsts nedeva atbildi uz jautājumu, kā sociālistiskā saimniekošanā valsts jeb formāli visas tautas vai kooperatīvais īpašums tika pārvērsti par privāto īpašumu un kļuva par sociāli ekonomisko tirgus attiecību pamatu. Pirmā problēma ir denacionalizācija, proti, īpašuma tiesību atjaunošana tiem, kam okupācijas vara īpašumus atņēma, proti, nacionalizēja. Tika nacionalizēta visa zeme ar tās dziļu bagātībām, iekšzemes ūdeņi un noteikta piejūras daļa (ūdeņi noteiktā zonā), privātie rūpniecības, tirdzniecības, transporta uzņēmumi, privātā infrastruktūra, noteikta lieluma nami, vasarnīcas utt.

Lai atdotu īpašumu tās bijušajiem likumīgajiem īpašniekiem, īpašuma sociāli ekonomiskās attiecības bija jāatjauno ar tiesiska akta palīdzību. Radikāls, būtībā revolucionārs solis ceļā uz tirgus ekonomiku bija atgriešanās pie 1937. gada Civillikumā paredzētām mantošanas tiesībām. Likumīgie mantinieki Latvijas brīvvalsts tiesību ietvaros atguva savus īpašums, t.i., privātā īpašuma tiesības. Līdz ar to padomju varas ekspropriētie īpašnieki vai to mantinieki kļuva par privātīpašuma attiecību nesējiem ar principiāli citu ekonomisko motivāciju savai ekonomiskai uzvedībai.

Process brīžiem bija sarežģīts, jo okupācijas gados rūpniecības objekti parasti tika rekonstruēti un nebija viegli konstatēt, kāda rūpnīcas, fabrikas daļa ir reāls mantojums, kas ir denacionalizējams. Savas grūtības bija ar mantojuma novērtējumu. Tas bija nozīmīgi, jo denacionalizēto īpašumu, ko nevarēja atjaunot natūrā, aizstāja kompensācijas sertifikāti.

Kolektivizācija kā nacionalizācijas un ekspropriācijas īpašs paveids. Piespiedu kolektivizācija bija zemnieku privātīpašnieku īpaša aplaupīšanas forma. Formāli lauksaimniecības inventārs, lopī, krājumi, ēkas, jebkuri ražošanas objekti (piemēram, dzirnavas) tika sabiedriskoti, it kā kļuva par paju kooperatīva īpašumu. Bet tie bija viltus kooperatīvi, kooperatīvi pēc nosaukuma. Pēc reālām attiecībām, pēc pārvaldes formām, pēc komunistiskās partijas vietvalžu diktāta, ko un cik sēt, kā saimniekot, kā dalīt ienākumus kopsaimniecībās, tie bija faktiski pielīdzināti valsts uzņēmumiem. Zemnieka īpašumā palika dzīvojamā māja un ierobežota (0,6 ha) piemājas saimniecība bez tiesībām uz zemes privātīpašumu.

Denacionalizācija lauksaimniecībā. Neiedziļinoties sīkumos, detaļās, kas izraisīja ne mazums konfliktu, strīdu, zemnieku saimniecības sabiedriskotais inventārs tika denacionalizēts, veidojot nepieciešamu privātā īpašuma pamatu zemnieku komercdarbībai.

Statūtsabiedrību izveide. Pēc kolhoznieku lēmuma kopsaimniecību varēja nesadalīt privātās saimniecībās, bet dibināt lauku saimniecības (paju sabiedrības, kooperatīvus), sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA), akciju sabiedrības (AS). Piecas sestdaļas šo statūtsabiedrību pakāpeniski izira, zemnieki vēlējās saimniekot patstāvīgi, būt privātīpašnieki. Centieni pēc "sava kaktiņa, sava stūrīša zemes" bija dziļi iesakņojušies latviešu zemnieku apziņā.

Šo procesu atspoguļo 22.1. tabulas dati.

22.1. tabula

Lauksaimniecības statūtsabiedrības¹

Pavisam izveidotas statūtsabiedrības	No tām (01.02.1998.)		
	svītrotas no Uzņēmumu reģistra	pašlikvidējušās	darbojošās
613	292	211	110

Kā valsts īpašums palika dažas zinātniskās pētniecības un speciālās izmēģinājumu stacijas.

¹ Privatizācijas procesa norise Latvijā, 2(8)/1998., 24. lpp.

22.2. Privatizācija

22.2.1. Latvijas privatizācijas aģentūras (PA) darbība

Funkcijas. Privatizācijas process bija jāievada stingri organizatoriskās sliekšņos. Jāievieš stingra tiesiskā kārtība atbilstoši privatizācijas likumiem. Šādam nolūkam 1994. gadā tika dibināta Latvijas Privatizācijas aģentūra. Tās funkcijas bija šādas: *pirmkārt*, precīzi noteikt privatizējamās objektus, kas pagaidām bija valsts īpašums; *otrkārt*, izstrādāt privatizācijas projektus; *treškārt*, organizēt privatizējamo objektu izsoli, atlasīt šo konkursu uzvarētājus; *ceturtkārt*, slēgt līgumus par privatizāciju ar konkursu uzvarētājiem; *piektkārt*, kontrolēt privatizācijas līguma, noteikumu izpildi, ieguldījumu savlaicīgu investēšanu, darbavietu saglabāšanu utt.; *sestkārt*, pārvaldīt privatizācijai nodotos objektus līdz pārejai privātā īpašumā; *septītkārt*, valsts vārdā kārtot visus jautājumus likumu ietvaros, kas saistās ar privatizācijas īstenošanu.

Privatizācijas daudzveidība. PA, izstrādājot dažādus privatizācijas projektus, vadījās pēc dažādiem modeļiem. Viens no modeļiem paredzēja privatizēt tikai akciju kontrolpaketi, pārējo daļu pagaidām atstājot valsts rokās. Citi modeļi paredzēja objektu daļēji privatizēt, izmantojot privatizācijas sertifikātus. Varianti bija dažādi. Pēc viena varianta, objekta kolektīva locekļiem bija priekšrocības privatizācijas sertifikātus apmainīt pret privatizējamā objekta akcijām pēc nominālcenas Ls 28 par vienu sertifikātu. Pēc cita varianta, sertifikāti noteiktā daudzumā tiktu brīvi pārdoti. Valsts īpašumu varēja arī nomāt (uvertīra privatizācijai).

Valsts akciju sabiedrību dibināšana. Privatizācija, it sevišķi rūpniecībā, kur darbojās samērā lieli uzņēmumi, "atdūrās" pret iekšzemes un ārzemes investoru līdzekļu trūkumu. Izeja bija valsts uzņēmumu pārveidošana valsts akciju sabiedrībās. Visu akciju vienīgais sākotnējais īpašnieks bija valsts. AS komercdarbības forma deva iespēju objektu privatizēt pa daļām, pārdodot ierobežotu akciju paketi. Daļa akciju varēja noteiktu laiku palikt valsts īpašumā. Šāds īpašuma jaukums (valsts un privāto AS) bija pagaidu risinājums, lai atvieglotu un paātrinātu privatizācijas procesu. Turpmākos gados tika meklēti un vēl tiks meklēti šo objektu valsts daļas privatizētāji. "Puskoka lēcēju" variantā zināmu apstākļu dēļ valsts rokās varēja arī palikt akciju kontrolpakete. Vēl viens variants paredz pilnīgi privatizēt objektu, sadalot akciju paketi vairākās daļās starp konkursa uzvarētājiem. Iespējams, ka kontrolpakete paliek valsts rokās. Piemēram, SIA "Lattelekom" 51% akciju pieder Latvijas Republikai, 49% – "Tilts Communication". Savukārt "Tilts Communication" pēc īpašuma pieder "Cobles & Wireless" – 63%, "Telekom Finland" – 27%, Starptautiskajai Finansu korporācijai – 10%. Jūmta līgums ar "Tilts Communication" tika noslēgts pirms PA nodibināšanas. Ar PA svētību "Tilts Communication" savas daļas pārdeva citam investoram.

PA darbības virzienus un apjomus raksturo 22.2. tabula.

22.2. tabula

Latvijas Privatizācijas aģentūras valdījumā pārņemtie objekti un privatizācijas noteikumi¹

	Privatizācijas aģentūras valdījumā pārņemtie objekti				Privatizācijas aģentūras valdījumā esošie objekti	Apstiprināti privatizācijas noteikumi
	kopā	nodots privatizācijai	nodots likvidācijai	citi		
1994	349	133	9	207	349	47
1995	329	297	12	20	678	393
1996	433	400	33		1118	355
1997	132	108	24		1243	545
1998 VI	12	12	—		1255	111

Visai nozīmīgs ir PA noslēgto līgumu reālais saturs. Ieskatam piedāvājam 22.3. tabulu.

¹ Privatizācijas procesa norise Latvijā, 2(8)/1998., 9. lpp. Dati novecojuši, jo divu gadu gaitā privatizācijas process aktīvi turpinājās.

Latvijas Privatizācijas aģentūras noslēgtie pirkuma līgumi (kopā)¹

	Noslēgtu pirkuma līgumu skaits				Objektu pārdoš. cena (Ls)	Maksāšanas līdzekļi		Pircēju pārņemamās saistības (Ls)	Paredzētās investīcijas (Ls)	Saglabājamās darba vietas	Pircēji	
	kopā	akciju kontrolpaketes	ar tūlītēju samaksu	uz nomaksu		lati	privatizācijas sertifikāti (Ls)				fiziskās personas	juridiskās personas
1994	14	-	8	6	1537174	1161449	375725	323769	1120000	297	3	11
1995	231	36	83	112	34322513	14466955	19855559	13416340	18338000	13594	70	161
1996	273	17	72	184	37085257	10495567	26589690	36527101	39767000	14964	42	231
1997	313	41	25	247	82112992	31484796	50628196	167741043	24771000	18880	50	263
1998									+250000000\$			
I-III	58	7	8	43	12858494	8503858	4354637	5932697	450000	2121	14	44
IV-VI	61	9	6	46	14642248	8585522	6056726	1299532	16930000	1935	12	49
										+81791		

¹ Privatizācijas procesa norise Latvijā, 2(8)/1998., 9. lpp.

Analizējot 22.3. tabulas datus, uzmanību saista vairāki apstākļi. Pirmām kārtām privatizācijas sertifikātu īpatsvars. No 1994. gada līdz 1998. gada pirmajam pusgamam privatizējamo objektu pārdošanas cena līdzinājās Ls 176975678, par privatizācijas sertifikātiem pārdoti 57%.

22.3. Privatizācijas sertifikātu loma

Visās postsociālistiskajās valstīs izvirzījās problēma, kā iedzīvotājiem kompensēt tos lielos zaudējumus, kas katram radās sociālistiskās plānsaimniecības iespaidā. Pamatideja bija viena: iedzīvotājus pārvērst par privatizējamo objektu līdzīpašniekiem, kas turpmāk saņemtu ienākumus kā dividendes. Šim nolūkam iedzīvotāji bez maksas saņēma privatizācijas sertifikātus, ko pēc pašu izvēles varēja apmainīt pret privatizējamo akciju sabiedrību akcijām. Latvijā, kur saņemamo sertifikātu skaits bija atkarīgs no Latvijā nodzīvotā laika, katra sertifikāta nominālcena bija Ls 28. Līdz 1998. gada 1. aprīlim 2,45 milj. iedzīvotāju ir piešķirti 104,3 milj. sertifikātu, tajā skaitā 761 tūkst. sertifikātu politiski represētām personām. 78,3 tūkst. bijušo īpašnieku vai viņu mantiniekiem piešķirti 5,7 milj. īpašuma kompensācijas sertifikātu 159,5 milj. latu nominālā apjomā.

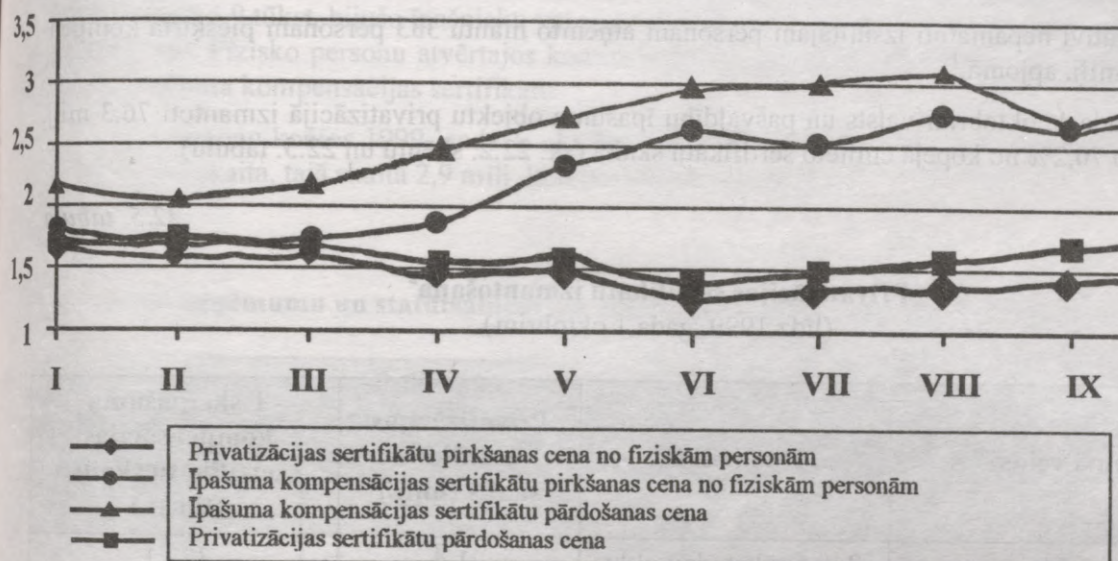
Tautas gudrība māca, ka cēliem nodomiem ceļš uz elli klāts. Tas pilnā mērā attiecas uz privatizācijas sertifikātiem. *Pirmkārt*, bezmaksas sertifikāti samazināja ienākumus no privatizējamo objektu pārdošanas. *Otrkārt*, ne par santīmu nepalielināja investīcijas minētajos objektos. *Treškārt*, kopumā trūcīgie akcionāri, kuru akcijas bija iemaiņītas pret privatizācijas sertifikātiem, centās akcionāru kopsapulcēs zāgēt zaru, uz kura tiem nāksies sēdēt rīt un parīt, proti, peļņu nevis izlietot ražošanas pilnveidošanai, konkurences pozīciju stiprināšanai, jaunu tirgu apgušanai, bet lielākai dividendu izmaksai. Sertifikātu izdalīšana ir tīri populistisks pasākums. Mūsaprāt, šie sertifikāti izmantojami vienīgi zemes un dzīvokļu privatizācijai.

Likumsakarīgi, ka daudzi centās sertifikātus pārdot par cenu, kas brīžiem līdzinājās 1 vai 2 latiem.

Fizisko personu kontos atlikuši 48,4 milj. sertifikātu, tajā skaitā 3,3, milj. kompensācijas sertifikātu.

Sertifikātu tirgus. Gandrīz 50 milj. sertifikātu, kas atrodas fizisko personu rokās, nevar neradīt specifisku sertifikātu tirgu. Sertifikātu sākotnējie īpašnieki ne vienmēr lāgā zina, ko ar sertifikātiem iesākt. Zemais dzīves līmenis motivē ekonomisko uzvedību sertifikātus izmantot kā skaidras naudas avotu. Pārdosi pāris desmitu sertifikātu, un maciņš pildīsies ar naudas zīmēm. Iedzīvotājiem nav informācijas par to, kādas akcijas pret sertifikātiem iemaiņīt, kādi vērtspapīri nesīs peļņu. Uzticības sertifikātiem kā regulāriem ienākuma avotiem nav, tāpēc radās tīri pragmatiska pieeja – mēģināt atrast sertifikātiem pircēju. No otras puses, veidojas pieprasījums pēc sertifikātiem lielos daudzumos. Bankas, ieguldījumu fondi, visdažādākie investori lēti pērk sertifikātus, lai ar tiem piedalītos privatizācijā, kļūtu par privatizēto valsts un pašvaldību uzņēmumu privātiem līdzīpašniekiem. Darījums ir visai izdevīgs: par sertifikātu ar nominālcenu Ls 28 naudas kāram sertifikātu īpašniekam var mierīgi sirdi samaksāt Ls 1-2. Tā ir likuma atļauta cilvēku otrreizēja aplaupīšana, īpašumu iegūšana, cēla privatizācija ar fantastiku ienākuma koeficientu $28:2 = 14$. Tā veidojas līdzsvars starp sertifikātu pieprasījumu un piedāvājumu, kur pamatīgs zaudētājs ir sertifikāta sākotnējais saņēmējs. Mēdz teikt, ka tirgus ekonomikā nepastāvot spekulācija, esot vienīgi komercdarbība. Šķiet, ka īpatnējā sertifikātu tirgū spekulācijas darījumu ēzeļa ausis lien ārā bez jebkādas maskēšanas.

Darījumu veikšanai privatizācijas sertifikātu tirgū to īpašnieki 1999. gada oktobrī varēja izmantot 43 licencētu starpniecības uzņēmumu pakalpojumus.

Privatizācijas sertifikātu cenas 1999. gadā¹

Publiskā piedāvājuma programma. Privatizējamo valsts uzņēmumu (statūtsabiedrību) akciju publiskā piedāvājuma programmas ietvaros par privatizācijas sertifikātiem līdz 1999. gada 1. novembrim piedāvātas 84 uzņēmumu akcijas, kuri ir pārveidoti par publiskām akciju sabiedrībām ar kopējo pamatkapitālu 242,8 milj. latu (sk. 22.4. un 22.5. tabulu), un par to akcionāriem ir kļuvuši 110,8 tūkst. Latvijas fizisko un juridisko personu.

22.4. tabula

Publiskajā piedāvājumā iekļauto uzņēmumu un statūtsabiedrību raksturojums²

Gads	Akciju sabiedrību skaits	Tai skaitā akciju sabiedrības ar strādājošo skaitu		Pamatkapitāls, Ls milj.
		1-49	virs 50	
1995	21	3	18	27,6
1996	15	4	11	51,3
1997	27	2	25	65,6
1998	19	4	15	94,5
1999 (I-X)	2	1	1	3,8
Kopā	84	14	70	242,8

1998. un 1999. gadā tika veikti apjoma ziņā lielākie akciju piedāvājumi publiskajā piedāvājumā: AS "Ventspils nafta" (10 995 899), AS "Latvijas gāze" (5 399 862), valsts AS "Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca" (1 207 604), AS "Latvijas balzams" (1 177 930). Visdārgāk maksāja AS "Latvijas balzams" akcijas – Ls 38,31, AS "Ventspils nafta" ("tautas" kārtā) – Ls 35, AS "Latvijas gāze" – Ls 31,84, bet vislētāk: valsts AS "Rinar" – Ls 0,58, valsts lopkopības izmēģinājumu stacijas "Jaunpils" – Ls 0,66, valsts AS "Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca" – Ls 0,87. Paredzams, ka 2000. gadā tiks noslēgta akciju publiskā piedāvājuma programma un tās ietvaros vēl tiks piedāvātas privatizācijas procesā esošo lielo valsts statūtsabiedrību (Latvijas kuģniecība, "Lattelekom", "Latvenergo") akcijas.

Publiskā piedāvājuma par privatizācijas sertifikātiem programma līdz šim ir bijis galvenais publisko vērtspapīru rašanās avots. Minētie vērtspapīri pēc to sākotnējās reģistrācijas Latvijas Centrālajā depozitārijā nonāk publiskā apgrozībā tirgū, tādējādi veicinot vērtspapīru tirgus kapitalizācijas pieaugumu.

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību – R. EM. 1999. g. decembris, 100. lpp.

² Turpat, 95. lpp.

Atbilstīgi likumam "Par zemes privatizāciju lauku apvidos" līdz 1999. gada 1. oktobrim ir pieņemti pašvaldību lēmumi par lauku apvidus zemes kompensācijas sertifikātu dzēšanu naudā 7936 personām par kopējo summu Ls 17 milj. Kompensācija izmaksāta 3148 personām par kopējo summu Ls 6,7 milj.

Par administratīvi nepamatoti izsūtītajām personām atņemto mantu 333 personām piešķirta kompensācija Ls 1,5 milj. apjomā.¹

Līdz 1999. gada 1. oktobrim valsts un pašvaldību īpašuma objektu privatizācijā izmantoti 76,3 milj. sertifikātu jeb 70,2% no kopējā emitēto sertifikātu skaita (sk. 22.2. shēmu un 22.5. tabulu).

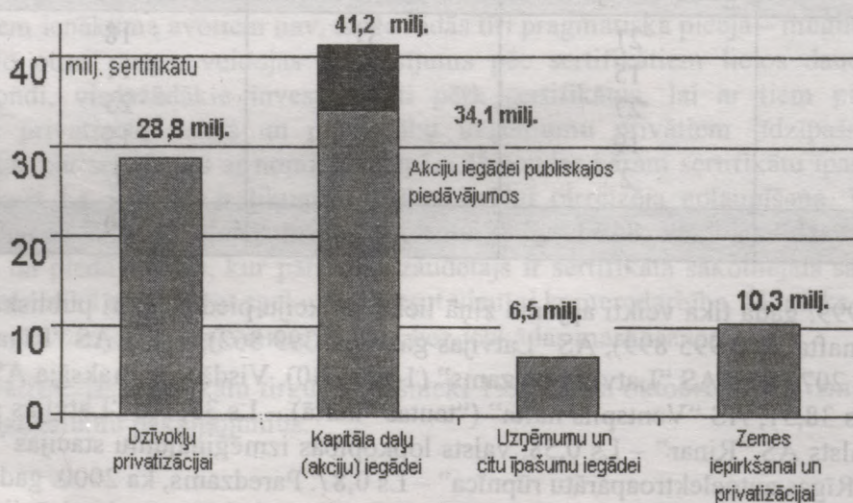
22.5. tabula

Privatizācijas sertifikātu izmantošana²
(līdz 1999. gada 1 oktobrim)

Īpašuma veids	Daudzums	Privatizācijas sertifikātu skaits (milj.)	T.sk. īpašuma kompensācijas sertifikātu skaits (tūkst.)
Namīpašuma iegādei	240,5 tūkst. dzīvokļu	21,4	372,1
Uzņēmumu u.c. īpašumu iegādei	—	6,1	52,2
Kapitāla daļu (akciju) iegādei	—	40,6	938,5
<i>t.sk. publiskajā piedāvājumā</i>	<i>61,5 milj. akciju</i>	<i>34,0</i>	—
Zemes izpirkšanai	152 tūkst. zemes gabalu	8,2	1127,5
Kopā		76,3	2490,2
% no emitētajiem sertifikātiem		70,2%	38,8%

22.2. shēma

Privatizācijas sertifikātu izmantošana³
(līdz 1999. gada 1. oktobrim)



¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. — R. EM. 1999. g. decembris.

² Turpat.

³ Turpat.

Līdz 1999. gada 1. oktobrim 2,45 milj. iedzīvotāju ir piešķirti 103,9 milj. sertifikātu par Latvijā nodzīvoto laiku, tai skaitā 762,6 tūkst. sertifikātu ir piešķirti politiski represētām personām. 92,6 tūkst. bijušo īpašnieku vai viņu mantinieku ir piešķirti 6,6 milj. īpašuma kompensācijas sertifikātu, tai skaitā 1999. gadā 5,9 tūkst. bijušo īpašnieku vai viņu mantinieku ir piešķirti 0,4 milj. īpašuma kompensācijas sertifikātu. Fizisko personu atvērtajos kontos ieskaitīti (emitēti) 108,7 milj. sertifikātu, tai skaitā 6,4 milj. īpašuma kompensācijas sertifikātu.

Fizisko personu kontos 1999. gada 1. oktobrī bija 26,8 milj. sertifikātu jeb 24,7% no kopējā emitēto sertifikātu skaita, tajā skaitā 2,9 milj. kompensācijas sertifikātu.

22.6. tabula

Valsts uzņēmumu un statūsabiedrību akciju pārdošanas rezultāti publiskajā piedāvājumā¹

	Publiskā piedāvājuma uzvarētāju skaits	Pārdoto akciju skaits	Īpatsvars pamatkapitālā (%)	Vidēji uz vienu dalībnieku
1995	4651	8141184	29,47	1750
1996	7985	16219117	31,59	2031
1997	39327	15833114	24,14	402
1998	58696	21255748	21,70	362
1999 (I-X)	169	99430	2,61	588
Kopā	110828	61548593	25,35	555

22.4. Pašvaldības objektu privatizācija

Liels skaits uzņēmumu piederēja pašvaldībām un tie tika privatizēti pirmām kārtām.

22.7. tabula

Pašvaldību īpašuma objektu privatizācija (pašvaldību mazumtirdzniecības, sabiedriskās ēdināšanas un sadzīves pakalpojumu objektu privatizācija)

	Privatizēto objektu skaits	Pārdoto objektu sākotnējā cena, tūkst. latu	Galīgā cena, par kādu objekti pārdoti, tūkst. latu
Pavisam	1137	10824	14259
tajā skaitā:			
1992	302	361	1350
1993	423	1971	3871
1994	231	3521	4044 ²
1995	68	1174	1188 ³
1996	45	2242	2245 ⁴
1997	45	1258	1263 ⁵
1998 I-III	12	200	201 ⁶
IV-VI	11	97	97 ⁷

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R. EM. 1999. g. decembris.

² Tajā skaitā summa Ls 75 tūkst. segta privatizācijas sertifikātos.

³ Tajā skaitā summa Ls 58 tūkst. segta privatizācijas sertifikātos.

⁴ Tajā skaitā summa Ls 424 tūkst. segta privatizācijas sertifikātos.

⁵ Tajā skaitā summa Ls 579 tūkst. segta privatizācijas sertifikātos.

⁶ Tajā skaitā summa Ls 94 tūkst. segta privatizācijas sertifikātos.

⁷ Tajā skaitā summa Ls 59 tūkst. segta privatizācijas sertifikātos.

22.7. tabulas turpinājums

No kopējā skaita: mazumtirdzniecības objekti – pavisam	559	7654	10129
tajā skaitā:			
1992	157	259	1146
1993	189	1335	2458
1994	125	2629	3076
1995	29	633	647
1996	24	1777	1780
1997	19	798	798
1998 I-III	7	164	165
IV-VI	9	59	59

Dzīvojamo māju privatizācija. Dzīvojamo māju kļūšana par privātā īpašuma objektiem novērtēta divējādi: *pirmkārt*, kā denacionalizācija, *otrkārt*, kā māju un dzīvokļu privatizācija. Padomju pagātnē izbrīnu vienmēr radīja viens fenomēns. Pilsētas auga kā sēnes pēc lietus, tapa jauni, plaši mikrorajoni, bet dzīvokļu bads pieņēmas spēkā. Pastāvošā dzīvokļu rinda (sadales sistēma) ar savām administratīvajām metodēm nespēja problēmu atrisināt. Korupcija bija šīs sistēmas neizbēgamais pavadoņs. Oficiāls dzīvojamo māju un dzīvokļu tirgus neeksistēja, toties brangi darbojās melnais tirgus. Būtu priekšlaicīgi apgalvot, ka dzīvokļu problēma Latvijā jau būtu atrisināta, taču tam radīti nepieciešamie priekšnoteikumi. To skaitā dzīvojamo namu un dzīvokļu privatizācija par sertifikātiem.

Pēc Centrālās dzīvojamo māju privatizācijas komisijas datiem, līdz 1999. gada 1. novembrim valstī sagatavotas un nodotas privatizācijai 13650 dzīvojamās mājas jeb 363195 valsts un pašvaldību, tas ir, 71,9% no kopējā dzīvokļu skaita. Liela problēma ir dzīvojamo māju privatizācijas infrastruktūras sakārtošana. Cita problēma ir tā, ka dzīvokļu privatizācijā pieaug starpība starp izsūtīto privatizācijas paziņojumu skaitu un privatizēto dzīvokļu skaitu.

97% no visām pašvaldību privatizāciju komisijām ir uzsākušas savu darbu.

22.8. tabula

Dzīvojamo māju privatizācija¹

	Izsūtīti privatizācijas paziņojumi				Paātrinātajā ² un dzīvojamo māju privatizācijā piedāvāto dzīvokļu skaits kopā	
	Māju skaits		Dzīvokļu skaits			
	Vidēji mēnesī	% no kopējā skaita	Vidēji mēnesī	% no kopējā skaita	Vidēji mēnesī	% no kopējā skaita
1. Pašvaldību dzīvojamo māju privatizācija						
1996	29	0,11	462	0,10	2538	0,56
1997	178	0,69	3375	0,74	5784	1,27
1998	361	1,40	7073	1,55	8818	1,93
1999	609	2,39	9852	2,15	12992	2,84
2. Valsts dzīvojamo māju privatizācija						
1997					1133	2,39
1998	11	0,21	170	0,36	558	1,18
1999	62	1,21	932	1,97	1751	3,70

Attīstoties vispārējai dzīvojamo māju privatizācijai, ir vērojams privatizācijas tempa samazinājums dzīvokļu nodošanā privatizācijai līdz dzīvojamo māju privatizācijai.

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R. EM. 1999. g. decembris, 97. lpp.

² Dzīvokļu nodošana īpašumā līdz dzīvojamās mājas privatizācijai.

22.5. Zemes privatizācija

Mēs jau minējām zemes denacionalizācijas un privatizācijas vēsturiskās saknes. Atjaunojot 1937. gada Civillikumā paredzētās mantošanas tiesības, liels skaits mantinieku ne tikai Latvijā, bet visā plašajā pasaulē ieguva privātīpašumā zemi. Bez tam varēja pieprasīt pārdot privātā īpašumā neaizņemto valsts un pašvaldību zemi. Kas attiecas uz pēdējiem, bija skaidrs, ka šie cilvēki nolēmuši kā saimnieki pirkt zemi apsaimniekot. Bija iespējams arī zemi nomāt no īpašnieka. Krietni sarežģītāk veidojās attiecības ar pirmo zemes privātīpašnieku grupu. Šo mantinieku grupu var sadalīt apakšgrupās: *pirmkārt*, mantinieks, zemes īpašnieks, zemi pats (ar ģimeni) apsaimnieko; *otrkārt*, mantinieks, zemes privātīpašnieks, kam nav nekāda sakara ar lauksaimniecību, dzīvo pilsētā vai ārzemēs, aktīvi meklē savai zemei nomnieku; *treškārt*, ne mazums mantinieku zemes privātīpašnieku vēlas zemi pārdot, atteikties no zemes privātīpašnieka goda; lauksaimniecība tiem ir sveša un zemes privātīpašums tikai sagādā nopietnas rūpes. Ja zemi neizdodas iznomāt vai pārdot, zeme paliek atmatā, neatbrīvojot šādus zemes privātīpašniekus no nodokļu maksāšanas; *ceturtkārt*, ne mazums ir gadījumu, kad uz viena privātīpašnieka zemes atrodas cita privātīpašnieka, arī pašvaldības māja vai izvērsta lauku saimniecība (t.sk. t.s. Breša zemnieki). Ja uz privātas zemes ir cita privātīpašnieka māja, zeme ir jāpārdod ierobežotā platībā. Ja zeme tiek cita īpašnieka apsaimniekota, iespējams īstenot dažādus variantus: zemi pārdot, nomāt, atteikties no turpmākās zemes apsaimniekošanas, pieprasīt pārdot vai iznomāt brīvu zemi citā vietā. Jāatzīmē, ka zemes privatizācijas mantošanas kārtība nebija līdz galam pārdomāta. Zeme daudzkārt nonāca tādu mantinieku īpašumā, kam ar zemes apsaimniekošanu nebija nekāda sakara, ne mazākās prasmes šo zemi apstrādāt. Arī tiesas bija pārslogotas ar lietām, kas prasīja noskaidrot, tiesiski apstiprināt mantošanas tiesības. Jaunsaimniecību veidošana pēc I Pasaules kara neatkarīgajā Latvijā nodeva zemi reālu prasmīgu lauksaimnieku rokās. Lietuvā pašreizējās reformas gaitā zemi mantot varēja vienīgi Lietuvā pastāvējošie dzīvojošie pilsoņi.

Saskaņā ar likumiem "Par zemes privatizāciju lauku apvidos" un "Par zemes reformas pabeigšanas kārtību lauku apvidos" ir izskatīti it visi lauku apvidus zemes pieprasījumi un pieņemti lēmumi: a) par zemes īpašuma tiesību atjaunošanu; b) par zemes pārdošanu; c) nodošanu lietošanā. 84 tūkst. lauku zemes pieprasītāju zemes/īpašuma tiesības nav juridiski noformējuši. Arī pilsētās pabeigta fizisko personu pieprasījuma izskatīšana par zemes īpašuma tiesību atjaunošanu un zemes izpirkšanu. 33 tūkst. pilsētu zemes pieprasītāju zemes īpašuma tiesības nav juridiski noformējuši.

22.9. tabula

Zemes izpirkšana un privatizācija
(līdz 1999. gada 1. oktobrim)

Privatizācijas veids	Noslēgto līgumu skaits	Platība (ha)	Samaksa par privatizēto zemi	
			privatizācijas sertifikāti	t.sk. kompensācijas sertifikāti
Zemes izpirkšana tajā skaitā:	152229	819450,57	7339328,66	152711,41
lauku apvidus zeme	110530	815371,49	6363727,69	113591,16
pilsētu zeme	41699	4079,08	975600,97	39120,25
Valsts un pašvaldības zemes pārdošana tajā skaitā:	443	1438,08	649529,38	649529,38
pašvaldības zeme*	—	836,24	54270,96	54270,96
valsts zeme	443	601,84	595258,42	595258,42
Kopā	152672	820888,65	7988858,04	802240,79

*LHZB un Ekonomikas ministrijas ziņas par privatizācijas projektiem un noslēgtajiem līgumiem.

22.6. Privatizācijas procesa ietekme uz tautsaimniecību

22.10. tabula rāda, kā mainījās privātā sektorā strādājošo skaits.

22.10. tabula

Tautsaimniecībā nodarbināto iedzīvotāju vidējais skaits¹

	Visi nodarbinātie, tūkst.	Tajā skaitā			
		sabiedriskajā sektorā		privātajā sektorā	
		tūkst.	%	tūkst.	%
1992	1294	763	59	531	41
1993	1205	593	49	612	51
1994	1083	460	42	623	58
1995	1046	422	40	624	60
1996	1018	382	37	636	63
1997	1037	357	34	680	66
1998 I-III	1045	339	32	706	68
IV-VI	1048	336	32	712	68

Viens no būtiskajiem tautsaimniecības rādītājiem, kas raksturo privatizācijas pakāpi, ir pievienotā vērtība, kas ražota privātā sektorā.

Privatizācijas rezultātus rāda 22.11. tabula.

22.11. tabula

Privātā sektora īpatsvars kopējā pievienotajā vērtībā²
(procentos)

	1994	1995	1996	1997	1998
Kopējā pievienotā vērtība bāzes cenās	37	53	59	62	65
No tās pa darbības veidiem:					
Lauksaimniecība, medniecība un mežsaimniecība	81	88	91	91	91
Zvejniecība	26	37	58	77	92
Iegūstošā rūpniecība	18	35	74	85	95
Apstrādājošā rūpniecība	24	71	80	90	96
Elektroenerģija, gāzes un ūdens apgāde	1	2	8	8	12
Būvniecība	50	91	97	98	98
Tirdzniecība	68	93	95	98	98
Viesnīcas un restorāni	56	78	88	92	92
Transports un sakari	19	25	36	41	42
Finansu starpniecība	46	73	80	84	82
Operācijas ar nekustamo īpašumu un cita komercdarbība	39	49	56	67	69
Valsts pārvalde un aizsardzība	—	—	—	—	—
Izglītība	2	4	4	4	7
Veselība un sociālā aprūpe	9	15	22	22	26
Pārējie komunālie, sociālie un individuālie pakalpojumi	17	39	53	58	62

¹ Tautas saimniecībā nodarbināto iedzīvotāju skaits, sākot ar 1992. gadu, mainīts, pamatojoties uz dzīves līmeņa un darbaspēka apsekojumus iegūtiem rezultātiem par ekonomiski aktīvo un nodarbināto iedzīvotāju skaitu.

² Turpat, 94. lpp.

Ar katru gadu pieaug privātajā sektorā saražotās produkcijas un sniegto pakalpojumu apjoms gan vērtības izteiksmē, gan salīdzinājumā ar sabiedriskā sektora devumu. 1998. gadā īpaši pieaudzis privātā sektora uzņēmumu īpatsvars maksas pakalpojumu sniegšanā (no 61,1% līdz 67,2%), rūpniecības nozarēs (no 71,2% līdz 75,0%), kā arī vairumtirdzniecības un mazumtirdzniecības sektorā (96,7% līdz 98,1%).¹

Principiālas izmaiņas lauku apvidū sociāli ekonomisko attiecību jomā redzamas 22.12. tabulā. Ārzemniekiem ilgāku laiku bija nopietni ierobežojumi zemes iegūšanai īpašumā, kas bija nopietns šķērslis ārzemju investīcijām. Brīvais zemes tirgus bez jebkādiem ierobežojumiem vēl gaida atrisinājumu.

22.12. tabula

Lauksaimniecībā izmantojamās zemes sadalījums pēc tās lietotāju grupām
(gada sākumā)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Lietotāju skaits								
Statūtsabiedrības	421	422	680	812	656	617	474	421
Valsts saimniecības	210	213	92	103	95	92	81	59
Citi								
lauksaimniecības								
uzņēmumi	192	188	1184	2950	4149	...	631	...
Zemnieku								
saimniecības	7296	10076	52279	57510	64264	74097	94905	95167*
Piemājas								
saimniecības un								
personiskās								
palīgsaimniecības	...	...	186965	228351	243485	...	173280	217401*
Individuālie augļu								
dārzi	...	...	55368	59199	65037	73512	81902	...
Lauksaimniecībā izmantojamā zeme, tūkst. ha								
Visu veidu								
saimniecības	2472,8	2473,9	21184,7	2010,0	1849,5	1849,3	2329,4	2443,8
Tajā skaitā:								
Statūtsabiedrības	1408,6	1386,5	1038,9	607,2	334,2	245,2	112,8	49,7
Valsts saimniecības	790,7	791,3	49,2	44,9	40,0	29,2	19,0	8,5
Citi								
lauksaimniecības								
uzņēmumi	34,9	25,2	39,4	57,1	38,7	16,2	8,9	213,1
Zemnieku								
saimniecības	108,7	132,2	526,3	676,4	778,0	864,9	1297,9	1347,1
Piemājas								
saimniecības un								
personiskās								
palīgsaimniecības	} 525,7	618,8	652,9	688,0	885,4	825,4	129,9	138,7
Individuālie augļu			5,2	5,6	5,7	5,8	5,4	
dārzi								

¹ Privatizācijas procesa norise Latvijā, 2(8)/ 1998.

* Neieskaitot iesniegtos, bet ar lēmumiem nenoformētos zemes pieprasījumus.

22.13. tabula

**Lauksaimniecībā izmantojamās zemes sadalījuma īpatsvars
lietotāju grupās
(gada sākumā; procentos)**

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Lauksaimniecībā izmantojamās zemes platība	100	100	100	100	100	100	100	100
Tajā skaitā:								
Statūtsabiedrības	57,0	56,0	47,6	30,3	18,1	13,2	4,8	2,1
Valsts saimniecības	32,0	32,0	2,2	2,2	2,2	1,6	0,8	0,3
Citi lauksaimniecības uzņēmumi	1,4	1,0	1,8	2,8	2,1	0,9	0,4	8,7
Zemnieku saimniecības	4,4	5,4	24,1	33,7	42,0	46,8	55,7	55,1
Piemājas saimniecības un personiskās palīgsaimniecības un individuālie augļu dārzi	5,2	5,6	24,3	31,1	35,6	37,5	38,3	33,8

Zemes privatizācijas reālo rezultātu rāda 22.14. tabula.

22.14. tabula

**Dažādu īpašuma formu saimniecību īpatsvars lauksaimniecības
produkcijas ražošanā
(salīdzināmās cenās; % no kopsummas)**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Visu veidu saimniecības	100	100	100	100	100	100	100	100
Tajā skaitā:								
Valsts saimniecības un statūtsabiedrības	72	66	48	35	27	24	24	20
Zemnieku saimniecības, piemājas saimniecības un personiskās palīgsaimniecības	28	34	52	65	73	76	76	80

Produkcijas struktūru no privatizācijas viedokļa rāda 22.15. tabula.

22.15. tabula

**Augkopības produkcijas ražošana dažādu īpašuma formu saimniecībās
(tūkst. tonnu)**

	Visu veidu saimniecībās			Valsts saimniecībās un statūtsabiedrībās			Zemnieku saimniecībās, piemājas saimniecībās un personiskajās palīgsaimniecībās		
	graudi	kartupeļi	cukurbietes	graudi	kartupeļi	cukurbietes	graudi	kartupeļi	cukurbietes
1990	1621,9	1016,1	439,1	1513,7	387,0	407,8	108,2	629,1	31,3
1991	1335,5	944,0	377,9	1146,5	247,2	309,3	189,0	696,8	68,6
1992	1152,0	1167,4	462,6	747,9	177,0	177,5	404,1	990,4	285,1
1993	1235,0	1271,7	298,0	472,9	89,0	112,3	762,1	1182,7	185,7
1994	900,6	1044,9	228,2	257,0	36,5	78,0	643,6	1008,4	150,2
1995	593,7	863,7	250,0	193,4	32,4	116,0	500,3	831,3	134,0
1996	968,6	1081,9	257,8	243,7	45,1	100,9	724,9	1036,8	156,9
1997	1043,5	946,2	387,5	208,0	29,9	141,5	835,5	916,3	246,0

Privātā īpašuma attīstību lopkopībā raksturo 22.16. un 22.17. tabula.

22.16. tabula

Mājlopu un putnu skaits visu veidu saimniecībās
(gada beigās)

	Visu veidu saimniecībās, tūkst.				Tajā skaitā zemnieku saimniecībās, piemājas saimniecībās un personiskajās palīgsaimniecībās, % no kopskaita			
	liellopi	cūkas	aitas	putni	liellopi	cūkas	aitas	putni
1990	1439,3	1401,1	164,6	10321,1	22,4	14,3	82,0	9,5
1991	1382,9	1246,5	183,7	10395,1	27,5	20,9	89,7	11,7
1992	1144,3	866,5	164,7	5438,3	37,2	30,6	94,7	24,5
1993	677,9	481,8	114,0	4123,7	57,1	50,7	98,8	29,7
1994	550,8	500,7	86,3	3699,6	66,7	54,6	98,7	33,0
1995	537,1	552,8	72,1	4198,3	73,7	63,4	98,6	32,2
1996	509,4	459,6	55,5	3790,7	75,5	63,0	99,1	34,2
1997	476,9	429,9	40,7	3550,7	79,3	64,6	99,3	30,3

22.17. tabula

Lopkopības produkcijas ražošana dažādu īpašuma formu saimniecībās
(tūkst. tonnu)

	Visu veidu saimniecībās			Valsts saimniecībās un statūtsabiedrībās			Zemnieku saimniecībās, piemājas saimniecībās un personiskajās palīgsaimniecībās		
	gaļa (dzīv-masā), tūkst. t	piens, tūkst. t	olas, milj. gab.	gaļa (dzīv-masā), tūkst. t	piens, tūkst. t	olas, milj. gab.	gaļa (dzīv-masā), tūkst. t	piens, tūkst. t	olas, milj. gab.
1990	452,7	1891,9	818,9	330,7	1346,1	734,5	122,0	545,8	84,4
1991	429,8	1739,2	760,6	294,6	1145,8	664,8	135,2	593,4	95,8
1992	370,8	1476,4	595,5	224,6	787,1	494,0	146,2	689,3	101,5
1993	292,9	1155,7	389,0	139,9	394,2	283,6	153,0	761,5	105,4
1994	200,3	999,6	359,9	63,3	229,7	249,7	137,0	769,9	110,2
1995	169,3	943,9	421,0	47,1	174,0	291,8	122,2	769,9	129,2
1996	103,6	920,6	470,8	43,2	150,6	324,5	60,4	770,0	146,3
1997	97,0	985,8	464,7	40,5	136,0	347,8	56,5	849,8	116,9
1998									
I-III	22,6	171,3*	113,2*	10,3	25,9	91,4	12,3	145,4*	21,8*
IV-VI	23,1	280,4	113,4	9,6	36,2	77,0	13,5	244,2	36,4

Privātās ražošanas īpatsvars lopkopībā redzams 22.18. tabulā.

* Dati precizēti.

Dažādu īpašuma formu saimniecību īpatsvars lopkopības produkcijas ražošanā
(procenti no kopapjoma)

	Valsts saimniecībās un statūtsabiedrībās			Zemnieku saimniecībās, piemājas saimniecībās un personiskajās palīgsaimniecībās		
	gaļa (dzīvmasā)	piens	olas	gaļa (dzīvmasā)	piens	olas
1990	73,1	71,2	89,7	26,9	28,8	10,3
1991	68,5	65,9	87,4	31,5	34,1	12,6
1992	60,6	53,3	83,0	39,4	46,7	17,0
1993	47,8	34,1	72,9	52,2	65,9	27,1
1994	31,6	23,0	69,4	68,4	77,0	30,6
1995	27,8	18,4	69,3	72,2	81,6	30,7
1996	41,7	16,4	68,9	58,3	83,6	31,1
1997	41,8	13,8	74,8	58,2	86,2	25,2
1998 I-III	45,6	15,1*	80,7*	54,4	84,9*	19,3*
IV-VI	41,6	12,9	67,6	58,4	87,1	32,1

Lēnākiem tempiem ritēja privatizācija rūpniecībā.

Dažādu īpašuma formu uzņēmumu īpatsvars rūpniecības produkcijas ražošanā
(procentos)

	1996	1997				1998	
		I-III	I-VI	I-IX	I-XII	I-III	I-VI
Visas īpašuma formas tai skaitā:	100	100	100	100	100	100	100
Sabiedriskajā sektorā¹ no tā:	34,3	36,5	31,8	28,9	28,8	29,9	25,5
valsts īpašums	24,2	23,8	21,4	20,0	19,5	18,1	16,2
pašvaldību īpašums	4,3	5,8	4,4	3,6	3,8	4,8	3,6
jauktais īpašums ar valsts un pašvaldību kapitāla daļu, lielāku par 50%	5,8	6,9	6,0	5,3	5,5	7,0	5,7
Privātajā sektorā no tā:	65,7	63,5	68,2	71,1	71,2	70,1	74,5
kooperatīvo organizāciju īpašums	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,4	0,5
privātipašums	15,4	15,5	16,2	17,3	17,4	17,9	18,8
ārvalstu juridisko vai fizisko personu īpašums	2,2	2,9	3,1	3,0	3,3	3,6	3,6
jauktais īpašums bez valsts un pašvaldību kapitāla daļas	28,3	27,4	30,4	31,8	31,1	28,9	31,2
jauktais īpašums ar valsts un pašvaldību kapitāla daļu līdz 50%	19,2	17,1	17,9	18,4	18,8	19,3	20,4

¹ Dati precizēti.

Būtisks rādītājs ir investīcijas privātajā sektorā.

22.20. tabula

Nefinansu investīcijas pa īpašuma formām
(procentos)

	1997				1998
	I-III	I-VI	I-IX	I-XII	I-III
Pavisam	100	100	100	100	100
tajā skaitā:					
Sabiedriskajā sektorā	46	47	45	48	38
no tā:					
valsts īpašums	27	18	22	23	17
pašvaldību īpašums	13	18	12	11	10
Privātajā sektorā	54	53	55	52	62
no tā:					
privātpašums	15	17	16	15	25
ārvalstu juridisko vai fizisko personu īpašums	8	11	12	11	7
jauktais īpašums bez valsts kapitāla daļas	22	18	18	18	21

Tas pats attiecas uz kapitālieguldījumiem.

22.21. tabula

Kapitālieguldījumu izmantošana pa īpašuma formām
(procentos)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Pavisam	100	100	100	100	100	100
tajā skaitā:						
Sabiedriskajā sektorā	81	72	70	68	58	46
no tā:						
valsts īpašums	65	53	43	30	19	17
pašvaldību īpašums	14	8	11	5	9	14
Privātajā sektorā	19	28	30	32	42	54
no tā:						
privātpašums	12	26	21	19	20	18
ārvalstu juridisko vai fizisko personu īpašums	—	—	0	3	8	7
jauktais īpašums bez valsts kapitāla daļas	—	1	8	10	14	22

Mazumtirdzniecība, t.sk. sabiedriskā ēdināšana ir tautsaimniecības nozare ar vislielāko privātā īpašuma īpatsvaru. To nosaka nozares raksturs, samērā mazas investīcijas, apgrozāmo līdzekļu ātrā aprīte. Pēdējos divos gados ārzemju firmas, pirmām kārtām norvēģi, visai drosmīgi ieguldīja ievērojamas investīcijas supermārketos. Šie procesi atspoguļojas privātās tirdzniecības īpatsvara rādītājos.

**Mazumtirdzniecības un sabiedriskās ēdināšanas apgrozījums
sadalījumā pa uzņēmumu īpašuma formām
(faktiskajās cenās)**

	Kopējais apgrozījums		Tajā skaitā			
	tūkst. latu	% no kopējā apgrozījuma	sabiedriskais sektors		privātais sektors	
			tūkst. latu	% no kopējā apgrozījuma	tūkst. latu	% no kopējā apgrozījuma
Mazumtirdzniecības uzņēmumos						
1995	836806	100	119347	14,3	717459	85,7
1996	877521	100	109968	12,5	767553	87,5
1997	1108795	100	63608	5,7	1045187	94,3
1997 I-III	224158	100	14609	6,5	209549	93,5
IV-VI	270000	100	15972	5,9	254028	94,1
VII-IX	295177	100	16312	5,5	278865	94,5
X-XII	319460	100	16715	5,2	302745	94,8
1998 I-III	282668	100	13851	4,9	268817	95,1
IV-VI	359186	100	13779	3,8	345407	96,2
Sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumos						
1995	56644	100	6620	11,7	50024	88,3
1996	67003	100	7950	11,9	59053	88,1
1997	67912	100	3788	5,6	64124	94,4
1997 I-III	16213	100	1427	8,8	14786	91,2
IV-VI	17253	100	845	4,9	16408	95,1
VII-IX	17186	100	791	4,6	16395	95,4
X-XII	17260	100	725	4,2	16535	95,8
1998 I-III	17031	100	732	4,3	16299	95,7
IV-VI	19431	100	670	3,4	18761	96,6

Pakalpojumu sfēra sava rakstura, sīkražošanas dēļ ir visai piemērota privātam īpašumam un ātrai privatizācijai.

22.23. tabula

**Atsevišķu maksas pakalpojumu realizācijas apjoms sadalījumā
pa uzņēmumu īpašuma formām (procentos)**

	Kopējais apgrozī- jums	Tajā skaitā					
		sabied- riskajā sektorā	no tā		privātajā sektorā	no tā	
			valsts īpašums	pašval- dību īpašums		privāt- īpašums	jauktais īpašums bez valsts kapitāla
Sadzīves tehnikas un individuālās lietošanas priekšmetu remonts							
1995	100	5	0	4	95	69	20
1996	100	7	1	3	93	78	8
1997	100	2	0	1	98	81	13
1998 I-III	100	1	0	0	99	82	11
IV-VI	100	1	0	0	99	81	7

Veļas mazgāšana, ķīmiskā tīrīšana, frizētavas, kosmētikas saloni un citi individuālie pakalpojumi							
1995	100	14	3	9	86	66	8
1996	100	10	2	7	90	75	9
1997	100	8	2	6	92	72	16
1998 I-III	100	7	1	5	93	61	17
IV-VI	100	7	1	6	93	75	12
Pirmsskolas bērnu iestāžu pakalpojumi							
1996	100	94	4	90	6	6	0
1997	100	95	1	94	5	5	—
1998 I-III	100	91	1	90	9	9	—
IV-VI	100	93	1	92	7	7	—
Citi izglītības maksas pakalpojumi							
1996	100	63	50	10	37	16	21
1997	100	60	50	8	40	23	15
1998 I-III	100	60	50	7	40	27	12
IV-VI	100	48	37	8	52	39	13
Veselības aizsardzības pakalpojumi							
1996	100	57	28	25	43	30	5
1997	100	56	19	30	44	33	7
1998 I-III	100	50	18	27	50	31	12
IV-VI	100	51	19	26	49	30	11
Kultūras, atpūtas un sporta pakalpojumi							
1996	100	49	34	13	51	23	28
1997	100	30	20	9	70	26	43
1998 I-III	100	23	17	5	77	15	61
IV-VI	100	20	13	6	80	16	63
Ar datoriem saistītie pakalpojumi							
1995	100	9	8	0	91	63	16
1996	100	12	10	0	88	62	23
1997	100	7	5	0	93	62	28
1998 I-III	100	3	2	0	97	48	43
IV-VI	100	3	2	0	97	44	45
Reklāmas pakalpojumi							
1995	100	7	5	1	93	46	1
1996	100	18	11	1	82	35	37
1997	100	11	10	1	89	40	38
1998 I-III	100	9	8	0	91	40	43
IV-VI	100	6	5	0	94	40	44
Juridiskie, grāmatvedības, kopēšanas u.c. komercpakalpojumi							
1995	100	22	14	5	78	35	10
1996	100	38	27	4	62	42	8
1997	100	33	26	3	67	41	11
1998 I-III	100	29	19	8	71	41	14
IV-VI	100	27	22	2	73	37	16

Transporta specifika noteica to apstākli, ka privāto uzņēmumu pārvadāto kravu īpatsvars 1997. gadā bija tikai 66,3%. Sabiedrisko sektoru vispirms pārstāv valsts īpašumā esošais dzelzceļš.

22.24. tabulā redzams, ka pasažieru pārvadājumos privātajam sektoram ir vismazākais īpatsvars (1997 – 48%). Izskaidrojums vienkāršs: autobusu parki pieder pašvaldībām. Būtībā darbojas pasažieru pārvadāšanas pašvaldību monopoli. Konkurence netiek atbalstīta. Pašvaldības savu iedzīvotāju interesēs nosaka

gan maršrutus, gan tarifus. Privātā īpašumā ir vairākas mikroautobusu un taksometru firmas. Satiksmes ministrija ne visai gribīgi (praktiski gaužām lēni) izsniedz licences pasažieru pārvadājumu maršrutiem.

