



2019. gada 13. decembrī

**Baltijas Starptautiskā akadēmija  
Rīgas Stradiņa universitāte  
Daugavpils Universitāte  
Uniwersytet Przyrodniczo Humanistyczny w Siedlcach**

VIII starptautiska zinātniska praktiska konference  
**Transformācijas process tiesībās, reģionālajā  
ekonomikā un ekonomiskajā politikā:  
ekonomiski - politisko un tiesisko attiecību  
aktuālās problēmas**

VIII Международная научно-практическая конференция  
**Трансформационные процессы в сфере права,  
региональной экономики и экономической  
политики: актуальные экономико-политические  
и правовые проблемы**

VIII International Scientific Conference  
**Transformational Processes in Law, Regional  
Economics and Economic Policies: Topical  
Economic, Political and Legal Issues**

Rīga, 2019

“Transformācijas process tiesībās, reģionālajā ekonomikā un ekonomis-kajāpolitikā: ekonomiski-politisko un tiesisko attiecību aktuālās problēmas” 2019. gada. 13. decembra VIII Starptautiskās zinātniski-praktiskās konferences rakstu krājums. – Rīga: Baltijas Starptautiskā akadēmija, 2020. – 593. lpp.

VIII Starptautiskās zinātniski praktiskās konferences „Transformācijas process tiesībās, reģionālajā ekonomikā un ekonomiskajā politikā: ekonomiski-politisko un tiesisko attiecību aktuālās problēmas” rakstu krājumā apkopoti zinātnieku, praktiķu un studējošo konferencē nolasītie referāti. Konferencē piedalījās referenti no Čehijas, Polijas, Kazahstānas, Krievijas, Baltkrievijas, Latvijas, Lietuvas, Norvēģijas, Kipra, Kostarikija, Ukrainas, Uzbekistānas un Apvienotās Karalistes (UK). Krājumā iekļauti 107 raksti, kuros analizēta tiesību, reģionālās ekonomikas un ekonomiskas problemātika.

#### **Konferences organizatoriskā komiteja:**

Dr. oec., asoc.prof., S. Buka (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Mag.iur. Irina Cvetkova (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Dr.Phil, asoc.prof. Rikhsieva Gulchekhira (Tashkent State Institute of Oriental Studies, Uzbekistānas)

Dr.biol.asoc.prof. I. Koņina (Daugavpils Universitāte, Latvija)

PhD doc. Ing. Zdenek Sadovsky, (Sting Academy, Czech Republic)

Dr.psych. prof. I. Plotka (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Doc. V. Silineviča (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Dr.oec.prof. I. Stecenko (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

#### **Zinātniskā un redakcijas kolēģija:**

Dr. oec., asoc.prof., S. Buka (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

PhD in Economics, asoc. prof. M. Drazhanova (Sting Academy, Czech Republic)

Dr.oec., Prof. T. Golubkova (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Ph.D. Ch. Husanov (Tashkent State Institute of Oriental Studies, Uzbekistānas)

Dr.psych. prof. I. Plotka (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Dr.oec.prof. G. Rešina (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Dr.oec.prof. I. Stecenko (Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija)

Dr.iur., prof. Jānis Teivāns – Treinovskis (Daugavpils Universitāte)

Dr.iur.prof. A.Vilks (Rīgas Stradiņa universitāte, Latvija)

Phb.in BA, prof. M. Zineldin (Linnaeus University, Zviedrija)

Dr.habil.sc.pol.prof. J. Zielinsky (Uniwersytet Przyrodniczo Humanistyczny w Siedlcach, Polija)

Makets:

Olga Petrova

© Baltijas Starptautiskā akadēmija, 2019

Lomonosovaiela 4, Rīga LV–1003

ISBN: 978-9984-47-191-4

# EKONOMIKA UN VADĪBA / ECONOMICS AND MANAGEMENT / ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

|                                                                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Aleksandrs Sakovskis</b><br>Energoefektivitāti uzlabojoša renovācija kā prioritārs Latvijas mājokļu politikas virziens                                       | 12 |
| <b>Ina Kočetova, Aleksandrs Petrovskis, Ivars Rudzītis</b><br>Mārketinga un loģistikas mijiedarbības teorētiskais pamatojums un problēmas uzņēmumā              | 16 |
| <b>Edgars Štāls</b><br>Gados vecu cilvēku darbaspēja un aktīvās novecošanās ietekme uz valsts ekonomiku                                                         | 26 |
| <b>Val James Steve</b><br>Darbinieku piesaistes un atlases procesa pilnveide būvniecības uzņēmumā                                                               | 31 |
| <b>Inese Tentere</b><br>Krīzes centra pakalpojumu attīstība                                                                                                     | 39 |
| <b>Бадридин Абидов, Андрей Алексеев</b><br>Анализ экспортно-импортных операций Латвии и стран Центральной Азии                                                  | 44 |
| <b>Станислав Вайшля</b><br>Этническая региональная автономия Латгалии, как результат административно-территориальной реформы                                    | 49 |
| <b>Рихард Ишмуратов</b><br>Разработка модели управления персоналом с учетом взаимосвязи корпоративной культуры и мотивационного климата                         | 53 |
| <b>Анастасия Ужакина</b><br>Оценка потребителя косметических услуг на латвийском рынке, для разработки маркетинговых стратегий (на примере предприятия KOLONNA) | 60 |
| <b>Александр Курносков</b><br>Влияние трансформационных процессов на политику в сфере налогообложения в Украине                                                 | 67 |
| <b>Вероника Ковальчук</b><br>Формирование региональных стратегий развития в Украине                                                                             | 71 |
| <b>Гульсара Дюсембекова, Дана Бекниязова</b><br>Анализ особенностей государственной системы поддержки инновационной деятельности в республике Казахстан         | 76 |
| <b>Ульяна Климчук</b><br>Анализ рынка труда и разработка программы повышения привлекательности компании как работодателя (на примере ООО «Kromberg&Schubert»)   | 81 |

|                                                                                                                                             |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Rakhmatulla Kutbiddinov</b><br>Свободные экономические зоны, ситуация в Узбекистане                                                      | 85  |
| <b>Константин Поздняков</b><br>Реализация проектов совместного регионального инвестиционного сотрудничества как фактор экономического роста | 91  |
| <b>Андрей Полий</b><br>Новые возможности в бизнесе аренды, которые даёт технология блокчейн                                                 | 97  |
| <b>Кирилл Башура</b><br>Использование событийного маркетинга в коммуникациях с потребителями (на примере алкогольной продукции)             | 102 |
| <b>Виктор Морохин</b><br>Тенденция изменения доли дивидендов в добавленной стоимости коммерческого предприятия                              | 107 |
| <b>Георгий Брусов</b><br>Анализ конкурентной среды компании Smart Data                                                                      | 110 |
| <b>Илона Ясуге</b><br>Проблемы организации сбытовой политики, их влияние на повышение конкурентоспособности предприятия                     | 116 |
| <b>Ксения Ильина</b><br>Практики ностальгического потребления на постсоветском пространстве: обзор латвийского опыта                        | 122 |
| <b>Владислав Кузнецов</b><br>Анализ структуры рынка ресторанов и кафе Латвии                                                                | 126 |
| <b>Елена Лищук</b><br>Анализ востребованности квалифицированных специалистов на сельском рынке труда в России                               | 134 |
| <b>Наталья Беликова, Светлана Баркова</b><br>Мотивация персонала в управлении проектной деятельностью современной организации               | 140 |
| <b>Владимир Салий, Тамара Плотникова, Дарья Глебова</b><br>Розничная торговля в потоке создания потребительской ценности                    | 144 |
| <b>Вита Турченко</b><br>Предложение по разработке модели бизнес-планирования торгового предприятия на региональном уровне                   | 147 |
| <b>Симона Курца</b><br>Разработка рекомендаций по совершенствованию мотивации персонала на примере фирмы SIA Kingalis                       | 156 |
| <b>Камилла Щавинска</b><br>Влияние повышения цены на квоты по эмиссии CO <sub>2</sub> при производстве энергии для балтийских стран.        | 163 |

|                                                                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Карина Шаповалова</b><br>Мотивация персонала неотъемлемая часть успеха современной организации                                                                             | 168 |
| <b>Виолетта Матвеева</b><br>Корпоративное волонтерство как фактор укрепления корпоративной культуры                                                                           | 176 |
| <b>В. Я. Криевиня, А. С. Деменкова</b><br>Принципы организации кризисной коммуникации. Проблемы и работа над ошибками торговой сети "Maxima Latvija" после трагедии 2013 года | 179 |
| <b>Зденек Садовски, Марианна Дражанова, Зденек Карпишек</b><br>Структурно-технологические подходы и инновационные процессы в условиях цифровой трансформации                  | 183 |
| <b>Алена Козачук</b><br>Анализ развития МСП в ЕС-28                                                                                                                           | 190 |
| <b>Игорь Кузнецов</b><br>Роль особых экономических зон в привлечении инвестиций в приграничных регионах                                                                       | 197 |
| <b>Юлия Иванова</b><br>Региональные системы высшего образования как драйверы социально-экономического развития территорий                                                     | 202 |
| <b>Валентина Григорьева</b><br>Практические аспекты разработки smm-стратегии компании: проблемы и решения                                                                     | 206 |
| <b>Узденова Карина</b><br>Развитие экотуризма на северном кавказе: проблемы и решения                                                                                         | 212 |
| <b>Лада Симакова</b><br>Влияние мобильных приложений на индустрию туризма                                                                                                     | 217 |
| <b>Михаил Казимирский</b><br>Российский автотранспортный сектор: перспективы межтопливной конкуренции                                                                         | 223 |
| <b>Ниязалиев Жасур</b><br>Ретроспектива научно-технической и инновационной политики Сингапура                                                                                 | 229 |
| <b>Ренате Зуева</b><br>Роль государственной поддержки в развитии малого бизнеса Латвийской Республики                                                                         | 234 |
| <b>Джарагетти Анастасия</b><br>Геймифицированная воронка продаж онлайн-курсов в сфере образования                                                                             | 244 |
| <b>Диляра Усманова</b><br>Репутация как атрибут бренда в продвижении банка                                                                                                    | 247 |
| <b>Andrey Alekseev, Inna Stecenko</b><br>Analysis of the development prospects of trade relations of Latvia and Southeast Asia                                                | 252 |

|                                                                                                                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Gulnara Aleeva</b><br>The Smart City concept in the “green economy” segment                                                                                                                              | 256 |
| <b>Alexander Miller, Lyudmila Davidenko</b><br>Customization of production in the conditions of digital economy: integration aspects                                                                        | 261 |
| <b>Maksim Li</b><br>Development of marketing strategy for a new company in Latvian Republic                                                                                                                 | 263 |
| <b>Christian Agnimel Agro</b><br>The living conditions of coffee and cocoa growers in Ivoiry Coast                                                                                                          | 273 |
| <b>Alexey Leontyev</b><br>Problems of balance of the Latvian tax system                                                                                                                                     | 277 |
| <b>Tatjana Ptasica</b><br>Impact of households income on the Level of Non-performing loans in the Commercial banks of Cyprus                                                                                | 281 |
| <b>Raivo Lācis</b><br>Development new model of the energy supply using solar energy renewables                                                                                                              | 293 |
| <b>Lada Širjajeva</b><br>The use of modern marketing methods to promote the tourism sector in Latvia and their impact on the economy                                                                        | 299 |
| <b>Edgars Gribusts</b><br>The economic impact of insufficient anti-money laundering policy in international financial institutions: new approaches to intra-bank activities to prevent illegal transactions | 304 |
| <b>Justine Sophia Jaunzeme</b><br>The association among labour theory of value, input-output model and theorem of long-run in the market of perfect competition                                             | 307 |
| <b>Eva Vincencova, Roman Horák</b><br>Analysis of the impact of the tax on the acquisition of immovable property                                                                                            | 313 |
| <b>Deniz Soyer</b><br>Global Marketing with Cultural Differences: A Case of Baltic Countries                                                                                                                | 322 |
| <b>Alexander Morozov, Lyubov Samborskaya</b><br>Innovative digital technologies of training of heads of educational organizations in the conditions of «Digital Economy»                                    | 339 |
| <b>Rushana Musaeva</b><br>The role of transnational corporations in the world economy                                                                                                                       | 343 |
| <b>Vohidova Mekhri</b><br>Secrets of success competitiveness of Hong Kong economy                                                                                                                           | 348 |

|                                                                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Ludmila Verpakovska, Irīda Bauze</b><br>Kriminālprocesa uzsākšana                                                                     | 354 |
| <b>Mārtiņš Bušmanis, Ina Fomina, Jana Šakauskā</b><br>Kriminālprocesa izbeigšana uz izlīguma pamata                                      | 358 |
| <b>Mārtiņš Brižs, Irina Morozova</b><br>Elektronisko sakaru likumā noteikto saglabājamo datu saglabāšanas un izsniegšanas problemātika   | 362 |
| <b>Līgita Brahmane, Aleksandrs Akimovs</b><br>Īpaši aizsargājamā cietušā kriminālprocesuālais statuss Latvijā                            | 367 |
| <b>Aivis Rumba</b><br>Problemātika pirmstiesas izmeklēšanā autortiesību pārkāpumos nelicencētu datorprogrammu izmantošanā                | 371 |
| <b>Diāna Škarste</b><br>Saskarsmes tiesību realizācija bērnam atrodoties ārpus Latvijas teritorijas                                      | 376 |
| <b>Andris Melkers</b><br>Latvijas nacionālā tiesiskā regulējuma atbilstība Eiropas Savienības marķēšanas koncepcijai ieroču aprites jomā | 380 |
| <b>Liāna Purvinska</b><br>Pagaidu aizsardzība pret vardarbību                                                                            | 386 |
| <b>Solvīta Gertnere</b><br>Nepilngadīgas personas kriminālatbildība par audzinoša rakstura piespiedu līdzekli                            | 394 |
| <b>Kristīne Preisa</b><br>Starptautiskā sadarbība noziedzīgu nodarījumu izmeklēšanā. Tās nozīme un problemātika                          | 399 |
| <b>Kristīne Družiņina</b><br>Vardarbība un cietsirdība pret nepilngadīgo                                                                 | 403 |
| <b>Marita Oliņa</b><br>Kriminālprocesa uzsākšanas aktuālās problēmas                                                                     | 407 |
| <b>Ineta Vadze</b><br>Neatņemamās daļas institūta piemērošanas problēmas                                                                 | 411 |
| <b>Artis Lelis</b><br>Galvojuma nozīme saistību tiesību pastiprināšanā                                                                   | 415 |
| <b>Alla Pankova</b><br>Likuma normu piemērošana civillietās par uzturlīdzekļu noteikšanu, apstrīdēšanu un uzturlīdzekļu apmēra izmaiņām  | 419 |
| <b>Jekaterina Boldavenko</b><br>Tiesiskās problēmas paliatīvajā aprūpē                                                                   | 427 |

|                                                                                                                                             |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Ligita Leiskina</b><br>Aizbildnības nodibināšanas un izbeigšanas tiesiskie aspekti                                                       | 431 |
| <b>Santa Morovska</b><br>Problemātiska audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanā nepilngadīgajiem kriminālprocesā                   | 436 |
| <b>Tatjana Jurkeviča</b><br>Tiesas sprieduma pasludināšana civilprocesā                                                                     | 441 |
| <b>Артур Авакьян</b><br>Последствия цессии и средства защиты должника                                                                       | 445 |
| <b>Тайторина Б.А., Богатырева Л.Б., Бейсенбаева М.Т.</b><br>Казахстанская модель ювенальной юстиции: проблемы эффективного функционирования | 449 |
| <b>Тусупбекова С.К., Байсалова Г.Т., Мауяева С.Т</b><br>Международно-правовой режим охраны атмосферного воздуха от загрязнения              | 457 |
| <b>Денис Прошников</b><br>Проблемы безопасности пешеходов в условиях использования индивидуального электротранспорта в городах              | 462 |
| <b>Vitalii Vasyliiev, Yulia Pazynich</b><br>Legal aspects of reforming the public service of Ukraine according to the European standards    | 467 |
| <b>Irina Popova, Karina Svikle</b><br>Global Legal Lingua Franca: Are There Any Alternatives                                                | 471 |



|                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Aija Rieksta</b><br>Mūsdienu neverbālās komunikācijas problēmas: acis kā galvenais faktors veiksmīga biznesa komunikācijā                       | 477 |
| <b>Līga Krūmiņa</b><br>Psihosociālā atbalsta pakalpojuma izveide jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes Ozolnieku novadā                              | 481 |
| <b>Nataļja Pavlova</b><br>Sociālo darbinieku profesionālā darba motivācija                                                                         | 485 |
| <b>Ingrīda Kalniņa</b><br>Vadītāja pašnovērtējuma atšķirības dažādos vadības stilos                                                                | 488 |
| <b>Mārtiņš Stukovs - Ķīsis, Dana Stukova – Ķīse</b><br>Rīgas Patversmes Mobilās brigādes attīstība un vīzija                                       | 493 |
| <b>Ieva Sanita Kleimarāne</b><br>Emocionālā intelekta un pašefektivitātes sakarības izpēte pedagogiem                                              | 497 |
| <b>Тимур Алиев</b><br>Мотивация как важный фактор успешной предпринимательской деятельности на примере предпринимателей латвийского малого бизнеса | 502 |
| <b>Сергей Панкин</b><br>Взаимосвязь Я-концепции и личностного самоопределения в ранней юности                                                      | 506 |
| <b>Юлия Воронина</b><br>Взаимосвязь эмоционального интеллекта и личностных особенностей                                                            | 512 |
| <b>Алена Иванова</b><br>Изучение связи личностных черт с социальной идентичностью у осужденных и несудимых мужчин                                  | 517 |
| <b>Инга Семенова</b><br>Исследование связи академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления студентов                           | 522 |
| <b>Татьяна Нижникова</b><br>Исследование связи алекситимии и сепарационной тревоги у учителей средней школы                                        | 529 |
| <b>Елена Богданова</b><br>Взаимосвязь акцентуаций характера с видами агрессивного поведения взрослых людей в возрасте от 30 до 40 лет              | 533 |
| <b>Лариса Михайлова</b><br>Связь самооценки и тревожности в среднем возрасте                                                                       | 540 |

|                                                                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Карина Остапенко</b><br>Исследования этнической и гражданской идентичностей в Латвийской республике                                          | 547 |
| <b>Галина Сокотущенко</b><br>Представления об отношениях с родителями у подростков разного пола                                                 | 552 |
| <b>Наталья Чеканова</b><br>Исследование связи зависимости от шоппинга и тревожности у женщин                                                    | 560 |
| <b>Оксана Дыкина</b><br>Исследование связи академической мотивации и самооффективности у студентов                                              | 564 |
| <b>Анна Гнатченко</b><br>Исследование связи зависимости от социальных медиа и темперамента у молодых людей 16-19 лет                            | 568 |
| <b>Марина Ботош</b><br>Исследование связи прокрастинации и перфекционизма                                                                       | 575 |
| <b>Александр Мартыненко</b><br>Исследование связи зависимости от смартфона и одиночества у молодых людей 16-19 лет                              | 580 |
| <b>Павел Плюхин</b><br>Исследование связи алекситимии и базовых черт личности учителей.                                                         | 586 |
| <b>Sergey Gorin</b><br>Transformation of student subjectivity: Humanitarian component of Legal education and internal motivation of the student | 590 |

**EKONOMIKA UN VADIBA**

**ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ**

**ECONOMICS AND MANAGEMENT**



# ENERGOEFEKTIVITĀTI UZLABOJOŠA RENOVĀCIJA KĀ PRIORITĀRS LATVIJAS MĀJOKĻU POLITIKAS VIRZIENS

Aleksandrs Sakovskis, Latvija

Programmas “Reģionālā ekonomika un ekonomiskā politika” doktorants

Baltijas Starptautiskā akadēmija

aleksandrs.sakovskis@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: prof. **Inna Stecenko**

## ANOTĀCIJA

Piedāvātajā rakstā autors veica pētījumu par valsts mājokļu politikas ieviešanas teorētiskajiem aspektiem. Pētījums parādīja, ka, klasificējot valsts ekonomisko politiku, zinātnieki izceļ sociālo politiku un uzskata, ka mājokļu jautājumus var risināt tikai no sociālās politikas viedokļa. Latvijas valsts mājokļu politikas īstenošanas fokusā jābūt esošo mājokļu atjaunošana reģionālās politikas ietvaros, proti, nodrošinot daudzdzīvokļu dzīvojamo māju energoefektivitāti.

**Atslēgvārdi:** mājokļi, ekonomikas politika, energoefektivitāte, reģions

## АННОТАЦИЯ

В представленной статье, автором проведено исследование теоретических аспектов реализации жилищной политики государства. Исследование показало, что ученые при классификации экономической политики государства выделяют социальную политику и рассматривают решение жилищных вопросов только с позиции социальной политики. Реализация жилищной политики Латвии должна фокусироваться на реновации существующего жилья в рамках региональной политики, а именно посредством обеспечения энергоэффективности многоквартирных жилых домов.

**Ключевые слова:** жилье, экономическая политика, энергоэффективность, регион

## INTRODUCTION / IEVADS / ВВЕДЕНИЕ

Jautājumi, kas saistīti ar mājokļu nodrošināšanu iedzīvotājiem un valsts mājokļu politikas īstenošanu, veido svarīgu instrumentu ikvienas valsts iedzīvotāju sociālās aizsardzības un labklājības veicināšanai. Mājokļu politikas jautājumiem pievēršas arī starptautiskās institūcijas. Apvienoto Nāciju Organizācija (ANO) norāda, ka „mājoklis ir integratīva prece, kas saistīta ar daudziem citiem sektoriem – tādiem kā veselība, ekonomiskā drošība, enerģētiskā drošība, transports, izglītība un nodarbinātības veicināšana”. Pasaules Banka 1976. gadā izdeva dokumentu „Mājokļi liek tirgiem darboties”<sup>1</sup>, kurā ir pirmoreiz noformulēts jēdziens „mājokļu politika” Pasaules Bankas izpratnē. Šajā dokumentā ir teikts, ka valdībai jāveido sava mājokļu politika tā, lai tā būtu taisnīga un caurredzama un atbilstu iedzīvotāju vajadzībām.

Kā zināms, Latvija 2016. gada 1. jūlijā pievienojās Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijai (ESAO). ESAO ir sniegusi valstij ieteikumus, tostarp saistībā ar mājokļu sektoru, norādot, ka ir jāveic uzlabojumi mājokļu politikas īstenošanas jomā<sup>2</sup>.

## BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION/ SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ/ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

<sup>1</sup> Housing Enabling Markets to Work, The World Bank Washington, D.C.1993 The International Bank for Reconstruction and Development / THE WORLD BANK c.173

<sup>2</sup> Organization for European Cooperation and Development <http://www.oecd.org/about/country/> [Skatīts: 24.04.2019.]

Mūsdienu ekonomikas literatūrā ir atspoguļotas dažādas pieejas jēdziena „ekonomiskā politika” raksturošanai. Kā zināms, plašākā nozīmē ekonomiskā politika aptver politiskās attiecības, politisko organizāciju un politisko ideoloģiju kā noteiktu vienotu veselumu. Šaurākā nozīmē „ekonomiskā politika” ir traktējama kā valsts mērķtiecīga praktiskā darbība, kas izpaužas sociālajā un kultūras, politiskajā, administratīvajā un ekonomiskajā, saimnieciskajā jomā. Aplūkosim dažus definīciju variantus. Saskaņā ar H. Girša piedāvāto definīciju valsts ekonomiskā politika ir pasākumu kopums, kas vērsts uz to, lai sakārtotu ekonomisko procesu gaitu, ietekmētu tos vai tiešā veidā noteiktu to norisi<sup>3</sup>. Pastāv arī cita valsts ekonomiskās politikas definīcija, proti, ka ekonomiskā politika ir valsts valdības pielietoto instrumentu, svīru, pasākumu un darbību kopums, kas ietekmē makroekonomisko rādītāju attīstību, lai sasniegtu sabiedriski nozīmīgus mērķus<sup>4</sup>.

Ekonomikas literatūrā tiek piedāvāti dažādi ekonomiskās politikas virzienu vai elementu definīciju varianti. Harvejs Armstrongs darbā “The Economics of Regional Policy”<sup>5</sup> ir aplūkojis šādus ekonomiskās politikas elementus: zinātniski tehniskā un inovāciju politika, rūpniecības politika, investīciju politika, kas vērsta uz kapitālieguldījumu regulēšanu, lai strukturāli pārkārtotu ražošanu un veiktu tās tehnisko un tehnoloģisko modernizāciju; reģionālā politika, antimonopola politika, sociālā politika, demogrāfiskā politika, ekoloģiskā politika, nodokļu un budžeta (fiskālā) politika, pretinflācijas politika, ārējā ekonomiskā politika.

Kā liecina iepriekš atspoguļotais ekonomiskās politikas īstenošanas elementu jeb virzienu uzskaitījums, tajā ir atsevišķi minēta sociālā politika, kuras uzdevumi cita starpā ietver sociālo garantiju un sabiedrības locekļu labklājības līmeņa paaugstināšanas priekšnoteikumu radīšanu, ko neapšaubāmi nav iespējams izpildīt bez efektīvas darbības vienā no galvenajiem virzieniem – mājokļu nodrošināšanas jeb mājokļu politikas īstenošanas. Arī Harveja Armstronga atsevišķi pieminētā demogrāfiskā politika norāda uz nepieciešamību regulēt iedzīvotāju atražošanās procesu, un arī šajā ziņā pamatu veido valsts mājokļu politikas īstenošana.

Ar monogrāfiskās metodes palīdzību veiktā analīze liecina, ka zinātnieki valsts ekonomiskās politikas īstenošanas ietvaros neizšķir mājokļu politiku kā atsevišķu virzienu. Kaut arī tā ir iekļauta sociālajā politikā, demogrāfiskajā, ekoloģiskajā un makroekonomiskajā politikā un – neapšaubāmi – arī reģionālajā ekonomiskajā politikā. Tomēr jautājumu spektrs, ko skar valsts mājokļu politika, ir atkarīgs ne tikai no reģiona ekonomiskās attīstības līmeņa, bet arī tā klimatiskajiem apstākļiem un valsts infrastruktūras attīstības konkrētajā reģionā. Mājokļu apkalpošanas pakalpojumu cenu ietekmē reģionālais ekonomiskais produkts. Ņemot vērā augšminētos faktorus, darba autors piedāvā aplūkot valsts mājokļu politiku kā atsevišķu virzienu reģionālās ekonomiskās politikas ietvaros un pierādīs tā pamatotību darba turpmākajā daļā.

Latvijā ir izstrādāts Nacionālais attīstības plāns 2014.–2020. gadam, kurā par vienu no svarīgākajiem valsts uzdevumiem ir atzīta darbība energoefektivitātes uzlabošanas jomā, norādot, ka: „mājokļu un sabiedrisko būvju energoefektivitāte tiek uzlabota plānveidīgi, rēķinoties ar būvniecības jaudām, pašvaldību energoplāniem, vienlaikus pārejot uz vietējiem atjaunojamajiem energoresursiem. Zemas enerģijas ēku projektēšana un būvniecība, kā arī konsultāciju pakalpojumi kļūst par nozīmīgu eksporta virzienu”<sup>6</sup>. Dzīvojamā fonda struktūra Latvijā ir šāda: 28,7 % no visiem valstī esošajiem mājokļiem atrodas individuālajās mājās un rindu mājās, bet absolūto vairākumu jeb 70,7 % veido dzīvokļi daudzdzīvokļu mājās, turklāt Rīgā šis īpatsvars sasniedz pat 91,5 % (!). Tas nozīmē, ka vairāk nekā 70 % Latvijas iedzīvotāju un vairāk nekā

<sup>3</sup>Гаджиев Ю.А., Неоклассические и кумулятивные теории регионального экономического роста и развития, Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета, <http://koet.syktu.ru/vestnik/2008/2008-1/1/1.htm>. [Skatīts: 24.08.2016.]

<sup>4</sup> B. Lowes, L. Davies Collins Dictionary of Economics, 4th ed. Pass, 2005, p. 325

<sup>5</sup>Edited by Harvey Armstrong (1999) The Economics of Regional Policy, published Edward Elgar UK, p.544

<sup>6</sup> Nacionālais plāns Latvijas attīstība laika posmam no 2014. līdz 2020. gadam  
Users/USER/Downloads/20121220\_NAP2020\_apstiprinats\_LV%20(4).pdf[Skatīts: 24.04.2019.]

90 % Rīgas iedzīvotāju mitinās daudzdzīvokļu mājās! Turklāt dzīvojamajam fondam ir akūti nepieciešama atjaunošana, jo 53 % no visām daudzdzīvokļu mājām ir celtas laikā no 1941. līdz 1992. gadam, 45 % – līdz 1941. gadam un tikai 2 % (!) – laikā no 1993. līdz 2014. gadam<sup>7</sup>.

Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija 2030. gadam kā vienu no ilgtermiņa rīcības prioritārajiem virzieniem, kura īstenošanā var tikt izmantoti politikas instrumenti, nosaka enerģētisko drošību un neatkarību, norādot, ka „Valsts enerģētisko neatkarību iespējams sasniegt, vispirms uzlabojot energoefektivitāti, palielinot vietējo atjaunojamo enerģijas resursu īpatsvaru enerģētikā”.

Aplūkosim tuvāk Latvijas mājsaimniecības no enerģijas patēriņa viedokļa. Saskaņā ar CSP datiem kopējais mājsaimniecību skaits 2015. gadā bija 804 tūkstoši<sup>8</sup>. No tām centralizētai siltumapgādes sistēmai bija pievienots 461 tūkstotis mājsaimniecību ar mājokļu kopējo platību 23 milj. m<sup>2</sup> (1. tabula).

1. tabula

### **Apkurināmā platība un mājokļu skaits, kas saņem siltumu no ārējā piegādātāja, 2015. gads**

|         | <b>Mājokļu skaits, tūkst.</b> | <b>Apkurināmā platība, milj. m<sup>2</sup></b> |
|---------|-------------------------------|------------------------------------------------|
| LATVIJA | 461,3                         | 23,4                                           |
| Rīga    | 227,5                         | 11,7                                           |

Avots: Latvijas Centrālā statistikas pārvalde

Kā liecina tabulā atspoguļotie dati, puse no siltumu saņemošajiem mājokļiem un apkurināmās platības atrodas Rīgā. Interesanti ir arī analizēt mājsaimniecību izdevumus par centralizētās siltumapgādes uzņēmumu piegādāto siltumu. 2. tabulā ir redzams, ka 2015. gadā mājokļu īpašniekiem par apkuri vien tika izrakstīti rēķini, kuru summa ir gandrīz 174 miljoni eiro, ko vēl papildina 51 miljons eiro par ūdens uzsildīšanu. Kā liecina 2. tabulā atspoguļotie dati, teju puse no šiem tēriņiem ir attiecināma uz Rīgu<sup>9</sup>.

2. tabula

### **Mājsaimniecību izdevumi par piegādāto siltumu un karstā ūdens uzsildīšanu, kurus saņem no ārējā piegādātāja (milj. euro), 2015. gads**

|         | <b>Siltums</b>                               |                           | <b>Karstais ūdens</b>                        |                           |
|---------|----------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------|---------------------------|
|         | <b>Izdevumi par apkuri saskaņā ar rēķinu</b> | <b>Faktiski samaksāts</b> | <b>Izdevumi par apkuri saskaņā ar rēķinu</b> | <b>Faktiski samaksāts</b> |
| LATVIJA | 173,8                                        | 171,6                     | 51,5                                         | 49,1                      |
| Rīga    | 80,7                                         | 80,3                      | 29,2                                         | 28,1                      |

Avots: Latvijas Centrālā statistikas pārvalde

Tālāk aplūkosim vēl vienu ļoti svarīgu rādītāju, proti, Latvijas mājsaimniecību energoresursu patēriņa sadalījumu pēc izmantošanas veidiem<sup>10</sup> (2.21. tabula).

3. tabula

<sup>7</sup>Informatīvais ziņojums „Ēku atjaunošanas ilgtermiņa stratēģija” EMZin\_300817\_Eku\_atjaun; [Skatīts: 22.11.2019.]

<sup>8</sup>CSP datubāze [http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/vide/vide\\_energ\\_pat/0100.px/table/tableViewLayout2/?rxid=9777f82b-9f68-475c-9a33-a05b0175b0b5](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/vide/vide_energ_pat/0100.px/table/tableViewLayout2/?rxid=9777f82b-9f68-475c-9a33-a05b0175b0b5) [Skatīts: 13.11.2018.]

<sup>9</sup>CSP datubāze [http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/vide/vide\\_energ\\_pat/?tablelist=true&rxid=9777f82b-9f68-475c-9a33-a05b0175b0b5](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/vide/vide_energ_pat/?tablelist=true&rxid=9777f82b-9f68-475c-9a33-a05b0175b0b5) Skatīts: [14.04.2018.]

<sup>10</sup>Latvijas Centrālā Statistiskā bāze [http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/vide/vide\\_energ\\_pat/?tablelist=true&rxid=9777f82b-9f68-475c-9a33-a05b0175b0b5](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/vide/vide_energ_pat/?tablelist=true&rxid=9777f82b-9f68-475c-9a33-a05b0175b0b5) Skatīts: [14.04.2018.]

## Latvijas mājsaimniecību energoresursu patēriņa sadalījums pēc izmantošanas veidiem, 2015. gads (%)

|                                              |      |
|----------------------------------------------|------|
| Pavisam                                      | 100  |
| Siltumenerģija (apkurei un karstajam ūdenim) | 83,4 |
| Ēdienu gatavošanai                           | 7,3  |
| Pārējām vajadzībām                           | 9,3  |

Avots: Informatīvais ziņojums „Ēku atjaunošanas ilgtermiņa stratēģija”

Tādējādi ir redzams, ka 83,4 % no mājsaimniecību kopējā energoresursu patēriņa ir paredzēti apkurei un karstā ūdens sagatavošanai. Un tas vēlreiz apstiprina, ka daudzdzīvokļu māju renovācija un energoefektivitātes uzlabošana Latvijā ir viens no svarīgākajiem valsts īstenotās mājokļu un enerģētikas politikas mērķiem<sup>11</sup>.

### CONCLUSION/KOPSAVILKUMS /ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Autora veiktais pētījums ļauj secināt, ka daudzdzīvokļu māju renovācija un energoefektivitātes uzlabošana Latvijā ir viens no svarīgākajiem valsts īstenotās mājokļu politikas uzdevumiem.