22.24. tabula

Komerčiālā autotransporta kravu pārvadājumi un kravu apgrozība

	Pārvadātās kravas		Kravu apgrozība	
	tūkst. t	%	milj. tkm	%
1995				
Pavisam	4926,7	100	941,1	100
tajā skaitā:				
sabiedriskais sektors	2575,9	52,3	166,5	17,7
privātais sektors	2350,8	47,7	774,6	82,3
1996				
Pavisam	4852,5	100	1019,3	100
tajā skaitā:				
sabiedriskais sektors	2092,0	43,1	94,6	9,3
privātais sektors	2760,5	56,9	924,7	90,7
1997				
Pavisam	4706,2	100	1369,5	100
tajā skaitā:				
sabiedriskais sektors	1587,7	33,7	58,4	4,3
privātais sektors	3118,5	66,3	1211,1	95,7

22.25. tabula

Pasažieru pārvadājumi un pasažieru apgrozība regulārās satiksmes autobusus

	Pārvadātie pasažieri		Pasažieru apgrozība	
	tūkst.	%	milj. pasažier-kilometru mln	%
1995				
Pavisam	184506,8	100	1835,1	100
tajā skaitā:				
sabiedriskais sektors	181986,5	98,6	1790,1	97,5
privātais sektors	2520,3	1,4	45,0	2,5
1996				
Pavisam	148736,2	100	1605,9	100
tajā skaitā:				
sabiedriskais sektors	145351,3	97,7	1545,9	96,3
privātais sektors	3384,9	2,3	60,0	3,7
1997				
Pavisam	151352,4	100	1720,4	100
tajā skaitā:				
sabiedriskais sektors	144090,5	95,2	1586,5	92,2
privātais sektors	7261,9	4,8	133,9	7,8

22.25. tabula ar attiecīgiem paskaidrojumiem raksturo to privātā īpašuma gaisotni, kas atļauj apgalvot, ka Latvija praktiski beidz pārejas periodu no komandekonomikas uz tirgus ekonomiku. Privātīpašums un tirgus jau ir spēcīgi prožektori, kas rāda ceļu uz templi, proti, uz attīstītu tirgus saimniecību. Tirgus “neredzamai rokai” nav jāmaldās pustumsā, tā spēj gaismā regulēt saimniecību ar visiem tās plusiem un mīnusiem. Visu tabulu avots ir LR Centrālās statistikas pārvaldes un Latvijas privatizācijas aģentūras biļetens “Privatizācijas procesa norise Latvijā”, Nr.2(8)/1998, Rīga.

22.7. Valsts īpašuma privatizācijas nobeiguma etaps

Privatizācija tuvojas nobeigumam. Skaitļi par to uzskatāmi liecina. No tiem valsts īpašuma objektiem, kas bija paredzēti privatizācijai un bija nodoti PA līdz 1998. gada 1. janvārim, attiecīgie pārdošanas, būtībā privatizācijas līgumi bija noslēgti par 97% objektu. Par dažiem objektiem rit nepieciešamie tiesas darbi. Ir specifiski objekti, kurus valdība vēl turpina nodot privatizācijai (2–3 objekti mēnesī).

Zināmam skaitam objektu PA vēl nav galīgi izstrādājusi privatizācijas noteikumus. To gatavības pakāpe privatizācijai ir atšķirīga. 2000. gadā šo objektu privatizācija, pārvarot tiesiska un ekonomiska rakstura grūtības, tiks pabeigta.

1999. gadā PA atsākusi valsts uzņēmumu akciju publisku piedāvājumu. Tās ir šādu valsts AS akcijas: “Lauku projekts”, “Rīgas starptautiskā autoosta”, “Rīgas mašīnbūves rūpnīca”. Šo akciju nominālvērtība sasniedz relatīvi nelielu summu – 1,3 milj. latu.

Kas attiecas uz privatizācijas sertifikātu izmantošanu privatizācijā, informācija ir šāda: līdz 1999. gada 1. novembrim šai nolūkā PA izmantojusi 44,03 milj. privatizācijas sertifikātu 12328 milj. latu nominālvērtībā; īpašuma kompensācijas sertifikātu izmantots Ls 0,52 milj. apmērā.¹

Kopumā straujiem tempiem norisinājās lauksaimniecības produkcijas pārstrādes un agroservisa uzņēmumu privatizācija. Šeit jau 1998. gada privatizācija pamatos ir pabeigta.

22.26. tabula

Lauksaimniecības produkcijas pārstrādes un agroservisa uzņēmumu privatizācija²
(stāvoklis 1999. gada 1. novembrī)

Valsts uzņēmumi	Skaitis	Privatizāciju veicošās institūcijas		Gadi, kuros notikusi masveida privatizācija
		Zemkopības ministrijas privatizācijas komisijas	Valsts akciju sabiedrība “Privatizācijas aģentūra”	
Agroservisa	125	104	13	1994–1997
Labības pārstrādes	17	14	3	1995–1996
Piena pārstrādes	15	15	–	1993–1995
Maizes ražošanas	14	13	1	1994–1995
Gaļas pārstrādes	14	11	1	1994–1995
Kopā	185	157	18	

2000. gada vidū palikuši neprivatizēti galvenokārt samērā lieli objekti. Jaunās valdības deklarācija paredz tuvākā laikā privatizēt Latvijas kuģniecību, “Latvenergo”, Ventspils naftu, “Latvijas gāzes” valsts daļu, “Lattelekom” valsts kontrolpaketi 51% akciju apmērā pēc tam, kad 2003. gada 1. janvārī likvidēs šīs AS monopolstāvokli. Principiāls strīds saistās ar “Latvenergo” privatizāciju. Tās pretinieki norāda, ka tas ir valstiski nozīmīgs stratēģisks objekts, ko nedrīkst nodot ārzemnieku rokās. Noslēgts līgums par Latvijas un Igaunijas energosistēmas apvienošanu. Abu valstu sistēmas 100% pieder valstij. Šī apvienošanās ir jauns arguments pret enerģētikas uzņēmumu privatizāciju. Ierosināts rīkot tautas aptauju par “Latvenergo” privatizācijas lietderību. Ir projekti sadalīt šo koncernu un privatizēt

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R.: EM, 1999. g. decembris, 100. lpp.

² Turpat, 94. lpp.

pirmām kārtām termoelektrocentrāles. Privatizēt hidrocentrālās ar ūdens krātuvēm nozīmētu privatizēt Latvijas likteņupī Daugavu. Argumentu klāsts noraida energopievadtīklu privatizāciju. "Latvenergo" peļņa ir pietiekami liela, lai tā spētu pašu līdzekļiem veikt nepieciešamos remonta un rekonstrukcijas darbus. Bagāts ārzemju investors "Latvenergo" nav vajadzīgs.

Viena no problēmām ir to valsts uzņēmumu privatizācija, kas ir valsts budžeta donori. Tā AS "Latvijas Balzams" varētu dot valstij "zelta pienu". Tomēr šo uzņēmumu privatizēja, tas nonāca "Ave lat" īpašumā, kuras vienīgais īpašnieks ir absolūti "nesavtīgais" komersants Andris Šķēle, trīskārtīgais Ministru prezidents.

Jaunās valdības deklarācija paredz gada laikā pabeigt valsts uzņēmumu privatizāciju Latvijā. Privatizāciju vairs neuztic Privatizācijas aģentūrai, bet labākām starptautiskajām investīciju bankām, izvēloties tās atbilstoši pasaules praksei.

Paredzēts līdz 2001. gada 1. janvārim dibināt jaunu valsts aģentūru, proti, Maksātnespējas un bankrota aģentūru ar uzdevumu turpināt darbu. Pēc Privatizācijas aģentūras likvidācijas realizēt valsts saistības un funkcijas uzņēmumos, kuros, realizējot privatizāciju, nav iespējama tālāka uzņēmējdarbība. Šis deklarācijas paragrāfs skan diezgan pretrunīgi. Pēc teksta nav skaidrs, kāpēc un kā jāprivatizē *a priori* maksātnespējīgi, bankrotam nobrieduši uzņēmumi. Šie uzņēmumi ir vienkārši jālikvidē. Noslēdzot privatizācijas procesu, ar 2001. gada 1. janvāri jāuzsāk Privatizācijas aģentūras darbības izbeigšana.

22.8. Valsts īpašuma privatizācijas fonds

Privatizācijas beigu posmā gūstam priekšstatu par tiem uzņēmumiem, ko valstij devusi privatizācija. 1999. gada 10 mēnešos valsts īpašuma privatizācijas fonda ieņēmumi līdzinājās Ls 4745,04 tūkst., bet izdevumi – Ls 4487,35 tūkst. Valsts pamatbudžetā iemaksāti 81% jeb Ls 3636 tūkst. no izdevumu kopējās summas. Eksperti attiecīgos ieņēmumus vērtē augstāk par potenciālām iespējām. Citiem vārdiem – zināms skaits objektu tika privatizēti visai lēti, to pārdošanas cena bija zem tirgus cenas.

Kā Valsts īpašuma privatizācijas fonda līdzekļi tika izlietoti, kādi bija to avoti?

22.27. tabula

Valsts īpašuma privatizācijas fonda ieņēmumi un izdevumi 1999. gadā¹
(tūkst. latu)

	Paredzēts likumā par valsts budžetu*	Faktiski izpildīts līdz 01.11.1999.
Ieņēmumi:		
1. Ieņēmumi no valsts īpašuma privatizācijas	10572,13	4195,65
2. Ieņēmumi no pašvaldību īpašuma privatizācijas un citiem avotiem	540,00	549,39
Kopā	11112,13	4745,04
Izdevumi:		
1. Iemaksas valsts pamatbudžetā	4636,00	3636,00
2. Citi izdevumi saskaņā ar likumu "Par valsts un pašvaldību īpašuma privatizācijas fondiem"	7138,00	851,35
no tiem:		
2.1. Īpaši atbalstāmo reģionu attīstībai	495,00	100,00
2.2. zemes īpašuma kompensācijas sertifikātu dzēšanai	5000,00	—
2.3. Latvijas Universitātes ēku rekonstrukcijai	140,00	140,00
2.4. investīciju piesaistīšanai un eksporta veicināšanai mazo un vidējo uzņēmumu tālākai attīstībai	437,00	70,00
2.5. nacionālo programmu realizācijai	420,00	52,00
2.6. pārējie izdevumi	646,00	489,35
Kopā	11774,00	4487,35

* Ar grozījumiem

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R.: EM, 1999. g. decembris, 100. lpp.

2000. gadā sakarā ar lielo objektu privatizāciju Valsts īpašuma privatizācijas fonda ieņēmumi un izdevumi ievērojami pieaugs. Lauvas tiesu saņems Valsts pamatbudžets. Izvirzās nopietns jautājums, kā kompensēs šīs iemaksas budžetā pēc tam, kad privatizācija būs pabeigta. Šī problēma skar arī investīcijas, jo privatizācijas nosacījums obligāti paredz investīciju piesaisti.

Privatizācija un investīcijas. Privatizācijas nozīme saistās ar jaunas tehnikas, tehnoloģijas, organizācijas, pārvaldes ieviešanu. Privatizācijas projekti paredzēja investīcijas ieviest Ls 250 milj. apmērā. Vērtējot šo summu, jāatzīst, ka tā ir kopumā pieticīga, vēl krietni par mazu, lai īstenotu tehnoloģisku apvērsumu Latvijas saimniecībā, nostādītu mūsu valsti līdzās ES kaimiņu valstīm. Solis uz priekšu ir sperts, un tas ir pozitīvi. Saeimai, jaunajai valdībai, ikvienai ministrijai, Latvijas attīstības aģentūrai jāgādā, lai nemitīgi uzlabotos investīciju klimats. Tā ir panākumu ķīla!

Darbavietu saglabāšana. Privatizācijas uzdevums ne tikai radīs priekšnoteikumus tirgus ekonomikai, bet vienlaikus arī veidos sociālo tirgus saimniecību. Privatizācija nedrīkst būt bezdarba katalizators. Privatizācijai ne tikai privatizējamajos objektos jā saglabā darbavietu skaits, bet jā rūpējas par to pieaugumu. Šajā jomā panākumi nav lieli – pēc privatizācijas projektiem jā saglabā 81791 darbavieta.

Lasītāji var iebilst: darbavietu saglabāšana kavē tehnisko progresu, kas bieži vien nodrošina pozitīvu rezultātu, samazinot strādājošo skaitu. Tā ir nopietna saimniekošanas pretruna. Kā to risināt, ja jaunā tehnika, tehnoloģija, organizācija rada iespēju uz produkcijas vienību samazināt darba daudzumu, īstenot laika ekonomiju. Būtu regresīvi no tā atteikties. Šādos apstākļos saglabāt vai palielināt darbavietu skaitu var, vienīgi paplašinot ražošanu tādā mērā, ka darbs būtu gan pašlaik strādājošiem, gan papildu darba ņēmējiem. Uzdevums nav no vieglajiem. Darbavietu skaits, kā zināms, ir atvasināts lielums. Jā palielina noiets, jāatrod jauni pircēji jaunos tirgos. Tad privatizācija pilnā apmērā vispusīgi dos gaidītos augļus.

22.9. Nodokļu parādu kapitalizācija

Daudziem privatizējamiem valsts uzņēmumiem bija prāvi parādi, t.sk. arī nodokļu, bez reālām cerībām paredzamā nākotnē šos parādus dzēst. Investoriem, kas bija gatavi šos uzņēmumus privatizēt, prasīja arī parādu samaksu. Tas sadārdzināja privatizējamus uzņēmumus, turklāt parādu samaksa būtībā samazināja investīcijas, ierobežoja izaugsmi. Izeju atrada Valsts budžetā ieskaitāmo nodokļu maksājumu pamatparāda kapitalizācijā. Tas praktiski nozīmēja parāda pārvēršanu akcijās, kas nodrošina noteiktas dividendes (procentus). Pārdodot šīs akcijas, parāds pakāpeniski tika deldēts. Šādu parādu kapitalizāciju uzsāka 1996. gadā. Jau pēc trim gadiem kopumā bija kapitalizēti un dzēsti komercsabiedrību parādi vairāk nekā par 49,5 milj. latu.

Valsts budžetā ieskaitāmo nodokļu maksājumu pamatparādu kapitalizācija*¹

	1996	1997	1998	1999 (I-X)	Kopā
PA valdes lēmumi par parādu kapitalizāciju	16	50	24	11	101
Privatizācijas noteikumi par parādu kapitalizāciju	4	57	26	8	98
Kopējā kapitalizējamo un dzēšamo parādu summa (tūkst. latu)	2 117	26 241	9 049	12 130	49 537
tai skaitā:					
pamatparāds	1 250	12 781	5 129	5 696	24 856
pamatparāda palielinājums	239	5 299	2 300	3 523	11 361
dzēšamās kavējuma un soda naudas	628	8 161	1 620	2 911	13 320
Noslēgti pirkuma līgumi par parādu kapitalizācijas rezultātā izveidotajām kapitāla daļām:					
statūsabiedrību skaits, kuru valsts kapitāla daļas tiek					
pirktas	0	21	27	14	59**
noslēgto pirkuma līgumu maksājumu summa (tūkst. latu)	0	4 539	3 385	1 241	8 491
tai skaitā:					
maksājumu summa latos (tūkst.)	0	3 580	2 224	771	5 975
maksājumu summa sertifikātos (tūkst. latu)	0	959	1 161	470	2 516
Valsts kapitāla daļu pircēju iemaksas:					
latos (tūkst.)	0	341	2 183	987	3 511
privatizācijas sertifikātos (summa tūkst. latu)	0	182	1 652	425	2 259

* Valsts AS "Privatizācijas aģentūra" precizētā informācija.

** Ieskaitot 3 laužtos pirkuma līgumus.

Ar 1998. gadu ir uzsākta nodokļu maksājumu pamatparādu kapitalizācija privatizētajiem pašvaldību uzņēmumiem (uzņēmējiesabiedrībām), bet ar 1999. gada otro pusi – īpašuma nodokļa un iedzīvotāju ienākuma nodokļa maksājumu pamatparādu kapitalizācija.²

Pārdodamās valsts kapitāla daļas tiek novērtētas un pārdotas par nominālvērtību vai virs tās. Ja statūsabiedrības akcijas tiek kotētas Rīgas Fondu biržā, akcijas tiek pārdotas par cenu, kas nav zemāka par vidējo kotācijas cenu pēdējā mēneša laikā. 1999. gadā lielākie nodokļu parādu apjomi kapitalizēti un dzēsti SIA "Baltic Marine Fishing company" – 5,57 milj. latu, AS "Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca" – 3,30 milj. latu, SIA "Larelini" – 0,53 milj. latu.

Privatizācijas novērtējums. Vērtējot privatizāciju, jāvadās pēc kāda pamatota kritērija. Tautsaimnieciski šāds kritērijs varētu būt iekšzemes kopprodukta lielums uz vienu darbaspējīgo iedzīvotāju, kas zaudēts pārejas periodā no komandekonomikas uz tirgus ekonomiku, kas atgūts un iegūts principiāli no jauna. Pēc Privatizācijas aģentūras vadības vērtējuma, privatizācija tika īstenota teicami, jo no 1236 privatizētajiem uzņēmumiem tikai 84 pēc privatizācijas kļuvuši maksātnespējīgi. Pēc autora domām, tas ir nevis pozitīvs, bet negatīvs rādītājs.

Privatizācija nespēja nodrošināt ne rūpniecību, ne lauksaimniecību civilizētā līmenī. Sapnis, ka privatizācija sekmēs visjaunākās tehnoloģijas ieviešanu, tā arī palika pamatos sapņu līmenī. Zemes privatizācijas (denacionalizācijas) procesā lielas platības nonāca tādu cilvēku privātīpašumā, kam no lauksaimniecības nebija ne mazākās jēgas. Neapstrādātā zeme aizauga krūmiem, vietām pārpurvojās. Privatizācija būtībā kļuva par pašmērķi, atrauta no saimniekošanas efektivitātes. PA ģenerāldirektors Jānis Naglis tā arī paziņoja: privatizācijas mērķis – privatizācija. Latvijas iekšzemes kopprodukts joprojām tālu atpaliek no 1990. gada līmeņa.

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R.: EM, 1999. g. decembris.

² Turpat.

Dosim vārdu privatizācijas vērtējumam Latvijas Valsts prezidentei Vairai Vīķei-Freibergai: "Privatizācijas process Latvijā noritējis neveiksmīgi, un tikai par dažiem objektiem var teikt, ka tie privatizēti veiksmīgi." Viņas teiktajam pievienojas arī vairākums Saeimas deputātu.¹

22.10. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Privatizācija – valsts vai pašvaldību īpašuma pārvēršana privātā īpašumā.
2. Denacionalizācija – padomju okupācijas gados nacionalizētā īpašuma atdošana tā iepriekšējiem īpašniekiem vai to mantiniekiem privātīpašumā.
3. Denacionalizācija lauksaimniecībā – zemnieku vardarbīgi nacionalizētas zemes un inventāra atdošana to iepriekšējam saimniekam vai to mantiniekiem privātīpašumā.
4. Statūtu saimniecību izveide – pēc kolhoznieku kopsapulces lēmuma kopsaimniecības varēja nesadalīt privātās saimniecībās, bet dibināt lauksaimniecības statūtu saimniecības (paju sabiedrības, kooperatīvus), sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA), akciju sabiedrības (AS).
5. Valsts akciju sabiedrību dibināšana – valsts pašvaldību uzņēmuma reorganizācija par akciju sabiedrību, kur 100% akciju pieder valstij, mērķis – atvieglot privatizāciju, pārdodot akciju paketes pa daļām.
6. Privatizācijas sertifikāti – Latvijas iedzīvotājiem, kompensējot īpašuma zaudējumu, atkarībā no Latvijā nodzīvoto gadu skaita piešķīra īpašus sertifikātus ar nominālu cenu Ls 28 gabalā. Sertifikātu īpašnieks varēja pēc sava ieskata tos pārdot par līdzsvara cenu, kas atspoguļo to piedāvājuma un pieprasījuma samēru, vai arī pirkt privatizējamo uzņēmumu akcijas publiskā piedāvājuma ietvaros.
7. Kompensācijas sertifikāti – tiek izsniegti represētajiem un to mantiniekiem par zemi, ko nevar piešķirt natūrā.
8. Privātā sektora īpatsvars pievienotā vērtībā – raksturo komandekonomikas nomaiņu ar tirgus ekonomiku.
9. Parādu kapitalizācija – parādu pārvēršana vērtspapīros, kas nodrošina ienākumu. Vērtspapīru pārdošana – parādu dzēšanas avots (arī nodokļu parādu Valsts budžetā).

22.11. Secinājumi

Latvijas neatkarības atjaunošanai bija nepieciešams radīt nosacījumus pārejai uz tirgus ekonomiku. Viens faktors jau bija dots: sabiedriskā darba dalīšana. Bija jānodrošina savstarpējās atsavināšanas iespēja. Šai nolūkā bija jāatjauno privātā īpašuma attiecības. To prasīja arī vēsturiskais taisnīgums: Latvijas iedzīvotājiem bija jāatdod tas, ko okupācijas vara bija vardarbīgi atņēmusi, nacionalizējusi vai vienlaidus kolektivizācijā bija māņu ceļiem sabiedriskojuši. Pēc masveida izsūtīšanas uz Sibīriju, Ziemeļu Gulaga nometnēm likusi zemniekiem ar visiem ražošanas līdzekļiem "brīvprātīgi" iestāties kopsaimniecībās. Tā bija tā pati nacionalizācija, sākot ar zemi un beidzot ar darbarīku un vecu kleperi.

Izšķir divus privātīpašuma atjaunošanas veidus. Pirmais ir reprivatizācija vai denacionalizācija, kad, balstoties uz 1937. gada Civillikuma mantojuma iedaļu, īpašniekiem, to mantiniekiem atdeva atņemto īpašuma, t.sk. arī zemi. Otrais veids ir valsts un pašvaldības īpašumā esošo objektu privatizācija. 1994. gadā sāka darboties Latvijas Privatizācijas aģentūra, kam nodeva privatizācijai paredzētos objektus. LPA bija jā sagatavo privatizācijas projekti, jāsameklē privatizētgribētāji plašajā pasaulē, jāorganizē privatizācijas konkursi, jāseko privatizācijas nosacījumu izpildei. Diemžēl kontrole bija nepilnīga. No vienas puses, privatizējamus objektus izlaupīja, no otras puses, daļa šo objektu pircēju savas saistības nepildīja. Krājās parādi valsts uzņēmumiem, ko vajadzēja dzēst tiem, kam bija drosme un interese piedalīties privatizācijā. Šīs grāmatas autors pirms gandrīz pieciem gadiem ierosināja objektus, kam grūti atrast pircējus, pārdot par 1 latu ar nosacījumu īstenot ievērojamas investīcijas.

¹ Vakara Ziņas, 2000. g. 26. jūlijā.

Priekšlikumu noraidīja, jo tā esot Latvijas izpārdošana par sviestmaizi. Pēc pieciem gadiem šos pašus ierosinājumus izvirzīja LPA. Latvijas izpārdošanas pretarguments bija aizmirsts, toties šīs "piecgades" laikā valsts uzņēmumi, kurus pārraudzīja LPA, bija pamatīgi "aptīrīti" un atrast pircēju pat par latu bija visai sarežģīti.

Pretēji visām grūtībām un šķēršļiem privatizācijas process visās jomās virzījās uz priekšu un 1998. gada nogalē bija tuvu nobeigumam. Palikuši vairāki lielāki neprivatizēti projekti, ap kuru nacionalizāciju, piemēram, "Latvenergo" turpinās asi un principiāli strīdi.

Privatizācijas process sasniedzis tādu brieduma pakāpi, ka varam apgalvot, ka no īpašuma attiecību viedokļa nosacījumi tirgus ekonomikai ir radīti. Bagātīgais tabulu klāsts pilnā mērā apstiprina šo tēzi. Zaļā gaisma ir iedegta. Tagad uz priekšu, lai radītu labvēlīgu investīciju klimatu, brīvu no birokrātisma un korupcijas! Postoša krīze Dienvidaustrumāzijā, Latīņamerikā un it sevišķi Krievijā negatīvi iespaido arī Latvijas ekonomiku. Bet katra krīze kādreiz beidzas. Stabilizācija ir neizbēgama. Latvijai jābūt gatavai, izmantojot privatizācijas panākumus, turpmāk platāku un raitāku soli doties uz priekšu pretī sociālai tirgus ekonomikai.

Tomēr denacionalizācija un privatizācija vien vēl nenodrošina efektīvu tirgus ekonomiku.

22.12. Pamatterminu tulkojums

Apstiprināti privatizācijas noteikumi	<i>approved privatization rules</i>	утвержденные правила приватизации
Denacionalizācija	<i>denacionalization</i>	денационализация
Īpašuma attiecības	<i>ownership relations</i>	отношение собственности
Komercedarbība	<i>commercial activity</i>	коммерческая деятельность
Latvijas Privatizācijas aģentūra	<i>Latvien Privatization Agency</i>	Агентура Приватизации Латвии
Maksāšanas līdzekļi	<i>means of payment</i>	платежные средства
Noslēgto pirkuma līgumu skaits	<i>concluded number of purchase contracts</i>	число договоров о заключенных покупках
Objektu pārdošanas cena	<i>selling price of units</i>	продажная цена объекта
Paredzētās investīcijas	<i>expected investments</i>	предусмотренные инвестиции
Pircēju pārņemamās saistības	<i>liabilities assumed by buyers</i>	обязательства перенятые покупателем
Privātais sektors	<i>private sector</i>	частный сектор
Privatizācija	<i>privatization</i>	приватизация
Privatizācijas aģentūras valdījumā esoši objekti	<i>units held by Privatization Agency</i>	объекты находящиеся во владении агентуры Приватизации
Privatizācijas aģentūras valdījumā pārņemti objekti	<i>units taken over by the Privatization Agency</i>	объекты перенятые во владении агентуры Приватизации
Privatizācijas sertifikāti	<i>privatization certificates</i>	приватизационные сертификаты
Sabiedriskais sektors	<i>public sector</i>	общественный сектор
Saglabājamās darbavietas	<i>reserved jobs</i>	сохраняемые рабочие места

22.13. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kāpēc bija nepieciešama denacionalizācija un privatizācija?
2. Kādi ir privatizācijas sertifikātu plusi un mīnusi?
3. Kādas funkcijas pilda Latvijas Privatizācijas aģentūra?
4. Kādi ir maksāšanas līdzekļi, privatizējot objektu?
5. Kādus noteikumus izvirza Privatizācijas aģentūra, slēdzot privatizācijas līgumu?
6. Kāpēc valsts īpašuma objekti jānodod Privatizācijas aģentūras valdījumā?
7. Kāda ekonomiskā jēga ir valsts uzņēmumu pārvēršanai par valsts AS?
8. Kas veido sabiedrisko sektoru tautas saimniecībā?
9. Kas veido privāto sektoru tautas saimniecībā?
10. Kādās nozarēs un kāpēc visstraujāk noritēja privatizācija?
11. Kāds sakars ir starp īpašuma attiecībām un komercdarbības formām?
12. Kādi, jūsuprāt, ir objektu privatizācijas kritēriji?
13. Kādi objekti, jūsuprāt, pēc kādiem kritērijiem būtu jāatstāj valsts un pašvaldību īpašumā?
14. Argumentējiet savu nostāju par "Latvenergo" nacionalizāciju!
15. Kāds sakars ir starp privatizāciju un tautas saimniecības attīstību?

23. nodaļa. Īpašuma attiecību struktūra un komercdarbības formas mūsdienu tirgus ekonomikā

23.1. Īpašuma attiecību noteicošā loma

Motivācijas loma. Mūsdienu tirgus ekonomikas apstākļos vienmēr pastāv saikne starp noteiktām īpašuma attiecībām un konkrēto uzņēmējdarbības formu. Šo saikņu dažādība, kas saimniekošanas praksē ir raibāka par dzeņa vēderu, nosaka tirgus dalībnieku ekonomiskās uzvedības daudzveidību. Tās avots ir sociāli ekonomiskā motivācija. Tieši motivētā ekonomiskā uzvedība nosaka saimniekošanas efektivitāti (mēs abstrahējamies no tehnikas, tehnoloģijas, organizācijas, faktoriem, kas saistās ar ideoloģisko, teorētisko, aksioloģisko un heirstisko motivāciju).

Īpašnieki un neīpašnieki. Darba veicējus, saimniekotājus jebkurā nozarē var dalīt īpašniekos un neīpašniekos. Motivācijas atšķirības īpašniekiem un neīpašniekiem var uzskatāmi ilustrēt ar šādu piemēru: īpašnieks atšķirībā no neīpašnieka ekonomisko cēloņu dēļ (kas atkarīgi no viņa) nekad neslinkos, sev piederošo mantu nezags, ikdienas normālā darbā "nehaltūrēs", apzināti neražos brāķi, saimniekos taupīgi, nedarīs neko tādu, kas atbaida klientu, mērķtiecīgi mazina peļņu, nestreikos.

Darba devējs un darba ņēmējs. Krasi atšķirīga motivācija ir darba devējam (it sevišķi, ja pēdējais ir īpašnieks) un darba ņēmējam, ja tas vienlaikus ir neīpašnieks.

Juridiskā ietērpā mēs principiāli atšķiram valsts un privāto īpašumu, kas neaptver visu īpašuma attiecību klasifikāciju. 23.1. shēmā mēģināsim dot pilnīgāku klasifikāciju, to ilustrējot ar dažu valstu piemēriem. Būtiski ir tas, ka uzņēmējdarbība var saistīties, bāzēties uz jebkuru īpašuma formu.

Kritēriji un klasifikācija. Šī īpašuma attiecību klasifikācija nav līdz galam "tīra", konsekventa. Iespējams lietot citus kritērijus vai pazīmes, un mēs iegūstam citu īpašuma attiecību raksturojumu.

23.1. tabula

Īpašuma formu klasifikācija

Īpašuma forma	Īpašuma attiecību nesēji	Piemēri
Valsts īpašums un tam pakļautās formas	Visi valsts pilsoņi. Štatu un municipālo teritoriju iedzīvotāji. Visi valsts pilsoņi, municipālo teritoriju iedzīvotāji.	ASV: federālais īpašums, štatu īpašums, municipālais īpašums, komunālais īpašums. Vācijā: federālais īpašums, municipālais īpašums. Latvijā: valsts īpašums, pašvaldību īpašums.
Privātais īpašums	Atsevišķs iedzīvotājs. Ģimene vai tās atsevišķi locekļi. SIA līdzīpašnieki, akcionāri, komanditsabiedrību līdzīpašnieki. Kooperatīvu un paju sabiedrību biedri atbilstoši īpašuma daļai.	Vienas personas īpašums. Ģimenes īpašums. Līgumsabiedrības: SIA, AS, komanditsabiedrības. Kooperatīvi un paju sabiedrības.
Kolektīvais īpašums un tā paveidi	Draudžu locekļi, biedrību biedri, partijas biedri, pensiju fondu locekļi, slimokasu, veselības apdrošināšanas fondu biedri.	Reliģisko draudžu īpašums, biedrību īpašums, t.sk. sporta, kultūras u.c. Partijas, politiskās organizācijas, pensiju fondi, slimokases un veselības apdrošināšanas fondi.
Jauktais īpašums	Īpašuma attiecību konkrētie nesēji (valsts, privātie īpašnieki, t.sk. akcionāri, SIA locekļi, municipalitāšu teritoriju iedzīvotāji).	Valsts un privātais īpašums; privātais un kolektīvais īpašums, dažādu valstu, arī to pilsoņu un līgumsabiedrību kopējais īpašums; privātais un municipālais (pašvaldību) īpašums.

Lūk, daži piemēri. Varena būve K. Valdemāra un Elizabetes ielas stūrī (nams domāts moderniem kantoriem) pieder zviedru firmai "Skanska" un Rīgas Domei, kuras ieguldījums ir zeme (*locus standi*), uz kuras paceļas šī lepnā celtnē Rīgas centrā. Ēka no zemes nav atraujama, lidināties gaisā šī masīvā celtnē nespēj. Runa ir par organiski vienotu kompleksu, kuru var raksturot kā partneru privātīpašumu. Tad jāatsakās no jauktā īpašuma raksturojuma. Dažādas ir tikai valstis; ēka ir "Skanskas" vistīrākais privātīpašums, zeme ir valsts (pašvaldības) īpašums, īpašnieks Rīgas Dome ir visu rīdzinieku kopējais īpašums, ar kuru brīvi kā ar savu īpašumu rīkojas Rīgas domnieki. Citu piemēru, gan citā sakarā mēs jau minējām. SIA "Lattelekom", kur 51% ir valsts īpašums, būtībā Latvijas pilsoņu kopējā manta. Kas lēma par SIA "Lattelekom" likteni? Visaugstākā ranga valsts ierēdņi, kas ar kopējo īpašumu rīkojās ne visai gudri, kā ar savu īpašumu. SIA "Lattelekom" ir īsts jaukts īpašums. Katrai apakšstacijai, kabeļu līnijai atsevišķu īpašnieku, ārzemju vai pašmāju, nenoteiksi. Atšķirīgas īpašuma attiecības organiski saplūst vienotā veselumā. Un tomēr jauktā īpašumā mēs vērojam dažādu īpašnieku atšķirīgu motivāciju, centienus, ekonomisku uzvedību.

Šāda rakstura problēmas radīsies, privatizējot valsts AS "Latvenergo", "Ventspils naftu", "Latvijas dzelzceļu". Administratīvi, juridiski var tehnoloģiski vienotus objektus sadalīt starp atsevišķiem īpašniekiem, proti, starp privātiem un valsts. Kam piederēs akciju kontrolpakete? Šo jautājumu nevar ne apiet, ne ignorēt. Var būt jaukts īpašums – valsts-privātais īpašums, bet kontrolpakete šinī jauktajā īpašumā var piederēt privātam īpašniekam, kas arī būs pilnvarots īstenot ekonomisko uzvedību pēc sava prāta. Mīkstčaulība (abstrahēsimies no korupcijas) var novest arī pie pretēja rezultāta: kontrolpaketes īpašnieks nav īstais saimnieks, bet likteņlēmējs ir mazākums. Kopsecinājums ir nepārprotams: atšķirīgi kritēriji noteiks dažādu īpašuma attiecību klasifikāciju. Tomēr izšķirošais ir nevis formāla pazīme, patvaļīgi izraudzīts kritērijs, bet sociāli ekonomiskā motivācija, kas nosaka ekonomisko uzvedību. Ja motivāciju determinē (pēc teorijas) sociāli ekonomiskās attiecībās, tad praktiski šo motivāciju noteiks minētā īpašuma attiecību juridiskais ietērs.

Ieskatu par īpašuma attiecību dažādību un uzņēmējdarbības formām dod 23.2. tabula.

23.2. tabula

Latvijā reģistrēti uzņēmumi (līdz 1998. g. 1. septembrim)¹

	Reģistrētie uzņēmumi		Darbojas vai nav ziņu par darbības pārtraukšanu	Pārtraukta darbība uz nenoteiktu laiku	Izbeigta darbība
	skaits	%			
Pavisam	99434	100	50502	14856	34076
tajā skaitā pa uzņēmējdarbības formām:					
valsts uzņēmumi	1249	1,2	210	24	1015
pašvaldību uzņēmumi	1331	1,3	716	18	597
sabiedrības:					
ar ierobežotu atbildību	64182	64,5	32097	7435	24650
akciju sabiedrības	2151	2,4	1454	199	498
paju sabiedrības	761	0,7	255	62	444
individuālie uzņēmumi	25876	27,0	13844	6417	5615
citas uzņēmējdarbības formas	3884	3,9	1926	701	1257

Uzņēmumu dibināšana apsūkusi. Likumsakarīgi, ka 90. gadu sākumā bija īsts jauno uzņēmumu dibināšanas bums. Kā uzskatāmi rāda diagramma, apogejs tika sasniegts 1992. gadā. Tad sākās jaunu uzņēmumu lejupslīde. 2000. gada jūnijā jaundibināmo uzņēmumu skaits saruka līdz 481 uzņēmumam. Eksperti vienbalsīgi atzīst, ka valsts pietiekami aktīvi nesniedz atbalstu jaunu uzņēmumu dibināšanai, neveido komercdarbības uzsākšanai labvēlīgu vidi.

Reģistrēts uzņēmums vēl nav strādājošs uzņēmums. Ekonomikas ministrijas pārstāvji apgalvo, ka no 150 000 Uzņēmuma reģistrā reģistrēto uzņēmumu 2000. gada vasaras sākumā reāli darbojās tikai 40 000

¹ Latvijas statistikas ikmēneša biļetens, 8/98, Rīga, 74. lpp.

uzņēmumu. Visai liels ir fiktīvo, kaut arī formāli reģistrēto uzņēmumu skaits. Fiktīvie uzņēmumi ir labvēlīga augsne visdažādākām mahinācijām, peļņas slēpšanai, nodokļu nemaksāšanai. VID praktiski kapitulē šo fiktīvo uzņēmumu priekšā. Cīņa ar tiem ir neefektīva.

Salīdzinājumi ar ārvalstīm apstiprina, ka Latvijā jaundibināmo uzņēmumu skaits ir mazs. Tā Eiropā uz 1000 iedzīvotājiem parasti ir reģistrēti 40–60 uzņēmumi, Rīgā, kur līmenis ir visaugstākais, – 20 uzņēmumu, vietām Latvijā gaužām pieticīgi – ne vairāk par 10–15 uzņēmumu.

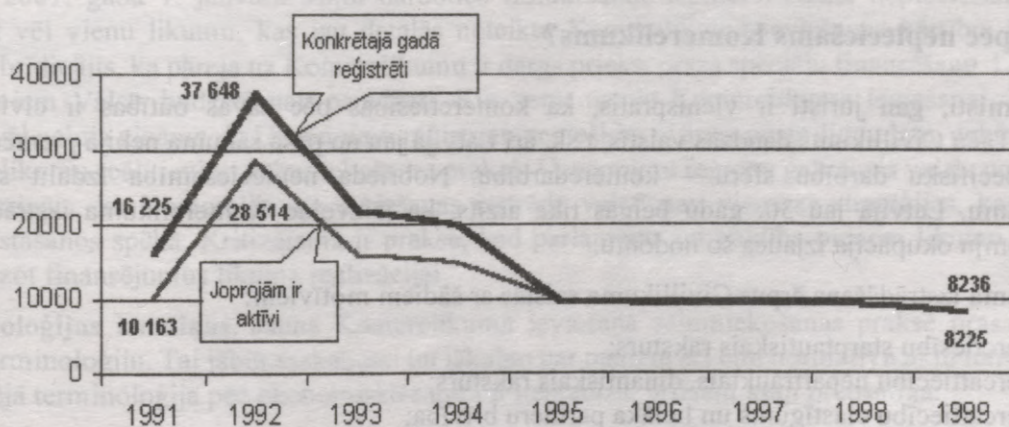
Aiz Rīgas, kas ir nepārprotama jaunu uzņēmumu dibināšanas līdere, seko Liepāja. To veicina Liepājas speciālā ekonomiskā zona. Daugavpils manāmi atpaliek. Ja salīdzina Krāslavu un Gulbeni ar Bausku un Tukumu, kur ir aptuveni vienāds iedzīvotāju skaits, pirmie divi rajoni noslēdz tabulas lejasgalu, bet otrajiem diviem rajoniem ir krietni labāki uzņēmumu dibināšana rādītāji.

Raksturīgi, ka SIA dibināšana pieaug, bet AS dibināšana samazinās. Tam par iemeslu ir prāvas naudas summas, kas jāiegulda AS pamatkapitālā. Gaida arī jauno komerclikumu, kam jāstājas spēkā ar 2001. gada 1. janvāri un kas paredz komercdarbības formas samazināt no tagadējām 16 līdz 5.

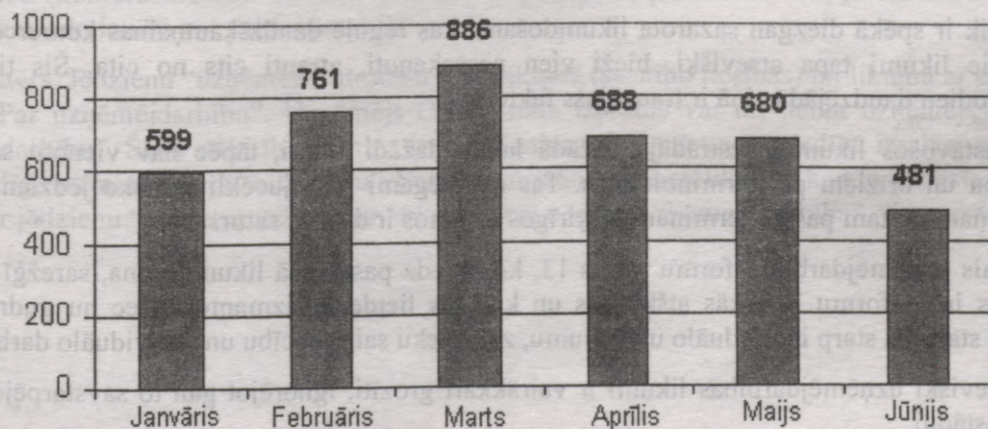
Nedrīkst vieglprātīgi uztvert jaunu komercuzņēmumu dibināšanu. Nepietiek ar oriģinālu ideju un naudas līdzekļu avotu, jāveic daudzpusīgi tirgzinības pētījumi un jāsaņem atbilde, kāds iecerētā ražojuma vai sniegto pakalpojumu noiets ir gaidāms, vai ir dārgākie vai lētākie aizstājēji, vai jaundibināmais uzņēmums konkurencē spēs izdzīvot. Nav jāaizmirst izvērtēt uzņēmumu dibinātāju heuristisko motivāciju un uzņēmējspējas. Ne katrs spēj būt komersants. Uzņēmumu dibināšanas dinamiku reljefi rāda diagramma.

Latvijā reģistrēti uzņēmumi¹

1991-1999



2000. gada sešos mēnešos Pavisam kopā - 4095



¹ Diena, 2000. g. 30. aprīlī.

23.2. Komercdarbība un komersanti

23.2.1. Klasifikācijas pamati

Formu daudzveidība. Komercdarbības formām mūsdienu tirgus ekonomikā, kas parasti tiek uzskatīta par jaukto tirgus saimniecību, ir raksturīga liela dažādība. Kas ir šīs daudzveidības pamatā? Atbilde ir nepārprotama: īpašuma attiecības. Šīs attiecības nebūt nav vienvērtīgas. Arī šinī jomā dominē formu daudzveidība. Formējas sarežģīts attiecību režģis, kas determinē visai atšķirīgu motivācijas ievirzi.

Kas nav valsts (pašvaldību) īpašums, tas ir privātais īpašums. Šāda tēze guvusi zināmu izplatību un no pirmā acu uzmetiena liekas pietiekami loģiska. Dzīve ir krietni daudzpusīgāka nekā zinātnieku veidotās prāta shēmas. Ja uzticēsimies vienkāršām klasifikācijām, mēs ātri vien nonāksim līdz Prokrusta gultai, kur uzņēmējdarbības formas nu nekādi neliens iekšā. Saglabājot par klasifikācijas pamatu īpašuma attiecības, mums jāmeklē vēl citi kritēriji, kas organiski savieno abstrakto teoriju ar saimniekošanas praksi. Jā dod atbilde uz jautājumu, kam reāli pieder īpašums, kas piesavinās darbības rezultātu, kas ir šī rezultāta faktiskais pārdevējs?

Pēc ilgām mokām beidzot dzima plašs jumta likums – Komerclikums. Tas stāsies spēkā 2001. gada 1. janvārī. Vienlaikus, domājams, zaudēs spēku Likums par uzņēmējdarbību, Likums par SIA, Likums par akciju sabiedrību, Likums par līguma sabiedrībām. Likumdošana uzņēmējdarbības jomā vienkāršosies. Autors turpmāk grāmatā vadīsies pēc Komerclikuma normām.

Kompetents lasītājs iebildīs: kāpēc jāpieņem jauns likums, ja jau uzņēmējdarbības jomā darbojas vesela likumu sistēma, kuru Saeima nemitīgi pilnveido?

23.2.2. Kāpēc nepieciešams Komerclikums?

Gan ekonomisti, gan juristi ir vienprātis, ka komerc tiesības pēc savas būtības ir civiltiesību sastāvdaļa. Taču Civillikums daudzās valstīs, t.sk. arī Latvijā jau no paša sākuma nebija piemērots, lai regulētu specifisku darbību sfēru – komercdarbību. Nobrieda nepieciešamība izdalīt speciālu Komerclikumu. Latvijā jau 30. gadu beigās tika atzīts, ka jāizveido Komerclikuma izstrādāšanas grupa. Padomju okupācija izjauca šo nodomu.

Komerclikuma izstrādāšana ārpus Civillikuma saistās ar šādiem motīviem:

- 1) komerc tiesību starptautiskais raksturs;
- 2) komercattiecību nepārtrauktais, dinamiskais raksturs;
- 3) komercattiecību elastīgums un lielāka partneru brīvība;
- 4) komercattiecībām raksturīgā lielākā riska pakāpe;
- 5) komercattiecībām raksturīgā lielākā informācijas nozīme.

Valstīs, kur Komerclikums darbojas atsevišķi no Civillikuma, pēdējās normas darbojas vienīgi tad, ja Komerclikumā attiecīgā regulācija nav paredzēta.

Latvijā pašlaik ir spēkā diezgan sazarota likumdošana, kas regulē daudzšķautņainas komercdarbības attiecības. Šie likumi tapa atsevišķi, bieži vien nesaskaņoti, atrauti cits no cita. Šis tiesiskais "vinegrets" šodien daudzējādā ziņā ir traucējošs faktors.

Pirmkārt, pastāvošos likumus izstrādāja dažādā laikā, dažādi autori, tāpēc nav vienotu salikumu pamatprincipu un brīžiem pat terminoloģijas. Tas neizbēgami rada jucekli tiesisko jēdzienu saturā izpratnē. Vienam un tam pašam terminam atšķirīgos likumos ir dažāds saturs.

Otrkārt, lielais uzņēmējdarbības formu skaits 13, ko paredz pastāvošā likumdošana, sarežģī izpratni par to, kādas ir šo formu lietišķās atšķirības un kad tās lietderīgi izmantot. Tiek nu gudrs, kāda, piemēram, it starpība starp individuālo uzņēmumu, zemnieku saimniecību un individuālo darbu.

Treškārt, atsevišķi uzņēmējdarbības likumi ir vairākkārt grozīti, ignorējot gan to savstarpējo saikni, gan pamatnostādni.

Ceturtkārt, vislielākā uzmanība tika pievērsta precizējumiem likumā par akciju sabiedrībām. Citas uzņēmējdarbības formas palika novārtā. Bet tieši pēdējo bija visvairāk, it sevišķi SIA.

Piektkārt, daudzu un dažādu uzņēmējdarbības likumu tapšanas laikā vēl nebija runas par ES prasību ievērošanu. Attīstītās tirgus ekonomikas zemēs uzņēmējdarbības formu skaits parasti nepārsniedz 4–7. Galvenais ir tas, ka pastāvošā likumdošana atšķiras no ES direktīvām.

Sestkārt, tiesiskās normas ir sadrumstalotas starp dažādiem likumiem, neveido loģisku un secīgu sistēmu, atrodas neīstās vietās.

Septītkārt, Latvijas tiesību sistēmā atrodamas normas, kas jau svītrotas citu valstu sistēmās. Šai ziņā esam “baltie zvirbulji”.

Astotkārt, Latvijas sistēmā trūkst citās valstīs izplatītu komerciesību institūciju, piemēram, speciālās komercpilnvaras (prokūras), komercaģentu.

Devītkārt, līdz šim komercdarbība un no tās atvasinātās attiecības tika galvenokārt aplūkotas caur 1937. gadā pieņemtā Civillikuma prizmu. Šis likums bija paredzēts komerciālu attiecību reglamentācijai. Šodien, komercdarbībai aktīvi izvērsoties, skaidri kļūst redzama Civillikuma neatbilstība jaunajiem komercattīstības apstākļiem. Šodien nepieciešama tāda komercdarbības tiesiskā reglamentācija, kas atbilst: a) starptautiski atzītiem tiesiskiem aktiem un praksei; b) ANO un Romas konvenciju normām Latvijas likumdošanā; c) Latvijas reālajām vajadzībām.

Desmitkārt, komerclikumi ir ieviesti daudzu valstu praksē, t.sk. vairākās ES valstīs. Postsociālistiskās valstīs sevišķi asi jūt vajadzību nodalīt komercsfēru, īstenojot attiecīgo normu kodifikāciju. Komerclikumi jau pieņemti Igaunijā un Čehijā. Latvija ir ekonomiski un tiesiski sagatavota komerclikuma pieņemšanai. Tad komercattiecības balstīsies uz vienota teorētiskā pamata, būs novērstas pastāvošās pretrunas terminoloģijas jomā, vienkāršosies komercattiecības, būs panākta vienotība starp Latvijas un ES tiesiskām nozarēm.

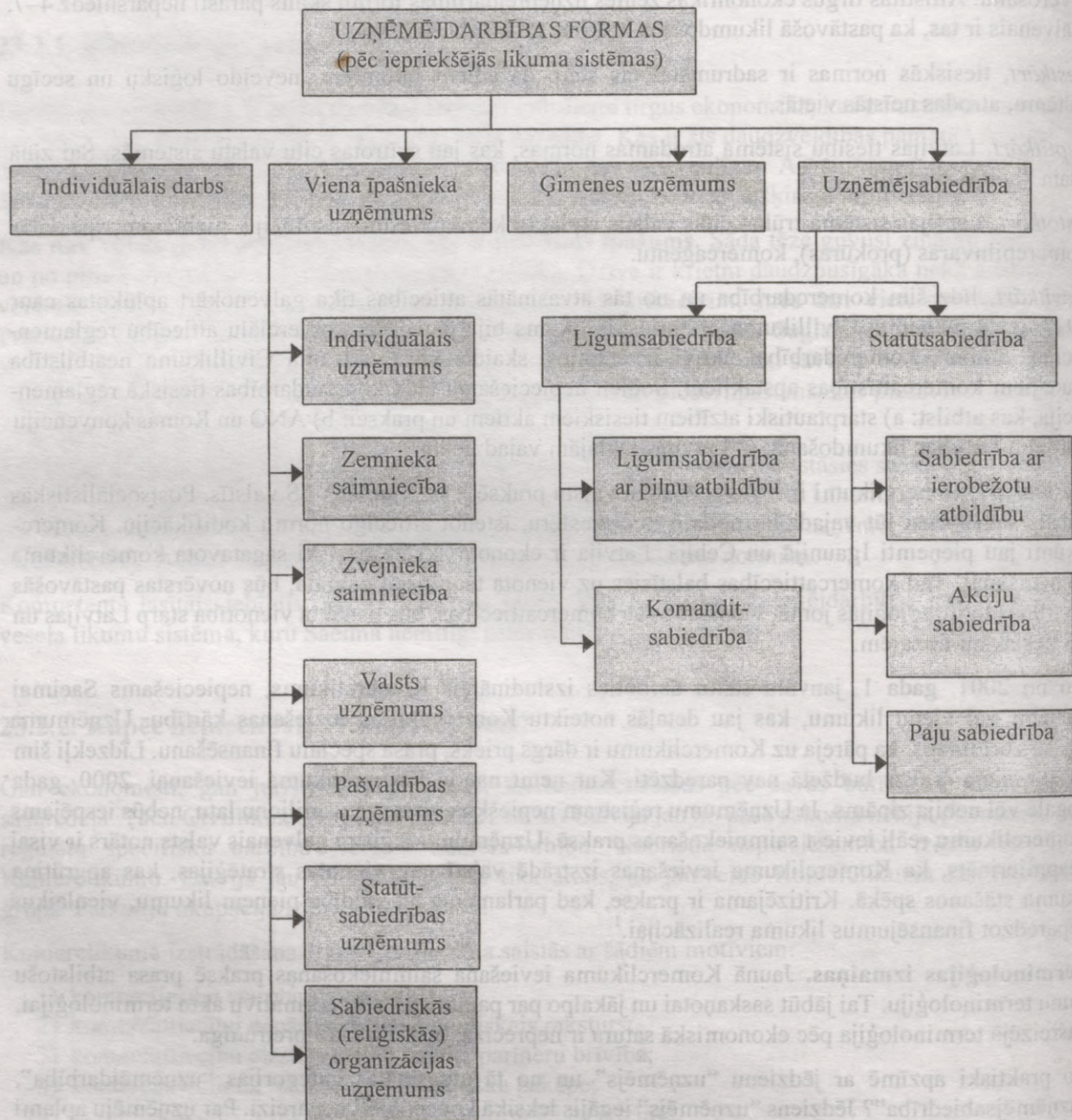
Lai no 2001. gada 1. janvāra sāktu darboties izsludinātais Komerclikums, nepieciešams Saeimai pieņemt vēl vienu likumu, kas jau detaļās noteiktu Komerclikuma ieviešanas kārtību. Uzņēmuma reģistrs brīdinājis, ka pāreja uz Komerclikumu ir dārgs priekšs, prasa speciālu finansēšanu. Līdzekļi šim pasākumiem Valsts budžetā nav paredzēti. Kur ņemt naudu Komerclikuma ieviešanai, 2000. gada nogalē vēl nebija zināms. Ja Uzņēmumu reģistram nepiešķirs vismaz pusmiljonu latu, nebūs iespējams Komerclikumu reāli ieviest saimniekošanas praksē. Uzņēmumu reģistra galvenais valsts notārs ir visai neapmierināts, ka Komerclikuma ieviešanas izstrādē valstī nav vienotas stratēģijas, kas apgrūtina likuma stāšanos spēkā. Kritizējama ir prakse, kad parlaments un valdība pieņem likumu, vienlaikus neparedzot finansējumus likuma realizācijai.¹

Terminoloģijas izmaiņas. Jaunā Komerclikuma ieviešana saimniekošanas praksē prasa atbilstošu jaunu terminoloģiju. Tai jābūt saskaņotai un jākalpo par pamatu arī citu normatīvu aktu terminoloģijai. Pašreizējā terminoloģija pēc ekonomiskā satura ir neprecīza, brīžiem klaji pretrunīga.

Ko praktiski apzīmē ar jēdzienu “uzņēmējs” un no tā atvasinātas kategorijas “uzņēmējdarbība”, “uzņēmējabsabiedrība”? Jēdziens “uzņēmējs” iegājis leksikā konceptuāli nepareizi. Par uzņēmēju aplami dēvē uzņēmējabsabiedrības valdes locekli, arī padomes locekli vai ierindas akcionāru. Pasaules praksē ar šo terminu parasti saprot personu (ne tikai fizisku, bet arī juridisku), kuras vārdā tiek veikta uzņēmējdarbība (komercdarbība). Tiesiskā izpratnē uzņēmējs ir, piemēram, akciju sabiedrība un nekādā gadījumā ne akcionārs vai valdes loceklis.

Cits piemērs. Jēdzienu “uzņēmējs” atrodam Civillikumā (saistību tiesībās) un likumā ar citu praktisku saturu “Par uzņēmējdarbību”. Uzņēmējs Civillikuma izpratnē var arī nebūt uzņēmējs likumā “Par uzņēmējdarbību”. Šāda atšķirība termina izpratnē saimniekošanā un tiesvedībā izraisa vienīgi jucekli un patvaļīgu termina satura “tulkošanu”. Saskaņā ar jauno Komerclikumu, kad to ieviesīs, “uzņēmēju” aizstās ar jēdzienu “komersants” līdz ar atvasinātiem vārdiem “komercdarbība”, “komercsabiedrība”.