### REFERENCES/ LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS/ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Edited by Harvey Armstrong (1999) The Economics of Regional Policy, published Edward Elgar UK, p.544
2. Informatīvais ziņojums „Ēku atjaunošanas ilgtermiņa stratēģija” EMZin\_300817\_Eku\_atjaun;
3. B. Lowes, L. Davies Collins Dictionary of Economics, 4th ed. Pass, 2005, p. 325
4. Organization for European Cooperation and Development <http://www.oecd.org/about/country/>
5. Nacionālais plāns Latvijas attīstība laika posmam no 2014. līdz 2020. gadam  
Users/USER/Downloads/20121220\_NAP2020\_apstiprinats\_LV%20(4).pdf
6. THE WORLD BANK (1993), Housing Enabling Markets to Work, The World Bank Washington, D.C. The International Bank for Reconstruction and Development / c.173
7. Гаджиев Ю.А., Неоклассические и кумулятивные теории регионального экономического роста и развития, Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета, <http://koet.syktu.ru/vestnik/2008/2008-1/1/1.htm>.
8. Latvijas Centrālā Statistikas bāze <http://data.csb.gov.lv>

<sup>11</sup>Informatīvais ziņojums „Ēku atjaunošanas ilgtermiņa stratēģija”, EMZin\_300817\_Eku\_atjaun; [Skatīts: 27.08.2018.]

# MĀRKETINGA UN LOĢISTIKAS MIJIEDARBĪBAS TEORĒTISKAIS PAMATOJUMS UN PROBLĒMAS UZŅĒMUMĀ

**Ina Kočetova** (Ina.kocetova@gmail.com),

**Aleksandrs Petrovskis** (petro2@inbox.lv),

**Ivars Rudzītis** (ivars.rudzitis@realtyn1.lv)

Latvija

BSA

Profesionālā maģistratūra

Uzņēmējdarbības vadība un administrēšana

Zinātniskais vadītājs: Dr.oec Sergejs Ignatjevs, stranik7@inbox.lv

## ABSTRACT

Actuality of the given thesis is validated by service quality upgrading necessity in Latvian motor transport service industry as well as by the fact of insufficient cooperation among logistics and marketing. Formulation of main principles and working out of the mechanism of both disciplines' effective collaboration will provide for the enterprise's competitive positions at the Latvian car service market. The actuality of the thesis is also specified by insufficient analysis criteria methodology of service enterprise's purchasing and distributive activities.

The main purpose of given thesis is to analyse and work out theoretical principles and methodology for motor transport service enterprise's activities effectiveness improvement and competitive position's provision at the market, applying logistics and marketing collaboration conception, directed at customers' needs satisfaction and taking into consideration the main economical factors influencing Latvian transport industry and national economy in general.

**Keywords:** loģistika, marketing, transport, transport industry.

## ANOTĀCIJA

Mūsdienīgas ekonomikas attīstību lielā mērā ietekmē transporta nozares stāvoklis valstī. Šodien automobiļu tirgus ļoti dinamiski aug un attīstās, attiecīgi liela dinamika novērojama arī transporta līdzekļu apkalpošanas tirgū.

Lai nodrošinātu ekonomikas izaugsmes augsto tempu ir jāpanāk visu komercdarbības procesa dalībnieku saskaņotu mijiedarbību, sākot ar izejvielu saņemšanas avotiem un beidzot ar produkta patērēšanas subjektiem.

Uzņēmuma vadības sistēmas struktūra, kas ir izveidojusies mūsdienās, neļauj realizēt kompleksa pieeju biznesa procesu pētīšanai. Šī sarežģītās problēmas risināšana pieprasa, pirmkārt, pārskatīt ne tikai paša ražošanas procesa ekonomisku efektivitāti kopumā, bet arī stratēģisku pieeju uzņēmuma vadīšanai.

Jaunas kompānijas pieejas vadības sistēmas izstrādāšana un realizācija ir iespējama, izmantojot mārketinga un loģistikas mijiedarbības koncepciju. Loģistikas un mārketinga principu pielietošanas mērķis apkalpošanas uzņēmumā ir tā maksimālās pielāgošanas nodrošināšana mainīgajam tirgum un konkurences priekšrocību iegūšana, pamatojoties uz plūsmu kustības optimizēšanas un peļņas palielināšanas nodrošināšanas, izmantojot mārketinga pieeju uzņēmuma darbības veikšanai. Minētā mērķa sasniegšana ir īpaši svarīga paaugstināta riska, t.i., pasaules ekonomikas krīzes apstākļos.

Mārketinga un loģistikas integrēta uzņēmuma vadīšanas koncepcija pieprasa organizatoriskās struktūras integrāciju un tā izveidošanu loģistikas ķēdes veidā "iepirkšana-ražošana-noiets" un to realizācijas mērķu saskaņošana un pakļaušana mārketinga izstrādātājiem stratēģiskiem un taktiskiem uzņēmuma plāniem.



Aktualitāte ir noteikta ar apkalpošanas kvalitātes paaugstināšanas nepieciešamību autoservisa uzņēmumos un efektīvākas sadarbības nodrošināšana starp loģistikas un mārketinga speciālistiem ar mērķi pacelt konkurētspēju piesātinātā Latvijas autoservisa pakalpojumu tirgū, kur konkurence ir ļoti augsta un mērķauditorija ir pietiekami izglītota, kā arī ar uzņēmuma darbības analīzes modeļu nepietiekamo līmeni iepirkumu un sadales organizācijas jomās.

Šī pētījuma mērķis – autoservisa uzņēmuma sadales un iepirkumu procesa pilnveidošanas un konkurētspējas palielināšanas.

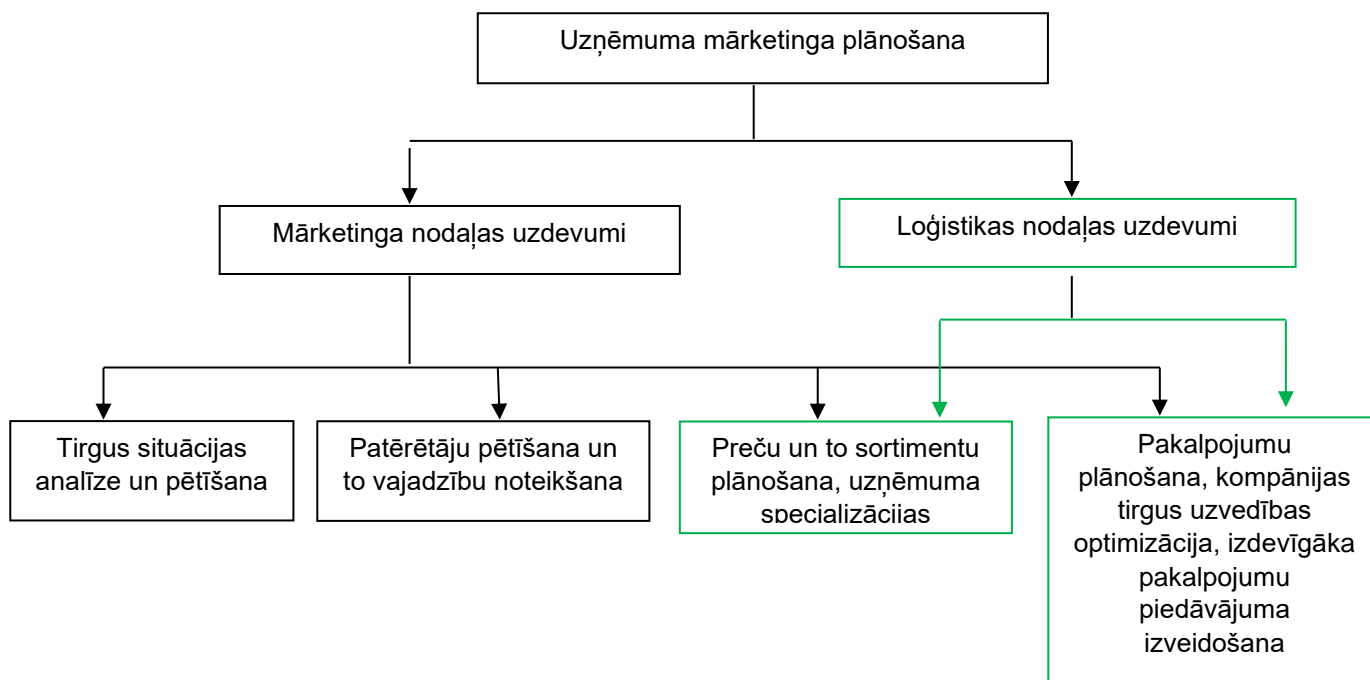
Mērķa sasniegšanai tika izvirzīti sekojošie uzdevumi:

- veikt autoservisa uzņēmuma mārketinga un loģistikas vadīšanas teorētisko pamatu kompleksa pētījumu;
- pamatot mārketinga un loģistikas koncepciju mijiedarbību preču/pakalpojumu sadales procesā un noteikt to sadarbības galvenās problēmas;
- piedāvāt efektīvu iepirkuma veikšanas un krājumu vadīšanas mehānismu autoservisa uzņēmumā;
- dot praktiskas rekomendācijas autoservisa darbības uzlabošanai, pielietojot mārketinga-loģistikas vadīšanas stratēģiju.

**Atslēgas vārdi:** mārketinga, loģistika, materiālas plūsmas optimizācija.

Uzņēmuma plānošana, vadīšana, kontrole un mārketinga ir cieši saistītas ar citiem darbību veidiem, bet visciešākā sadarbība tomēr ir novērojama ar loģistiku. Izdalīsim šādus uzdevumus, kurus risina mārketinga nodaļa autoservisa uzņēmumā (1.attēls):

Prakse pierāda, ja pirmos divus uzdevumus mārketinga nodaļas darbinieki var risināt bez loģistikas iesaistīšanas, tad trešo un ceturto uzdevumu abām nodaļām ir jārisina kopā.



### ***1.att. Mārketinga un loģistikas mijiedarbība uzņēmuma mārketinga plānošanas procesā***

Runājot par loģistiku kā disciplīnu, tā ir "izaugusi" no mārketinga zinātnes, kurā preču/pakalpojumu sadale tika uzskatīta par subdisciplīnu. Galvenie iemesli loģistikas attīstībai ekonomiski attīstītajās valstīs, sākot no XX gadsimta 60–70.gadiem, ir šādi:

- pārdošanas tirgus transformēšana patērētāju tirgū;
- loģistiski organizēto materiālo resursu pārvietošanas sistēmu konkurentu priekšrocību nodrošināšana, samazinot produkcijas pašizmaksu un paaugstinot produkcijas piegādes kvalitāti;

- enerģētiskā krīze;
- zinātniski-tehniskais progress un vadīšanas kompjuterizācija.

Vēsturiski, izejot ekonomiskā arēnā vēlāk nekā mārketings, loģistika papildina un attīsta mārketingu, apvienojot patērētāju, transportu un piegādātāju vienotā mobilā tehnoloģiski un ekonomiski apvienotā sistēmā. Mārketings izpēta un nosaka pieprasījumu, t.i., atbild uz jautājumiem – kāda prece/pakalpojums ir nepieciešams, kur, kad, kādā skaitā un kāda ir tā vēlāmā kvalitāte.

Loģistika nodrošina fizisku pieprasītās preces pārvietošanu pie patērētāja. Loģistiska integrācija ļauj piegādāt pasūtīto preci vajadzīgā vietā noteiktā laika ar minimāliem izdevumiem.

Mārketings izstrādā sistēmas pieeju preču kustības organizācijai – pie efektīvas preču kustības organizācijas pieejas nosacījuma katrs no šī procesa posmiem ir jāplāno un jārealizē kā daļu no vienotās loģistiski organizētās kopējās sistēmas. Tomēr visu preču kustības dalībnieku tehniski-tehnoloģiskas integrācijas metodes ir tieši loģistikas, nevis mārketinga pētīšanas priekšmets.

Mārketings ir virzīts uz tirgus pētīšanu, reklāmu, psiholoģisko ietekmi uz patērētāju u.c. Loģistikas mērķis ir tehniski-tehnoloģisko ķēžu izveidošana, kas ļauj pārvietot materiālās plūsmās organizētajās ķēdēs, kā arī nodrošina to pārvietošanas kontroli.

Nozīmīgākās atšķirības starp mārketinga un loģistikas disciplīnām ir apkopotas 1. tabulā [8,43]:

*1. tabula*

### Atšķirības starp loģistiku un mārketingu

|                             | Mārketings                                                                                                                                                                               | Loģistika                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pētīšanas objekts</b>    | Tirgi un noteikto preču/pakalpojumu konjunktūra                                                                                                                                          | Materiāla plūsma, kas cirkulē dotajos tirgos                                                                                                                                                     |
| <b>Pētīšanas priekšmets</b> | Tirgus uzvedības optimizēšana preču/pakalpojumu realizācijā                                                                                                                              | Materiālo plūsmu kustības optimizācija                                                                                                                                                           |
| <b>Pētīšanas metodes</b>    | Konjunktūras, konkrēto preču un pakalpojumu pieprasījuma un piedāvājuma pētīšanas metodes                                                                                                | Materiālo plūsmu ķēžu sistēmas izveidošana, ražošanas un ekonomisko sistēmu plānošanas un vadīšanas metožu pielietošana                                                                          |
| <b>Rezultāti</b>            | Kompānijas ražošanas – noieta veicināšanas stratēģijas un taktikas rekomendācijas un izstrādāšana: ko ražot, kādā apjomā, kādiem tirgiem un kādos termiņos. Gaidāmās peļņas prognozēšana | Sistēmu projektu izveidošana, kas atbilst loģistikas izvirzītiem mērķiem: vajadzīga prece nepieciešamā daudzumā un attiecīgā kvalitātē, norādītajā vietā noteiktā termiņā ar mazākiem izdevumiem |

Tomēr, neskatoties uz uzdevumu atšķirību, mārketingu un loģistiku cieši saista ar tirgu un tirgus subjektiem, to materiālās, finanšu, informācijas un preču plūsmas.

Kā jau minēts iepriekš, uzņēmuma mārketinga darbība ir saistīta ar funkciju kompleksu, sākot ar pieprasījuma pētīšanu un beidzot ar preču/pakalpojumu virzīšanu tirgū, ieskaitot pēcpārdošanas servisu. Loģistika, savukārt, nodarbojas ar ražošanas procesa nodrošināšanu ar visu veidu resursiem un materiālās plūsmas kustības optimizāciju. Tādējādi, loģistika un mārketings ir cieši saistītas, jo kopumā tie nosaka tirgus attiecību subjektu politiku un to ražošanas, piegādes un noieta organizācijas darbības. Zinātniskā literatūrā viedokļi par mārketinga un loģistikas mijiedarbību atšķiras. Viena zinātnieku grupa uzskata, ka loģistikai ir tiesības uz eksistenci tikai kā uz mārketinga teorijas un prakses sadaļu, jo tieši no mārketinga koncepcijas 60-os gados izriet problēmu loks, kas saistīts ar saimniekošanas subjektu nodrošināšanas ar visu veidu resursiem un noieta nodrošināšanas procesu racionalizāciju. Kā iemeslu loģistikas piedzimšanai šie autori nosauc krājumu glabāšanas un transporta-ekspedīciju kopējo izdevumu pieaugumu. Par pētīšanas priekšmetu kļūva jautājumi, kas saistīti ar materiālo resursu pārvietošanu sadales kanālos, un tieši šī problēma bija noteicošā loģistikas koncepcijas izveidošanā.

Šī zinātnieku grupa pamato savu viedokli ar to, ka gadījumā, ja mārketings aptver pētīšanas procesus, preču un cenas politikas noteikšanu, sadales un tirgus komunikācijas procesu, tad fiziskā preču sadale ir tikai šī kopējā procesa daļa un tieši nodarbojas ar noliktavu vadīšanu, krājumu glabāšanu, preču pārvietošanu un piegādi patērētājam. Otra speciālistu grupa uzskata, ka ir otrādi, mārketings ir jāuzskata par loģistikas teorijas un prakses sadaļu. Piemēram, pēc mācību grāmatas "Loģistika" autoru viedokļa "loģistika" ir plašāka

kategorija nekā mārketings, jo vairākumu no tā funkciju pārņēma loģistika". [4, 135] Kā vienu no pierādījumiem viņi norāda loģistisko struktūru izveidošanu dažās kompānijās, kas pilnīgi aizvietoja mārketinga nodaļas. Loģistikas funkcijas ietver sevī arī preču pieprasījuma un piedāvājuma koordinēšanu. Šajā ziņā mārketings un loģistika ir savstarpēji saistītas, bet formula – mārketings nosaka pieprasījumu, bet loģistika to realizē – reāli nostrādā uzņēmumā darbībā. Tomēr lielākā zinātnieku grupa, kuru viedokli pieņem arī darba autori, uzskata, ka mārketings un loģistika ir divi patstāvīgie saimnieciskās darbības virzieni, kas ir cieši savstarpēji saistīti. Piemēram, A.M. Gadžinskis atzīst ciešu saikni starp loģistiku un mārketingu un uzsver, ka, realizējot uzņēmumā tādas darbības kā kompānijas ārējās un iekšējās vides analīze, patērētāju pētīšana, precu plānošana, sortimenta specializācijas noteikšana, pakalpojumu plānošana, tirgus uzvedības optimizācija ar mērķi nodrošināt visizdevīgāko produkcijas noietu, pirmie divi uzdevumi var tikt izpildīti bez loģistikas speciālistu piesaistīšanas, bet trešais un ceturtais uzdevumi ir jārisina kopīgiem spēkiem. [2, 39]. Papildus A.M.Gadžinskis nosaka darbību secību, kas ļauj noformulēt loģistikā servisa sistēmu:

- tirgus segmentācija;
- patērētājam nozīmīgāko pakalpojumu noteikšana;
- pakalpojumu ranžēšana;
- pakalpojumu standartu noteikšana katram tirgus segmentam;
- pakalpojumu novērtēšana, saiknes noteikšana starp servisa līmeni un pakalpojumu cenām, servisa līmeņa noteikšana kompānijas konkurētspējas palielināšanai;
- atgriezeniskās saites ar patērētāju nodrošināšana ar mērķi maksimāli pielāgot pakalpojumu kvalitāti patērētāju vajadzībām.

Katrs no šiem loģistikas uzdevumiem ir arī mārketinga daļas pētīšanas objekts. Ja mārketings spēlē noteicošo lomu pieprasījuma stimulēšanā, tad loģistikai ir šī pieprasījuma apmierināšanas uzdevums, kas, autoru prāt, pierāda loģistikas atkarību no mārketinga. Daži autori ekonomiskajā literatūrā piedāvā tēzi par loģistikas un mārketinga integrāciju uzņēmumā, kas, viņuprāt, ļaus:

- nodrošināt atgriezenisko saiti starp pārdevēju un patērētāju, realizējot tirgus pētīšanas funkcijas ar pieprasījuma nodrošināšanas paņēmieniem un stimulējot preču noietu;
- paaugstināt reklāmas efektivitāti, nodrošinot profesionālu pieeju reklāmas kampaņu izstrādāšanai un realizācijai;
- pakāpeniski transformēt kompānijas ideoloģiju no tīri noieta veicinošās uz mārketinga vērstu.[6,198]

Donalds Dž. Bauersoks un Deivids Dž.Kloss uzsver, ka loģistikas ietekme uz uzņēmuma konkurētspēju ir atkarīga no tā, kādā veidā loģistika integrējas kompānijas mārketinga darbībā. Šī darbība nosaka patērētāju apmierinātības līmeni.

[5, 121] Pēc prof. V. Praudes viedokļa mārketinga daļa visciešāk ir saistīta ar uzņēmuma loģistikas jautājumiem. Tas nav nejauši, jo reizēm uzņēmums uztver loģistiku ka mārketinga sastāvdaļu, jo to darbības jomas un intereses ir ļoti cieši saistītas. Tomēr starp mārketingu un loģistiku pastāv atšķirības. Praktiski visos produktu vadīšanas lēmumos izpaužas mārketinga un loģistikas darbības, piemēram, produkta sortiments (mārketinga problēma) ietekmē sadales kanālu struktūru, krājumu līmeni, transportēšanas veidus u.tml. (loģistikas problēmas). Pat jauns produkta iesaiņojums (mārketinga problēma) var būtiski izmainīt sadales kanālu struktūru un ietekmēt transportēšanas veidus, kas var izraisīt izmaksu palielināšanos (loģistikas problēma).[3, 27]

E.A.Goljikovs savā darbā par mārketingu un loģistikas mijiedarbības īpatnībām uzsver, kā mūsdienās loģistika ir atdalījies no mārketinga pēc sava īpatnēja pilnvaru un uzdevumu sadalījuma, pēc funkcijām un kompānijas mērķu sasniegšanas paņēmieni vīziju. [9, 23] Pēc autoru viedokļa šis atdalīšanās process ir sācies 70-os gados un šodien ir izveidojies noteikts mijiedarbību modelis starp abām disciplīnām. Šī modeļa ietvaros mārketinga darbības pamatā ir esošo un nākamo tirgus stāvokļa pētīšana un prognozēšana, uzņēmuma un patērētāja, importētāja un eksportētāja ārējās un iekšējās vides analīze, uzņēmuma tirgus uzvedības stratēģijas un taktikas izstrādāšana ar mārketinga programmu realizācijas palīdzību. Mārketinga programmās ietilpst

preču un pakalpojumu kvalitātes un sortimenta uzlabošana, patērētāju, konkurentu un konkurences pētīšana, cenu politikas vadīšana, pieprasījuma stimulēšana un noieta veicināšana, resursu kustības organizēšana, preču kustības nodrošināšana, pielāgojot to noietam, servisa pakalpojumu paplašināšana un sortimenta pārskatīšana. Tādējādi, neskatoties uz to, ka loģistika pēc saviem uzdevumiem ir atdalīta no mārketinga, tā tomēr funkcionāli cieši sadarbojas ar mārketingu. Mārketinga izstrādātajos plānos materiālās plūsmas kustības iepļānotie pasākumi tiek nodoti izpildei loģistikas speciālistiem, lai veiktu to optimizāciju ar mērķi nodrošināt līdzsvaru starp uzņēmuma nodaļām (sagādes, transporta, noliktavu, ražošanas, noieta veicināšanas un servisa nodaļām). Pildot savu sadales funkciju, loģistika kopā ar mārketingu kļūst par mārketinga loģistiku, t.i., par vienu no pamatfaktoriem konkurences cīņā tirgus krīzes apstākļos. Atdeve no loģistikas izpaužas, realizējot uzņēmuma saimnieciskās darbības kumulēto rādītāju – mārketinga noteiktā līmeņa nodrošināšanu, kas atspoguļojas uzņēmuma līgumos un kontraktos ar klientiem, patērētāju apkalpošanas augsta līmeņa, preču un pakalpojumu kvalitātes nodrošināšanu. Šāda loģistikas un mārketinga mijiedarbības shēma, no vienas puses, pierāda loģistikas darbības pakļaušanu mārketinga stratēģijai un, no otras puses, funkcionālo mārketinga pasākumu atkarību no loģistikas.

Autoru prāt, trešās zinātnieku grupas pozīcija ir zinātniski pamatotāka, jo pirmo divu grupu viedoklis apšaubā pirmajā gadījumā loģistikas un otrajā – mārketinga kā patstāvīgo zinātnisko kategoriju un mācību priekšmetu eksistenci. Loģistikas mijiedarbības analīzei ārzemju praksē bieži izmanto tradicionāla "četrus P-s" mārketinga un loģistikas "septiņu R-s" miksu. Tā, Roberts Lauterborns (Robert Lauterborn) uzskatīja, ka pārdevēja četriem P ir jāatbilst patērētāja četriem C. [1, 16]

#### Četri P

Produkts (product)  
Cena (price)  
Vieta (place)  
Izplatīšana (promotion)

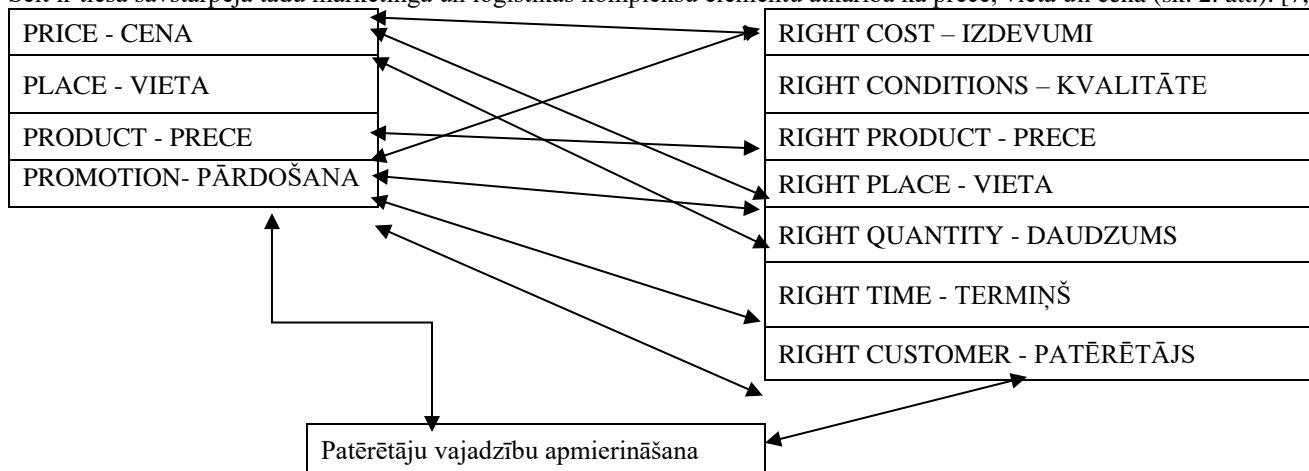
#### Četri C

Patērētāja risinājums (customer solution)  
Patērētāja izmaksas (customer cost)  
Ērtība (convenience)  
Komunikācija (communication)

Savukārt loģistikas pamatā ir "septiņu R-s" noteikumi:

- Prece (Right product);
- Daudzums (Right quantity);
- Vieta (Right place);
- Izdevumi (Right cost);
- Termiņš (Right time);
- Kvalitāte (Right condition);
- Patērētājs (Right customer).

Šeit ir tieša savstarpēja tādu mārketinga un loģistikas kompleksu elementu atkarība kā prece, vieta un cena (sk. 2. att.). [7, 38]



## 2. att. Mārketinga un loģistikas kompleksa mijiedarbība

Tas nozīmē, ka noteikto vajadzīgas kvalitātes precī nepieciešamā daudzumā jāpiegādā noteiktā vietā precīzā laikā konkrētajam patērētājam ar vismazākajiem izdevumiem. Tādējādi mārketinga un loģistikas

mijiedarbību var uzskatīt kā mārketinga un loģistikas kompleksu sadarbību ar mērķi apmierināt patērētāja vajadzības.

Pētīšanas rezultāti liecina, ka starp mārketingu un loģistiku ir izveidoti ekonomiskā nozīmē tikai komplimentārie sakari, bet praksē ļoti bieži rodas konflikti šo uzņēmuma darbības virzienu sadarbības procesā. Šo konfliktu galvenie iemesli ir:

- mārketinga un loģistikas sistēmu atsevišķo elementu izmantošana, to jēdzienu primitīva izpratne;
- zems personāla kvalifikācijas līmenis, to apmācības trūkums;
- nepietiekama plānošana uzņēmuma un vadīšanas līmeņa novērtēšanas kritēriju trūkums, nepietiekama kompetence stratēģisko plānu izstrādāšanā;
- kosalinga kultūras trūkums mārketinga un īpaši loģistikas sfērā.

Autori pēta loģistikas un mārketinga kategoriju vienotību un atšķirības (sk. 2. tab.). [7, 41]

2. tabula

### Mārketinga un loģistikas kategoriju vienotība un atšķirības

|                   | Mārketinga                                                                                                   | Loģistika                                                                                                     |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Priekšmets</b> | Ražošanas un komerciālās darbības vadīšana orientēta uz patērētāju                                           | Materiālo plūsmu vadīšana ekonomiskajās sistēmās                                                              |
| <b>Objekts</b>    | Preču un pakalpojumu patērētāji                                                                              | Materiālā un to pavadošās plūsmas                                                                             |
| <b>Mērķis</b>     | Ražošanas un komerciālās darbības orientēšana un patērētāju vajadzību apmierināšana, un peļņas maksimizācija | Patērētāju vajadzību apmierināšana un peļņas palielināšana, pielietojot materiālo un citu plūsmu optimizāciju |
| <b>Rezultāts</b>  | Peļņas gūšana patērētāju apmierinātības līmeņa palielināšanas rezultātā                                      | Peļņas gūšana, samazinot visu plūsmu kustības dalībnieku kopējās izmaksas                                     |

Mārketinga un loģistikas salīdzināšana parāda, ka šīm disciplīnām piemīt vairākas kopējas pazīmes. Izšķir šādas loģistikas un mārketinga kopējās pazīmes:

1. mārketinga un loģistikas koncepcijas ir saistītas ar uzņēmuma ražošanas komerciālo darbību;
2. savā darbībā tie pielieto viens otra instrumentāriju un paņēmienus;
3. mārketingam un loģistikai ir kopējais mērķis – maksimāla patērētāju vajadzību apmierināšana un peļņas palielināšana;

4. "...mārketinga un loģistikas koncepciju pamatā ir plānošanas operāciju vēsturiska vienotība. Mārketinga – uz pieprasījumu un preču patērētāju vajadzību apmierināšanu vērsta plānošana. Loģistika – patērētāja materiālā pieprasījuma plānošana pēc preces esamības, pieejamības un realizācijas laika pazīmēm"; [2, 95]

5. gan mārketinga, gan loģistika pamatojas uz kompleksa pieejas, mērķu orientācijas un sistēmas pieejas principiem;

6. paredz momenta reakciju uz tirgus izmaiņām.

Tajā pašā laikā, neskatoties uz kopējām pazīmēm, pēc autoru viedokļa mārketingam un loģistikai ir būtiskas atšķirības:

1. atšķirīgi vadīšanas objekti;
2. kopējo mērķi – peļņas palielināšanu – abas disciplīnas sasniedz ar dažādiem paņēmieniem. Mārketingā peļņu palielina, paaugstinot patērētāju apmierinātības līmeni, bet loģistikā – optimizējot materiālās plūsmas kustību, turklāt šī optimizācija ir vērsta uz uzņēmuma kopējo izdevumu samazināšanu un zaudējumu novēršanu, kas ietekmē peļņas apmēru;

3. mārketinga ir pārsvarā mērķēts uz kompānijas ārējām transakcijām, tajā laikā, kad loģistika – uz iekšējām. Šādā gadījumā netiek izslēgta loģistikas instrumentu izmantošana ārējo kompānijas transakciju organizēšanā, t.i., makroekonomisko plūsmu plānošanā un vadīšanā. Šodien ir ļoti svarīgi arī loģistikā uzņēmumu iekšējās transakcijas, t.i., veidot uzņēmuma mikroloģistikas sistēmas;

4. loģistika ir ekonomikas sabiedriski-politiskai organizācijai neitrāla, tajā laikā, kad mārketinga ir šī sistēmas produkts un rezultāts.

## NOBEIGUMS

Darba gaitā ir veikti pētījumi, kas ļauj saņemt konkrētus rezultātus un noformulēt secinājumus, kuriem ir zināma nozīme autoservisa apkalpošanas uzņēmuma darbības optimizēšanai un tā izvirzīšanai jaunajā konkurētspējas līmenī.

Tika izstrādātās rekomendācijas autoservisa uzņēmuma darbības uzlabošanai, kas dos apkalpošanas kompānijai iespēju optimizēt savu saimniecisku darbību un izmaksās tajā pašā laikā saglabājot mārketinga orientēšanu uz patērētāja vajadzību apmierināšanu. Rakstā izklāstīto pasākumu pielietošana paaugstinās autoservisu uzņēmumu darbības efektivitāti un pozitīvi ietekmēs nozari kopumā, jo kompleksās pieejas kompānijas vadīšanai īstenošana un augsto kvalitātes standartu ieviešana izvedīs autoservisa un autotirdzniecības uzņēmumu uz jaunu konkurētspējīgu līmeni maksimāli atbilstoši mūsdienīgām tirgus izvirzītām prasībām.

Pamatojoties uz veikto pētījumu rezultātu analīzi, autori izdarīja šādus secinājumus:

1. Pēdējos gados novērojama transporta nozares īpatsvara palielināšanas Latvijas pievienotās vērtības struktūrā, kas ir ļoti svarīgi ilgtspējīgai tautsaimniecības attīstībai. No transporta nozares attīstības līmeņa lielā mērā ir atkarīga ekonomikas stabilitātē.

2. Tradicionālais viedoklis par uzņēmuma vadīšanu, kas balstās uz produkcijas un produkta mārketinga koncepcijas, nav piemērots autoservisa uzņēmumam, jo autoservisa pakalpojumu patērētāji izvirza arvien lielākas prasības apkalpošanas kvalitātei, ko praktiski nevar sasniegt samazinot uzņēmuma izmaksas. Servisa uzņēmuma īpatnības paredz patērētāju vajadzības apmierināšanas priekšroku virs iekšējo ražošanas izmaksu samazināšanas plānošanu. Autoservisa uzņēmuma vadīšanas pieejai jābalstās uz pircēja mārketinga un sociālas koncepcijas.

3. Uzņēmuma mārketinga process ietver piecus posmus: vērtības izpēte, vērtības noteikšana, vērtības veidošana, vērtības nodrošināšana un vērtības virzīšana. Visiem šiem posmiem ir kopējs objekts – vērtība, ko ņem vērā, gan nosakot, gan īstenojot uzņēmuma mērķus.

4. Lai tirgū īstenotu uzņēmuma mērķus un mārketinga darbību kompleksu, jāveic mārketinga vadīšana, kas ietver šādas funkcijas: plānošana, organizēšana, koordinēšana, kontrole. Starp visām mārketinga vadīšanas funkcijām pastāv cieša saikne.

5. Nepārdomātas plānošanas rezultātā var noteikt tādas mērķus, kuru izpildei uzņēmumam nepietiek resursu vai arī pašreizējais uzņēmuma potenciāls nedod iespēju sasniegt izvirzītos mērķus.

6. Mārketinga plānošanu ietekmē ne tikai uzņēmuma iekšējā vide, bet arī virkne ārējās vides tieši un netieši ietekmējošie faktori. Tieši ietekmējošie faktori: patērētāji, konkurenti, piegādātāji, valsts likumdošana, sabiedriskās organizācijas, prese. Uzņēmuma darbību netieši ietekmējošie faktori: valsts ekonomiskais stāvoklis, sociālkultūras attiecības, valsts un likumdošana, zinātnes un tehnikas progress, starptautiskās attiecības.

7. Lai cik labi nebūtu sastādīts uzņēmuma mārketinga plāns, tas nav spējīgs nodrošināt uzņēmuma veiksmīgu darbību bez tā saskaņošanas ar citiem kompānijas nodaļām un dienestiem, bez šo plānu organizēšanas un koordinēšanas, kas nodrošina mārketinga nodaļas izbūvi un sakārtojumu, mārketinga darbību organizēšanu nodaļās un dienestos, mārketinga darbību koordinēšanu starp nodaļām un darbiniekiem, lēmumu pieņemšanu.