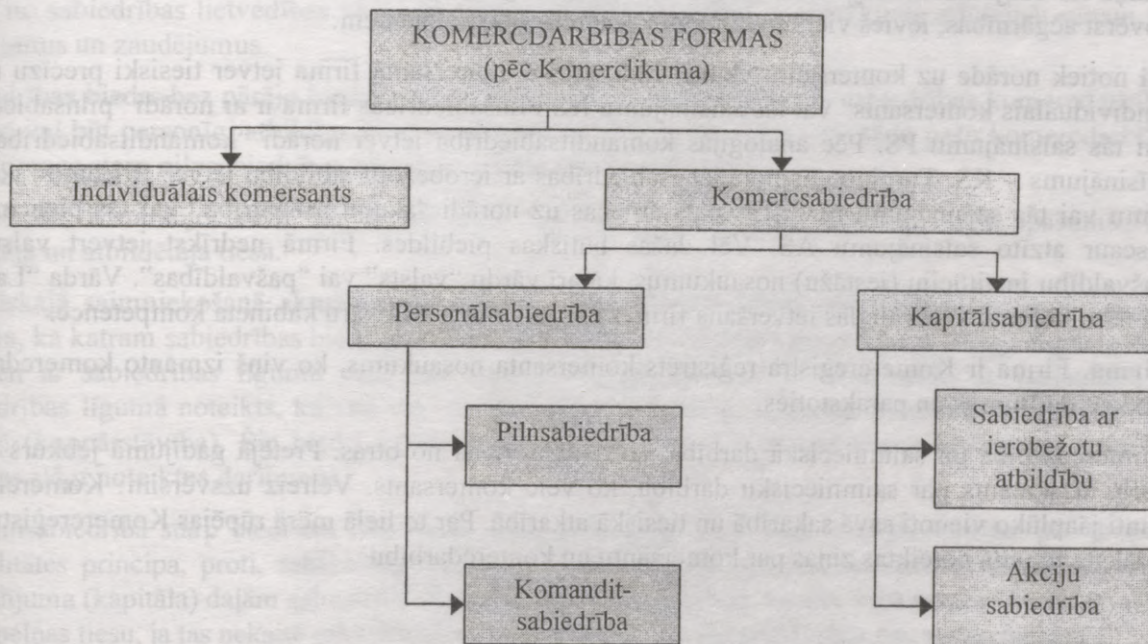
¹ Dienas bizness, 2000. g. 8. septembrī.



23.3. Uzņēmējdarbības formas pārtop komercdarbības formās

Viens no Komerclikuma uzdevumiem ir vienkāršot uzņēmējdarbības formu sistēmu. Salīdzināsim veco un jauno uzņēmējdarbības formu shēmas.

Jaunā shēma burtiski atšķiras no vecās shēmas, kas redzams pat ar zinātniski neapbruņotu aci.



Ieviest Komerclikumu nozīmē šī likuma neparedzētas formas noteiktā laika posmā reorganizēt.

Kāds liktenis gaida paju sabiedrības? Tās var pārkārtot par SIA, AS (akciju sabiedrībām).

Valsts un pašvaldību uzņēmumi nākotnē varēs darboties kā SIA vai AS. Tāds pats liktenis gaida statūtsabiedrību uzņēmumus, arī sabiedriskos un reliģiskos uzņēmumus.

Reorganizācijai noteikti jāskar individuālie uzņēmumi, zemnieku (zvejnieku) saimniecības. Tām jāpārņem par SIA vai AS. Lai vienkāršotu pārkārtošanās procesu, minēto individuālo uzņēmumu vai saimniecību īpašnieki var nereorganizēt uzņēmumu, bet reģistrēties kā individuālie komersanti. Vēl vienkāršāk. Komerclikuma pārejas noteikumi paredz individuālo uzņēmumu īpašniekus bez birokrātisku papīru pildīšanas, naudas iemaksām automātiski pārreģistrēt par individuāliem komersantiem. Sprotams, šāda automātiska pārreģistrācija ir atļauta vienīgi tad, ja noteiktā laikā nav saņemts pieteikums pārveidot uzņēmumu par komerksabiedrību.

Nav paredzēts saglabāt ģimenes uzņēmumus. Tiem jāpārņem par personālsabiedrībām, SIA vai AS. Cik lietderīga ir šī likuma paredzētā reorganizācija, to parādīs nākotne.

Sabiedrība ar ierobežotu atbildību un akciju sabiedrības nav jāreorganizē. To pienākums ir gada laikā pārkārtot pārvaldes struktūru un saskaņot ar Komerclikuma noteikumiem.

23.4. Komercdarbība. Uzņēmums. Firma

Komercdarbībai ir raksturīga sistemātiska darbība, kuru peļņas gūšanas nolūkā veic komersants. Rodas divi jautājumi. Pirmais – kas ir komersants? Likums skaidro, ka no juridiskā viedokļa komersants ir Komercreģistrā reģistrēta persona vai personu apvienība. Otrais jautājums – kas ir saimnieciskā darbība? Likums nosaka, ka saimnieciskā darbība ir jebkāda darbība par atlīdzību, izņemot darbību, kuru regulē likumi un citi normatīvie akti tiesību jomā.

Likumā paredzēts, ka atsevišķus saimnieciskās darbības veidus drīkst īstenot tikai kā komercdarbību. Neteiksim, ka šie likuma projekta formulējumi pēc satura ir sevišķi veiksmīgi. Komersantu raksturo tīri administratīva pazīme. Arī saimnieciskās darbības formulējums ir alternatīvām bagāts un var radīt pārpratumus. Komersanti dalās divās grupās: pirmajā ir fiziskās personas (individuālais komersants); otrajā – komerksabiedrība.

Uzņēmums. Jaunu saturu Komerclikums nosaka kategorijai “uzņēmums”. Nākotnē būs jāpierod, ka uzņēmums ir lietu kopa, ko komersants lieto komercdarbības veikšanai. Uzņēmumā ietilpst komersantam piederošas ķermeniskas un bezķermeniskas lietas, kā arī citi saimnieciski labumi (vērtības).

Saskaņā ar šo Komerclikuma formulējumu uzņēmums pēc sava satura ir tiesību objekts. Šā uzņēmuma maiņa no subjekta uz objektu ir nevis tīri terminoloģiska pārvērtība, bet būtības maiņa, kas palīdz novērst ačgārnības, ievieš vienotu izpratni komerc tiesību jēdzieniem.

Kā notiek norāde uz komersantu veidu? Individuālā komersanta firma ietver tiesiski precīzu norādi "individuālais komersants" vai tās saīsinājumu IK. Pilnsabiedrības firma ir ar norādi "pilnsabiedrība" vai tās saīsinājumu PS. Pēc analogijas komanditsabiedrība ietver norādi "komanditsabiedrība", tās saīsinājums – KS. Turpinot šīs norādes, sabiedrības ar ierobežotu atbildību ietver attiecīgo raksturojumu vai tās saīsinājumu SIA. Tas pats attiecas uz norādi "akciju sabiedrība" vai tās pieņemto un viscaur atzīto saīsinājumu AS. Vēl dažas būtiskas piebildes. Firmā nedrīkst ietvert valsts vai pašvaldību institūciju (iestāžu) nosaukumus, kā arī vārdu "valsts" vai "pašvaldības". Vārda "Latvija" un tā tulkojumu svešvalodās ietveršana firmas nosaukumā ir Ministru kabineta kompetence.

Firma. Firma ir Komercreģistrā reģistrēts komersanta nosaukums, ko viņš izmanto komercdarbībā, slēdzot darījumus un parakstoties.

Komercdarbība un saimnieciskā darbība nav jādala viena no otras. Pretējā gadījumā jebkurš algots darbs uzskatāms par saimniecisku darbību, ko veic komersants. Vēlreiz uzsversim: Komerclikuma panti jāaplūko vienoti savā sakarībā un tiesiskā atkarībā. Par to lielā mērā rūpējas Komercreģistrs, kur ieraksta likumā noteiktas ziņas par komersantu un komercdarbību.

23.5. Komersantu klasifikācija

23.5.1. Individuālais komersants

Individuāla komersanta darbību lielā mērā nosaka saimnieciskās darbības apjoms un īpašnieku skaits. Fiziskai personai, kas veic saimniecisko darbību, ir pienākums pieteikt sevi ierakstīšanai Komercreģistrā kā individuālo komersantu, ja gada apgrozījums no veiktās saimnieciskās darbības pārsniedz 200 000 latu vai arī tās veiktā saimnieciskā darbība atbilst vismaz divām no šādām pazīmēm:

- 1) gada apgrozījums no šīs darbības pārsniedz 20 000 latu;
- 2) tā savas saimnieciskās darbības veikšanai ir iekārtojusi pastāvīgu pakalpojumu sniegšanas vai preču pārdošanas vietu (šeit likuma tekstā manāmi prasās arī pēc norādījuma uz pastāvīgu ražošanas vietu);
- 3) tā savai saimnieciskās darbības veikšanai nodarbina vienlaikus vairāk nekā piecus darbiniekus.

Individuālā komersanta raksturojums ir pietiekami stabils. Komerclikums paredz, ka fiziska persona var pieteikt sevi ierakstīšanai Komercreģistrā kā komersantu arī tad, ja nepastāv iepriekš minētie apstākļi.

Individuālam komersantam ir sava firma. To izmanto, lai slēgtu darījumus, kas saistīti ar komercdarbību. Tāpat individuālais komersants ar savas firmas starpniecību var būt prasītājs un atbildētājs tiesā. Te jāievēro, ka individuālais komersants par savām saistībām atbild ar visu savu mantu.

23.5.2. Komercsabiedrība

Komercsabiedrību veido personālsabiedrības un kapitālsabiedrības.

23.5.2.1. Personālsabiedrība

Personālsabiedrība parasti apvieno komercsabiedrībā nelielu biedru skaitu. Līgums starp personālsabiedrības biedriem nosaka šo sabiedrības darbības mehānismu, atbildības pakāpi un sadali, peļņas saņemšanas nosacījumus.

Pilnsabiedrība. Pilnsabiedrība ir personālsabiedrības forma. *Pirmkārt*, tās mērķis ir komercdarbības veikšana, izmantojot kopīgu firmu. *Otrkārt*, apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri). *Treškārt*, pēdējie slēdz sabiedrības līgumu, neierobežojot savu atbildību pret pilnsabiedrības kreditoriem.

Būtiski ir izdevumu un zaudējumu atlīdzināšanas nosacījumi. Likums paredz, ja sabiedrības biedrs, kārtotot sabiedrības lietas, uz sava rēķina sedz nepieciešamos izdevumus vai cieš zaudējumus, kas tieši izriet no sabiedrības lietvedības vai ar to saistīta riska, sabiedrībai ir pienākums atlīdzināt viņam šos izdevumus un zaudējumus.

Sabiedrības biedrs bez pārejo biedru piekrišanas nedrīkst slēgt darījumus sabiedrības komercdarbības nozarē vai būt personīgi atbildīgs biedrs citā personālsabiedrībā, kura veic tādu pašu komercdarbību. Konkurence starp pilnsabiedrības biedriem ir kategoriski aizliegta.

Sabiedrība, izmantojot savu firmu, var iegūt tiesības un uzņemties saistības, iegūt īpašumu, būt prasītāja un atbildētāja tiesā.

Praktiskajā saimniekošanā aktuāls ir jautājums – kam ir sabiedrības pārstāvības tiesības? Likums nosaka, ka katram sabiedrības biedram ir tiesības pārstāvēt sabiedrību attiecībās ar trešajām personām, ja viens ar sabiedrības līgumu viņš nav izslēgts no pārstāvības. Likuma spēks ir variantam, ja sabiedrības līgumā noteikts, ka visi vai vairāki sabiedrības biedri ir tiesīgi pārstāvēt sabiedrību tikai kopīgi (koppārstāvība). Šie biedri savukārt var no sava vidus pilnvarot vienu biedru vai vairākus biedrus slēgt noteiktus darījumus.

Kā pilnsabiedrībā starp biedriem tiek dalīta peļņa (zaudējumi)? Atbilde ir viennozīmīga: pēc proporcionalitātes principa, proti, sabiedrības peļņa un zaudējumi tiek sadalīti biedriem proporcionāli viņu ieguldījuma (kapitāla) daļām sabiedrībā. Katram sabiedrības biedram var pēc viņa pieprasījuma izmaksāt savu peļņas tiesu, ja tas nekaitē sabiedrībai, un viņa ieguldījuma (kapitāla) daļa nav samazinājusies.

Sabiedrības biedri saskaņā ar likumu ir personīgi atbildīgi par sabiedrības saistībām. Tas nozīmē, ka sabiedrības biedri par sabiedrības saistībām atbild kā kopparādnieki ar visu savu mantu. Pēc lietas loģikas arī šeit šī kopatbildība ir proporcionāla ieguldījumam (kapitālam).

Komanditsabiedrība. Otrā personālsabiedrības forma ir komanditsabiedrība. Kā jau personālsabiedrībai, tās mērķis ir komercdarbības veikšana ar kopējo firmu. Komanditsabiedrības īpatnība ir, *pirmkārt*, tā, ka uz sabiedrības līguma pamata apvienojušās divas vai vairākas personas (biedri); *otrkārt*, vismaz viena sabiedrības biedra (komandita) atbildība uz sabiedrības kreditoriem ir ierobežota ar viņa ieguldījuma apmēru; *treškārt*, pārejo personīgo atbildīgo sabiedrības biedru (komplementāru) atbildība nav ierobežota.

Komanditsabiedrība darbojas pēc tiem pašiem noteikumiem kā pilnsabiedrība, ja likumā nav noteikts citādi. Starp komanditsabiedrības biedriem nav pieļaujama konkurence.

23.5.2.2. Kapitālsabiedrība

Kapitālsabiedrības būtība. Komerclikums visai skopi un formāli raksturo kapitālsabiedrību kā komercsabiedrību, kuras pamatkapitāls sastāv no pamatkapitāla daļu (SIA) vai akciju (AS) nominālceņas kopsummas. Seko panti, kas ir kopīgi gan sabiedrībām ar ierobežotu atbildību, gan akciju sabiedrībām. Ievērojot šo komercdarbības formu nozīmi tautsaimniecībā, izdalīsim to analīzi atsevišķā 24. nodaļā. Pozitīvi vērtējot Komerclikumu, tomēr jāatzīmē, ka ne visi jautājumi ir pietiekami precīzi formulēti, bet dažas problēmas prasa plašāku iepriekšējo domu skaidrojumu.

Intelektuālais īpašums. Komerclikumā tieši tādas kategorijas nav. Likuma 153. pants veltīts mantiskam ieguldījumam, kura saturs skaidrojums likumā ir miglains. Izrādās, mantisks ieguldījums var būt ne tikai manta, nauda, novērtējama ķermeniska lieta, bet arī novērtējama bezķermeniska lieta, kas izmantota sabiedrības komercdarbībā, izņemot lietas, uz kurām saskaņā ar likumu nevar vērst piedziņu.

Domāju, ka pat augsti mācīts jurists netiks skaidrībā ar šo likuma pantu. 135. panta nosaukums ir "Mantisks ieguldījums". Parasti tā apzīmē reālu ķermenisku lietu. Bet izrādās, ka mantisks ieguldījums ietver kaut ko nemantisku, proti, novērtējamu bezķermenisku lietu. Var jau pieņemt vai zīlēt, ka šī novērtējamā bezķermeniska lieta likuma autoru izpratnē ir nepieminētais intelektuālais īpašums.

Problēma nav tik vienkārša. Augsti novērtētu bezķermenisku lietu ar nenoteiktu vai fiktīvu saturu pieraksta kādam ļoti vajadzīgam cilvēkam un izsniedz attiecīgu daļu vai akciju daudzumu. Te slēpjas nopietnas korupcijas briesmas. Tāpēc būtu precīzi jādefinē, kas ir intelektuālais īpašums ar plašu nepieciešamo ierobežojumu klāstu, mēģinot radīt nosacījumus, lai likumu nevarētu apiet ar līkumu.

Būt vai nebūt kooperatīviem? Principiāls jautājums ir – būt vai nebūt kooperatīviem. Jaunais Komerclikums kā jumta likums kooperāciju vispār nepiemin. Te ar likuma autoriem un Saeimas deputātiem derētu padiskutēt. Tikai īsi atzīmēsim, ka kapitālsabiedrība ir tāda komercsabiedrība, kuras pamatkapitāls sastāv no kapitāldaļu daļu vai akciju nominālcenas kopsummas.

Manuprāt, likvidēt vai pārveidot kooperāciju nav lietderīgi. Tas būtu pārgalvīgs sociāli ekonomisks apvērsums īpašuma attiecībās zem tirgus ekonomikas saules. Komerclikumam būtu jāsaturs speciāla iedaļa kooperatoru saimnieciskajai darbībai un kooperatīvu apvienībām. Kooperatīvu likvidācija vai pārveidošana citās komercdarbības formās nav prāta darbs. Turklāt šādu revolucionāru pasākumu, kas atceļ gan īpašuma formu, gan saimniekošanas raksturu, gan demokrātisku pārvaldi, vajadzēja vispusīgi un plaši pārspriest, nevis vadīties pēc abstraktas loģikas likuma autoru izpratnē un Saeimas deputātu ne vienmēr kompetentu balsojumu. Būt vai nebūt Latvijā kooperatīviem – tas ir Satversmes jautājums.

Kopumā Komerclikums pelna pozitīvu vērtējumu. Viens gan ir jānodrošina: lai mūsu visuvarenā birokrātija ar saistošām instrukcijām, paskaidrojumiem, likumiem pakļautiem aktiem nepārvērstu pozitīvi iecerēto savā pretstatā.

23.6. Ar komercdarbību saistītās kategorijas

23.6.1. Prokūra un parastā komercpilnvara

Prokūra ir Komercreģistrā reģistrēta komercpilnvara, kura dod komersanta pārstāvim (prokūristam) tiesības pārstāvēt komersantu visās darbībās, kas saistītas ar attiecīgā komersanta komercdarbību. Prokūru var izsniegt kopīgi vairākiem prokūristiem. Tikai jānorāda, vai tiem ir tiesības pārstāvēt komersantu katram atsevišķi, vai visiem kopīgi.

No prokūras atšķiras parastā komercpilnvara. Ja nav izsniegta prokūra, bet komersants pilnvaro kādu personu komersanta vārdā nodarboties ar komercdarbību, slēgt attiecīgus darījumus, tad tā ir parastā komercpilnvara. Šai pilnvarai ir noteikti ierobežojumi, piemēram, tiesības atsavināt vai apgrūtināt nekustamo īpašumu, kā arī uzņemties vekseļu saistības, saņemt maksājumus utt.

Komercagēnts. Komercagēnts ir komersants, kuram kā patstāvīgai personai uzdots patstāvīgi būt par cita komersanta (principāla) pārstāvi, kā arī principāla vārdā un labā vienoties par darījumiem ar trešajām personām vai vienoties par darījumiem un tos slēgt.

Mākleris. Mākleris ir komersants, kurš veic komercdarbību kā starpnieks darījumu slēgšanā citu personu labā. Mākleris rīkojas uz pilnvaras pamata. Bet viņam kategoriski liegts slēgt darījumus savā vai trešās personas labā bez pilnvaras devēja nepārprotamas piekrišanas.

23.6.2. Komercnoslēpums

Problēmu mēs jau vienreiz skārām sakarā ar monopolistisko konkurenci un patentiem. Komerclikums komercnoslēpumus saista ar zaudējumiem komercdarbībā. Likums norāda, ka komercnoslēpums ir tādas ar komersanta uzņēmumu saimnieciskās, tehniskās vai zinātniska rakstura lietas un rakstveidā vai citādā veidā fiksēta vai nefiksēta informācija, kurai ir faktiskā vai potenciālā mantiskā un nemantiskā vērtība, kuras nonākšana citu personu rīcībā var radīt zaudējumus komersantam un attiecībā uz kuru komersants ir veicis saprātīgus saglabāšanas pasākumus.

Komersantam ir ekskluzīvas tiesības uz komercnoslēpumu. Vienlaikus viņiem ir tiesības prasīt komercnoslēpuma aizsardzību. Tiesas ceļā komersantam ir iespēja panākt to komercjautājumu atļaušanu, kuri radušies komercnoslēpuma prettiesiskas izpaušanas un izmantošanas dēļ.

Rietumu tirgus ekonomikas pasaulē darbojas sazaroti ekonomiskās un tehniskās izlūkošanas dienesti, augstās klases speciālisti ir iesaistīti ekonomiskajā spiegošanā.

Komerclikuma spēkā stāšanās kārtību noteiks ar īpašu likumu.

23.7. Pamatkategoriju īss raksturojums

1. Komercdarbības pamats – īpašuma attiecības. Tās izriet no ekonomiskās uzvedības sociāli ekonomiskās motivācijas. Ražošanas resursu īpašniekiem un neīpašniekiem, darba devējiem un darba ņēmējiem ir atšķirīga motivācija. Īpašnieki un darba devēji pastāv dažādās atšķirīgās formās, kas visai būtiski nosaka komercdarbības formu klasifikāciju.
2. Jaunais Komerclikums ir jumta likums, kas aptver komercdarbības tiesiskos un ekonomiskos pamatus, pārvar tās pretrunas, brīžiem ačgārnības, kas raksturoja līdzšinējo likumu sistēmu par uzņēmējdarbību.
3. Bija jāievieš jauna terminoloģija, kur burts un saturs ir vienoti.
4. Vienkāršota ir komercdarbības formu sistēma. 13 formu vietā palikušas 5 formas. Tās vispirms dalās divās principiāli atšķirīgās no īpašuma attiecībām izrietošās formās: individuālais komersants un komercsabiedrība. Runa ir par viena īpašnieka saimniecisko darbību un sabiedrību, kur apvienojušies vairāki privātpašnieki.
5. Komercsabiedrības dalās divās lielās grupās: personālsabiedrībās, kad apvienojas un sadarbības līgumu noslēdz neliels skaits atsevišķu personu, un kapitālsabiedrībās, kur pamatkapitālu veido SIA daļas un AS akcijas ar īpašu pārvaldes mehānismu un peļņas sadali. Tādā kārtā kapitālsabiedrības darbojas divās formās kā SIA un kā akciju sabiedrības ar saviem specifiskiem statūtiem.

23.8. Secinājumi

Mikroekonomikā viena no galvenām problēmām, kas motivē saimniekojošo subjektu ekonomisko uzvedību, ir saikne starp īpašuma attiecību organizatoriskām formām un komercdarbības formām. Uzņēmējdarbības “spēles noteikumi” 10 gadu laikā veidojas pakāpeniski, brīžiem nesaskaņoti, pat pretrunīgi. Tiesiskā nekonsekvence apgrūtināja darbību, vēl 1937. gadā pieņemtais Civillikums nespēja pilnībā apkalpot mūsdienu komercdarbību. Nobrieda nepieciešamība izstrādāt un Saeimai pieņemt speciālu Komerclikumu, kam komercdarbībai būtu jumta likuma nozīme. Nācās precizēt daudzu kategoriju saturu, mainīt terminoloģiju.

Jaunais Komerclikums, kas stāsies spēkā 2001. gada 1. janvārī, 13 uzņēmējdarbības formu vietā atstājis tikai piecas. Šo formu loģiskā shēma ir šāda: komercdarbības formas vispirms dalās divās pamatgrupās: a) individuālais komersants, kad uzņēmums pieder vienam privātpašniekam; b) komercsabiedrība, kad viena firma pārstāv vienošanos starp vairākiem privātpašniekiem, kas kopīgi īsteno komercdarbību. Komercsabiedrība saistībā ar kapitālu centralizācijas pakāpi un dažādām organizatoriskām formām tālāk dalās personālsabiedrībās un kapitālsabiedrībās. Personālsabiedrību veido ierobežots skaits partneru, komanditsabiedrībā partneri atšķiras ar savu atbildības pakāpi kreditoriem.

Komercsabiedrības grupa pretmetā personālsabiedrībai ir kapitālsabiedrība, kam pamatkapitāls pastāv īpatnējā formā kā daļas un akcijas. Daļas pārstāv kapitālsabiedrību, ko dēvē par sabiedrību ar ierobežotu atbildību, akcijas – akciju sabiedrību. Šīm formām ir daudz organizatorisko īpatnību, te valda “kapitāla demokrātija”.

Kaut gan Komerclikuma tapšana prasīja ilgāku laiku, likuma struktūru, katru pantu ilgi pētīja un vērtēja, virkne jautājumu palika neizdiskutēti vai pieņemti likuma panti, kurus pat augsti mācīti saimniecisko tiesību speciālisti un pieredzes bagāti ekonomisti nespēs tulkot. Visai miglaini ir formulējumi, aiz kuriem varētu slēpties intelektuāls īpašums. Ignorējot pasaules tirgus ekonomikas pieredzi, Komerclikumā vieglu roku izsvītroti kooperatīvi.

Kopumā komercdarbības “spēles noteikumi” ir risināti pozitīvi, ievērotas ES prasības, novērsta ne mazums vecās daudzlikumu sistēmas pretrunu, progress ir nepārprotams.

23.9. Pamatterminu tulkojums

Akciju sabiedrība	<i>joint-stock company, stockcorporation</i>	акционерное общество (АО)
Firma	<i>firm</i>	фирма
Individuālais komersants	<i>individual businessman</i>	индивидуальный коммерсант
Intelektuālais īpašums	<i>intellectual property</i>	интеллектуальная собственность
Īpašuma attiecību struktūra	<i>structure of property rights</i>	структура отношений
Kapitālsabiedrība	<i>capital company</i>	общество капитала
Komanditsabiedrība	<i>limited partnership</i>	командитское общество
Komercdarbība un tā formas	<i>commercial activity and forms</i>	коммерческая деятельность и ее формы
Komerclikums	<i>commercial law (business law)</i>	коммерческий закон
Komercnoslēpums	<i>commercial secret</i>	коммерческий секрет.
Komercepilnvara	<i>franchising</i>	коммерческое полномочие
Komerssabiedrība	<i>commercial company (business company)</i>	коммерческое общество
Komersants	<i>businessman</i>	коммерсант
Kooperācija	<i>cooperation</i>	кооперация
Mākleris	<i>mediator</i>	маклер
Personālsabiedrība	<i>personal company</i>	общество персонала
Pilnsabiedrība	<i>partnership</i>	партнерское общество
Prokūra	<i>procura</i>	прокура
SIA	<i>limited company (Ltd)</i>	общество с ограниченной ответственностью (ООО)
Uzņēmējdarbības formas	<i>forms of entrepreneurship</i>	формы предпринимательской деятельности
Uzņēmums	<i>enterprise</i>	предприятие

23.10. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kas noteica nepieciešamību pēc vienota Komerclikuma?
2. Ar ko atšķiras komersants no uzņēmēja?
3. Kas raksturo komercdarbību?
4. Kādu komersantu reģistrē Komercreģistrā kā individuālu komersantu?
5. Kas raksturīgs komerssabiedrībai?
6. Kādas raksturīgas iezīmes ir personālsabiedrībai?
7. Ko mēs saucam par pilnsabiedrību?
8. Kāda ir atbildes pakāpe atsevišķiem biedriem komanditsabiedrībā?
9. Kādas komercdarbības formas ietilpst kapitālsabiedrībā?
10. Kādi faktori pamato nepieciešamību pilnīgi atteikties no kooperatīviem?
11. Kas pozitīvs komercdarbībā ir kooperatīviem?
12. Kas ir prokūra? Ar ko tā atšķiras no parastās komercepilnvaras?
13. Kādas funkcijas pilda mākleris?
14. Ko mēs raksturojam kā komercaģentu?
15. Kas ir komercnoslēpums?

24. nodaļa. Kapitālsabiedrību formas

24.1. Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA)

Līdzekļu centralizācija un SIA dibināšana. Komercedarbības uzsākšana brīžiem (visai bieži) prasa pārvēst līdzekļu ieguldījumus. Ceļš uz nepieciešamās līdzekļu summas savākšanu ir centralizācija, investoru ieguldījumu apvienošana. Izvirzās atbildības problēma. Investors ir gatavs riskēt tikai tās summas ietvaros, ko viņš ieguldījis dotajā sabiedrībā. No tā arī nosaukums – sabiedrība ar **ierobežotu atbildību**.

Viena īpašnieka SIA. Nevēlēšanās riskēt uzņēmējdarbībā ar visu savu īpašumu attiecas arī uz vienas personas uzņēmumu. Ievērojot šādu motivāciju, likums atļauj dibināt vienas personas SIA. Nosaukuma pretrunīgumam (sabiedrība?) ir liela ekonomiskā jēga. Salīdzināsim vienas personas īpašumu (ne SIA) ar SIA, kas ir tikai vienas personas īpašums. Vienas personas īpašums atbild ar visu savu kustamo un nekustamo īpašumu par sava uzņēmuma darbības negatīvo rezultātu līdz pat bankrotam. Ja tev (arī partnerim) pieder māja, automašīna, vēl kāds cits uzņēmums, šis īpašums var tikt izūtrupēts kredīta prasību apmierināšanai. Toties, ja “skurstenī izlido” SIA, kreditori var likuma ietvaros pretendēt tikai uz to īpašumu, kas pieder SIA, pat tad, ja SIA īpašnieks ir viens cilvēks, ģimene. Tā praktiski izpaužas SIA ierobežotā atbildība.

24.2. SIA darbības principi

Pirmkārt, SIA minimālais pamatkapitāla lielums ir Ls 2000. *Otrkārt*, ieguldījumi tiek saukti par daļām. *Treškārt*, daļas nav dalāmas. To nominālcenu nosaka sabiedrības statūtos; tā ir vienāda visām daļām. SIA ir tā organizatoriskā forma, kurā visbiežāk tiek dibināti jauni sīkie un vidējie komerc-uzņēmumi, to firmas. *Ceturtkārt*, daļas attiecīgi noformēta apliecība nav vērtspapīrs; to nevar pārdot biržā. *Piektkārt*, īpašnieku atbildība ierobežota savu daļu ietvaros. *Sestkārt*, peļņa sadalīta proporcionāli SIA locekļiem piederošām daļām. *Septītkārt*, SIA augstākais pārvaldorgāns ir SIA locekļu, daļu īpašnieku kopsapulce, kas ievēl SIA izpildorgānu – valdi, direkciju atkarībā no SIA lieluma.

Dalībnieku pirkuma tiesības. Ja dalībnieks piedāvā pārdošanai sev piederošo daļu, dotā SIA locekļiem ir pirkuma tiesības (termiņš – viens mēnesis). Te iespējami vairāki varianti. Pirmais variants: divi vai vairāki dalībnieki alkst izmantot pirkuma tiesības un pārdodamo daļu skaits ir pietiekams kopieprasījuma apmierināšanai. Pārdodamās daļas sadala starp šiem dalībniekiem proporcionāli viņiem piederošām akcijām. Otrais variants: daļu piedāvājums ir mazāks par to pieprasījumu. Valde starp pieprasītājiem rīko slēgtu izsoli. Trešais variants: daļu piedāvājuma pircējs turpat starp SIA dalībniekiem neatrodas. Likums reglamentē šo variantu. Pēc loģikas šī varianta risinājumu nosaka statūti. Nav izslēgta iespēja šīs daļas pārdot brīvi, bez jebkādiem ierobežojumiem.

Daļas iekļāšana. Komerķīlas noteikumi attiecas arī uz SIA daļu, ja statūtos nav aizliegta daļas apgrūtināšana.

Daļas mantošana. Civillikuma mantošanas tiesības Komerclikums pilnā mērā attiecina uz SIA daļu, proti, daļas īpašnieka nāves gadījumā daļas pāriet mantinieku īpašumā. Bezmantinieka daļas pāriet valstij. Īpatnība ir tā, ka valstij nav balsstiesību SIA dalībnieku kopsapulcē un, nosakot pārstāvības normu (balsu kopējo skaitu), šīs valstij pagaidu piederošās daļas netiek ņemtas vērā.

Valsts nedrīkst ilgstoši savā īpašumā turēt mantošanas ceļā iegūtās daļas. Ne vēlāk kā divu mēnešu laikā no šo daļu iegūšanas valstij šīs daļas jāpiedāvā pārdošanā. Aktuāla kļūst konkrēto daļu likviditāte.

Savu daļu iegūšana un atsavināšana. Principā SIA kā vienota sabiedrība nedrīkst iegūt savas daļas. Likums paredz dažus izņēmumus, piemēram, dalībnieks rakstveidā atsakās no savas daļas (daļām) vai arī dalībnieks tiek izslēgts no sabiedrības u.c.

Raksturīgi, ka SIA, vienā vai otrā veidā iegūstot savu daļu (daļas), saskaņā ar likumu nav nekādu dalībnieku tiesību. Turklāt gada laikā šīs daļas ir jāatsavina. Ja norādītā periodā tas neatkarīgi no iemesla netiek izdarīts, daļu dzēš, attiecīgi samazinot pamatkapitālu.

Pamatkapitāla palielināšana. SIA izaugsmei ir vēlams mikroekonomisks process, kas, aptverot lielu SIA skaitu, ir ar makroekonomisko rezultātu. SIA izaugsmes avots parasti saistās ar pamatkapitāla palielināšanu. Tam ir divi pamatceļi.

Pirmkārt, pašu dalībnieku vai jaunuzņemto dalībnieku investīcijas, izdarot ieguldījumus pamatkapitālā, būtībā pērkot attiecīgo skaitu jauno daļu.

Otrkārt, pateicoties sekmīgai saimniekošanai, lielai tīrai peļņai pēc visu obligāto un statūtos paredzēto rezervju nodrošināšanas, rodas brīvs līdzekļu pārpalikums, salīdzinot ar gada bilances vai ārkārtas bilances prasībām. Tā veidojas avots, kas dod iespēju palielināt pamatkapitālu. Līdz ar to palielinās esošo daļu nominālcena.

Papildus šiem pamatceļiem parādu kapitalizācija ir uzskatāma par pamatkapitāla palielināšanu ar mantisku ieguldījumu.

Pamatkapitāla samazināšana. Neveiksmīga saimnieciska darbība, neatgūstami zaudējumi, lieli kreditorparādi, kuru samaksa ir apšaubāma, nosaka nepieciešamību samazināt pamatkapitālu. Tas izdarāms, dzēšot daļas vai samazinot daļas kapitālcenu. Šāda samazināšana, kas jāfiksē statūtos, sāpīgi skar kreditoru intereses. Jāiedarbina kredītu nodrošinājuma mehānisms.

1998. gada 1. augustā SIA skaits tuvojās 6,4 tūkstošiem uzņēmumu. Starp visiem reģistrētajiem uzņēmumiem to bija 64,5%. SIA skaits gandrīz 30 reizes pārsniedz akciju sabiedrību skaitu.

24.3. Akciju sabiedrība kā privātīpašuma forma

Akciju sabiedrība pēc klasifikācijas ir kapitālsabiedrība. Formāli SIA rāmji ir par šauru lieluzņēmumam. AS paver plašākas iespējas līdzekļu centralizācijai. Hrestomātisks ir teiciens, ka cilvēce paliktu bez dzelzceļa, ja neveidotos akciju sabiedrības.

Akciju sabiedrību dibināšana. Ir vairāki dibināšanas etapi.

I etaps: uzņēmējdarbības idejas dzimšana.

II etaps: pētījumi tirgzinību jomā par attiecīgās produkcijas un pakalpojumu tirgu, investīciju kopsummas aprēķins, gaidāmās tīrās peļņas novērtējums un vienas investīcijas vienības rentabilitāte.

III etaps: dibinātāju investoru grupas veidošanās.

IV etaps: projektēšana.

V etaps: celtniecība.

VI etaps: darbības uzsākšana.

VII etaps: līgumu slēgšana par produkcijas piegādi vai pakalpojumu sniegšanu.

Par AS var pārveidot SIA, to paplašinot. Par AS var izaugt sākotnējais, pat vienas personas uzņēmums. Privatizācijas sagatavošanas gaitā līdzšinējais valsts uzņēmums tiek pārveidots par valsts akciju sabiedrību.

AS dibināšanai nepieciešama valsts institūciju atļauja, kas vienlaikus dod svētību akciju izlaišanai par noteiktu summu.

Investīcijas, dibinot akciju sabiedrību. Kļūdaini ir uzskats, ka akcionāri obligāti iegulda AS pamatkapitālā naudu un tikai naudu. Likums nosaka, ka pamatkapitāla lielumam jābūt ne mazākam par Ls 25 000.

Statūtos paredzētais pamatkapitāls, dibinot AS, ir jāapmaksā pilnībā ne vēlāk kā gada laikā no sabiedrības juridiskās dibināšanas (dibināšanas līguma parakstīšanas) dienas.

Saskaņā ar Komerclikumu principiāli jauns ir tas, ka AS var dibināt pat viena fiziska vai juridiska persona. Šādai iespējai ir sava stratēģiska loģika. *Pirmkārt*, dibinātājs var daļu savu akciju pārdot vairākām fiziskām un juridiskām personām, tad akcionāru skaits kļūst lielāks par vienu. *Otrkārt*,

turpmāk akcionāram dibinātājam var pievienoties neierobežots skaits investoru, akciju īpašnieku. *Treškārt*, prasība, ka AS dibinātājiem jābūt obligāti ne mazāk par trim fiziskām un juridiskām personām, ir subjektīvs, tīri administratīvs nosacījums, kam nav nekāda objektīva ekonomiska pamata. *Ceturtkārt*, šāds likuma pants konkrētā gadījumā tikai ierobežo uzņēmīga komersanta iniciatīvu, viņa stratēģiskos plānus. *Piektkārt*, iespēja būt tikai vienam vienīgam AS dibinātājam atbilst liberālai ideoloģijai un ir ekonomiskās brīvības izpausme.

Dibinātāji ir tie, kas parakstījuši AS statūtus un kuriem pieder vismaz viena akcija.

Savas īpatnības ir bankām un apdrošināšanas sabiedrībām, kurām starta kapitālam jābūt ne mazākam par Ls 100 000 ar nosacījumu, ka pamatkapitāls pēc pieciem gadiem pieaugs līdz Ls 500 000. Pamatkapitālu AS izlieto pamata un apgrozāmiem līdzekļiem darbības uzsākšanai.

Investīcijas naudā dibinātāji var papildināt ar investīcijām graudā. Pēdējās var būt tīri ķermeniskas lietas: ēkas, mašīnas, zeme, kas tiek novērtēta naudā akciju izlaidei un izsniegšanai. Tā, ceļot lielu ēku moderniem kantoriem Elizabetes un Valdemāra ielas stūra laukumā, dibināta AS "Valdemārs". Viens no tās dibinātājiem ir Rīgas Dome, kas ieguldījusi statūtfondā prāvu zemes gabalu un pēc novērtējuma naudā saņēms atbilstošu skaitu akciju.

Īpatnēja investīcija pamatkapitālā ir intelektuālais īpašums. Kas ar to jāsaprot? Jaunā tehnoloģija rasējumos un aprakstā, oriģināli uzņēmējdarbības plāni, kuru īstenošanu būtiski kāpinās ražošanas resursu atdeve, ražošanas un pakalpojumu sniegšanas organizācijas un pārvaldes reorganizācijas plāni, kas nodrošinās rentabilitātes pieaugumu, citi principiāla rakstura jauninājumi, kas vērā ņemami pilnveidos AS uzņēmējdarbību, tirgzinības pētījumi, kas paplašinās tirgu, visādi rakstiski noformēti priekšlikumi panākumu gūšanai konkurencē. Intelektuālais īpašums tiek novērtēts naudā, tāpēc tā ir subjektīvisma valstība. Nekādā gadījumā intelektuālais īpašums nav kādas abstraktas idejas, nenoformēti priekšlikumi, brīvas fantāzijas lidojums. Nav ko slēpt: intelektuālo īpašumu bez jebkāda reāla seguma pietiekami bieži piedēvē "vajadzīgiem" cilvēkiem, kas šādi ar nulles ieguldījumu kļūst par akciju īpašniekiem. Īstais apzīmējums šādai prettiesiskai rīcībai ir korupcija. Visai grūti ir konstatēt, vai intelektuālais īpašums ir reāls un tā novērtējums no dibinātāju puses ir atbilstošs gaidāmajai potenciālajai atdevei. Radīt stingru mehānismu, kas precīzi atdala radošu intelektuālu īpašumu no veiklas blēdības, ir bezcerīgi.

Dibinātājiem jāizlemj principiāls jautājums, vai akciju sabiedrība būs atvērta vai slēgta. Pirmajā gadījumā ir iespējams brīvi pirkt akcijas, tā sekmējot AS pamatkapitāla augšanu. Otrajā gadījumā AS statūtkapitāla lielumu ierobežo dibinātāju investīcijas bez iespējas pieaicināt papildu investorus.

Īpašums un akcijas. AS pārstāv noteiktu īpašumu. Šis īpašums savukārt ir sadalīts starp līdzīpašniekiem akciju veidā. Katra akcija ir attiecīgā īpašuma daļas pārstāve – vērtspapīrs, kas rentablas uzņēmējdarbības gadījumā garantē tiesību saņemt atbilstošu peļņas daļu. Līdz ar to AS nav ne kooperatīvs, ne kolektīvs īpašums, bet specifiska privātā īpašuma forma. Tāpat kā SIA akciju sabiedrība ir ar ierobežotu atbildību: akcionārs atbild tikai savu akciju ietvaros.

24.3.1. Akcijas, to veidi

Akcija un tās funkcijas. *Pirmkārt*, akcija ir vērtspapīrs, kas apliecina akcijas īpašnieka līdzdalību AS pamatkapitālā. *Otrkārt*, akcionāram ir tiesības atbilstoši attiecīgās akcijas kategorijai piedalīties sabiedrības pārvaldē. *Treškārt*, akciju īpašniekam ir tiesības saņemt peļņu (peļņas daļu) dividenžu veidā. *Ceturtkārt*, tam pievienojas tiesības AS likvidācijas gadījumā saņemt likvidācijas kvotu.

Akciju kategorijas. Akcijas var sniegt tā īpašniekam atšķirīgas tiesības trijos virzienos: gan dividenžu saņemšanā, gan likvidācijas kvotas saņemšanā, gan balsstiesību jomā akcionāru sapulcēs. Vienādas tiesības nosaka vienādu akciju kategoriju.

Atšķir divas akciju pamatkategorijas: vārda akcijas un uzrādītāja akcijas. Vārda akciju īpašnieka tiesības ir tai personai, kam dotā brīdī pieder šī akcija.

Vārda un uzrādītāja akcijas tā īpašniekam nodrošina:

- a) tiesības saņemt dividendes, kā lielumu nosaka akcionāru sapulce;
- b) likvidācijas kvotas saņemšanu;
- c) piedalīšanos ar lēmējtiesībām akcionāru sapulcēs (kopsapulcēs).

Vārda akcijas parasti ir slēgtām AS, uzrādītāja akcijas – atklātām AS.

Akcijas var būt papīra formā un, pateicoties mūsdienu elektronikas un ar to saistītās datortehnikas sasniegumiem, arī dematerializētā formā. Uzrādītāja akcijas var glabāt, pirkt un pārdot, t.sk. ar Interneta palīdzību tikai dematerializētā formā. Akcijām var būt visai atšķirīga nominālcena. Tās lielumu nosaka statūti.

Priekšrocību akcijas. Priekšrocību akcijas izlaiž saskaņā ar AS statūtiem, kas arī nosaka šo akciju īpašnieku tiesības vai tiesību ierobežojumus.

Pirmkārt, šīs akcijas nedod balsstiesības akcionāru sapulcēs, tātad ir izslēgtas no lēmumu pieņemšanas procedūras. *Otrkārt*, saskaņā ar statūtiem zaudētās balsstiesības parasti tiek kompensētas ar fiksēto (iepriekš noteikto) dividenžu saņemšanu.

Komerclikums stāv priekšrocību akciju īpašnieku interešu sardzē. Proti, ja divus gadus dividendes netiek izmaksātas vai izsniegtas tikai daļēji, priekšrocību akciju īpašnieki gūst balsstiesības akcionāru sapulcē. Tas nekādā ziņā neatbrīvo AS no dividenžu pilnas izmaksas turpmāk.

Priekšrocību akciju emisija ir ar likumu ierobežota. Pirmajos divos gados to nominālcenas kopsumma nedrīkst pārsniegt 25 procentus no sabiedrības pamatkapitāla. Pēc divu darbības gadu pārskata apstiprināšanas priekšrocību akciju nominālu kopsumma var sasniegt 100% no visu pārējo akciju nominālcenu kopsummas.

Personāla akcijas. Izplatību guvusi populistiska teorija par algoto darbinieku īpašnieku, par strādnieku līdzdalību peļņā. Šī teorija balstās uz to faktu, ka AS ir tiesības emitēt speciālas personāla akcijas. Tās var piešķirt tikai AS darbiniekiem kā vārda akcijas. Šīs akcijas pilnībā apmaksā AS. Veidojas īpatnējs attiecību tips. Jebkura akcija ir īpašuma apliecinājums. Bet personāla akcijas īpašnieks reizē ir dotās AS algotais darbinieks. Personāla akciju īpašniekiem nav balsstiesību akcionāru sapulcē un nav tiesību likvidācijas kvotas saņemšanai. Ierobežots ir šo akciju daudzums – personāla akciju kopējā nominālcena nedrīkst pārsniegt 10 procentus no parakstītā pamatkapitāla. Personāla akcijas izmaksā kā prēmijas, dažkārt svētku reizēs, pat darba algas vietā. Darbinieks īpašnieks ir ilūzija. To vēl pastiprina aizliegums atsavināt personāla akcijas. Tā īpašnieka nāves gadījumā personāla akcijas nepāriet mantiniekiem. Ja darbinieks pārtrauc darba attiecības ar AS, personāla akcijas pāriet sabiedrībai. Īpašuma tiesības te ir maksimāli apcirtas, un jaunais Komerclikums sociālā ziņā ir solis atpakaļ.

24.3.2. Akciju atsavināšana

Visu veidu akcijas to īpašnieks var brīvi atsavināt. Statūti var paredzēt, ka vārda akciju atsavināšanai nepieciešams valdes, padomes vai akcionāru sapulces akcepts.

Atsavināmo vārda akciju pirkuma tiesības ir pārējiem akcionāriem. Atsavinot (būtībā pārdodot) dematerializētas akcijas, tās pārskaita pircēja (jaunā īpašnieka) vērtspapīru kontā.

Ja atsavina (pārdod) vārda akcijas papīra formā, obligāti jāizdara indosaments – nodošanas uzraksts.

Pastāv daži atsavināto akciju pirkšanas aizliegumi. Tā dotā AS nedrīkst parakstīties uz **savām** akcijām. No koncerna atkarīgai sabiedrībai likums liedz pirkt valdošā uzņēmuma akcijas.

Izņēmuma gadījumi, kad AS ļauts iegūt savas akcijas. Likums paredz šādus izņēmuma gadījumus:

- 1) sabiedrība samazina pamatkapitālu, izņemot no apgrozības daļu akciju un tās dzēšot;
- 2) sabiedrība iegūst savas akcijas, lai pasargātu sevi no būtiskiem tiešiem zaudējumiem;
- 3) sabiedrība iegūst savas personāla akcijas, kuras saskaņā ar statūtiem var piederēt tikai sabiedrības darbiniekiem;
- 4) sabiedrība savas akcijas iegūst, saviem vai no tās atkarīgas sabiedrības mazākumakcionāriem izmaksājot atlīdzību likumā noteiktajos gadījumos;
- 5) sabiedrība savas akcijas iegūst, iegūstot citu uzņēmumu vai tā daļu;
- 6) sabiedrība savas akcijas iegūst bezatlīdzības darījuma ceļā;
- 7) sabiedrība savas akcijas iegūst mantošanas ceļā;
- 8) sabiedrība savas akcijas iegūst, piedzenot savus prasījumus no trešajām personām;
- 9) sabiedrībai pāriet tā akcionāra akcijas, kurš nav šīs akcijas apmaksājis noteiktā termiņā;

10) sabiedrība nopērk no valsts vai pašvaldības savas akcijas, kuras emitētas, aizstājot sabiedrības nodokļu parādu valsts vai pašvaldības budžetam ar sabiedrības akcijām.

AS likums liedz finansēt savu akciju iegādi. *Pirmkārt*, aizliegts kreditēt vai citādi finansēt trešās personas šīs AS akciju pirkšanu. *Otrkārt*, šis aizliegums neattiecas uz kredītiestādēm to parastās darbības ietvaros. *Treškārt*, AS var apmaksāt personāla akcijas.

Akciju sabiedrība var pieņemt ķīlā savas akcijas. Ir gan noteikums, ka šīs akcijas ir pilnīgi apmaksātas.

24.3.3. AS pamatkapitāla palielināšana un samazināšana

Paplašinātā atražošana un AS pamatkapitāla palielināšana. Nepieciešamība īstenot paplašināto atražošanu saistās ar vairākiem motīviem. Konkurence, tirgus kontrolējamās daļas palielināšana, peļņas masas un normas palielināšana, tehniski, tehnoloģiski, organizatoriski pārkārtējumi u.c. Šie pasākumi parasti prasa palielināt AS pamatkapitālu. Runa ir visupirms par papildu akciju emisiju (ja iepriekšējās emisijas ir pilnīgi apmaksātas), ko detalās izlemj akcionāru sapulce vismaz ar trim ceturtdaļām pārstāvētā balsstiesīgā pamatkapitāla. Attiecīgie grozījumi jāizdara AS statūtos. Ja jaunās emisijas akcijas tiek apmaksātas ar mantisko ieguldījumu, pēdējais jānovērtē naudā, un sniedzams ekspertu atzinums.

Akcionāru pirkpirkuma tiesības. Pamatkapitālu palielina, atklājot parakstīšanos uz jaunās emisijas akcijām naudā. Pirkpirkuma tiesības ir līdzšinējiem akcionāriem proporcionāli to īpašumā esošo akciju kopējai nominālcenai. Akcionāru sapulce tiesīga lemt par akciju parakstīšanu trešajām personām (tātad ne akcionāriem). Šāds lēmums nav uzskatāms par atteikšanos no pirkpirkuma tiesībām.

Konvertējamās obligācijas. Pamatkapitālu var palielināt, izmantojot kredītu. Akcionāru sapulce ar trim ceturtdaļām no klātesošā balsstiesīgā pamatkapitāla ir tiesīga pieņemt lēmumu emitēt īpašas parādzīmes – konvertējamās obligācijas. Lēmums nosaka šo obligāciju emisijas un parakstīšanas noteikumus:

- a) emitējamo obligāciju skaitu;
- b) kopēju obligāciju nominālcenu un vienas obligācijas nominālcenu;
- c) vienas obligācijas pārdošanas cenu;
- d) obligācijas konversijas termiņu;
- e) procentus, ko sabiedrība līdž konversijai apņemas maksāt obligāciju turētājam, un to izmaksas noteikumi.

Pamatkapitāla samazināšana. Neefektīva komercdarbība, lieli parādi kreditoriem, maksātnespējas un bankrota draudi var AS piespiest samazināt savu pamatkapitālu. To var īstenot:

- 1) pašai AS iegūstot savas akcijas arī zem to nominālcenas un dzēšot šīs akcijas to nominālcenas kopsummā;
- 2) dzēšot akcijas, kuras iesnieguši akcionāri;
- 3) samazinot akciju nominālcenu.

Ir iespējams variants, kas paredz pamatkapitāla daļu izmaksāt atpakaļ akcionāriem.

Likums paredz kreditoru aizsardzību pamatkapitāla samazināšanas gadījumā. Runa ir par nodrošinājuma izmaksu un kreditoru prasību apmierināšanu.

24.3.4. Akciju cena

Kāpēc pērk un pārdod akcijas? Akciju pirkšanas motivācija ir divējāda. *Pirmkārt*, akcijas pērk investīcijas nolūkos, lai pelnītu, saņemot dividendes. *Otrkārt*, akcijas pērk un pārdod spekulācijas nolūkos: pērk lētāk, pārdod dārgāk; pārdod dārgāk, pērk lētāk. Veiksmes gadījumā spekulatīva peļņa pilda maku. Šādas operācijas ir operācijas ar reālu naudas piegādi un ar augstu riska pakāpi. Akcijas cenu no motivācijas loģikas viedokļa nosaka pieprasījuma un piedāvājuma samērs. Būtībā veidojas klasiskā līdzsvara cena. Ja dividendes par akcijām ir lielas, bet šādu akciju piedāvājums ir mazs,

līdzsvara cena būs augsta. Un otrādi: dividende ir maza, bet piedāvājums liels, akcijas cena kā līdzsvara cena būs zema.

Akciju cenas formulas pamatojums. Iepriekšējais akciju apraksts bija kopumā primitīvs. Virkne apstākļu netika ievēroti. Naudas īpašniekiem, investoriem ar pilnu maku ir tūkstoš iespēju visā plašajā pasaulē ieguldīt savu naudu. Katrs prātīgs investors grib ne tikai maksimizēt rentabilitāti, bet arī būt drošs par savām investīcijām. Zaudēt neviens nevēlas. Jābūt kritērijiem izdevīgam naudas ieguldījumam ar minimālu risku. Investors miegamice, kas vairās riska kā velns no krusta un nevēlas krāmēties ar piņķerīgo uzņēmējdarbību, apsver, kā visdrošāk un vismierīgāk naudu uzticēt solīdai bankai. Tad var mierīgi snaust, neierobežoti skatīties tālrādi, doties ilgstošos ceļojumos, bet procenti par termiņnoguldījumu nepārtraukti katru baltu dienu pilēs kontā. Paies gads, un noguldījums kā pasakā bez jebkādas piepūles būs papildinājies ar latiem un santīmiem. Jā, šodien neviena banka kā bēdīgi slavenā "Baltija" nemaksā gadā 90%. Bet 7% gadā var bez vismazākās piepūles nopelnīt. Veidojas salīdzināšanas mēraukla. Var it viegli salīdzināt summu, ko tu nopelnīsi bez pūlēm un riska ar termiņnoguldījumu bankā, ar to summu, ko tu šaubu pilns ar risku ceri nopelnīt, pērkot akcijas.

Akcijas, kam gaidāmas lielas dividendes, motivēs lielu pieprasījumu, it sevišķi, ja šo akciju vērtspapīru tirgū ir maz. Un otrādi – maza dividende un liels akciju piedāvājums akciju cenu pazeminās. Citiem vārdiem, akciju emisijas brīdī tai ir nomināla cena, ko ievēro, lēšot statūtu fonda dibināšanas laiku. Pāiet mēneši, un aprakstīto iemeslu dēļ akciju cena sāk svārstīties. Augsta cena ierobežo pieprasījumu, un tas sāk kristies, zema cena pievelk pircējus, un cena ceļas. Šis apraksts ir gaužām primitīvs. Tas ignorē vienu būtisku apstākli. Peļņas kāri investoru drudžaini plašajā pasaulē meklēs iespēju ieguldīt savu naudu sevišķi izdevīgi un ar minimālu risku. Iespēju ir atliku likām. Naudu var uzticēt bankai termiņ- vai krānoguldījumos, pirkt vienā, otrā, trešā valstī šķietami bezriskā parādzīmes ar pieklājīgu procentu likmi, visādas obligācijas ar iepriekš fiksētu, būtībā garantētu procentu likmi utt.

Naudīgs miegamice, lai minimizētu risku un dzīvotu bez stresa draudiem, drošs par sagaidāmo ienākumu, procentu likmi, akcijas nepirks. Mierīgās dzīves motivācija viņa soli virzīs uz drošo banku pusi. Šāda motivācija iespaido arī akciju cenu. Dividendei par akciju nominālcenu jālīdzinās banku procentu likmei par vidējo termiņnoguldījumu.

Šo miegamices motivāciju, kad naudas maiss baidās no riska, var izteikt vienkāršā akciju cenas (ac) formulā

$$ac = \frac{\text{Dividende}}{\text{Vidējā bankas procentu likme par termiņnoguldījumu}} \times 100$$

Ar nosacītiem skaitļiem dividende, piemēram, Ls 15 apmērā, dalīta ar bankas procentu likmi 7,5 un reizināta ar 100, līdzināsies Ls 200. Tas nozīmē, ka akcija ar nominālcenu Ls 100 dos investoram dividendi 7,5% apmērā (15% : 2), proti, tieši tikpat daudz, cik termiņnoguldījuma vidējā procentu likme bankā. Ja pēdējā būtu 5%, akcijas cena (kurss) tūdaļ celtos. (Ls 15 : 5) x 100 = Ls 300. Toties, ja bankas procentu likme celtos līdz 10%, akciju kurss kristos (Ls 15 : 10) x 100 = Ls 150, un tas ir gaužām loģiski: banka par Ls 100 termiņnoguldījumu maksās gadā Ls 10, nevis Ls 7,5. Lai saņemtu iepriekšējās dividendes Ls 15 apmērā, jāmaksā mazākā summa, nevis Ls 200, bet gan Ls 150. Bankas vidējā termiņnoguldījuma procentu likme ir īpašs akciju cenas regulators. Lai investors saņemtu Ls 15, būtu joprojām jāmaksā par akcijām Ls 200, tad tas būtu viņam neizdevīgi, prātīgi rīkojoties, viņš būtu naudu ieguldījis bankā, kur saņemtu iepriekš zināmu procentu daudzumu ar minimālu risku. 10% no Ls 200 ir Ls 20, proti, Ls 5 vairāk nekā investējot akcijās tos pašus Ls 200. Neaizmirsīsim, ka paliek spēkā pieprasījuma un piedāvājuma samēra cēloņsakarība.

24.3.5. Kapitāla "demokrātija"

Akciju kontrolpakete. Cik liela ir kontrolpakete? Akcija ir ne tikai ienākumu (dividenžu) avots, bet arī privātīpašums ar likumīgām pārvaldes tiesībām. Lai diktētu savu gribu akciju sabiedrībai, akcionāram vismaz formāli ir jāpieder pusei visu akciju plus vēl viena akcija. Īsta kapitāla

demokrātija. Akciju paketi, kas dod iespēju šīs paketes īpašniekam diktēt savu gribu, būt akciju sabiedrības kungam un pavēlniekam, sauc par kontrolpaketi.

Vai kontrolpaketei obligāti jābūt pusei no visām balsstiesīgām akcijām? Tirgus ekonomikas prakse visā pasaulē liecina, kontrolpakete visai bieži aptver 30%, 20%, 10%, 5% un pat mazāku daļu no visām akcijām. Akcionāru kopsapulcē ir spēkā princips – viena akcija, viena balss. Lasītājs var būt sašutis, kur tad paliek demokrātija, ja piemēram, investors ar 12% balsstiesīgo akciju ir kontrolpaketes īpašnieks. Akciju sabiedrība nav kooperatīvs. Akciju sabiedrībā valda investīciju, kapitāla demokrātija: jo vairāk investīciju, jo vairāk balsu ar visām no tā izrietošām “demokrātijas” diktāta tiesībām.

Gadās arī pretēja parādība. Tev formāli pieder kontrolpakete, bet reālais lēmējs tu neesi. Piemēram, Latvijas valstij pieder 51% SIA “Lattelekom” akciju. Juridiskās lēmējtiesības ir Latvijas valsts pārvaldes institūcijām ar tās pilnvarotajiem pārstāvjiem. Bet ārzemju investori noslēdza ar valsti tā saucamo jumta līgumu, kur SIA “Lattelekom” darbības noteicējs (telefonu tīkla kungs un ķeizars) ir nevis kontrolpaketes turētājs, bet ārzemju investori – līdzīpašnieki. 51% lim $\rightarrow 0$ – tā situāciju raksturo matemātiķi. Reālā vara, tiesības likumīgi stājas formālas varas un tiesību vietā.

Jo vairāk akcionāru, jo mazāka kontrolpakete. Ieskatīsimies 24.1. tabulā.

24.1. tabula

AS	Akcionāru un darbinieku skaits	
	akciju skaits	darbinieku skaits
Excon	684000	127000
Dunon de Nemup	200600	131000
Standart Oil	268000	38000
United States steel	243000	166500

Šie dati ir mazliet novecojuši, bet pietiekami labi atsedz problēmu būtību.

Lasītāj, padomā, vai ir reāli savākt akcionāru kopsapulci ar vairākiem simtiem tūkstošu balsstiesīgo akcionāru? Tādu stadionu pasaulē nav. Paši akcionāri, labi saprazdami, ka viņu balsij nav praktiskas nozīmes AS likteņa noteikšanā, būs pamatoti savā ekonomiskajā uzvedībā, ignorējot akcionāru kopsapulci. Bet kā ar kvorumu? – jautās “tīrās” demokrātijas censoņi. Šāds bezkvoruma variants AS statūtos ir ar gudru ziņu paredzēts. Pēc vairākām kopsapulcēm, kas kvoruma trūkuma dēļ neko nevar lemt, atļauts sasaukt akcionāru sapulci, kas ir tiesīga lemt ar jebkuru dalībnieku skaitu. Vairāku simtu tūkstošu akcionāru vietā ierodas kāds desmits dežūrakcionāru. Šāda sapulce kādas klusas un greznas viesnīcas mazajā sēžu zālē var būt visai vētraina, jo notiek aktīva cīņa par kontrolpaketi. Akciju kontrolpakete *a priori* var nepiederēt kādai atsevišķai juridiskai personai. Dižakcionāri var apvienoties, veidot koalīcijas, vienoties par solidāru balsošanu svarīgākos jautājumos, slēgt kompromisus par atbildīgu amatu un varas lauku sadali. Šādas kolektīvas kontrolpaketes visai atgādina virves vilkšanas sacīkstes. Kura komanda uzvarēs? Kas būs pirmā vijole, precīzāk, virsdiriģents? Līdzsvars cīņā par absolūto varu ir pārejoša parādība. Aprakstītais attiecas uz sevišķi lielām akciju sabiedrībām.

24.3.6. Formālās akciju sabiedrības

Kontrolpaketes īpašnieks ir konkrēta fiziska vai juridiska persona, tas šaubas nerada. Pārējie akcionāri ar akciju mazumiņu veido formālu dekorāciju. Tas noder, ierobežojot bosa atbildību, dažkārt mazina nodokļu maksājumus. Paruna “Galms spēlē karali” šeit galīgi nav vietā. Kontrolpakešu īpašnieka partneri var būt ģimenes locekļi, tuvi draugi. Kopsapulce var atgādināt ģimenes sapulci vai draugu saietu. Faktiskā kontrolpaketes īpašnieka vārds ir diktatora likums. Gudram dižvadītājam ir vēl gudrāki padomdevēji, kuriem akcijām obligāti nav jāpieder. Kontrolpaketes īpašnieks var iecelt sev absolūti paklausīgu prezidentu, valdes priekšsēdētāju, padomes priekšsēdētāju, revīzijas komisijas vadītāju. Kontrolpaketes īpašniekam nebūt nav jāiekļaujas pārvaldnieku kārtā. Formāli tā ir AS. Faktiski tas ir liela mēroga individuāls komersants.

24.3.7. Kā aizsargāt sīkos akcionārus?

Muša pret ziloni. Akciju kontrolpaketes īpašnieks ir visuvarens. Sīkais akcionārs – muša pret ziloni. Zilonis ir viens, bet mušu brīžiem simtiem, tūkstošiem. Daži ir tipiskas miegamices, kas tikai sapņo par treknākām dividendēm dīkdieņu dzīvei. Ir arī sīki akcionāri aktīvisti ar ievērojamām uzņēmējspējām. Liktenis tiem bijis nelabvēlīgs, un ekonomisko virsaišu kārtā tie nav iekļuvuši. Vai tas nozīmē, ka viņu loma atklātā akciju sabiedrībā ir nulles vērtā? Formulēsim problēmu tā: viens otrs relatīvi sīkais akcionārs aktīvi vēlas piedalīties AS pārvaldē, ietekmēt akciju sabiedrības darbu. Vai tā nav kārtējā utopija, “sīkā” tukšs sapnis? Jāatzīmē, ka valsts institūcijā par “sīkajiem” nedomā: kapitāla “demokrātija” to neparedz. Ir tāds paņēmieni, kā tikt vaļā no parādiem: to kapitalizācija. Par parāda summu emitē papildu akcijas, parāds tiek segts (par šīm akcijām gan jāmaksā dividendes). Kā tas notika AS “Kaija”? Humānā Privatizācijas aģentūra par labu cenu kapitalizēja “Kaijas” parādu, proti, par pusmiljonu latu. Uzņēmuma rādītāji uzlabojās, akcijām biržā cēlās kurss. Bet ar gudru ziņu tiesības uz kapitalizācijas it visu akciju summu PA nodeva tikai kontrolpaketes īpašniekam. Pēdējais arī nokrejoja visus kapitalizācijas labumus. Vai bija cita izeja? Protams! Kapitalizēt, proti, pirkt papildu emisijas akcijas vajadzēja ļaut visiem akcionāriem, arī “sīkajiem”. Tie paši lemtu, ko darīt, rēķinātu, vai iegādāties minētās akcijas ir vai nav prāta darbs. Tā būtu liberāla pieeja.

Peļņu parasti dala divās daļās: attīstībai un dividendēm. Dividenžu lauvas tiesa nonāk dižakcionāru ķetnās. “Sīkajiem” tiek visai maz. Var rīkoties arī savādāk – daļu peļņas no dividendēm izmantot papildu akciju emisijai un kā personāla akcijas izdalīt visiem akcionāriem.

Ir vēl viens paņēmieni. Pēc peļņas sadales kopsapulce lemj izlaist nelielu slēgtu akciju emisiju, akcijas pārdodot tikai akcionāriem. Paši akcionāri – lielie, sīkie, bez jebkāda sociālā dalījuma – šīs akcijas iegādājas pēc sava ieskata. Tā pie kaut kādas akciju tiesas var tikt arī “sīkie”. Tālāk kapitāla “demokrātija” neiet.

24.3.8. Tehnostruktūra un “pārvaldnieku revolūcija”

Tehnostruktūra un informācija. Akciju kontrolpakešu īpašniekam ir visspēcīgākā motivācija, kas regulē viņa ekonomisko uzvedību. Ar to vēl nepietiek patiesi efektīvai saimniekošanai. Nepieciešamas teicami izkoptas uzņēmējspējas un bagātīga informācija uzņēmējdarbības jomā. Kas praktiski pārvalda mūsdienu attīstīto akciju sabiedrību? Atbilde ir viena: tehnostuktūra. Kas ir tehnostuktūra? Saskaņā ar Dž. Gelbreitu, izcilā amerikāņu ekonomista, sociologa un diplomāta, raksturojumu tehnostuktūru veido AS prezidenti, viceprezidenti, valdes priekšsēdētājs un tās locekļi, nozaru direktori, visādu padomju vadītāji, atbildīgie pārvaldnieki, stratēģiskais menedžeris, visi, kas vāc, apstrādā, analizē nepieciešamo informāciju, bez kuras pārvaldnieki ir tikai “akli kucēni”. Īsta māksla un zinātne reizē ir stratēģijas noteikšana un lēmumu projektu gatavošana, kas paredz stratēģijas īstenošanas pasākumus. Šī reālā prakse lika piedzimt teorijai, kuru nosauca par “pārvaldnieku revolūciju”.

“Pārvaldnieku revolūcija”. Loģika ir dzelžaina: ja AS pārvalda tehnostuktūra, bet nevis īpašnieki, tad īstie saimnieki ir tehnostuktūra. Īpašnieku varu nomainījusi tehnostuktūras vara, tie cilvēki, kas spēj sekmīgi pārvaldīt AS, jo viņu rīcībā ir tā absolūti nepieciešamā informācija, bez kuras nevar tapt neviens jēdzīgs lēmums, nevar radoši spert soli pretī panākumiem. Veiksme uzņēmējdarbībā nav laimes rats. Stūri savās rokās tur labi sagatavota, zinoša tehnostuktūra. Jāpārvalda tehnika, tehnoloģija, organizācija, pārvalde, tirgus, jābūt komercspējām, tādi ir nosacījumi, lai stūres ratu pagrieztu veiksmes virzienā.

Vai tehnostuktūrai ir savas intereses, kas neatbilst kontrolpakešu īpašnieku interesēm? Dž. Gelbreits uzskata: “Tehnostuktūra nav nepieciešama peļņas maksimizācijā, tā necenšas īstenot šādu mērķi.” Šis zinātnieks vienlaikus nenoliedz, ka “peļņas maksimizācija ir vienīgais mērķis, kas savienojams ar tirgus likumiem”. Dž. Gelbreita nostāja ir tāda, ka tehnostuktūras ekonomiskā uzvedība pretēji iepriekšējam apgalvojumam vērsta uz attīstību. Dž. Gelbreita secinājums skan tā: “Pēdējos trīs gadu desmitos nemitīgi krājas pierādījumi, ka lielajās korporācijās (AS) vara no īpašniekiem pāriet pārvaldniekiem. Kaut arī pārvaldniekiem parasti pieder visai neievērojams akciju skaits, viņi uzņēmumus cieši tur savās rokās. Pēc visām pazīmēm vara pieder tieši viņiem.”

Ievērojamais sociologs Stjuarts Čeiss to pašu tēzi par pārvaldnieka revolūciju kā varas maiņu raksturo šādi: “Amerikāņu ekonomisko sistēmu vairs nepārvalda kapitāla īpašnieki. To pārvalda algoti administratori. Tas, ko redzēja Markss un ko turpina paust Maskavas propaganda, gandrīz pilnīgi izzudis.”¹

Šai problēmai veltītai grāmatai ir zīmīgs nosaukums “XX gadsimta revolūcija”. Tur zinātnieka Berli spalvai pieder šādi paradoksāli vārdi: “Paliek kapitālisms, paliek kapitāls, bet izzūd kapitālisti.”

Principiāls strīda ābols ir atbilde uz jautājumu: kam pieder reāla ekonomiskā vara? Formālam īpašniekam vai pārvaldniekam, kas, balstoties uz uzņēmējspējām un plašu informāciju, pieņem stratēģiskus lēmumus? Vai patiešām īstenojusies “pārvaldnieku revolūcija”? Vai tas plašais tiesību komplekss, kas agrāk nepārprotami piederēja īpašniekam, reāli pārgājis tehnostuktūras, pārvaldnieku rokās? Vai mums ir tiesības pasaulei vēstīt: īpašnieks miris! Lai dzīvo pārvaldnieks! Viennozīmīgas atbildes nav. Pārāk raiba ir akciju sabiedrības pasaule. Variantu ir milzum daudz. Un tomēr ir viena vadlīnija, kas palīdz atšķetināt šo pretrunīgo kamolu. Pamats zinātniskam strīdam nepārprotami ir. Runa ir par t.s. attiecīgo akciju sabiedrību ar prāvu akcionāru skaitu.

Kas pasūta mūziku? *Pirmkārt*, jāatbild uz jautājumu, kas ieceļ amatā augstākos pārvaldniekus, nosaka to pilnvaras? Atbilde nepārprotama: akcionāru sapulce ar balsu vairākumu, tātad kontrolpakešu turētāji. *Otrkārt*, kas atceļ no amata tehnostuktūras pārstāvjus? Tāpat kontrolpakešu īpašnieki, akciju sabiedrību īstenie saimnieki. *Treškārt*, līdz ar to tehnostuktūra ir gaužām ieinteresēta īstenot kontrolpakešu īpašnieku centienus. *Ceturtkārt*, īpašnieki savā vairākumā nebūt nav plānprātīgi peļņas ierāvēji, kas domā vienīgi par to, kā šodien piebāzt pilnu maku un palielināt noguldījumus personiskajā bankas kontā. Viņus interesē jaunu tirgu iekarošana, likvīdu bagātību vairošana, spēka un varas pieaugums ne tikai šodien, bet arī nākotnē. Viņi ir gatavi atteikties no peļņas šodien, lai rīt un parīt to vairotu ar uzviņu. Šo centienu īstenošanā darbojas tehnostuktūra. *Piektkārt*, var apgalvot, ka tehnostuktūras liktenis ir atkarīgs no kontrolpakešu īpašnieku atbalsta, simpātijām, arī patvaļas. Var atšķirties uzskati, kas atbilst vai neatbilst īpašnieku interesēm, kāds ceļš ejams, kāda stratēģija īstenojama. Vienlaikus kontrolpakešu īpašnieki ir atkarīgi no tehnostuktūras. Tikai pēdējās kompetence, speciālās zināšanas konkrētā jomā, pieredze, māka, stratēģiskā domāšana rada nosacījumus kontrolpakešu īpašnieku ambiciozo centienu īstenošanai. Tehnostuktūras neaizstājamā bagātība ir informācija. Bez tās nav iespējams izstrādāt nevienu priekšlikumu, pieņemt lēmumu. Īpašnieki ir būtiski atkarīgi no tehnostuktūras darbības, investoru bagātība ir tehnostuktūras panākumu funkcija. Tāpēc netiek taupīti līdzekļi, lai tehnostuktūras virsaišus dāsni atalgotu. Prēmijas par reālu veikumu plūst kā no pārpilnības raga. Bet ja tehnostuktūras locekļi neattaisno uz tiem liktās cerības, tiem ātri vien parāda durvis. Tehnostuktūra jūtas visomulīgāk un drošāk, ja akcionāru saimē nevienam nav reāla balsu vairākuma. Tad tehnostuktūras neatkarība manāmi pieaug. Vienlaikus rodas problēma, kuram kungam kalpot. Secinājums šaubas nerada: “mūziku pasūta” kontrolpaketes īpašnieks. Ja vairākiem dižakcionāriem ir aptuveni vienāds akciju skaits, var notikt šo akciju pakešu īpašnieku vienošanās par saskaņotu rīcību ar atsevišķa šīs vienošanās dalībnieka veto tiesībām. Var izmantot arī parastā un kvalificētā vairākuma principu.

24.3.9. Akciju sabiedrības pārvalde

Pārvaldes orgāni. Savas tiesības piedalīties AS pārvaldē akcionārs īsteno akcionāru sapulcē, kas ir AS (arī SIA) augstākais un noteicošais pārvaldes orgāns. Bez tam AS pārvalde, padome un izpildorgāns ir valde.

Obligātās, ikgadējās akcionāru sapulces ir kārtējas. Bez tam īpašos gadījumos var sasaukt ārkārtas akcionāru sapulces.

Akcionāru sapulces kompetence. Komerclikums nosaka, ka tikai un vienīgi akcionāru sapulcei ir tiesības lemt par:

- 1) sabiedrības gada pārskatu;
- 2) aizvadītā darbības gada peļņas izlietošanu;
- 3) padomes locekļu, revidentu un likvidatoru izvēlēšanu un atsaukšanu vai atcelšanu;

¹ Šī tēze izskanēja ilgi pirms PSRS un sociālisma vēsturiskā kraha.

- 4) prasības celšanu pret valdes un padomes locekļiem un revidentu vai par atteikšanos no prasības pret viņiem, arī par sabiedrības pārstāvja iecelšanu prasības uzturēšanai pret padomes locekļiem;
- 5) tāda darījuma apstiprināšanu, ko sabiedrība slēdz ar padomes locekli;
- 6) sabiedrības statūtu grozīšanu;
- 7) pamatkapitāla palielināšanu vai samazināšanu;
- 8) sabiedrības vērtspapīru emisiju un konversiju;
- 9) atlīdzības noteikšanu padomes locekļiem un revidentam;
- 10) sabiedrības darbības izbeigšanu.

Šos jautājumus parasti lemj kārtējā akcionāru sapulce.

Ārkārtas akcionāru sapulce. Ārkārtas sapulces sasaukšanas iniciators parasti ir valde, nosaucot sasaukšanas iemeslu. Šādas tiesības ir arī padomei, revidentam vai akcionāriem, kuri kopā pārstāv ne mazāk kā vienu divdesmitdaļu no sabiedrības balsstiesīgā pamatkapitāla, ja statūti neparedz mazāku pārstāvības normu.

Būtisks iemesls, lai sasauktu ārkārtas sapulci, ir situācija, ja sabiedrība nonākusi finansiālās grūtībās. Ko var lemt šāda ārkārtēja akcionāru sapulce? Optimāls risinājums būtu atrast avotus par pašu kapitāla palielināšanu līdz pamatkapitāla statūtos fiksētam lielumam. Ja tas nav iespējams, sapulce var pieņemt vienu no šādiem lēmumiem:

- 1) par pamatkapitāla samazināšanu;
- 2) par sabiedrības darbības izbeigšanu un likvidāciju vai reorganizāciju;
- 3) par maksātnespējas pieteikuma iesniegšanu (ja konstatētas maksātnespējas pazīmes).

24.3.10. Varas sviras

Jau apcerot antimonopolu likumdošanu, minējām uzņēmumu “dominējošo stāvokli” un “izšķirošo ietekmi”. Jautājums ir visai sarežģīts un neaprobežojas ar ekonomisko diktātu, bet ar daudzveidīgiem varas mehānismiem ekonomikā un politikā.

24.3.10.1. Līdzdalības sistēma

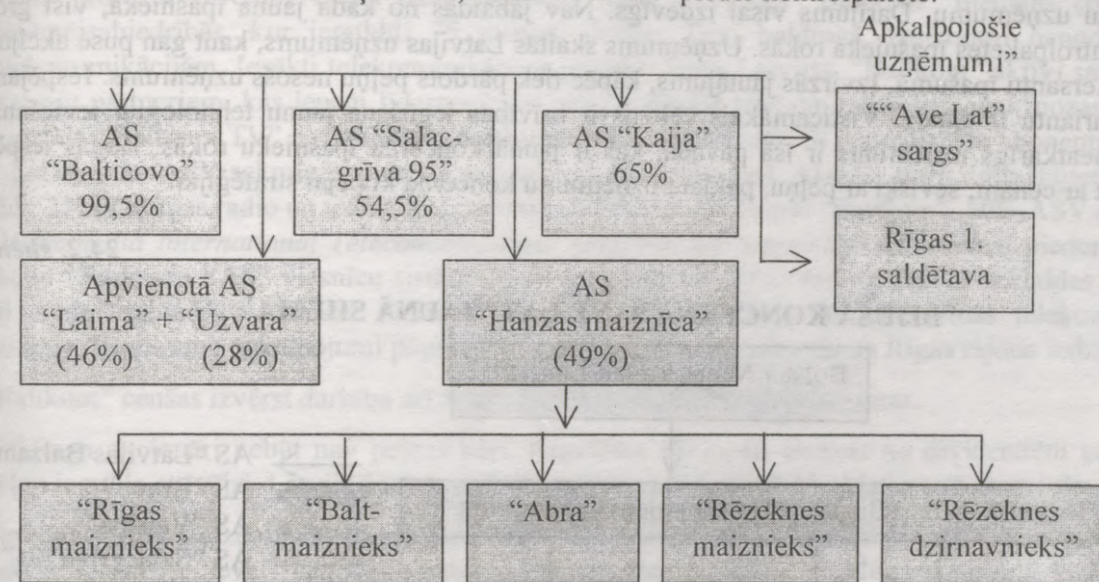
Mātes, meitas, mazmeitas. Akciju kontrolpaketes dod absolūtu ekonomisko varu. Top daudzpakāpju veidojumi, kuru priekšgalā ir mātes uzņēmums. Tai ir kontrolpakete uzņēmumā, kurš savukārt ir kontrolpakešu turētājs citā uzņēmumā vai uzņēmumos. Kontrolpakete var būt neliela, dažkārt divdesmit, pat desmit un mazāk procentu publisko akciju. Tā veidojas pakļautības ķēde. Mātei ir meitas, meitām – mazmeitas, nav izslēgtas mazmazmeitas. Tā ir ekonomiskas varas koncentrācija mātes rokās. Lai šāda pakļautība spētu sekmīgi funkcionēt, nepieciešami “atlanti”, kas uz saviem kamiešiem balsta līdzdalības sistēmu.

Atlanti – holdingi. Tiek organizētas speciālas turētāju kompānijas, kuru vienīgais uzdevums ir turēt savā īpašumā kontrolpaketes un līdz ar to dirigēt daudzu uzņēmumu ekonomisko uzvedību. Šīm turētāju kompānijām (angļu valodā *holding company*; uzņēmēju slengā – holdingi) ir iepriekšminētā izšķirošā ietekme. Mātes, meitu, mazmeitu atkarības saites veido spēcīgu ekonomikas varas elementu, līdzdalības sistēmas saturu. Kaut gan Latvija ir vēl jauna tirgus ekonomikas valsts, līdzdalības sistēma ar holdingiem jau ir attīstījusies, izvērsusi savu darbību plašumā un dziļumā. Vienu no līdzdalības sistēmām tā arī sauc – AS “Baltijas holdings”, kas ietver formāli patstāvīgas, pietiekami varenas akciju sabiedrības: AS “Rīgas kuģu būvētava”, AS “Ogre”, AS “Austrumu alianse”, AS “Rīgas autoelektroaparātu rūpnīca”, SIA “LaCon”.

AS “Ave Lat” struktūra, darbība ziedu laikos. Plaši pazīstama grupa bija “Ave Lat”, kas kontrolēja lielu daļu Latvijas pārtikas rūpniecības, zivju pārstrādes.

AS "Ave Lat" grupas struktūra¹

Struktūrā ietverti tikai tie uzņēmumi, kuros "Ave Lat" pieder kontrolpakete.



Turklāt AS "Ave Lat" piederēja akcijas šādos uzņēmumos: Rīgas piena kombināts – 37%. "Rīgas vīni" – 10%, kam savukārt pieder 25% nedalāmās akciju paketes privatizētajā "Latvijas Balzamā".

"Rīgas vīni" saistīti arī ar alus darītavu "Rīgas alus".

Kopējā vadība. Pats par sevi saprotams, "Ave Lat" grupai bija kopējas stratēģiskas intereses Latvijas pārtikas tirgū un ārvalstīs. Tas noteica visiem grupas uzņēmumiem vienotu stratēģiju un kopēju vadības sistēmu, pakļaušanos centralizētai pārvaldei. Tas neizslēdza plašu autonomiju atsevišķām grupas akciju sabiedrībām, atšķirīgus spēles noteikumus, taktikas gājienus atbilstoši apakšnozares tirgus situācijai, neizbēgamām īpatnībām.

Zīmīgs fakts. AS "Ave Lat" atteicās no līdzdalības gaļas ražošanas nozarē. Pēc grupas vadības uzskatiem, tur bija pārāk liels akcionāru skaits, kas traucēja ieturēt vienotu attīstības un saimniekošanas līniju.

Tika izveidota speciāla firma SIA "Ave Lux", kuras uzdevums bija īstenot aktīvu ekonomisko darbību pārtikas produktu tirgū. Šīs firmas, kam jānodrošina sekmīga grupas uzņēmējdarbība un jāsargā apakšnozaru AS no riska, 99,4% akciju piederēja jau pieminētai Lielbritānijas ārzonas AS, kuras saknes, iespējams, meklējamas tepat Latvijā.

Manipulācijas ar bijušā "Ave Lat" uzņēmumiem. "Ave Lat" mūžs vecā organizatoriskā ietērpā un ar vienīgo īpašnieku A. Šķēli bija samērā īss. 2000. gadā "Ave Lat" gūst jaunu nosaukumu – AS "New Technology and Business Development Corporation" (NTBDC). 8. martā "Ave Lat" akcionāru pilnsapulce nolēma ne tikai mainīt nosaukumu, bet arī attīstīt jaunus darbības virzienus un mainīt mātes un meitas uzņēmumu pārvaldes struktūru.

Kas turpmāk pārvaldīja šo koncernu? Formāli īpašnieks vairs nav A. Šķēle, kas lepojas ar to, ka viņam ir vekselis par Ls 29 milj. Jaunais koncerna īpašnieks ir Džersijas salās reģistrēta ārzonas kompānija "Bolster Management Limited". Kādām fiziskām personām tagad pieder kādreizējās "Ave Lat" akcijas, nav zināms (ofšoru kompānijas komercnoslēpums).

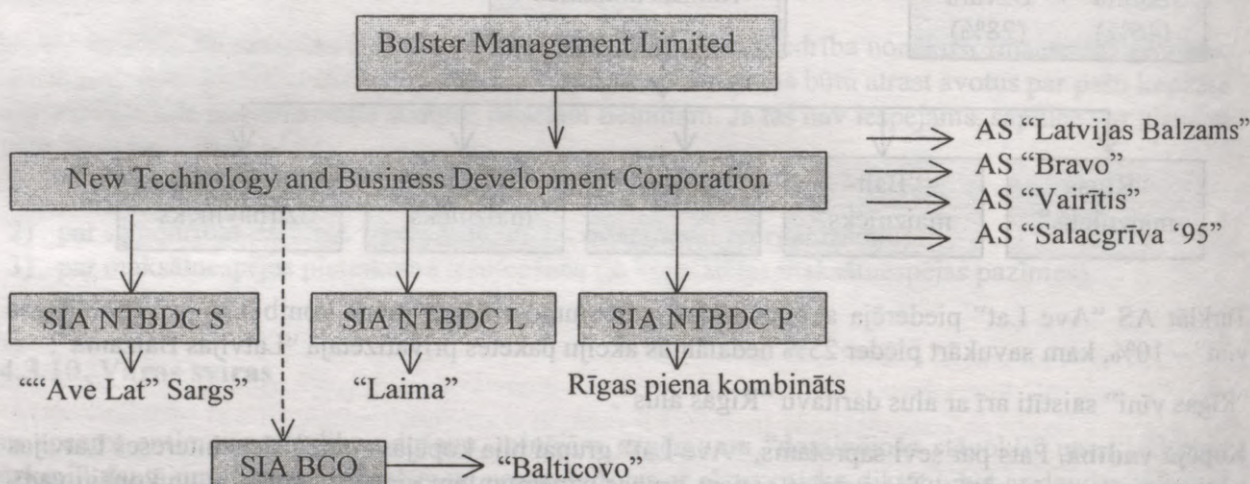
Sākās jaunā koncerna attīrīšanas process. Vispirms atdalījās trīs akciju sabiedrības: "Ave Lat" sargs, "Laima" un Rīgas piena kombināts. Tavu brīnumu! Šīs trīs akciju sabiedrības pārvalda katrai speciāli jaundibināti uzņēmumi: SIA NTBDC S, SIA NTBDC L, SIA NTBDC P. Latvijas Uzņēmumu reģistrā nav grūti noskaidrot, ka šos trīs jaunus mātes uzņēmumus izveidojis viens un tas pats "Ave Lat" pēctecis – "Bolster Management Limited". Nav grūti konstatēt – īpašnieku maiņa nav notikusi. Šim nezināmajam īpašniekam NTBDC sastāvā vēl pieder AS "Latvijas Balzams", AS "Bravo", AS "Vairītis" un "Salacgrīva '95" un citi jauni uzņēmumi. Šeit viss ir skaidrs.

¹ Diena, 1997. g. 29. septembris.

Sarežģītāks ir AS "Balticovo" liktenis. Lielāko Latvijas olu fabriku ar labu noietu nopirka viena fiziska persona – Valdis Cimze, šī uzņēmuma līdzšinējais ģenerāldirektors (51% akciju) un ASV reģistrēta firma "Invest Impex". Šāda uzņēmuma pirkšanas shēma Latvijā ir daudzkārt izmēģināta. Kontrolpaketes īpašnieks uzņēmumu pērk par kredītu un, ņemot vērā tā lielumu, kā apdrošinājumu iekļā pašu uzņēmumu. Darījums visai izdevīgs. Nav jābaidās no kāda jauna īpašnieka, visi groži paliek kontrolpaketes īpašnieka rokās. Uzņēmums skaitās Latvijas uzņēmums, kaut gan puse akciju ir ASV komersantu īpašumā. Izvirzās jautājums, kāpēc tiek pārdots peļņu nesošs uzņēmums. Iespējamo atbilžu variantu ir daudz. Visticamākais cēlonis ir brīvības iegūšana jaunu tehnoloģiju ieviešanai. Formāli neatkarīgs uzņēmums ir īsā pavadā, kas ir jaunā koncerna īpašnieku rokās. Rodas iespēja manipulēt ar cenām, sevišķi ar peļņu, pakļaut uzņēmumu koncerna kopējai stratēģijai.

24.2. shēma

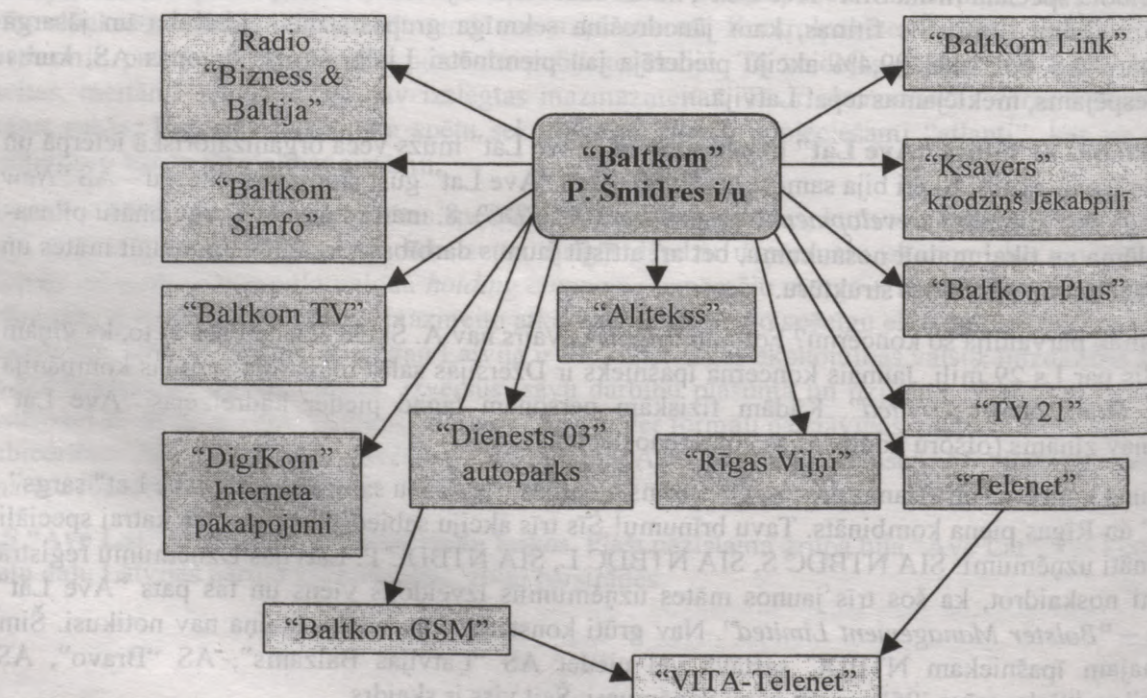
BIJUŠĀ KONCERNA "AVE LAT" JAUNĀ SHĒMA¹



Telekomunikācijas holdingabiedrība. Šis specializētais holdings ir plaši pazīstamais "Baltkom", kas apvieno 13 Latvijas uzņēmējiesabiedrības. Īpatnība ir tāda, ka šis holdings ir viena cilvēka, P. Šmidres, individuālais uzņēmums. Priekšstatu par šo holdingu dod 24.2. shēma.

24.3. shēma

"Baltkom" struktūra²



¹ NRA, 2000. g. 17. augustā.

² Diena, 1998. g. 30. martā.

Šīs apvienības dzimšanas vārds bija "Alīna". Izvēršot darbību, radās nepieciešamība, lai aptvertu neaptveramo, dibināt holdingsabiedrību, kuru nosauca par "Baltkom". Šis holdings kļuva populārs, kad uzsāka darbu "Baltkom TV", "Baltkom Plus" – peidžeru sabiedrība, "Baltkom GSM" – mobilo telefonu sistēma. "Baltkom" ir arī sabiedrības partneris valsts bezpeļņas organizācijai AS "VITA", kas īsteno projektu izveidot valsts datu pārraides tīklu. Holdings "Baltkom" piedalās (pārzina) 13 uzņēmēj sabiedrībās, kur ieguldīti 75 miljoni dolāru. Divi holdinga uzņēmumi nenodarbojas ar telekomunikācijām. Iesākti telekomunikācijas projekti ārpus Latvijas. "Baltkom" aktīvi sadarbojas ar ārzemju partneriem, kas ieņem līderpozīcijas savā konkrētā telekomunikācijas apakšnozarē. Mēs jau minējām "Baltkom TV" ar vairākiem desmitiem tūkstošu klientu. Šī daudzkanālu abonentu televīzija ir Latvijas un ASV sekmīgās sadarbības auglis (kopuzņēmums). Akcijas starp dibinātājiem sadalījās šādi: 25% Latvijas radio un televīzijas centram, 25% pašmāju firmai "Baltkom", 50% ASV sabiedrībai "Melromedia International Telecommunication" (MITTI). Šai amerikāņu sabiedrībai pieder liela daļa akciju "Radisson SAS" viesnīcu sistēmā, t.sk. arī Rīgā. MITTI nodarbojas arī ar izklaides industriju, tai pieder sabiedrība "Orient Pictures", proti, firma nodrošina šīs sabiedrības telekomunikāciju sakarus. "Baltkom" pakalpojumi pagaidām ir pieejami Rīgas, Jelgavas un Rīgas rajona iedzīvotājiem.¹

"Baltkom" cenšas izvērst darbību arī ārzemēs: Ukrainā, Baltkrievijā un citur.

Holdinga akcionāri nebūt nav peļņas kārī. Pagaidām akcionāri atsakās no dividendēm un visu tīro peļņu iegulda attīstībā. Latvijā pazīstams holdings ir arī "Skonto". Uzskaiti varētu turpināt.

Personālūnija. Līdzdalības sistēmu ar holdingiem nostiprina personālūnija. Tas nozīmē, ka kontrolpakešu īpašnieki "ievēl" vadošos amatos savas uzticības personas, visādus pakalpiņus, kuru vienīgais "svētais" uzdevums ir nodrošināt mātes, meitas un mazmeitas uzņēmumos saimnieku intereses un stratēģijas īstenošanu, būt par uzraugiem un slēptiem kontrolieriem. Runa nav par nozaru speciālistiem, bet par pilnvarotām personām, kam boss līdz galam uztic sargāt īpašnieka intereses. Atsevišķa uzticības persona var ieņemt trīs, piecus, desmit atbildīgus amatus visādās valdēs, padomēs holdingam pakļautajos uzņēmumos. Šāds tipisks menedžeris, kas īstenoja personālūniju, pirms ievēlēšanas Ministru prezidenta amatā bija A. Šķēle, kas ieņēma ne vienu vien amatu "Ave Lat" uzņēmumos.

Politīki aizņem krēslus. Latvijā privatizējamās akciju sabiedrībās veidojās īpaša pārvaldnieku sistēma. Partijas, kas bija pozīcijā, veidoja valdošo koalīciju, guva tiesības partijas pārstāvjus iecelt minēto uzņēmumu padomēs vai norīkot par valsts pilnvarniekiem. Šiem bieži vien nekompetentajiem partiju pārstāvjiem maksāja lielas algas par krēslu sildīšanu padomju sēdēs. Anekdotiski izklausās reālais fakts, ka komponists kā partijas pilnvarotais ieņem padomes locekļa sēdekli bankā. Plaši pārstāvēti ir Rīgas Domes pilnvarotie tai piederošos uzņēmumos. 2000. gada marta beigās pilnvaroto krēslā bija iecelts 51 galvaspilsētas Domes deputāts vai ierēdnis, kas pārstāvēja "Latvijas ceļu", Zemnieku partijas, Demokrātisko partiju, TB/LNNK, Sociāldemokrātu partiju un pat viens Krievu partiju. Rīgas Zooloģiskā dārza pilnvarnieks ir inženieris elektronīks un kinorežisors, pilsētas krematorijā – ārsts narkologs, autostāvvietās, domes autobāzē un Centrālajā tirgū – ķīmiķis.

Partiju "komisāri" it sevišķi lielajos valsts uzņēmumos saņem visai brangu atalgojumu. Tā "Latvenergo" trīs valsts pilnvarnieki saņem katrs trīs algas – kā pilnvarnieki Ls 1900 mēnesī, kā padomes locekļi – Ls 500 mēnesī, kā attīstības komisijas locekļi Ls 500, kopā katrs Ls 2900. Tā partijas rūpējas par saviem komisāriem.

Kāds labums no valsts interešu viedokļa no šādas uzticības personas padomes sēdēs? Lasītājs atbildi zina. Nekāds! Tā ir nekaunīga nodokļu maksātāju līdzekļu izsaimniekošana. Samazinās valsts uzņēmumu peļņa un ar mūsu tik trūcīgo budžetu arī nodokļu ieņēmumi. Šāda personālūnija ir pretrunā ar veselo saprātu, taupīgu saimniekošanu. Vienlaikus nevar noliegt, ka mums ir darīšana ar spēcīgām varas svirām.

24.3.10.2. Ilgtermiņa sakari

Uzņēmumi ir savstarpēji atkarīgi. Viens uzņēmums otram gadu gadiem piegādā izejvielas, kas pēc avota ir visai ierobežotas. Veidojas atkarības saite. Ja pirmais uzņēmums no otrā nesaņem vajadzīgos ražošanas resursus, pirmais būs spiests savu ražotni slēgt. Tas dod iespēju piegādātājam izdarīt zināmu

¹ Diena, 1998. g. 30. martā.

spiedien, izvirzīt papildu prasības. Te izpaužas arī alternatīvas izmaksas, lai cits “nepārķertu” ierobežotos resursus. Ilgstoši sakari gan pirkšanas, gan pārdošanas formā visai apgrūtina partneru maiņu, saista to ar papildu izdevumiem. Mainīt tirgu, kuru esi apguvis gadu desmitiem ilgi, ir dārgs priekšs. Šādi ilgtermiņa sakari dod vienai vai otrai pusei zināmas priekšrocības, diktē iespējas un līdz ar to ir viena no varas svirām.

24.3.10.3. Politiskais lobisms

Katrs uzņēmējs ir ieinteresēts noteiktā ekonomiskā stratēģijā un taktikā, konkrētā likumdošanā, ekonomiskās spēles noteikumos. Vienkāršots ir uzskats, ka visi darba devēji, uzņēmēji savās ekonomiskajās interesēs ir absolūti un totāli vienotas ekonomiskās politikas piekritēji.

Septītās Saeimas vēlēšanas un pēcvēlēšanu cīņa par premjera krēslu, citiem augstiem amatiem, kas dod lemtiesības un būtībā ir politiskas varas avots, to uzskatāmi pierādīja. Uzņēmēji, kas sponsorējuši vienu vienotu partiju, ir rūpīgi pārdomājuši, tieši kādu partiju atbalstīt, jo no šiem politiskā rakstura ieguldījumiem gaida noteiktu atdevi vēlamās ekonomiskās politikas jomā. Šiem sponsoriem nav vienalga, kas ieņems kādu amatu, kādus pasākumus, neņemot vērā varas iespējas, politiķi īstenos. 236 fiziskās un juridiskās personas materiāli atbalstīja Tautas partijas vēlēšanu kampaņu un cerēt cerēja Ministru prezidenta krēslā trešo reizi izraudzīt A. Šķēli un vākt ražu no tās politikas, ko solījis īstenot šis politiķis, kas valsti domā pārvaldīt kā lielu uzņēmumu. Aktīvi Tautas partijas atbalstītāji bija “Ave Lat” vadība. Kopsummā uz Tautas partijas altāra tika ziedoti gandrīz 600 tūkstoši latu.

Citi, materiāli atbalstot “LC”, lika uz V. Krištopana un tā politikas kārts. Cīņiņu par varu starp divām lielākajām partijām A. Šķēle, aizkulišu dzinējspēku labs pazinējs, raksturoja šādi: “Pieļauju, ka aiz šīm nesaskaņām un ultimātīvām prasībām stāv noteikti finansētāji un sponsori.”¹

Savi atbalstītāji pretējā spārnā bija Tautas saskaņas partijai. Šiem sponsoriem, darba devējiem, bija svarīgi, lai šīs partijas pārstāvji kaut vai opozīcijā iespaidotu likumdošanas gaitu valstī, aktīvi pretotos pasākumiem, kas nebūt nebija viņu interesēs. Atbalstot materiāli vienu vai otru partiju, sponsoriem ir tiesības prasīt, lai viņu vēlmes gan politiskā, gan personāliju ziņā tiktu ievērotas. Politiskajam lobismam ir izteikts ekonomisks pamats un visai iespaidīga varas svira. Politika ekonomisko interešu vārdā – tāda ir politiskā lobisma būtība.

24.3.11. Diversifikācija. Konglomerāti

Kā mazināt risku? Tirgus ekonomikā stabilitāte katram preces veidam nav raksturīga. Realizācijas un peļņas līkne slīd gan augšup, gan brīžiem krītas, nesot uzņēmumiem zaudējumus. Arī tirgzinības nav brīnumstabile, kas vienmēr spēj pildīt glābēja funkcijas. Šajā ziņā vislielākais risks ir monorazotājiem, kas specializējas tikai viena produkcijas veida ražošanā. Ja attiecīgi šauro tirgus sektoru pārņem neveiksmes viļņi, bankrota briesmas stipri pieaug. Kur redzama izeja? Diversifikācijā jeb, latviešu mēlē, daudznozaru ražošanā viena uzņēmuma ietvaros. Neveiksmi vienā jomā kompensē panākumi citā jomā. Diversifikācija ir uzņēmējdarbības stabilizācijas līdzeklis. Iepriekšminētie holdingi ir tipiski ar savu daudzveidību. Ogres trikotāža, autoelektropiederumi, kuģu būvniecība un remonts un vēl viens otrs pakalpojums, tieši pateicoties savām atšķirībām, dažādiem tirgiem, spēj viena holdinga ietvaros cits citu balstīt. Arī “Ave Lat” ir diversificēta grupa. AS “Laima” šokolādei ir cits tirgus nekā piena produktiem vai Hanzas maizei, zivju konserviem. Arī pircēju pieprasījums atkarībā no to maka biezuma ir dažāds. Kas ik dienu pērk maizi, samērā reti spēj naškoties ar “Prozīt”. Šie piemēri raksturo diversifikāciju holdinga ietvaros. Tā kļūst vēl efektīvāka, ja holdingā ietilpst kāda naudīga un droša komercbanka.

Saprotami arī citi varianti. Tehnoloģiski nesaistīta daudznozaru ražošana aptver vienu atsevišķu palielu akciju sabiedrību. Tā veidojas konglomerāti.

Konglomerāti. Konglomerātam kā daudznozaru akciju sabiedrībai ir savi plusi un mīnusi. Plusi ir riska mazināšana, savstarpējs atbalsts, glābiņš ko kopējās lejupslīdes. Mīnusi – pārvaldes grūtības.

¹ Jaunā Avīze, 1998. g. 21. oktobrī.

Uzņēmumā jābūt nozares tehnoloģijas speciālistiem, konkrētā tirgus īpatnību zinātājiem, koordinācijas un saskaņošanas pārvaldniekiem, kam visiem jāmaksā brangas algas. Pārvalde kļūst gaužām dārga. Ja vadības štats ir mazs un konglomerātu galvenie menedžeri ir finansisti, nav vietas tehnoloģijas un nozaru organizācijas speciālistiem, bet tas mazina saimniekošanas efektivitāti. 70. gadi bija konglomerātu ziedu laiki, bet 80. gados ne mazums konglomerātu izira.

24.4. Koncerni

Kas ir koncerns? Saskaņā ar Komerclikumu koncerns ir kapitālsabiedrība.

Atšķirībā no SIA un AS koncerns ir valdošā uzņēmuma un vienas vai vairāku atkarīgo sabiedrību kopums. Svarīgs ir valdošā uzņēmuma ekonomiskais statuss. Tā valdošam uzņēmumam ir izšķiroša ietekme vienā vai vairākās sabiedrībās gan Latvijā, gan ārvalstīs. Atkarīgā sabiedrība atrodas valdošā uzņēmumā izšķirošā ietekmē. Uz ko balstās šī izšķirošā ietekme? Tiesiski tā balstās uz koncerna līguma pamata.

Koncerna līgums kā izšķirošās ietekmes tiesiskais pamats. Koncerna likums nosaka, ka koncerna līgums ir tāds līgums, ar kuru komercsabiedrība pakļauj savai vadībai citus uzņēmumus. Šādu līgumu dēvē par **pārvaldes līgumu**. Bez tam var noslēgt vēl otru koncerna līgumu, proti, **peļņas nodošanas līgumu**, kas paredz nodot visu peļņu vai tās daļu citam uzņēmumam. Vispildītāk izšķirošā ietekme un atkarības saites, kas nosaka koncerna būtību, izsaka aptverošs līgums, ar kuru sabiedrība pakļauj savu vadību citam uzņēmumam un tieši šim citam uzņēmumam apņemas nodot savu peļņu. Šāds **pārvaldes un peļņas nodošanas līgums** nebūt nav labas gribas brīvprātīgs akts. Koncerns praktiski balstās uz jau aprakstīto līdzdalības sistēmu ar māti, meitām un mazmeitām, citām reālām varas svīrām. Koncerns kā daudzuzņēmumu savienība var būt ar diversifikācijas elementiem, arī konglomerātu apvienība ar valdošo uzņēmumu. Agrāk līdzdalības sistēmas realitātes tika rūpīgi slēptas, tagad atkarības sakari guvuši tiesisku fiksāciju līgumos. Kontrolieru leģions sekos koncerna dalībnieku ienākumu sadalei un pārdalei. Koncerna dalībnieki varēs likumīgi nomaksāt viens otra parādes (ja to paredz līgums), dalīt peļņu, kas ir nozīmīgi no konkrētu investīciju viedokļa kādā no koncerna sabiedrībām. Konkretizēsim izšķirošās ietekmes pamatus koncerna ietvaros:

- 1) uzņēmumam sabiedrībā ir balsstiesību vairākums (sekciju kontrolpakete);
- 2) no tā izriet viss tālākais: uzņēmumam kā sabiedrības dalībniekam ir tiesības iecelt vai atcelt sabiedrības izpildinstitūcijas vai pārraudzības institūcijas locekļu vairākumu;
- 3) uzņēmums kā koncerna dalībnieks, pamatojoties uz vienošanos ar citiem dalībniekiem, viens pats kontrolē balsstiesīgo vairākumu sabiedrībā.

Koncerna ietvaros izšķirošās ietekmes nostiprināšanai plaši izmanto personālūniju.

Izšķirošās ietekmes veidi. Vara koncernā var būt tieša un pastarpināta. Ja valdošais uzņēmums savu izšķirošo ietekmi atkarīgā sabiedrībā īsteno bez citas atkarīgās sabiedrības starpniecības, tam šajā sabiedrībā ir tieša izšķirošā ietekme. Sastopams variants, kad valdošais uzņēmums savu izšķirošo ietekmi atkarīgajā sabiedrībā īsteno, izmantojot starpniekus, citas atkarīgas sabiedrības vai tādas personas izšķirošo ietekmi, kura darbojas savā vārdā, bet valdošā uzņēmumā vai no tās atkarīgās sabiedrības labā, tam šajā sabiedrībā ir pastarpināta, tātad netieša ietekme. Lasītājam varētu likties, ka koncerna ietvaros pastāv īsts atkarību mudžeklis. Reālā saimniekošanā tā tas nav. Atkarības saites ir reljefi iezīmētas; atkarīga sabiedrība skaidri zina, kā norādījumi tai jāpilda, kas pasūta kādu mūziku.

Atkarīgās sabiedrības, kreditoru un mazākumdalībnieku interešu aizsardzība. Koncerna likums paredz speciālus ierobežojumus, kas stāv atkarīgo sabiedrību, kreditoru un mazākumdalībnieku interešu sardzē. Valdošais uzņēmums, balstoties uz balsu vairākumu, var būt visai nežēlīgs attiecībā pret tiem koncerna dalībniekiem, arī kreditoriem, kuri ir pilnīgi atkarīgi no koncerna. Ierobežojumi visupirms skar peļņas izņemšanas apmērus. Atkarīgo sabiedrību kreditoru drošība saistās ar nodrošinājumu, kas jādod koncerna valdošai sabiedrībai pēc attiecīgā līguma izbeigšanās.