8. Kopējas šo mārketinga un loģistikas iezīmes ir orientēšana uz patērētāja vajadzībām, ciešā saikne ar uzņēmuma ražošanas un komerciālās darbības vadīšanu, abas disciplīnas spēlē viens otram instrumenta lomu kopējo mērķu sasniegšanas procesā, tie pamatojas uz kompleksa principiem un sistēmas pieeju darbības organizācijā, abu uzdevumi paredz nepārtrauktās reaģēšanas uz tirgus izmaiņām nepieciešamību.

9. Atšķirības starp mārketingu un loģistiku ir šādas – tiem ir dažādi vadīšanas objekti, kopējie mērķi – peļņas gūšanu un patērētāja vajadzību apmierināšanu – tie sasniedz, pielietojot dažādus paņēmienus.

10. Mārketinga un loģistikas mijiedarbībā var izdalīt tiešo saikni starp tādiem šo kompleksu elementiem kā prece, vieta un cena. Šīs mijiedarbības analīzes rezultātā ir izdarīts secinājums: tikai mārketinga un

loģistikas kompleksa savstarpēji saskaņota pieeja uzņēmuma vadīšanai var paaugstināt kompānijas darbības efektivitāti un nodrošināt konkurētspējas priekšrocības.

11. Starp mārketingu un loģistiku ir ekonomiskā nozīmē tikai komplimentārie sakari, bet praksē ļoti bieži rodas konflikti šo uzņēmuma darbības virzienu sadarbības procesā. Šo konfliktu galvenie iemesli ir: mārketinga un loģistikas sistēmu atsevišķo elementu izmantošana, to jēdzienu primitīva izpratne, zems personāla kvalifikācijas līmenis, to apmācības trūkums, nepietiekama plānošana uzņēmuma un vadīšanas līmeņa novērtēšanas kritēriju trūkums, nepietiekama kompetence stratēģisko plānu izstrādāšanā, kosaltinga kultūras trūkums mārketinga un īpaši loģistikas sfērā.

12. Pēc savas būtības loģistika un mārketingas kā patstāvīgas vadīšanas koncepcijas var tikt izmantotas arī neatkarīgi viena no otras, bet šādā gadījumā efektivitāte būs zemāka. Ja mārketingas nerēķinās ar loģistikas reālajām un loģistikā darbībā nepielieto mārketinga sistēmas principus, tad abas funkcijas ir nepilnvērtīgas un uzņēmuma vadīšana neefektīva.

13. Autoserviss ir viena no straujāk attīstošām nozarēm mūsdienīgā ekonomikā, kas attīstās ciešā sakarībā ar citām tautsaimniecības nozarēm, kuru saimnieciskās darbības kopums sastāda autotransporta un autoīpašnieku apkalpošanas kompleksu, kur ietilpst jauno un nolietoto automobiļu tirdzniecības veikali, automašīnas remonta un tehniskās apkalpošanas darbnīcas - autoservisi, ceļa uzturēšanas dienesti, rezerves daļu tirdzniecības uzņēmumi, automazgāšanas, degvielas uzpildes stacijas, ceļa satiksmes drošības nodrošināšanas dienesti. Nosakot autoservisa vietu dotajā sistēmā, jāatzīmē, ka praktiski katrs no tās elementiem ir saistīts ar autoservisa darbību. Tieši autoservisa uzņēmumi apmierina autoīpašnieku vajadzības nepārtrauktā mobilitātē un laika patēriņa ekonomijā un realizē automašīnas uzturēšanas tehniskā kārtībā un tās atjaunošanas funkcijas.

14. Autoservisa pakalpojumu attīstību un pieprasījumu noteicošais faktors ir automobiļu parks un to pieauguma tendences valstī, un preču/pakalpojumu cenu veidošanas politika, kā arī ārpus cenas objektīvie un subjektīvie faktori

15. Šodienas tirgus situācijā autoservisa kompānijas nav spējīgas saviem spēkiem pilnvērtīgi novērtēt ārējās vides faktorus, jo tajos, vai nu nav izveidotas mārketinga nodaļas, vai nu mārketinga speciālistiem vidējos un mazos uzņēmumos nav attiecīgās kvalifikācijas un pieredzes. Mazo un lielo autoservisu vadītāji nepievērš vajadzīgo uzmanību ārējo faktoru ietekmei un to seku prognozēšanai un uzskata tirgus monitoringu par lieko naudas izšķērdēšanu.

16. Mūsdienīgam uzņēmumam ir nepieciešams izveidot saimnieciskās darbības pilnveidošanas sistemātisko pieeju, kas paredz materiālās un informācijas plūsmu optimizāciju un racionalizāciju. Efektīva sagādes un produkcijas sadales darbības vadīšana uzņēmumā var paaugstināt mūsdienīga autoservisa konkurētspēju. Šajā uzņēmumā vadīšanas procesā menedžments akcentu liek uz izejvielu, pakalpojumu un aprīkojuma augstākas kvalitātes iegādi par zemāko cenu, precīzā laikā uz ilgstošas sadarbības pamata. Konkurētspējīgā uzņēmumā materiālas un informācijas plūsmu vadīšanai jābūt realizētai kopējā kompānijas stratēģisko mērķu kontekstā ciešā sadarbībā ar mārketinga pasākumiem.

17. Mūsdienās uzņēmuma izdevumi materiālo resursu iegādei sastāda lielāku ražošanas izmaksu daļu, tāpēc tieši sagādes darbībai salīdzinoši ar citām uzņēmuma darbībām ir noteicošā loma kompānijas rentabilitātes nodrošināšanai.

18. Sadarbības partneru regulārais monitorings pēc uzņēmumam svarīgākiem kritērijiem (preču cena, piegādes laiks, kavējumu skaits, brāķa piegādes skaits, termiņu ievērošana, norēķinu kārtība) veicina kompānijas efektīvu darbību un paaugstina tās rentabilitāti.

19. Nepārdomātas krājumu vadīšanas un pasūtījumu organizācijas politikas dēļ autoservisa uzņēmumos veidojas lieki nepieprasīto preču krājumi, kas paaugstina noliktavas uzturēšanas izdevumus.

20. Optimālākas sortimenta un sadales stratēģijas izstrādāšanai ir nepieciešams patstāvīgais autotirgus attīstības tendences monitorings. Ja uzņēmumam nav izpratnes un informācijas par potenciālo preču/pakalpojumu pieprasījumu un tā iespējamām izmaiņām, tas nav spējīgs izstrādāt pamatotu attīstības

konceptiju un nodrošināt materiāli-tehniskas bāzes mūsdienīgumu, un personāla sagatavošanas konkurētspējīgu līmeni.

21. Tirgus apstākļos lielākai uzņēmumu daļai viens no peļņas gūšanas pamatnosacījumiem ir saražoto preču vai sniedzamo pakalpojumu kvalitāte. Ja uzņēmumā nav izveidota izdevumu uzskaites sistēma, var orientēties uz to, kā kompānija zaudē 20–40% no gada peļņas pakalpojumu zemās kvalitātes dēļ, bet 30% no personāla algām tiek iztērēts, lai nokontrolētu darba rezultātus un izlabotu kļūdas.

22. Uzņēmuma konkurētspējas augšana, pateicoties apkalpošanas līmeņa paaugstināšanai, no vienas puses, samazina zaudējumus tirgū, bet, no otras puses, palielina servisa izdevumus. Uzņēmuma loģistikas darbinieku uzdevums, saskaņojot savas darbības ar mārketinga daļas speciālistiem, ir meklēt optimālo apkalpošanas līmeni.

23. Lielākai daļai autoservisa uzņēmumu nav izveidotas klientu datu bāzes, kas negatīvi ietekmē kompānijas darbību kopumā un pazemina uzņēmuma konkurētspējas tirgū. Datu bāzes dod uzņēmumam iespēju novērot un analizēt patērētāja uzvedību un noteikt tā vajadzības, kā arī dod iespēju nodrošināt atgriezenisko saiti ar klientiem.

24. Autoservisa kompānijām Latvijas tirgū nav izstrādāta sistēmas pieeja mārketinga plānošanai un IMK, kā arī nav veltīta vajadzīgā uzmanība kompānijas tēla izveidošanai un uzturēšanai konkurētspējīgā līmenī.

25. Uzņēmuma efektīvas darbības nodrošināšanai ir nepieciešams loģistikas un mārketinga vadīšanas, kā arī patērētāju apmierinātības regulārais monitorings un kontrole pēc noteiktiem uzņēmuma izstrādātiem kritērijiem.

26. Mūsdienas tirgus nosacījumi pieprasa, lai kompānijas mārketingu vairs neīsteno tikai mārketinga nodaļas speciālisti, bet gan katrs kompānijas darbinieks tiktu vērtēts kā mārketinga speciālists, kas darbojas ciešā saistībā ar citu nodaļu speciālistiem, un katram no viņiem ir jābūt vērīgam uz patērētāju un to vajadzību apmierināšanu.

Pamatojoties uz augstāk izklāstītiem secinājumiem, autori ierosina šādus priekšlikumus:

1. Autori piedāvā mārketinga un loģistikas produkcijas noieta rādītāju aprēķinu kompleksu, kas ļaus noteikt kritiskās un tuvas kritiskajām zonām (tirgi, piegādātāji, sadales kanāli u.c.), noteikt pasākumus uzņēmuma darbības uzlabošanai un konkurences priekšrocību nodrošināšanai.

2. Autoservisa vadītājam jāpievērš īpaša uzmanība stratēģiskai uzņēmuma darbības plānošanai, ņemot vērā ārējo un iekšējo faktoru ietekmi. Šo faktoru analīzei ir lietderīgi piesaistīt mārketinga kompānijas, kas specializējas tirgus pētījumos.

3. Uzņēmuma vadībai ir jāīsteno loģistiskā pieeja pie materiālas un informācijas plūsmas vadīšanas uz to apgrozības paātrināšanas, pašizmaksas samazināšanas un kvalitātes uzlabošanas rēķina, tajā pašā laikā saglabājot mārketinga orientēšanu uz patērētāja vajadzību apmierināšanu.

4. Autoservisa uzņēmumā ir jāizveido loģistiska daļa, kurai jāveic regulāra iepirkumu un krājumu, kā arī sadales kanālu un piegādātāju analīze. Uzņēmuma vadībai jāizstrādā autoservisa pakalpojumu kvalitātes novērtēšanas sistēma un jānosaka atbildīgās personas par tās realizāciju.

5. Autoservisā ir jāievieš efektīvas iepirkumu sistēmas izveidošanas principi (piegādes laika samazināšana, piegādātāju ranžēšana, brāķa piegādes un kavējumu dienu aprēķins, pieprasījuma analīze u.c.).

6. Autoservisā būtu lietderīgi ieviest datu bāzi, kurā tiktu izanalizēts pieprasījums pēc katras markas un kategorijas rezerves daļām, ņemot vērā bāzes perioda pieprasījumu, sezonālās faktoru (piem., pieprasījums pēc automašīnu krāsošanas un virsbūves remontiem ir augstāks ziemā, kad valstī palielinās avāriju skaits, pieprasījums pēc kondicionieru uzpildes paaugstinās vasarā u.c. faktori), cikliskuma faktoru, pārdošanas stimulēšanas un nejaušo pieprasījuma svārstību faktorus. Bāzes pieprasījums ir vidējais pārdošanas apjoms, bet citi faktori ir labošanas koeficienti.

7. Lai noliktavās neveidotos lieki krājumi, kas negatīvi ietekmē uzņēmuma apgrozījumu, servisa uzņēmumā jāizveido optimālā pasūtījuma kritēriji, kā arī jāaprēķina krājumu papildināšanas nepieciešamības



biežumu. Praksē ir lietderīgi pielietot Wilsona EOQ formulu (Economic Order Quantity), kas ļauj noteikt krājumu optimālos apjomus un laiku starp pasūtījumiem.

8. Svarīgs kritērijs, kas dod iespēju vērtēt servisa sistēmu no piegādātāja un pasūtītāja viedokļa, ir apkalpošanas loģistikas līmenis. Šo rādītāju loģistikas daļas speciālistam jāaprēķina vienu reizi kvartālā.

9. Loģistikas speciālistiem ir jāatbild par preču/pakalpojumu sadales taktiku, kā arī par uzņēmuma stratēģijas un taktikas realizāciju. Sadales kanālu kontroli un analīzi ir jāveic abu nodaļu speciālistu kopējiem spēkiem katram savu pilnvaru robežās.

10. Kontroles un analīžu rezultātiem ir jābūt apkopotiem. Par datu apkopi ir jāatbild mārketinga speciālistiem, lai tie varētu operatīvi reaģēt uz notiekošām izmaiņām un koriģēt uzņēmuma rīcības plānus. Piedāvātajam kompetences sadalījumam jānovērš mērķu sasniegšanas pretrunas un dublēšanos starp mārketinga un loģistikas nodaļām.

11. Mārketinga plānošanas procesā ir nepieciešams veikt iekšējās vides analīzi.

12. Uzņēmuma vadībai jānoskaidro, kā dažādi uzņēmuma darbības veidi ietekmē peļņu (vērtību), un jāizvērtē nozares rentabilitāti un pievilcību pa uzņēmuma darbības veidiem;

13. Mūsdienīgajam autoservisa uzņēmumam jā rūpējas par datu iegūšanu, lai veidotu patērētāju datubāzi, kurā būtu informācija par individuālo klientu pirkumiem, vēlamajiem produktiem, demogrāfiskajām iezīmēm un ienesīgumu. Uzņēmumiem šādu datu bāzi var izmantot jauno segmentu atklāšanai un patērētāju uzvedības galveno tendenču analīzei, kas neapšaubāmi paaugstinās uzņēmuma konkurētspēju Latvijas tirgū, kā arī izvedis pakalpojumu tirgu jaunajā līmenī. Sakarā ar to, ka CRM datu bāze ir samērā dārga mazajiem un vidējiem uzņēmumiem, jāpievērš uzmanība aizvietotājprogrammām, kuras piedāvā IT kompānijas Latvijas tirgū.

14. Uzņēmumiem jāmaina peļņas gūšanas no katra darījuma biznesa darbības pieeja pret peļņas gūšanu, vadot patērētāju dzīves cikla vērtību. Var regulāri piedāvāt pastāvīgi nepieciešamo precī vai pakalpojumu par zemāku cenu pastāvīgiem klientiem, tādējādi iegūstot patērētāju uz ilgāku periodu. Šādā situācijā uzņēmuma mērķis mainīsies no tirgus daļas palielināšanas uz patērētāju tirgus daļas palielināšanu, piedāvājot saviem klientiem plašāku preču sortimentu.

## IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Kotlers F. Mārketinga pamati. Jumava, 2003. - 27. lpp.
2. Maes P. Disruptive Selling: A New Strategic Approach to Sales, Marketing and Customer Service. London: Kogan Page, 2018. – 132. p.
3. Praude V., Beļčikovs J. Loģistika."Vaidelote", 2003 - 72. lpp.
4. Saksonova S. Uzņēmuma darbības plānošanas paņēmieni. Rīga: SIA Izglītības soļi, 2004. – 105. lpp.
5. Taylor Heidi. Marketing Strategy: Differentiate, Develop and Deliver Lasting Customer Engagement. London Kogan Page, 2017. – 153. p.
6. Tennent J., Friend G. Guide to Business Modeling. The Economist Newspaper Ltd, 2005. – 287p.
7. Бублий Е.И. Методы организации сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия концепций маркетинга и логистики. ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет». Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Санкт –Петербург, 2008, 53-125 lpp.
8. Гаджинский А.М. Логистика. "Маркетинг", 2002. - 43. lpp.
9. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика. М.:Издательский дом "Дашков и К", 2000. - 412. lpp.

# GADOS VECU CILVĒKU DARBASPĒJA UN AKTĪVĀS NOVECOŠANĀS IETEKME UZ VALSTS EKONOMIKU

**Edgars Štāls**

Norvēģija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Rīga

Doktorantūra, Reģionālā ekonomika un ekonomiskā politika

sedgars@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs:

Dr.sc.ing., prof. Žanna Caurkubule

## ANOTĀCIJA

Šajā darbā autors apraksta sabiedrības novecošanās problēmu Latvijā un tās ietekmi uz valsts ekonomiku, ka arī aktuālu un maz pētītu jautājumu par iedzīvotāju iespējām saglabāt ekonomisko aktivitāti pēcpensijas vecumā. Lai izvērtētu augstāk minētās aktualitātes, darbā tiek izmantota aprakstošā/ deskriptīvā statistika un klasiskā dokumentu analīze, kā rezultātā tiek secināts, ka aktīvās novecošanās rezultātā spiediens uz ekonomisko sistēmu palielināsies un ņemot vērā Latvijas senioru fizioloģiskās un garīgās īpatnības, kā arī citus sociālos faktoros, vecu cilvēku potenciālās darba iespējas ir visai ierobežotas.

**Atslēgas vārdi:** darba tirgus, demogrāfija, ekonomika, novecošanās

## ABSTRACT

In this paper, author describes the problem of population aging in Latvia and its impact on the national economy, as well as a topical and little researched issue on the possibilities of population to maintain economic activity in the post-retirement age. In order to evaluate the above mentioned issues, the author uses descriptive statistics and classical document analysis, which concludes, that due to active aging the pressure on the economic system will increase, and taking into account the physiological and mental characteristics of Latvian seniors as well as other social factors, potential job opportunities are quite limited.

**Keywords:** labor market, demography, economy, aging

## IEVADS

Pamatojoties uz pieņēmumu, ka svarīgākais resursu veids mūsdienu ekonomikā ir cilvēku resurss var secināt, ka, jo ilgāk cilvēks tiek nodarbināts darba tirgū, jo izdevīgāk tas ir valsts ekonomikai. Pateicoties mūsdienu veselības aprūpes un medicīnas sasniegumiem, kā arī tehnoloģiskajam progresam, cilvēka vidējais mūža ilgums palielinās, kas teorētiski ļauj cilvēkam ilgāku laiku būt sociāli un ekonomiski aktīvam.

Iespējama ekonomiska labuma gūšana no novecošanās ir atkarīga no katras valsts iekšējās nostājas un kapacitātes integrēt vecāka gada gājuma personas ekonomiski aktīvo iedzīvotāju grupā. Tomēr šī vienkāršā shēma, pēc iespējas ilgāk noturēt cilvēku darba tirgū, ir saistīta ar lieliem izaicinājumiem finanšu, veselības, sociālās, izglītības u.c. sfērās, kuru risināšanai jau tagad ir jāpievērš pastiprināta uzmanība.

Tādēļ darba mērķis ir, izanalizēt aktīvās novecošanās ietekmi uz valsts ekonomiku, kā arī vecāka gadagājuma cilvēku iespējas iekļauties darba tirgū, ņemot vērā Latvijas sociāli ekonomiskās un demogrāfiskās īpatnības.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ

Novecošanās ietekme uz ekonomiku ir ļoti komplicēta un tā ietekme ir fiskālā līdzsvara pasliktināšanās, uzkrājumu un ieguldījumu modeļu izmaiņas, darba piedāvājuma trūkums, piemērotas labklājības sistēmas

trūkums, produktivitātes un ekonomiskās izaugsmes samazināšanās, kā arī makroekonomikas politikas neefektivitāte [14].

Visā pasaulē demogrāfiskās slodzes koeficients 1970. gadā bija 10 darba ņēmēji uz katru personu, kura bija vecāka par 64 gadiem, bet prognozētā attiecība 2050. gadā ir četri darba ņēmēji uz katru cilvēku, kas vecāks par 64 gadiem [12].

Eiropas Savienībai demogrāfiskās novecošanās ietekme būs ļoti nozīmīga, jo pastiprināsies slogs uz darbaspējīgā vecuma iedzīvotājiem, kuriem būs jāsedz sociālie izdevumi, lai nodrošinātu novecojošai sabiedrībai dažādus nepieciešamos pakalpojumus [3].

Profesori Espen Henriksen un Thomas F. Cooley atklāja, ka demogrāfisko pārmaiņu, jo īpaši iedzīvotāju novecošanās un dzīves ilguma palielināšanās, ir veicinājušas ražošanas apjoma samazināšanos pasaules visattīstītākajās ekonomikās [14].

Nikole Maestas et al. 2016.gadā veiktā pētījumā par novecošanās ekonomisko ietekmi uz valsts kopproduktu uz vienu iedzīvotāju tika konstatēts, ka personu 60+ pieaugums par 10%, samazina IKP pieauguma tempu par 5,5% uz vienu iedzīvotāju [15].

Cilvēkiem sasniedzot savu pensionēšanās vecumu (60 – 65 gadi) mainās uzkrājumu un ieguldījumu finansiālais modelis samazinoties darbaspējīgo iedzīvotāju skaitam novecošanās dēļ. Mazāka darbaspēka (akseleratoru) bāze, kas papildina gados vecāku cilvēku bāzi, izraisa kopējā patēriņa samazināšanos, bet mazāk kopējo ienākumu rada zemākus iekšzemes ietaupījumus, kas ierobežo jaunus ieguldījumus [21].

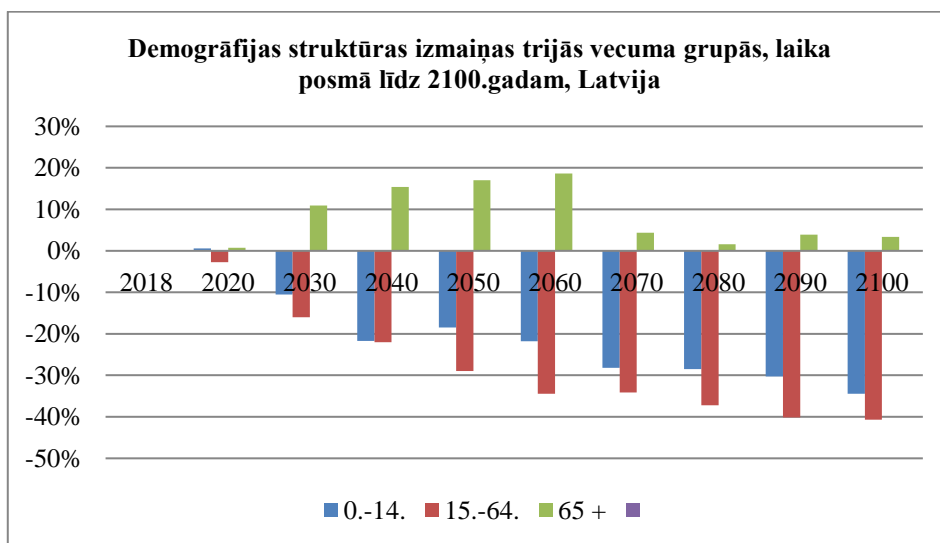
## PĒTĪJUMA REZULTĀTI UN TO IZVĒRTĒJUMS

Pēc Apvienoto Nāciju Organizācijas (ANO) prognozēm, nākošajās desmitgadēs iedzīvotāju skaits vecuma grupā virs 65gadiem turpinās palielināties arī Latvijā [20].

Vienlaikus proporcija starp darba spējīgo vecumu un vecuma grupu virs 65 gadiem turpinās pieaugt. Pēc ANO datiem Latvijā 2010.gadā uz 100 iedzīvotājiem vecuma grupā 20-64 gadiem bija 30 cilvēku vecuma grupā virs 65 gadiem, bet 2030.gadā šis skaits jau sasniegs, apmēram, 46 cilvēkus [20].

Arī pēc Eurostat datiem mainīsies gan demogrāfiskā struktūra, gan darbaspējīgo un vecu cilvēku attiecība (skat.att.1).

Attēls 1 Demogrāfiskās struktūras izmaiņas



Avots: autora izveidots pēc [10].

Saglabājoties līdzšinējai demogrāfiskai situācijai valstī, tiek prognozēts, ka no 2018.gada līdz 2080.gadam Latvijas iedzīvotāju skaits saruks par 28% [10].

Pēc Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem dzīvi dzimušos kaitam Latvijā sākot no 2012.gada ir vērojama pieauguma tendence un 2014., 2015. un 2016.gados saglabā gandrīz vienmērīgu līmeni, bet

2018.gadā šis rādītājs no augstākā 2015.gada dzimstības līmeņa ir sarucis par 12% [2]. Savukārt mirstības samazināšanās ir veicinājusi paredzamo mūža ilguma pieaugumu Latvijas iedzīvotājiem vecuma grupā virs 65 gadiem [4].

Arī ārējā un iekšējā migrācija ir stipri ietekmējusi Latvijas demogrāfisko situāciju, kas papildus vispārējai populācijas destabilizācijai rada ekonomisku spriedzi arī Latvijas reģionos, kur zaudējot darba spējīgos iedzīvotājus tiek ietekmēti pašvaldības budžeta ieņēmumi [1].

Lai arī iedzīvotāju struktūras un skaita izmaiņas ir liels ekonomisks izaicinājums, kā rezultātā būs jāuzlabo darba un ražošanas efektivitāte un produktivitāte, apjomīgus līdzekļus valsts tautsaimniecība zaudē jau šodien un turpinās zaudēt arī nākotnē [6]. Šo zaudējumu iemesls ir iedzīvotāju priekšlaicīgā mirstība, kuru aprēķina kā potenciāli zaudētos mūža gadus, kas ir gadi, kurus cilvēks būtu nodzīvojis līdz kādam noteiktam vecumam, ja nebūtu miris nelaimes gadījumā, kādas slimības vai cita iemesla dēļ [8].

Saskaņā ar Informatīvo ziņojumu "Par veselības reformas pasākumu īstenošanu 2017.gadā", 2015.gadā, nomirstot Latvijas iedzīvotājiem vecumā līdz 64 gadiem valsts budžets tikai neiekasētajos darbaspēka nodokļos, neskaitot citus nodokļu veidus, zaudējis vairāk nekā 431 miljonu eiro [7].

Arī medicīnas nozare Latvijā nav pietiekoši finansēta, kā rezultātā valstī ir viszemākais vidējais mūža ilgums no visām Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (ESAO; plašāk OECD) valstīm. Pie tam Latvija tiek novērtēta kā augsta riska grupas valsts, kurā ir vislielākais nāves gadījumu īpatsvars, kuri varēja būt daļēji vai pilnībā novērsti. Pētījumā norādīts, ka Latvijā ir arī vislielākais no alkohola atkarīgo personu īpatsvars OECD valstīs, kas ir viens no galvenajiem nāves cēloņiem un hronisku saslimšanu izraisītājiem pasaulē [17].

Pēc pēdējiem pieejamiem OECD datiem 2015.gadā Latvijas ilgtermiņa aprūpes finansējuma īpatsvars no IKP bija 0,4%, kas ir par 1,3% mazāk nekā OECD valstīs vidēji (1,7%) [16].

Pēc „Veselības pārskats 2017” datiem Latvijā ir trešais zemākais paredzamais mūža ilgums starp visām Eiropas Savienības (ES) valstīm un otrais sliktākais veselības pašvērtējuma rādītājs ES. Latvijas izdevumi veselības aprūpei ir otrie zemākie starp ES valstīm un mirstība no infarkta un insulta visaugstākā ES [5].

Vecāka gadagājuma cilvēku kopējais veselības stāvoklis Latvijā ir krietni zemāks par vidējiem rādītājiem ES. Savukārt sliktā veselības stāvokļa un pāragrās nāves dēļ palielinās veselības aprūpes izdevumi, kā dēļ rodas lieli ekonomiski zaudējumi [19].

Arī Latvijas iedzīvotāju veselīgi nodzīvotie dzīves gadi ir mazāki nekā Eiropas Savienībā vidēji. Piedevām, laika posmā no 2016. līdz 2017.gadam šis rādītājs ir samazinājies [11].

Neskatoties uz zemajiem statistiskajiem rādītājiem attiecībā pret citām ES valstīm, paredzamā mūža ilgums Latvijā tomēr ir palielinājies no 78,8 gadiem sievietēm un 68,6 gadiem vīriešiem 2011.gadā līdz 79,7 gadiem sievietēm un 69,8 gadiem vīriešiem 2017.gadā [9].

Izvērtējot šos datus var secināt, ka Latvijas iedzīvotāji dzīvo un dzīvos ilgāk, bet jau ar kādu saslimšanu, kas būtiski samazinās viņu darbaspējas. Tas nozīmē, ka 65 gadu vecumā bez jebkādiem veselības traucējumiem, kas neierobežos cilvēka funkcionālās spējas, var cerēt nodzīvot tikai četrus no atlikušajiem paredzamajiem dzīves gadiem, bet pēdējos, aptuveni, 10 gadus vīriešiem un 13 gadus sievietēm būs jāsadzīvo ar kādiem fizioloģiskiem vai psihiskiem veselības traucējumiem [5].

Teorētiski, ja pensiju sasniegusi persona Latvijā izlemj turpināt darba attiecības arī pēc šī gadu sliekšņa sasniegšanas, tad aktīva dalība darba tirgū šai personai statistiski tiek paredzēta tikai sekojošos 4 gadus. Piedevām, gados vecāko iedzīvotāju darba spējas un ilgstošu bezdarbu ietekmē gan slikta garīgā un fiziskā veselība, gan zems izglītības līmenis. Kā papildus faktorus arī jāmin ir darba devēju negatīvie stereotipi par šo vecuma grupu, kas saistīti ar uzskatiem par sliktu veselību, darba kavēšanu, zemu produktivitāti u.c. [19]. Tādēļ, ja kopējais veselības stāvoklis Latvijas iedzīvotājiem neuzlabosies, tad radīsies nopietns veselības un ilgtermiņa aprūpes sistēmas noslogojums, kā arī papildus finanšu resursu nepieciešamība no valsts un pašvaldību budžetiem [5].

Līdztekus šiem riskiem, netiek risinātas pastāvošās problēmas vecu cilvēku aprūpē. Pastāvot iespējai, ka sabiedrības novecošanās ietekmes faktori tiks pakļauti zināmai kontrolei, jebkurā gadījumā nākotnē pieaugs

arī vecu cilvēku īpatsvars, kuri nebūs spējīgi iekļauties darba tirgū, bioloģiskā vecuma vai fizioloģisku un garīgu saslimšanu dēļ [18].

## SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Latvijas statistiskie rādītāji, piemēram, paredzamais mūža ilgums, veselīgi nodzīvotie dzīves gadi, nelaimes gadījumu skaits, veselības pašvērtējums, ir krietni zemāki par ES un OECD valstu vidējiem rādītājiem, kas kontekstā ar nepietiekami finansēto ilgtermiņa un veselības aprūpes nozari rada nelabvēlīgu prognozi pensijas vecumu sasniegušo personu tālākai ekonomiskai aktivitātei. Saistībā ar aprakstītajiem riskiem ir jāsecina, ka, iespējams, papildus akcents problēmas risināšanā ir jāliek uz veselības un sociālās aprūpes sektoriem, vispārēju sabiedrības veselības stāvokļa uzlabošanu, pastiprinātu vecu cilvēku piesaistīšanu pieaugušo izglītības programmām, produktīvu remigrācijas plāna izstrādi, kā arī sabiedrisko valsts, pašvaldības un privātā sektora ražošanas procesa un pakalpojumu nodrošināšanas efektivitātes, produktivitātes un kvalitātes kāpināšanu. Ja šie jautājumi netiks pastiprināti risināti, tiks noslogota ne tikai atsevišķu reģionu ekonomiskā stabilitāte, bet visas valsts fiskālā sistēma kopumā.

## IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. IBG010. Iedzīvotāju ilgtermiņa migrācija-Statistikas datubāzes. (2019). Retrieved 23 November 2019, from [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/iedz/iedz\\_\\_migr/IBG010.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/iedz/iedz__migr/IBG010.px/table/tableViewLayout1/)
2. IDG030. Dzīvi dzimušie pēc dzimuma statistiskajos reģionos, republikas pilsētās un novados-Statistikas datubāzes. (2019). Retrieved 17 November 2019, from [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/iedz/iedz\\_\\_dzimst/IDG030.px/table/tableViewLayout1/?rxid=f259e646-b6c5-497f-bc7b-4d7e6317cea6](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/iedz/iedz__dzimst/IDG030.px/table/tableViewLayout1/?rxid=f259e646-b6c5-497f-bc7b-4d7e6317cea6)
3. Iedzīvotāju struktūra un novecošana - Statistics Explained. (2018). Retrieved 24 October 2019, from [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population\\_structure\\_and\\_ageing/lv](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing/lv)
4. IMG010. Mirušie pēc dzimuma un vecuma-Statistikas datubāzes. (2019). Retrieved 23 November 2019, from [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/iedz/iedz\\_\\_mirst/IMG010.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/iedz/iedz__mirst/IMG010.px/table/tableViewLayout1/)
5. Latvija: Valsts veselības pārskats 2017 | READ online. (2017). Retrieved 15 November 2019, from [https://read.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/latvija-valsts-veselibas-parskats-2017\\_9789264285262-lv#page4](https://read.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/latvija-valsts-veselibas-parskats-2017_9789264285262-lv#page4)
6. Ministru kabinets. (2016). Konceptuālais ziņojums "Aktīvās novecošanās stratēģija ilgākam un labākam darba mūžam Latvijā" [Ebook]. Riga. Retrieved from [http://www.lm.gov.lv/upload/politika/lmzin\\_akt\\_novec.pdf](http://www.lm.gov.lv/upload/politika/lmzin_akt_novec.pdf)
7. Par veselības reformas pasākumu īstenošanu 2017.gadā. (2018). Retrieved 15 November 2019, from <http://tap.mk.gov.lv/mk/tap/?pid=40406912>
8. Slimību Profilakses un Kontroles Centrs. (2012). Potenciāli zaudētie mūža gadi Latvijā 2011. gadā [Ebook]. Riga. Retrieved from [https://www.spkc.gov.lv/upload/Petijumi%20un%20zinojumi/Sabiedribas%20veselibas%20petijumi/pzmg\\_zinojums\\_par\\_2011.pdf](https://www.spkc.gov.lv/upload/Petijumi%20un%20zinojumi/Sabiedribas%20veselibas%20petijumi/pzmg_zinojums_par_2011.pdf)
9. Eurostat. Life expectancy at birth. (2019). Retrieved 10 November 2019, from [https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/product?code=sdg\\_03\\_10](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/product?code=sdg_03_10)
10. Eurostat. Population on 1st January by age, sex and type of projection. (2019). Retrieved 17 November 2019, from <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>
11. Eurostat. Healthy life years (from 2004 onwards). (2019). Retrieved 9 November 2019, from [https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK\\_DS-235955\\_QID\\_-7624D13A\\_UID\\_-3F171EB0&layout=INDIC\\_HE,L,X,0;GEO,L,Y,0;TIME,C,Z,0;INDICATORS,C,Z,1;&zSelection=DS-235955TIME,2013;DS-235955INDICATORS,OBS\\_FLAG;&rankName1=TIME\\_1\\_0\\_-](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK_DS-235955_QID_-7624D13A_UID_-3F171EB0&layout=INDIC_HE,L,X,0;GEO,L,Y,0;TIME,C,Z,0;INDICATORS,C,Z,1;&zSelection=DS-235955TIME,2013;DS-235955INDICATORS,OBS_FLAG;&rankName1=TIME_1_0_-)

1\_2&rankName2=INDIC-  
HE\_1\_2\_0\_0&rankName3=GEO\_1\_2\_0\_1&rankName4=INDICATORS\_1\_2\_-  
1\_2&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&cDM=true&footnes=false&empty=false&wai=fal  
se&time\_mode=ROLLING&time\_most\_recent=true&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%  
23.%23%23%23&lang=en

12. Guarino, A. (2017). An aging global population and its economic implications. Retrieved 19 November 2019, from <https://globalriskinsights.com/2017/02/aging-global-population-economic-implications/>
13. Harper, A. (2018). How to build a better social care system. Retrieved 9 November 2019, from <https://neweconomics.org/2018/06/an-alternative-future-for-social-care-does-exist-and-we-need-to-move-towards-it-with-the-urgency-it-demands>
14. Henriksen, E., & Cooley, T. (2017). The Demographic Deficit. SSRN Electronic Journal, 93, 45-62. doi: 10.2139/ssrn.3067781
15. Maestas, N., Mullen, K., & Powell, D. (2016). The Effect of Population Aging on Economic Growth, The Labor Force and Productivity [Ebook]. Cambridge: National Bureau of Economic Research. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w22452.pdf>
16. OECD iLibrary | Health at a Glance. (2019). Retrieved 9 November 2019, from [https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-2019\\_3e583d73-en](https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-2019_3e583d73-en)
17. OECD iLibrary | Health at a Glance 2019: OECD Indicators. (2019). Retrieved 19 November 2019, from [https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-2019\\_4dd50c09-en](https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-2019_4dd50c09-en)
18. Stals, E. (2019). Care facilities for elderly people in Latvia in the context of future globalisation, demography, migration and human resources. Retrieved 11 November 2019, from [http://www.baltic-course.com/eng/direct\\_speech/?doc=146520](http://www.baltic-course.com/eng/direct_speech/?doc=146520)
19. The World Bank. (2015). The Active Aging Challenge for Longer Working Lives in Latvia [Ebook]. Retrieved from [http://www.lm.gov.lv/upload/aktualitates2/wb\\_lv\\_active\\_aging\\_report\\_011015.pdf](http://www.lm.gov.lv/upload/aktualitates2/wb_lv_active_aging_report_011015.pdf)
20. World Population Prospects - Population Division - United Nations. (2019). Retrieved 13 October 2019, from <https://population.un.org/wpp/>
21. Yoshino, N., Kim, C., & Sirivunnabood, P. (2019). Aging Population and its Impacts on Fiscal Sustainability. Retrieved 23 November 2019, from <https://t20japan.org/policy-brief-aging-population-impacts-fiscal-sustainability/>

# DARBINIEKU PIESAISTES UN ATLASES PROCESA PILNVEIDE BŪVNICĪBAS UZŅĒMUMĀ

**Val James Steve**

Latvija

Baltijas Starptautiskā akadēmija, Daugavpils filiāle

Profesionālā maģistratūra

Uzņēmējdarbības vadība un administrēšana

valjamessteve@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.math. Evija Liepa

## ABSTRACT

For a prolonged time in a post-crisis period, the motivation for work in Latvia has remained quite constant - to do whatever it takes in order to avoid situation where employment is being ceased while the interest of the employee remained in the background. However, employees' interests are slowly gaining importance as new jobs are created in the market, especially in the construction sector. Employers are also starting to realize that reliable employees are the key to the success of the company, so paying attention to their needs and understanding their desires and abilities should help to build a high-performing, loyal and competent team. The author explores the role and functions of personnel recruitment and personnel selection management in a construction company, drawing on the example of a company 'Preiss Būve', to develop proposals for process improvement.

**Keywords:** recruitment, personnel selection.

## ANOTĀCIJA

Ilgu laiku pēckrīzes periodā Latvijā darba motivācija ir bijusi visai nemainīga – darīt visu, lai nezaudētu darbu, un darbinieka intereses palika otrajā plānā. Tomēr lēnām arvien lielāku nozīmi iegūst darbinieku intereses, jo darba tirgū, it īpaši būvniecības sektorā, rodas jaunas darba vietas. Arī darba devēji sāk saprast, ka tieši darbinieki ir tie, kas nodrošina uzņēmuma panākumus, tāpēc viņu uzklausišana un viņu vēlmju, vajadzību un spēju izpratne palīdzēs izveidot lojālu un kompetentu komandu ar augstu veiktspēju. Autors pēta personāla piesaistes un atlases lomu un funkcijas personāla vadībā būvniecības uzņēmumā, balstoties uz konkrēta uzņēmuma - "Preiss Būve" - piemēra, izstrādāti priekšlikumi procesa pilnveidošanai.

**Atslēgas vārdi:** personāla piesaiste, atlases process.

## IEVADS

Katrs cilvēks ir apveltīts ar apziņu, gribu, izvēles brīvību, profesionālu un radošu aktivitāti, spēju reproducēt informāciju. Objektīvi novērtējot sniegto un realizēto cilvēku potenciālu, vadoties pēc profesionālās un dzīves pieredzes, veidojas personības kvalitāšu kopums, ko novērtē potenciālais darba devējs personāla piesaistes un atlases procesā.

Cilvēku resursu plānošana, piesaiste, atlase un vērtēšana ietver cilvēku resursu pieprasījuma sistemātisku analīzi, garantējot uzņēmumam nepieciešamo cilvēku skaitu ar vajadzīgajām kompetences sastāvdaļām atbilstošos termiņos. Cilvēku resursu plānošana ietver gan finanšu, gan laika, gan kompetences plānošanu, kas saistīta ar personāla attīstības un apmācības plānu, savukārt finanšu resursu plānošana tieši ietekmē organizācijas atalgojuma politiku, tādejādi būtiski stimulējot vai kavējot biznesa attīstību un rezultātus [5,82].

Personāla piesaiste un atlase ir viena no organizācijas vadītāja vispazīstamākajām personāla vadības funkcijām. Nereti tieši ar personāla piesaisti un atlasīti tiek asociēta personāla vadība kā tāda, jāatzīst, ne bez pamata, jo kā zināms no personāla vadības vēstures, tieši personāla atlase ir viena no pirmajām, galvenajām un ilgā laika posmā vienīgajām personāla vadības svarīgākajām aktivitātēm līdztekus tehniskajām un

administratīvajām darbībām. Personāla sekmīgas atlases mērķis ir ideāla sakritība starp attiecīgā kandidāta kompetenci un amata prasībām, kā arī organizācijas korporatīvo kultūru, mērķiem un sadarbības praksi.

Būvniecības uzņēmums „Preiss Būve” nodarbojas ar angāra tipa ēku būvniecību, tai skaitā metāla konstrukciju, graudu transportēšanas, uzglabāšanas un apstrādes iekārtu tirdzniecību un montāžu, kā arī žogu, vārtu, industriālo vārtu un kraušanas sistēmu tirdzniecību, montāžu un servisu. Ikvienu uzņēmuma nozīmīgākā potenciāla sastāvdaļa ir profesionāls un kompetents personāls, tāpēc īpašu vērību jāpievērš personāla atlases procesam, piesaistot un izvēloties vislabākos kandidātus. Pētījuma mērķis ir izpētīt personāla piesaistes un atlases procedūras būvniecības uzņēmumā, kā piemēru ņemot SIA "Preiss Būve", un izstrādāt priekšlikumus to pilnveidošanai. Lai mērķi sasniegtu, izmantotas šādas pētījumu metodes: aprakstošā, analīzes, sintēzes, loģiski konstruktīvā un aptaujas metodes (anketēšana un intervija), kurā tiek aptaujāti uzņēmuma vadība un darbinieki, lai noskaidrotu viņu viedokli par atlases procesu un interviju norisi.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA

Cilvēkresursu kapitāla plānošana ir sistemātiska cilvēkresursu kapitāla plānošana nākotnes periodam, analizējot uzņēmuma iekšējos un ārējās vides diktētos nosacījumus. Tā ietver personāla skaita, ar personāla saistītu finanšu un personāla attīstības plānošanu [3,119].

Personāla plānošanas uzdevumi:

- organizācijai nepieciešamā personāla skaita un kvalitātes noteikšana (nepieciešamais skaits, kvalifikācija utt.)
- personāla izmaksu plānošana (algas, sociālās sfēras pakalpojumi u.tml.)
- personāla meklēšanas plānošana (personāla nodrošināšanas soļu noteikšana)
- personāla piesaistes un izmantošanas plānošana (darbinieku pienākumu saistīšana)
- personāla attīstības plānošana (darbinieku kvalifikācija un prasības nākotnē).

Cilvēkresursu kapitālu plāno gadījumos, kad:

- dibina jaunu uzņēmumu vai veido jaunu struktūrvienību,
- pieņem lēmumu par jauna produkta ražošanu vai pakalpojuma sniegšanu,
- samazina ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas apjomu,
- notiek izmaiņas uzņēmuma darbību regulējošos normatīvos aktos,
- uzņēmumam mainās īpašnieks [12,47].

Cilvēkresursu kapitāla plānošanas process ir atšķirīgs uzņēmumam, kuru dibina no jauna, un uzņēmumam, kas jau darbojas. Tomēr abos gadījumos vadītājam ir jāpieņem lēmumi [3,119].

Personāla plānošana vairākos veidos ir saistīta ar stratēģijas formulēšanu un īstenošanu. Viena no saiknēm ir tās loma uzņēmuma attīstībā. Organizācijas personāls aizvien biežāk tiek izmantots kā priekšrocību avots pār konkurentiem, personāla plānošana un prognozēšana kļūst aizvien svarīgāka stratēģiskās plānošanas procesā. Personāla vadītājiem būs svarīgi spēt prognozēt tādu darbinieku pieejamību nākotnē [1,187]. Personāla plānošana nodrošina zināmas priekšrocības gan darba devējiem, gan darba ņēmējiem.

Darba devējiem:

- tiek konkretizēta uzņēmuma personāla politika,
- nozīmīgākā ražošanas faktora „darbs” pieejamība,
- pārredzamāka personāla piesaiste un personāla attīstība,
- paaugstināta darba efektivitāte, jo darbiniekiem ir skaidri definēti mērķi.

Darba ņēmējiem:

- labāks pārskats par darba vietas izmaiņām nākotnē,
- iespējams plānot profesionālo attīstību un paaugstinājuma izredzes,
- darba apstākļu uzlabošana [8,67].

Jebkuram uzņēmumam, kas vēlas sekmīgi darboties mūsdienu strauji mainīgajos tirgus apstākļos, ir nepieciešams pastāvīgi meklēt jaunas iespējas, lai augtu un attīstītos. Savukārt izaugsme ir saistīta ar



izmaiņām personālā. Tādējādi nākamais uzdevums pēc cilvēkresursu kapitāla plānošanas ir personāla meklēšana. Tas nozīmē, ka personāla speciālistam ir jāizvēlas pareizā niša darbaspēka tirgū, kurā meklēt potenciālos darbiniekus un jāizraisa viņos interese par darbu uzņēmumā [11,34].

Personāla meklēšana ir jaunu darbinieku piesaistīšanas process, kuriem ir tās zināšanas, izglītība un spējas, kas nepieciešamas, lai sasniegtu organizācijai izvirzītos mērķus [9,176].

Uzņēmums var izmantot personāla meklēšanai gan iekšējos, gan ārējos avotus. Iekšējie avoti ir cilvēki, kuri jau strādā uzņēmumā.

Uzņēmumos izsludina iekšējos konkursus un, tikai nerodot pretendentes, aicina pieteikties cilvēkus no ārienes. Iekšējie konkursi tiek rīkoti arī tāpēc, lai savlaicīgi izveidotu rezerves.

Pazīstamākās ir šādas darbinieku iekšējās atlases metodes:

- iekšējais konkurss;
- profesiju apvienošana īslaicīgam vai nelielam darba apjomam;
- darbinieku rotācija, veicot periodisku funkciju maiņu, kas var mazināt ilgstošu vai vienpusēju pārslodzi un stiprināt savstarpēju darbinieku sadarbību [6,69].

Iekšējai darbinieku atlasei ir gan priekšrocības, gan trūkumi, kuras var apskatīt 1. tabulā

1. tabula

Iekšējās darbinieku atlases priekšrocības un trūkumi [6,69]

| Priekšrocības                                           | Trūkumi                                                                  |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Zināmas darbinieku profesionālās un personīgās īpašības | Ierobežots inovācijas potenciāls                                         |
| Darbiniekiem lielākā izaugsme                           | Ierobežots pretendentu izvēles loks                                      |
| Mazāki izdevumi pārkvalifikācijai                       | Iespējas veidoties saspringtai situācijai                                |
| Algas līmeņa saglabāšanas iespējas                      | Iespēja izveidoties "brālības" principam, risinot darba jautājumus       |
| Iespēja ātrāk aizpildīt amata vietu                     | Nevēlēšanās atteikt pieredzējušam darbiniekam                            |
| Īsāks adaptācijas laiks                                 | Vadītāja aizvietošana ar esošo vietnieku, kas mazina citu ieinteresētību |
| Iespējas augt jaunākiem darbiniekiem                    | Ideju trūkums kolektīvā                                                  |
| Optimizēt darba procesu                                 | Subjektīvisms izvēlē                                                     |

Jaunu darbinieku meklēšana ārpus uzņēmuma jāizvēlas tādos gadījumos, ja:

- pašreizējo darbinieku kvalifikācija neatbilst prasībām;
- būtu lietderīgi uzņēmumā iepludināt jaunus darbiniekus ar jaunu pieredzi;
- nepieciešams, lai pašreizējie darbinieki paliek savos amatos.

Darba devēja uzdevums ir izlemt, kā efektīvāk informēt potenciālos darba meklētājus par vakancēm un uzņēmuma piedāvājumu. Personāla meklēšanas procesā var izmantot šādas metodes [2,76]

- Draugu un kolēģu aptaujāšana - tā ir lēta un droša metode, jo atvieglo atsauksmju iegūšanu, taču tās trūkums, ka pretendentu meklēšanas loks nav īpaši plašs un savstarpēji pazīšanās var negatīvi ietekmēt darba izpildes kvalitāti.
- Sludinājuma ievietošana laikrakstos, TV, radio, internetā un uzņēmuma mājas lapā. Šīs metodes īstenošanai ir nepieciešami lielāki finansiālie un laika resursi, taču tādā veidā iespējams piesaistīt arī ievērojami vairāk pretendentes.
- Darba meklētāju piedāvājumu analīze - lēta metode, kuru var izmantot, meklējot darbiniekus bez speciālām zināšanām un pieredzes.
- Sadarbība ar augstskolām u.c. mācību iestādēm - šī metode ļauj iegūt jaunus, aktīvus darbiniekus ar piemērotu izglītību, bet bez pieredzes.
- Iepriekšējo darbinieku un pretendentu datu bāzes izpēte - izmantojot šo metodi, iespējams izmantot jau esošo informāciju, kā arī vērtēt pretendentu izaugsmi.
- Profesionālu personāla atlases firmu pakalpojumu izmantošana - dārga metode, kas ir piemērota

galvenokārt augsta līmeņa vadītāju meklēšanai.

- Darbinieku pārpirkšana - dārga metode, jo pārpirktajam darbiniekam ir jāmaksā lielāka alga nekā pārējiem, turklāt „vecie” darbinieki šādā veidā tiek nemotivēti.

Personāla izvēle ir process, kurā atlasa vispiemērotāko pretendentu no tiem, kuri pieteikušies uz kādu noteiktu darba vietu. Pēc būtības tas ir prognozēšanas uzdevums, jo jāparedz, kā attiecīgais pretendents vēlāk uzvedīsies un darbosies reālajā darba vietā [12,52].

Personāla atlasī apgrūtinā tas, ka vajadzīgā kandidāta izvēle ir ilgstoša izvēle, darbietilpīga un arī samērā dārga procedūra. Personāla atlase ir process, kurā piedalās divas pusēs - darba piedāvātājs un darba ņēmējs.

Atlase sekmējas, ja:

- zina, ko meklē;
- zina, kā iegūt informāciju;
- zina, kā novērtēt pretendētus;
- zina, kā veikt personāla lietvedību.

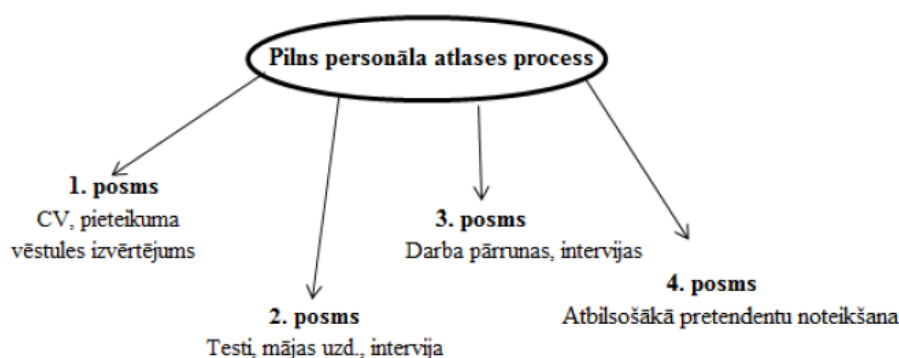
Uzņēmumam regulāri jāseko personāla sastāvam un jāanalizē šādi jautājumi:

- darbinieku skaits, kuriem plānota karjeras izaugsme;
- darbinieki, kuri būs jāatbrīvo kā nepiemēroti;
- darbinieki, kuri vēlas pārtraukt darba attiecības (personīgas problēmas, darba spējas zaudējums, cits darba piedāvājums, nespēja adaptēties kolektīvā, pensijas vecums) [7,129].

Lietderīgi ir veidot atlases procesus vairākās kārtās, atsevišķi vērtējot pretendentu profesionālās kompetences, cilvēciskās īpašības un atsauksmes no iepriekšējām darbavietām vai sadarbības partneriem. Personāla atlases kārtas uzņēmums var kombinēt atbilstoši savām vajadzībām.

1. attēlā ir apskatāms pilns personāla atlases process, kas sadalās 4 posmos:

- 1.posms ir pieteikuma vēstules, CV un atsauksmju analīze;
- 2.posmā ietilpst testu vai mājas uzdevumu organizēšana, pamatintervija;
- atlases procesa 3. kārtā sastāv no testu un iegūtās informācijas analīzes, kā arī darba intervijas ar personāla atlases konkursa komisiju.
- savukārt 4. atlases posmā nosaka atbilstošāko pretendentu, noformulē protokolu un paziņo komisijas pieņemto lēmumu pretendentiem. Atlases procesa noslēgumā tiek veikta atlases procesa analīze.



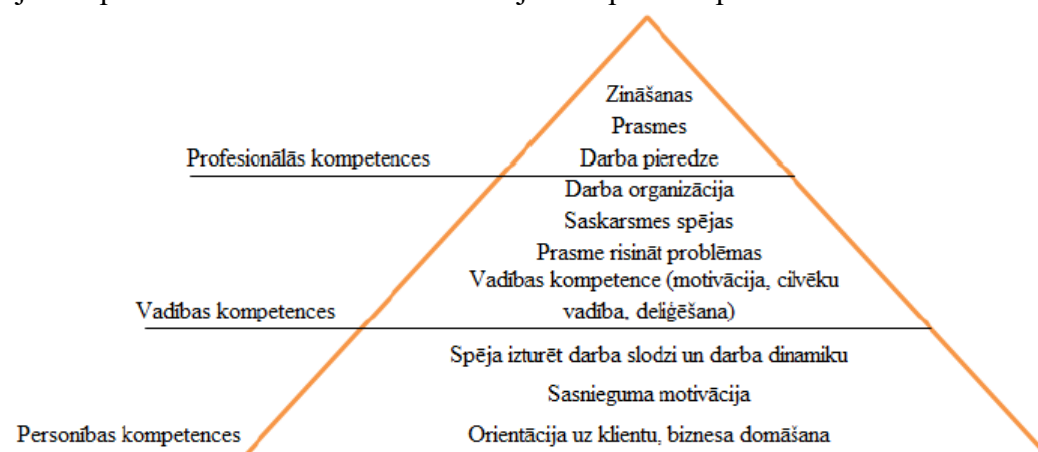
1. attēls. Pilns personāla atlases process [3,97]

Kandidātu novērtēšana sākas ar pirmatlasī jeb sākotnējo atlasī un darba intervijām, kas bieži vien ir pamatinstruments kandidāta atbilstības noteikšanā. Daudzi uzņēmumi papildus izmanto dažādas testēšanas metodes, ar kura palīdzību var iegūt kandidāta kompetenču novērtējumu. Parasti izmanto uzvedības intervijas, testus, novērtēšanas centru simulācijas, biodatu ievākšanu, darba snieguma vērtējuma atskaišu analīzi, kā arī tiešo vadītāju, kolēģu un padoto vērtējumus [4,66].

Kompetences ir dažādas zināšanas, prasmes, pieredze un spējas kādā jomā. Kompetences ir arī personību raksturojošu faktoru kopums, kas ir nepieciešams labai, sekmīgai darba uzdevumu izpildei [10,193].

Uz kompetencēm bāzētā personāla vadības sistēmā atlases un darbā pieņemšanas lēmumi ir balstīti uz atbilstību un saskaņu starp amata kompetenču prasībām un cilvēka kompetencēm.

Galvenie atlases kritēriji izriet no kompetencēm, kas nepieciešamas attiecīgā amata veikšanai. 2. attēlā ir iespējams aplūkot M. Lorenza atlases kritēriju kompetenču piramīdu.



2.attēls. Atlases

kompetenču kritēriju piramīda [3,83]

Kompetenču piramīdas galvenās kompetences ir sadalītas trijās pamata grupās. Šajā piramīdā nav atspoguļotas visas kompetences, bet tikai galvenās, kas ir nepieciešamas kandidātu novērtēšanā. Šāds shematiskais modelis var palīdzēt izvērtēt, kuras kompetences konkrētā novērtēšanas procesā būs svarīgākās un kādas metodes var piemērot. M. Lorenca kompetenču piramīdā ir apvienotas saskarsmes un personības kompetences, kas savā būtībā pēta cilvēka personību. Īpaši atlases pirmajās kārtās veiksmīgi var izmantot M. Lorenca kompetenču grupas, kas palīdzēs ne tikai novērtēt kandidātus, bet arī shematizēt personāla atlases procesu un atlasīt veiksmīgākās metodes katras kompetences testēšanai [3,84].

Personības kompetences visbiežāk raksturo tādas cilvēka personības īpašības kā raksturu, emocijas, pasaules uztveri, temperamentu, individuālā izziņas procesa īpatnības, personības identitāti un briedumu. Katrs uzņēmums novērtē tikai tās kompetences, kas nepieciešamas attiecīgā darba izpildei un specifikai. Dažos kompetenču modeļos sociālās un personības kompetences netiek izdalītas atsevišķi, bet nosauktas par personības kompetencēm. Personības kompetences ietver sevī tādas kvalitātes kā lojalitāte, tolerance un spēja uzņemties atbildību - spēja uzņemties atbildību par apkārtējiem cilvēkiem, spēja uzņemties atbildību par savu rīcību, spēja uzticēties un būt uzticamam, pašprezentācijas prasme, spēja patstāvīgi pieņemt lēmumus, prasme deleģēt atbildību, spēja uzņemties atbildību par finansēm u.c. [5,23].

Vadības, procesu aktivitātes kompetences atspoguļo profesionālo kompetenču rezultivitāti un izpaušmi praktiskajā darbībā. Vadības kompetences sadala divās apakškategorijs: Es vadības un Mēs vadības kompetencēs. Es vadības kompetences parāda spēju un prasmi organizēt savu profesionālo darbu, izmantojot efektīvus paņēmienus un metodes, lai darbu paveiktu ātri, radoši, laikā, kvalitatīvi, plānveidā, savukārt Mēs vadības kompetences parāda kā cilvēks spēj vadīt padotos darbiniekus un uzņēmējdarbību kopumā.

Profesionālās kompetences raksturo cilvēka faktisko darba pieredzi, darba laikā iegūtās prasmes un iemaņas, kā arī akadēmiskās zināšanas (izglītība, kursi, semināri, svešvalodas, datorprasmes u.c.) un to lomu profesionālajā pilnveidošanās procesā. Profesionālās kompetences parāda darbinieka attieksmi pret darbu, spēju pilnveidoties un vēlmi apgūt jauno.

## PĒTĪJUMA REZULTĀTI UN AUTORA IETEIKUMI

Uzņēmumā „Preiss Būve” personāla plānošanā galvenokārt tiek izmantotas trīs pieejas:

1. Sezonālās izmaiņas - vasaras sezonā ir nepieciešams lielāks darbinieku skaits. Visizplatītāk tas vērojams tieši Celtniecības nodaļā, tāpēc uzņēmums reaģē uz šīm izmaiņām un atbilstoši tām plāno un nodrošina nepieciešamo darbinieku skaitu.

2. Nodaļu izaugsmes gadījums – nodaļu vadītājs plāno personālu un ar to saistītās izmaiņas, ja tiek paplašināta nodaļas darbība, radīti jauni pakalpojumi, nepieciešami jauni speciālisti.
3. Darba vietas atbrīvošana – darbinieka aiziešana vai atbrīvošana no darba, jo uzņēmumā tieši mazumtirdzniecībā ir vērojama liela darbinieku rotācija. Ja uzņēmumam nepieciešams jauns darbinieks, tad tiek rīkotas visas aktivitātes nepieciešamā personāla nodrošināšanai.

Sezonālo izmaiņu dēļ, uzņēmumā ir diezgan grūti laicīgi plānot personāla piesaisti. Vasaras sezonā un uz vairāku vienlaicīgu projektu īstenošanas laiku ir nepieciešams lielāks darbinieku skaits, un tas visizplatītāk vērojams tieši Celtniecības nodaļā.

Personāla piesaistes un atlases process “Preiss Būve” ir standartizēts un iedalāms 7 galvenajos posmos, kas sākas tieši ar personāla plānošanu, proti, vakantās vietas apzināšanu, piemēram, kad kāds no darbiniekiem aiziet no darba, pēc kuras seko sludinājuma publicēšana. Tālāk notiek iesūtīto CV apkopošana, atbilstošāko pretendentu atlase, pēc kuras izvēlētie kandidāti tiek aicināti uz darba pārrunām.

Darba interviju noslēguma procesā uzņēmuma vadītājs kopā ar atbilstīgās nodaļas vadītāju izvēlas piemērotāko kandidātu vakantajam amatam, kurš tiek aicināts nodibināt darba tiesiskās attiecības ar uzņēmumu. Pārējiem pretendentiem tiek izsūtītas elektroniskas atteikuma vēstules. Pēc darba līguma noslēgšanas, jaunajam darbiniekam tiek noteikts adaptācijas periods, kas bieži vien sakrīt ar pārbaudes laiku.

Izvērtējot personāla plānošanu un komandas dalībnieku piesaisti “Preiss Būve”, autors secina, ka, uzņēmumam ir veiksmīgs piesaistes un atlases process, neskatoties uz to, ka tajā ir liela darbinieku mainība, sezonālo izmaiņu un lielo darba apjomu dēļ. Taču “Preiss Būve” nenodrošina prakses vietas audzēkņiem un studentiem, kas būtu jau potenciālie darba ņēmēji un pretendenti vakantajiem amatiem.

2. tabula

Pilnveides pasākumu plāns uzņēmumā “Preiss Būve” (autora veidots)

| Nr. p.k. | Darbība, aktivitāte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Atbildīgā persona                   | Izpildes termiņš           | Izmaksas                                              |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------|
| 1.       | Sniegt pilnīgu informāciju potenciālajiem kandidātiem par vakantās darba vietas darba pienākumiem, darba apstākļiem un nosacījumiem uzņēmumā, kā arī esošo subordināciju, lai kandidāts uz vakanto amata vietu saprastu, kas no viņa tiek gaidīts un kādas funkcijas būs viņa kompetencē, kā tās iekļaujas organizācijas kopējā struktūrā un attīstībā | Uzņēmuma vadītājs, nodaļas vadītājs | -                          | -                                                     |
| 2.       | <b>Izveidot un uzturēt</b> excel formātā <b>datu bāzi</b> ar pieteikušies pretendentiem uz vakanci                                                                                                                                                                                                                                                     | Biroja administratore               | Līdz 30.01.2020.           | -                                                     |
| 3.       | Veicināt sadarbību ar būvniecības koledžām un augstākajām mācību iestādēm un nodrošināt <b>prakses vietas studentiem</b>                                                                                                                                                                                                                               | Uzņēmuma vadītājs                   | Uz konkrēta projekta laiku | 4-5 studenti *430 EUR= 20 640,00 – 25 800,00 EUR gadā |
| 4.       | Izveidot jaunu amata vietu ar atalgojumu 800 EUR/mēnesī - Personāla vadības speciālists ( <i>uz pusslodzi</i> )                                                                                                                                                                                                                                        | Uzņēmuma vadītājs                   | Līdz 01.03.2020.           | 4800 EUR/gadā.                                        |

|    |                                                                                                                                                                                                                                      |                                    |                  |                                                                                                                                                     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. | Veicināt darbinieku profesionālo pilnveidi ( <i>karjeras izaugsmes sistēmas pilnveidošana</i> ) - Organizēt profesionālas pilnveides kursus tirdzniecības pārstāvjiem un būvdarbu vadītājiem, izveidojot kursu apmeklēšanas grafiku. | Uzņēmuma vadītājs, nodaļu vadītāji | Līdz 01.06.2020. | Būvdarbu vadītājiem- 4*93.00=372.00 EUR (bez PVN); Tirdzniecības pārstāvjiem- 6*86.00=516.00 EUR (bez PVN). Kopējās izmaksas - 888.00 EUR (bez PVN) |
| 6. | Mazināt personāla mainību uzņēmumā un nepieciešamības gadījumā iznomāt savu darba resursu citiem uzņēmumiem uz noteiktu darba izpildes laiku. Nokārtot licenci.                                                                      | Uzņēmuma vadītājs                  | Līdz 01.03.2020. | Valsts nodeva - 142,29 EUR                                                                                                                          |

Kā redzams tabulā, autors kā **pirmo** priekšlikumu uzņēmuma vadībai izvirza sniegt pilnīgu informāciju potenciālajiem kandidātiem par vakantās darba vietas darba pienākumiem, darba apstākļiem un nosacījumiem uzņēmumā, kā arī esošo subordināciju, lai kandidāts uz vakanto amata vietu saprastu, kas no viņa tiek gaidīts un kādas funkcijas būs viņa kompetencē, kā tās iekļaujas organizācijas kopējā struktūrā un attīstībā, jo kā liecina “Preiss Būve” darbinieku aptaujas rezultāti, 7 no 37 aptaujātajiem darbiniekiem nav apmierināti ar personāla atlases procesu uzņēmumā.

**Otrais** pilnveides priekšlikums – izveidot un uzturēt datu bāzi par atlases procesā nepieciešamās kompetences apliecinājušajiem kandidātiem, kuri tomēr darbā konkrētajā situācijā netika pieņemti, jo šie cilvēki tomēr var būt kā resurss, ja uzņēmumā atbrīvojas kāda nākamā vakance un tas saīsinātu personāla atlases procesu un ietaupītu uzņēmuma resursus.

Kā **trešo** priekšlikumu autors izvirza prakses vietu nodrošināšanu studentiem. Uz jaunu un kvalificētu darba spēka piesaisti “Preiss Būve” vadībai jāsadarbojas ar celtniecības koledžām un augstākajām izglītības iestādēm, nodrošinot to studentiem prakses vietas. Tādā veidā uzņēmums nodrošinās sev nepieciešamos darba resursus uz konkrētu periodu par minimāliem līdzekļiem.

Lai atvieglotu uzņēmuma vadītāja, nodaļu vadītāju ikdienu uzņēmumā un sakārtotu personāla atlases procesu un ar to saistīto dokumentāciju, kā **ceturtais** autora izvirzītais priekšlikums ir personāla speciālista amata vietas izveidošana ar amatalgu 800 EUR mēnesī NETO un pieņemt darbā personāla atlasē speciālistu uz pusslodzi ( $1 * 0,5 \text{ slodze} * 400 \text{ EUR} = 4800 \text{ EUR/gadā}$ ).

Jebkura cilvēka darbības pamatā ir motivācija, jo darbinieks būs apmierinātāks ar apmācību iespējām, jo lielāka būs viņa atdeve, un labāks rezultāts padarītajam, tāpēc kā **piekto** priekšlikumu autors izvirza uzņēmumā “Preiss Būve” vadībai veicināt darbinieku profesionālo pilnveidi (*karjeras izaugsmes sistēmas pilnveidošana*) un organizēt profesionālas pilnveides kursus, seminārus tirdzniecības pārstāvjiem un būvdarbu vadītājiem. Zināšanas pilnveido darbaspēka kvalitāti, kapitāla izmantošanu un tehnoloģiju attīstību, kopumā nosakot uzņēmuma darbības efektivitāti un sekmējot augšupeju. Izskatīt darbinieku priekšlikumus kursu/apmācību plānošanai, izveidot grafiku.

Autors elektroniski sazinājās ar dažādiem neformālās izglītības un profesionālās pilnveides mācību centriem, lai noskaidrotu augstākminēto kursu izdevīgākās piedāvājuma iespējas un izmaksas. Atsevišķu, 8 akadēmisko stundu seminārus: “Būvniecības procesi un būvniecība. Standartu lietošana darbu izpilde” un “Klientu apkalpošana un problēmu situāciju risināšana” piedāvā SIA “HANSA TRAINING”. Maksimālais dalībnieku skaits grupā – 15. Būvdarbu vadītāju grupas apmācību izmaksas sastāda  $4 * 93.00 = 372.00 \text{ EUR}$

(bez PVN), tirdzniecības pārstāvju grupas apmācības izmaksas sastāda  $6 \cdot 86.00 = 516.00$  EUR (bez PVN). Lai būvdarbu vadītāji un tirdzniecības pārstāvji varētu apmeklēt seminārus, uzņēmumam savos darbiniekos kopā jāinvestē 888.00 EUR (bez PVN). SIA "HANSA TRAINING" šādus seminārus rīko regulāri, izvērtējot aktualitāti nozarēs. Pēc autora domām, ieguldot personālā, tiek paaugstināta visa uzņēmumu resursu vērtība.

Tā kā uzņēmumā "Preiss Būve" ir liela darbinieku mainība, kā **sesto** pilnveides priekšlikumu autors izvirza uzņēmumā vadībai "iznomāt" savus darbiniekus citiem uzņēmumiem, jo arī Būvniecības nozarē kopumā trūkst kvalificētu darbinieku. Uzņēmums būtu tikai ieguvējs. Darba autors elektroniski sazinājās ar Nodarbinātības valsts aģentūru un noskaidroja, ka, lai uzņēmums "Preiss Būve" varētu "iznomāt" savus darbiniekus, tam nepieciešama Aģentūras izsniegta licence, kuru izsniedz uz nenoteiktu laiku.