24.5. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Kapitālsabiedrība – sastāv no SIA un AS (attīstīta daudznozaru forma – koncerns).
2. Sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA) – uzņēmējdarbībai nepieciešamo līdzekļu apvienošana, kur katram līdzīpašniekam pieder daļas. Īpašnieka atbildība ir ierobežota ar viņam piederošo daļu.
3. Viena īpašnieka SIA – visas daļas pieder vienam īpašniekam, dalībnieku skaits, sākot ar vienu.
4. Akciju sabiedrība – uzņēmums, kura īpašumu veido saskaņā ar vienošanos akcionāri – vērtspapīru akciju īpašnieki, privātā īpašuma forma; akcionārs atbild tikai savu akciju ietvaros.
5. Akciju sabiedrību dibināšana – dibinātājiem jābūt vismaz vienai fiziskai vai juridiskai personai, kam sākotnēji jāiegulda statūtu fondā ne mazāk par Ls 5000, piecu gadu laikā šai summai jāpieaug līdz Ls 25 000.
6. Akciju cena – kapitalizēta dividende, naudas summa, kas, noguldīta bankā kā termiņnoguldījums, nodrošina procentu veidā tikpat lielu ienākumu kā dividendes par akcijām.
7. Akciju kontrolpakete – akciju daudzums, kas dod iespēju akcionāru kopsapulcē kontrolpaketes īpašniekiem “demokrātiski” diktēt savu gribu.
8. Tehnostruktūra – AS augstāka ranga pārvaldnieki, kas pārzina uzņēmējdarbībai nepieciešamu informāciju, spējot to analizēt, pārzinot tirgu, izstrādā darbības stratēģiju taktiku.
9. “Pārvaldnieku revolūcija” – teorija, kas apgalvo, ka AS īstais lēmējs ir nevis nekompetenti akciju īpašnieki, bet kompetenta tehnostuktūra. Pēdējās rokās ir visa vara. Minētā teorija ignorē to faktoru, ka neveiksmīgās saimniekošanas apstākļos īstie saimnieki – kontrolpaketes īpašnieki – var nomainīt visu tehnostuktūru.
10. Akcija – vērtspapīrs, kas pārstāv uzņēmējdarbībā AS ieguldītos līdzekļus, to dublikātus, var pastāvēt kā speciālā apliecība vai nematerializētā formā kā elektroniskie signāli datoru atmiņā.
11. Akcionāru kopsapulce – augstākais AS lēmējorgāns:
 - a) ievēl augstākos pārvaldniekus;
 - b) apstiprina tehnostuktūras izstrādāto stratēģiju;
 - c) lemj par peļņas sadali, t.sk. par dividenžu izmaksu;
 - d) paredz statūtu fonda palielināšanu, izmantojot pašu uzkrājumus vai izlaižot (pārdodot) papildu akciju metienu;
 - e) likvidē AS.
12. Slēgtas AS – emitējot akcijas, to īpašnieki var būt tikai tās dibinātāji.
13. Atklātā akciju sabiedrība – akcijas nonāk brīvā pārdošanā jebkurām fiziskām un juridiskām personām.
14. Līdzdalības sistēma – viena no varas sistēmām, kas, balstoties uz akciju kontrolpaketi citās akciju sabiedrībās, nodrošina varu pār svešu kapitālu (citām AS).
15. Holdingsabiedrība (turētāju kompānija) – varas svira, kas tur savās rokās daudzu AS kontrolpaketes.
16. Personālūnija – varas svira, kas papildina un nodrošina ar “savu” cilvēku ievēlēšanu AS vadošo orgānu līdzdalības sistēmu. Viens cilvēks pārstāv kā uzticības personu holdingu, ieņem vadošus amatus, veic kontroles funkcijas vairākās pakļautās AS. Latvijā personālūnija saistās ar pozīcijā esošo partiju pilnvarotajiem, kas virknē valsts akciju sabiedrību ieņem valsts pilnvaroto un locekļu amatus.
17. Koncerns – valdošs uzņēmums un vienas vai vairāku atkarīgu sabiedrību kopa. Valdošam uzņēmumam ir izšķiroša ietekme uz atkarīgām sabiedrībām.
18. Izšķiroša ietekme – tiek īstenota, slēdzot pārvaldes līgumu un peļņas nodošanas līgumu.
19. Ilgtermiņa sakari – varas svira, kad viena AS pakļauj sev otru AS, balstoties uz ilgtermiņa izejvielu piegādi, garantētu preču piegādi utt.

20. Politiskais lobisms – uzņēmēji kā partiju sponsori gaida no partijām, vadības un Saeimas viņiem izdevīgu likumu un likumam pakļautu aktu pieņemšanu.
21. Diversifikācija – daudzveidīga ražošanas izvēršana stabilitātes nodrošināšanas nolūkos (neveicas vienā jomā, gūst panākumus citā jomā).
22. Konglomerāti – daudznozaru AS, balstās uz diversifikāciju.

24.6. Secinājumi

Akciju sabiedrība ir īpatnējs divdabīs. No vienas puses, tā ir privātīpašuma forma. Privātā īpašumā gan fiziskām, gan juridiskām personām pieder akcijas, proti, vērtspapīri, kas pārstāv akciju sabiedrības īpašuma noteiktu daļu. No otras puses, akciju sabiedrība ir vienota tehnoloģiskā ražotne, pakalpojumu sniedzēja, kas starp akcionāriem materiāli nesadalās. Šodien akcijas vairs nav speciāli papīra dokumenti, bet pastāv dematerializētā formā kā elektroniskā informācija datoru atmiņā. Šādā veidā akcijas glabājas īpašā depozitārijā, kas elektroniski fiksē visas operācijas ar dematerializētām akcijām līdz pat dividendžu izmaksai.

Akciju sabiedrībā valda īsta “kapitāla demokrātija” – cik akciju, tik balsu akcionāru kopsapulcēs. Tas dod iespēju veidoties akciju kontrolpaketei, kas ļauj “demokrātiski” ar balsu vairākumu izlemt jebkuru stratēģisku un taktisku jautājumu kontrolpakešu īpašnieku interesēs. Formāli kontrolpaketē ir 50% visu akciju plus viena akcija. Jo lielāks ir akciju un akcionāru skaits, jo mazāks var būt kontrolpaketes īpatsvars akciju kopējā masā.

Akcijas publiskās, atklātās akciju sabiedrībās ir pirkšanas un pārdošanas objekts. Akciju pirkšanas motīvi:

- investīcijas, kad tiek pirktā kontrolpakete;
- portfeļinvestīcijas, kad tiek pirktā zināma akciju pakete, bet ne kontrolpakete;
- akciju pirkšana sakarā ar spekulatīviem darījumiem.

Motivācijas īpatnības nosaka akciju cenas (kurša) principiāla formula:

$$\text{Akciju cena} = \frac{\text{Gada dividendes}}{\text{Banku termiņnoguldījumi}} \%$$

Citiem vārdiem, akciju kurss ir kapitalizēta dividende.

Teorijā izplatītu guva t.s. “pārvaldnieku revolūcija”, atziņa, ka vara AS pāriet no īpašniekiem pie t.s. tehnostuktūras, augstākiem pārvaldniekiem. Pamatojums – vara ir to rokās, kam ir efektīvai pārvaldei nepieciešamā informācija (tehniskā, tehnoloģiskā, organizatoriskā, ekonomiskā, tirgus), jo, tikai balstoties uz šo informāciju, vai izstrādāt, pieņemt un realizēt stratēģiskus un taktiskus lēmumus, reāli īstenot noteiktu ekonomisko uzvedību. Tehnostuktūrai dod rīcības brīvību, kamēr uzņēmējdarbība attīstās sekmīgi. Neveiksmes, zaudējumi rosina kontrolpakešu īpašniekus nomainīt tehnostuktūru. Kontrolpakešu īpašnieki ir un paliek AS īstie saimnieki.

Akciju sabiedrībās darbojas vesela varas sviru sistēma. Pirmā nozīmīgā svira ir līdzdalības sistēma. Mātes uzņēmums tur savās rokās meitas uzņēmuma kontrolpaketes, meitām savukārt pieder mazmeitas uzņēmuma kontrolpaketes. Lai šī varas sistēma darbotos, nepieciešamas turētājkompanijas – holdingi, kuru vienīgā funkcija ir pārvaldīt kontrolpaketes, veikt uzraudzību, lai meitas un mazmeitas uzņēmumi īstenotu mātes uzņēmuma intereses.

Īpaša organizatoriskā forma ir koncerns, kas sastāv no valdošās sabiedrības, kam ir izšķirošā ietekme atkarīgās sabiedrībās. Saskaņā ar koncernu likumu atkarību saites ir caurspīdīgas, koncerna dalībniekus saista pārvaldes līgums un peļņas nodošanas līgums. Šie līgumi īsteno valdošās sabiedrības varu.

Otrā svira – personālūnija – nostiprina līdzdalības sistēmu. Kontrolpakešu turētāji, holdingi nozīmē atbildīgos amatos, tehnostuktūrā savas uzticības personas no AS prezidentiēm līdz padomju locekļiem,

valsts pilnvarotiem. Viena uzticības persona var ieņemt krēslus trijos, piecos un vairākos amatos, uzmanīgi sekojot, vai īpašnieku griba tiek sekmīgi pildīta. Trešā iedarbīgā varas svira ir ilgtermiņa sakari, kas veido ciešas atkarības saites. Resursu ierobežotības dēļ šīs saites dod iespēju sev pakļaut plašu, paklausīgu partneru tīklu. Nespēja atrasties no piegādātāja dod pēdējam iespēju diktēt savu gribu.

Nākamā varas svira ir politiskais lobijs. Juridiskās un fiziskās personas ar biezu maku materiāli atbalsta vienu vai otru politisko spēku, partiju apvienību, gaidot, ka šie ieguldījumi nesīs brangas, politiskas un ekonomiskas dividendes. Tā varas sviras paplašina varas lauku un tirgu. Ekonomiskos apstākļos ar akcijām saistītais privātais īpašums pārvēršas par varas varenu multiplikatoru.

24.7. Pamatterminu tulkojums

Akciju kontrolpakete	<i>stock controlling packet</i>	контрольный пакет акций
Dividendes	<i>dividend</i>	дивиденды
Ilgtermiņa sakari	<i>long-term relation</i>	долголетние связи
Intelektuālais īpašums	<i>intelektual property</i>	интеллектуальная собственность
Koncerns	<i>concern</i>	концерн
Līdzdalības sistēma	<i>participation system</i>	система участия
Pārvaldnieks	<i>manager</i>	управляющий
Personāla akcija	<i>personale stock</i>	акция персонала
Personālūnija	<i>personalunion</i>	личная уния
Politiskais lobijs	<i>political lobby</i>	политическое лобби
Privileģēta akcija	<i>preference stock</i>	привилегированная акция
Publiska akciju sabiedrība	<i>public joint stock company, corporation</i>	публичные акционерные общества
Tehnostruktūra	<i>tehnstructure</i>	техноструктура
Uzrādītāja akcija	<i>bearer stock</i>	акция на предъявителя
Varas sviras	<i>level of power</i>	рычаги власти
Vārda akcija	<i>registered stock</i>	именная акция

24.8. Uzdevumi

1. Akciju sabiedrības gada dividendes ir Ls 120. Bankas termiņnoguldījumu vidējā gada procentu likme ir 8. Aprēķināt akcijas cenu.
2. Akcijas cenas ir Ls 5. Bankas termiņnoguldījumu vidējā gada procentu likme ir 7,5. Kāda ir gada dividende par vienu akciju?
3. Pieci akciju sabiedrības dibinātāji ieguldīja statūtu fondā:
Ls 1000 + zemes gabals ar novērtējumu Ls 500 + intelektuālais īpašums, kas novērtēts par Ls 2000 + ražošanas ēka par Ls 35000 = Ls 7000. Nolemts emitēt 20 000 akciju. Kāda būs akciju sākuma (nomināla) cena? Pēc trim gadiem akcionāru kopsapulce nolēma no peļņas Ls 2000 pusi izmaksāt dividendēs. Kāda būs jaunā akciju cena, ja termiņnoguldījuma procentu likme bankā ir 5?

24.9. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kas raksturīgs SIA?
2. Kāpēc AS ir privātā īpašuma forma?
3. Kas nosaka AS dibināšanas nepieciešamību?
4. Kā tiek dibināta akciju sabiedrība?
5. Kādi ir akciju sabiedrību tipi?
6. Kas ir akcija?
7. Kādi akciju veidi tiek emitēti, ar kādām tiesībām?
8. Kas ir kontrolpakete?
9. Kas nosaka akciju kontrolpaketes lielumu?
10. Kāpēc liels akciju skaits nosaka neliela apmēra kontrolpaketi (viens no variantiem)?
11. Kas ir tehnostuktūra, kāda ir tās loma?
12. Kāpēc dzima “pārvaldnieku revolūcijas” teorija?
13. Kas ir “pārvaldnieku revolūcijas” vājš punkts, kāda ir tās neatbilstība saimniekošanas realitātei?
14. Kāda ir saistība starp akciju pircēju un pārdevēju motivāciju un akciju kursu?
15. Ar ko atšķiras AS no SIA?
16. Kas ir intelektuālais īpašums?

24.9. Pasākāpārbaudes jautājumi

valsts pilnvarotiem. Viena uzdevums personai var būt arī iedzīvotāju uzdevums, kas ir jāpildina, lai nodrošinātu valsts vajadzības. Uzdevumi, kas ir jāpildina, lai nodrošinātu valsts vajadzības, ir jāpildina, lai nodrošinātu valsts vajadzības. Uzdevumi, kas ir jāpildina, lai nodrošinātu valsts vajadzības, ir jāpildina, lai nodrošinātu valsts vajadzības.

24.7. Pamatermiņu izskaidrojums

Interests	interests	interesi
Personāla akcija	personale stock	акция персонала
Personālonija	personation	личная уния
Politiskais lobijs	political lobby	политическое лобби
Privileģētā akcija	preference stock	привилегированная акция
Publiskā akcija sabiedrība	public joint stock company, corporation	публичное акционерное общество
Tehnostруктура	technostucture	техноструктура
Uzraudzītāja akcija	betwer stock	акция на предъявителя
Varas sviras	level of power	различия власти
Verda akcija	registere / stock	именная акция

24.8. Uzdevumi

1. Akciju sabiedrības gada dividende ir 1,5 Ls. Bankas termiņnoguldījumu vidējā gada procenta likme ir 7,5%. Kāda ir akciju sabiedrības akciju cena?

2. Akciju sabiedrības gada dividende ir 1,5 Ls. Bankas termiņnoguldījumu vidējā gada procenta likme ir 7,5%. Kāda ir akciju sabiedrības akciju cena?

3. Akciju sabiedrības gada dividende ir 1,5 Ls. Bankas termiņnoguldījumu vidējā gada procenta likme ir 7,5%. Kāda ir akciju sabiedrības akciju cena?

25. nodaļa. Fondu biržas darbība

25.1. Fondu biržas raksturojums

Akciju otrreizējais tirgus. Datoru laikmets ar savām plašām iespējām ir būtiski izmainījis akciju kursa praktisko veidošanās mehānismu. Akcijas no speciāla papīra (no tā arī vērtspapīru jēdziens) un ūdenszīmes palikušas pagātnē. Akcijas pastāv dematerializētā formā kā elektroniski signāli ar visiem nepieciešamajiem rekvizītiem datoru atmiņā. Fondu birža ir akciju cenu noteikšanas vieta ar attiecīgo mehānismu. Katrai akcijai ir divas cenas: nominālcena un tirgus, proti, pirkšanas-pārdošanas cena. Kādas akcijas un kā kotējas (tiek noteiktas) Rīgas Fondu biržā (RFB)? Rīgas Fondu biržā kotējas tikai privatizēto uzņēmumu akcijas. Nominālcena visām akcijām ir vienāda – Ls 1. Tirgus cena svārstās plašā diapazonā. Tā, piemēram, vienā no 1997. gada maija dienām akciju tirgus cenu svārstību amplitūda bijusi no Ls 0,18 līdz 5,50. Birža savā būtībā ir akciju otrreizējais tirgus, kur vienu un to pašu akciju var pārdot vairākkārt. Akciju nominālcenai biržas operācijās nav nekādas nozīmes. Praktiski birža operē ar reālām tirgus cenām, t.i., ar cenām, par ko savas akcijas ir ar mieru pārdot akciju turētāji, īpašnieki. Viņi ir akciju pārdevēji, kas vēlas savas akcijas pārdot par noteiktu cenu. Akciju kotēšana, kas ir biržas galvenā funkcija, nozīmē cenas noteikšanu, ievērojot konkrēto akciju pieprasījumu un piedāvājumu. Birža apkalpo gan akciju pārdevējus, gan pircējus. No vienas puses, biržas operācijās piedalās pārdevēji – akciju piedāvātāji, proti, banku klienti un vērtspapīru brokeri. No otras puses, pieprasījumu veido potenciālie pircēji, kas tāpat darbojas ar starpniekiem. Tirgošanās notiek šādi: kā pārdevēji, tā pircēji piesaka biržā, kādas akcijas tie ir gatavi pirkt un pārdot par iepriekš noteiktu cenu. Birža apkalpo visu šo informāciju uz noteiktu laiku, aprēķina saņemto uzdevumu skaitu, akciju skaitu, ko vēlas pārdot vai pirkt, cenas, par kurām pārdevēji un pircēji ir gatavi konkrētas akcijas pārdot vai iegādāties. Datori, kas apbruņoti ar speciālām programmām, lēš katrai akcijai optimālo cenu. Šīs biržas datoru aprēķinātās cenas mērķis ir noteikt tādu cenu līmeni, kas motivēs pārdot maksimālu akciju skaitu. Runa ir par cenu veidošanu, kas nodrošina vislielākā akciju skaita realizāciju.

Ierobežojumi. Pagaidām RFB darbojas ne visai tīkams ierobežojums attiecībā uz akciju cenu pieaugumu vai samazinājumu. Katrā nākamā sesijā (pārdošanas dienā) akciju cenu izmaiņas nedrīkst pārsniegt 15% robežu. Pieņemsim, ka šodien akcijas cena ir Ls 2. Nākamā sesijā, kas notiek pēc 2 dienām, akciju cena nedrīkst pārsniegt Ls 2,30 un kristies zem Ls 1,70.

Izsoles princips. Birža būtībā darbojas pēc izsoles principa. Katrs var šajā izsolē piedalīties un ar vairāksolīšanu vēlamās akcijas nopirkt. Turpināsim iepriekšējo piemēru. Akcijas sākotnējā tirgus (izsoles) cena ir Ls 2,30. Kāds pircējs gatavs maksāt par šīm akcijām Ls 2,40 par katru. Ja cits pircējs viņu nepārsolīs, akcijas tiks pārdotas par minēto cenu Ls 2,40. Ja toties pircējs solījis par akciju tikai Ls 2, akcijas viņam neredzēt kā savas ausis. Pretējs raksturs ir pārdevēja izredzēm. Biržas noteiktā cena, kā jau minējām, aprēķināta Ls 2,30 līmenī. Pārdevējs pieprasa Ls 2,50 par akciju. Maksimāli tiek solīts Ls 2,40 par akciju. Prognoze skaidra: pārdevējs paliek bez pircēja. Ja toties pārdevējs pieticīgi apmierināsies ar akcijas cenu Ls 2,15 un atradīsies solītājs, kas gatavs samaksāt biržas noteikto cenu Ls 2,30 par akciju, pārdevējs var būt drošs – akcijām pircējs atradies.

Pārdošanas cena. RFB akciju pārdošanas sesija un akciju kotēšana notiek katru dienu, izņemot sestdienu, svētdienu un svētku dienas. Būtiska īpatnība ir tā, ka akciju pārdod par biržas cenu, lai cik arī solītu pircējs. Mūsu piemērā tirgus cena, ko aprēķinājusi birža, ir Ls 2,30 par akciju. Kāds pircējs solījis Ls 2,40 par akciju. Akcija tiks pārdota solīšanas “čempionam” nevis par 2,40, bet gan tikai par Ls 2,30. Katrā sesijā birža konkrēto AS akciju cenu parasti nosaka tikai vienu reizi. Visi šie nosacījumi ievieš biržā noteiktu stabilitāti.

Gadās, ka cenu nav iespējams noteikt, jo konkrētām akcijām nav ne pārdevēja, ne arī pircēja.

Kad birža nenosaka cenu. Biržas praksē zināmi gadījumi, kad akcijas cena nav nosakāma, jo pircēju un pārdevēju cenas “nepārklājas”. Kā to saprast? Gaužām vienkārši. Visaugstākā cena, ko sola pircējs, ir mazāka par to zemāko cenu, ko sola pārdevējs. Piemēram, pircējs maksimāli sola Ls 2,10, bet

pārdevējs nav ar mieru akciju pārdot par minimālo cenu Ls 2,20. Pārdošana nevar īstenoties, biržas mehānisms nespēj noteikt cenu. Šādu situāciju biržas biļetenā apzīmē ar burtu D.

Tirgus stāvoklis. Katras akcijas piedāvājuma un pieprasījuma samērs liecina par to, vai šīs akcijas tirgus ir vai nav sabalansēts. Tam ir sava nozīme biržas cenas noteikšanai, investīciju piesaistei vai, otrādi, akciju pārdošanai. Tirgus sabalansētību apzīmē ar burtiem A, B, C, D, E. Šie burti ir īpaši indikatori, kas liecina, cik sabalansēts bijis pieprasījums un piedāvājums, pastāvot attiecīgajam akcijas cenu līmenim. Katra cena ir saistīta ar citu attiecīgās akcijas sabalansētības pakāpi.

Par ko liecina indikators A? Par ideālu stāvokli akciju tirgū. *Pirmkārt*, biržas aprēķinātā cena iekļaujas 15% robežās. *Otrkārt*, pircēji un pārdevēji ir vienādā skaitā. *Treškārt*, visi uzvarējušie pircēju un pārdevēju uzdevumi simtprocentīgi tiek izpildīti.¹

Par ko liecina tirgus stāvoklis B? *Pirmkārt*, biržas kotētā cena iekļaujas 15% robežās. *Otrkārt*, ar šādu cenu vai nu pirkšanas, vai pārdošanas pusē ir pārpalikums. Biržas biļetenā tiek norādīts, kurā pusē ir pārpalikums.

Ko norāda indikators C? *Pirmkārt*, biržas aprēķinātā cena ir ārpus atļautās 15% robežas attiecībā pret iepriekšējo sesiju, un birža administratīvi pievelk cenu tuvākai robežai. *Otrkārt*, šajā gadījumā visi uzvarējušie uzdevumi pārpalikuma pusē tiek izpildīti tikai daļēji neatkarīgi no solītās cenas. Katrs saņem akcijas atbilstoši aprēķinātajam izpildes koeficientam.

Ko norāda indikators D? *Pirmkārt*, tas ir ļoti rets gadījums. *Otrkārt*, tāpat kā C gadījumā, biržas aprēķinātā cena ir ārpus 15% robežas, bet, pievelkot cenu tuvākai robežai, zūd pircējs vai pārdevējs. *Treškārt*, cena tiek noteikta. *Ceturtkārt*, neviens darījums nenotiek.

Par ko liecina indikators E? Kotēšana nenotiek.

25.2. Spekulācija ar vērtspapīriem

Vēsturē aizgājis tas laiks, kad spekulācija bija krimināli sodāma un spekulants uz dzīvi ārpus cietuma noraudzījās caur restotu lodziņu. Tagad tirgus ekonomikas apstākļos spekulācija ir uzņēmējdarbības likumīga forma, kam nav nekāda sakara ar parazītismu un trūdēšanu.

Akciju cena starpība – spekulācijas pamats. Akciju cenas nemitīgi svārstās. Šīs svārstības var notikt ilgākā vai īsākā laikā. Tas dod iespēju spekulēt uz kursa paaugstināšanas vai pazemināšanas rēķina. Lai gūtu panākumus šajās augsta riska operācijās, jābūt zināšanām par akciju cenu svārstību cēloņiem, pieredzei, intuīcijai, izturībai, plašai informācijai par norisēm fondu biržā.

Spekulācijas stratēģijas. Ir divas stratēģijas. Pirmā – pirkt lētāk, bet pārdot (akcijas vai citus vērtspapīrus) dārgāk. Tā tiek dēvēta par buļļu stratēģiju. Otrā – dārgāk pārdot, lētāk pirkt. To sauc par lāču stratēģiju.

25.2.1. Buļļu stratēģija

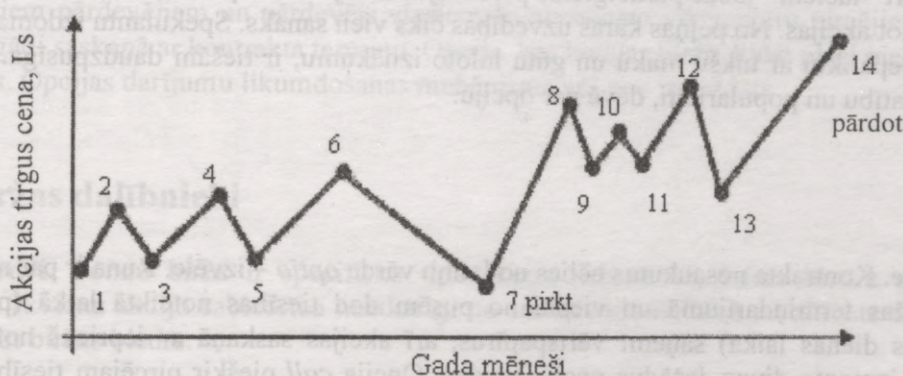
Spekulācijas māksla ir ne tikai pareizi uztvert akcijas cenas tendences, bet noteikt to konkrēto brīdi, kad akcijas pirkt un kad tās pārdot. 25.1. shēmā redzamajā gadījumā nav jāsteidzas akcijas pirkt punktos 1, 3, 5. Jāpagaida, līdz akciju cena svārstību gaitā noslīdēs līdz punktam 7. Tas prasīs spēju pacietīgi gaidīt un arī izpratni, ka akciju cena nākotnē tiešām noslīdēs zemāk par punktiem 1, 3, 5.

Jābūt lielai izturībai un spējai pretoties kārdinājumam, psiholoģiskam vilinājumam akcijas pārdot punktā 8 un tālāk 12. Spekulatīvās starpības maksimums un līdz ar to iespēja gūt vislielāko iznākumu vērtspapīru spekulācijai ir, pērkot akcijas punktā 7 un pārdot tās punktā 14. Tad tā būs ne vien buļļu stratēģijas praktiskā izpausme, bet arī augstākā spekulatīvā veiksmē.

¹ Diena. 1997. gada 26. maijā.

25.1. shēma

Bullu stratēģija

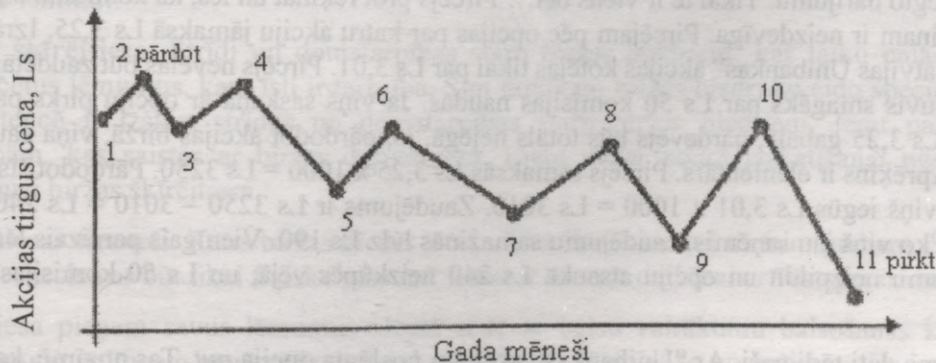


25.2.2. Lāču stratēģija

Lāču stratēģijas ilustrācijai var skatīt 25.2. shēmu. Ja pārdod akcijas punktā 7 un pērk punktā 14, tiks iegūta vislielākā cenu starpība un vienlaikus šī laika posma ietvaros arī maksimālais spekulatīvais iznākums. Tomēr 25.2. shēma nav īsti tipiska lāču stratēģijai. Šīs shēmas pamattendence saistās ar akciju cenas pieaugumu. Periodiskās cenu svārstības dod iespēju pārdot un pirt arī pēc lāču stratēģijas. Un tomēr tipiskāka lāču stratēģijai būtu shēma ar cenas pazemināšanās tendenci.

25.2. shēma

Lāču stratēģija



25.2. shēmā akciju cenas pazemināšanās pamattendence ir ievērota. Lāču stratēģija spekulantiem liekas piemērota. Pārdot visizdevīgāk ir punktā 2, bet pirt, pārvarot daudzus kārdinājumus, punktā 11. Šādai lāču stratēģijai nepieciešama bagāta pieredze, izcila izturība, stipri nervi, spēja pretoties spēcīgiem vilinājumiem, negaidīt, bet pirt punktos 3, 5, 7, 9 un atbilstoši pārdot punktos 2, 4, 6, 8. Abas shēmas ir mācību piemēri. Reāla biržas dzīve ir krietni daudzpusīgāka, un spekulatīvie risinājumi, kad pirt un kad pārdot, ir visai sarežģīti un prasa pamatīgu galvas laužšanu. Risks zaudēt dara stratēģijas izvēli un ekonomisko izvēli nervozu, un tas savukārt veicina nepamatotu lēmumu pieņemšanu. Galu galā spekulantu, kas zaudē, ir daudz vairāk nekā spekulantu, kas laimē. Augsta riska pakāpe ir fondu biržas spekulāciju tipiskākā pazīme. Cita būtiska īpatnība ir nepieciešamība bankas vai brokeru kantorī bezdarbībā glabāt ievērojamas naudas summas. Pieredzes bagāts biržas spekulants labi saprot, ka nemitīga cenas kāpuma un krituma tendence ir neiespējama. Augot pieprasījumam pēc izdevīgām akcijām, to cena ceļas, tās kļūst mazāk pievilcīgas un pircēju skaits samazinās. Toties, ja akcijas cena ir zema, palielinās pirtgribētāju skaits. Un, augot pieprasījumam, akciju cena ceļas, un tas savukārt ierobežo to pārdošanu, un cena sarūk. Nozīmīgs ir jautājums – pēc cik ilga laika un cik intensīvi mainās akciju cenas? Kādi blakus faktori (politiski notikumi, kas iespaido ekonomiku, dažādas baumas) iespaido akciju cenu svārstības? Tiešu iespaidu uz akciju

cenām atstāj uzņēmuma attīstības perspektīvas un reāli izmaksātas dividendes. “Bullus” var mierināt – gan jau akciju kurss sāks kāpt un gan jau gaidīt gatavie “lāči” piedzīvos kursa lejupslīdi. Vienīgi spekulantiem nevajadzētu būt pārāk peļņas kāriem: “bulliem”, pērkot akcijas, nav jāpiesaka pārāk zema cena, bet pārdodot – pārāk augsta. Tā var panākt nulles rezultātu, un ienesīgs darījums var vispār nenotikt. Savukārt “lāčiem” jābūt pieticīgiem, piedāvājot akciju cenu pārdošanai, un nav jāpiesaka pārāk zema, pērkot akcijas. No peļņas kāras uzvedības čiks vien sanāks. Spekulantu izdoma, lai augsta riska apstākļos nepaliktu ar tukšu maku un gūtu loloto iznākumu, ir tiešām daudzpusīga. Operāciju, kas ieguvusi izplatību un popularitāti, dēvē par opciju.

25.2.3. Opcija

Kontrakta izvēle. Kontrakta nosaukums cēlies no latīņu vārda *optio* – izvēle. Runa ir par nosacījumu, kas iekļauts biržas termiņdarījumā un vienai no pusēm dod tiesības noteiktā laikā (pēc Eiropas pieredzes, vienas dienas laikā) saņemt vērtspapīrus, arī akcijas saskaņā ar iepriekš noteiktu cenu (kursu)¹. Praksē izmanto divus dažādus opciju veidus. Opcija *call* piešķir pircējam tiesības noteiktā dienā pirkt konkrētu akciju daudzumu par iepriekš norunātu cenu. Opcija *put* dod tiesības pircējam pārdot noteiktu daudzumu akciju par noteiktu cenu. Opcijai ir kāda ļoti būtiska īpašība. Parasti investors var pārdot tikai tās akcijas, kas viņam pieder. Bet opcijas variantā darījuma noslēgšanas brīdī partneriem reālas akcijas, kaut vai par santīmu, var arī nepiederēt. Opcija dod iespēju pārdot arī to, kā pārdevējam nemaz nav. Pārdevējam akcijas vajadzīgas vienīgi kontrakta izpildes norunātajā brīdī. Vai pirms tam pārdevējam nepieciešamais akciju daudzums bija vai nebija – tas nevienam neinteresē.² Tas būtiski paplašina darījumu iespējas.

Opcijas mehānisma izpratnei minēsim divus piemērus.

1. piemērs. Pircējs V. Kalnmačs 5. decembrī pieteicis opciju *call* par 1000 “Latvijas Unibankas” akciju piršanu 30. decembrī par cenu Ls 3,25. Šāda opcija nosaka, ka jābūt samaksātai komisijas naudai Ls 0,05 par katru akciju, kopsummā Ls 50. Pircējs līdz ar to ir ieguvis tiesības prasīt no pārdevēja izpildīt 30. decembrī noslēgto darījumu. Tikai te ir viens bet... Pircējs prot rēķināt un lēš, ka kontrakta izpilde no pārdevēja puses viņam ir neizdevīga. Pircējam pēc opcijas par katru akciju jāmaksā Ls 3,25. Izrādās, ka biržā šajā laikā “Latvijas Unibankas” akcijas kotējas tikai par Ls 3,01. Pircējs nevēlas būt zaudētājs. Viņa maks sākotnēji kļuvis smagāks par Ls 50 komisijas naudas. Ja viņš saskaņā ar opciju pirks paredzēto akciju skaitu par Ls 3,25 gabalā, pārdevējs būs totāls nejēga, jo, pārdodot akcijas biržā, viņa zaudējumi būs Ls 190 lieli. Aprēķins ir elementārs. Pircējs samaksās $Ls\ 3,25 \times 1000 = Ls\ 3250$. Pārdodot šīs akcijas pēc biržas kursa, viņš iegūs $Ls\ 3,01 \times 1000 = Ls\ 3010$. Zaudējums ir $Ls\ 3250 - 3010 = Ls\ 240$. Ls 50 komisijas naudas, ko viņš jau saņēmis, zaudējumu samazinās līdz Ls 190. Vienīgais pareizais lēmums ir opcijas *call* darījumu neizpildīt un opciju atsaukt. Ls 240 neizkūpēs vējā, un Ls 50 komisijas naudas papildinās maku.

2. piemērs. Sākuma dati tādi paši. Ar “Unibankas” akcijām noslēgta opcija *put*. Tas nozīmē, ka pircējs iegūst tiesības pirkt 1000 “Unibankas” akciju par Ls 3,01 par katru. Opcijas pārdevējs saņēmis komisijas naudu Ls 50 apmērā. Opcijas noteiktā datumā 30. decembrī “Unibankas” akcijas cena būs Ls 3,01. Opcijas pircējam ir visai izdevīgi prasīt kontrakta izpildi. Viņš pirks 1000 akcijas par Ls 3,01, bet varēs tās pārdot par Ls 3,25 par akciju. Jāatskaita samaksātā komisijas nauda Ls 50, peļņa – Ls 190!

Savukārt opcijas pārdevējs, ja izpildīs šo kontraktu, zaudēs Ls 190 ($3,01 \times 1000 - 3,25 \times 1000$) – jau agrāk saņemtā komisijas nauda + Ls 50.

Investoram ir iespēja vienlaikus iegādāties opciju *call* un opciju *put* par vienām un tām pašām akcijām. Tādējādi opciju kontraktu risku praksē iespējams reducēt līdz nullei. Vērtspapīru tirgū izmanto arī krietni sarežģītākus darījumus.

Latvijas komercbankas un opcijas. Daudzas Latvijas bankas saviem klientiem piedāvā opciju līgumus. Īpatnība vienīgi ir tāda, ka opcijas nekotējas Rīgas Fondu biržā. Banka pilda opcijas pārdevēja lomu, bet bankas klients ir pircējs. Komisijas naudas maksā pārdevējs, tātad banka. Latvijas

¹ E. Vēciņš. Naudas lietas. Skaidrojošā vārdnīca. – R.: Zvaigzne, 1993. – 100. lpp.

² Бизнес & Балтия, 23.02.98.

komercbankas slēdz opcijas kontraktus galvenokārt par akcijām, kas figurē Rīgas Fondu biržas oficiālajā sarakstā. Komisijas nauda tiek noteikta katrā gadījumā individuāli.

Ja opcijas sāks kotēt biržās, veidosies tāda pati situācija kā ar akcijām. Īstenojot operācijas ar biržas starpniecību, pircējs un pārdevējs viens otru nezinās. Birža reģistrēs visus darījumus un būs opciju pircējs visiem pārdevējiem un pārdevējs viesiem šo atvasināto vērtspapīru pircējiem. Birža garantēs opciju piegādi saskaņā ar kontrakta termiņu. Opcija, kas kotējas biržā, kļūst plaši pieejama kā publisks vērtspapīrs. Opcijas darījumu likumdošanas mehānisms vēl nav izstrādāts.

25.3. Biržas dalībnieki

Biržas biedri. Fondu birža ir specifiska tipa akciju sabiedrība, kuras biedru sastāvs ir stingri ierobežots. Ikvienu akciju sabiedrība neatkarīgi no statūtfonda lieluma un aktīvas darbības biržā nav un nevar būt biržas biedrs.

Kas var iegūt biržas biedra statusu? *Pirmkārt*, brokeru sabiedrība. *Otrkārt*, banka, kas ir biržas akcionāre. Atsevišķā gadījumā biržas biedrs ir arī valsts ar savu ieguldījumu tiesu. Turklāt ir vairāki biržas biedra statusa piešķiršanas priekšnoteikumi. Brokeru sabiedrībām un bankām jābūt speciālai licencei, kas paver vārtus uz darbošanos vērtspapīru tirgū, obligāti jābūt Latvijas Centrālā depozitārija (LCD) dalībniecēm; jāpieder minimālam biržas akciju daudzumam. Bez tam biržas biedram, lai veiktu darījumus biržā, ir jābūt garantijas fonda dalībniekam. Biržas biedrs līdz ar to ir biržas akcionārs. Pastāv stingrs ierobežojums: tikai biržas biedram ir ekskluzīvas tiesības veikt darījumus biržā.

Biržas brokeri. Praktiski darījumus biržā veic brokeri. Biržas brokeris ir biržas biedra darbinieks, kuram biržas biedrs ir piešķīris tiesības darboties biržā. Brokeram jābeidz biržas mācību kurss, jānokārto brokera kvalifikācijas pārbaudījums, jāprot valsts valoda otrās (vidējās) pakāpes līmenī. Licence darbībai vērtspapīru tirgū ir brokera profesijas nosacījums. Brokers rakstiski apņemas izpildīt visas prasības, ko paredz biržas statūti, noteikumi, nolikumi, garantijas fonda noteikumi un ar tiem saistītie lēmumi.

Biržas šķīrējtiesa. Strīdi un domstarpības starp biržas biedriem, kas laiku palaikam gadās, prasa kvalificētus lēmumus, kam īsti ir taisnība. Šim nolūkam biržas biedri izveido speciālu šķīrējtiesu. Tās kompetencē ir izšķirt strīdus un domstarpības starp biržas biedriem, lemt par citām tiesiskām attiecībām, kas saistās ar biržas darījumiem. Lietu nevar nodot izskatīšanai tiesā, iekams to nav izskatījusi biržas šķīrējtiesa.

Šķīrējtiesas tiesneši. Katrs biržas biedrs ieceļ vienu šķīrējtiesnesi uz trim gadiem. Šāds īpaši ieceltais šķīrējtiesnesis var būt tikai fiziska persona, kurai ir licence darbībai ar vērtspapīriem.

Šķīrējtiesa pieņem savus lēmumus slēgtā sēdē ar balsu vairākumu balsošanas kārtībā. Attiecīgais spriedums ir galīgs un nepārsūdzams. Likumīgs ceļš, kā apiet šo nosacījumu, ir vienas puses rakstisks brīdinājums pirms šķīrējtiesas sēdes sākuma par iespējamo nodomu lietu turpmāk izskatīt tiesā. Šāds variants īstenosies tad, ja viena no pusēm būs ar šķīrējtiesas spriedumu neapmierināta, uzskatīs to par netaisnu. Minētais rakstiskais brīdinājums vērsties pie šķīrējtiesas tiesā ir preventīvs solis, piesardzīga rīcība, īpašs nodrošinājums.

Profesionālās ētikas kodekss. Brokers, apkalpojot klientus, tiek kārdināts pašam paralēli slēgt izdevīgus biržas darījumus savās interesēs. Šāda ekonomiska rīcība ir kategoriski aizliegta, tiek uzskatīta par profesionālās ētikas pārkāpumu. Šādai rīcībai brokeram jāsaņem speciāla atļauja.

Biržas darbinieks drīkst atvērt vērtspapīru kontu tikai vienā bankā vai brokeru sabiedrībā. Tas ir drošības līdzeklis pret manipulācijām, ko nepieļauj profesionālās ētikas kodekss. Izņēmumiem nepieciešama speciāla atļauja.

Biržas biedram, brokeram, šķīrējtiesas loceklim, it visiem biržas darbiniekiem jātur mēle aiz zobiem par to konfidenciālo informāciju, kas, pildot profesionālos pienākumus, nonāk viņu rīcībā. Atgādināsim, ka ekonomiskā, tehniski tehnoloģiskā informācija, tiešā tirgus informācija var būt komerciāls noslēpums, jo izmantojama konkurencē. Profesionālās ētikas kodekss prasa no biržas darbinieka noslēpumus neizpaust.

Konfidencialā un publiski izpaužamā informācija. Zināmas grūtības rada klasifikācija, kāda informācija ir slēgta, slēpjama, kāda izpaužama. Pieejā ir tāda: jebkura informācija, kuru biržas valde nav atzinusi par publiski izpaužamu, ir uzskatāma par konfidencialu, tātad slēgtu. Informācija, ko satur biržas biļeteni *a priori*, ir publiski pieejama informācija.

Lai izvairītos no interešu sakritības, kas it viegli var pāraugt korupcijā, profesionālās ētikas kodekss būtībā ierobežo tiesības biržas darbiniekiem amatu savienošanas kārtībā strādāt konsultatīvā darbā vai nodarboties ar uzņēmējdarbību. Kārtējo reizi nepieciešama speciāla atļauja. Problēma būtībā ir tā, ka darbinieks var vienu un to pašu informāciju izmantot divējādi, gan kā biržas darbinieks, gan kā konsultants vai uzņēmējs. Šāda informācijas divkārša izmantošana ir visai nevēlama, it sevišķi, ja tās pirmavots ir biržas darījumi.

Ētikas kodeksa galvenais bauslis. Īsi šo bausli var formulēt tā: pēc klienta uzdevumu pieņemšanas biržas biedram ir jānodrošina visu uzdevumu izpildīšanai nepieciešamo profesionālo darbību veikšana, un par to tas ir atbildīgs klientam un biržai. Tam pievienojas cita nozīmīga prasība: biržas biedrs uzņemas pilnu civiltiesisko atbildību par brokeru darbību biržā.¹ Ko darīt, ja klients izrādās maksātnespējīgs vai pieļauta tehniska kļūda? Profesionālās ētikas kodekss nepārprotami nosaka: nav tādu cēloņu, kas ļautu biržas biedram nepildīt pieņemto klienta uzdevumu.

Jaunumi. Pēdējos gados fondu biržu veidošanā un darbībā ieviesa jauninājumus: biržas kļuva atklātas, publiskas. Ikviens gribētājs varēja brīvi pirkt biržas akcijas un gūt it visas akciju īpašnieka tiesības. Likumsakarīgi, ka biržās sāka veidoties kontrolpakešu īpašnieki ar visām no tā izrietošām sekām.

RFB darbības īpatnības. Nav ko slēpt, RFB ir maza birža, ar neievērojamu apgrozījumu finansu tirgus nomalē. Interese par RFB pakāpeniski aug. Palielinās to banku un brokeru skaits, kam atļauts tirgoties Rīgas Fondu biržā. Tas liecina par klientu intereses pieaugumu. Vienlaikus arvien sazarotāki kļūst sakari ne tikai ar pārējām Baltijas valstu biržām, ciešākas saites (arī atkarība) ar citu valstu vērtspapīru tirgiem. Tāpēc likumsakarīgi, ka tika dibināts 13–30 indeksa fonds, kurā ietilpst 10 populārākās katras valsts uzņēmumu akcijas.² Ceļu uz RFB atrod arvien jaunas tehnoloģijas. Interneta informācijas izmantošana kļūst par obligātu ikdienišķu parādību.

Mūsu birža nav vientuļš finansu tirgus radījums, bet pietiekami precīzs ekonomikas spogulis. Šo sakarību var apsektot pēc viena saturīga pētījuma rezultātiem par RFB būtiskiem noteikumiem salīdzinājumā ar indeksa *Dow Jones RSE* virzību.

Kā uzskatāmi rāda 25.3. shēma, Latvijas vērtspapīru tirgus norises ir cieši saistītas ar politiskiem un ekonomiskiem notikumiem pasaulē. Pat pasaules hokeja čempionāts atstāj savu iespaidu uz biržas darbības aktivitāti.

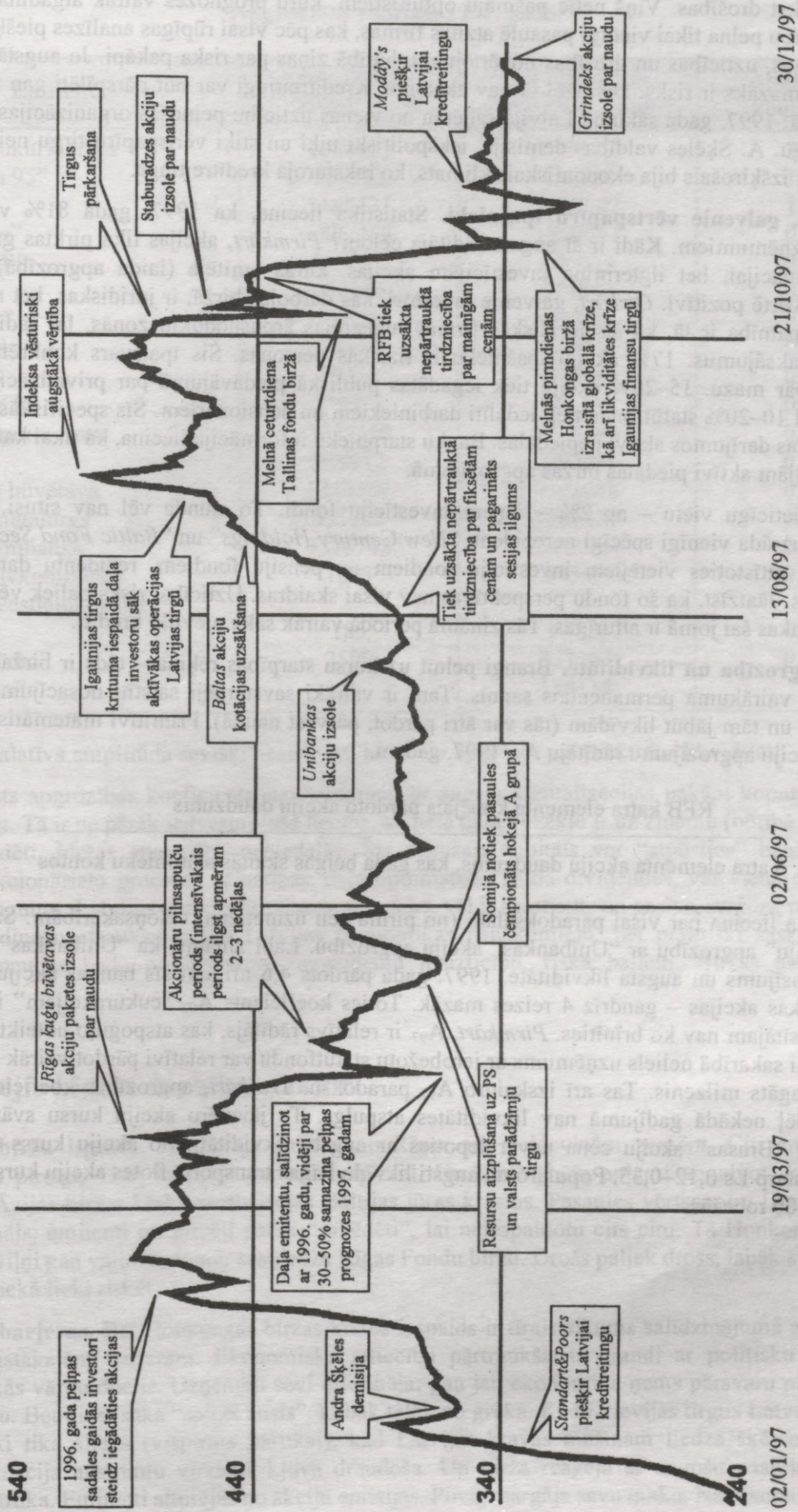
Viena no būtiskām īpatnībām ir tā, ka RFB darījumos galvenie dalībnieki darbojas tikai ar 10% vērtspapīru, kas atrodas brīvā publiskā apgrozījumā. Attiecības starp vērtspapīru īpašniekiem Latvijā ir šādas: 42,4% rezidentu, 57,6% nerezidentu.³

Uzņēmumu finansiālie rādītāji iespaido vērtspapīru tirgu. RFB ir jauna birža ar mazu pieredzi, bez noturīgām tradīcijām. Tai nepieciešams pamatīgs ieskrējienis, lai turpmāk strādātu fondu biržām raksturīgā ritmā. Pirmais gads, kad uzņēmumu finansiālie rādītāji sāka iespaidot biržas apgrozījumu, bija 1997. gads. Kas par to liecina? 1997. gadā kļuva zināma peļņas krišanās prognoze, salīdzinot ar 1996. gadu. Tirgus reakcija nelika ilgi gaidīt. Akciju īpašnieki bailēs no zaudējumiem sāka atstāt RFB un pārvest savus vērtspapīrus uz drošākiem vērtspapīru tirgus sektoriem. Gada beigās finansu informācija liecināja par normāliem uzņēmuma rezultātiem. Biržas reakcija izlīdzināja situāciju, investori savās ilgās pēc peļņas manāmi aktivizējās. Tas attiecas gan uz dividendu gaidām, gan uz spekulatīviem darījumiem. Secinājums nepārprotams: uzņēmējdarbības dinamika Latvijā rod savu atspoguļojumu biržas darbībā. Vienlaikus biržas darījumus sāk iespaidot citi faktori.

¹ Rīgas fondu biržas noteikumi. R., 1995, 4. lpp.

² Бизнес & Балтия, 2.03.1998.

³ Бизнес & Балтия, 2.03.1998.

RFB indekss *Dow Jones RSE* un svarīgākie 1997. gada notikumi

© Letta

Dienas Bizness, 1998., 29. IV.

Kreditreitinga loma. Risks kā Damokla zobens nemitīgi karājas virs biržas investora galvas. Investors alkst drošības. Viņš netic pašmāju optimistiem, kuru prognozes vairāk atgādina reklāmas klipus. Uzticību pelna tikai vienīgi pasaulē atzītas firmas, kas pēc visai rūpīgas analīzes piešķir valstīm kreditreitingus, uzticības un drošības novērtējumu, būtībā ziņas par riska pakāpi. Jo augstāks kreditreitinga, jo mazāks ir risks. Diemžēl tā nav aksioma. Kreditreitingi var būt pārspīlēti gan vienā, gan otrā virzienā. 1997. gada sākumā Latvija saņēma no vienas uzticību pelnošas organizācijas labvēlīgu kreditreitingu. A. Šķēles valdības demisija, iekšpolitiski niķi un stiķi vērtspapīru tirgu neiespaidoja. Investoriem izšķirošais bija ekonomiskais klimats, ko raksturoja kreditreitinga.

Uzņēmumi, galvenie vērtspapīru īpašnieki. Statistika liecina, ka 1997. gadā 81% vērtspapīru piederēja uzņēmumiem. Kādi ir šī augstā rādītāja cēloņi? *Pirmkārt*, akcijas tika pirktas galvenokārt nevis spekulācijai, bet ilgtermiņa investīcijām akcijās, kuras emitēja (laida apgrozībā) RFB. Šī parādība jāvērtē pozitīvi. *Otrkārt*, galvenie investori, kas darbojas biržā, ir juridiskas, bet ne fiziskas personas. Īpatnība ir tā, ka šīs juridiskās firmas reģistrējas ārpusnodokļu zonās, lai šādi mazinātu nodokļu maksājumus. 17% akciju īpašnieku ir fiziskās personas. Šis īpatsvars konkrētā situācijā atzīstams par mazu. 15–20% akciju tiek iegādātas publiskā piedāvājumā par privatizācijas sertifikātiem. Vēl 10–20% statūtfonda tiek iedalīti darbiniekiem un pensionāriem. Šis specifiskās izcelsmes akcijas biržas darījumos aktīvi nepiedalās. Banku starpnieku informācija liecina, ka tikai katra desmitā no šīm akcijām aktīvi piedalās biržas apgrozījumā.

Pavisam pieticīgu vietu – ap 2% – ieņem investīciju fondi. To stunda vēl nav sīsi. Aktivitāti pagaidām uzrāda vienīgi spēcīgi nerezidenti “*New Century Holdings*” un “*Baltic Fond Securities*”. Ir cerība, ka, attīstoties vietējiem investīciju fondiem un pensiju fondiem, rezidentu darbība biržā aktivizēsies. Jāatzīst, ka šo fondu perspektīvas nav visai skaidras. Uzticība, risks paliek vērā ņemami šķēršļi. Bankas šai jomā ir atturīgas. Tās zināmā periodā vairāk sāka pievilkt kredīti.

Akciju apgrozība un likviditāte. Brangi pelnīt uz kursu starpības rēķina – tāds ir biržas darījumu dalībnieku vairākuma permanentais sapnis. Tam ir vairāki savstarpēji saistīti nosacījumi. Akcijām jāapgrozās un tām jābūt likvidām (tās var ātri pārdot, pārvēst naudā). Primitīvi matemātiski aprēķini ļauj lēst akciju apgrozījumu rādītāju A_{97} 1997. gadam.

RFB katra elementa kopējais pārdoto akciju daudzums

$$A_{97} = \frac{\text{Katra elementa akciju daudzums, kas gada beigās skaitās starpnieku kontos}}{\text{Katra elementa akciju daudzums, kas gada beigās skaitās starpnieku kontos}}$$

25.1. tabula liecina par visai paradoksālām (no pirmā acu uzmetiena) cēloņsakarībām. Salīdzināsim “cukurakciju” apgrozību ar “Unibankas” akciju apgrozību. Labi zināms, ka “Unibankas” akcijām ir liels pieprasījums un augsta likviditāte. 1997. gadā pārdots 4,6 miljoni šīs bankas akciju. Jēkabpils cukurfabrikas akcijas – gandrīz 4 reizes mazāk. Toties koeficients A_{97} “cukurakcijām” ir 10 reizes lielāks. Lasītājam nav ko brīnīties. *Pirmkārt*, A_{97} ir relatīvs rādītājs, kas atspoguļo noteiktu attiecību. *Otrkārt*, šai sakarībā neliels uzņēmums ar ierobežotu statūtfondu var relatīvi pārdot vairāk akciju nekā akcijām bagāts milzenis. Tas arī izskaidro A_{97} paradoksus. *Treškārt*, apgrozības koeficients minēto apstākļu dēļ nekādā gadījumā nav likviditātes atspulgs. Te jāievēro akciju kursu svārstības. Tā, piemēram, “Brasas” akciju cena nevar lepoties ar augstu likviditāti. Šo akciju kurss 1997. gadā svārstījās starp Ls 0,12–0,35. Populāro un augsti likvīdo Rīgas transporta flotes akciju kurss svārstījās Ls 0,95–2,00 robežās.

Apgrozības rādītājs 1997. gadā¹

Emitents	Akciju skaits, pārdots RFB	Akciju skaits starpnieku kontos	Apgrozības koeficients
Jēkabpils cukurfabrika	1230425	609173	2,02
"Salacgrīva 95"	259185	189484	1,38
"Kaija"	1165431	1127007	1,03
"Staburadze"	1802460	1850667	0,97
Mangaļu KPP	386592	406023	0,88
"Lode"	504383	574640	0,88
"Rīgas alus"	44638	52756	0,81
Ogres MRS	38647	54919	0,70
Talsu MRS	59333	86946	0,68
Liepājas ZKR	119278	301424	0,62
Rīgas transporta flote	3035450	8573346	0,35
"Balta"	911912	2762676	0,35
Rīgas kuģu būvētava	1444669	4561238	0,32
"Liepājas metalurģs"	431282	1866256	0,23
"Latvijas Unibanka"	4598742	22960560	0,20
Sauriešu būv kombināts	1885	81593	0,02
Latvijas investīciju bankas obligācijas	185	10000	0,02
"Olaines kūdra"	2599	333763	0,01
"Poligrāfists"	0	150134	0

Svārstību relatīvā amplitūda sevišķi neatšķiras, ko nevar apgalvot par praktisko likviditāti.

Kādas valsts apgrozības koeficientu uzņēmumiem ar augstu kapitalizācijas pakāpi kopumā pozitīvi nevar vērtēt. Tā ir ne pārāk iedvesmojoša liecība, ka liela daļa līdzekļu ir uz zināmu (būtībā nezināmu) laiku iesaldēti, biržas apgrozībā nepiedalās. Šis mirušais kapitāls var "atpūties" banku kontos, sniedzot akcionāriem procentu kriptiņas, daļa optimistiski gaida dividendes, vēl viena daļa cer uz kursa pieaugumu. Latvijas vērtspapīru tirgus, *pirmkārt*, vēl ir neattīstīts un pasīvs, *otrkārt*, presē lasām lērumu cildinošu atsauksmju par Latvijas ekonomikas panākumiem, bet praktiski saskaramies ar rezidentu naudas badu un investoru nerezidentu neuzticību, riska bailēm. Biržas aktivitāti tas neveicina.

25.4. Ārējie biržas darbības faktori

Ārzemju biržu ispaids. Honkonga atrodas no Rīgas aiz trejdeviņām zemēm. Citi emitenti, citi vērtspapīru pircēji, visai atšķirīgi darījumu apjomi. Un tomēr būtu aplami apgalvot, ka Dienvidaustrumu Āzijas biržas krahs neatbalsojas Baltijas jūras krastos. Pasaules vērtspapīru tirgus ir pārāk internacionāls, emitenti un pircēji pārāk "saķēdēti", lai neiespaidotu cits citu. Tā Honkongas biržas "cunami" viļņi gan vājināti, tomēr sasniedza Rīgas Fondu biržu. Drošs paliek drošs, labāk atturēties no darījuma, nekā lieki riskēt.

Krievijas barjeras. Bet Honkongas biržas krīzes ispaids ir tīrais sākums salīdzinājumā ar Krievijas arvien augstākajām barjerām. Ekonomisko attiecību pārtraukšanas draudi ar politisku zemtekstu sākumā likās vārdu duelis. Uzņēmēji sevi mierināja: gan jau ekonomika ņems pārsvaru pār politisko demagoģiju. Bet birža sāka "spicēt ausis". Labāk tālāk no grēka. Kad Krievijas tirgus Latvijas precēm pakāpeniski tika slēgts (vispirms pārtikai), kad Latvijas kravas mašīnām liedza šķērsot Krievijas robežu, situācija austrumu virzienā kļuva draudoša. Un birža reaģēja ar augošu pasivitāti. Biržas darījumi saruka. Emitenti atturējās no akciju emisijas. Pircēji sargāja savu maku. Nav pamata runāt par

¹ Бизнес & Балтия, 2.03.1998.

RFB krīzi. Krievijas īpatsvars Latvijas eksportā nepārsniedza 16%. Bet eksporta, investīciju pārorientēšana prasa laiku, panākumus konkurencē, izkoptas uzņēmējspējas. Aizsprosts uz Krieviju nebija vienīgais cēlonis, kas ierobežoja RFB darbību aktivitāti. Bija vēstneši, kas brīdināja par vispasaules fondu biržas aptverošas krīzes sākumu.

Jaunākā informācija neko labu nesola. Pasaules masu informācijas līdzekļi kopš 1998. gada 1. oktobra sniedz trauksmes pilnas ziņas, ka Eiropas akciju tirgos vērojama akciju cenu lejupslīde. Izskaidrojums – reakcija uz tiem nelabvēlīgajiem procesiem, kas aptvēruši starptautisko banku sistēmu jeb banku sistēmas krīzes neizbēgamās sekas. Melnajā oktobra pirmajā ceturtdienā akcijas sasniedza zemāko līmeni kopš 1997. gada decembra. Daži nobijušies analītiķi sāka meklēt analogiju starp 1998. gada oktobri un 1929. gada lielās depresijas vēstnešiem.

Pagaidām nemītīgā informācijas plūsma nesa aizvien jaunas un jaunas ziņas par akciju kursu krišanos visās pasaules biržās. Zīmīgi ir arī satraucošie virsraksti: “Eiropas biržas straujš kritums”. Tas aptvēra arī ASV un Japānas biržas, turklāt vienam otram uzņēmējam neiztur nervi un klaji tiek vēstīts par nopietnām bažām, ka Āzijas, Latīņamerikas un pēdējo nedēļu Krievijas krīzes kritumu neizdosies apturēt. Secinājums bija visai pesimistisks: pieprasījuma spēja krišanās aptvers visu pasauli.

Biržu informācijas patiešām vedina uz drūmām prognozēm. Vērtspapīru tirgus centri septembra nogalē un oktobra pirmajās dienās pildīja masu medijus ar negatīvu informāciju. Šausmīgi lasīt, ka Frankfurtes birža Vācijā, kas vienmēr lepni darbojās kā horoskops, kam var droši ticēt, likvidāko akciju indekss DAX30 kritās nevis par nieka skaitli, bet par 5,13 procentiem. Šis kritiens pārkāpa psiholoģiski bīstamu robežu zem 4000 punktiem, sasniedzot tikai 3884,53 punktus. No Francijas vēstis arī bija pietiekami drūmas – akciju cena 2. oktobra rītā saruka par vairāk nekā 5 procentiem. Stabilitātes parauga Šveices tirgus indekss kritās vēl par punktu zemāk – 6 procenti. Drošāk bija Itālijā – akciju vidējā cena saruka par 1,66 procentiem. Vairākās biržās visos kontinentos, ieskaitot Ameriku, tika uzstādīti akciju krišanās rekordi 1998. gadā. Visus “pārtrumpoja” Japāna. Tokijas biržas “Nikkei” indekss izrādījās viszemākais pēdējos 12 gados.

1998. g. 1. oktobra upurjēri bija banku akcijas. Kopumā nestabilā situācijā tās nespēja pretoties pazemināšanas tendencei. Līdz tam nebija nekādu šaubu, ka visvarenāko banku akcijas ir vislikvidākās. Rudens pirmā mēneša sākums šādā uzskatā ieviesa savas praktiskās korekcijas. Eksperti, kvalificēti prognozētāji sāka paust viedokli, ka pat vislikvidāko dižbanku akcijas sāk just deguma smaku. Tāda vadošā Eiropas banka kā “Dresdener Bank” jau zaudējusi 8 procentus no savu akciju kursa, vēl vairāk “Commerzbank” – 10 procentus. Anglijas lepnums “Barclays” bankas akcijas it viegli noslīdēja par 7,2%, slavenais “Loyds” – gandrīz par 9%, “National Westminster Bank” akcijas kļuva vieglākas par 7,9%. Līdzīga rakstura maziepriecinošas ziņas nāca praktiski no it visām banku pasaules. Kāds ir šo visai nepatīkamo parādību cēlonis, kas vēl savijas ar ASV dolāra un Lielbritānijas mārciņas kursu krišanos, it sevišķi pret Vācijas marku?

Pēc ASV finansu ministra viedokļa, vainīgas bija jo daudzas Rietumu bankas, kas mēģināja cita citu apdzīt peļņas gūšanas sacīkstēs, plaši īstenoja ieguldījumus vārgos vērtspapīru tirgos, aizmirstot reāla riska briesmas. Tagad nāca bīstama atmaksa par ekonomisko vieglprātību: **1998. gads nav 1929. gads.** Bailēm lielas acis. Pēc gadu desmitiem ilgās mierīgās augšupejas pēkšņa nonākšana, bokseru valodā runājot, nokdaunam tuvā situācijā rosināja pārdomas, ka notikumu attīstībā nākamais trieciens jau nozīmēs nokautu, no kura mokoši ilgi būs jāatkopjas. Reanimācija nav vispatīkamākais ārstēšanas veids. Vai pārbiedētie bankieri, brokeri, prognozētāji un eksperti līdz ar daudzšķautņainu uzņēmēju raibo saimi nepārspīlēja? Totāli negudri ir attēlot mūsdienu pasaules ekonomiku kā tukšu mucu, kas veļas uz leju pa stāvu kalna nogāzi, lai beidzot sašķīstu lupatu lēveros. 1998. gadā situācija nebija tik traka kā lielās depresijas laikā no 1929. līdz 1933. gadam. 1998. gadā lielā krājumā bija drošas glābšanas sistēmas. *Pirmkārt*, daudz tehniski tehnoloģisku jaunumu gaidīja savu kārtu un tā bija efektīva ekonomiskā bremze, lai apturētu ekonomikas tālāko lejupslīdi. *Otrkārt*, daudzi pamatkapitāla elementi, ražošanas infrastruktūra kompleksi alka pēc atjaunošanas; tas ievadīja ķēdes reakciju, kas ražošanu un pakalpojumus vērta plašumā. *Treškārt*, bankām bija lielas investīcijas un kredītu rezerves. Tikai jābūt modriem, minimizējot riska pakāpi. *Ceturtkārt*, bija uzkrāta pozitīva pieredze anticikliskā regulēšanā. *Piektkārt*, iedzīvotāju sociālā drošība bija pietiekami attīstīta un daļēji spēja darboties kā dzīves līmeņa krišanās amortizators. *Sestkārt*, daudzu cilvēku personiskie uzkrājumi, sasniegtais dzīves līmenis un kvalitāte deva zināmu atelpu sociālā kraha draudiem un līdz ar to laiku tirgus mehānisma sakārtošanai. Nepārprotami negatīvs faktors ir lielais bezdarbs, daudzie imigranti un bēgļi. No iepriekš teiktā izriet vairāki secinājumi: 1929.–1933. gada lielā depresija neatkārtosies;

visneizdevīgākā stāvoklī ir mazas, nesen neatkarību ieguvušas valstis ar ierobežotām eksporta iespējām un šauru vietējo tirgu, kur ārzemju importētāji sekmīgi iekarojuši daudzus tirgus sektorus, izstumjot pašmāju ražotājus. Vispasaules biržas krīzes pārvarēšana nenotika pēc līdakas pavēles un prasīja zināmu laiku, kas palēnināja Latvijas augšupejas tempus. Investīciju samazināšana, emitentu aktivitātes ierobežošana bremzēja multiplikatora un akselelatora iedarbību, padarīja par nereālām iepriekšējo gadu iepriecinošās prognozes.

Baltijas tirgus kā vienots veselums. Ār pasaule bieži uztver trīs Baltijas valstis nevis kā autonomas ekonomiskas vienības, bet kā vienotu tirgu. Tas attiecas arī uz vērtspapīru, tajā skaitā akciju pārdošanas telpu. To apliecina labi zināma realitāte, ka Igaunijas bankas labprāt darbojas Latvijā, pērk Latvijas bankas, pārņem savās rokās šo banku kontrolpaketi. Latvijas tirgū aktīvi ienāk akcijas no Igaunijas. Tas rada priekšstatu par Baltijas vienotu vērtspapīru tirgu.

Neekonomisku faktoru iedarbība. Brokeri, akciju emitenti un spekulanti ir tikai cilvēki, kam nekas cilvēcisks nav svešs. ASV prezidenta Bila Klintona mīlas dēkas nevar atstāt vienaldzīgus šīs valsts pilsoņus un darbojas kā motivācija vienai vai otrai ekonomiskai uzvedībai. 25.3. shēmā redzam to iespaidu, ko atstāj uz biržu hokeja fani. Cilvēki dodas ceļojumā, mēģina kādu laiku atpūsties no uzņēmējdarbības, aizrauties ar sporta sacensībām, atstājot novārtā biržas spēli. Biržu rādītājos tas atspoguļojas. Arī 1998. gada pasaules čempionātam futbolā bija līdzīga reakcija. Ja būtu pieejama precīza informācija, interesants kursu darbu temats būtu "Sports un birža".

25.5. Internets un birža

Internets un informācijas operativitāte. Kad Londonā pienāca ziņa par Napoleona sakāvi pie Vaterlo, biržā notika vesels apvērsums. Informācijas ceļš bija ilgu ilga. Feldjēgeri joņoja ar zirgiem. Kuģis, lēni kuldams ūdeni, šķērsoja Lamanšu. Un tad atkal zirgi, kas slapjām mugurām, nemitīgi ar pātagu uzmundrināti, ar pēdējiem spēkiem sasniedza Lielbritānijas galvaspilsētu. Šodien vēlamo un vēsturisko vai ekonomisko informāciju var saņemt sekunžu laikā. Zemes mākslīgie pavadoņi, datori ar saviem ekrāniem, citas sakaru sistēmas atļauj gandrīz kļūt par notikumu aculiecinieku. Tas nav nekāds brīnumu spogulis – vienkārši modernās tehnikas sasniegums – INTERNETS.

Informācijas daudzpusība un bagātība. Tevi interesē kārtējie notikumi RFB – lūdzu, *please*, Internets tev šo informāciju nekavējoties sniegs, turklāt reālā laikā sadaļā *Fixed Price Market* (centrālais tirgus un nepārtrauktā tirdzniecība par fiksētām cenām) un *Variable Price Market* (nepārtrauktā tirdzniecība par mainīgām cenām). Interneta informācija ir kā biržas rentgens. Tu gribi redzēt it visas akcijas, citus vērtspapīrus, kuri kotējas oficiālajā sarakstā? Lūdzu! Informācija ir tavā rīcībā. Internets informē bez jebkādam pūlēm arī par otro un brīvo sarakstu. Informācija ir par piedāvāto un pieprasīto konkrēto akciju skaitu. Tāpat var brīvi uzzināt augstāko cenu, par kuru investori ir ar mieru pirkt, un zemāko cenu, par kuru akciju īpašnieks ir gatavs tās pārdot otrreizējā tirgū. Gribi uzzināt biržas kotētās cenas? Internets pēc pirmā pieprasījuma sniegs zibensātrumā arī šo informāciju.

Internets un biržas darījumi. Internets nebūt nav domāts ziņkārības apmierināšanai. Interneta informācija kalpo biržas darījumu slēgšanai. Esi ieraudzījis kādā tālā biržā izdevīgu informāciju "bullim" vai "lācim". Pietiek sazināties ar brokeru vai banku un dot komandu sākt šo akciju pirkšanu vai pārdošanu. Sakaru sistēma atļauj šādu pasūtījumu vai komandu īstenot rekordīsā dažu sekunžu laikā.

Internets ar savu informācijas plašo klāstu spēj apmierināt praktiski visas klienta vēlmes. Piemēram, kāds sapņo saņemt vispusīgu informāciju par uzņēmumu, kas kotējas biržās. Internets nekavējoties pārvērtīs sapni īstenībā, turklāt ne tikai angļu, bet arī latviešu mēlē. Uzņēmuma ekonomiskais raksturojums kā uz delnas būs lasāms uz displeja.

Informācijas atjaunošana. Internetā RFB mājas lappusi apkalpo īpaša meklēšanas programma. Tā palīdzēs atrast ziņas par biržā kotējamiem uzņēmumiem vai arī uzņēmumu grupām. Internets sniedz biržas oficiālo informāciju par noteiktu problēmu. Visai ērti ir tas, ka šī informācija nemitīgi tiek papildināta, mērķtiecīgi atjaunota.

Informācijas paplašināšanās. Pēc klienta vēlmes var pāriet no RFB mājas lappusēm uz papildu informāciju par Latvijas Centrālo depozitāriju, Latvijas Privatizācijas aģentūru, Latvijas attīstības aģentūru. Jebkurā nakts un dienas stundā var uzzināt, kādi vērtspapīri un cik ir reģistrēti depozitārijā, kādi notikumi saistīti ar šiem vērtspapīriem, kāda ir to apgrozība. Ar vienu vārdu sakot, Centrālā depozitārija plaša informācija visā pilnībā atrodama un kļūst pieejama ar Interneta palīdzību.

Informācija no kaimiņvalstīm. Internetā atrodamā informācija nav ģeogrāfiski ierobežota. Tallinas fondu biržas informācija ir gandrīz (ar dažiem izņēmumiem) tikpat bagātīga kā informācija par RFB. Ieskats ir arī Lietuvas Nacionālās vērtspapīru biržas informācijā. Diemžēl informācija no mūsu dienvidu kaimiņiem ir mazāk pilnīga. Uzņēmējiem ir ērti iepazīties ar Baltijas valstu likumdošanas aktiem biržas darbības jomā, citiem nepieciešamiem tiesiskiem materiāliem. Vai nav patīkami biržas mājas lapaspusē precīzi uzzināt, kad un kur notiks akcionāru pilnsapulces ar pieteikto darba kārtību.

Dators, kas pieslēgts Internetam, ir sava mājas statistikas pārvalde. Informācija par biržas darbību te ir krietni plašāka, nekā ierindas bankas klerks vai brokers, tērējot ne mazums laika, var saņemt attiecīgās institūcijās, brīžiem vēl cīnoties par birokrātisku atļauju piekļūšanai vajadzīgajai informācijai, kas nebūt nav slepena.

25.6. Biržā kotējamie vērtspapīri

Kādi darījumi varētu būt biržas darījumu priekšmeti?

Biržā tiek veikti darījumi tikai ar tādiem vērtspapīriem, kas var būt par publiskā darījuma objektu.

Pirmkārt, akcijas un ar tām saistītās tiesības, kā arī citi vērtspapīri, kas apliecina līdzdalību statūt-sabiedrībā.

Otrkārt, obligācijas un citi atbilstoši prasījuma vērtspapīri atsevišķi vai kopā ar citām saistībām vai tiesībām.

Treškārt, ieguldījumu sabiedrību ieguldījumu apliecības.

Ceturtkārt, noguldījumu sertifikāti.

Piektkārt, ķīlu zīmes.

Sestkārt, vekseli.

Septītkārt, no privatizācijas sertifikātiem atvasināti vērtspapīri.

Astotkārt, vērtspapīru tiesības un no tām atvasinātie vērtspapīri.

Vērtspapīru sarakstos var iekļaut kā Latvijas, tā arī ārvalstu vērtspapīrus. Tā notiek biržu darbības internacionalizācija. Formāla prasība ir arī tā, ka vērtspapīru sarakstos var iekļaut tikai tos vērtspapīrus un tiesības, kas iegrāmatoti Latvijas Centrālajā depozitārijā.¹

Vērtspapīru saraksti un klasifikācija. Biržas biļetenā, Interneta informācijā, "Dienas Biznesa" vērtspapīru lapaspusē vērtspapīri ir speciāli klasificēti un iedalīti vairākos sarakstos.

Lai vērtspapīru iekļautu **oficiālajā sarakstā**, biržā jāiesniedz pamatīga dokumentu kaudze, piemēram, Valsts vērtspapīru tirgus komitejas vērtspapīru emisijas apliecība, savi statūti un reģistrācijas apliecība, zvērināto revidentu vai Latvijas auditsabiedrības apstiprināts divu gadu darbības pārskats, emisijas prospekts vai memorands.

Otrajā sarakstā var iekļaut publiskajā apgrozībā laistās emisijas, ja iesniegti nepieciešami dokumenti un ir oficiāla atļauja par laidiena publisko apgrozību.

Trešajā sarakstā, ko sauc par **brīvo sarakstu**, nepieciešamo dokumentu un obligāto atskaišu skaits jau ir krietni mazāks. Vērtspapīru emisijas brīvības pakāpe ir lielāka.

Būtībā šīs klasifikācijas uzdevums ir brīdināt biržas klientus par riska pakāpi, veicot darījumus ar konkrētiem vērtspapīriem.

¹ Biržas biļetens Nr. 1, 1995. g. 20. jūlijs, 4. lpp.

Latvijas vērtspapīru tirgus 2000. gada 27. jūnijā¹

Latvijas akciju tirgus kapitalizācija: Ls 347,65 miljoni
 Kopējais Latvijas tirgus apgrozījums: Ls 1 942 614,77
 Tikai LCD reģistrēto vērtspapīru apgrozījums: Ls 00,0

RFB iekļauto akciju kapitalizācija: Ls 277,92 miljoni
 Biržas akciju tirgus apgrozījums: Ls 468 174,77
 Parāda vērtspapīru apgrozījums: Ls 1 895 800

Nosaukums	Uzdevumu izpilde tirdzniecības sistēmā							Tiešie un LCD darījumi		Kopējais tirgto akciju skaits	Kopējais apgro- zījums, Ls	
	Pēdējā vid. cena, Ls	Cenas izmaiņa, %	Pēdējā cena, Ls	Augstākā cena, Ls	Zemākā cena, Ls	Tirgto akciju skaits	Apgrozījums, Ls	Tirgto akciju skaits	Apgro- zījums, Ls			
Oficiālais saraksts												
Balta	3,00	-	3,00	3,00	3,00	282	846,00	-	-	282	846,00	
Latvijas gāze	2,13	-0,93	2,16	2,16	2,11	79	167,99	94	206,80	173	374,79	
Rēzeknes PKK	0,08	-	-	-	-	-	-	24275	1 942,00	24275	1 942,00	
Rīgas KB	0,18	-	0,18	0,18	0,18	400	72,00	-	-	400	72,00	
Rīgas TF	0,11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Staburadze	0,66	-5,71	0,65	0,70	0,65	141	92,90	-	-	141	92,90	
Unibanka	1,52	-0,65	1,50	1,53	1,50	400	609,00	-	-	400	609,00	
Ventspils nafta	0,85	4,94	0,75	0,87	0,75	6043	5 111,65	-	-	6043	5 111,65	
Otrais saraksts												
Daugavpils PR	0,13	-	0,13	0,13	0,13	243	31,59	-	-	243	31,59	
Grindeks	0,50	-	-	-	-	-	-	37000	19 336,20	37000	19 336,20	
Gutta	0,16	-	0,16	0,16	0,16	1000	160,00	-	-	1000	160,00	
Jūras medicīna	0,16	-	0,16	0,16	0,16	935	149,60	-	-	935	149,60	
Kaija	0,12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Kvadraprint	0,08	-	-	-	-	-	-	2101	168,08	2101	168,08	
Latvijas balzams	0,33	-5,71	0,33	0,33	0,33	22	7,26	-	-	22	7,26	
Liepājas metalurģs	0,31	-6,06	0,30	0,31	0,30	3000	925,00	-	-	3000	925,00	
Lode	0,44	-6,38	0,44	0,44	0,44	2000	880,00	-	-	2000	880,00	
Misas KF	0,35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Natūra	0,05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Olainfarm	0,13	-	-	-	-	-	-	57000	8.019,90	57000	8 019,90	
Valmieras SŠ	0,40	11,11	0,38	0,41	0,38	5000	1 975,00	-	-	5000	1 975,00	

¹ Dienas Bizness, 28.06.2000.

25.2. tabulas turpinājums

Brīvais saraksts (RFB centrālā tirgus, tiešie un LCD darījumi)

Nosaukums	Pēdējā cena, Ls	Cenas izmaiņas, %	Tirgots akciju skaits	Apgro- zījums, Ls
Baloži	0,29	-	-	-
Būvmehānizācija	0,11	-	-	-
Daugavpils MRS	0,10	-	-	-
Firma UBAK	0,05	-	-	-
Grobiņa	0,01	-	-	-
Jelgavas BK	0,11	-	-	-
Kinostudija	-	-	-	-
Kokneses MRS	0,15	-	-	-
Kurzemes A1	1,21	-	-	-
Latvijas tilti	0,80	14,29	1	0,80
Liepājas EER	-	-	-	-
Mangaļu KRR	0,20	-	-	-
Metālserviss	0,13	-	-	-
Ogre	0,10	-	-	-
Olaines kūdra	0,04	-	-	-
Ostas elevators	-	-	-	-
Paraugtipogrāf.	0,30	-	-	-
Poligrāfists	0,08	-	-	-
Rīgas JIR	0,02	-	-	-
Rīgas AR	0,04	-	-	-
Rīgas FF	0,15	-	-	-
Rīgas raugs	0,48	-	-	-
Rota	0,09	-	-	-
RRR	-	-	-	-
Salacgrīva 95	0,15	-	-	-
Saldus MR	0,23	-	-	-
Saldus NB	0,01	-	-	-
Siguldas CMAS	-	-	-	-
Solo-Rīga	0,03	-	-	-
Strenču MRS	0,47	-	-	-
Stružānu KF	0,11	-	-	-
Talsu MR	0,02	-	-	-
Tukuma GPS	0,91	-	-	-
Tukuma MRS	0,05	-	-	-
Veikals "Centrs"	0,24	-	-	-
Veldze	0,08	-	-	-
Ventspils ZKK	0,12	-	-	-
Viesnīca "Latvija"	0,41	-	-	-
Zoovetapgāde	-	-	-	-

RFB tirdzniecības sesijas rezultātos emitentu vērtspapīri bez dotām pēdējām vidējām cenām atrodas pirmajā vai speciālajā kotēšanā.

25.2. tabulas turpinājums

Vidēja termiņa parāda vērtspapīri 27.06.2000.

Nosaukums	Dzēšanas datums	Kupona likme, %	Pieprasījums		Piedāvājums		Apgrozījums, Ls
			cena, %	ienes, %	cena, %	ienes, %	
Valsts obligāc. 2G	25.10.2001.	12,25	107,80	6,00	109,13	5,00	44 000,00
Valsts obligāc. 2G	08.05.2002.	6,25	99,90	6,30	101,65	5,30	-
Valsts obligāc. 3G	28.01.2003.	9,25	106,18	6,60	108,64	5,60	600 000,00
Valsts obligāc. 5G	24.03.2005.	9,12	104,34	8,00	108,42	7,00	25 000,00
LHZB ķīlu zīme AE	15.08.2003.	8,00	98,90	8,40	100,20	7,92	-
LHZB ķīlu zīme AC	15.02.2002.	8,50	100,00	8,48	103,01	6,50	-
LHZB ķīlu zīme AF	15.02.2005.	8,50	99,79	8,55	100,63	8,32	-

Veicot darījumus ar obligācijām, jāņem vērā konkrētā vērtspapīra uzkrātais ienākums. Sīkāku informāciju par tā lielumu varat saņemt jūsu izvēlētajā bankā vai brokeru sabiedrībā.

Indekss Dow Jones RS

27.06.2000	105,94	-3,63%
26.06.2000	109,93	+2,41%
22.06.2000	107,35	-1,86%
21.06.2000	109,38	+0,19%

Indekss Rietumu

27.06.2000.	56,54	+0,45%
26.06.2000.	56,29	-2,53%
22.06.2000.	57,75	-0,43%
21.06.2000.	58,00	-0,05%

Īpaši nosacījumi par obligācijām. Vērtspapīru attiecīgajā sarakstā iekļaujamās arī obligācijas. Tas iespējams, ievērojot īpašus nosacījumus. *Pirmkārt*, ir noteikts minimālā laidiena apjoms. *Otrkārt*, ja rodas šaubas par emitenta spēju savlaicīgi maksāt procentus, atdot parādu, biržas valde var pieprasīt, lai emitents papildus nodrošina savas saistības. Nepieciešams drošs, maksāspējīgs garants.¹

Ilustrācijai 25.2. tabulā parādīts kāds reāls biržas saraksts.

Stāvoklis RFB. 25.2. tabula ir kā momentuzņēmums, kas fiksē reālo stāvokli Rīgas fondu biržā 2000. gada 27. jūnijā. Analīze ilgākam laika posmam līdzinātos kaleidoskopam ar nemitīgām kursu izmaiņām konkrētām akcijām. Kādi ir svarīgākie notikumi vērtspapīru tirgū 2000. gada jūnija beigās? “Dienas Biznesa” slejās 28. jūnijā atrodam Aināra Sedlinieka analīzi. *Pirmkārt*, vislielāko akciju pirkumu pieteikusi Vācijas *Norddeutsche Landesbank*, jo “Pirmās bankas” stratēģiskā investore, pildot likumu par vērtspapīriem, izteikusi priekšlikumu citiem bankas akcionāriem atpirkt viņiem piederošās akcijas. *Nord/LB* piedāvā atpirkt B kategorijas priekšrocību akcijas par Ls 0,028741 par akciju, B kategorijas priekšrocību akcijas par Ls 0,028741 par akciju un A kategorijas parastās akcijas par Ls 0,015 par akciju. Šo akciju atpirkšana bija spēkā līdz 2000. gada 25. jūlijam. *Nord/LB* savā īpašumā ieguva 90,66% balsstiesīgo “Pirmās bankas” akciju un 71,91% no kopējā apmaksātā pamatkapitāla. Savas akcijas jau pārdevuši “Pirmās bankas” lielākie akcionāri Latvijas Bankas bezpeļņas organizācija SIA “Rīgas komercbankas rehabilitācijas aģentūra”, Latvijas valdība, Eiropas Rekonstrukcijas un attīstības banka, “*Vista Capital Corporation LLC/Development Capital Corporation*”, “*Swedfund Financial Markets AB*”, “*Orchard Finance Limited*”, kā arī “*Fuji*” sindikāta bankas un “*Schleswig-Holstein*” sindikāta bankas.

Otrkārt, tā ir jau pieminētā līguma fiksētā sadarbība starp Latvijas un Lietuvas centrālajiem depozitārijiem. Latvijā izlaistos vērtspapīrus būs iespējams glabāt vērtspapīru īpašnieka kontā pie Lietuvas CVD dalībniekiem – finansu starpniekiem, savukārt Lietuvas vērtspapīrus Latvijas investori varēs glabāt savos vērtspapīru kontos pie LCD dalībniekiem. Lietuvas un Latvijas depozitāriju sadarbība tiks balstīta uz principiem, ko akceptējusi Eiropas Centrālo vērtspapīru depozitāriju asociācija. Latvijas Centrālais depozitārijs jau sadarbojas ar Igauniju, perspektīvā tiek likti pamati vienotam Baltijas vērtspapīru tirgum, kad akcijas var glabāties ikvienā no trim valstīm.

Treškārt, Latvijā pašlaik vislielāko interesi modina “Latvijas gāzes” akcijas.

Latvijas Centrālais depozitārijs sagatavojis AS “Latvijas gāze” lielāko akcionāru sarakstu. Kopējo uzņēmuma akciju kapitālu veido 39 900 000 akcijas. LCD iegrāmatotas un publiskajā apgrozībā atrodas 21 342 112 akcijas. No tām uz akcionāru sapulci bija nobloķētas 19 539 775 akcijas. No šī apjoma SIA “*Itera-Latvija*” bija bloķējusi 8 555 408 akcijas, “*Ruhrigas Energie Beteiligungs AG*” – 5 837 367 akcijas, “*Preussenelektra AG*” – 3 891 578 akcijas, “*Fortum gas and oil OY*” – 789 990 akcijas. Pārējie akcionāri bija bloķējuši 464 432 akcijas, taču nevienam no tiem nepieder vairāk par 0,5%.

Slēgti emitētas 18 555 388 “Latvijas gāzes” akcijas. No tām 3 893 908 pieder Latvijas Republikai, ko pārstāv Privatizācijas aģentūra, 2 914 296 – “*Preussenelektra AG*”, 7 285 740 – “*Gazprom*”, 4 371 444 – “*Ruhrigas Energie Beteiligungs AG*”.

Kāds ir stāvoklis pasaules vērtspapīru tirgū? To rāda 25.3. tabula.

¹ Dienas Bizness, 29. 06. 2000.

25.3. tabula

Pasaules indeksi 27.06.2000.

Birža	Indekss	Cena	Izmaiņas
Ņujorka	DJIA	10602*	0,56
	NASDAQ	3905,44*	-0,17
Londona	FTSE	6383,7*	-0,34
Frankfurte	DAX 30	7055,14*	0,40
Parīze	CAC 40	6582,4*	-0,06
Cīrihe	SMI	7691,8*	0,07
Stokholma	SX-GX	5713,11*	-1,21
Helsinki	HEX	15900,1*	-2,97
Honkonga	Hang Seng	16155,8	1,11
Tokija	Nikkei 225	17279,1	2,09
Buenosaires	MerVal	475,16*	1,27
Varšava	WIG	19944,5	1,81
Budapešta	BUX	8681,63	0,30
Prāga	PX 50	540,8	1,41
Maskava	RTS-1	172,68	-4,11

Atšķirīgu ainu rāda lokāli indeksi.

25.4. tabula

Indekss B30

22.06.2000.	53,63	+2,13%
21.06.2000.	52,51	-1,20%
20.06.2000.	53,15	-1,15%
19.06.2000.	53,77	-1,63%

Baltijas indekss

27.06.2000.	106,24	-0,66%
26.06.2000.	106,88	+1,25%
22.06.2000.	105,56	-0,60%
21.06.2000.	106,20	+0,46%

25.5. tabula

Indekss TALSE

27.06.2000.	134,42	-0,46%
26.06.2000.	135,04	-0,25%
22.06.2000.	135,39	+1,40%
21.06.2000.	133,52	-0,90%

Indekss Litin

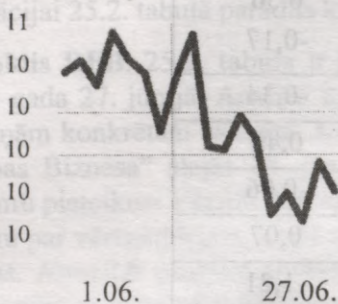
27.06.2000.	489,34	+5,70%
26.06.2000.	462,93	-3,10%
23.06.2000.	477,75	-2,17%
22.06.2000.	488,36	-1,56%

* Plkst. 17.00 pēc Latvijas laika.

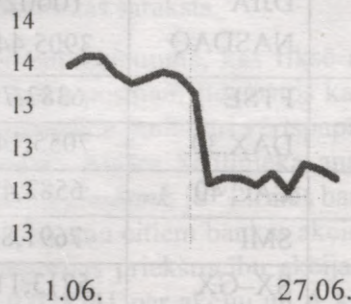
Indeksi sagatavoti sadarbībā ar "Unibanku".

Reljefi šī brīža situāciju vērtspapīru tirgū, izmantojot dažādus indeksus, rāda tendences diagrammās. Tās ir tikai ilustrācijas akciju kursu izmaiņas procesiem. Nav izslēgts, ka brīdī, kad lasītājs iepazīsies ar vērtspapīru problemātiku, aina būs pavisam citāda.

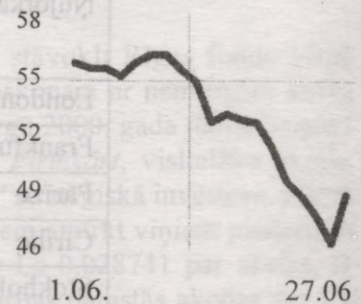
Baltijas indekss



Indekss Talse



Indekss Litin



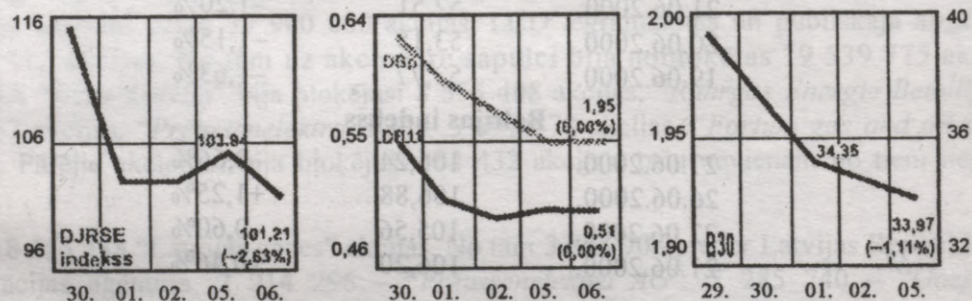
25.7. Garantijas fonds

Biržas darījuma drošībai, riska ierobežošanai tiek veidots speciāls garantijas fonds.

Garantijas fonda dalībnieki. Minētais fonds ir biržas institūcija un par Garantijas fonda dalībnieku bez izņēmuma var būt tikai biržas biedri. Šie biedri ir "piekalti" pie Garantijas fonda ar naudas ķēdi. Ja gribi būt fonda dalībnieks, vajadzības gadījumā vēlies saņemt no fonda palīdzību, esi tik mīļš un veic fondā divējādas iemaksas: *pirmkārt*, fiksēto iemaksu (būtībā iestāšanās naudu); *otrkārt*, mainīgos maksājumus, kuru lielumu regulē veiktie biržas darījumu apjomi. Katram biržas biedram, kas vienlaikus arī pieteicies par Garantijas fonda dalībnieku, veiktos paredzētos maksājumus Garantijas fondā uzskaita atsevišķā apakškontā.

25.4. shēma

Biržas indeksi



Fiksētā iemaksa, ko nosaka padome, nedrīkst pārsniegt 3000 latu. Mainīgā maksājuma lielums arī ir ierobežots un tas pēc pašreizējiem noteikumiem nedrīkst būt mazāks par 10% no noslēgto darījumu un atlikto operāciju apjoma.

Garantijas fonda līdzekļu izmantošana. Uzņēmējdarbības praksē ir iespējami gadījumi, kad Garantijas fonda dalībniekiem dažādu iemeslu dēļ nav pietiekams naudas daudzums, lai izpildītu noslēgto darījumu. Fonda dalībnieks var vērsties valdē, lai tā izsniedz loloto atļauju izmantot Garantijas fonda līdzekļus. Speciālas procedūras un speciālu noteikumu ievērošana dod iespēju saņemt no Garantijas fonda naudu darījuma izpildei. Šā maksājuma avots ir fonda dalībnieka uzkrātā nauda. Ja tās nepietiek, izmantojami arī citu dalībnieku naudas līdzekļi pēc proporcionalitātes principa. Ja paša līdzekļu ir par maz un jālūdz palīdzība citiem fonda dalībniekiem, sāk darboties īpaša sodu sistēma (ārkārtas maksājumi). Jāatmaksā no citiem fonda dalībniekiem saņemtā nauda un vēl divkārtā Latvijas Bankas refinansēšanas likme. Būtībā tiek piešķirts iekšējais kredīts ar pieticīgu procentu likmi. Kredīts pilda viegli pieejamu glābšanas riņķa funkciju.

Vērtspapīru tirgū valda stihija. Prognozēt reālu situāciju RFB mēs nespējam. Doma, ka trīs mēnešu laikā Latvijas uzņēmumi spēs pilnībā pārorientēt eksportu no Krievijas uz Rietumu valstīm, maigi sakot, bija utopiska. 1998. gada oktobra dienās vērtspapīru tirgū valdīja stihija. Fizikā teiktu, ka valdīja entropija, proti, nenoteiktība. Akciju kurss nepakļāvās nekādam cēloņsakarībai. Lielākā daļa akciju bija nelikvīdas. Pircēju aktivitāte bija piesardzīgi zema. 80% akciju apgrozības notika "Latvijas Unibankā". Eksperti raksturoja pārējos kursus kā indikatīvus, jo apgrozījums bija gaužām niecīgs. Brokeri bija izmisumā: klienti ir retums, ko tiem ieteikt, nav skaidrības. Pastāvot zemām akciju cenām, ir gan viens loģiski pamatots ieteikums: orientēties uz buļļu stratēģiju un akcijas pirkt. Paies kāds laiciņš, un cenas celsies. Peļņas kārdinājums ir acīm redzams. Situācija ir krietni sarežģītāka. Ne mazums ārzemju investoru cietuši pamatīgus zaudējumus Krievijā. Piesardzīgi uzņēmēji baidījās no investīcijām, valsts vērtspapīriem kā no ekonomiskas sērgas ne tikai Krievijā, bet arī kaimiņzemēs. Tāpēc brieda centieni vērtspapīrus, kamēr nav par vēlu, izvākt no Baltijas. RFB tad gaidītu grūti laiki. Masveida portfeļinvestīciju (arī nekustamā īpašuma) pārdošana var izraisīt visai nevēlamu krīzes situāciju.

Pēdējās Saeimas vēlēšanu rezultāti un RFB. Kas būs vēlēšanu reālais uzvarētājs? Ne tā partija, kas izcīnījusi vairāk vietu Saeimā, bet tā partija, kas veidos valdību, izvirzīs premjeru, kas dabūs balsu vairākumu Saeimā. No šīsdienas viedokļa cīņa rit starp Tautas partiju un "Latvijas ceļu". Ja valdības stūri savās rokās pārņems Tautas partijas līderis, var gaidīt rosību pārtikas rūpniecībā. Būs politisks pamats šai nozarei ar premjera atbalstu un svētību piesaistīt investīcijas, politiku, kas mēģinās atvērt Krievijas pārtikas importa vārtus.

Ja valdības vadītāja krēslā iesēdīsies V. Krištopans, rosība gaida tranzītu un ar to saistītās nozares. Investīcijas pievilks ražošanas infrastruktūra, vienā vai otrā veidā "Latvenergo", "Latvijas gāze", "Lattelekom". Šo nozaru uzņēmumu akciju kurss celsies.

Šodien mēs zinām valdības maiņu norisi. Visupirms valdības stūri tvēra "Latvijas ceļa" dižvīrs V. Krištopans. Tautas partija aktīvi cīnījās, lai V. Krištopanu gāztu. Pūles vainagojās sekmēm. V. Krištopanam nācās demisionēt un premjera lolotajā krēslā iesēdās A. Šķēle. Par pēdējo klupšanas akmeni kļuva privatizācijas noslēguma cēliens. Pretrunas pozīcijās partneru starpā kļuva tik asas, ka A. Šķēlem nācās premjera posteni atstāt. Valdības vadīšanu no jauna pārņēma "Latvijas ceļš" – bijušais Rīgas mērs A. Bērziņš.

Jauni biržas biedri. Baumo, ka tuvākā nākotnē biržā pārdodamo vērtspapīru klāstu papildinās "Ventpils naftas", "Latvijas Balzama", "Latvijas ūdensceļu" u.c. uzņēmumu ienesīgās akcijas. Vispārējā haosā šie akciju papildinājumi stāvokli biržā tikai nedaudz uzlabos. Prognozēt uzplaukumu nav ieteicams. Iespējams kļūdīties. Negatīva pieredze šajā ziņā jau ir. RFB prezidents Uldis Cērps prognozēja 1998. gada sākumā RFB kapitalizāciju Ls 1,2–1,5 milj. līmenī. Tas bija drošs skats nākotnē, jo gada sākumā biržas kapitalizācija līdzinājās Ls 198,8 milj. Prognozes minimālā novirze no realitātes – tikai 6 reizes, maksimālā – 7,5 reizes. Labāk nākotni vērtēt pieticīgāk.

Katra krīze vienmēr beidzas ar lielākiem vai mazākiem zaudējumiem. Tas ir normāli. Laime uzsmaida te vienam, te otram.

Ja mūsu rīcībā būtu rentabilitātes svārstību dati, aina būtu iespaidīgāka.

25.8. AS darbības kontrole, uzskaitē

Valsts kontrole un Vērtspapīru tirgus komisija. Kļūdaini būtu uzskats, ka AS ir tirgus stihijas bērns. Sanāk trīs vai pieci vīri, samet kopā vajadzīgās investīcijas, paraksta statūtus, ievēl priekšsēdētāju, un akciju sabiedrība dzimusi. Akciju sabiedrības dzimšana notiek krietni sarežģītāk un reizē birokrātiskāk. Pilnvaras dibināt akciju sabiedrību ir speciālai valsts institūcijai – Vērtspapīru tirgus komisijai. Tā rūpīgi pārbauda visus sagatavotos dokumentus, to atbilstību likumam par AS un dod atļauju akciju emisijai noteiktā daudzumā. Šai komisijai ir arī tiesības atļaut papildu akciju emisiju, obligāciju emisiju, ja akcionāru kopsapulce lēmusi statūtfondu palielināt. Vērtspapīru tirgus komisija ir noteikta kontroles orgāns, kura pienākums ir sekot akciju kustībai atbilstoši likumdošanai.

AS ir obligāti reģistrējama, iesniedzot paredzētos dokumentus Uzņēmumu reģistrā.

Valsts kontroles institūcijai nav tiesību iejaukties AS iekšējās attiecībās. Akcionāru kopsapulce statūtu ietvaros ir un paliek AS augstākais vadības orgāns. Tās lēmumi ir AS noteicošie, ja tikai nav mēģināts likumu apiet ar likumu.

Finansu un kapitāla tirgum viens uzraugs. 2000. gada jūnijā Saeima pēc vairāku gadu sagatavošanas darbiem apstiprināja likumu par vienotu finanšu kapitāla uzraudzības institūciju. Jaunam likumam jāstājas spēkā 2000. gada 1. jūlijā.

Līdz šim finanšu un kapitāla uzraudzība bija sadrumstalota. Latvijas Bankas Kredītiestāžu uzraudzības pārvalde pārvalga kredītiestāžu, praktiski banku darbību. Bez tam uzraudzību veic Finanšu ministrijai trīs pakļautas iestādes – Apdrošināšanas uzraudzības inspekcija, Vērtspapīru tirgus komisija un Noguldījumu garantiju fonda pārvalde.

Tuvākā nākotnē Latvijā tāpat kā Zviedrijā, Dānijā, Lielbritānijā, Japānā, Korejā, Singapūrā, Ungārijā visu minēto iestāžu funkciju veiks viena institūcija.

Kādas priekšrocības dos tāda centralizācija? *Pirmkārt*, iespējams izveidot vienotu informācijas bāzi, kas atvieglos saistīto procesu pārraudzību. *Otrkārt*, vērtspapīru tirgus galvenie dalībnieki, bankas un apdrošināšanas sabiedrības vienotā kontrolē spēs labāk novērtēt risku, veikt nepieciešamo regulāciju. *Treškārt*, vienā institūcijā var efektīvāk izmantot kvalificētu speciālistu mazo skaitu, apvienot to zināšanas un pieredzi. Paredzēts, ka jaunajā apvienotajā uzraudzības orgānā strādās 107 speciālisti. *Ceturtkārt*, pārraudzības centralizācija ļaus taupīt uzturēšanas finanšu līdzekļus. Tā vairs nebūs nepieciešami tie 50 tūkstoši latu, kas līdz šim tika tērēti Noguldījumu garantiju fonda pārvaldes uzturēšanai. *Piektkārt*, īpaša problēma ir kredītiestāžu banku uzraudzība. No pirmā acu uzmetiena liekas, ka tas ir Latvijas Bankas darbības neatņemams darbalauks. Sīkāka analīze rāda, ka banku darbība nebūt nav autonoma, bet cieši saistīta un atkarīga no visas finanšu sistēmas. Tāpēc vienotā kontrole, ieskaitot banku darbību, spēj būt efektīvāka nekā vienaspusīga un ierobežota LB uzraudzība. Vēl viens arguments runā par labu Latvijas Bankas atbrīvošanai no kredītiestāžu kontroles pienākumiem. Krīzes situācijā var rasties pretrunas starp banku lietderīgu rīcību un LB stingro monetāro politiku.

Ap vairākiem vienotas finanšu un kapitālu kontroles aspektiem rit asa diskusija. Raksturīgs ir 2000. gada 5. septembra virsraksts "Dienā": "Finanšu tirgum viens, bet dārgāks uzraugs". Ar skaitļiem tiek pamatots, ka izdevumi augtin augs, kas tālāk kāpinās kredītprocentu likmes. Cits strīda ābols ir jautājums, vai jaunās apvienotās institūcijas vadītājam jābūt pozīcijas partijas biedram vai bezpartijiskam speciālistam. Vairākums ekspertu uzskata, ka partijas biedrs augstā valsts amatā, objektivitāte dažkārt būs jāaizstāj ar partijas disciplīnu un savas partijas mērķiem. Tam var būt negatīvas sekas. Tāpēc priekšroka dodama bezpartijiskam speciālistam. Skaidrs, ka vienotais uzraudzības orgāns maksimāli stingri jāsargā no korupcijas un lobiju spiediena.

Depozitārijs un tā funkcijas. 1995. gada jūnijā nogalē sāka darbu speciāls orgāns – Latvijas Centrālais depozitārijs. Tā galvenie uzdevumi – vērtspapīru uzskaites glabāšana, pārraudzīšana. Vairāk saistoši dokumenti ar likumam pakļautu tiesisko aktu spēku regulē Centrālā depozitārija ikdienas darbību. Depozitārijā vadās gan pēc normatīva, kas nosaka, kā tiek reģistrēti starpnieki – juridiskās personas, bankas un brokeru sabiedrības, kam ir speciāla licence darbībai vērtspapīru tirgū ar tiesībām atvērt vērtspapīru kontus klientiem. Citi dokumenti regulē kārtību, kādā tiek reģistrētas AS akcijas. Savas īpatnības ir publisko jaundibināto AS akcijām, arī publiski privatizējamo valsts akciju sabiedrību akcijām. Darbojas arī depozitārija iekšējās kārtības noteikumi. Nozīmīga ir depozitārija dalībnieku uzņemšanas kārtība, akciju uzskaites kārtība, cita veida depozitāras darbības. LCD ir RFB īpašs statistisks orgāns ar plašu darbības laiku un pilnvarām.

Vērtspapīru konti. Depozitārija locekļi ir tās bankas un brokeru sabiedrības, kam ir tiesības saviem klientiem atvērt LCD vērtspapīru kontu. Īpatnība ir tāda, ka depozitārijā atvērtie vērtspapīru konti ir stingri nodalīti no pašas bankas vērtspapīru kontiem. Darījumus ar bankas vērtspapīriem un klientu vērtspapīriem nedrīkst jaukt. Piemēram, banka iespējamus zaudējumus no saviem vērtspapīriem nedrīkst kompensēt ar klienta vērtspapīriem. Šis nosacījums ir būtisks klientu vērtspapīru aizsardzības un drošības līdzeklis.

Dematerializētie vērtspapīri. Pagātnes ieradums saista vērtspapīru ar reālu speciāli nodrukātu dokumentu uz īpaša papīra ar noteiktām drošības zīmēm pret viltojumiem. Tā ir neatsaucama vakardiena. Mūsu kopēšanas tehnika veiklu viltotāju rokās spēj jebkurus vērtspapīrus atdarināt. Tas

rada vērtspapīru darījumu starpniekiem prāvus zaudējumus. Lai novērstu jebkuras blēdības, LCD vadās pēc šādiem principiem: *pirmkārt*, LCD dalībnieki no klientiem pieņem vērtspapīrus tikai glabāšanā, uzskaitē; banka vai brokeru sabiedrība nebūt netiek pilnvarota pēc sava ieskata rīkoties ar klienta vērtspapīriem; *otrkārt*, gan trasta operācijām, gan spekulatīviem darījumiem utt. klienti slēdz ar saviem starpniekiem speciālus līgumus, kur sīki jo sīki fiksētas partneru pilnvaras. Juristi speciālisti šīs pilnvaras visai rūpīgi pārbauda no klienta tiesību un interešu viedokļa. Noteicošais vārds šajos pilnvaras līgumos ir klientam un tikai klientam; *treškārt*, mūsdienu apstākļos ir spēkā noteikums, ka vērtspapīri ir jāizlaiž dematerializētā formā; vērtspapīrs ir ekonomiska kategorija, kam vairs nav sakara ar papīra formu; dematerializēti vērtspapīri ir fiksēti datoru atmiņā, tie reāli pastāv datorierakstu formā, būtībā ir elektroniski signāli. Viltošana *a priori* izslēgta. Zādzība gan ne. Speciālisti hakeri spēj ielauzties datoru atmiņā un ar attiecīgām komandām iztukšot to. Blēdība zeļ citā formā. Hakeru rīcība ir visai sarežģīta un apgrūtināta. Vismodernākajiem datoriem ir gudri aizsargi (antizādzības ierīces). Nematerializētā akciju forma ir visērtākā gan vērtspapīru glabātājiem, gan emitentiem. Tomēr šī forma rada dažas tīri juridiskas un psiholoģiskas problēmas. Kā pierādīt, ka es patiešām esmu akciju reāls īpašnieks?

LCD atbildība. Atbildība par vērtspapīru emisiju, to pirkšanu un pārdošanu, starpnieku rīcību ir galvenais, kas raksturo LCD darbu. Šāda darbība prasa lielu precizitāti. Dematerializētu akciju (citu vērtspapīru) apgrozība, īpašuma tiesību pierādījums datorā atrodas tieši finansu starpnieku līmenī. Mēs jau minējām, ka darījumi ar vērtspapīriem vēl nav totāli pasargāti no krāpniecības, sevišķi veiklas zādzības. Vērtspapīru kontus praktiski atver bankās. Brokeru sabiedrības Latvijā vēl ir retums. Šim atbildīgajam darbam nav pietiekami sagatavotu licencētu speciālistu. Depozitārijs rūpīgi līdz pēdējam santīmam seko vērtspapīru kustībai, fiksē, kam kas ir pārdots utt. Šim nolūkam emitēti vērtspapīri jāreģistrē depozitārijā, kas pēc tam spēj izsekot vērtspapīru kustībai. Tas dod arī iespēju konstatēt, vai kādi vērtspapīri nav "pazuduši".

Strauja izaugsme. Vērtspapīru emisija obligāti jāfiksē LCD, tā bilances aktīvs strauji aug. 1996. gadā tas bija Ls 91 837, bet pēc gada jau Ls 1 169 402. Realizēts projekts, saskaņā ar kuru depozitārijs apstiprina darījumu tirgus dalībniekiem pirms norēķina veikšanas ar turētājbankas starpniecību.¹

Tieši bankas darbinieki, apkalpojot klientus, var veikt arī pieredzes bagāta konsultanta lomu. Bet tas nav obligāti. Klients var dot bankai pirkšanas–pārdošanas rīkojumus, balstoties vienīgi uz sava prāta spējām, zināšanām, intuīciju. 1998. gadā darba ierindā bija jāstājas projektam, kas automātiski uzskaitīs un sekos vērtspapīru aizdošanai un aizņemšanai.

Roku rokā ar Igauniju. Nākotnes mets ir vienots Baltijas vērtspapīru tirgus. Pirmais solis ir Latvijas un Igaunijas centrālo depozitāriju sabiedrības līgums. Vērtspapīri var brīvi apgrozīties starp abām līgumslēdzēju pusēm, piedaloties divu valstu fondu biržas darījumos. Pozitīvi ir tas, ka tiek atvieglota ārzemju investīciju ieplūšana plašākā telpā. Ir jau manāmas pirmās vēsmas. Fiksējot AS "Gutta" akcijas vienā depozitārijā, tās bija vienlaikus uzskaitītas otrās valsts depozitārijā, kas deva iespēju akcijas vienlaikus emitēt gan Latvijā, gan Igaunijā. Noslēgts sadarbības līgums ar Lietuvas LCD, kas stāsies spēkā 2000. gada 1. septembrī.