## KOPSAVILKUMS

Īstenojot autora izstrādāto pilnveides pasākumu plānu uzņēmumā "Preiss Būve", uzņēmums ne tikai iegūtu uz nākotni orientētus potenciālus darbiniekus, bet arī pieteiktu sevi nozares tirgū kā stratēģiski domājošu darba devēju.

## IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Artjuhova J., Kreišmane B., Seržante I. (2007) Personāla vadības rokasgrāmata.-Rīga, Dienas Bizness, 310 lpp.
2. Boitmane I. (2008) Personāla atlase un novērtēšana. - Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 160 lpp.
3. Dombrovska L.(2009) Cilvēkresursu kapitāla vadība – Rīga: Zvaigzne ABC, - 119. lpp.
4. Edeirs Dž. (2007) Līderība un motivācija – Rīga: Lietišķās informācijas dienests, - 136 lpp.
5. Ešenvalde I. (2008) Personāla vadības mūsdienu metodes. Rīga: SIA "Merkūrijs LAT", - 51. lpp.
6. Forands I.(2004) Personālvadība – Rīga: Turība – 189 lpp.
7. Forands I. (2007) Palīgs personāla speciālistam - Rīga: Latvijas Izglītības fonds, - 251 lpp .
8. Foster J.(2010). Motivation in the workplace. // Introduction to Work and Organization Psychology: A European Perspective, In N. Chmiel (ed.),. p. 302 – 326.
9. Gaga V.A., Miller H. (2011) Organizational systems of motivational management – Zinātne:. – 35. lpp.
10. Spensers L., Spensere S. (2011) Darba kompetences. Rīga: Eiropersonāls, 400 lpp.
11. Zīlīte L. (2013) Personāla vadība un socionika- Rīga: Biznesa augstskola Turība,– 304 lpp.
12. Vorončuka I. (2009) Personāla vadība: teorija un prakse. – Rīga: Latvijas Universitāte, - 399 lpp.

# KRĪZES CENTRA PAKALPOJUMU ATTĪSTĪBA

Inese Tentere,

Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija,  
Profesionālā maģistra studiju programma „Cilvēku resursu vadīšana”

Zinātniskais vadītājs doc. Veronika Siliņeviča

## ANOTĀCIJA

Krīzes centri ir nozīmīga pašvaldību piedāvāto sociālo pakalpojumu sastāvdaļa. Svarīgi ir klientam piedāvāt sociālos pakalpojumus optimālā kvalitātē, saskaņā ar tā vajadzībām. Tas notiek pēc klienta vajadzību izzināšanas, rezultāts šim procesam ir sociālā darbinieka lēmums par atbilstošāko pakalpojumu.

Rīgas pašvaldībā pieprasījums pēc sociālajiem pakalpojumiem samazinās, bet Rīgā pēdējo gadu laikā ir izveidoti vēl 2 krīzes centri ģimenēm ar bērniem. Tāpēc krīzes centram “Mīlgrāvis” ir pieaugusi konkurence sociālo pakalpojumu sniegšanā. Pētījuma mērķis ir izpētīt, kādam ir jābūt krīzes centra pakalpojumam un kā tas jāattīsta.

Izvirzītie uzdevumi:

- 1) izpētīt sociālo pakalpojumu būtību, apmēru;
- 2) raksturot krīzes centra darbību, salīdzināt ar Viļņas krīzes centru;
- 3) analizēt klientu un ekspertu aptaujas rezultātus un izstrādāt priekšlikumus.

**Atslēgas vārdi:** krīze, krīzes centrs, pakalpojumu sniedzējs, sociālā rehabilitācija

## ABSTRACT

Crisis centers are an important component of municipal social services. It is important to offer the client a social service of optimum quality according to their needs. This is done after the client's needs are known, the result of which is the decision of the social worker on the most appropriate service.

Demand for social services in Riga municipality is decreasing, but in recent years 2 more crisis centers for families with children have been established in Riga. Therefore, the crisis center “Mīlgrāvis” has increased competition in the provision of social services. The purpose of the study is to examine what a crisis center service should be and how it should be developed.

Tasks:

- 1) to explore the nature and extent of social services;
- 2) to describe the operation of the crisis center;
- 3) Analyze customer and expert survey results and develop proposals.

**Keywords:** crisis, crisis center, service provider, social rehabilitation

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Svarīgi klientam viņa problēmu risināšanai piedāvāt sociālos pakalpojumus optimālā kvalitātē, kas spēj efektīvi nodrošināt personas vajadzības. Eiropas Sociālās Hartas 13.pants nosaka to, ka: „Ikvienai personai jānodrošina padoma un personiskas palīdzības saņemšanas iespēja tādā apjomā, lai nepieļautu, novērstu vai atvieglotu trūkumu kādai individuālai personai vai ģimenei” (1).

Palīdzības sniegšana šādām personām ietilpst sociālo pakalpojumu klāstā, ko sniedz konkrētas organizācijas un pamatā šos pakalpojumus apmaksā pašvaldības no saviem līdzekļiem.

Nodrošināšana ar sociālo pakalpojumu notiek pēc klienta vajadzību izzināšanas un novērtēšanas un kā gala rezultāts šim procesam ir sociālā darbinieka lēmums par klienta vajadzībām atbilstošāko sociālo pakalpojumu.

Analizējot datus par sociālo pakalpojumu ņēmēju dinamiku pēdējos gados, secināts, ka Rīgas pašvaldībā vērojama tendence pieprasījumam pēc tiem samazināties.

Pamatojoties uz iepriekšminēto, darba mērķis ir izpētīt, analizēt un novērtēt krīzes centra “Mīlgrāvis” sniegtos sociālās rehabilitācijas pakalpojumus, lai izstrādātu priekšlikumus to attīstībai pilnveidošanai un kvalitātes uzlabošanai, atbilstoši mērķa grupas klientu vajadzībām.

Mērķa sasniegšanai izvirzītie uzdevumi:

- 1) izpētīt sociālo pakalpojumu būtību, to apmēru un pieprasījuma dinamiku Rīgas pilsētas pašvaldībā;
- 2) raksturot krīzes centra “Mīlgrāvis” darbību;
- 3) izmantojot krīzes centra klientu aptaujas (anketēšanas) rezultātus un ekspertu aptaujā gūtos secinājumus, izstrādāt priekšlikumus krīzes centra “Mīlgrāvis” pakalpojumu attīstībai un kvalitātes uzlabošanai.

Pētījumā izmantotās metodes: zinātniskās literatūras analīze, klientu aptauja – anketēšana, strukturētās intervijas, datu analīze.

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSE. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Nodibinājums “Sociālo pakalpojumu aģentūra” (turpmāk – Aģentūra) ir nevalstiska organizācija, kurā apvienojušies profesiju (sociālā darba, psiholoģijas, psihoterapijas, pedagogijas, medicīnas, tiesību u.c.) speciālisti un brīvprātīgie, kas piesaistot valsts, pašvaldību, projektu un fondu finansējumu, attīsta sociālo pakalpojumu sistēmu un sociālo pakalpojumu kvalitāti Latvijā. Aģentūra ir izveidota 2003.gadā ar mērķi sniegt profesionālu psihosociālu palīdzību, paaugstināt cilvēku ar dažādām sociālām problēmām integritātes pakāpi sabiedrībā, kā arī aizstāvēt viņu intereses un tiesības. Tā apvieno ap 100 aizrautīgus, nesavtīgus cilvēkus, kuri darbojas, lai kopīgiem spēkiem veidotu labāku dzīves vidi dažādām sociālajām grupām, cilvēkiem ar dažādām sociālām problēmām Latvijā.

Aģentūras struktūrvienība – Ģimenes krīzes centrs „Mīlgrāvis” (turpmāk – KC “Mīlgrāvis”) izveidots ar Rīgas domes un Bērnu un ģimenes lietu ministrijas atbalstu un darbojas no 2006.gada un tas ir pirmais krīzes centrs Rīgā ar izmitināšanu, kas ar pašvaldību un valsts finansiālu atbalstu nodrošina vairākus diennakts sociālos pakalpojumus. Krīzes centrs ir sociālās rehabilitācijas institūcija, kurā tiek nodrošināta profesionāla psihosociālā palīdzība krīzes situācijās bērniem, grūtniecēm un ģimenēm ar bērniem, laika posmā līdz sešiem mēnešiem (2).

Krīzes centru darbības forma ir arī konsultatīvie krīzes centri, kas nodrošina konsultatīvu profesionālu psiholoģisko, sociālā darba speciālistu un citu speciālistu palīdzību krīzes situācijā (pārdzīvota vardarbība, pašnāvības domas, šķiršanās, tuva cilvēka nāve, pārdzīvoti nelaimes gadījumi, u.c.).

2018.gadā Rīgas pašvaldībā īslaicīgu sociālās aprūpes un sociālās rehabilitācijas pakalpojumu krīzes situācijā nonākušiem bērniem vecumā no 1,5 līdz 18 gadiem, sievietēm ar nepilngadīgiem bērniem, sievietēm – grūtniecēm un ģimenēm ar bērniem, t.sk. tēviem ar nepilngadīgiem bērniem, nodrošināja RPBJC struktūrvienība „Krīzes centrs” (30 vietas) un 3 līgumorganizācijas (98 vietas).

2018.gadā krīzes centra pakalpojumu saņēma 671 persona, salīdzinot ar 2017.gadu, pakalpojumu saņēmēju skaits samazinājies par 44 personām (2).

2018.gadā krīzes centra pakalpojumu Rīgā nodrošināja četras organizācijas, kas arī uzskatāmas par reģionālajām konkurentēm pētījuma kontekstā: RPBJC struktūrvienība „Krīzes centrs”, biedrības „Latvijas Samariešu apvienība” krīzes centrs bērniem un sievietēm „Māras centrs”, nodibinājuma „Sociālo pakalpojumu aģentūra” ģimenes krīzes centrs „Mīlgrāvis”, biedrība „Latvijas Sarkanais Krusts” krīzes centrs „Burtnieks”.



1.1.tabulā redzama krīzes centrā palīdzību meklējušo dinamika 3 gadu periodā:

1.1.tabula

**Krīzes centros pakalpojumu saņēmušo personu skaits, 2016. – 2018.gads, Rīgas pašvaldība (2)**

| Pakalpojumu saņēmušo personu skaits              | Gads    |         |                |
|--------------------------------------------------|---------|---------|----------------|
|                                                  | 2016    | 2017    | 2018           |
| <b>Bērni no 1.5 līdz 18 gadiem</b>               | 224     | 177     | <b>180</b>     |
| <b>Pilngadīgas personas ar bērniem</b>           | 520     | 538     | <b>491</b>     |
| <b>t.sk. sievietes</b>                           | 170     | 168     | <b>151</b>     |
| <b>t.sk. vīrieši</b>                             | 39      | 24      | <b>23</b>      |
| <b>t.sk. bērni</b>                               | 311     | 346     | <b>317</b>     |
| <b>KOPĀ</b>                                      | 744     | 715     | <b>671</b>     |
| <b>Faktiski izlietotie finanšu līdzekļi, EUR</b> | 713 426 | 795 003 | <b>661 076</b> |

Tātad 2018.gadā ir samazinājies palīdzību saņēmušo personu skaits, un 2019.gadā šī tendence turpinās, kas, no vienas puses, vērtējams pozitīvi, bet no otras puses, iespējams, signalizē par to, ka KC darbību nepieciešams pilnveidot un attīstīt atbilstoši situācijai un pieprasījumam. Par cik tabulā redzamās tendences norāda, ka kopumā samazinās nepieciešamība pēc KC pakalpojuma, no 2018.gada 1.jūlija tika samazināts iepirkto vietu skaits KC pakalpojumā un samazinājums ir arī 2019.gadā.

Viena no galvenajām KC pakalpojuma saņēmēju mērķa grupām ir nepilnas ģimenes ar bērniem, galvenokārt, sievietes ar bērniem. Analizējot statistikas datus par KC pakalpojuma pieprasījuma iemesliem, secināts, ka galvenās ģimeņu sociālās problēmas, iestājoties KC, ir: dzīvesvietas trūkums ar papildu komplicētām sociālām problēmām: vardarbība, bērnu aprūpes un sadzīves vadīšanas prasmju trūkums, atkarības, nodarbinātības problēmas, konflikti partnerattiecībās, vecāku mentālās veselības problēmas un nespēja nodrošināt bērniem drošu vidi. Šobrīd iezīmējas vajadzība pēc jauna pakalpojuma klientēm ar garīga rakstura traucējumiem, kuras pēc dzemdību nama kopā ar jaundzimušo 6 mēnešus izmanto KC pakalpojumu un šajā periodā vēl nespēj attīstīt savas sociālās prasmes un funkcionēšanu tādā līmenī, lai spētu kopā ar bērnu funkcionēt patstāvīgi (2). 2019.gadā uzsākts šādām klientēm pilotēt sociālās rehabilitācijas programmu ar izmitināšanas pakalpojumu.

Jēdzieni „kvalitāte” un „kvalitatīvs” ir vispārīgi, taču, raksturojot noteiktu rīcību vai lietu kvalitāti, nedrīkst vispārināt, bet šim jēdzienam jābūt izteiktam ar ļoti konkrētiem skaitļiem, rādītājiem un aprakstiem. Tāpēc, par kādu pakalpojumu sakot, ka tas ir kvalitatīvs, jānorāda konkrētas kvalitātes īpašības un tas, kādam patērētāju jeb klientu lokam tas paredzēts, jo katram indivīdam izpratne par kvalitāti ir individuāla un var atšķirties. Lai definētu vēlamu darba sniegumu, organizācijai ir precīzi jāsaprot, kas ir tās darbā ieinteresētās puses - darbinieki, klienti, noteiktas sabiedrības grupas, citas organizācijas, tātad, kas būs tie, kas vērtēs organizācijas sasniegumus un kādi kritēriji tiks izmantoti vērtēšanā.

Apmierinātības pētījumu uzdevums ir veikt analīzi, vai klienti no organizācijas saņem tieši to, ko vēlas. Šādai analīzei ir būtiski definēt svarīgākos pakalpojuma kritērijus, apskatot klientu vēlmes un apmierinātības pakāpi šajos kritērijos.

Pētījumā veikta KC klientu apmierinātības analīze un secināts, ka ne vienmēr KC piedāvātie pakalpojumi mērķauditorijai ir nepieciešami un viņi tos uzskata par augsti prioritāriem. To apliecina arī ekspertu interviju rezultāti. Ņemot vērā augstākminēto, var izvirzīt apgalvojumu, ka pakalpojuma uzturēšanai un sniegšanai paredzētos resursus var uzskatīt par daļēji nelietderīgi iztērētiem. Izpētot klientu vajadzības, organizācijas iespējas un, ņemot vērā ekspertu ieteikumus, izveidots pakalpojums, kas atbilst klientu vajadzībām, prioritātēm un KC iespējām kvalitatīva pakalpojuma sniegšanā.

Pakalpojums: Atbalsta programma psihosociālajam darbam ar ģimenēm, kurās trūkst bērnu audzināšanai un attīstībai nepieciešamās prasmes un iemaņas.

Pakalpojuma koncepcija:

- 1) Preventīvie pakalpojumi (pirms klients nokļūst KC);

- 2) Pakalpojumi krīzē (KC, Krīzes intervences pakalpojums, individuālās sociālās rehabilitācijas programmu ģimenēm ar bērniem, kuras vecāks/i ir ar garīgās attīstības traucējumiem);
- 3) Pēctecības un atbalsta pakalpojumi pēc atrašanās KC.

KC darbinieki ir novērojuši, ka klientēm, kuras nokļūst krīzes centrā pārsvarā trūkst sociālās prasmes – bērnu aprūpes, ēst gatavošanas, higiēnas nodrošināšanas, saturīga brīvā laika pavadīšanas. Uzturoties KC, iemaņas tiek mācītas un attīstītas, lai bērniem tiktu nodrošināta pēc iespējas pilnvērtīgāka aprūpe un audzināšana. Minēto prasmju attīstīšanu nodrošina arī ģimenes asistenta pakalpojums, bet būtiski atzīmēt, ka nepieciešama socializācija, nodrošinot ne tikai prasmju attīstīšanu, bet arī satikt citas māmiņas, veidot tādu kā satikšanās vietu, kur dalīties ar savām problēmām, tikt uzklautai un saņemt padomu par jebkuru interesējošo jautājumu. Lai novērstu nokļūšanu KC, ģimenēm ar bērniem, kurām trūkst sociālās prasmes un iemaņas, gan bērnu audzināšanā, gan sadzīves vadīšanā, nepieciešams nodrošināt savlaicīgus pakalpojumus, atbilstoši viņu vajadzībām, kas vērsti gan uz personības attīstību un integrāciju sabiedrībā, gan sadzīves iemaņu attīstīšanu. Tas veicinās bērnu augšanu ģimenē, kurā tiktu nodrošinātas gan atbilstošas pamatvajadzības viņu vecumposmam, gan adekvāta emocionālā audzināšana. Preventīvie pakalpojumi veicinās vecāka un bērna piesaisti, uzlabos bērnu attīstību, vecāku spēju sniegt mazulim aprūpi un gādību.

Pakalpojuma vispārīgais mērķis: Attīstot mērķa grupas sadzīves vadīšanas un bērnu aprūpes prasmes, veicināt bērna augšanai drošus apstākļus un veselīgu ģimenes vidi.

Pakalpojuma tiešais mērķis: Praktiski attīstīt vecāku prasmes sadzīves vadīšanā, bērnu aprūpē un audzināšanā atbilstoši viņu vecumposmiem, kas uzlabotu bērnu labvēlīgu attīstību ģimeniskā vidē, kā arī veicināt mērķa grupas socializāciju un saturīga brīvā laika pavadīšanu. Pakalpojuma aktivitātes raksturo 1.2.tabulā apkopotie pasākumi.

1.2.tabula

#### Pakalpojuma aktivitātes

| Preventīvie pakalpojumi                          | Pakalpojumi krīzē              | Pēctecības un atbalsta pakalpojumi pēc krīzes centra |
|--------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------|
| Ģimenes asistents                                | Krīzes centrs                  | Ģimenes asistents                                    |
| Mazuļu un zīdaiņu skoliņa                        | Krīzes intervences pakalpojums | Atbalsta grupas pēc KC                               |
| Individuālās sociālās rehabilitācijas programmas |                                | Prasmju un iemaņu grupas                             |
| Prasmju un iemaņu grupas                         |                                | Mazuļu un zīdaiņu skoliņa                            |
| Speciālistu konsultācijas                        |                                | Speciālistu konsultācijas                            |
| Mantu lādītes izmantošana                        | Mantu lādītes izmantošana      | Mantu lādītes izmantošana                            |

Izstrādāto aktivitāšu raksturojums:

- 1) Prasmju un iemaņu grupas: ēdiena gatavošanas prasmju attīstīšana, rotaļāšanās/nodarbošanās kopā ar bērnu, sadzīves prasmju attīstīšana, radošās nodarbības, ģimenes tradīciju veidošana.
- 2) Agrīnās intervences mazuļu un zīdaiņu skoliņa - klientu mērķa grupa ir māmiņas un tēti, kuri ir nonākuši sociālā dienesta redzes lokā un kuriem ir zīdains vai mazulis vecumā līdz 3 gadiem.
- 3) Speciālistu konsultācijas (sociālais darbinieks, sociālais rehabilitētājs, psihologs, pedagogs, fizioterapeits, ergoterapeits).
- 4) Mantu lādīte – KC arī līdz šim ir pieņēmis no iedzīvotājiem ziedotās viņiem nevajadzīgās mantas un sadzīves lietas, savukārt nododot tās KC ģimenēm, kurām tas ir nepieciešams. Ar KC palīdzību mantas varētu saņemt ne tikai KC dzīvojošās klientes, bet arī Atbalsta pasākumos iesaistītās ģimenes.
- 5) Atbalsta programma pēc KC pakalpojuma saņemšanas - lai klientes varētu saņemt nepieciešamo atbalstu uzsākot patstāvīgu dzīvi, ir nepieciešama atbalsta programma, lai novērstu atkārtotu atgriešanos KC.

## SECINĀJUMI. ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

2018.gadā ir samazinājies sociālo palīdzību saņēmušo personu skaits Rīgas pašvaldībā un 2019.gadā šī tendence turpinās, kas, no vienas puses, vērtējams pozitīvi, bet no otras puses, iespējams, signalizē par to, ka KC darbību nepieciešams pilnveidot un attīstīt atbilstoši situācijai un pieprasījumam.

Pētījumā veikta klientu apmierinātības analīze un secināts, ka ne vienmēr KC piedāvātie pakalpojumi mērķauditorijai ir nepieciešami un viņi tos uzskata par augsti prioritāriem. To apliecina arī ekspertu interviju rezultāti. Ņemot vērā augstākminēto, var izvirzīt apgalvojumu, ka pakalpojuma uzturēšanai un sniegšanai paredzētos resursus var uzskatīt par daļēji nelietderīgi iztērētiem. Izpētot klientu vajadzības, organizācijas iespējas un, ņemot vērā ekspertu ieteikumus, izveidots pakalpojums, kas atbilst klientu vajadzībām, prioritātēm un KC iespējām kvalitatīva pakalpojuma sniegšanā.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Eiropas Sociālā Harta <http://www.humanrights.lv/doc/regional/esh.htm> (12.11.2019)
2. Rīgas domes Labklājības departaments. Gadagrāmata. Sociālā sistēma un veselības aprūpe Rīgā 2018.gadā. [http://www.ld.riga.lv/files/Gadagramatas/Gada\\_gramata\\_2018\\_GADS.pdf](http://www.ld.riga.lv/files/Gadagramatas/Gada_gramata_2018_GADS.pdf) (19.11.2019)

# АНАЛИЗ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ ЛАТВИИ И СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

**Бадриддин Абидов** (Узбекистан),

Докторант программы «Региональная экономика и экономическая политика», Балтийская  
Международная Академия, Рига, Латвия

**Андрей Алексеев,**

Докторант программы «Региональная экономика и экономическая политика», Балтийская  
Международная Академия, Рига, Латвия

**Научный консультант: проф. Инна Стеценко,**

Балтийская Международная Академия, Рига, Латвия

## АННОТАЦИЯ

На основе представленной Советом Евросоюза стратегии развития связей между ЕС и странами Центральной Азии, авторы исследуют направления торгового сотрудничества между Латвией и странами Центральной Азии. В результате анализа выявлены лидеры в экспортно-импортных операциях между Латвией и странами Центральной Азии. Особое внимание авторы уделили развитию экспорта между Латвией и Узбекистаном, показана структура экспорта Латвии в Узбекистан, также внимание уделено статье экспорта «металлы».

**Ключевые слова:** Латвия, Центральная Азия, экспортно-импортные операции.

## ANNOTATION

Based on the strategy for developing relations between the EU and the countries of Central Asia presented by the Council of the European Union, the authors investigate the areas of trade cooperation between Latvia and the countries of Central Asia. As a result of the analysis, leaders were identified in export-import operations between Latvia and the countries of Central Asia. The authors focus special attention to the development of exports between Latvia and Uzbekistan, the structure of Latvia's exports to Uzbekistan is shown, and attention is also look at the “metals” export item.

**Keywords:** Latvia, Central Asia, export-import operations.

## INTRODUCTION / IEVADS / ВВЕДЕНИЕ

Новый виток сотрудничества между странами Центральной Азии и ЕС получил импульс 17 июня 2019 года, когда Совет Евросоюза утвердил новую стратегию в отношениях со странами Центральной Азии [1]. Заинтересованность в укреплении сотрудничества Евросоюза вызвана как экономическими, так и политическими мотивами. С точки зрения экономики, Центральная Азия представляет огромный запас природных ресурсов, больших территорий и значительный ресурс человеческого капитала. Последние годы страны Центральной Азии показывают стабильный рост экономики, что не может не заинтересовать и страны ЕС. Политические цели Европейского Союза в Центральной Азии связаны с поддержанием региональной безопасности, пограничного контроля и тд.

В связи с вышеуказанным, Евросоюз намерен вывести отношения со странами Центральной Азии на новый уровень. Об этом говорится в новой стратегии отношений с регионом, утвержденной Советом ЕС на заседании в Люксембурге. В решении глав МИД стран Евросоюза подчеркивается, что рамки

отношений ЕС с регионом зависят от "готовности отдельных стран Центральной Азии проводить реформы, укреплять демократию, права человека, верховенство права и независимость судов, а также модернизировать и диверсифицировать экономику". Необходимо отметить, что желание углубить сотрудничество прозвучало и со стороны самих стран Центральной Азии [3].

15 мая 2019 года Еврокомиссия представила Проект стратегии. С ее помощью Брюссель планирует выстроить "более сильное, современное и неэсклюзивное партнерство" с Казахстаном, Киргизией, Таджикистаном, Туркменией и Узбекистаном [1]. Формулировка подразумевает, что ЕС не собирается ставить эти страны перед выбором "или - или". В проекте стратегии отмечается, что новые соглашения о партнерстве и сотрудничестве ЕС со странами Центральной Азии совместимы и с другими интеграционными инициативами, такими как Евразийский экономический союз (ЕАЭС), куда входят Казахстан и Киргизия.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION/ SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSĒ/ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Как указывалось выше, одна из главных целей Евросоюза, которые он стремится достичь с помощью новой стратегии, - укрепление безопасности в Центральной Азии. ЕС также заинтересован в увеличении масштабов торговли. Итак, цель представленной статьи, исследовать существующие торговые связи между Латвией, как страной ЕС и странами Центральной Азии (ЦА).

Для начала анализа рассмотрим региональные показатели Латвии и стран ЦА таблица 1.

Таблица 1.

Анализ основных экономических показателей Латвии и стран Центральной Азии в 2018 году, составлено авторами.

| Страна       | Количество жителей, милл. чел | Площадь страны, км <sup>2</sup> | Кол-во жителей на 1 км <sup>2</sup> | ВВП на душу населения, USD, 2018 | Рост ВВП, % |
|--------------|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------|
| Латвия       | 1,93                          | 64 589                          | 29,95                               | 15 553,33                        | 4,6         |
| Казахстан    | 18,196                        | 2,725 милл.                     | 5,94                                | 9 812,6                          | 4,1         |
| Киргизия     | 6,389                         | 199 900                         | 27,4                                | 1 281,4                          | 3,5         |
| Таджикистан  | 9,374                         | 143 100                         | 64,5                                | 826,6                            | 7,3         |
| Туркменистан | 5,689                         | 469 930                         | 11,7                                | 6 966,6                          | 6,2         |
| Узбекистан   | 33,724                        | 448 978                         | 74,1                                | 1 532,4                          | 5,1         |

Источник: the World bank 2018

Как видим из представленной в таблице 1 данных, в Центральной Азии государством с наибольшей численностью населения является Узбекистан – численность почти 34 милл. человек, на втором месте Казахстан – 18,1 милл. человек, далее следуют Таджикистан, Киргизия и Туркменистан: 9,374 милл, 9,374 милл. и 5,689 милл. соответственно. Численность населения Латвии значительно ниже стран ЦА и составляет 1,93 милл. человек в 2018 году. Самая высокая плотность населения из стран ЦА также в Узбекистане – 74 чел/ км<sup>2</sup>, хотя высокой плотностью данный показатель можно назвать лишь условно, если сравнить со странами Юговосточной Азии, где плотность населения составляет сотни (Тайвань – 654,1 чел/ км<sup>2</sup>, Южная Корея - 515,5 чел/ км<sup>2</sup>), а в некоторых и тысячи человек на км<sup>2</sup> (Гонгконг - 6 700 чел/ км<sup>2</sup>· Сингапур – 7 326 чел/ км<sup>2</sup>), то данный показатель вполне условный. Самый высокий доход на душу населения, по данным Всемирного банка в 2018 году составляет в Казахстане - 9 812,6 долл. США, на втором месте Туркменистан - 6 966,6 долл. США и третье место принадлежит Узбекистану - 1532 долл. США, что как видим в 10 раз меньше, чем в Латвии.

Итак, проведем анализ товарооборота между Латвией и странами Центральной Азии, табл 2.

Таблица 2.

Анализ экспорта-импорта Латвии и стран Центральной Азии в 2018 году, составлено авторами.

| Страна       | Экспорт, евро | Импорт, евро |
|--------------|---------------|--------------|
| Казахстан    | 40 841 522    | 9 327 735    |
| Киргизия     | 9 112 781     | 2 680 363    |
| Таджикистан  | 5 976 217     | 11 577       |
| Туркменистан | 6 518 318     | 19 533       |
| Узбекистан   | 70 622 976    | 9 600 263    |

Источник: Central  
Latvia,

Statistical Bureau of  
[www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)

Итак, как видим из представленных в таблице данных экспорт Латвии в страны Центральной Азии значительно превышает уровень импорта (рис 1).

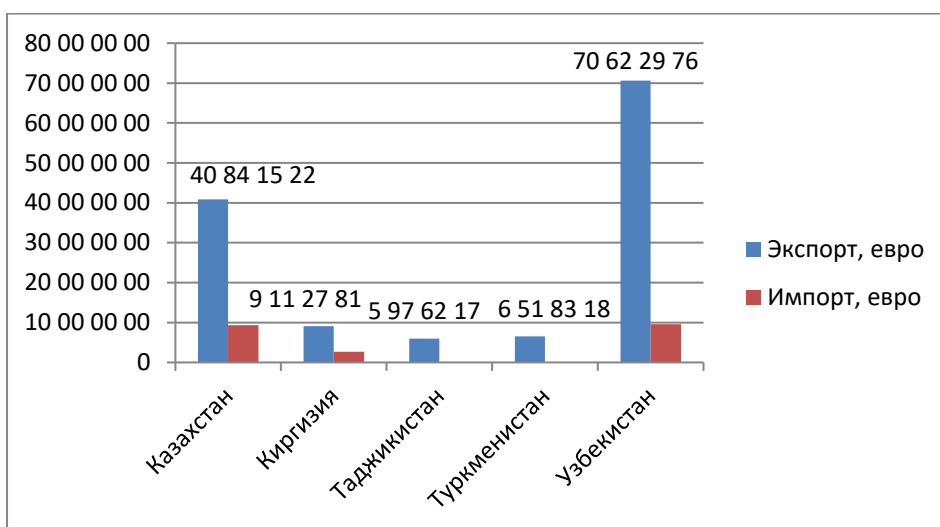


Рис. 1. Анализ экспорта-импорта Латвии и стран Центральной Азии в 2018г, рассчитано авторами.

Проведенный анализ свидетельствует, что основным партнером стран Центральной Азии является Узбекистан – экспорт Латвии в страну почти в 8 раз превышает импорт Узбекистана, на втором месте – Казахстан, экспорт в который почти в половину меньше, чем в Узбекистан и составляет - 40 841 522 евро и на третьем месте Киргизская Республика с объемом экспорта - 9 112 781 евро.

Авторы далее хотели бы сосредоточить свое исследование на экспортно-импортных операциях Латвии и Узбекистана, как основного партнера из стран Центральной Азии.

Итак, безусловно, для анализа развития возможностей дальнейшего развития торговых операций, следует провести анализ товаров, которые составляют основу экспорта – импорта стран. Табл. 3.

Экспорт – импорт товаров Латвии и Узбекистана в евро, составлено авторами.

| Виды товаров                                                   | Экспорт  |
|----------------------------------------------------------------|----------|
| Всего:                                                         | 70622976 |
| I Животные и продукты животноводства                           | 715934   |
| II Овощные продукты                                            | 301484   |
| IV Пищевая промышленность продукты (включая напитки и табак)   | 3818774  |
| V Минеральные продукты                                         | 211702   |
| Продукты химической или смежных отраслей                       | 35022169 |
| Пластмассы и изделия из них из них; резина и резиновые изделия | 3280169  |
| Сырые шкуры и кожи, кожа, меховые шкурки и изделия из них      | 33630    |
| Древесина и изделия из дерева (включая изделия из дерева)      | 81633    |
| Бумажная масса; бумага и картон                                | 128074   |
| Текстиль и текстильные изделия                                 | 15813    |
| Обувь, головные уборы, зонты и другие изделия                  | 3489     |
| Изделия из камня, гипса, цемента, стекла, керамики             | 81225    |
| Металлы и изделия из них                                       | 1080302  |
| Машины, механизмы; электрооборудование                         | 16893150 |
| Транспортные средства                                          | 5667909  |
| Оптические инструменты, часы и музыкальные инструменты         | 3223261  |
| Разные готовые изделия                                         | 63926    |

Источник: Central Statistical Bureau of Latvia, [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)

Итак, данные свидетельствуют, что основные статьи экспорта в Узбекистан из Латвии составляют: продукты химической или смежных отраслей; машины, механизмы, электрооборудование; транспортные средства; пластмассы и изделия из них из них; резина и резиновые изделия и металлы и изделия из них. Как видим, основными товарами экспорта становятся продукты промышленного производства.

Учитывая научные и практические интересы авторов исследования, рассмотрим статью экспорта «металлы и изделия из них», таблица 3.

Таблица 3.

Анализ экспорта «металлы и изделия из них» Латвии в Узбекистан, в евро, составлено авторами

| Виды товаров                                                                                       | 2018   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Железо и сталь                                                                                     | 57027  |
| Изделия из железа и стали                                                                          | 174120 |
| Аллюминий и изделия из него                                                                        | 106267 |
| Основной металл, инструменты, режущие инструменты, ложки и вилки; их части из драгоценных металлов | 9790   |
| Различные изделия из драгоценных металлов                                                          | 733078 |

Источник: Central Statistical Bureau of Latvia, [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)

Анализ показывает, что основные статьи экспорта металлов в Узбекистан составляет: изделия из железа и стали; алюминий и изделия из него и железо и сталь.

По нашему мнению, данная статья экспорта Латвии имеет значительный потенциал роста в торговле с Узбекистаном. Узбекистан при своем техническом и технологическом росте готов приобретать больше изделий из металла для развития промышленных отраслей страны.

## CONCLUSION/KOPSAVILKUMS /ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, проведенный анализ торговых отношений Латвии и стран Центральной Азии показал, что Узбекистан является крупнейшим торговым партнером Латвии, причем объем экспорта значительно превышает объем импорта. Учитывая процессы диверсификации экономики Узбекистана, о чем свидетельствует и экспортруемые в страну товары, между государствами существует потенциал роста торговых отношений, развития регионального сотрудничества и укрепления экономических связей между странами.