Informācija kļūst ātrāka un drošāka. LCD kopš 1997. gada nogales ir SWIF dalībnieks. Šo ātro un drošo sakaru sistēmu LCD var tagad operatīvi izmantot sakaros ar saviem dalībniekiem un to klientiem. 1998. gada nozīmīgs notikums bija LCD iestāšanās Nacionālo numerācijas aģentūru asociācijā. Mūsu depozitārijam tagad piešķirti ISN un CFI kodi, kas ir starptautiski atzīti. 1997. gadā LCD reģistrēja pirmās ārvalstu emitentu obligācijas un parādzīmju emisiju.

Jauni apvāršņi. Reitera sistēma un sevišķi Internets pavēra LCD tādas plašas informācijas izplatīšanas apvāršņus, par kādiem agrāk pat sapņot neuzdrošinājās. Internets tagad nodrošina LCD speciālu mājas lappusi.² Visā pasaulē, kur pieejams Internets, tagad var gūt informāciju par Latvijas vērtspapīriem, to piedāvājumu un pieprasījumu, to cenām.

¹ Dienas Bizness, 1998. g. 21. aprīlis.

² Dienas Bizness, 1998. g. 21. aprīlis.

25.9. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Fondu jeb vērtspapīru birža – īpaša AS, kas nodarbojas ar vērtspapīru pirkšanu un pārdošanu. Darbojas pēc izsoles principa. Juridiskām un fiziskām personām ir tiesības ar biržas brokeru starpniecību piedalīties izsolē.
2. Spekulācija ar vērtspapīriem – balstās ar akciju cenu svārstībām. Īsteno divas stratēģijas:
 - a) buļļu stratēģija: pērk lētāk, pārdod dārgāk;
 - b) lāču stratēģija: pārdod dārgāk – pērk lētāk.
3. Biržas dalībnieki – biržas akciju sabiedrības locekļi, kuru skaits ir stingri ierobežots.
4. Biržas brokeri – biržas biedra darbinieki, kas klientu uzdevumā veic biržas operācijas.
5. Biržas šķīrējtiesa – izlemj strīdus starp biržas biedriem.
6. Akciju apgrozība un likviditāte – uzņēmuma akcijas biržā pārdošanas ceļā pāriet no rokas rokā (apgrozās). Nozīmīgi, lai akcijas būtu likvidētas, lai pēc tām būtu pieprasījums.
7. Internets un informācijas operativitāte – informāciju par uzņēmumu ekonomisko stāvokli, perspektīvu un tās izmaiņas šodien var maksimāli ātri saņemt Internetā, un tas iespaido attiecīgo akciju kursu.
8. Biržā kotējamie vērtspapīri – a) publiskas akcijas; b) obligācijas; c) ieguldītāju sabiedrību ieguldījumu apliecības; d) noguldījumu sertifikāti; e) ķīlu zīmes; f) vekseli; g) no privatizācijas sertifikātiem atvasināti vērtspapīri.
9. Vērtspapīru sarakstu klasifikācija biržā – a) oficiālais saraksts; b) otrais saraksts; c) brīvais saraksts. Šīs klasifikācijas uzdevums ir brīdināt klientus no riska pakāpes.
10. Garantijas fonds – biržas investīcija, kuras locekļi ir tikai biržas biedri, dibināts biržas darījumu drošībai, riska ierobežošanai, veidojas no speciālām iemaksām.
11. Depozitārijs un tā funkcijas – speciālo investīciju vērtspapīru uzskaitēi, glabāšanai, pārraudzīšanai, biržas operāciju fiksācijai.
12. Vērtspapīru konti – depozitārija locekļi (bankas brokeru kantori) atver saviem klientiem Latvijas Centrālajā depozitārijā vērtspapīru kontus, kas ir stingri nodalīti no banku vērtspapīru kontiem. Vērtspapīri tiek glabāti depozitārijā dematerializētā veidā kā elektroniski signāli datoru atmiņā. Elektroniskie signāli fiksē visas operācijas ar vērtspapīriem.

25.10. Secinājumi

Fondu birža ir akciju otrreizējais tirgus. Šajā tirgū akcijas pērk investīciju nolūkos (dividenžu iegūšanai un spekulācijai).

It visas darbības ar akcijām, arī dividenžu izmaksas nematerializētā formā fiksē depozitārijs. Biržas spekulācija balstās uz akciju kursa starpību. Buļļu stratēģija nozīmē pirt akcijas lētāk, pārdot dārgāk. Lāču stratēģija – pārdot dārgāk, pirt lētāk. Opcija saistās ar noteiktu termiņdarījumu, kas mazina riska pakāpi.

Biržas dalībnieki var būt, *pirmkārt*, brokeru sabiedrība, kam ir speciāla licence. *Otrkārt*, bankas biržas akcionāri. Vērtspapīru tirgū akciju cenu regulē uzņēmumu finansiālie rādītāji, inflācija, kredītreitingi, ārējie faktori.

Krievijas banku krahs 1998. gada augusta vidū negatīvi iespaidoja akciju kursu Rīgas Fondu biržā. Biržas darbībai nozīmīga ir vispusīga informācija. Pēdējā laikā arvien aug tās informācijas loma, ko sniedz Internets.

Rīgas Fondu birža gaida jaunus biedrus, kas paplašinās akciju apgrozījumu. Rīgas Fondu biržas sekmīga darbība ir atkarīga no Latvijas tautsaimniecības attīstības panākumiem. Darbojas arī atgriezeniskā saite. Biržas darbības apjoms un veiksmē tirgus ekonomikas attīstību.

25.11. Pamatterminu tulkojums

Brokers	<i>broker</i>	брокер
Bullu stratēģija	<i>bull strategy</i>	стратегия быков
Dematerializētās akcijas	<i>non materialistick stock</i>	дематериализованные акции
Depozitārijs	<i>depository</i>	депозитарий
Fondu birža	<i>stock exchange</i>	фондовая биржа
Lāču stratēģija	<i>bear strategy</i>	стратегия медведей

25.12. Paškontroles jautājumi

1. Kādas ir fondu biržas funkcijas?
2. Kā darbojas izsoles princips?
3. Kad birža nosaka cenu?
4. Ko nozīmē vērtspapīru tirgus stāvoklis A, B, C, D, E?
5. Kāpēc iespējama spekulācija ar vērtspapīriem?
6. Ko nozīmē bullu stratēģija?
7. Ko nozīmē lāču stratēģija?
8. Kas ir opcija?
9. Kas ir biržas dalībnieki?
10. Kāpēc nepieciešama biržas šķīrējtiesa?
11. Kāda ir profesionālā ētikas kodeksa būtība?
12. Kādi ir informācijas veidi?
13. Kādi rādītāji iespaido RFB darbību?
14. Kādi ir ārējie biržas darbības faktori?
15. Kādu iespaidu atstāja Krievijas banku krahs uz RFB?
16. Kāda ir informācijas loma, t.sk. Interneta loma biržas darbības izvērtēšanā?
17. Kāda ir Garantijas fonda loma?
18. Kādas ir depozitārija funkcijas?

Lielie pasūtītāji un mazie pasūtītāji. Japānas ražošanas giganti ir tikai ekonomiskā asberģa virsotne. Zemūdens daļu veido sīkie un vidējie uzņēmumi. Apstrādes rūpniecībā vidēji strādā 6,5 milj. sīko uzņēmumu. To īpatsvars ir 99% no šīs rūpniecības uzņēmumu kopskaita. Nodarbināto īpatsvars – visā 80%. Sīka un vidēja rūpniecība nodrošina 55% visas produkcijas. Valsts uzņēmniecība – 50%, mazumtirdzniecība – 80%.

Japānas mazais bizness balsta šīs valsts izaugsmi. Autobiļu karali "Toyota" un "Nissan", paši ražo tikai 20–30% no autobiju kopējā daudzuma. 70–80% ir sīkie un vidējie uzņēmumi piegādā karību. "Toyota" ir tikai 260 tiešo piegādātāju. Šiem (būtībā starpniekiem) ir 4–5 tiešākie piegādātāji. Katrs savukārt sadala pasūtījumus 40–50 tiešajiem detaļu, pusfabrikātu ražotājiem.

26.2. Mazo un vidējo uzņēmumu tautsaimnieciskā nozīme

Ātra reakcija. Minētais uzņēmumu tips spēj ātri pielāgoties tirgus konjunktūrai, ātri atgriezties uz samērā mazām izmaiņām pieprasījumā, līdz ar to vispārīgāk apmierinot katra perioda vajadzības.

Individuālie pasūtījumi. No vienas puses, individuālie pasūtījumi ir vien aug. vērtas pieņēmā. Standartmēbeļu ražošana pakāpeniski aiziet pagātnē. Mēbeles pasūtīta nolietas darbinātas pēc drīvēkai gabarītiem. Drīvēkju remontu attiecīgās sīkas firmas veic pēc individuāla pasūtījuma. Individuāla

25.9. Galveno kategoriju raksturojums

1. Fondu jeb vērtspapīru tirgus – tirgus, kurā notiek fondu un vērtspapīru darījumi.
2. Spekulatīvā tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta vērtspapīru pirkšana un pārdošana, lai gūtu īstermiņa peļņu.
3. Būvniecības tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta būvniecības uzdevu izpilde.
4. Būvniecības tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta būvniecības uzdevu izpilde.
5. Būvniecības tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta būvniecības uzdevu izpilde.
6. Akciju tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta akciju pirkšana un pārdošana.
7. Akciju tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta akciju pirkšana un pārdošana.
8. Akciju tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta akciju pirkšana un pārdošana.
9. Akciju tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta akciju pirkšana un pārdošana.
10. Akciju tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta akciju pirkšana un pārdošana.
11. Akciju tirdzniecība – tirdzniecība, kurā galvenokārt tiek veikta akciju pirkšana un pārdošana.

25.12. Paškontroles jautājumi

1. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
2. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
3. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
4. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
5. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
6. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
7. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
8. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
9. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
10. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
11. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
12. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
13. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
14. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
15. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
16. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
17. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?
18. Kādas ir fondu tirgus funkcijas?

25.14. Secinājumi

Latvijas Republikas Finanšu ministrija ir izstrādājusi un pieņēmusi noteikumus, kas reglamentē akciju tirgus darbību.

Latvijas Republikas Finanšu ministrija ir izstrādājusi un pieņēmusi noteikumus, kas reglamentē akciju tirgus darbību.

Latvijas Republikas Finanšu ministrija ir izstrādājusi un pieņēmusi noteikumus, kas reglamentē akciju tirgus darbību.

Latvijas Republikas Finanšu ministrija ir izstrādājusi un pieņēmusi noteikumus, kas reglamentē akciju tirgus darbību.

Latvijas Republikas Finanšu ministrija ir izstrādājusi un pieņēmusi noteikumus, kas reglamentē akciju tirgus darbību.

26. nodaļa. Mazā un vidējā uzņēmējdarbība (MVU)

26.1. Mazās un vidējās uzņēmējdarbības vieta mūsdienu tirgus ekonomikas struktūrā

Lielražošana un sīkražošana. Pārļapojojot pasaules presi, ierindas lasītājam rodas iespaids, ka tirgus ekonomikā pasaules varenie ir uzņēmumi giganti, plašas daudznazaru apvienības, lielie holdingi, trasti, koncerni. Var minēt Vāciju, tās ekonomikas spēku pārstāv "Krupp", "Siemenss", "Volkswagen". Japānas varenību raksturo "Micubisi", "Sony", mazā Dienvidkoreja asociējas ar "Samsung", ASV pārstāv "General Motors", "Fords", "Ekson", "Standart Oil" utt. Lielražošana tīri tehnoloģiski ir nepieciešama no efektivitātes viedokļa. Modernā metalurģija, automobiļu ražošana (viens modelis ne mazāk par 300000 mašīnu gadā), ķīmija, naftas dziļā pārstrāde nespēj attīstīties sīkražošanas ietvaros. Vai tas nozīmē, ka sīkajai un vidējai uzņēmējdarbībai mūsdienās ir otršķirīga nozīme? Par analīzes pamatu ņemsim divas valstis – Vāciju un Japānu – ar dinamisku attīstību, labiem panākumiem zinātniski tehniskā progresā, aktīvu ārējo tirdzniecību. Statistiskie rādītāji pārliecinoši vēsta, ka šīs valstis ir tipiskas sīkražošanas zemes. Un te nav nekādas pretrunas. Sīkražošana papildina lielražošanu, rada vispēcīgu ekonomisku dūri. Lai runā skaitļi.

Vācijas raksturojums. VFR vēl pirms apvienošanas ar austrumu zemēm darbojās 1,9 milj. sīko un vidējo uzņēmēju. 1,7 milj. uzņēmumu strādāja līdz 9 cilvēkiem. Vidējo uzņēmumu ar darba ņēmēju skaitu no 40 līdz 499 bija ap 200 tūkstošiem. Uzņēmumi ar darbinieku skaitu 500 un vairāk bija 3,6 tūkstoši. Pēdējos var nosacīti raksturot kā lielos. Minētie sīkie un vidējie uzņēmumi deva 2/3 visas Vācijā saražotās produkcijas. Šajos uzņēmumos arī strādāja 2/3 visu nodarbināto. Vācijā sīko un vidējo uzņēmumu sociālajam slānim tiek dziedātas slavas dziesmas. Tos dēvē par ekonomiskās, sociālās, politiskās dzīves stabilitātes pamatu, drošu balstu. Šai sakarībā veikti plaši pētījumi ar tipisku nosaukumu "Brīvība sociālisma vietā".

Japānas mazais bizness. Ko Japāna uzskata par mazo uzņēmējdarbību?

Rūpniecībā – uzņēmumus, kur strādājošo skaits nepārsniedz 300 cilvēku:

- vairumtirdzniecībā – līdz 100 darbiniekiem;
- mazumtirdzniecībā – līdz 50 darba ņēmēju;
- sadzīves pakalpojumos – līdz 50 algoto darbinieku.

Lielie pasaulslavenie Japānas industrijas giganti ir tikai ekonomiskā aisberga virsotne. Zemūdens daļu veido sīkie un vidējie uzņēmumi. Apstrādājošā rūpniecībā ritmiski strādā 6,5 milj. sīko uzņēmumu. To īpatsvars ir 99% no šīs rūpniecības uzņēmumu kopskaita. Nodarbināto īpatsvars – virs 80%. Sīkā un vidējā rūpniecība nodrošina 55% visas produkcijas, vairumtirdzniecība – 60%, mazumtirdzniecība – 80%.

Japānas mazais bizness balsta šīs valsts lielražošanu. Automobiļu karaļi "Toyota" un "Nissan", paši ražo tikai 20–30% no automobiļu kopējā daudzuma. 70–80% ražo sīkie un vidējie uzņēmumi piegāžu kārtībā. "Toyota" ir tikai 260 tiešo piegādātāju. Šiem (būtībā starpniekiem) ir 4–5 tūkstoši piegādātāju, kas savukārt sadala pasūtījumus 40–50 tūkstošiem detaļu, pusfabrikātu ražotāju uzņēmumiem.

26.2. Mazo un vidējo uzņēmumu tautsaimnieciskā nozīme

Ātrā reakcija. Minētais uzņēmumu tips spēj ātri pielāgoties tirgus konjunktūrai, āši reaģēt uz samērā mazām izmaiņām pieprasījumā, līdz ar to vispilnīgāk apmierinot katra perioda vajadzības.

Individuālie pasūtījumi. No vienas puses, individuālie pasūtījumi arvien aug, vēršas plašumā. Standartmēbeļu ražošana pakāpeniski aiziet pagātnē. Mēbeles pasūta nelielās darbnīcās pēc dzīvokļa gabarītiem. Dzīvokļu remontu attiecīgas sīkas firmas veic pēc individuāla pasūtījuma. Individuāla

pieeja arvien aktīvāk aptver māju, viesnīcu celtniecību. Raksturīgi ir pretrunīgi procenti tirdzniecībā, kas sāk līdzināties divsejainam Janusam. Viena "seja" – supermārketi, masveida iepirkšanās lielā izvēlē veselai nedēļai. Otrā "seja" – sīkas ražotnes apvienība ar tirdzniecību. Visai prestiža ir situācija, ja tev ir savs maiznieks, savs miesnieks, blakus mājā restorāna vietā savs krodziņš, ģimenes ēdnīca, savs drēbnieks, sava elektronisko aparātu remontdarbnīca utt.

Jaunas tehnoloģijas pionieri. Jauna tehnika un tehnoloģija ne vienmēr prasa lielus kapitālieguldījumus, plašas telpas. Šajā ziņā ātri un lēti pārkārtojumus var veikt sīkie un vidējie uzņēmumi, aizstājot atsevišķus novecojušus agregātus ar jaunu tehniku, pārejot uz jaunu tehnoloģiju, organizāciju, pārvaldi. Mazais bizness šajā jomā bieži vien apsteidz lielus uzņēmumus.

Masveida ražošana. Sīki un vidēji uzņēmumi ir spējīgi atsevišķas detaļas, pusfabrikātus ražot lielās partijās masveidā, līdz ar to apkalpot plašu tirgu.

Lielražošanas "stute". Mēs jau minējām sīkās un vidējās uzņēmējdarbības lomu Japānas automobiļu rūpniecībā. Šādi aisbergi vai piramīdas, kuru pamats ir liels skaits nelielu uzņēmumu, ir raksturīgas mašīnbūvei praktiski visās valstīs. Un ne mašīnbūvei vien. Vācijā kāda celtniecības firma ar 260 darbiniekiem lielu objektu celtniecību veic, piesaistot 500 specializētu uzņēmējfirmu. Pat lauksaimniecībā dažu darbu veikšana tiek uzticēta svešiem sīkiem uzņēmējiem.

Profesionāla apmācība. Katrā tirgus ekonomikas valstī ir skolu tīkls visdažādāko nepieciešamo profesiju apgūšanai. Bet vienlaikus liela daļa jauniešu (Vācijā 4/5) apgūst arodu, iegūst sarežģītu kvalifikāciju praktiskā darbā sīkos un vidējos uzņēmumos.

Bezdarbnieku piesaiste. Sociāli asa bezdarbnieku problēma ir grūti risināma. Bezdarbs, pat saņemot izdzīvošanai pietiekamu pabalstu, ir morāls trieciens. Pieredze liecina, ka attīstītās tirgus ekonomikas zemēs daļa bezdarbnieku spēj atrast darbu tieši sīkajos un vidējos uzņēmumos.

Efektīvās darbības spēcīgā motivācija. Sīkā uzņēmumā bieži vien viena persona ir gan īpašnieks, gan pārvaldnieks, tehnologs, grāmatvedis un darba veicējs. Šāda "personālūnija", *pirmkārt*, būtiski taupa pārvaldes izdevumus; *otrkārt*, rada visai spēcīgu efektīva darba motivāciju.

Asa konkurence. Lielais skaits sīko un vidējo uzņēmēju rada visai asu konkurenci. Šinī nesaudzīgajā sāncensībā uzvar tas, kas spēj pārdot lēti, nodrošinot augstu kvalifikāciju, piedāvāt precī ar diferencētām īpašībām, piesaistīt pircēju ar papildu pakalpojumiem, kultūrlu apkalpošanu, vispār ar oriģināliem risinājumiem. Ekonomiskā atlase darbojas ar lielu spēku. Francijas dati liecina, ka vidēji katru gadu top tikpat daudz sīku uzņēmumu, cik tādu uzņēmumu kā konkurences upuru izput. Nav retums, ka bezdarbnieks iesaistās sīkā uzņēmējdarbībā un cenšas gūt panākumus konkurencē.

Starptautisks, valsts un speciālo organizāciju atbalsts. Izdzīvot sīkam, vidējam uzņēmumam nav viegli. Nepieciešams vispārīgs atbalsts. Tas nāk no daudzām pusēm. Pasaules Banka, Eiropas attīstības un rekonstrukcijas banka laiku palaikam piešķir lētu kredītu ar ilgāku atmaksas termiņu speciāli sīkai uzņēmējdarbībai. Savi atbalsta pasākumi tiek īstenoti ES ietvaros. No valsts puses ir iespējami nodokļu atvieglojumi, it sevišķi šādu uzņēmumu tapšanas periodā. Ir vairākas starptautiskas organizācijas, kuru darbības mērķis ir sīkās un vidējās uzņēmējdarbības atbalstīšana, aizsardzība pret lielo, spēcīgo konkurentu žņaugiem.

Nacionālā programma. Atbilstoši Eiropas Savienības jau pieminētai politikai, kas paredz veidot labvēlīgu vidi mazu un vidēja lieluma uzņēmumu (MVU) sekmīgai attīstībai, uzlabojot šo uzņēmumu konkurences spēju, Ekonomikas ministrija ir izstrādājusi Mazo un vidējo uzņēmumu attīstības nacionālo programmu, ko Ministru kabinets ir akceptējis 1997. gada septembrī. Kas paveikts samērā īsajā laika periodā? *Pirmkārt*, izveidots MVU mācību un konsultāciju centru tīkls. *Otrkārt*, nodibināts Latvijas Garantijas fonds, kas ir sevišķi nozīmīgs kredītu saņemšanai. Garantijas fonds uzņemas daļu riska gadījumā, ja perspektīva uzņēmējdarbības attīstības projekta iesniedzējam dažādu iemeslu dēļ grūti saņemt kredītnodrošinājumu. *Treškārt*, Nacionālās programmas Koordinācijas padomes ietvaros ir organizētas pilnveidošanas grupas. *Ceturtkārt*, nodibināta reģionālās attīstības grupa. *Piektkārt*, kas ir sevišķi svarīgi, nodibināta finansu jautājumu, būtībā finansu atbalsta grupa. 1998. gadā iecerēts izsniegt garantijas 30–40 uzņēmumiem. Jāatzīst, ka visbiežāk MVU klupšanas akmens vai necaursitama siena ir tieši finansu jautājumi, t.sk. investīcijas. *Sestkārt*, līdz 2000. gadam jāizveido MVU

attīstības atbalsta pilnīgs instrumentu komplekts, izstrādājot normatīvu aktu bāzi MVU atbalstošo institūciju darbības regulēšanai.¹

Sīkais zemnieks lauksaimniecībā. Nopietns strīda ābols lauksaimniecībā ir saimniecību apmēri. Vieni uzskata, ka perspektīvā, it sevišķi ES "Zaļās Eiropas" ietvaros, sekmīgi darbosies tikai lieli uzņēmumi, kas apbruņoti ar jaunāko tehniku, kam pa kabatai ir jaunās tehnoloģijas, kas spēj iekļauties modernā agrotehnikā, turēt līdzi, iet soli soli ar ES vismaz vidējā līmenī. Citi šādai nostājai kategoriski iebilst. Ko darīt, "klapēt būdu ciet", zemi pārdot vai iznomāt jaunai budžu ciltij? Pašiem meklēt darbu ārpus lauksaimniecības jomas, kas radīs noteiktu sociālu spriedzi? Konstruktīvā plānā tiek atzīts, ka mazās platībās var sekmīgi intensīvi saimniekot, audzēt Eiropā pieprasīto ekoloģiski tīro produkciju, citus pieprasītus augu valsts pārstāvjus. Problēma ir saistīta arī ar Latvijas iekšējo tirgu un Baltijas tirgu. MVU jāapgādā ar pārtiku Latvijas iedzīvotāji, intensificējot ražošanu, jākļūst konkurences spējīgiem Baltijas tirgū, visupirms Igaunijā, ko sekmē arī meteoroloģiskie apstākļi, augsnes sastāvs, struktūra. Nav jāaizmirst tāda tehniska kultūra kā lini, kas vēsturiski balstījusi atpalikušo Latgales lauksaimniecību ar visai lielu skaitu MVU.

MVU skaits sarūk. Pretēji dziļiem plāniem nacionālu programmu realitāte ir tā, ka MVU skaits iet mazumā. Process rit ne pārāk strauji, bet negatīva tendence ir iezīmēta. Galvenais cēlonis ir nevis iekšēji apstākļi, bet gan pagaidām vēl vājais atbalsts un galvenokārt imports. Ja min galējības, tad, no vienas puses, var lepoties un maksimāli pozitīvi vērtēt investīcijas mazumtirdzniecībā, bet, no otras puses, nevar noliegt, ka norvēģu invāzija tirdzniecībā, lepni supermārketi ar visprogresīvāko tehnoloģiju ir nāves spriedums desmitiem sīko veikalnieku, kas konkurencē ar lielkapitālu izdzīvot nespēj. Tā ir nopietna ne tikai ekonomiska, bet arī sociāla problēma, kuras risināšanas sviras mēs vēl neredzam. Presē nemitīgi lasām žēlabas, ka iniciatīvas bagātiem "sīkajiem" nepalīdz. No otras puses, dibinās fonds pēc fonda, kuru mērķis ir sīkajiem komersantiem sniegt atbalstu. Pasaules banka pat piedāvāja izdevīgus kredītus.

Pretēji valdošajai sīkražošanas un sīktirdzniecības tendencei realitātē ir arī cita rakstura piemēri. Te pirmām kārtām jāmin Čiekurkalna tirgus, kā tuvumā nav neviena lielveikala. No 1994. gada, kad tika dibināta Čiekurkalna tirgus akciju sabiedrība, līdz 1999. gadam apgrozījums pieauga no 50 tūkstošiem latu līdz 250 tūkstošiem latu, tātad 5 reizes. Strauji audzis vietu skaits no 32 līdz 287 vietām. To it sevišķi pēdējos gados sekmēja mērķtiecīgs un visai rosinošs pasākums, kad agrāk tukšajā laukumā tirgus vidū starp lielajiem paviljoniem atvesti un samontēti koka kioski.

Šis tirgus attīstās stingri plānveidīgi, ir paredzēts, kādus paviljonus paplašinās vai cels no jauna, ar kādām precēm tirgosies, kur ņems līdzekļus celtniecībai. Nākotnē paredzēts izveidot sīklopu un pat liellopu tirgu.

Tirgus nav anahronisms. Čiekurkalna tirgus pieredzes bagātā vadība kategoriski iebilst pret viedokli, ka tirgi ir lemti pakāpeniskai iznīcībai.

Latvijā pērn bija 89 pastāvīgi tirgi. To kopējais apgrozījums sasniedza 11 miljonus latu. Latvijas tirgos tirdzniecības vietu skaits pārsniedz 16 tūkstošus, apkalpojošā sfērā strādā 3,5 tūkstoši darbinieku.

Tirgus pilda svarīgu sociālu funkciju. *Pirmkārt*, tirgus pievelk ar zemākām cenām. *Otrkārt*, no tirgus organizācijas atkarīgs, vai zemnieks spēs tur pārdot pašaudzēto produkciju. *Treškārt*, arī sīkamatnieki un mājamatnieki var tirgū sekmīgi regulāri pārdot savus ražojumus. Pašvaldībām jāievēro viena elementāra atziņa. Tirgus attīstību nedrīkst atstāt pašplūsmā. Jābūt rūpīgi izvērtētai tirgus politikai, jāizvērs nesaudzīga cīņa pret kontrabandas pārdevējiem, visādiem starpniekiem liekēžiem, kas aplaupa gan ražotājus, gan pircējus. Godīgi vadītāji spēs panākt, ka Latvijas tirgi leposies ar augstu tirgus kultūru.

Bet objektīvais process tirgus ekonomikā iet savu ceļu. Apturēt konkurences dzirnakmeņus, kas mal neapturami? Nejēdzība! Progresu neapstrādināsi! Glābt piparbodītes MVU attīstības vārdā? Tāda pati nejēdzība! Risinājums aktīvi jāmeklē. Runa ir par valsti, kas var atzīmēt tirgus ekonomikas atjaunošanas tikai desmito gadadienu.

¹ Ziņojums par Latvijas tautsaimniecības attīstību. – R.: LR EM, 1998. g. jūnijs, 114. lpp.

26.3. Kā jūtas mazais uzņēmējs?

Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūts pēc valdības pasūtījuma 1998. gada jūlijā un augustā aptaujas ceļā veica virsrakstā minēto pētījumu.

Vispārējie rezultāti. Pētījumā noskaidrots, ka MVU dibināšanas ziedu laiki bija 1992.–1995. gads, kad veidojās 63% mazo uzņēmumu. Priekšroka (77%) tika dota SIA ekonomiskajai juridiskajai formai. Raksturīga īpatnība bija tā, ka gandrīz 4/5 mazo uzņēmumu pieder tikai to vadītājiem. Topošo uzņēmēju vairākums it labi saprata, ka visizdevīgāk ir dibināt viena īpašnieka SIA. MVU pamatdarbība ir tirdzniecība un visdažādākie pakalpojumi. Maziem rūpniecības uzņēmumiem, kas tik nozīmīgi ir Rietumeiropā, Latvijā nav attīstības augsnes, kas izriet no republikas rūpniecības struktūras – ierobežots ir mašīnbūves uzņēmumu skaits, apmēri, specializācija, kooperācijas sakari. Gandrīz visi mazie uzņēmēji ir pašmāju ļaudis. Sīkos investorus ārzemniekus Latvijas MVU nepievelk. Ārzemju ieguldījumu īpatsvars nepārsniedz gaužām pieticīgus 4%.¹

Kas traucē uzsākt uzņēmējdarbību? Valdība izvirzījusi atbildīgu uzdevumu – palielināt MVU lomu iekšzemes kopprodukta veidošanā. Šim nolūkam vajadzēja iedegt zaļo gaismu mazās uzņēmējdarbības attīstībai. Pētījums rādīja, ka zaļā gaisma ir visai blāva, toties ir daudz barjeru MVU aktīvai dibināšanai. Vislielākās ir starta grūtības. Trūkst sākuma kapitāla. Bankas ir visai piesardzīgas, gaužām atturīgas, lai sākuma stadijā sniegtu finansiālās palīdzības roku. Savākt naudu (iekulties parādos) no draugiem un radiem ir sūrs darbs. Trūkst gan naudas, gan uzticības. Lai atvērtu kaut mazu uzņēmumu, nepieciešami apgrozāmie līdzekļi. Paies kāds laiciņš, kad sekmīgas darbības gadījumā starta līdzekļi atgriezīsies turpmākam darbam. Kaut arī tirdzniecības un pakalpojumu jomā ir ātra apgrozāmo līdzekļu aprīte, sākumnaudas trūkums ir vērā ņemama barjera. Nākamā barjera ir augsti nodokļi, VID “apetīte”, kas nevēlas iedziļināties MVU sākuma grūtībās, praktiskā iespējā šos nodokļus nomaksāt. Tā ar nodokļu cilpu var nožņaupt labu ieceri perspektīvā pasākumā. Grūtības pat bezdarba apstākļos rada darbinieku speciālistu atrašana un pieņemšana. Ne tik raiti, kā gribētos un vajadzētu, iespējams atrast un pielāgot piemērotas telpas (atkal nepieciešama nauda). Savas specifiskas grūtības saistās ar iekārtu un izejvielu, tirgojamo preču iegādi.

Nākamā barjera ir attiecības ar valsts institūcijām un pašvaldībām. No vienas puses, šīm institūcijām ir pienākums sniegt MVU dibināšanai un attīstībai maksimālu palīdzību, izrādīt pretimnākšanu, radīt labvēlīgu sabiedrības gaisotni. Pētījums parāda noteiktu progresu šai jomā. To objektīvi apliecina MVU apgrozījuma pieaugums. No otras puses, visai bieži kā pret sienu mazais bizness atduras pret birokrātiju un korupciju. Atļauja sākt darbību pašvaldībās burtiski jāizcīna. Trešdaļa aptaujāto uzņēmumu valsts un pašvaldību iestādēs bijuši spiesti izmantot nemonētārās pateicības formas – dāvanas un kukuļus. Kukuļi parasti nav lieli, ierēdņi samierinās vidēji ar Ls 100. Svarīga nav kukuļa summa, bet nosodāms ir pats fakts, ka bez kukuļa lieta nekust ne no vietas, ka bez tā nevar saņemt dibināšanas atļauju un licenci.²

Licencēšanas sērga. No augstām tribīnēm mūsu ekonomiskās dzīves dižvadītāji kaislīgi propagandē brīvo tirgus saimniecību, ekonomisko liberālismu, bet savās ministrijās sadomā arvien jaunas nozares, kam obligāti vajadzīga licencēšana – normālā tirgus naidnieks. 1997. gadā tika sasniegta licencējamo darbības veidu apogēja, it kā kāds būtu centies šādā veidā iekļūt Ginesa rekordu grāmatā (vairāk nekā 100 darbības veidu). 1998. gadā licencēšanu sāka ierobežot un pat atcelt. Licencējamo uzņēmējdarbību skaits sasniedz 67. Par to paldies jāsaka ES un PTO nosacījumiem. Problēma ir risināma no veselā saprāta un nepieciešamības viedokļa.

Licencēšana principā ir tipiska administratīva svira, kas ir tiešā pretstatā brīvajam tirgum un grauj tirgus “neredzamās rokas” brīvu rīcību. Latvijai tāpat kā citām Austrumeiropas valstīm ES ieteic pakāpeniski atteikties no licencēšanas. Tas nenozīmē, ka licencēšana ir totāli jāiznīdē, jāaizliedz. Nebūt ne! Ir darbības sfēras, kur tā ir vēlama. Licencēšana jā saglabā, *pirmkārt*, veselībai kaitīgās, cilvēku dzīvībai bīstamās jomās. *Otrkārt*, stratēģiskās darbības jomā. *Treškārt*, darbības veidiem, kas prasa paaugstinātu atbildību partneru priekšā. Loģiska ir tirdzniecības ar ieročiem licencēšana. LB pēc rūpīgas pārbaudes izsniedz darbības licenci bankām ar norādījumu, kādas funkcijas banka drīkst veikt.

¹ Diena, 1998. g. 12. septembris.

² Turpat.

Licencēšanu daudzos gadījumos var aizstāt ar kvalitātes prasībām, drošības nosacījumiem, ar atbilstošu regulāru kontroli.

Jāatšķir darbības veidu konkrētā ierobežošanas teritorijā un darbinieku licencēšana, kas apliecina, ka darbinieks ir sagatavots noteiktu darbu veikšanai. Šāda licence būtībā ir autovadītāja tiesības, turklāt pēc kategorijām. Licence nebūt nav vajadzīga kravu pārvadāšanai, tikai jāreģistrē transporta uzņēmums. Transporta līdzeklim jāiziet tehniskā kontrole. Tā bez jebkādas garantijas var uzsākt komercdarbību, saprotams, maksājot visus pienākošos nodokļus. Vai būtu jālicencē pasažieru pārvadāšana mikroautobusus noteiktā maršrutā, kā tas notiek šodien? Domājams, ka ne. Pasažieru pārvadāšana ir konkurences jautājums, un nav nekāda pamata to ierobežot. Ja divu mēnešu laikā Satiksmes ministrijā nevar saņemt licenci pasažieru pārvadājumiem mikroautobusā Rīga–Vaivari–Rīga, tad tas ir labākā gadījumā negants birokrātisms, ierēdņu vienaldzība un neizdarība. Ierēdnim normāla tirgus ekonomika nedod tiesības pēc savas iegribas vai saprāta lemt, vai kādam Kalniņam vai Zariņam atļaut vai aizliegt komercdarbības uzsākšanu.

Visļauņākais ir tas, ka licencēšana dažkārt saistās ar klaju korupciju, proti, elementāru kukuļdošanu. Pētījumam "Kā jūtas mazais uzņēmējs" pievērsta nopietna uzmanība. Aptaujas rezultāti ir ļoti negatīvi.¹

Jautājumi, kuru nokārtošanai uzņēmējiem nācies dot kukuļus

Atļauju, licenču saņemšana
 Ātrāka jautājumu risināšana
 Pasūtījuma saņemšana
 Jebkuru jautājumu kārtošana – "kur ej, spēj tik maksāt"
 Privatizācija
 Muitas jautājumu kārtošana
 Soda naudu novēršana
 Nodokļu iekasēšana un atvieglojumu saņemšana
 Pateicība par lēmumu un profilakse
 Pārbaužu novēršana
 Arhitekta atļauju iegūšana
 Telpu īre
 Kredīta, parāda kārtošana
 Policijas protokola novēršana

Iestādes, kurās visbiežāk nācies dot kukuļus

Pašvaldības
 Valsts ieņēmumu dienests
 Muita
 Sanitāri higiēniskie dienesti
 Policija
 Ugunsdzēsības dienests
 Ministrijas
 Valsts zemes dienests
 Uzņēmumu reģistrs
 Tiesas
 Statistikas komiteja
 Valsts nodarbinātības dienests

Tā korupcija, ar kuru tik izmisīgi cīnījās 6. Saeimas deputāti, vairāk likās kā fons 7. Saeimas krietni nopietnākam uzdevumam. Jāsalauž tā sistēma, kas ļauj ierēdnim būt par komercdarbības likteņa lēmējiem. Visādas konsultatīvas komisijas, kur korumpētiem speciālistiem vēl maksā naudu, ir korupcijas formāli likumīgs aizsegs. Ierēdnis ir komersanta kalps, palīgs. Jāizstrādā pilnīgi jauni ierēdņu darba vērtēšanas kritēriji, jānoorganizē atgriezeniskā saikne starp komersantu un valsts

¹ Diena, 1998. g. 18. septembris.

institūciju. Nedrīkst pieļaut, lai Latvija kļūtu par korumpētu ierēdņu valsti, kur valda birokrātija, kas jau atbaidījusi ne vienu vien ārzemju investoru un pašmāju cilvēkiem sagrāvusi jebkuru vēlēšanos uzsākt dzimtenē komercdarbību.

Ir ne mazums brīnumjauku programmu, kā veicināt sīko un vidējo uzņēmumu attīstību. Brīžiem ir pat piešķirta nauda vai saņemams lēts kredīts. Trūkst zināšanu, pieredzes, dažkārt drosmes pārkāpt uzņēmējdarbības sliksni. Tomēr galvenais šķērslis ir naudas bads. Tieši finansējuma trūkums noved pie tā, ka programmas ar labu perspektīvu paliek plauktos un atvilktnēs kā aprakstīti papīri. Ideja ir laba, bet praktiskais izpildījums – čiks.

26.4. Galveno kategoriju īss raksturojums

Mazie un vidējie uzņēmumi – uzņēmumi, kam raksturīgas šādas iezīmes:

- a) efektīvi pilda individuālos pasūtījumus;
- b) ir jaunās tehnikas, tehnoloģijas, organizācijas piemēri;
- c) nodrošina atsevišķu detaļu masveida ražošanu;
- d) palīdz lielražošanai;
- e) plaši veic profesionālo apmācību;
- f) piesaista bezdarbniekus;
- g) izceļas ar spēcīgu motivāciju;
- h) aktīvi piedalās konkurencē;
- i) saņem valsts un speciālo organizāciju atbalstu.

26.5. Secinājumi

Marksistiskā teorija par uzņēmējdarbības nemītīgo centralizāciju un lielražošanas neapstrīdamām priekšrocībām saimniekošanas pārbaudi neizturēja. Modernā ražošana tirgus ekonomikas apstākļos ir lielražošanas un sīkražošanas simbioze. Ražošanas un pakalpojumu raksturs saistībā ar konkrētām īpašuma attiecībām, efektivitātes nosacījumi, tirgus ietilpība nosaka arī uzņēmējdarbības apmērus. Kad Ķīna savā laikā, maoisma ideju iedvesmota, sāka masveidā būvēt mazās domnas krāsnis, mēģinājums beidzās ar grandiozu “čiku”. Resursi bija izšķiesti, čuguns nelietojams. Čuguna apstrādei tehnoloģiski nepieciešama lielražošana. Pāris mehāniķu var darbnīcā samontēt kvalitatīvu automašīnu, bet automašīnu masveida ražošana atbilstoši reālam tirgus pieprasījumam, ievērojot cenu līmeni, prasa masveida ražošanu: lai ražošana būtu efektīva, gadā jāizlaiž ne mazāk par 300 000 viena modeļa mašīnu. Tā kā parasti viens uzņēmums izlaiž vismaz divus modeļus (arī to prasa efektīva ražošana), uzņēmuma apmērus diktē 600 000 automašīnu izlaide, tātad lielražošana montāžas jomā.

Atsevišķas detaļas, pusfabrikātus var masveidā izlaist MVU.

Pasūtījumu individualizēšana daudzās jomās diktē nevis masveida standartprodukcijas izlaišanu, bet konkrēto preču ražošanu mazos apmēros, līdz ar to nelielus uzņēmumus.

MVU ir krietni zemāki pārvaldes izdevumi.

Ja viena persona ir īpašnieks, pārvaldnieks, darba veicējs, krietni pastiprinās efektīvās saimniekošanas motivācija. Sīva konkurence starp daudziem ražotājiem, pakalpojumu sniedzējiem efektīvās saimniekošanas motivācijas spēku vēl stiprina.

MVU ir vesela virkne nopietnu tautsaimniecisku plusu. Tās ātri spēj pielāgoties mazā tirgus pieprasījuma izmaiņām, ieviest jaunu tehniku un tehnoloģiju, absorbēt daļu bezdarba, apmāca, palīdz iegūt kvalifikāciju jaunatnei.

MVU saņem starptautisku, valsts un speciālo organizāciju atbalstu. Latvijā ir pieņemta Mazo un vidējo uzņēmumu attīstības nacionālā programma, kuras iniciatīvas ir ES mērķtiecīga politika. Izveidots apmācības un konsultāciju tīkls, nodibināts Garantijas fonds kļu saņemšanai perspektīviem kredīta objektiem. Nodibināta reģionālās attīstības grupa un finansiāla atbalsta grupa. Bieži vien tieši finansu, investīciju trūkums ir tas ciniis, kas gāž MVU vāzumu.

Ar MVU tālāko reālo attīstību saistās virkne neatrisinātu problēmu. Turpinās strīds starp lielražošanas un sīkražošanas perspektīvām un efektivitāti lauksaimniecībā, par sīkzemnieku tālāko likteni. Sarūk MVU skaits. Pamatcēloņi saistās ar importu un investīcijām. Lielie supermārketi neizbēgami izputina lielu skaitu sīko veikalnieku un ražotāju. Progresu nevar apstādināt, mēģinājums vietējo tirgu totāli nosargāt no importa, veikt pasākumus, lai tikai pašmāju ražotāji apkalpotu šo tirgu, būtu regress. Aktīvi jāmeklē problēmas risinājums, kas saistās ar mēģinājumu panākt, lai vilks būtu paēdis un kaza dzīva.

27.1. Kooperatīvu

26.6. Pamatterminu tulkojums

Apmācības un konsultācijas centru tīkls	<i>training and conculation center of SME</i>	сеть центров обучения и консультации
Bezdarbnieku absorbcija	<i>absorption of unemployed</i>	привлечение безработных
Garantijas fonds	<i>guarantie fund</i>	гарантийный фонд
Kredīta nodrošinājums	<i>credit guaranty</i>	обеспечение кредита
Lielražošana	<i>large-scale production</i>	крупное производство
Lielsaimnieks	<i>large-size peasant</i>	крупный крестьянин
Masveida ražošana	<i>mass production</i>	массовое производство
Mazā un vidējā komercdarbība	<i>small and medium commercial activity (SME)</i>	малая и средняя коммерческая деятельность
Mazo un vidējo uzņēmumu attīstības nacionālā programma	<i>the national programm for the development of small and medium size enterprises</i>	национальная программа развития мелких и средних предприятий
Motivācijas stiprināšana	<i>strengthening of motivation</i>	усиление мотивации
Profesionālā apmācība	<i>vocational training</i>	профессиональное обучение
Sīksaimnieks	<i>small peasant</i>	мелкий крестьянин
Starptautisko, valsts un speciālo orgānu atbalsts	<i>support of international, state and special institutions</i>	поддержка международных, государственных и специальных организаций
Vietējā tirgus aizsardzība	<i>local market defence</i>	защита местного рынка

26.7. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kas nosaka ražošanas apmērus?
2. Kas nosaka lielražošanu?
3. Kas veicina sīkražošanu?
4. Kā sadarbojas lielražošana ar mazo un vidējo ražošanu?
5. Kādi ir MVU plusi tautsaimniecības mērogā?
6. Kāpēc MVU spēj operatīvi ievērot nelielas izmaiņas tirgus pieprasījumā?
7. Kāpēc MVU samērā bieži spēj būt pionieri jaunās tehnikas un tehnoloģijas jomā?
8. Kā MVU saistās ar masveida ražošanu?
9. Kā MVU spēcina efektīvās saimniekošanas motivāciju?
10. Kāda ir konkurences saasināšanas loma?
11. Kāda ir Mazo un vidējo uzņēmumu attīstības nacionālās programmas būtība?
12. Uz ko Latvijas lauksaimniecībai jābalstās perspektīvā: uz lielsaimniecībām vai sīksaimniecībām?
13. Kādas problēmas MVU jomā saistās ar supermārketu dibināšanu?
14. Kā aizsargāt vietējo tirgu un sekmēt pašmāju ražotāju attīstību?

27. nodaļa. Kooperatīvā sabiedrība

27.1. Kooperatīvās sabiedrības vispārējais raksturojums

Saskaņā ar likumu par kooperatīvo sabiedrību tā ir brīvprātīga fizisku un juridisku personu sabiedrība, kuras mērķis ir apmierināt savu biedru elektroniskās un sociālās vajadzības materiālās labklājības un kultūras līmeņa celšanai. Šis ne visai konkrēti raksturotais uzņēmums saimniekošanas praksē var darboties kā darbinieku kooperatīvs un kā pakalpojumu kooperatīvs. Pirmajā gadījumā darba dalīšana apvieno darbiniekus noteiktas produkcijas izlaides vai pakalpojumu sniegšanai. Otrajā gadījumā kooperatīvā sabiedrība algo darbiniekus noteiktai saimnieciskai darbībai, kas nepieciešama kooperatīva biedriem.

27.2. Kooperatīvās sabiedrības biedri

Par kooperatīvās sabiedrības biedriem var būt personas, kuras atzīst sabiedrības statūtus un ir izdarījušas ieguldījumu sabiedrības pamatkapitālā tās statūtos noteiktā kārtībā, kā arī veic citus statūtos un sabiedrības lēmumos noteiktos maksājumus. Fiziskām personām ir vecuma cenzs iestājam kooperatīvajā sabiedrībā – 16 gadu. Dzīvokļa kooperatīvos par biedru dzīvokļa īpašnieks var kļūt, arī nesaņiedzot minēto vecumu. Kooperatīvās sabiedrības padomes, valdes vai revīzijas komisijas loceklim vecuma cenzs ir 18 gadu.

Par skolēnu kooperatīvās sabiedrības biedru ar vecāku vai aizbildņu piekrišanu var būt arī personas, kas sasniegušas 12 gadu vecumu, bet par valdes vai revīzijas komisijas locekli var ievēlēt tikai personas, kas sasniegušas 16 gadu vecumu.

Paju jeb biedra karte. Runa ir par dokumentu, kas apliecina kooperatīvās sabiedrības biedram piederošo paju skaitu un to kopējo summu un dod tiesības piedalīties sabiedrības darbā un pārvaldē, saņemt attiecīgās dividendes un peļņas maksu, bet sabiedrības likvidācijas gadījumā likvidācijas kvotu.

Kooperatīvas sabiedrības pamatkapitāls. Pamatkapitālu veido kooperatīvās sabiedrības materiālu un naudas resursi, kas ir sabiedrības biedru paju vērtīguma summa. Šī iemesla dēļ pamatkapitāla lielums ir mainīgs. Kooperatīvās sabiedrības pamatkapitāla minimālais lielums ir Ls 2000. Dzīvokļu, garāžu un dārzkopības kooperatīvajām sabiedrībām, kuru darbības virziens ir minēto īpašumu apsaimniekošana, pamatkapitāla minimālam lielumam jābūt ne mazākam kā Ls 200.

27.3. Pajas, to veidi un citi kooperatīvās sabiedrības biedru maksājumi

Paju veidi. Parasti statūti paredz biedru tiesības uz šādām pajām:

- 1) pamatpajas;
- 2) papildpajas;
- 3) darbinieku pajas.

Visu veidu pajām ir vienāda nominālcena, ko nosaka kooperatīvās sabiedrības statūti.

Kad var samazināt paju nominālcenu? Vienīgi tad, ja kooperatīvajai sabiedrībai pēc saimnieciskā gada noslēgšanas zaudējumu segšanai nepietiek rezerves kapitāla un jāķeras pie pamatkapitāla daļējas samazināšanas.

Kooperatīvās sabiedrības biedram jābūt vismaz vienai pajai. Paju skaita maksimumu nosaka statūti.

Statūti var paredzēt iestāšanās maksu, kas visiem ir vienāda.

Dažās kooperatīvās sabiedrībās statūti paredz pamatos sarežģītu mehānismu.

Pamatpajas. Kas nosaka sabiedrības biedra pamatpaju skaitu? Statūtos jāparedz biedra izmantoto un sabiedrības sniegto pakalpojumu apjoms, par kuru biedram pienākas viena pamatpaja, kā arī kārtība, kādā tiks noteikts vienam biedram pienākošos pamatpaju skaits. Ja iepriekšējā saimnieciskās darbības gadā biedra faktiski izmantoto un sabiedrības sniegto pakalpojumu apjoms un viņam pienākošos pamatpaju skaits pārsniedz viņam piederošo pamatpaju skaitu, par pamatpajām tiek pārreģistrētas viņam piederošās papildu pajas. Ja biedram pēdējo trūkst vai nav, statūtos paredzētā kārtā jāiegādājas attiecīgs pamatpaju skaits.

Statūti paredz arī variantu, ka tad, ja biedra izmantoto un sabiedrības sniegto pakalpojumu apjoms ir samazinājies, viņa papildpajas pārreģistrējamas par pamatpajām.

Sabiedrības biedriem ir tiesības savas papildpajas pirkt, pārdot, dāvināt.

Kooperatīvās sabiedrības darbiniekiem kopsapulce (pilnvaroto sapulce) var pārdot, piedāvāt pirkt darbiniekiem pajas. Kopsapulce ir tiesīga lemt, vai šīs pajas pārdot par nominālcenu, ar atlaidi vai prēmijas kārtībā piešķirt bez maksas. Šādu darbinieku paju finansiālais avots ir sabiedrības peļņa. Darbinieku pajas tiek iekļautas kooperatīvās sabiedrības pamatkapitālā. Kooperatīvās sabiedrības dibinātāji pajas iegūst, *pirmkārt*, iemaksājot naudu, *otrkārt*, ieguldot mantu, to novērtējot naudā.

Rezerves kapitāls. Iespējamo zaudējumu segšanai kooperatīvās sabiedrībās tiek veidots rezerves kapitāls. Kas veido šo kapitālu? *Pirmkārt*, iestāšanās maksa, ja tā statūtos paredzēta. *Otrkārt*, atskaitījumi no sabiedrības peļņas pēc nodokļu nomaksas. Šiem atskaitījumiem jālīdzinās 40 procentiem no minētās peļņas. Vai tas ir laika ziņā nepārtraukts maksājums? Nē! Šie maksājumi jāveic tikai tik ilgi, kamēr tie sasniedz pusi no pamatkapitāla. Kā rīkoties, ja rezerves kapitāls kļūst mazāks par pamatkapitālu? Risinājums vienkāršs: jāatjauno maksājumi rezerves kapitālā.¹

Kooperatīvas sabiedrības īpašuma attiecības. It visas pajas, tātad arī pamatkapitāls, pieder konkrētiem individuāliem īpašniekiem. No šī viedokļa kooperatīvo sabiedrību īpašuma attiecības pārstāv privāto īpašumu. Sarežģītāk ir ar rezerves kapitālu. To var pamatoti uzskatīt par sabiedrības kopējo īpašumu. Tāpēc no īpašuma viedokļa kooperatīvā sabiedrībā savijas privātā un sabiedriskā īpašuma attiecības. Ņemot vērā paju izšķirošo nozīmi gan kooperatīvā sabiedrībā, gan pamatkapitālā, bet rezerves kapitālu uzskatot par piedēkli, par ekonomisku glābšanas vesti un tikai, ir pamats apgalvojumam, ka kooperatīvā sabiedrība manāmi velk uz privātīpašumu pusi, pēc pamatsatura pārstāv privātā īpašuma attiecības.

27.4. Kooperatīva peļņa un tās sadale

Kooperatīvā sabiedrībā peļņa veidojas pēc parastiem grāmatvedības noteikumiem, ievērojot atsevišķas kooperatīviem uzņēmumiem piemītošas īpatnības. Galvenā problēma ir peļņas sadale pēc tam, kad nomaksāti likumā paredzētie nodokļi.

Paredzēts šāds peļņas sadales modelis:

- 1) jau pieminētā rezerves kapitāla veidošana, kā arī statūtos paredzētu citu kapitālu veidošana;
- 2) dividenžu izmaksa ar visu veidu pajām;
- 3) peļņas atmaksa statūtos paredzētā kārtībā;
- 4) atlikusī peļņas daļas sadalīšana saskaņā ar biedru kopsapulces (pilnvaroto sapulces) lēmumu.

Visaktuālākais ir jautājums par peļņas izlietošanu attīstībai, tehniskai pilnveidošanai, rekonstrukcijai utt. Dividendes ir šodienas biedru ienākums, bet peļņas attīstība ir nosacījums dividenžu augšanai rīt un parīt.

Tāpēc biedru kopsapulcei rūpīgi jāapsver, kādu peļņas daļu izmaksāt dividendēs, kādu novirzīt attīstības altārim. No šī principiālā lēmuma un peļņas sadales proporcijas ir atkarīga kooperatīvās sabiedrības nākotne.

¹ 27.1., 27.2. un 27.3. nodaļa balstās uz "Kooperatīvo sabiedrību likuma" tekstu.

Komercedarbība. Kooperatīvās sabiedrības var veikt daudzpusīgu komercedarbību, dibinot uzņēmumus, firmas visdažādākajās jomās. Saprotais, sabiedrībai piederošās ražotnes, pakalpojumu sniegšanas organizācijas nenoniecina peļņu. Tomēr to galvenais uzdevums ir sniegt atbalstu kooperatīvās sabiedrības biedriem ar izdevīgiem noteikumiem. Šo sabiedrību uzņēmumi ir viena īpašnieka uzņēmumi. Juridiskās personas statusu šie uzņēmumi iegūst pēc to reģistrācijas Uzņēmumu reģistrā (Komercreģistrā). Kooperatīvā sabiedrība var būt arī citas komercsabiedrības dalībnieks. Uzņēmēj-sabiedrības pārvalda algoti pārvaldnieki. Darbus veic algoti darbinieki.