## REFERENCES/ LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS/ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

- [1] European Council, Council of the European Union, EU strategy for Central Asia: Council adopts conclusions <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2017/06/19/>
- [2] ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ И ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ: НОВОЕ ПАРТНЁРСТВО В ДЕЙСТВИИ, Люксембург, 2009, с.
- [3] Юрий Шейко, Deutsche Welle <https://www.dw.com> 17.06.2019
- [4] Central Statistical Bureau of Latvia, [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)
- [4] EUROSTAT [www.eurostat.eu](http://www.eurostat.eu)
- [5] the World bank 2018 <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=TJ-UZ-KG-TM-KZ>



# ЭТНИЧЕСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ АВТОНОМИЯ ЛАТГАЛИИ, КАК РЕЗУЛЬТАТ АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ РЕФОРМЫ

Станислав Вайшля, Российская Федерация  
СПБГУ, Факультет Политологии  
st065752@student.spbu.ru  
Д.полит.н., Ачкасов Валерий Алексеевич

## АННОТАЦИЯ

В статье, посвященной анализу административно-территориальной реформе в Латвийской Республике в 2019 году, делается вывод о том, что существует вероятность межэтнических конфликтов на политическом уровне в связи с нестабильности модели взаимоотношений «центр – периферия» и деструктивной административно-территориальной реформы, вместо поиска компромисса и возможности участия граждан Латвийской Республики и Союза самоуправлений Латвии в реформе. Что в свою очередь может мобилизовать этнические меньшинства к защите территориальной идентичности на территории Латвийской Республики.

**Ключевые слова:** административно-территориальная реформа, этническая региональная автономия.

## ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of administrative-territorial reform in the Republic of Latvia in 2019. It might be concluded that there is a possibility of inter-ethnic conflicts at the political level of the country, due to the instability of the “center-periphery” relationship model and destructive administrative-territorial reform. Instead of seeking a compromise, letting citizens of the Republic of Latvia and the Latvian Association of Local and Regional Governments participate in the reform. Inadmissibility to participate in reform, can mobilize ethnic minorities to protect territorial identity on the territory of the Republic of Latvia.

**Key words:** administrative-territorial reform, ethnic regional autonomy.

## ВВЕДЕНИ. INTRODUCTION

Проблема исследования - административно-территориальной реформе в Латвийской Республики. Прошедшие 2018 году 6 октября выборы в 13 сейм Латвийской Республики, привели к тому что ново-сформированный Кабинет министров во главе с Президентом министров Артурсом Кришьянисом Кариньшом позволили приступить Министру охраны окружающей среды и регионального развития (МООСРР) Юрису Пуце к долгожданной и обещанной административно-территориальной реформе (АТР) на территории современной Латвии. Долгожданной реформа является по причине того что, еще в 2013 году МООСРР подготовил официальный отчет об оценке административно-территориальной реформы проведенной 2009 году, где и было сделано предположение что административно-территориальная реформа нуждается в многочисленных преобразованиях [1]. Причин для административно-территориальной реформы более чем достаточно; (1) дефицитный бюджет муниципалитетов, (2) демографические проблемы в регионах, (3) нехватки квалифицированной рабочей силы в муниципалитетах, (4) стагнация в регионах, а также (5) о желании МООСРР достичь децентрализации в организации и деятельности государственного аппарата [2].

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

После анализа документа «Административно-территориальная реформа - вызовы и возможности.» подготовленного МООСРР в 2019 году, были выявлены следующие практические действия касательно АТР на территории современной Латвии: (1) реформа АТР перешла в активную фазу после принятия Закон об административно-территориальной реформе, лишь в 1998 году [3]. В то время в Латвии было 26 районов, 77 городов, 487 волостей и 25 поселков городского типа (всего 564 самоуправления), что считалось раздробленной и неоднородной структурой самоуправления. (2) Полномочия районных советов истекли 1 июля 2009 года, а реализация планов административно-территориальной реформы должны были быть осуществлены к 31 декабря 2009 года. (3) Поправки к Закону об административно-территориальной реформе в 2005 и 2007 годах с неоднократными задержками утвердили, крайним годом для реализации реформы либо реформирования был выбран 2009 год [4]. В результате административно-территориальной реформы в 2009 году, произошел переход от двухуровневых к одноуровневым самоуправлениям: 26 районных советов было упразднено, но города, и к ним прилежащие сельские территории вместе с волостями были объединены в 109 муниципалитетов. А девять крупных городов получили статус городов республиканского значения; Даугавпилс, Елгава, Екабпилс, Юрмала, Лиепая, Резекне, Рига, Валмиера и Вентспилс. 1 июля 2009 года к числу городов республиканского значения прибавились такие города как: Екабпилс и Валмиера. (4) 21 марта 2019 года Сейм принял решение «О продолжении административно-территориальной реформы», а именно о продолжении административно-территориальной реформы, начатой аж в 1998 году. Цель реформы, создать к 2021 году экономически дееспособные административные территории с местными органами власти, которые выполняют предписанные им функции.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. RESEARCH RESULTS.

После анализа документов Министерства охраны окружающей среды и регионального развития, Латгальского региона планирования и Центральной избирательной комиссии были констатированы следующие факты:

- 40% населения Латвийской Республики сконцентрировано в столице Риге и прилегающих к ней территориях;
- соответствия территорий критериями действующего Закона об административных территориях и поселениях и оценка статистическую информацию за 2018 год показывают [5]; (1) на территории муниципалитета проживает не менее 4000 постоянных жителей, 39 муниципалитетов не соответствуют этому; (2) в муниципалитете находится деревня или город с более чем 2000 жителей, 54 муниципалитета не соответствуют этому;
- только 38% населения Латвийской Республики трудоустроены в муниципалитете, в котором проживают;
- в Латгалии, на 2019 год проживает 260.226 тысяч человек, в сравнение с 2000 годом, когда в том же регионе проживало 385.660 тысяч [6, 1];
- в Латгалии самый высокий процент безработицы, на 2018 год он составил 15%, и это происходит при самой низкой средней нетто заработной плате по стране, которая составляет чуть больше 500 евро [6, 3];
- сумма иностранных инвестиций на 1000 человек в Латгальском регионе на 2017, составляет лишь 65.969,57 евро, что является почти на 12 тысяч евро меньше худшего показателя по Латвии [6, 5];

- по данным ЦИК, на 13-х выборах в Сейм, в 2018 году, проголосовали 845.196 тысяч или 54,60% избирателей, что является самой низкой явкой избирателей за всю историю Латвийской Республики;
- самая низкая явка избирателей была в Латгалии, где проголосовали всего 90.066 или 43,07% избирателей. А наиболее не активные избиратели были в Резекненском муниципалитете (Латгалия), где явка составила 33% [7];
- Латгалия, воспринимается жителями других регионов как периферийный регион / область Латвийской республики.

## **ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS.**

Таким образом, реформа АТР может актуализировать «спрос» со стороны населения образовать ЭРА, в связи с неспособностью государственных властей реализовать свою антикризисную политику на протяжении 30 лет:

- образование ЭРА предполагается с целью достигать и поддерживать баланс во взаимодействии акторов / регионов (регионами и органами государственной власти), которые имеют кардинально разные интересы;
- ЭРА осмысливается как автономия, принадлежащая определенной этнической группе, и закрепляется за ней в силу «исторического права»;
- нормативное закрепление этнического характера автономии, проявляющиеся в официальном признании особого положения «титульный группы», то есть автономный регион воспринимается как «родина» титульной этнической группы;
- этническая идентичность выражается в официальных атрибутах автономии, например одноименно названия этноса «латгальцы» и региона Латгалия;
- официальное признание латгальского языка, также как признания католицизма и православия как религий титульной этнической группы;
- возможности кооптации, участие должностных лиц ЭРА одновременно и в деятельности органов власти более высокого уровня, что может привести к более тесному сотрудничеству ЭРА с другими акторами;
- ЭРА, где можно образовать «площадку сотрудничества и диалога» между такими странами и союзам как: Российская Федерация, Польша, Украина, Белоруссия, Венгрия, Казахстан и Европейский Союз. Такая площадка может способствовать налаживанию диалога между политически значимыми игроками региона [8].

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES.**

1. Министерство охраны окружающей среды и регионального развития. Информативное сообщение «Оценка административно-территориальной реформы». 2013; 1 – 36.
2. Министерство иностранных дел Латвийской Республики. Реализованное в 2017 году Латвией сотрудничество в целях развития // 02.03.2018. – Режим доступа: <https://www.mfa.gov.lv/ru/novosti/novosti-ministerstva/59334-realizovannoe-v-2017-godu-latviej-sotrudnichestvo-v-celyah-razvitiya>.
3. Латвийский Вестник № 322/325, Закон об административно-территориальной реформе. Редакция 2008; 1 – 6.
4. Национальное агентство регионального развития. Региональное развитие в Латвии. Рига. 2010; 6 – 128.
5. Латвийский Вестник № 202. Закон об административных территориях и поселениях. Редакция

- 2015; 1 – 27.
6. Латгальский регион планирования. Статистика Латгальского региона. Резекне. 2018; 1 – 13.
  7. Центральная избирательная комиссия Латвийской Республики. Выборы в 13-х Сейм. // 19.10.2018. – Режим доступа: <https://sv2018.cvk.lv/pub/ElectionResults>.
  8. Панов П.В. Балансируя притязания: этнические региональные автономии, целостность государства и права этнических меньшинств // Политическая энциклопедия, 2017; 3 – 213.

# РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ С УЧЕТОМ ВЗАИМОСВЯЗИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И МОТИВАЦИОННОГО КЛИМАТА

Рихард Ишмуратов,

Латвия, Балтийская Международная академия, Рига, Профессиональная магистерская программа  
«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование» [rihard555@inbox.lv](mailto:rihard555@inbox.lv)  
Научный руководитель: Страдиня С. доктор экономики, ассоц. проф. БМА

## ANOTĀCIJA

Aplūkotas motivācijas klimata un korporatīvās kultūras definīcijas un pamatjēdzieni, konkrēti dotssalīdzinošais motivācijas un korporatīvās kultūras korelācijas raksturojums. Veikta uzņēmuma personāla vadības metožu un modeļa analīze. Aprakstīta uzņēmuma SIA PRIZMA saimnieciskā darbība, veikta uzņēmējdarbības analīze un personāla stabilitāti. Veikta esošā motivācijas līmeņa novērtēšana un piedāvāta personāla motivācijas līmeņa paaugstināšanas izstrādāšana. Izstrādāta personāla vadības sistēma, ņemot vērā organizācijas kultūru un motivācijas klimatu.

**Atslēgasvārdi:** personāla mainība, personāla vadības modelis, organizācijas kultūra, motivācija

## ANNOTATION

The definitions and basic concepts of motivational climate and corporate culture are being considered, specifically the comparative characterization of the correlation of motivation and corporate culture. The analysis of the methods and model of personnel management of the company has been made. The economic activity of PRIZMA Ltd. has been described, business and staff stability analysis has been carried out. Evaluation of the existing level of motivation has been carried out and the ways to raise motivation of the staff have been proposed. Personnel management system has been developed, taking into account the organizational culture and motivation climate.

**Keywords:** staff turnover, personnel management model, organization culture, motivation.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVĀDS

Решающим значением для успешного существования современных организаций в условиях рынка, является именно качество ее персонала, этим обусловлена особая исключительность использования и развития персонала. И такое отношение к развитию персонала характерно для всех экономически развитых стран. Разработка модели мотивации персонала на предприятии и поддержание ее в актуальном состоянии – приоритетная задача кадровой политики. Это позволит компании прямо заинтересоваться в повышении рентабельности, в том, чтобы сотрудники работали с максимальной отдачей при наименьших издержках [9]. Важнейшее направление в решении этой задачи - совершенствование системы мотивации персонала. И здесь, прежде всего, необходимо преодолеть установку руководителей на то, что в условиях кризиса проблема мотивации персонала является не существенной, так как сотрудники понимают, что на их место претендуют тысячи безработных, готовых работать даже за меньшую заработную плату. То есть, сам факт стремления сохранить работу мотивирует персонал качественно и эффективно трудиться. [5, 83].

Проблема, рассматриваемая в статье: используемые методы мотивации SIA «PRIZMA» оказались недействующими, однако, руководство не отреагировало должным образом на неудачи и продолжало реализовывать ранее принятую программу. Цель исследования – проектирование системы

управления персоналом с учетом мотивационных и культурных аспектов трудового коллектива. Научная новизна: впервые разработана система управления персоналом с учетом мотивационной структуры и организационной культуры

При написании статьи автор опирался на теоретические положения специалистов в области управления персоналом [5;6;7;8;10] и анализировал вторичные статистические данные [1;2;9]. Для наглядности результатов исследования также использовался графический метод.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. THE MAIN THEORETICAL AND PRACTICAL CONDITIONS. GALVENIE TEORĒTISKIE UN PRAKTISKIE NOSACĪJUMI.**

В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определенных действий. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса мотивации - это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия.

Одним из главных элементов в развитии системы управления предприятием считается мотивационная модель. С учетом результатов проведенного исследования стоит отметить, что при реализации модернизации предприятия предпочтение стоит отдать многофакторной модели, обладающей необходимой степенью гибкости, с учетом внешнего воздействия. Единой мотивационной модели в практике нет, так как выбор мотивационного подхода должен подбираться отдельно для каждого предприятия, взяв во внимание деятельность организации, её цели и функции. При построении модели подобного вида должны развиваться, перестраиваться и стремиться к совершенствованию, учитывая все возникающие замечания [8].

Мотивационный климат предприятия представляет собой систему экономических, технико-технологических, организационно-управленческих и социально-психологических условий деятельности, определяющих поведение личности в сфере труда. Под мотивационным климатом следует понимать наличие у персонала предприятия коллективной заинтересованности в достижении целей фирмы и согласия по поводу инструментов ее достижения, т. е., по сути дела, положительную групповую мотивацию работников, основанную на единых (или, по крайней мере, близких) ценностных установках.

Для описания культуры организации исследователи пользуются различными близкими по смыслу терминами: «управленческая культура», «производственная культура», «культура трудовых отношений», «организационная культура», «деловая культура», «предпринимательская культура», «внутренняя культура компании», «корпоративная культура», «организационный климат». И крайне важно понимать, являются ли эти термины синонимами или все-таки это разные понятия.

Рост интереса к корпоративной культуре, ставший тенденцией современного бизнеса, абсолютно не случаен. Несмотря на то, что формированию в компании корпоративной культуры и внедрению корпоративных ценностей зачастую не уделяется должного внимания, многие руководители понимают важность этих понятий, в первую очередь в контексте создания в организации эффективной системы мотивации персонала. Корпоративная культура может по праву считаться действенным инструментом мотивации персонала. Данные исследований подтверждают факт, что до 85% мотивации сотрудника зависит от стабильности компании, места в организации, возможностей карьерного роста, оцененности коллегами и руководством. Именно корпоративная культура позволяет работодателю сформировать в компании крепкий коллектив, команду сотрудников, с удовольствием делающих общее дело [4].

Результат реализации мотивирующей функции корпоративной культуры проявляется в степени лояльности и приверженности сотрудников организации. В связи с этим, формирование ценностного отношения сотрудников является стратегической задачей любого руководителя.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF THE STUDY, THEIR EVALUATION. RĒTĪJUMA REZULTĀTI, TO NOVĒRTĒJUMS.

Общество с ограниченной ответственностью „PRIZMA” зарегистрировано в 1992 г. Основной доход предприятие получает от услуги по грузовым перевозкам автодорожным транспортом. На сегодняшний день предприятие предоставляет работу более 40 сотрудникам. Автопарк компании состоит из 28 грузовых машин «Scania», «Volvo», «Mercedes-Benz» готовых осуществлять транспортные перевозки в любой регион Европейского Союза. Как показал анализ, в организации продолжает быть высокой текучесть кадров. Естественная текучесть (3-5% в год) способствует своевременному обновлению коллектива и не требует особых мер со стороны руководства. Излишняя текучесть вызывает значительные экономические потери, а также создает организационные, кадровые, технологические, психологические трудности.

Анализ финансового положения предприятия позволяет сделать следующий вывод: предприятие является финансово устойчивым, прибыль растет, но рентабельность оборота составила в 2018 году только 2,94 %, и такой уровень нельзя считать достаточным.

Кадровая стабильность в среднем составила 87%. Увольнения имеют место в среднем  $K_{ув}$  составил 12%, и 20% у работников, проработавших короткое время. Текучесть кадров сказывается на производительности труда не только тех работников, которые намерены уходить, но и тех, которые продолжают работать, то есть на жизни всей организации. Она мешает создавать эффективно работающую команду и отрицательно влияет на корпоративную культуру организации.

Для проведения исследования существующего уровня мотивации на предприятии, была разработана анкета для опроса сотрудников SIA "PRIZMA". Опрос был проведен в период с 09.09.2019 по 30.09.2019г. Целью данного опроса было выявление недостатков в системе оплаты труда, мотивации и эффективности руководства в организации. В ходе данного опроса были опрошены работники всех подразделений

Опрос оценки системы мотивации у сотрудников выявил, что 73,17% опрошенных считают мотивацию низкой, 19,5% опрошенных оценили уровень мотивации на предприятии как средний, 7,3% считают уровень мотивации высоким (рис. 1).

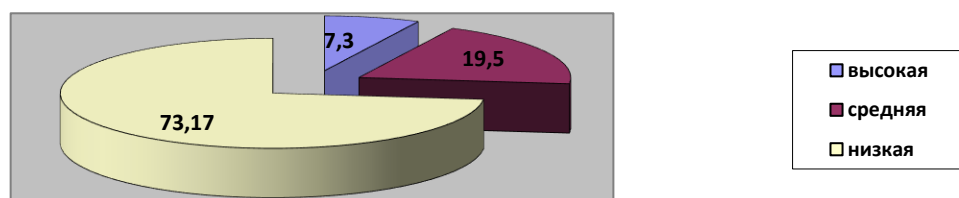


Рис. 1. Оценка уровня мотивацию сотрудников SIA «PRIZMA» сотрудниками.

В результате исследования степени удовлетворенности трудом были сделаны следующие выводы:

- снижение удовлетворенности трудом отрицательно влияет на эффективность труда персонала, приводя при этом к негативным последствиям, а также она влияет на количественные и качественные результаты работы, срочность и точность выполнения заданий, обязательность в отношении других людей,

- организация, не имеющая возможности удовлетворения существующих потребностей персонала посредством хорошо организованной трудовой деятельности, в конечном счете, рискует потерять своих сотрудников. Поскольку неудовлетворенность трудом приводит к повышению значимости дополнительных способов «заработка», в том числе поиску иных источников занятости, что снижает уровень профессионализма у сотрудника на занимаемой должности.

Руководству следует обратить внимание на следующие недостатки существующей модели мотивации:

1. Отсутствие системного подхода к формированию и осуществлению мотивации.
2. Отсутствие постоянного контроля над результатами внедрения инструментов мотивации.

3. Большая часть методов мотивации оказались недействующими, однако, руководство не отреагировало должным образом на неудачи и продолжало реализовывать ранее принятую программу.

В процессе реализации предложенных мер по повышению мотивации необходимо четко отслеживать результаты, при неэффективности одного из мероприятий необходимо внедрять другое. Весь комплекс мер должен носить системный характер, исключать мероприятиями. противоречия между

Были предложены меры по повышению мотивации сотрудников (табл.1)

*Табл. 1.*

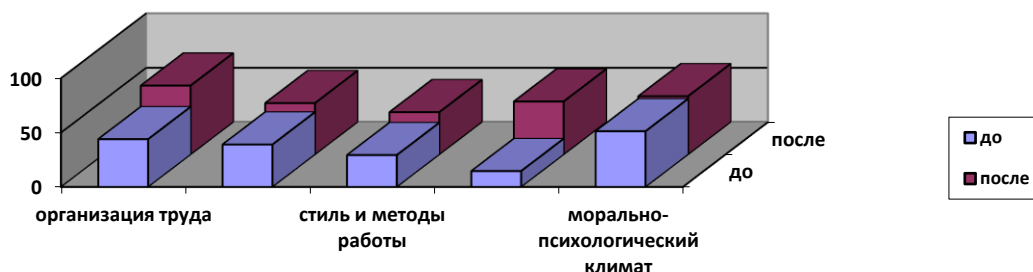
**Меры по повышению мотивации сотрудников SIA «PRIZMA»**

| Метод мотивации                                       | Суть метода                                                                                                                                                                         | Цель                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Финансовое вознаграждение</b>                   |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                       |
| 1.1 Денежные выплаты за выполнение поставленных целей | Перед каждым сотрудником будет стоять план выполнения работы, в зависимости от успешности выполнения плана будет приниматься решение о премировании по каждому сотруднику отдельно. | Каждый сотрудник должен понимать, что только от качества его работы зависит его доход и благополучие. |
| <b>2. Нефинансовое вознаграждение</b>                 |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                       |
| 2.1. Оплата больничных, отпусков                      | Все работники компании пользуются предоставляемыми компанией льготами                                                                                                               | У сотрудника должна быть уверенность в том, что компания проявляет о нем заботу.                      |
| 2.2. Корпоративные встречи                            | Целесообразно проводить совместные встречи в праздничные дни                                                                                                                        | Сотрудник должен ощущать себя членом одной команды, дружного коллектива                               |
| <b>3 Социально-психологическое вознаграждение</b>     |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                       |



|                               |                                                                    |                                                                            |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 3.1. Делегирование полномочий | Распределение между подчиненными задач и полномочий для их решения | Создает дополнительную мотивацию и вовлеченность в общий трудовой процесс. |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|

В течение трех месяцев компания активно внедряет усовершенствованную модель мотивации персонала на основе разработанных рекомендаций. Далее целесообразно представить результат внедрения программы.



**Рис.2. Сравнительный анализ мотивации сотрудников компании до и после внедрения скорректированной программы**

На основе представленных данных можно сделать вывод об относительном росте мотивации и деловой активности сотрудников. Следует обратить внимание на достаточно высокий процент роста мотивации на социальную полезность, что говорит о постепенном вовлечении сотрудников в коллектив организации. На основе данных, полученных за три месяца реализации программы можно утверждать о ее успешности.

Как отмечалось, ключевым фактором коллективной мотивации к труду в системе управления персоналом является организационная культура. Данная гипотеза определила структуру, логику и связь между рассматриваемыми вопросами и предлагаемые подходы к их решению.

Так как проведенный опрос показал, что у работников SIA «PRIZMA» наблюдается повышенная выраженность таких мотивов трудового поведения, как «потребность в получении большего материального вознаграждения» и в «хороших отношениях с коллегами», необходимо соблюдать:

- принцип соответствия применяемых видов трудовой мотивации особенностям мотивационной структуры, ценностных ориентаций и культурных аспектов поведения работников;
- принцип параллельного удовлетворения первичных и высших потребностей (социальных и потребностей самоактуализации) работников.

При внедрении усовершенствованной системы мотивации для персонала анализируемой организации с использованием указанных принципов, является выбор видов мотивации с учетом особенностей мотивационной структуры работников.

Выбор предпочтительных видов мотивации трудовой деятельности, должен осуществляться с учетом ценностных ориентаций и культурных аспектов поведения работников, обусловленных национальными особенностями и традициями.

Практическое решение задачи поддержания и развития коллективной мотивации в SIA «PRIZMA» требует внесения значительных преобразований в сложившуюся на предприятии систему управления персоналом.

Наиболее существенной тенденцией, задающей направление организационных изменений на современном этапе, является постепенная девальвация иерархического, бюрократического, авторитарного управления и увеличение значимости организационной демократии, где преобладает культура неформальных отношений. Основная идея концепции организационной демократии –

повышение организационной эффективности на основе развития процессов самоорганизации и самоуправления.

На основе проведенного анализа сделан вывод о необходимости дальнейшего усовершенствования модели мотивации персонала. С этой целью в работе предложен ряд мер по повышению мотивации персонала.

Проведенный опрос показал, что организационная культура SIA «PRIZMA» характеризуется параметрами, лежащими, преимущественно, в области технократического управления. С другой стороны, было выявлено наличие значительных резервов совершенствования системы управления персоналом за счет включения в нее элементов самоконтроля и самоуправления.

Практическая реализация принципов организационной демократии предполагает выяснение механизмов, обеспечивающих поддержку и развитие процессов самоорганизации и самоуправления. Основным таким механизмом является организационная культура, а основную регулятивную функцию в этом механизме несут моральные регуляторы – организационные ценности. Усвоенные организационные ценности придают смысл всей трудовой деятельности работников, способствуют развитию коллективной мотивации к труду.

Усовершенствованная модель трудовой мотивации послужила основой для проектирования системы управления персоналом SIA «PRIZMA» с учетом мотивационных и культурных аспектов трудового поведения, выявленных в процессе проведенного опроса.

Разработанный подход к формированию системы управления персоналом с учетом мотивационных и культурных аспектов трудового поведения позволил обосновать основные условия успешного функционирования в SIA «PRIZMA»:

1. в системе управления персоналом ведущая роль должна отводиться формам и методам трудовой мотивации сотрудников;
2. данная система должна быть дифференцирована относительно групп работников, имеющих различия в мотивационной структуре;
3. система мотивационного управления персоналом должна обеспечивать согласование интересов и ценностей отдельных работников, рабочих групп и организации в целом. Особое значение для соблюдения этого условия имеет формирование коллективного субъекта деятельности и развитие коллективной мотивации к труду;
4. данная система должна предусматривать в качестве важнейшей составляющей организационную культуру, роль которой состоит в развитии коллективной мотивации и формировании образцов трудового поведения, соответствующих организационным ценностям.

Следует учитывать, что воздействие организационной культуры на трудовую мотивацию имеет характер ценностно-нормативного регулирования трудового поведения посредством закрепления в Кодексе SIA «PRIZMA» и привития персоналу ценностных ориентаций, соответствующих используемому виду мотивации.

При этом, необходимо исходить из возрастающей роли организационной культуры в системе управления персоналом при переходе от принудительной к подкрепительной и от подкрепительной к социально-психологической мотивации и с развитием коллективных форм организации труда.

На основании метода анализа иерархий были сформулированы цели и уровни премирования. Все это позволило добиться своих целей в увеличении прибыли и расширении доли на рынке путём создания новой системы стимулирования (премирования) сотрудников.

### **Выводы и предложения. Conclusions and proposals. Secinājumi un priekšlikumi.**

Практическая реализация принципов организационной демократии предполагает наличие организационной культуры, а основную регулятивную функцию в этом механизме несут моральные

регуляторы – организационные ценности. Усвоенные организационные ценности придают смысл всей трудовой деятельности работников SIA «PRIZMA», способствуют развитию коллективной мотивации к труду.

При этом, самоконтроль и самоуправление, как характеристики трудового поведения, в значительной степени зависят от ценностных ориентаций индивида, а средством, обеспечивающим развитие этих качеств у работников организации и формирования соответствующих установок, является организационная культура.

Разработанные мероприятия по стимулированию и мотивации труда персонала позволят организации добиться своих целей в увеличении прибыли и расширении доли на рынке путём создания новой системы стимулирования (премирования) сотрудников. Подобный стимул в эффективном труде позволит предприятию значительно сократить текучесть кадров среди исполнительного персонала и усилить «командный» дух SIA «PRIZMA» в целом.

### **Список использованной литературы и других источников. List of used literature and other sources. Izmantotās literatūras un citu avotusaraksts.**

1. Pastāvīgo iedzīvotāju skaitsstatistikajos reģionos, Republikas pilsētās un novados gada ākumā.LR CBS dati.  
[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala\\_ikgad\\_iedz\\_iedzskaits/IS0120.px/table/tableViewLayout2/?rxid=684b7e30-46a8-4e9a-86d1-26d3d9496976](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_iedz_iedzskaits/IS0120.px/table/tableViewLayout2/?rxid=684b7e30-46a8-4e9a-86d1-26d3d9496976) (09.10..2019.)
2. Reģistrēto bezdarbnieku skaits gadabeigās. LR CBS dati.  
[http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala\\_ikgad\\_nodarb/NB0440.px/table/tableViewLayout1/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0](http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/Sociala/Sociala_ikgad_nodarb/NB0440.px/table/tableViewLayout1/?rxid=cdbc978c-22b0-416a-aacc-aa650d3e2ce0) (09.10.2019.)
3. Багирова И.Х. Мотивация персонала в условиях кризиса// Вестник Томского государственного университета. Экономика. - Выпуск № 4 (16), 2011. – С. 83-88.
4. Корпоративная культура как мотивирующий фактор. Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/65756-qqq-15-m11-korporativnaya-kultura-kak-motiviruyushchiy-faktor>[29.10.2019].
5. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. – Москва: ИНФРА-М, 2015.
6. Львов С. Незаменимые люди есть // Управления компаний. - № 5, 2014. – С. 45-47.
7. Мотивация персонала в организации: теория и практика - <https://blog.iteam.ru/motivatsiya-personala-v-organizatsii-teoriya-i-praktika/>[11.08. 2019].
8. Richard A. Swanson, Elwood F. Holton (2014). Foundations of Human Resource Development / Berrett-Koehler Publishers.
9. Самоукина Н.В. Управление персоналом в условиях кризиса: рекомендации для руководителя. <http://samoukina.ru/press/press42.shtml> 01.11.2019.)
10. Veinberga Z. Efektīvdarbiniekumotivēšanaprasarūpīgualanāzi. <http://nekrize.lv/efektiva-darbinieku-motivesana-prasa-rupigu-analizi/> (10.10.2019.)
11. Vendele L. Viens no četriemdarbiniekiemapsveriespējumainītpašreizējodarbu. <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4821> (19.10.2019.)

# ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЯ КОСМЕТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ЛАТВИЙСКОМ РЫНКЕ, ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ KOLONNA)

**Анастасия Ужакина**

Латвия, г. Рига, Балтийская Международная академия

Магистрант программы «Управление предпринимательской деятельностью и администрирование»

Anastasija.uzakina@mail.ru

Руководитель: доктор экономических наук, профессор Татьяна Голубкова

Балтийская Международная академия, г. Рига, Латвия

## АННОТАЦИЯ

В данной статье, представлен обзор сферы косметических услуг – салонов красоты на латвийском рынке, структура проведения анализа по типологии и классификации салонов, характеристика предприятий по отношению к классу, влияние внутренних и внешних факторов на принадлежность к классу, анализ потребителя сферы косметических услуг на латвийском рынке, структура сети предприятия салонов красоты «KOLONNA», результаты проведенного опроса одного из сети салонов красоты «KOLONNA» на основе которого, был сформирован портрет потребителя. В итоге, предложена разработка маркетинговых стратегий на основе дифференцированного маркетинга.

Цель статьи заключается в оценки потребителя косметических услуг на латвийском рынке для разработки маркетинговых стратегий, на примере салона красоты «KOLONNA».

Проблемой исследования выявляется из того, что в связи с тем, что существуют разные подходы к разработке маркетинговых стратегий, возникает проблема их выбора в постоянно меняющихся условиях, а также выбор методов оценки маркетинговых стратегий предприятия.

Новизна темы заключается в том, что оценка потребителя косметических услуг будет способствовать разработки маркетинговых стратегий.

Проведенное исследование показало, что маркетинговые стратегии для улучшения конкурентоспособности предприятий - салонов красоты на латвийском рынке услуг и конкретно салона красоты «KOLONNA», необходимо разрабатывать на основе анализа потребителя, потребляющего услугу и формирования его портрета.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, маркетинговые стратегии, опрос, потребитель, портрет потребителя.

## ABSTRACT

In this document introduced the overview in the industry of the beauty sphere - beauty saloon on the Latvian market, structure of making analytic by type and classification of the saloon, characteristic of companies to the market. The influence of the internal and external factors implementing the class, analysis of the customer in cosmetic services on Latvian market, the structure of the industry of the beauty saloon "KOLONNA", the results of created survey of the one market of the beauty saloons "KOLONNA" by the behalf of which was made the customer portraits.

The target of the document was made to evaluate the customer in cosmetic sphere in Latvian market for creating marketing strategy, by the type of saloon "KOLLONNA"

The problem, of the research is identified in the behalf on the difference of the type creating marketing strategy. Appears the problem to choose the correct strategy in the often changing circumstances and the evaluations of the marketing strategy's.

The innovation in this work will be that the evaluation of the customers in such circumstances will help to choose the correct marketing plan.

Creating the research showed us that marketing strategy for improving competitiveness of the company on the Latvian market and by the example of the direct beauty saloon “KOLONNA” need to be created on the base of analysis of the customer which is using this service for creating his portrait.

**Key words:** Competitiveness, Marketing strategy, survey, customer, customer portrait.

## ВВЕДЕНИЕ

Необходимость разработки стратегии компании возникает в результате противоречий между практическими целями компании и существующей ситуацией на рынке. В последнее время все больше компаний прибегают к разработке общей стратегии, непосредственно к маркетинговым стратегиям в комплексе маркетинга, так как в конечном итоге, успешное применение маркетинговых стратегий должно приводить к успеху, т.е. к улучшению конкурентоспособности. Использование маркетинговых стратегий как инструмента управления в повседневной деятельности компании является необходимым условием и средством не только выживания, но и обеспечения процветания компании. Грамотная и взвешенная стратегия развития бизнеса есть не цель, а средство реализации будущего компании, средство самовыражения и путь к обеспечению стабильного дохода для менеджмента и учредителей компании. Одним из основных моментов долгосрочных стратегий компании является разработка маркетинговых стратегий на основе изучения потребителя и формирования его портрета. Это позволит разработать эффективные маркетинговые стратегии.

### Основные теоретические и практические положения

Разработка маркетинговой стратегии компании является, несомненно, очень важной, но и достаточно сложной задачей. Выполнение данной задачи может быть организовано в виде отдельного проекта или входить в состав проекта по разработке стратегического плана компании.

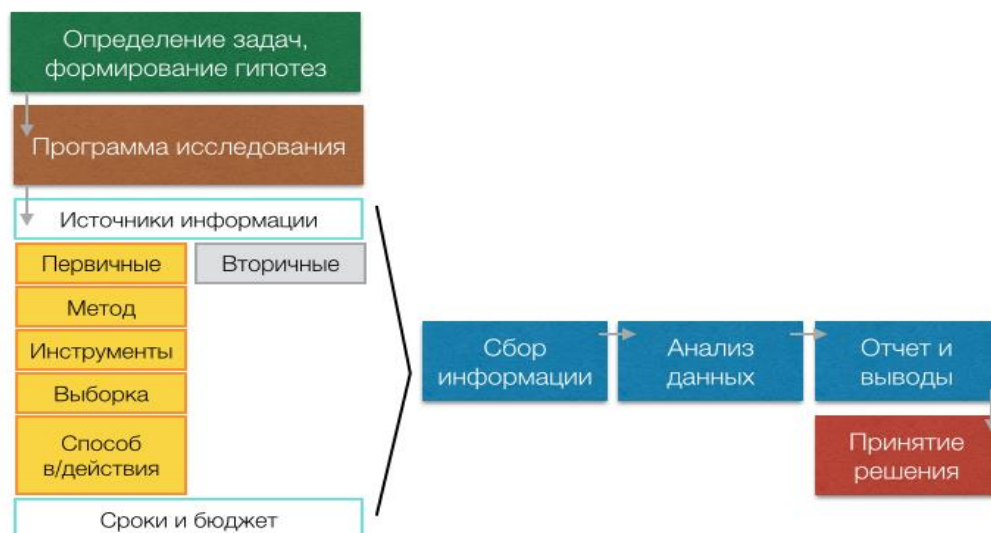
Сегодня, в постоянно меняющихся условиях, существуют разные подходы к разработке маркетинговых стратегий, в связи с чем, возникает проблема в выборе методов оценки маркетинговых стратегий предприятия. При наличии, традиционного подхода разработки маркетинговых стратегий в комплексе маркетинга, существует проблема в выборе приоритетных и более важных стратегий для конкретного предприятия.