Kooperatīvās sabiedrības pilnā apjomā atbild par savu uzņēmumu saistībām ar visu mantu.

27.5. Demokrātiskā pārvalde

Lēmēji kooperatīvajā sabiedrībā. Augstākais pārvaldes orgāns kooperatīvā sabiedrībā ir biedru kopsapulce (pilnvaroto kopsapulce). Pēdējo ievēl pēc statūtos noteiktas kvotas – vienu pilnvaroto no noteikta biedru skaita. Kopsapulcē ievēl padomi un valdi. Valdes ievēlēšana nav obligāta. Ja statūti to paredz, valdes vietā tās funkcijas pilda direktors vai pārvaldnieks.

Biedru kopsapulce ir tiesīga lemt it visus ar kooperatīvu sabiedrības darbību saistītos ekonomiskos un juridiskos jautājumus. Statūti saskaņā ar Kooperatīvo sabiedrību likumu nosaka, kādas ir padomes un valdes (direktora, pārvaldnieka) tiesības un funkcijas.

Demokrātiskās pārvaldes galvenais princips – biedru kopsapulcē katram biedram ir tikai viena balss. Saskaņā ar statūtos paredzētiem nosacījumiem biedrs savu balsi var uzticēt (nodot) citam kooperatīvās sabiedrības biedram. Šai atļautajai rīcībai ir zināmas negatīvas iezīmes. Var veidoties biedru grupa ar lielu balsu skaitu, kas, izmantojot balsošanas mehānismu, uzspiež biedru kopsapulcei (pilnvaroto sapulcei) savas intereses. Kooperatīvās sabiedrības statūtos jāparedz tādas barjeras, lai atsevišķa biedru grupa nekļūtu par sabiedrības visa īpašuma, visu paju, pamatkapitāla neierobežotu saimnieku, kam ir “demokrātiska” iespēja pakļaut kooperatīvo sabiedrību saviem centieniem.

27.6. Kooperācijas attīstība Latvijā

Kooperācijas vēsture. Latvijas brīvvalstī līdz padomju okupācijai bija uzkrāta bagāta un svētīga pieredze kooperācijas attīstības jomā. Pirmie kooperatīvi dibinājās un izvērsa darbību vēl pagājušā gadu simteņa otrajā pusē. Jau pirms Pirmā pasaules kara bija izveidojies plašs kooperāciju tīkls ar 300 pienotavām un 10 krejotavām. Reāli apstākļi 20. un 30. gados, nepieciešamība izdzīvot konkurences apstākļos, centralizēt resursus sekmēja kooperatīvu varen strauju pieaugumu. Aktīvi tika atjaunoti ne tikai karā cietušie kooperatīvi, bet dibināti jauni kooperatīvi ar to uzņēmumiem, it sevišķi piensaimniecībā.

1938. gadā piensaimnieku kooperatīvu sabiedrību skaits sasniedza 270 ar kopkapitālu, kas pārsniedza 10 miljonus latu. Jau kopš 1921. gada darbojās kooperatīvās apvienības koordinēšanai, kopējai apgādei, tehnoloģiskai palīdzībai, vienotu sanitāru normu ievērošanai, eksporta veicināšanai. Piensaimnieku kooperatīvās sabiedrības apvienojās Latvijas piensaimnieku centrālajā savienībā (LPCS). Sekmīga darbība vairoja LPCS mantu. 1940. gada sākumā Centrālajai savienībai piederēja liels nams Dzirnau un Tērbatas ielas stūrī, diversificēta ķīmijas fabrika. Tās uzdevums bija ne tikai piensaimniekus apgādāt ar nepieciešamajiem mazgāšanas un dezinfekcijas līdzekļiem, bet arī ražot kazeīnu, mākslīgu ragvielu *Lettoīd* pogu, ķemmju ražošanai, izstrādājumus mēbeļrūpniecības vajadzībām, nažu spalvas, radio piederumus un pat mākslīgu dzintaru. Jau 1936. gadā to vairs nenācās importēt.¹ Pilnīgi pietika ar pašmāju produkciju. LPCS bija vēl trīs piena restorānu īpašniece un tai piederēja divi vasaras paviljoni. Galvenais darba lauks bija daudzveidīgā piena produkcijas ražošana un sviesta eksports ar valsts tiešu atbalstu. Paši zemnieki, piena ražotāji, bija aktīvi kooperatīvu dibinātāji. Tam nebija vajadzīgi ne īpaši ministri, ne speciālās valsts institūcijas.

¹ Diena, 1995. g. 9. februāris.

Lauku rajonos, arī pilsētās, ar plašu patērētāju kooperatīvu veikalu tīklu izvērsās apvienības "Turība" un "Vienība". Gāja gadi, un Latvijas kooperatīvi pierādīja savu dzīvotspēju, tātad arī konkurences spēju.

Okupācijas vara, neskatoties uz lišķīgajiem vārdiem par kooperatīvu pozitīvo lomu, kooperācijas sistēmu "sekmīgi" sagrāva. Formāli turpināja pastāvēt kooperatīvā apvienība "Turība", kas drīzāk atgādināja komandekonomikas valsts uzņēmumu, tomēr bija ar mazliet lielāku brīvības pakāpi lēmumu pieņemšanā. Kā spēcīgs magnēts tā pievilka pircējus, jo caur savām bāzēm vairāk saņēma importa preces. Tas mudināja pilsētniekus doties sirojumos pa lauku patērētāju kooperācijas veikiem, lai veiksmes gadījumā nopirktu importa mantu (apģērbu, apavus un vēl šo to).

Kooperācija tirgus ekonomikas apstākļos. Mēs jau minējām, ka jaunie tirgus ekonomikas kooperatīvi bija īpatnēja privātā īpašuma forma. Pamati kooperācijas dibināšanai sīkrūpniecības, amatniecības, lauksaimniecības, transporta un daudzās citās jomās bija ekonomiski un tiesiski nodrošināti. Kooperatīvo sabiedrību likums, kas stājies spēkā 1998. gadā, piešķīra kooperatīvajām sabiedrībām plašas pašregulēšanās iespējas tirgus apstākļos. Varēja brīvi un saskaņā ar saviem statūtiem minētā likuma normu ietvaros dibināt visdažādākos kooperatīvus, piemēram, piensaimniecības kooperatīvus, gaļas pārstrādāšanas, mehanizācijas, celtniecības, meliorācijas, kredīta, dārzkopības, sakņkopības, mēbeļu ražošanas, biškopības, lopkopības, produkcijas un pakalpojumu realizācijas, dzīvokļu un to apsaimniekošanas u.c. kooperatīvās sabiedrības. Šo kooperatīvu mērķis ir sniegt pakalpojumus saviem biedriem ar izdevīgiem noteikumiem (cenu, atlaides, kredīti ar zemu procentu likmi un garu termiņu utt.).

Vai 1000 kooperatīvu būtu jālikvidē? 1998. gada vasaras sākumā Latvijā Uzņēmumu reģistrā bija reģistrēti ap 2500 kooperatīvo sabiedrību. 1500 kooperatīvo sabiedrību līdz 23. jūnijam bija iesniegušas grozījumus savos statūtos saskaņā ar jaunā kooperācijas likuma prasībām un noteiktiem reorganizācijas un statūtu izmaiņu termiņiem. 1000 kooperatīvo apvienību likuma prasības nav izpildījušas. Ja problēmu risina formāli, tad šīs 1000 kooperatīvās apvienības ir jālikvidē, jo likums liedz to pārreģistrāciju. Acīmredzot daļa likuma neievērotāju vairs nedarbojas, mirušas "dabiskā nāvē". Pārējām strādājošām kooperatīvu apvienībām pārreģistrācijas termiņu vajadzēja uz īsu laiku pagarināt. Virs viņiem karājās Damokla zobens. Ja jaunais reģistrācijas termiņš netiks ievērots, saudzēšanas termiņš beigsies un Damokla zobens bez mazākās žēlastības kritīs. Likums, tā termiņi ir stingri jāievēro. Brīvais tirgus nebūt nav anarhija, bet prasa noteiktu kārtību.

Ko zemniekiem dod mašīnu rings? Daudzi individuālie zemnieki dzīvo uz nabadzības robežas pusnaturālās saimniecības apstākļos, pauž neapmierinātību ar savu likteni un netic gaišākai rītdienai. Pretstatā šim drūmajam fonam tā sauktais Jeru rings vieš savos dalībniekos drošību un stabilitāti. Optimismu vieš arī 1998. nelabvēlīgā gada Jeru ringa gaisotne. Kā tas panākts? Ekonomikā brīnuma nav. Sauciens "galdiņ klājies!" ir tikpat efektīvs ka kaķa lāsti, kas debesīs nekāpj.

Tas notika 1994. gadā. Vācijas Ziemeļreinas-Vestfālenes zemes Lauksaimniecības ministrija finansiāli un morāli atbalstīja pirmā lauksaimniecības tehnikas ringa dibināšanu Valmieras rajonu Jeru pagastā. Ring latviešu valodā nozīmē gredzens. Domāts šis gredzens bija kā visu nepieciešamo koplietošanas lauksaimniecības mašīnu kopā, kas nodrošina noteiktas zemes platības apkalpošanu no pavasara sējas līdz rudens aršanai, lai pavasarī "gredzenu" sāktu no jauna.

Minētos četros gados ir gan papildinājies tehnikas pūrs, zemes kopplatība, gan strādājošo skaits. Šī pēcatmodas laika kopsaimniekošanas forma kā progresīvs pasākums ir pilnībā attaisnojusies.

Jeru ringā kopīgam darbam 1998. gada oktobrī bija apvienojušies 12 apkārtnes zemnieki. Viņiem piederošo tīrumu 400 ha kopplatībā apstrādāšana ir uzticēta 5 algotiem strādniekiem līdz ar visu mašīnu ringu, nepieciešamo tehniku ar uzkarināmo aprīkojumu. Mašīnu labākai glabāšanai un ilgākai kalpošanai 1998. gadā ringa dalībnieki nolēma celt ugunsdrošu un ziemā apsildāmu angāru. Šāda attieksme pret ringa tehniku gadā prasa 25 000 latu lielu investīciju, bet ātri atmaksāsies ar uzviju. No sākuma sponsori Jeru pagasta mašīnu ringā bija bieži viesi-uzraugi-konsultanti, bet ar laiku braucieni no Vāczemes kļuva arvien retāki. Toties ringa dalībnieki ziemā varēja braukt uz Vāciju mācīties.

Vācijas pieredze mašīnu ringa ideju īstenošanā Jeru pagasta zemniekiem iepatikās. Rings ir viena no kopsaimniekošanas formām, kam nav nekā kopēja ar minikolhozu. Pēdējā mērķis ir kopēja peļņa. Simpātiski likās tas, ka katrs ringa dalībnieks palika atbildīgs privāto uzņēmēju, kura virsuzdevums ir veicināt katra ringa dalībnieka ienākums. Katrs ringa dalībnieks apsaimnieko savu teritoriju,

izmantojot savas uzņēmējspējas konkrēti izraudzītā ienesīgā biznesā. Dalībnieks patstāvīgi lemj, vai audzēt zirņus, cept maizi, attīstīt piena vai lopkopību, nodoties mežizstrādei. Viens piemērs: kāds no ringa dalībniekiem aizrautīgi nododas graudkopībai un aitkopībai. Sākumā viņam bija 10 aitu, bet drīz vien to skaits pieauga līdz 160. Mašīnu rings nodrošināja ražas ievākšanu no 80 hektāriem. Ringā ir dalībnieki ar visai dažādu graudaugu platību – no 12 līdz 120 hektāriem. Apmaksa pēc pašizmaksas. Algotie strādnieki jūt pavisam citu atbildību par darba kvalitāti, par veikumu no sākuma līdz galam. Ja zemi slikti aparsi, rudenī būs grūtības ar ražas novākšanu ar kombainu. Strādnieka ienākums ir tieši atkarīgs no iekūluma. Labāk strādāsi ringā, vairāk nopelnīsi. Rings par katru darbinieku maksā arī sociālo nodokli.

Visi ringa ļaudis ir vietējie, sava darba speciālisti. Gadās arī interešu pretstatī. Kāds ringa dalībnieks vēlas, lai viņam zemi apstrādā ātrāk utt. Ringa vadība pārzina situāciju visā platībā un spēj agrotehniski noteikt lauku darba veikšanas secību. Kas agrāk iesējis, tam arī citiem ar mašīnām veicamiem darbiem ir agrākie termiņi. Darbojas arī citi faktori, un ringa locekļi jāpārlicina par visracionālāko darbu secību.

Salīdzinot ar Rietumeiropu, Latvijas laukos ir ļoti maz kooperatīvu vai kopsaimniecību formu. Rings ir izdevīgāks par parasto kooperatīvo sabiedrību. Ringā nav to pārvaldes, ko paredz statūti, tiesiskie akti. Sīkas saimniecības var veidot visvienkāršākās kopdarbības formas pēc “mašīnu ringa” parauga daudzās jomās ar maziem kapitālieguldījumiem. Tas ātri atmaksāsies. Nepieciešama laba griba, iniciatīva, enerģija, prasme novērtēt izdevīgumu, atteikšanās no pagātnes aizspriedumiem. Daudzi zemnieki, atcerēdamies kolhozu laiku, *a priori* baidās no kooperatīviem kā velns no krusta. “Diena” rakstam par pirmo Latvijas “mašīnu ringu” deva virsrakstu “Mašīnu rings zemniekos vieš drošību”. Darbs nākotnes labā ar panākumu garantiju, tātad drošība ir tas, kas mūsu sīkzemniekam tik ļoti vajadzīgs.

27.7. Vai patērētāju kooperācija ir konkurētspējīga?

Okupācijas gados Latvijas lauku rajonu un arī vietējo pilsētu tirdzniecības monopolists bija patērētāju kooperācija. Šie kooperatīvi bija apvienoti Latvijas Patērētāju biedrību savienībā “Turība”, Latvijas neatkarības atgūšana stāvokli spēji mainīja. Deviņdesmito gadu sākumā bija vairāk nekā 700000 paju biedru, bet deviņdesmito gadu beigās tikai 24000 paju biedru. Šis būtiskais kritums liek par daudz ko padomāt. *Pirmkārt*, lielais paju biedru skaits bija mākslīgi radīts un tam bija maz sakara ar īstu brīvprātību, iestājoties patērētāju biedrībā. *Otrkārt*, paju biedrs vieglāk piekļūst deficītam. *Treškārt*, privātie tirgotāji, it sevišķi gadu desmita sākumā totāli izkonkurēja patērētāju kooperāciju. Privātie komersanti sākotnēji bija brīvi kā putni gaisā; tiem bija sveša grāmatvedības uzskaitē, nodokļu maksāšana, viegla pieeja kontrabandai. Beidzās deficīts, un paju biedru atplūdi kļuva neizbēgami. Iestājās bēgums, kam pagaidām neseko paisums. Saprotams, atsevišķu patērētāju biedrību liktenis bija visai atšķirīgs: vieni plauka, gāja augšup, citi nīkuļoja un tuvojās bankrotā bedres malai.

Kāda bija izeja? Ko darīt? Pēc ekspertu domām, racionāli būtu patērētāju biedrības ar prātu apvienot. 1997. gadā Latvijas kopdarbības centrālās savienības (LKCS) “Turība” kopējais apgrozījums, ieskaitot piecus pārtikas kombinātus, četras zvēraudzētavas un virkni citu ražotņu, bija 104 milj. latu, bet gadu iepriekš 112 milj. latu. Lejupslīde ir nepārprotama. Kā jau parasti kooperatori žēlojās par nodokļu nastu konkurences apstākļos ar privātajiem tirgotājiem. Pēdējie saviem darbiniekiem maksājot minimālo darba algu, pārējo aploksnē, un nodokļu slogs ir visai viegliņš.

Apvienošanas panākumu efektivitāti demonstrē Vidzeme.

Agrozījums aug. Pirms gada ekonomiskā izdevīguma dēļ apvienojās Valmieras rajona patērētāju biedrību savienība, Valmieras, Rūjienas un Mazsalacas patērētāju biedrības, Rūjienas patērētāju biedrības sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumu apvienība.

Tā tapa liels komercuzņēmums – Valmieras reģiona patērētāju biedrība. Iepriecina, ka apvienošanas reālais rezultāts deva 30% apgrozījuma pieaugumu. Realitāte ir tāda, ka pircējs atgriežas patērētāju biedrību veikalos, jo prece, cena un apkalpošana pārspēj privāto konkurentu. Pirmā gada galvenais uzdevums – stabilizācija, veikalu un infrastruktūras sakārtošana. Biedrībai ir 66 tirdzniecības vietas, starp tām dažas nerentablas. Tās necenšas likvidēt, bet apvienojot un pārkārtojot saglabāt, radīt rentabla darba nosacījumus. Valmierā iekārtots lielākais veikals Vidzemē ar plašu preču sortimentu.

Vietējo patērētāju biedrību vadību spriedums ir viennozīmīgs: bez apvienošanās Rūjienas un Mazsalacas patērētāju biedrības ieveltos bankrota bedrē, neizdzīvotu. Tagad kļuvis iespējams veikt nepieciešamos remontus, veikali kļuvuši pievilcīgāki. Pārdomāta sortimenta politika palīdzēja Rūjienas un Mazsalacas patērētāju biedrībai tikt uz "zaļā zara". Vienlaikus Valkas patērētāju biedrību nācās izsludināt par maksātnespējīgu. Viens no daudziem cēloņiem, ka noteica šo bēdīgo rezultātu, ir vadītāju pasivitāte. Nemazsvarīgi bija arī tas, ka vadošiem darbiniekiem jaunos apstākļos Igaunijas robežas tuvumā bija gaužām vāja komercizglītība. Pircējam ir vienalga, kāda tipa veikalā iepirkties: kooperatīvā vai privātā. Virsroku ņem konkurēspējīgākais.

Kas maksā dividendes? Dividendes par 1997. gadu saņēma Limbažu, Salacgrīvas un Cēsu patērētāju biedrības. Limbažu PA pārdēvēja par "Retiko". Pirmo reizi pēc pieciem gadiem paju biedri pēc kopsapulces lēmuma saņēma 50% no paju nominālcenas. "Retiko" ar saviem 330 strādājošajiem un 353 biedriem bija aktīvi maizes cepēji un kārtīgi nopelnīja dividendžu izmaksu. Salacgrīvas tirdzniecības uzņēmumu paju biedri dividendes saņēma ik gadus. 1997. gada dividendes bija 20% no paju naudas, gadu iepriekš pat 50%. Cēsis dividendes maksāja 20% no paju nomināllieluma, proti, 1 latu.

Atlaižu kartes. Kā pievilkt pircēju, par to patērētāju biedrību dižvīri domā gan dienu, gan nakti. Alūksnieši nolēmuši sākt pieticīgu eksperimentu ieviest atlaides kartes tikai vienā veikalā un tikai pārtikas precēm. Ja pasākums būs veiksmīgs, atlaižu karšu izmantošana paplašināsies.

Patērētāju kooperācijai Latvijā 100 gadu pieredze. Pirmo patērētāju kooperatīvu Latvijā 1865. gadā noorganizēja vācieši. 1885. gadā dibināja pirmo latviešu kooperatīvu, proti, Ilguciēmā un Zaķu salā Rīgas pārtikas jeb konsuma biedrību. Kooperatoru stafete tika nodota no paaudzes uz paaudzi. Drīz pienāks vēsturiskais brīdis, kad sociālās tirgus saimniecības patērētāju kooperācijas stafete tiks nodota trešam gadu tūkstošim.¹

27.8. Demokrātiskā firma

Kooperācijas formas ir visai dažādas. Katrai valstij ir savas īpatnības, pieredze, savas vēsturiskās saknes. ASV izplatību guva strādnieku akciju sabiedrības jeb tā saucamā **demokrātiskā firma**.

ESOP (Employer Stock Ownership Plan) – strādātāju īpašuma uzkrāšanas programma. Strādniekiem, uzņēmumu darbiniekiem, kas vēlas pārņemt uzņēmumu savā īpašumā, nav tik daudz brīvās naudas, lai no īpašniekiem izpirktu akcijas. Izeja ir kredīts. Bet banka neuztic atsevišķam darbiniekam nepieciešamo kredīta summu, prasa nodrošinājumu. Darbinieku akciju sabiedrības dibināšana saduras ar nopietnām grūtībām.

Kapitālistiskais manifests. 50. gados pazīstamais ASV ekonomists Leviss Kelso sāka propagandēt ideju pārvarēt strādnieku atsvešināšanu no ražošanas līdzekļiem, padarīt visus algotos darbiniekus par īpašniekiem. 1985. gadā L. Kelso publicēja "Kapitālistisko manifestu", kur šī ideja tika deklarēta. Pēc pieciem gadiem viņš paziņoja, ka marksistiskais lozungs "visu zemju proletārieši, savienojieties" jāaizstāj ar principiāli jaunu lozungu "visu zemju īpašnieki, savienojieties, jo jums ir ko zaudēt – savus īpašumus". L. Kelso ideja saistās ar kolektīvu kredītu. Uzņēmuma strādātāji un līdzšinējie akcionāri dibina īpašu organizāciju, kas, ņemot bankā kredītu, izpērk akciju sabiedrības akcijas. Uzņēmums kalpo kā kredīta nodrošinājums. Kredīta ņemšana un kredīta atdošana ir izteikti kolektīva. Kredīta segšanas avots ir uzņēmuma peļņas daļa, strādātāju dividendes, brīvprātīgi atskaitījumi no strādātāju algām. Strādātāji kļūst par akciju īpašniekiem. Saskaņā ar ASV statūtiem akciju kontrolpaketes veidošana netiek pieļauta. Šādu uzņēmumu, kur akcijas pieder tikai tā strādātājiem, nokristīja par demokrātisku firmu. Prognoze paredz, ka 2000. gadā 25% ASV uzņēmumu (galvenokārt sīko un vidējo) atradīsies strādātāju īpašumā.

ASV starp ekonomistiem rit diskusija, kas nodrošina demokrātisku firmu attīstības relatīvus panākumus. Vieni apgalvo, ka tā ir pašu strādātāju spēcīgā motivācija, citi norāda, ka šo firmu panākumu atslēga ir ESOP parastās nodokļu atlaides. Strīds paliek neatrisināts, bet nevar neatzīt faktu, ka šādas strādātāju AS, īpatnēji kooperatīvi ASV ir populāri.

¹ Materiāli pēc "Dienas Biznesa", 1998. g. 27. augusts, 12., 13. lpp.

27.9. Komūnas Izraēlā (kibuci)

Brīnumu ekonomikā nav. Arī Izraēlā. Privātais īpašums vienotībā ar materiālo ieinteresētību un konkurenci, peļņas motīvu visā pasaulē ir parādījis savas nepārprotamās priekšrocības. Kopējais īpašums sociālistiskajos lauksaimniecības arteļos ir cietis vispasaules sakāvi, demonstrējis neefektīvas saimniekošanas paraugu. Kubā un Ziemeļkorejā kopējais īpašums un materiālās ieinteresētības negācija, valsts sociālisms turas, vienīgi pateicoties komunistiskajai diktatūrai, klajai vardarbībai. Bet Izraēlas kibuci, komūnas, kur itin viss ir sabiedriskots, rāda pasaulei tuksneša apvidū ekstraklases sasniegumus lauksaimniecībā, kas ir Ginesa rekordu grāmatas cienīgi. Vai Izraēlā nedarbojas motīvu teorija? Nekādā gadījumā! Darbojas kolektīva materiālā ieinteresētība. Kibucam jāizdzīvo sīvās konkurences apstākļos, tirgus ekonomikas spaidu vidē. Apstākļos, kad zeme jāapstrādā, turot vienā rokā šauteni, bet otrā lāpstu, nemitīgi atvairot arābu teroristu uzbrukumus, veidojas jauni motīvi, kā saliedēt kolektīvus nemitīgu briesmu apstākļos. Izrādījās, ka izdzīvošanas motīvi šī vārda tiešā nozīmē, idejiski motīvi likt pamatus nacionālajai valstij, noteica nepieciešamību veidot saimnieciskus pamatus, kas bija pretrunā ar pasaules pieredzi. Tieši komūna (kibucs) izrādījās visdzīvotspējīgākā izvēle neredzēti skarbos apstākļos. Nekāda privātā īpašuma, nekādas tiešās materiālās ieinteresētības, viss kopējs, gan darba rīki, gan darba augli. Tā nav novirze no mūsdienu ekonomikas centrālās ass, tās motīvs ir kolektīva materiāla ieinteresētība, kam dziļas vēsturiskas saknes, komūnu idejas spēks. Komūnā, Izraēlas kibucā neviens neuzrauga, cik daudz un intensīvi tu strādā, bet kibuca biedru dzīves līmenis ir kolektīvā darba tiešā funkcija. Daudz emigrantu labprāt strādātu un kopumā bezrūpīgi dzīvotu kibucā. Bet kļūt par kibuca locekli nav tik viegli. Ar vakantām vietām ir pagrūti.

Konkurence iemācīja kibucus cienīt zinātni. Un daudz komūnu sāka aktīvi un sekmīgi savienot zinātni ar ražošanu. Kibuci sūtīja savu jauno paaudzi mācīties universitātēs, vislabākajos institūtos, un tas deva teicamu rezultātu. Kibuci ir bagāti izgudrotājiem, kas vairo šo komūnu kolektīvo bagātību. Zināms skaits kibucu pārgāja uz rūpniecisko ražošanu, pakalpojumu sfēru. Kad tuksneša vidū tu redzi dateļu palmu, kibucu stādītu teicami izaugušu taisnstūri, tu sāc domāt par motīvu spēku daudzveidību. Kibucu skaits Izraēlā aug. Uzkrājumi ir pietiekami, lai pensionāriem nodrošinātu tādu pašu dzīvi kā strādājošiem kibucu biedriem. Vēršas plašumā kibucu infrastruktūra, skolas, medicīniskās palīdzības punkti, atpūtas centri, sporta bāzes. Atvaļinājumu iespējams pavadīt lepnos Eiropas kūrortos.

Saprotams, kibucam ir arī savas grūtības. Jaunieši un jaunietes pēc dienesta armijā ne vienmēr vēlas atgriezties dzimtajā kibucā, meklē darbu privātā valsts sektorā. Vienā otrā kibucā sāk lietot prēmiju sistēmu, atsevišķiem darbiem pat gabal darba apmaksu, tā atkāpjoties no kibucu idejiskiem darba principiem. Komūnas Izraēlas specifiskos apstākļos strādā efektīvi, tām ir droša nākotne, visai sekmīgs sociālo problēmu risinājums. Tirgus ekonomika nav tik vienvēidīga, kā tas dažam liekas. Pēc abstraktās teorijas kibuciem sen vajadzēja sabrukt. Bet tie plaukst. Patiesība ir konkrēta. Kibuci kā privātīpašuma, kā individuālās materiālās ieinteresētības noliegums spēj zelt tikai Izraēlas ekonomiskajā un sociāli vēsturiskajā augsnē.

27.10. Galveno kategoriju īss raksturojums

1. Kooperatīvā sabiedrība – brīvprātīga fizisku un juridisku personu sabiedrība ar mērķi apmierināt savu biedru ekonomiskās un sociālās vajadzības, vai nu kooperatīvu locekļiem kopēji veicot darbu, vai sniedzot pakalpojumus, organizējot ražotni ar algotu darba spēku.
2. Pajas, to veidi – a) pamatpajas; b) papildpajas; c) darbinieku pajas.
3. Paju jeb biedra karte – dokuments, kas apliecina kooperatīvās sabiedrības biedram piederošo paju skaitu un kopējo summu.
4. Kooperatīvās sabiedrības pamatkapitāls – sabiedrībai piederošie materiālie resursi un naudas summas.
5. Rezerves kapitāls – naudas summa iespējamo zaudējumu segšanai, kas veido kooperatīva īpašumu.

6. Kooperatīvā peļņa un tās sadale – veidojas pēc grāmatvedības noteikumiem, ievērojot kooperatīvā īpašuma īpatnības. Peļņu sadala: a) resursu kapitāla veidošanai; b) attīstībai, tehniskajai pilnveidošanai; c) dividenžu izmaksai visādu veidu pajām; d) prēmijām.
7. Komercdarbība – daudzpusīgā uzņēmējdarbība. Ja kooperatīvā apvienojas amatnieki, dažādu arodu speciālisti, tad mērķis ir lielāka peļņa. Ja kooperatīva mērķis ir sniegt kooperatīva biedriem pakalpojumus, tad tā mērķis ir pakalpojumu kvalitāte un lētums.
8. Demokrātiskā pārvalde – augstākais pārvaldes orgāns, likteņa lēmējs kooperatīva biedru kopsapulce, kur katram kooperatīva pārvaldes biedram ir tikai viena balss.
9. Kooperatīva daudzveidība – dažādība pakalpojumu sniegšanā kooperatīva biedriem sekmē parādību, kad viens uzņēmējs, komersants ir vairāku kooperatīvu loceklis. Tas sevišķi raksturīgi laukos.
10. Demokrātiska firma – raksturīga ASV, kur firma pieder tā kolektīvam.
11. Komūna (kibucs) – kā privātā īpašuma un individuālās materiālās ieinteresētības noliegums Izraēlas specifiskajos ekonomiskajos un sociāli vēsturiskos apstākļos sekmīgi darbojas Izraēlā.

27.11. Secinājumi

Kooperatīvas sabiedrības ir specifiska privātā īpašuma forma, kas atšķiras gan no viena īpašnieka uzņēmuma, gan no SIA un AS. Katrs paju īpašnieks, sabiedrības biedrs, ir privātīpašnieks savas pajas novērtējuma apmērā. Vienlaikus pajas piedalās tehnoloģiskajā un organizatoriskajā procesā un mijiedarbojoties saplūst ražošanas resursu un faktoru kopā.

Sīkie ražotāji, arī pakalpojumu sniedzēji var apvienoties, kopā darboties uz darba dalīšanas pamatiem.

Kooperatīvās sabiedrības var dibināt, lai ar izdevīgiem noteikumiem sniegtu pakalpojumus kooperatīvo sabiedrību biedriem daudzās dažādās jomās. Šos kooperatīvus pārvalda algoti pārvaldnieki; darbu veic nevis paju īpašnieki, bet algoti darbinieki.

Piedalīšanās kooperatīvās sabiedrībās ir absolūti brīvprātīga.

Kooperatīviem raksturīga demokrātiska pārvalde. Kooperatīvu augstākais lēmējorgāns ir paju biedru kopsapulce vai pilnvaroto kopsapulce.

Paju biedru kopsapulce vai pilnvaroto sapulce ir tiesīga likumdošanas aktu ietvaros dalīt kooperatīvās sabiedrības peļņu, t.sk. lemt par dividenžu izmaksām.

Pastāv parastās pajas un darbinieku pajas. Pēdējās darbinieki var pirkt par pilnu cenu, ar atlaidi vai prēmiju veidā saņemt bez maksas. Dalībnieku pajas nedod balsstiesības.

Kooperatīvo sabiedrību biedru priekšrocības saistās ar cenu atlaidēm, lētu kredītu (krājaizdevumu kooperatīvs) utt.

Latvijā 90. gadu sākumā kooperatīvu sabiedrību un to biedru skaits būtiski samazinājies. Ir kooperatīvi, kas pāreju uz tirgus ekonomiku pārdzīvojuši sekmīgi, bet ir arī tādi kooperatīvi, kam draud bankrots.

Vidzemes pieredze liecina, ka efektīvs kooperatīvu izdzīvošanas līdzeklis ir resursu līdzekļu apvienošana. Viena no šādām apvienībām deva iespēju apgrozījumu palielināt par 30%.

Iniciatīva, labas zināšanas komercdarbības pamatos, uzņēmējspēju mērķtiecīga, veiksmīga izmantošana sola Latvijas kooperatīvai kustībai sekmīgu nākotni, labas perspektīvas trešā gadu tūkstoša pirmajā desmitgadē.

Dažādās valstīs kooperatīviem ir savas īpatnības. ASV tā ir demokrātiska firma, kas, balstoties uz ESOP – strādātāju īpašuma uzkrāšanas programmu, izmantojot kredītu, pāriet darbinieku īpašumā. Izraēlā, konkurences apstākļos sekmīgi darbojas komūnas (kibuci).

27.12. Pamatterminu tulkojums

Atlaižu kartes	<i>discont cards</i>	карты скидок
Darbinieku paja	<i>personal share</i>	пай работников
Demokrātiskā pārvalde	<i>democratic administration</i>	демократическое управление
Kooperācija	<i>cooperation</i>	кооперация
Kooperatīva savienība	<i>cooperative society</i>	кооперативное объединение
Pamatkapitāls	<i>fixed capital</i>	основной капитал
Pamatpaja	<i>basic share</i>	основной пай
Papildu paja	<i>additional share</i>	дополнительный пай
Peļņas sadale	<i>profit distribution</i>	распределение прибыли
Rezerves kapitāls	<i>reserve capital</i>	резервный капитал

27.13. Pašpārbaudes jautājumi

1. Kādas īpašuma attiecības un kāpēc pārstāv kooperatīvo sabiedrību?
2. Ko var uzņemt kooperatīvā sabiedrībā?
3. Ko var uzņemt bērnu kooperatīvos?
4. Kas ir paja?
5. Kādus paju veidus jūs pazīstat? Kad tās tiek izsniegtas?
6. Kas veido pamatkapitālu?
7. Vai iestāšanās maksa ir obligāta?
8. Kā veidojas rezerves kapitāls?
9. Kā notiek peļņas sadale?
10. Kādu komercdarbību var veikt kooperatīvā sabiedrība?
11. Kāpēc, pārejot no komandekonomikas uz sociālo tirgus saimniecību, strauji samazinās kooperatīvu un to biedru skaits?
12. Kā darbojas mašīnu rings, kādas ir tā priekšrocības?
13. Kas nosaka kooperatīvu sabiedrību konkurētspēju?
14. Kādu motivāciju veicina atlaides kartes?
15. Kad un kur dibināja pirmo latviešu kooperatīvu?

Latvian and services". Precīzais tulkojums latviešu valodā ir "labumi un pakalpojumi". Bet "goods" tiek tulkots kā "preces" un vispārinotais latviešu tulkojums ir "preces un pakalpojumi". Šāds tulkojums jau ir kļūdains. Vai kāds saka "cilvēki un sievietes"? Pēc šādas izglītības cilvēks ir ļoti izpaļ, ka šāds teiciens ir loģiska apstiprināšana. Bet tāta pati aplamība ir "preces un pakalpojumi", jo pakalpojumi arī ir preces. Gan šaurā, ka angļu valodā šīs kategorijas "paid services", latviešu tulkojumā "maksas pakalpojumi". Šeit ir speciāli norādīts, ka šie pakalpojumi ir preces.

Saprotams, atradīsim šī neolģiskā tulkojuma "preces un pakalpojumi" atspoguļojumu latviešu mācības literatūrā, kas liecina par šīs aplamības terminoloģiju vārdu pamatu. Pirmā šīs aplamības "preces", t. i. pakalpojumi. Angļu valodā iegājies, ka "goods" ir preces. Bet šāds ir šīs aplamības rojums, gandrīz visi labumi ir preces, pirkšanas un pārdošanas objekti. Bet šāds latviešu tulkojums ir dabuālo saimniecību, kur labumi "goods" nav prece. Loģika ir netaisnīga. Citi šī aplamības rojums ir šīs aplamības vienā lapaspusē lasām "prece", angļu tulkojums "goods", pārtā nozīmē "labumi". "preces" jau tiek tulkotas kā "non-food commodities". Te prece ir šis tulkojums "commodities". Tas nozīmē, ka ir iespēja izvēlēties šīs terminoloģiskās aplamības un angļu valodā šīs kategorijas "labumi" un "preces". Tādai terminoloģiskai aplamībai ir arī praktiska nozīme. Ar šīs aplamības rojums ir šīs aplamības rojums.

¹ Latvijas mikroekonomiskie rādītāji, 1/2000, Rīga, 22. lpp.

² Turpat, 17. lpp.

³ Turpat.

TEORIJA UN TERMINOLOĢIJA

Terminoloģija nav patvaļas lauks. Zinātniskiem jēdzieniem jābūt teorijas precīzam atspulgam. Tāpēc likumsakarīgi, ka pāreja uz tirgus ekonomiku prasa atbilstošu terminoloģiju, kas bez atavismiem raksturo mūsdienu tirgus teorijas principiālo saturu, tās specifiskās iezīmes. Diemžēl mācību grāmatas, kam ir sevišķa nozīme, veidojot zinātniski korektu terminoloģiju, tiesiski akti, metodoloģiski un populāri raksti ir pilni ar terminiem, kas ne tikai neatbilst tirgus teorijai, bet ir krasā pretrunā ar to.

Minēsim visizplatītākos piemērus. Plaši tiesiskos aktos, visdažādākajos rakstos lieto jēdzienu "vērtība". Kas ir "vērtība", kāda ir šīs kategorijas būtība? Varam līdz bezgalībai šķirstīt tirgus ekonomikas mācību grāmatas, bet it kā visiem saprotamo jēdzienu "vērtība" tur neatradīsim. Tādu kategoriju mūsdienu tirgus teorija vienkārši nepazīst. Vārds bez satura. "Vērtība" bija visai nozīmīga kategorija ar visai konkrētu saturu Ādama Smita, Davida Rikardo, Kārļa Marksa darbos. Visa K. Marksa mācība līdz pat proletāriskas revolūcijas pamatojumam balstās uz darbvērtības teoriju. Mūsdienu tirgus teorija, kas ir darbvērtības teorijas noliegums, izmeta no ekonomisko kategoriju arsenāla vērtības jēdzienu. Ar kādām tiesībām Saeimas deputāti ar saviem padomdevējiem, konsultantiem valodas speciālistiem ievazā Latvijas likumdošanā kategoriju bez satura? Kā to izskaidrot? Diemžēl mums ir darīšana ar parādību, ko droši var nosaukt par ekonomisko analfabētismu. Visi šie prātvēderi, kas darbvērtības teoriju centīgi apguvuši sociālistiskajā pagātnē padomju augstskolās, bez tam vērtības kategorijas būtību nostiprinājuši marksisma-ļeņinisma vakara universitātē un nav kaut cik kārtīgi mācījušies tirgus ekonomikas teoriju, absolūti nevietā plaši lieto vārdu "vērtība". Ja mēs šiem kungiem jautāsim, ko nozīmē viņu lietotais jēdziens "vērtība", mēs vienā gadījumā dzirdēsīm tīri marksistisku skaidrojumu, otrā gadījumā atbildes vietā būs kāda nesakarīga muldēšana vai klusums. Ar kādu vārdu aizstāt daudziem tik mīlo, bet bezsaturīgo vērtību? Visvienkāršākais risinājums ir mierīgu sirdi lietot vārdu cena. Atkarībā no konkrētā teikuma satura vienā otrā gadījumā var vērtību aizstāt ar ražošanas izmaksām, neaizmirstot, ka peļņa dažu autoru skaidrojumā ir ražošanas izmaksu sastāvdaļa. Nav vajadzības problēmu sarežģīt un parastajā literatūrā likumu tekstos lietot tādu jēdzienu kā "galējais derīgums", kaut arī šī kategorija ir vērtības tirgus ekonomikas pretmets.

Kā angļu valodā tulko kategoriju "prece"?

Liela loma kategoriju raksturošanai latviešu valodā ir kroņa statistikai. Ņemiet rokā statistikas mēneša biļetenu, kādu citu valsts statistikas izdevumu un jūs viegli konstatēsiet, ka visas ekonomikas kategorijas latviešu mēlē ir tulkotas no angļu valodas. Formāls tulkojums brīžiem noved pie ne visai loģiskām konstrukcijām latviešu valodā.

Tā angļu valodā viscaur lieto jēdzienu kombināciju "goods and services"¹. Precīzais tulkojums latviešu valodā būtu "labumi un pakalpojumi". Bet "goods" tiek tulkots kā "prece"² un vispārlietots latviešu tulkojums ir "preces un pakalpojumi". Šāds tulkojums jau ir kļūdainis. Vai kāds saka "cilvēki un sievietes"? Puslīdz izglītots cilvēks it labi izprot, ka šāds teiciens ir loģiska aplamība. Bet tāda pati aplamība ir "preces un pakalpojumi", jo pakalpojumi arī ir preces. Gan jāatzīst, ka angļu valodā lieto kategoriju "paid services"³, latviešu tulkojumā "maksas pakalpojumi". Šeit tiek speciāli uzsvērts, ka šie pakalpojumi ir preces.

Saprotams, atradīsies šī neloģiskā tulkojuma "preces un pakalpojumi" aizstāvji. Vainīga ir apvienotās nācijas statistika, kas ieviesa teorētiski aplamu terminoloģiju visā pasaulē. Pareizi būtu rakstīt "preces", t. sk. pakalpojumi. Angļu valodā iegājies, ka "goods" ir preces. Un tam ir savs izskaidrojums: gandrīz visi labumi ir preces, pirkšanas un pārdošanas objekti. Bet šāda kategorija ignorē naturālo saimniecību, kur labumi "goods" nav prece. Loģika te manāmi klibo. Citētā statistikas izdevumā mēs vienā lapaspusē lasām "prece", angļu tulkojums "goods"; pāris rindiņas tālāk "nepārtikas preces" jau tiek tulkotas kā "non-food commodities". Te precēm ir cits tulkojums – "commodities". Tas nozīmē, ka ir iespēja izvairīties no terminoloģiskā jucekļa un precīzi atdalīt kategorijas "labumi" un "preces". Tādai teorētiskai precizītai ir tīri praktiska nozīme. Ārējās tirdzniecības statistikā tiek

¹ Latvijas makroekonomiskie rādītāji, 1/2000, Rīga, 22. lpp.

² Turpat, 17. lpp.

³ Turpat.

pamīšus lietoti termini “eksporta un importa preces”, angļu valodā “commodity” un “goods”.¹ Tiec nu gudrs, kādu terminu kad lietot. Latviešu valodā ir viena kategorija – prece. Turklāt, raksturojot eksporta un importa kopapjomu, ir aizmirsti pakalpojumi. Tātad statistika pakalpojumus par eksporta vai importa precī neuzskata. Tā jau ir tirgus teorijas ignorēšana.

Ražošanas resursi vai ražošanas faktori?

Sevišķa putra rodas tad, kad vienu un to pašu kategoriju apzīmē ar atšķirīgumiem terminiem. Tā vieni cienījami autori vienu un to pašu kategoriju sauc par ražošanas resursiem², citi klasiku rangā iecelti zinātnieki šo pašu kategoriju dēvē gan par ražošanas resursiem, gan par ražošanas faktoriem³. Mūsuprāt, runa ir par atšķirīgām kategorijām un likt vienlīdzības zīmi ražošanas resursiem un ražošanas faktoriem ir teorētisks pārratums.

Neiedziļinoties kategoriju saturā, atzīmēsim, ka resursi izsaka noteiktu potenciālu iespēju, kas ir pamats aktīvai ražošanai un pakalpojumu sniegšanai. Dabas resursi, darbaspēka resursi, kapitāla resursi, uzņēmēja (komersanta) spēju resursi vēl nav aktīva darbība, faktori, kas resursu potenciālo spēku tieši un mērķtiecīgi izmanto ekonomiskajā attīstībā.

Vislabāk atšķirību starp ražošanas resursiem un ražošanas faktoriem varam saskatīt, pretstatot darbaspēkam darbu. Darbaspēks ir potenciālas darbaspējas. Izmantojot šīs darbaspējas (resursus), īstenojas darbs, ražošanas faktors, produkcijas un pakalpojumu tiešais veidotājs. Vai bezdarbniekam ir darbaspējas kā potenciāls spēks? Šaubu nav! Ir! Vai bezdarbnieks patērē darbaspēku kā resursus? Nebūt nē! Bezdarbnieks neveic darbu, nelieto darbu kā ražošanas faktoru. Atšķirība starp darbaspēku kā potenciāliem ražošanas resursiem un darbu kā ražošanas faktoru ir skaidri saskatāma un teorētiski pamatota. Nevar būt darba tirgus, jo darbaspēka patērēšanu nav iespējams pirkt un pārdot. Vienīgi var būt darbaspēka tirgus, kur tālākai lietošanai pērkamas darbaspējas kā potenciāls spēks. Tāda pati atšķirība ir starp uzņēmējspēju (komercspēju) resursiem un uzņēmējdarbību (komercdarbību). Arī kapitāls kā resursi var būt sastingusi metāla vai betona konstrukcija vai nafta cisternā. Tie visi ir ražošanas resursi bez jebkādas atdeves. Tikai ražošanas faktori atdzīvina šos potenciālos resursus un liek tiem darboties kā jaunrades spēkam.

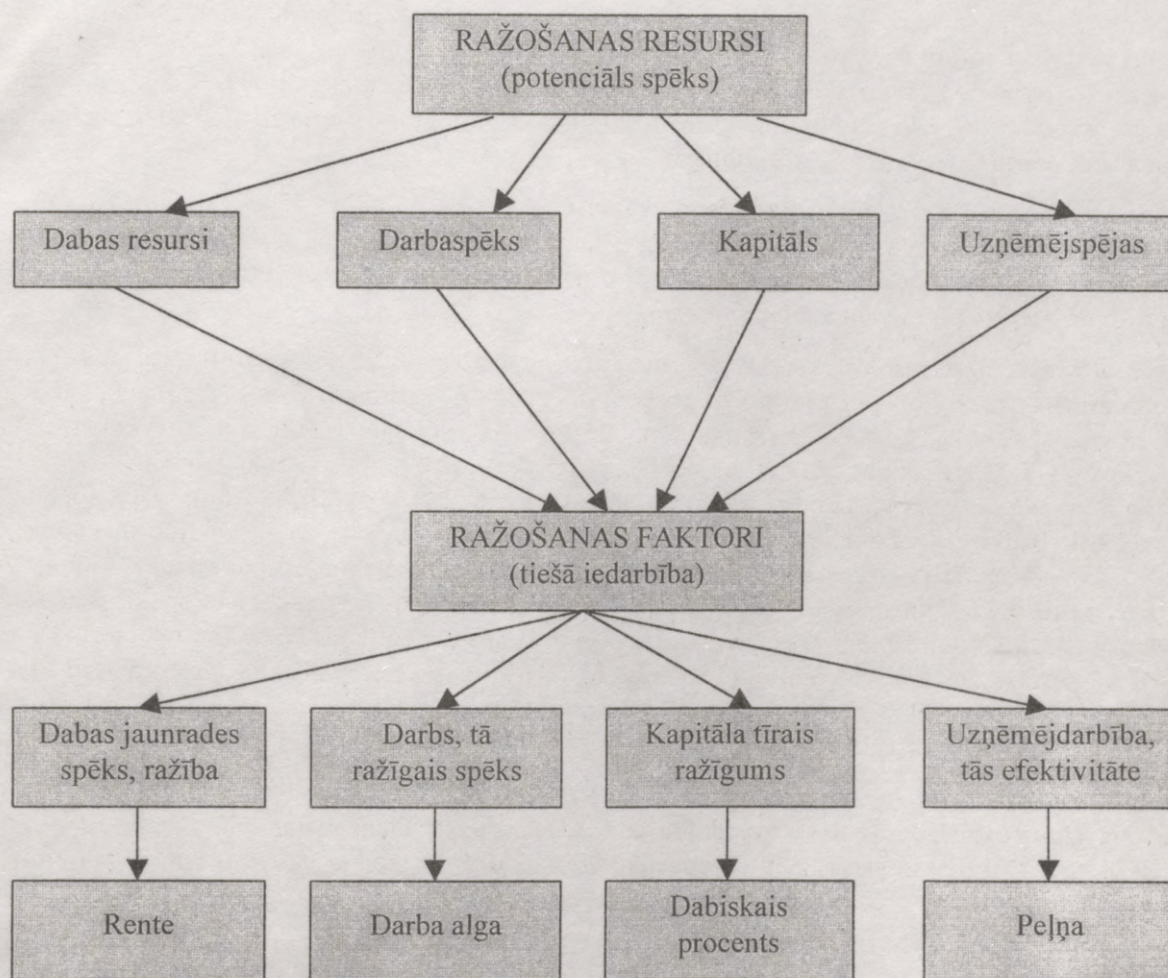
No šahtas iegūtas ogles ir vēl tikai potenciāli dabas resursi. Nepieciešami ražošanas faktori, lai sabiedrība gūtu reālu labumu savu vajadzību apmierināšanai no šiem resursiem. Shēma rāda, kāda saistība ir starp šīm divām atšķirīgām kategorijām – ražošanas resursiem un ražošanas faktoriem, kas veido ienākumus.

¹ Latvijas statistikas ikmēneša biļetens, 6/2000, Rīga, 117. lpp.

² Campbell R. Mc. Connell, Stanley L. Brue – Economics, eleventh edition, p. 37.

³ Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus – Economics, fiftien edition, p. 245.

Ražošanas resursi un ražošanas faktori



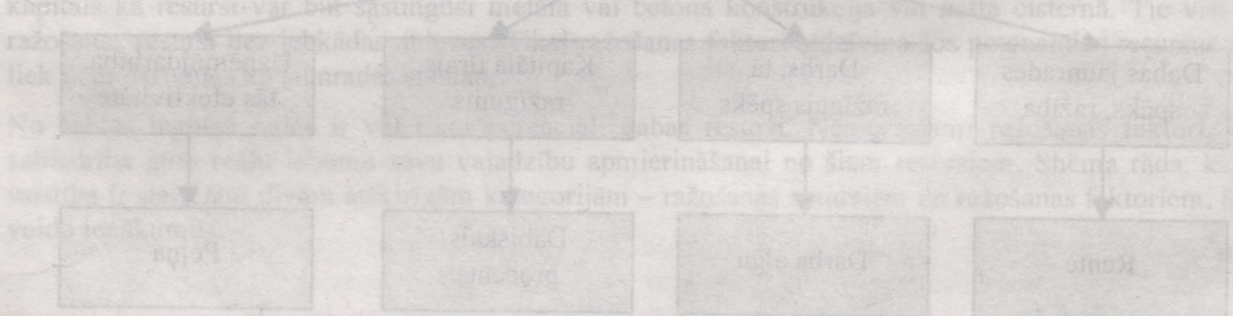
pamīšus lietot terminus "eksports un imports" un "commodity" un "goods". Tieši gudrs, kādu terminu kad lietot. Eksports ir prece, kas tiek eksportēta – prece. Turklāt, raksturo eksporta un importa kopējumu, kas ir prece, kas tiek eksportēta vai importa. Tā pati prece, kas tiek eksportēta vai importa, ir prece, kas tiek eksportēta vai importa.

Ražošanas resursi vai ražošanas faktori

Sevišķa putra rodas tad, kad viens un tas pats termins tiek lietots dažādos kontekstos. Tā ir, ja vienā autorā viens un tas pats termins tiek lietots dažādos kontekstos. Tā ir, ja vienā autorā viens un tas pats termins tiek lietots dažādos kontekstos. Tā ir, ja vienā autorā viens un tas pats termins tiek lietots dažādos kontekstos.

Neapšaubāmi, ka katrā no šīm kategorijām ir savs potenciāls. Katrā no šīm kategorijām ir savs potenciāls. Katrā no šīm kategorijām ir savs potenciāls. Katrā no šīm kategorijām ir savs potenciāls. Katrā no šīm kategorijām ir savs potenciāls.

Vistabāk atšķirību starp ražošanas resursiem un ražošanas faktoriem varam saskatīt, pretstāstot darba spēkam darbu. Darbaspēks ir potenciālais darbaspēks. Izņemot šīs darbaspēks (resursus), izņemot darbu, ražošanas faktors, produkcijas un pakalpojumu tiesais veidojums. Vai bezdarbniekam ir darbaspēks kā potenciālais spēks? Šaubu nav! Ir! Vai bezdarbnieks paturē darbaspēku kā resursus? Nebūt! Bezdarbnieks neveic darbu, nelieta darbu kā ražošanas faktoru. Atšķirība starp darbaspēku un potenciāliem ražošanas resursiem ir skaidri saskatāma un teorētiski pamatota. Nevar būt darba tirgus, ja darbaspēks nav pieejams pirkt un pārdot. Vienīgais būtu darbaspēka tirgus, kur tālākai produkcijai darbaspēks kā potenciālais spēks. Tāda atšķirība ir starp uzņēmējspēju (komercspēju) resursiem un uzņēmējspēju (komercdarbību). A kapitāls kā resursi var būt sāpīgi, ja tie ir nepieciešami vai betons konstrukcija vai citi faktori. Tie ir ražošanas resursi, kas ir nepieciešami, lai ražotu produkciju.

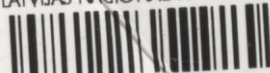


¹ Latvijas statistikas krājuma Nr. 1, 2000, Rīga, 117. lpp.

² Campbell R. Mc Connell, Stanley L. Laze – Economics, eleventh edition, p. 37.

³ Paul A. Samuelson, William J. Nordhaus – Economics, fifth edition, p. 245.

LATVIJAS NACIONĀLĀ BIBLIOTĒKA



0301007348

OBLIGĀTAIS
EKSEMPLĀRS

3.80



evietā agitējis

V. Viķe-Freiberg
jautājums par J. Adamsonu
naivajās uzskatās

Šīs grāmatas autors Georgs Libermanis ir plaši pazīstams Latvijas ekonomists. Pedagoģijā darba stāžs augstākās mācību iestādēs - 50 gadu. Viņai spalvai pieder ap 20 grāmatu un 400 zinātnisko un populārzinātnisko rakstu. Okupācijas gados, 50. gadu beigās par grāmatu "Jaunlatvieši" tika nosodīts kā latviešu buržuāziskais nacionālists. Daudzi raksti Latvijā un ārzemēs bija veltīti atgriezeniskās saknes teorijai ekonomikas vadībā. Izstrādājis oriģinālu koncepciju par ekonomikas uzvedības daudzšķautņainu motivācijas mehānismu. Pirmais Latvijā sarakstījis grāmatu sēriju no 8 grāmatām par mikro- un makroekonomiku, ieskaitot ekonomikas Starptautiskos ekonomiskos sakarus. Šo grāmatu būtiska iezīme ir tā, ka jaunākā ekonomikas teorija ir izklāstīta, ievērojot Latvijas īpatnības un grūtības pārejā no komandekonomikas uz sociālo tirgus saimniecību. Vairākas šīs sērijas grāmatas ir iznākušas otrajā un trešajā papildinātā izdevumā.

Autors centies analizēt visjaunāko pasaules un Latvijas tautsaimniecībā.

Grāmata sastāv no diviem izdevumiem. Pirmais sējums veltīts mikroekonomikai, otrs sējums - makroekonomikai un Starptautiskiem ekonomiskiem sakariem, ieskaitot Latvijas ekonomikas problēmas ceļā uz ES.

Grāmatas autors - ekonomikas doktors, LV emeritētais zinātnieks.

ISBN 9984-636-43-7



9 789984 636436 >

2001-6
L 9 I

KAMENE