Жесткая конкуренция, между компаниями на рынке услуг, ставит вопрос об исследовании основных факторов, влияющих на выбор маркетинговых стратегий для улучшения конкурентоспособности предприятия. Схема разработки маркетинговых стратегий включает в себя следующие направления и этапы: проведение оценки текущего позиционирования предприятия, анализ рынка (сaths), проведение SWOT-анализа предприятия, т. е. определение целевого позиционирования предприятия и PEST – анализ, оценка влияния внешних факторов [1]. На ряду, с представленными направлениями и этапами, автор делает акцент на изучении потребителя, потребляющего косметическую услугу, и дополняет схему разработки маркетинговых стратегий, оценкой потребителя и формированием его портрета.

Анализ маркетинговых стратегий предприятия и разработка мероприятий по улучшению конкурентоспособности с помощью маркетинговых стратегий являются актуальными для предприятия - салон красоты «KOLONNA», осуществляющем свою деятельность в сфере оказания косметических услуг на латвийском рынке.

По разработанной схеме проводился анализ сферы косметических услуг (См. Рис.1).

Рис. 1. Структура проведения анализа по типологии и классификации салонов.



В результате анализа, было определено три типа салонов красоты по критериям отношения к классу:

- Эконом-класс,
- Бизнес-класс,
- VIP-класс (элитный).

**Эконом-класс** представляет собой небольшие салоны красоты, предлагающие ограниченный набор услуг. Ориентированы такие салоны на ближайшее окружение, предоставление быстрых и повседневных услуг (укладка, стрижка, обработка ногтей и пр.).

**Салоны бизнес-класса** предлагают более солидный спектр услуг высокого качества. В большей мере проявляется индивидуальный подход. Такие салоны фактически представляют собой студию красоты.

**VIP-класс** специализируются на полном наборе услуг. Порой традиционный спектр дополняется новыми услугами, по запросу клиентов. Услуги ориентированы на представителей региональных элит из числа бизнесменов, чиновников, политиков, общественных деятелей и др.

На принадлежность к классу влияют:

**Внешние факторы** – Местоположение, инфраструктура, фасад, наружная (внешняя) реклама.

**Внутренние факторы** – Интерьер, внешний вид сотрудников, уровень специалистов, уровень цен, уровень сервиса, Загрузка предприятия.

Оценка внутренних и внешних факторов, влияет на развитие предпринимательской деятельности предприятий – салонов красоты, разработку маркетинговых стратегий, для улучшения конкурентоспособности на рынке услуг. Но, главным, по мнению автора, является анализ потребителя, потребляющего косметическую услугу. Именно потребитель, влияет на разработку маркетинговых стратегий и, как следствие бизнес-портфель, предлагающий предприятием – салоном красоты для эффективной деятельности а рынке.

## Результаты исследования

Анализ потребителя сферы косметических услуг показал, что большую часть клиентов салонов красоты составляют женщины в возрасте 25-54 лет. За последние годы значительно увеличилось число посетителей за счет молодых людей и девушек, которые стремятся привести в порядок кожу в период переходного возраста [3].

Уровень образования у клиентов салонов красоты престиж, люкс и VIP класса – высшее – 62%, 30% - среднеспециальное образование, 7,7% - незаконченное высшее образование.

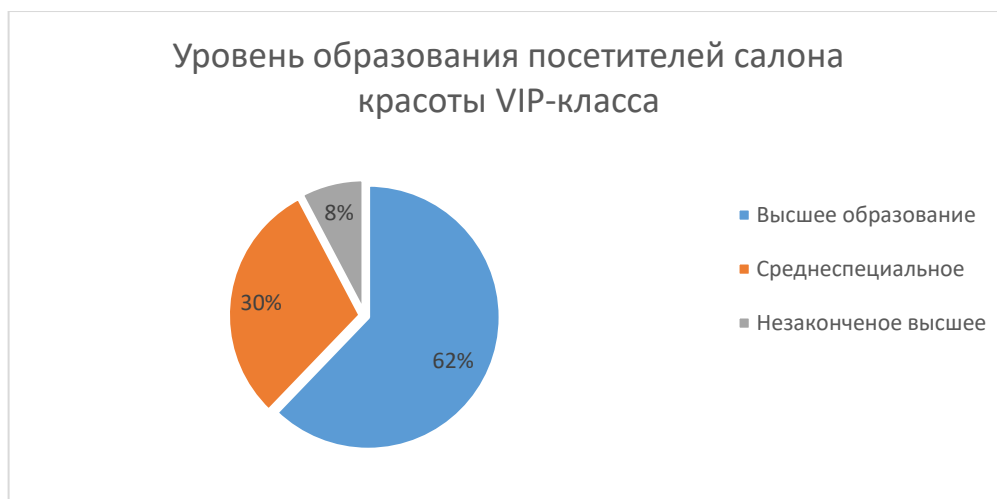


Рис. 2. Уровень образования посетителей салона красоты Вип-класса

Среди клиентов салонов красоты бизнес-класса преобладают клиенты, которые имеют высшее образование – 72%, 4% - незаконченное высшее образование, среди клиентов салонов красоты бизнес класса у 7% - полное среднее образование и у 17% - неполное среднее образование.

Среди клиентов эконом класса выявлены доктора наук – 3,0%, высшее образование у 42% клиентов, незаконченное высшее – у 6,0%, средне специальное – у 21%.

Необходимо отметить, что в целом клиентами салонов красоты являются люди с достаточно высоким уровнем образования. Так, среди всех клиентов, по оценкам специалистов, около 62% имеют высшее образование.[4].

В ходе работы был проведён опрос посетителей салона красоты «KOLONNA», который находится в Риге. Салон красоты «KOLONNA» предоставляет широкий спектр услуг – массаж, маникюр и педикюр, косметологические процедуры и уход за волосами. Главной задачей опроса было разделения сегментации целевой аудитории по таким критериям, как географические и демографические характеристики.

Салон красоты «KOLONNA» являлся представителем категории салонов бизнес-класса, имеющий свою целевую аудиторию. Так как торговые центры стали одним из тех мест, где люди часто проводят свободное время вместе с друзьями, коллегами или семьёй, внутри торговых комплексов стали появляться не только магазины, кинотеатры, кафе, химчистки, портные и банки, но и отличной стратегией было открытие в торговых центрах салон красоты. KOLONNA — один из самых известных латвийских брендов. В Латвии сейчас работают 17 салонов красоты KOLONNA, многие из которых находятся именно в самых крупных торговых центрах, таких как «Alfa», «Domina», «Origo», «Dole», «GalerijaCentrs», «RigaPlaza» и т.д. Такое месторасположение весьма выгодно, так как за день проходит большой поток людей, которые могут воспользоваться услугами салона спонтанно, дожидаясь кого-то из магазина или кинотеатра, или же записавшись заранее. В торговых центрах всегда есть большая удобная парковка и многим клиентам очень важен этот пункт при выборе салона красоты. Актуальными становятся комбинированные услуги. Клиенты все чаще процедуры для волос и уход за кожей рассматривают как целостную программу, которая состоит из посещения специалиста и использования соответствующих продуктов в домашних условиях.

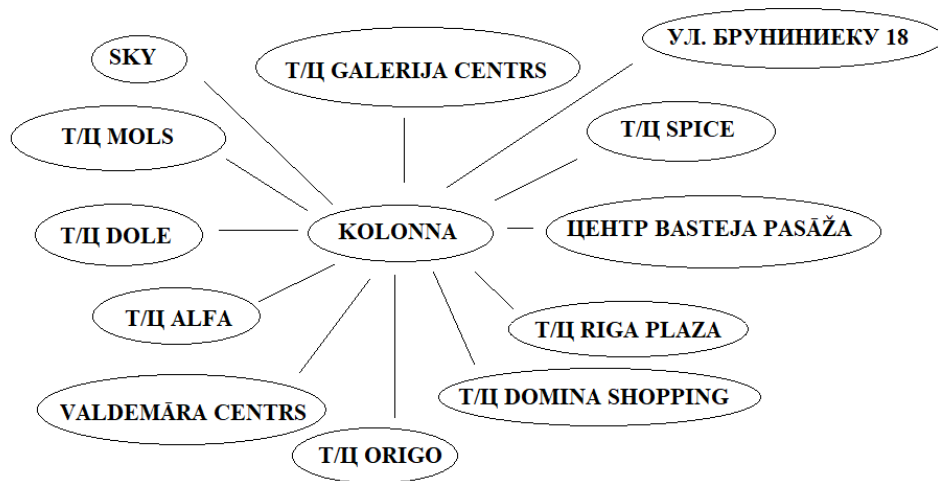


Рис. 3. Сеть предприятия салонов красоты «KOLONNA»

Опрос в одном из салонов красоты KOLONNA, в течение месяца, показал такие результаты:

Представительницы женского пола были в возрасте с 4 до 87 лет. Дети в возрасте от 4 до 18 лет – составляли 19%. Молодые девушки в возрасте от 18 до 30 лет – 33%. Женщины в возрасте от 30 до 50 лет – 31%. Женщины в возрасте от 50 до 65 лет – 12%. Женщины в возрасте от 65 до 87 лет – 5%.

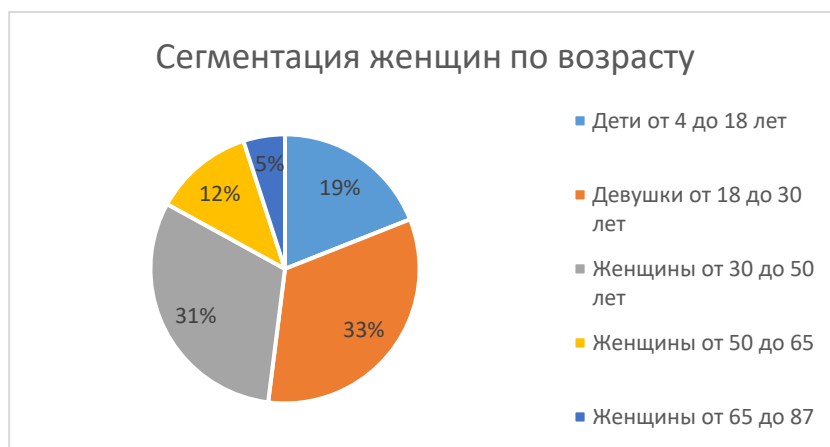


Рис. 4. Сегментация женщин по возрасту, по результатам опроса салона красоты «KOLONNA».

Таким образом видно, что большинство женщин посещают салон красоты «KOLONNA» в возрасте от 18 до 30 лет. Лишь на 2% меньше посещают женщины в возрасте от 30 до 50 лет. Среди мужчин салон красоты больше всего посещают представители от 18 до 30 лет.



## Портрет потребителя



Рис. 5. Портрет потребителя салона красоты «KOLONNA»,

Таким образом, анализ формирования портрета потребителя, показал, что сегмент потребителя салона красоты «KOLONNA», формируется по: - образованию, возрасту, полу и доходности. 72% целевой аудитории салона красоты, имеет высшее образование. Из всех посетителей 54% составляют женщины от 4 до 87 лет. По возрасту большинство посетителей женского пола имеют 33% - это женщины от 18 до 30 лет, и мужчины 32% - это мужчины от 18 до 30 лет также.

Проведенный анализ потребителя и формирование его портфеля, определил в выборе маркетинговых стратегий, на основе дифференцированного маркетинга.

Дифференцированный маркетинг - это такой вид маркетинга, при котором маркетинг направлен на удовлетворения необычных покупательских потребностей. Организация оценивает различные сегменты рынка и выбирает именно те сегменты, на которые будет специализироваться и действовать, но при этом разрабатывается своя стратегия для каждой сферы предприятия [2].

Поэтому, такой маркетинг, как дифференцированный, не редко встречается с позиционированием товаров на рынке. Предприятие проводит позиционирование товаров на рынке для того, чтобы выяснить соответствие товара требованиям покупателя, его позицию в сравнении с похожими товарами конкурентов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведенное исследование показало, что маркетинговые стратегии для улучшения конкурентоспособности предприятий - салонов красоты на латвийском рынке услуг и конкретно салона красоты «KOLONNA», необходимо разрабатывать на основе анализа потребителя, потребляющего услугу и формирования его портрета. Анализ потребителя и формирование портрета потребителя, позволит разработать маркетинговые стратегии на основе дифференцированного маркетинга, в основе которого позиционирование услуги соответствует требованиям потребителя.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ансофф И. Стратегическое управление:.. -М.: Экономика, 2010 – 345 с.
2. Носова, Н. С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы / Н.С. Носова. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 256 с. Портер,
3. Майкл Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер. - М.: Альпина Паблшер, 2015. - 456 с.
4. <http://vestapiter.ru/celevaya-auditoriya-salovov-krasoty>
5. <https://memosales.ru/osnovi/differencirovannyj-tip-marketinga>
6. [https://studopedia.ru/19\\_270464\\_rekomendatsii-po-vipolneniyu-zadaniy-moduley-kompetentsii-predprinimatelstvo.html](https://studopedia.ru/19_270464_rekomendatsii-po-vipolneniyu-zadaniy-moduley-kompetentsii-predprinimatelstvo.html)

# **ВЛИЯНИЕ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПОЛИТИКУ В СФЕРЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В УКРАИНЕ**

**Александр Курносов, Украина,**

кандидат наук государственного управления, старший преподаватель кафедры учета и налогообложения, Харьковский учебно-научный институт Государственного высшего учебного заведения «Университет банковского дела», [akurnosov@olko.ua](mailto:akurnosov@olko.ua)

## **АННОТАЦИЯ**

Рассмотрены роль, функции государства в обеспечении эффективной налоговой политики. Цель исследования – теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по совершенствованию механизмов государственной налоговой политики в Украине путем внедрения налогового менеджмента. Предложены направления решения существующих противоречий государственного управления налогообложением в регионе, внедрение которых повысит эффективность государственной политики.

Ключевые слова: государственная налоговая политика, налоговый менеджмент, противоречия государственного управления, регион, совершенствование.

## **ABSTRACT**

The role and functions of the state in ensuring an effective tax policy are considered. The purpose of the study is the theoretical justification and development of practical recommendations for improving the mechanisms of state tax policy in Ukraine by introducing tax management. Directions for resolving existing contradictions in state tax administration in the region are proposed, the introduction of which will increase the effectiveness of public policy.

Key words: government contradictions, improvement, region, state tax policy, tax management.

## **ВВЕДЕНИЕ**

В условиях развития рыночных отношений, поиска баланса интересов государства и регионов особую актуальность приобретает проблема научного обоснования роли и функций государства в обеспечении эффективной налоговой политики. Социально-экономические преобразования, которые в последнее время происходят в украинском обществе, связанные, прежде всего, с трансформацией переходной системы управления, приближением Украины к стандартам Европейского Союза, предполагают постановку принципиально новых задач по обеспечению оптимального функционирования и развития налоговой системы. Решение этих проблем имеет целью, прежде всего, четкое определение направлений совершенствования механизмов государственной налоговой политики.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций по совершенствованию механизмов государственной налоговой политики в Украине путем внедрения налогового менеджмента.

В исследовании были использованы научные методы: абстрагирования и обобщения – для выявления тенденций развития налоговой политики и ее влияния на социально-экономические процессы; анализа и синтеза – для анализа возможностей использования органами государственной власти технологий, разработанных для частных организаций; сравнения – для выявления

особенностей различных подходов к совершенствованию механизмов государственной налоговой политики в Украине.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Первая и самая сложная проблема, существующая в налоговой системе Украины – это нестабильность и несогласованность налогового законодательства. На протяжении долгих лет в Украине действовало множество нормативно-правовых актов, сотни законов и подзаконных актов, которые только усложняли налоговый механизм, не выполняя при этом своего главного предназначения – регулирования налоговых отношений.

Налоговая политика как составляющая финансово-экономической политики объединяет деятельность государственных органов в сфере установления, правовой регламентации и организации сбора налогов и налоговых платежей в централизованные фонды денежных ресурсов государства. Их содержание и цель обусловлены социально-экономическим строем общества, стратегическими целями, определяющими развитие национальной экономики, социальными группами, которые находятся во власти и международными обязательствами государства в сфере государственных финансов. При разработке налоговой политики следует учитывать интересы всех сторон налоговых отношений. С одной стороны, это направленность субъектов экономики к минимизации налоговых платежей, а с другой – интересы государства, которые указывают на необходимость полной реализации своих функций. Эффективно оптимальное соотношение интересов государства, налогоплательщиков и граждан достигается при научном совпадении критериев фискальной достаточности, экономической эффективности и социальной справедливости. На современной стадии развития трансформационных процессов в государстве налоговая политика должна обеспечивать экономический рост, способствовать созданию условий для регулирования хозяйства и сдерживания неровностей в уровнях доходов населения.

Главными недостатками налоговой политики в Украине являются: нестабильность и несовместимость налогового законодательства; неравномерное распределение налоговой нагрузки на физических и юридических лиц; нерациональная система налоговых льгот; недостаточная фискальная эффективность налоговой системы; сложность системы администрирования налогов.

Важной остается проблема администрирования налогов и сборов. Неэффективная и излишне затратная для государства и бизнеса система администрирования налогов и сборов не может обеспечить полноценное наполнение государственного бюджета при соблюдении консенсуса между государством в лице налоговых органов и налоговых плательщиков. Через значительный объем бюджетных потерь от оптимизации налоговых обязательств налоговая служба вводит дополнительные меры и ограничения, под действие которых часто попадают добросовестные налоговые провайдеры. Показательна ситуация с введением Единого реестра налоговых накладных, который осложнил подготовку налоговой отчетности для плательщиков НДС, хотя был введен для борьбы с недобросовестными налогоплательщиками. Кроме этого, до принятия Налогового кодекса действовало 115 форм налоговой отчетности и 75 приложений, теперь в Украине определено всего 74 формы налоговой отчетности, но при этом существует 121 дополнение к ним [6].

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА;**

Исследования доказывают целесообразность научного подхода к развитию налогового менеджмента на региональном уровне Украины, который заключается в формировании системы механизмов управления налоговым процессом, направленной на стабильное увеличение налоговых поступлений бюджета, формирование привлекательного климата инвестиционной и инновационной деятельности в регионе; что включает прогнозирование и планирование налоговых поступлений в

сводный бюджет области, налоговое регулирование социально-экономического развития региона, анализ налогообложения и налоговой нагрузки в регионе, налоговый учет, контроль исполнения законодательства о налогах и сборах, организацию налогового процесса.

Этот подход учитывает противоречия государственного управления налогообложением в регионе:

- между интересами государства и региона в области налогов и налогообложения;
- фискальными и регулирующими направлениями государственной налоговой политики в регионе;
- налоговыми полномочиями государственных и местных органов власти;
- социально-экономическим и налоговым потенциалом региона;
- интересами субъектов налогообложения и фискальных органов;
- механизмами реализации налоговой политики и социально-экономической политики;
- требованиями общества по стабильности налогового законодательства и оперативности его реагирования на изменения в экономической деятельности, социальной сфере, международной торговле с целью усиления влияния, направленного на экономический рост,

Указанные противоречия позволили сделать вывод: о характере действующей налоговой системы, который демотивирует; о недооценке регулирующего направления государственной налоговой политики; о дестимулировании региональных органов государственного управления и местного самоуправления проявлять активность в налоговой сфере; об отсутствии у них собственных налоговых инструментов, позволяющих повысить уровень социально-экономической результативности государственной налоговой политики в регионе. Это является предпосылками изменения бюрократической парадигмы на менеджериальную, развития регионального налогового менеджмента.

Для сглаживания выявленных противоречий необходимо обеспечить внедрение регионального налогового менеджмента, который основан на соотношении стратегических целей и тактических задач с принципами, функциями, методами, согласуется с направлениями, институтами, предусматривает оценку результативности его реализации, детализирует Основные направления бюджетной политики [5]. Среди направлений развития регионального налогового менеджмента следует выделить:

- фискальный – повышение налоговых поступлений сводного бюджета области: налогообложение природных ресурсов, акцизное налогообложение, транспортных средств, прибыли предприятий, земельных участков, недвижимости, сокращение неэффективных налоговых льгот;
- регулирующий – налоговое стимулирование: поддержка инвестиций, развитие человеческого капитала, обрабатывающих производств, малого и среднего бизнеса, взаимосогласованных процедур в налоговых отношениях; налоговое дестимулирование: повышение мер ответственности за нарушение законодательства о налогах и сборах.

Учитывая условия и состояние развития экономики Украины, следует отметить, что решение проблем налоговой политики должно происходить по следующим направлениям.

Во-первых, совершенствование законодательного обеспечения системы налогообложения путем уточнения отдельных положений Налогового кодекса Украины, целью которого является повышение ответственности всех субъектов налоговых правоотношений за несоблюдение норм и положений законодательства.

Во-вторых, обеспечение равномерного распределения налоговой нагрузки, которое можно достичь с помощью дополнительной дифференциации ставок налога на доходы физических лиц в соответствии с полученными доходами, дифференциации ставок налога на прибыль в зависимости от вида деятельности предприятия, регрессионного налогового учета отраслей, которые способствуют развитию научно-технических разработок.

В-третьих, пересмотр существующих льгот, предусмотренных для налогоплательщиков и сохранения их только в промышленности и сельскохозяйственном производстве, социальной сфере, для инвалидов и общественных организаций инвалидов.

## **ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Проведенное исследование приводит к выводу, что эффективное функционирование государственного налогового менеджмента в условиях рынка требует системного подхода к установлению правил игры в сфере налогообложения для всех участников рыночных отношений и гармоничного сочетания объективных и субъективных процессов в сфере налогообложения. Это обеспечит приближение и оптимальное сочетание фискальных целей государства с целями развития субъектов хозяйствования - налогоплательщиков.

Среди направлений решения существующих противоречий:

- совершенствование институциональной среды налогообложения, благоприятной для реализации принципа равенства всех плательщиков перед законом;
- ответственное отношение плательщиков к выполнению своих налоговых обязательств;
- установление четких правил регулирования взаимных обязательств государства и налогоплательщиков, действенного контроля над их соблюдением;
- доработка механизма внедрения законодательных актов по налогообложению, определение оптимальных ставок налогообложения, повышение либерализации отчетности.

Внедрение предоставленных рекомендаций по развитию регионального налогового менеджмента будет способствовать росту фискальной производительности налогов, устранению недостатков налоговой системы, повышению эффективности государственной политики Украины в сфере налогообложения.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Конституция Украины: Закон Украины от 28.06.1996 № 254к / 96-ВР [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> - Название с экрана..
2. О местном самоуправлении в Украине: Закон Украины от 21.05.1997 № 280/97-ВР [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/page5>. - Название с экрана.
3. О местных государственных администрациях: Закон Украины от 6 апреля 1999 № 586-хив [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/586-14>. - Название с экрана.
4. О Стратегии устойчивого развития «Украина - 2020»: Указ Президента Украины от 12.01.2015 № 5/2015 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. - Название с экрана.
5. Об Основных направлениях бюджетной политики на 2018-2020 годы Проект 2017 Постановление Верховной Рады Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/DH53300A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DH53300A.html)
6. Налоговый Кодекс Украины. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sfs.gov.ua/nk/spisok1/>

# ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

**Вероника Ковальчук**, Украина,

доктор наук государственного управления, доцент, заведующая кафедрой менеджмента и социально-гуманитарных дисциплин, Харьковский учебно-научный институт Государственного высшего учебного заведения «Университет банковского дела», [covveron@ukr.net](mailto:covveron@ukr.net)

## АННОТАЦИЯ

Рассмотрены вопросы неравномерности регионального развития и уровня жизни населения. Цель статьи – теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование действующей системы стратегического планирования. Предложено распределение цикла стратегического планирования социально-экономического развития региона на определенные стадии, что позволит структурировать процесс формирования и реализации региональных стратегий развития.

Ключевые слова: государственная региональная политика, органы власти, развитие территорий, региональная стратегия развития, стратегическое планирование.

## ABSTRACT

The issues of uneven regional development and living standards of the population are considered. The purpose of the article is a theoretical justification and development of practical recommendations aimed at improving the current system of strategic planning. The distribution of the strategic planning cycle of the socio-economic development of the region at certain stages is proposed, which will structure the process of formation and implementation of regional development strategies.

Key words: authorities, regional development strategy, state regional policy, strategic planning, territorial development,

## ВВЕДЕНИЕ

Неравномерность регионального развития и уровня жизни населения – предпосылка социального напряжения в обществе, которая угрожает территориальной целостности страны, сдерживает динамику социально-экономических показателей, замедляет рыночные преобразования, снижает их эффективность. В связи с этим государственная региональная политика Украины должна быть направлена на создание условий для повышения конкурентоспособности регионов как основы их динамичного развития и устранения значительных межрегиональных диспропорций.

В настоящее время развитие регионов Украины тормозит наличие системных асимметрий. Задача украинского государства заключается в выравнивании базовых условий для жизнедеятельности человека во всех регионах, однако каждый регион должен сам найти и задействовать собственные конкурентные преимущества.

Проблемой является несоответствие между нормативно утвержденным перечнем прогнозных и программных документов и новыми требованиями, предъявляемыми на современном этапе развития экономики Украины по усилению способности правительства эффективно осуществлять экономическую и социальную политику. Недостатки действующей системы стратегического планирования требуют ее совершенствования и постоянного обновления. Именно поэтому весьма актуальным является решение ряда задач, связанных с процессами формирования стратегий развития территорий.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование действующей системы стратегического планирования.

В исследовании использованы научные методы: логико-семантический – для углубления понятийного аппарата при определении основных составляющих элементов системы стратегического планирования региона, абстрактно-логический – для формулирования выводов и предложений по конкретным направлениям; системно-аналитический – для анализа законодательных актов, комплексного исследования региона как сложной социально-экономической системы, механизмов государственного управления ее развитием.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Основываясь на опыте зарубежных стран по постепенной децентрализации государственной власти, можно утверждать, что в Украине имеет место передача все большей части государственных функций, в том числе и в области планирования, регионам. Региональное планирование имеет много общего с макроэкономическим планированием и одновременно отличается от него. Особенности обусловлены компетенцией региональных органов власти, определяются статусом региона в вертикали государственной власти: имеют собственную сферу полномочий в рамках административной автономии; подчинены центральным органам власти как проводникам их политики; находятся в процессе перехода к административной автономии.

Таким образом, компетенция региональных органов власти выступает своеобразным ограничением в процессе регионального планирования.

Планирование социально-экономического развития региона как непрерывный процесс приобретает характер стратегического, результатом которого является стратегический план развития региона, аккумулирующий деятельность всех участников процесса управления региональным развитием, в том числе экономических агентов и общественности. Поэтому целесообразно создавать специальную рабочую группу, организующую проведение всех стадий разработки стратегического плана при широком обсуждении общественностью. В ходе открытых обсуждений прорабатываются предложения по его приоритетам и критериям.

Стратегический план социально-экономического развития региона имеет следующие основные характеристики:

- в плане определяются сильные и слабые стороны региона, усилия объекта планирования направляются на развитие конкурентных преимуществ региона и, прежде всего, на создание лучших условий жизни и ведения бизнеса;

- план содержит идеи и принципы, ориентирующие производителей товаров и услуг, инвесторов, администрацию и население на видение будущего развития региона;

- план создается в результате партнерского взаимодействия всех региональных сил, он должен быть своеобразным согласованием специфических мер стратегического характера, которые важны как для производства, так и для жителей региона;

- по всем направлениям осуществления стратегии развития региона должны быть определены подцели, механизмы их достижения, предполагаемый эффект, способы контроля и мониторинга.

Главный вопрос, на который отвечает стратегический план регионального развития: как повысить уровень благосостояния жителей и заложить прочные основы для его улучшения в будущем.



## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА;

Результаты проведенных исследований позволяют распределить цикл стратегического планирования социально-экономического развития региона на определенные стадии:

Стадия 1. Определение целей развития. Различают общую цель развития (так называемую миссию) и конкретные цели и задачи, вытекающие из нее. Изложение миссии обеспечивает основу для определения общего направления деятельности субъекта планирования, то, на чем должны сосредотачивать свое внимание руководители региона. Миссия не только воспроизводит имидж, который хочет обеспечить руководство для региона и отражает представления руководства о самих себе, но определяет основные продукты и услуги, предоставляемые населению, выявляет основные проблемы, которые должны быть решены. Стратегические цели должны характеризовать необходимое состояние развития региона на определенные моменты будущего времени, быть четкими и относительно короткими. Их содержательная конкретизация позволяет осуществить иерархическое построение «дерева целей».

Стадия 2. Анализ внешней среды региона. Анализируются ключевые социально-экономические параметры внешней среды, проводится сравнительный анализ экономического развития региона. Анализ также позволяет выявить характеристики внешней среды региона, которые будут иметь благоприятное влияние на его развитие и угрозы или потенциальные риски для развития.

Стадия 3. Определение сильных и слабых сторон развития региона. Осуществляется анализ конкурентоспособности региона, при этом обращается внимание на следующие аспекты:

1. Экспортный потенциал; развитие науки и техники; инновационную активность; развитие информационной и телекоммуникационной индустрии.

2. Место региона в национальной экономике; межрегиональные связи; макроэкономические показатели.

3. Демографическая ситуация; социальные показатели; использование природных ресурсов; структура экономики; культурное наследие; экологические условия.

В результате анализа конкурентоспособности региона необходимо выделить основные внутренние преимущества и недостатки региона.

Стадия 4. Использование и создание местных преимуществ: рассмотрение возможности использования преимуществ региона; оценка результатов реализации предыдущих программ социально-экономического развития региона; определение причин успехов и неудач предыдущих программ; уточнение внутренних факторов регионального развития, за счет которых может быть достигнутый экономический рост.

Стадия 5. Разработка концепции и стратегии развития: формулирование конечных выводов о целях социально-экономического развития региона, факторах, механизмах и методах управления этим развитием. Концепция включает выявление приоритетных направлений развития региона, анализ ресурсов, а также конкурентные преимущества данного региона, альтернативные варианты стратегии, их сравнительную оценку, выбор оптимального варианта и его доработки с учетом положительных моментов, присущих другим вариантам.

Стадия 6. Разработка плана конкретных действий в направлении реализации стратегии. На основе сформированных концепции и стратегии социально-экономического развития разрабатывается план конкретных действий.

Стадия 7. Анализ эффективности и результативности, корректировка целей и методов их достижения. Стратегическое планирование развития региона предполагает не только наличие рабочей программы действий, но и постоянный мониторинг социально-экономического состояния региона, сравнение данных мониторинга с целями и критериями регионального развития, оценку эффективности и результативности проведенных мероприятий.

Региональная стратегия является стратегическим планом развития региона, определяет цели, задачи, приоритеты, направление устойчивого экономического и социального развития территории на краткосрочный (4-6 лет) и долгосрочный (10-15 лет) периоды.

С учетом общегосударственных приоритетов, оценки конкурентных преимуществ, ограничений, угроз и проблем развития каждого региона в стратегии определяются первоочередные приоритетные задачи его развития, скоординированные действия центральных и местных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, направленные на реализацию определенных задач, и критерии их решения.

## **ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

В ходе исследования установлено, что региональные стратегии развития, которые разрабатываются, исходя из компетенции региональных органов власти, не должны идти в разрез со стратегиями регионального развития, принятыми на государственном уровне.

Региональные органы власти имеют достаточное количество рычагов контроля над разработкой и реализацией стратегий социально-экономического развития региона, который находится в их юрисдикции. Законодательство Украины четко определяет субъектов, отвечающих за разработку и реализацию стратегий социально-экономического развития региона на подведомственных территориях, компетенции и полномочия местных государственных администраций сельских, поселковых, районных и областных советов в сфере утверждения и контроля над выполнением программ социально-экономического и культурного развития административно-территориальных единиц [4, 3].

Предложенное распределение цикла стратегического планирования социально-экономического развития региона на определенные стадии позволяет структурировать процесс формирования и реализации региональных стратегий развития, которые являются основой для разработки: среднесрочных и ежегодных программ экономического и социального развития регионов, соответствующих соглашений между Кабинетом Министров Украина и областными советами.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Конституция Украины: Закон Украины от 28.06.1996 № 254к / 96-ВР [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> - Название с экрана ..

2. О добровольном объединении территориальных общин Закон Украины от 05.02.2015 № 157-VIII [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/157-19> - Название с экрана.

3. О местном самоуправлении в Украине: Закон Украины от 21.05.1997 № 280/97-ВР [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80/page5>. - Название с экрана.

4. О местных государственных администрациях: Закон Украины от 6 апреля 1999 № 586-хив [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/586-14>. - Название с экрана.

5. О стимулировании развития регионов: Закон Украины от 08.09.2005 № 2850-IV [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2850-15> - Название с экрана.

6. О Концепции государственной региональной политики: указ Президента Украины от 25.05.2001 № 341/2001 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/341/2001>. - Название с экрана.

7. О Стратегии устойчивого развития «Украина - 2020»: Указ Президента Украины от 12.01.2015 № 5/2015 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. - Название с экрана.

8. Об утверждении Государственной стратегии регионального развития на период до 2020 года: постановление Кабинета Министров Украины от 06.08.2014 № 385 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/en/385-2014-%D0%BF> - Название с экрана.

9. Об утверждении Порядка разработки региональных стратегий развития и планов мероприятий по их реализации, а также проведения мониторинга и оценки результативности реализации указанных региональных стратегий и планов мероприятий: постановление Кабинета Министров Украины от 11.11.2015 №932 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/932-2015-%D0%BF>. - Название с экрана.

# АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Гульсара Дюсембекова, Казахстан  
доктор PhD, ассоц. профессор, Павлодарский государственный университет  
имени С. Торайгырова

Дана Бекниязова, Казахстан  
доктор PhD, ассоц. профессор, Инновационный Евразийский университет

## АННОТАЦИЯ

В статье проведен анализ особенностей государственной системы поддержки инновационной деятельности в Республике Казахстан. Представлены основные показатели инновационной активности предприятий в Республике Казахстан за последние годы. Проведен расчет эффективности инновационной деятельности предприятий, а также анализ факторов, препятствующих инновационной деятельности организаций в Республике Казахстан, и возможные пути их преодоления.

**Ключевые слова:** инновационная активность, валовый внутренний продукт, коммерциализация технологий, инновационная продукция, технологические инновации

## ABSTRACT

In the article it is analyzed the features of the state system of innovative support in the Republic of Kazakhstan. The main indicators of innovative activity of enterprises in the Republic of Kazakhstan in recent years are presented. Calculation of efficiency of innovative activity of the enterprises, and also the analysis of the factors interfering innovative activity of the organizations in the Republic of Kazakhstan, and possible ways of their overcoming is carried out.

**Keywords:** innovative activity, gross domestic product, commercialization of technologies, innovative product, technological innovations

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Одним из основных слагаемых в инновационной экономике является активное развитие инновационной деятельности. Согласно данным ООН, в настоящее время Республика Казахстан не включена даже в двадцать высокотехнологичных стран мира [1]. Одна из главных проблем сегодня в инновационном развитии Казахстана - незавершенность проводимых научных исследований, отрыв их от производства. У проводимых опытно-конструкторских разработок нет продолжения в форме коммерциализации, их внедрения в производство [2]. Поэтому для преодоления сложившихся тенденций в инновационном развитии страны, необходимо проведение анализа инновационной активности предприятий в Республике Казахстан за последние годы, а также эффективности их инновационной деятельности, способствующее выявлению проблемных мест и возможному формированию путей их преодоления, а также развитию селективной научно-технической и инновационной составляющей страны.

## VARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSE. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Общая технологическая и техническая отсталость предприятий, сырьевая направленность экспорта, отсутствие эффективной связи науки и производства являются в определенной мере угрозой для экономической безопасности республики. Также нужно заметить, что отрасли, которые преобладают в экономике Казахстана, имеют продолжительный жизненный цикл в применяемых технологиях, достаточно стабильный ассортимент продукции, низкие темпы обновления продукции. Данные отрасли могут быть отнесены, тем самым, к малотехнологичной или среднетехнологической отраслям. В высокотехнологичной отрасли, в свою очередь, можно наблюдать повышенную склонность к инновациям. Чем больше в экономике представлены наукоемкие отрасли, тем больше развиты в экономике инновационные процессы. В связи с этим рассмотрим основные показатели инновационной активности предприятий в Республике Казахстан за 2014-2018 годы, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Основные показатели инновационной активности предприятий в Республике Казахстан за 2014-2018 годы

| Показатели                                                               | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Количество респондентов, всего                                           | 24068 | 31784 | 31077 | 30854 | 30501 |
| из них имеющих инновации                                                 | 1940  | 2585  | 2879  | 2974  | 3230  |
| уровень активности в области инноваций, %                                | 8,1   | 8,1   | 9,3   | 9,6   | 10,6  |
| не имеющие инновации                                                     | 22128 | 29199 | 28198 | 27880 | 27271 |
| уровень пассивности в области инноваций, %                               | 91,9  | 91,9  | 90,7  | 90,4  | 89,4  |
| доля инновационной продукции в ВВП, %                                    | 1,46  | 0,92  | 0,95  | 1,55  | 1,91  |
| доля внутренних затрат на НИОКР в ВВП, %                                 | 0,17  | 0,17  | 0,14  | 0,13  | 0,12  |
| Примечание – Составлено авторами по данным Комитета РК по статистике [3] |       |       |       |       |       |

Согласно данным таблицы, в республике инновационно-активными предприятиями в 2018 году были признаны 10,6% предприятий. При этом, доля инновационного продукта в 2018 году составила 1,91% валового внутреннего продукта (ВВП), внутренние затраты на НИОКР составили 0,12% ВВП (в развитых странах – свыше 3% ВВП).

Основными факторами, препятствующими инновационной активности организаций Казахстане, можно назвать:

- высокая стоимость инноваций;
- недостаточное количество собственных денежных средств;
- неприемлемые условия кредитования и инвестирования;
- не в полной мере достаточная платежеспособность у заказчиков;
- невысокая со стороны государства финансовая поддержка [4].

При этом, также имеется проблема недостаточности профессиональных кадров, которую можно наблюдать на множестве предприятий в стране, и тяжелое финансовое состояние не предоставляет им возможность эту проблему решать.

Затраты на подготовку и обучение кадров, маркетинговые исследования в общем объеме инновационных расходов остаются на низком уровне – 1,1% в 2018 году. Это свидетельствует о значительном числе предприятий, ориентирующихся на выпуск продукта, продажа которого не

требует каких-либо специальных расходов на проведение рекламы, продвижение новой продукции на рынок [5]. В связи с этим, необходима поддержка государством инновационного предпринимательства, которая должна способствовать преодолению субъектами инновационной деятельности имеющихся барьеров организации, коммуникации, компетенции.

Анализ структуры расходов на науку и технологии показывает относительно высокий уровень затрат на прикладные науки (59,4% от общей суммы расходов в 2018 году), с гораздо более низким уровнем финансирования на конечную стадию разработки (проектно-конструкторская деятельность – 24,9%). В развитых странах данные показатели находятся на уровне 25-30%, при этом, около 55-60% всех финансовых ресурсов направлены на последнюю стадию разработки и коммерциализации [6,7].

Рассматривая внутренние затраты на технологические инновации, можно отметить тенденцию к их ежегодному постепенному увеличению (исключение – 2016 год). В 2018 году объем затрат составил 72224,6 млн. тенге, что на 8,86% выше уровня 2014 года (таблица 2).

Рост затрат в указанном периоде связан с активизацией процессов индустриализации в республике, модернизацией предприятий, принятием ряда программ в сфере индустриально-инновационного развития, в рамках которых большое внимание уделяется поддержке развития отечественных инноваций.

Таблица 2 - Анализ эффективности инновационной деятельности предприятий в Республике Казахстан за 2014-2018 годы

| Показатели                                                               | 2014     | 2015     | 2016     | 2017     | 2018      |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Объемы производства инновационной продукции, млн. тенге                  | 580386,0 | 377196,7 | 445775,7 | 844734,9 | 1179150,2 |
| Число инновационно-активных предприятий                                  | 1940     | 2585     | 2879     | 2974     | 3230      |
| Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, чел.      | 25793    | 24735    | 22985    | 22081    | 22378     |
| Внутренние затраты на НИОКР, млн. тенге                                  | 66347,6  | 69302,9  | 66600,1  | 68884,2  | 72224,6   |
| Объем продукции на одно инновационно-активное предприятие, млн. тенге    | 299,2    | 145,9    | 154,8    | 284,0    | 365,1     |
| Объем инновационной продукции в расчете на одного занятого, млн. тенге   | 22,5     | 15,2     | 19,4     | 38,3     | 52,7      |
| Эффективность затрат на инновации                                        | 8,7      | 5,4      | 6,7      | 12,3     | 16,3      |
| Примечание – Составлено авторами по данным Комитета РК по статистике [3] |          |          |          |          |           |

Для анализа производительности труда, авторами рассчитан дополнительно объем продукции, приходящейся на одно инновационно-активное предприятие и объем инновационной продукции в расчете на одного занятого.

Исходя из данных таблицы, в 2018 году объем продукции на одно инновационно-активное предприятие достиг своего максимального значения – 365,1 млн. тенге. В 2015-2016 годах данный показатель ниже показателя 2018 года на 219,2 млн. тенге и 210,3 млн. тенге, соответственно, что связано с инфляционными процессами в стране. Увеличивался постепенно и объем инновационной продукции в расчете на одного занятого, начиная с 2015 года, что свидетельствует о повышении

производительности труда.

Согласно анализу, значимыми источниками финансирования науки в Казахстане являются бюджетные средства (52,2% в 2018 году) и собственные средства предприятий (40,9% в 2018 году). При этом, доля собственных средств предприятий в общем объеме финансирования увеличивается с 2014 года по 2018 год. Так, в 2018 году доля собственных средств предприятий в общем объеме финансирования составила 40,9% (в 2014 году – 28,9%) и составила 28187,6 млн. тенге. Бюджетные средства, в свою очередь, уменьшаются с 2014 по 2018 годы на 11,4% (в 2014 году -63,6%). В совокупности два источника – бюджетное финансирование и собственные средства предприятий в 2018 году финансировали 93,1% всех затрат на технологические инновации (в 2014 году - около 92,6%). На средства иностранных источников приходилось лишь около 1% за 2014-2018 годы.

Без наличия спроса на инновации, вероятностный успех многих программ передачи технологий остается невысоким [8,9]. В этом случае достаточно существенной может являться государственная политика (путем целевых программ через государственные заказы, задания), которая направлена на выработку стимулов у компаний инвестировать в инновации за счет их собственных лабораторий, или путем заказов научно-исследовательским организациям. Кроме того, нужно продолжать совершенствовать систему управления сферой науки путем концентрации денежных ресурсов с целью формирования научно-технического, кадрового потенциала в приоритетных направлениях науки. Прежде всего, финансирование нужд для эффективного развития реального сектора экономики, особенно тех отраслей, которые уже имеют конкурентоспособные результаты в Казахстане.

Также нужно заметить, что темпы финансовых вложений в НИОКР должны быть совместимыми с темпами развития человеческих ресурсов, способные эффективно использовать вложенные инвестиции [10]. Кроме того, нужно создавать условия для проведения трансферта и коммерциализации результатов научных исследований и введения их в оборот.

В настоящее время в Казахстане нужно определять новые направления для экономического развития. С целью увеличения конкурентоспособности на мировом рынке необходимо активно развивать высокотехнологичные отрасли, формировать действенную национальную инновационную систему, без которой невозможна инновационная экономика.

## **KOPSAVILKUMS. PEZIOME. SUMMARY**

Переход экономики Казахстана на инновационный путь развития возможен только благодаря ускоренному технологическому развитию реального сектора экономики, что возможно благодаря выработке стимулов у отечественных предприятий осуществления инновационной деятельности. При этом немаловажную роль играет государственная инновационная политика, способствующая выявлению наиболее проблемных мест и возможному формированию селективной научно-технической и инновационной составляющей, ориентированной на реализацию обоснованно выбранных приоритетов.

## **LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES**

1. Исекешев А. Реализация инновационных проектов пойдет с подачи бизнеса // Казахстанская правда, 31 августа 2019. – С. 7.
2. Бижанова Д.Е. Макроэкономический анализ инновационного развития Казахстана // Саясат-Policy, 2017. - № 3. - С. 27.
3. Официальный Интернет-ресурс Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан URL: [http:// www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz), ресурс просмотрен 16.11.2019.

4. Тулекбаев Е.Т. Построение национальной инновационной системы в Казахстане // Инновации, 2017. - № 8(106). - С. 28-34.
5. Днишев Ф. Особенности технологической политики на этапе перехода к экономическому росту // Экономика и статистика, 2012. - №1.- С. 9.
6. Lundwall В.А., Gregersen В., Johnson В., Lorenz E. Innovation systems and economic development // 9na. Conferencia International Globelics. – Buenos Aires, 2016. – P. 11-12.
7. Boons F. and Lüdeke-Freund F. Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda // Journal of Cleaner Production, 2013. – №3. – P. 9-19.
8. Бетекбаев А.А. Финансирование инновационных предприятий и проектов в технопарках // Доклад на Международной конференции «Методы внешнего финансирования новых инновационных предприятий». – Астана - 2014. – С. 15-16.
9. Blazenko G. W., Pavlov A.D., Eddy-Sumeke F. New venture start-ups and technological innovation // International Journal of Managerial Finance, 2012. - №8(1). – P. 35-38.
10. Technology and innovation report 2018. Harnessing Frontier Technologies for Sustainable Development. Switzerland: United Nations Publication UNCTAD, 2018. - 134 p. – URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tir2018\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tir2018_en.pdf), ресурс просмотрен 27.10.2019.



# АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА И РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ КАК РАБОТОДАТЕЛЯ ( на примере ООО «Kromberg&Schubert»)

Ульяна Климчук, Украина

Балтийская Международная академия,

Профессиональная магистерская программа “Управление человеческими ресурсами”

*[tofanyana@gmail.com](mailto:tofanyana@gmail.com)*

Д-р экон.наук, асоц. проф. в области «Маркетинг»-Татьяна В. Голубкова

## АННОТАЦИЯ

Статья описывает разработку организационно-методических и научно-практических рекомендаций по формированию повышения привлекательности компании-работодателя на рынке труда для привлечения потенциальных работников. Части статьи объясняют теоретические подходы к исследованию и формированию привлекательности компании на рынке труда, как элемента структуры имиджа организации, входящему в объект системы управления маркетингом персонала. Подробно рассмотрен процесс формирования привлекательности компании на рынке труда, который охватывает все без исключения функции системы управления персоналом, и определена принадлежность функций системы управления персоналом, реализуемых в каждом направлении работы. Обоснована структура имиджа организации на рынке труда с помощью группирования характеристик предложения компании-работодателя методами кластерного анализа и экспертных оценок, где к основным составляющим этой структуры отнесены: общие характеристики бизнеса, система и стиль управления, тип корпоративной культуры и социально-психологический климат, кадровая политика, условия труда, содержание работы, уровень социальной ответственности компании.

**Ключевые слова:** имидж, рынок труда, управление персоналом, компания–работодатель, человеческие ресурсы.

## ABSTRACT

The article describes the development of organizational, methodological and scientific and practical recommendations on how to increase the attractiveness of an employer company in the labor market to attract potential employees. Parts of the article explain the theoretical approaches to the study and formation of the attractiveness of a company in the labor market, as an element of the organization's image structure, which is part of the personnel marketing management system. The process of formation of the company's attractiveness in the labor market, which covers all functions of the personnel management system, without exception, was examined in detail, and the membership of the functions of the personnel management system implemented in each direction of work was determined. The structure of the organization's image on the labor market is justified by grouping the characteristics of the employer's offer using cluster analysis methods and expert evaluations, where the main components of this structure are: general business characteristics, management system and style, type of corporate culture and socio-psychological climate, personnel policy, working conditions, content of work, level of social responsibility of the company.

**Key words:** employer company, human resources, image, labor market, personnel management.

## **ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS.**

Проблема исследования – одной из наиболее актуальных задач для современного предприятия является долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами. Привлечение персонала – отдельный бизнес-процесс, построенный на принципах маркетинга. Актуальным становится не просто имиджевый аспект в исследовании компании как работодателя, а проблема оптимального управления привлечением персонала посредством ее привлекательности [1]. В данном докладе рассматриваются современные аспекты теории формирования привлекательности компании-работодателя на рынке труда; проанализировано факторы, влияющие на формирование привлекательности компании на рынке труда; количественные и качественные подходы к совершенствованию организации управления привлекательности компании и его отдельными элементами. Также использовались методы маркетинговых исследований (анкетирование, экспертные оценки) и методы обработки результатов опроса респондентов.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS.**

Важнейшим элементом процесса формирования привлекательности компании на рынке труда является проведение его оценки. Методика оценки привлекательности компании на рынке труда на основе индикаторного и балльного подходов позволяет решить проблемы сложности выделения знаний об объекте от его образа, неспособности или неготовности соискателя дать оценку и сформулировать свое отношение к организации как работодателю, а также дает возможность адекватно интерпретировать результаты оценки привлекательности компании на рынке труда. Это достигается путем расчета интегрального показателя формирования привлекательности компании на рынке труда и комплексного показателя результативности коммуникации, которые используются для принятия последующих решений при выборе приоритетных направлений в процессе формирования привлекательности компании на рынке труда [2].

Процесс формирования привлекательности компании на рынке труда связан не только с использованием инструментов, доступных организации – кадровых преобразований и PR-инструментов. Существенное воздействие на формирование привлекательности компании-работодателя оказывают работники, которые раньше работали на предприятии. Поэтому важно, чтобы продвигаемый организацией образ, мнения бывших работников и персонала, работающего в компании в настоящее время, не противоречили друг другу, а подтверждали позитивные представления об компании, поскольку несоответствие создаваемого внешнего образа внутреннему содержанию может навредить предприятию больше, чем отсутствие имиджа вообще [3].

К существенным внешним факторам формирования привлекательности компании на рынке труда относятся факторы, определяющие состояние рынка труда. В свою очередь состояние рынка труда определяют факторы внешней маркетинговой среды (политическая среда, общеэкономическая среда и состояние отрасли деятельности, правовая среда, технологическая среда, информационная среда). Другим внешним по отношению к организации-работодателю фактором являются индивидуальные характеристики потенциальных работников – специфические черты, присущие каждому потенциальному работнику, оказывающие влияние на формирования у него предпочтений, потребностей, возможностей, желаний и на восприятие информации о работодателе.

## ВЫВОДЫ. SECINĀJUMI. CONCLUSIONS.

Таким образом, причиной низкого уровня формирования привлекательности компании может быть как неудовлетворительное качество характеристик, так и неудовлетворительно формирование и проведенные коммуникационные мероприятия. Для корректного установления причин низких значений показателя формирования привлекательности предложен алгоритм, из двух причин:

1. Предлагаемое качество характеристик привлекательности компании-работодателя не соответствует ожиданиям соискателей.

2. Неверно сформирован комплекс коммуникаций.

Для решения первой причины:

- изменить качество предложения рабочего места;
- изменить требования к целевой аудитории.

Для решения второй причины:

- совершенствовать продвижение привлекательности компании на рынке труда.

В результате исследования был установлен перечень характеристик, необходимых для повышения привлекательности компании как работодателя:

- возможности профессионального развития и карьерного роста;
- высокие компенсации и хороший соц пакет;
- известность и стабильность компании;
- система и стиль управления;
- поддержание корпоративных ценностей;
- место расположения организации;
- сложность решаемых задач.

Также, был разработан перечень доступных соискателям источников информации, позволяющих составить представление об компании-работодателе, в который вошли:

- официальный сайт организации;
- собеседование с представителем компании-работодателя;
- сведения, предоставляемые кадровыми агентствами;
- специализированные выставки и конференции;
- отзывы работников (клиентов, партнеров) на форумах и блогах;
- отраслевые сайты;
- впечатления от общения с работниками организаций-партнеров;
- СМИ (газеты, журналы, телевидение);
- мнения друзей и знакомых.

В результате проведенного исследования были сформированы значимые для потенциальных работников характеристики и установлены наиболее часто используемые источники информации, причем перечень их различается в зависимости от исследуемого региона. Это свидетельствует о том, что разработанная методика позволяет учитывать конкретное состояние рынка труда региона.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS.

1. Алексеева Л.А. Методика оценки имиджа работодателя // КАДРОВИК. №4 / 2010 /ИД «Панорама». – М., 2010. С-4-6
2. Анализ рынка труда собственными силами [Электронный ресурс]. URL: <http://hr-portal.ru/article/analiz-rynka-truda-sobstvennymi-silami>
3. Блинов А.О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности / А. О. Блинов, В. Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. - 2003. - №4. - С. 35-44

4. Томилова М.В. Модель имиджа организации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/05.shtml>.
5. Типичные ошибки мониторинга рынка труда [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pro-personal.ru/article/533721-tipichnye-oshibki-monitoringa-rynka-truda>
6. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала. – М.: ГроссМедиа, 2002. – 310 с.

# СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ, СИТУАЦИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ

**Rakhmatulla Kutbiddinov, Латвия,**

BSA, Профессиональная магистерская программа

«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование» [rqtbidinov@gmail.com](mailto:rqtbidinov@gmail.com)

доц.,dr.sc.ing; Vjačeslavs Žilinskis

## ANOTĀCIJA

Zinātnisko rakstu raksturo zinātniski teorētiskais un recenzējošais saturs. Veikta, pamatojoties uz parādību un to modeļu teorētiskiem meklējumiem un skaidrojumiem, kas veltīti zinātnisko sasniegumu analīzei noteiktā jomā pēdējos gados.

**Atslēgasvārdi:** brīvās ekonomiskās zonas (BEZ) ekonomika, investīcijas, reģiona infrastruktūra, Cilvēkresursi

## АННОТАЦИЯ

Статья носит научно-теоретический и обзорный характер, выполнена на основе теоретического поиска и объяснения явлений и их закономерностей, посвященных анализу научных достижений в определенной области за последние несколько лет.

## ANNOTATION

A scientific article is described by a scientific-theoretical and review character. Performed on the basis of a theoretical search and explanation of the phenomena and their patterns, devoted to the analysis of scientific achievements in a certain field over the past few years.

## СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ (СЭЗ), ЭКОНОМИКА, ИНВЕСТИЦИИ, ИНФРАСТРУКТУРА РЕГИОНА. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ

### ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVĀDS

“Любая страна, которая не имела СЭЗ десять лет назад, сегодня ее имеет или собирается создать”, - утверждает эксперт Всемирного банка Томас Фарол.<sup>12</sup>

Особые зоны, по мнению экономистов, создают дисбаланс внутри экономик. Они требуют значительных инфраструктурных инвестиций и, разумеется, приводят к потере налоговых поступлений. Но власти верят, что появление большого количества новых рабочих мест и стремительный рост объемов торговли с лихвой компенсируют возможные минусы.

Функционирование свободных экономических зон во всех странах мира оказывает положительное влияние на экономические процессы, такие как увеличение объема производства, рост валютного оборота, рост занятости и улучшение условий жизни.

Китай сохраняет свою ведущую роль в мире в том, что он сосредоточил свое внимание на свободных экономических зонах с 1980-х годов. Сегодня в мире насчитывается более 4000 свободных

<sup>12</sup> <https://www.vestifinance.ru/articles/555211>

экономических зон (400 зон свободной торговли, большое количество научно-производственных парков, более 300 экспортно-производственных парков, около 100 специальных зон). По оценкам экспертов, порядка 30 процентов мирового товарооборота, по прогнозам, будет частью свободных экономических зон на ранних стадиях XXI века. Международные корпорации видят преимущества свободных экономических зон в своей деятельности. Например, срок самой инвестиции будет сокращен в 2-3 раза.

В целом, повышение конкурентоспособности экономики страны должно быть направлено на использование природных ресурсов и промышленного потенциала регионов и усиление экспорта. Особое значение имеет создание современных свободных экономических зон, которые являются хорошей формой привлечения иностранных инвестиций. Стоит отметить, что ряд экономических мер, которые широко используются в мировой практике и дают хорошие результаты в этом направлении.

Мировой опыт развития свободных экономических зон показывает, что любой тип СЭЗ предполагает взаимосвязь с экономическим потенциалом того государства, в котором она функционирует<sup>13</sup>.

### **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. THE MAIN THEORETICAL AND PRACTICAL CONDITIONS. GALVENIE TEORĒTISKIE UN PRAKTISKIE NOSACĪJUMI.**

В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определенных действий. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса мотивации - это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия.

Одним из главных элементов в развитии системы управления предприятием считается мотивационная модель. С учетом результатов проведенного исследования стоит отметить, что при реализации модернизации предприятия предпочтение стоит отдать многофакторной модели, обладающей необходимой степенью гибкости, с учетом внешнего воздействия. Единой мотивационной модели в практике нет, так как выбор мотивационного подхода должен подбираться отдельно для каждого предприятия, взяв во внимание деятельность организации, её цели и функции. При построении модели подобного вида должны развиваться, перестраиваться и стремиться к усовершенствованию, учитывая все возникающие замечания.

Мотивационный климат предприятия представляет собой систему экономических, технико-технологических, организационно-управленческих и социально-психологических условий деятельности, определяющих поведение личности в сфере труда. Под мотивационным климатом следует понимать наличие у персонала предприятия коллективной заинтересованности в достижении целей фирмы и согласия по поводу инструментов ее достижения, т. е., по сути дела, положительную групповую мотивацию работников, основанную на единых (или, по крайней мере, близких) ценностных установках.

Для описания культуры организации исследователи пользуются различными близкими по смыслу терминами: «управленческая культура», «производственная культура», «культура трудовых

---

<sup>13</sup> - Этапы возникновения и развития свободных экономических зон.

<https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-vozniknoveniya-i-razvitiya-svobodnyh-ekonomicheskikh-zon>

отношений», «организационная культура», «деловая культура», «предпринимательская культура», «внутренняя культура компании», «корпоративная культура», «организационный климат». И крайне важно понимать, являются ли эти термины синонимами или все-таки это разные понятия.

Рост интереса к корпоративной культуре, ставший тенденцией современного бизнеса, абсолютно не случаен. Несмотря на то, что формированию в компании корпоративной культуры и внедрению корпоративных ценностей зачастую не уделяется должного внимания, многие руководители понимают важность этих понятий, в первую очередь в контексте создания в организации эффективной системы мотивации персонала. Корпоративная культура может по праву считаться действенным инструментом мотивации персонала. Данные исследования подтверждают факт, что до 85% мотивации сотрудника зависит от стабильности компании, места в организации, возможностей карьерного роста, одобрения коллегами и руководством. Именно корпоративная культура позволяет работодателю сформировать в компании крепкий коллектив, команду сотрудников, с удовольствием делающих общее дело.

Результат реализации мотивирующей функции корпоративной культуры проявляется в степени лояльности и приверженности сотрудников организации. В связи с этим, формирование ценностного отношения сотрудников является стратегической задачей любого руководителя.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF THE STUDY, THEIR EVALUATION. RĖTĪJUMA REZULTĀTI, TO NOVĒRTĒJUMS.

“Правительство Республики Узбекистан на пути к достижению своей цели трансформации страны в развитую рыночную экономику,” – сказала г-жа Синди Малвичини, директор Постоянного представительства АБР в Узбекистане<sup>14</sup>.

В Обзоре развития Азии (ОРА) 2019, АБР прогнозирует рост внутреннего валового продукта (ВВП) в Узбекистане на 5.2% в 2019 г. и 5.5% в 2020 г., после 5.1% в 2018 г. ОРА является основной ежегодной экономической публикацией АБР.



Source: Asian Development Bank. *Asian Development Outlook 2019*

#ADO2019



<sup>14</sup> - Asian development Bank “Рост экономики Узбекистана составит 5.2% в 2019 г”. Запр 2019г.

“Полномасштабные реформы позволят создать благоприятный климат для развития в стране бизнеса, сократить неравенство, повысить производительность и достичь долгосрочного устойчивого роста.” В 2018 г. инвестиции стали основным двигателем роста, что привело к расширению валового накопления основного капитала до 18.1%, в сравнении с 7.1% в 2017 г. Увеличение инвестиций в производство, жилищное строительство, энергетику и добычу полезных ископаемых подпитывалось 36.6%-м ростом иностранных инвестиций и кредитованием основного капитала. Рост в промышленности, исключая строительство, удвоился до 10.6% в 2018 г., и был обусловлен, главным образом, увеличением доли обрабатывающей промышленности, горнодобывающей промышленности и разработкой карьеров. Строительство увеличилось на 9.9% по сравнению с 6% в 2017 г. за счет роста объема строительства жилья и производственных объектов.

В Узбекистане проводится ряд мероприятий, так за последние два года в Узбекистане создано 18 свободных экономических зон. Первые же СЭЗ были созданы в 2008—2013 годах — «Навои», «Ангрен» и «Джизак». Всего в стране функционирует 21 свободная экономическая зона, из них 9 промышленных, 7 фармацевтических, 2 сельскохозяйственные, а также туристическая, транспортно-логистическая и по производству спортивного инвентаря.

При этом количество зарегистрированных участников составляет 402, из них же свою деятельность начали всего 112 компаний. Такой разброс в количестве зарегистрированных участников и реально действующих предприятий объясняется тем, что многие СЭЗ только разворачивают свою деятельность

Какие существуют проблемы в управлении? Сложная система управления создает много проблем, в первую очередь инвесторам. Дирекции не имеют полномочий по предоставлению земель, зданий и сооружений потенциальным инвесторам. Решения принимаются административными советами и нередко затягиваются на многие месяцы. При этом совет не может принимать решения по землям, зданиям и сооружениям, которые находятся на балансе министерств и ведомств республиканского подчинения.

На Республиканском уровне существование Минэкономики и Госкоминвестиций создает путаницу: неясно, кто за что отвечает.

Кроме того, многие СЭЗ открываются без подведения инженерно-коммуникационной инфраструктуры. Многие предприятия не имеют доступа к газу, воде, электричеству.

До сих пор республиканский совет не имеет ясного юридического статуса, хотя его решения обязательны к выполнению. Возможности обжаловать эти решения нет, что приводит к снижению доверия инвесторов к государственным органам управления.

Эксперты также отметили излишнюю централизацию полномочий по управлению и координации СЭЗ.

Согласование инвестиционных проектов на сумму более 5 млн долларов затягивается на уровне министерств и ведомств. Вместо того, чтобы создавать ускоренные условия для инвесторов, готовых вкладывать большие средства, наличие многоступенчатых сложных согласований, наоборот, затягивает процесс.

В результате проведённого опроса инвесторы указали на некоторые проблемы, которые сильно мешают ведению бизнеса в свободных экономических зонах.



В первую очередь они отмечали сложности в получении рабочих виз. Ситуация в этой области, как ожидается, должна измениться с принятием постановления президента о создании условий для привлечения иностранных специалистов из-за рубежа.

Инвесторы также жалуются на долгие бюрократические процедуры и сроки рассмотрения их обращений со стороны государственных органов власти. Выдача заключений Госкомэкологии, а также выдача разрешений на строительство и подключение к инженерно-коммуникационным сетям соответствующими госорганами, по данным исследователей, «затягивается на многие месяцы».

При этом в Госкомэкологии «Газете.uz» сообщили, что согласно закону «Об экологической экспертизе» и постановлению Кабмина «Об утверждении положения о государственной экологической экспертизе» сроки выдачи экологической экспертизы составляют от 10 до 30 дней со дня представления документов. Срок ее проведения может быть продлен в зависимости от сложности, но не более чем на один-два месяца.

«Уведомляем, что за последние два года в Госкомэкологии не применялось продление сроков рассмотрения оценки воздействия на окружающую среду, — заявили в комитете. — Зафиксированных фактов о затягивании на многие месяцы решений о выдаче заключений государственной экологической экспертизы или недопустимости реализации объекта экспертизы не было».

Предприятия сталкиваются с проблемой покупки нужного объема сырья через Республиканскую товарно-сырьевую биржу. Это одна из основных причин, почему инвестиции, пришедшие в страну, не работают, а инвесторы не могут развивать свой бизнес.

Кроме того, отсутствует информация на английском языке о процедурах получения необходимых разрешений.

Цены на услуги, оказываемые государственными компаниями («Узбекистон хаво йуллари» и «Узбекистон темир йуллари») нередко завышены. Например, транспортировка одного 40-футового контейнера со станции «Тинчлик» в Навои до СЭЗ «Навои» (25 км) обходится в 500 долларов.

Вблизи СЭЗ не создана социальная инфраструктура, отвечающая требованиям инвесторов. Они предпочитают навещать время от времени и по возможности в тот же день возвращаться в Ташкент.

Большинство иностранных инвесторов выразили сожаление, что инвестировали в СЭЗ. На вопрос: «Если бы была возможность заново принимать решение, куда бы инвестировали?», они называли Ташкенте и близлежащие районы Ташкентской области. Хотя в этих регионах они не получают налоговых льгот и других преференций.

Основными задачами для решения вышеуказанных недостатков в первые очередь нужно совершенствовать и оптимизировать механизмы регулирования инвестиционной деятельности, так как они устраняют бюрократических барьеров и развивают инвестиционные деятельности.

Обосновывая это теорией работников СЭЗ и жителей близлежащих районов – Например в Ангрене (Ташкентский обл) не соблюдаются требования национального законодательства о выделении санитарной зоны между предприятиями и населенными пунктами<sup>15</sup>.

Местное население должен видеть существенного улучшения условий жизни (доходов, улучшения окружающей среды, улучшение делового климата) вследствие деятельности свободных

---

<sup>15</sup> [[gazeta.uz](http://gazeta.uz), 13 ноября 2018 > [№ 27919711](#)]

экономических зон. Предприятиях в свободных экономических зонах нужно создать надлежащие условия труда и защиты прав рабочих и служащих.

## **ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSIONS AND PROPOSALS. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI.**

Местные и зарубежные эксперты, готовят рекомендации по улучшению деятельности СЭЗ и направят их госорганы и правительство страны. Рекомендуется разработать долгосрочную концепцию развития свободных экономических зон с учетом сравнительных преимуществ регионов и среднесрочный план действий на основе достижимых индикаторов и целевых параметров. Специалисты Государственного комитета Республики Узбекистан по инвестициям, законопроект разработан в целях совершенствования действующего разрозненного инвестиционного законодательства и войдет в систему законодательства Республики Узбекистан, как единый унифицированный акт, который обеспечит единство инвестиционного пространства, равенство правового режима отечественных и иностранных инвесторов, свободу экономической деятельности субъектов инвестиционной деятельности на территории Республики Узбекистан и создание условий для эффективного функционирования инвестиционного рынка Узбекистана.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF USED LITERATURE AND OTHER SOURCES. IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN CITU AVOTUSARAKSTS.**

1. АБР (2019). Asian development Bank “Рост экономики Узбекистана составит 5.2% в 2019 г”. Запр 2019г.
2. Арская Е.В., Кравченко Л.Н. и др. (2018). Этапы возникновения и развития свободных экономических зон. В сб. Научные ведомости. Серия «Экономика. Информатика.». 2018. Том 45, №3. Стр. 442 – 448.
3. Об основании Экономических зон, [gazeta.uz](http://gazeta.uz), 13 ноября 2018 > № 2791971
4. Ткачева Л, В. (2015). Сравнительно-правовой анализ положений законодательства о создании и функционировании свободных экономических зон в различных странах Вестник Таганрогского института управления и экономики, 2015, issue 2 (22), Стр. 52-56
5. Умирзаков Б,Х. Вахидова М,Х. (2016). Узбекистан: важные шаги на пути интеграции. World Economy. Section 6. Tashkent Financial Institute. Tashkent. 2016.
6. Фаррол Т. (2015). Эксперт Всемирного банка Вступительной речь Китай 03.04.2015. <https://www.vestifinance.ru/articles/55521>

# РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ СОВМЕСТНОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

**Поздняков Константин Константинович,**

кандидат экономических наук, доцент департамента «Менеджмент»,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

[kk.pozdnyakov@gmail.com](mailto:kk.pozdnyakov@gmail.com)

**Решина Ганна Алексеевна,** доктор экономики, профессор,  
Балтийская международная академия

## АННОТАЦИЯ

В статье предложены концептуальные подходы к изучению взаимосвязи между межрегиональным инвестиционным сотрудничеством и экономическим развитием регионов в современных условиях. Рассмотрено содержание понятия межрегионального инвестиционного сотрудничества, выделены его основные элементы. Проанализированы существующие концепции регионального развития, теории новой экономической географии, пространственной экономики, межрегионального сотрудничества.

**Ключевые слова:** инвестиционное сотрудничество, макрорегион, пространственное развитие, региональная политика, экономический рост.

## ABSTRACT

The article proposes conceptual approaches to the study of the relationship between interregional investment cooperation and economic development of regions in modern conditions. The content of the concept of interregional investment cooperation is considered, its main elements are highlighted. The existing concepts of regional development, the theory of new economic geography, spatial economy, interregional cooperation are analyzed.

**Keywords:** economic growth, interregional cooperation, investment cooperation, macro-region, regional policy.

## ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе экономического развития российские регионы столкнулись с серьезными внутренними и внешними угрозами, которые в случае усиления наблюдаемой динамики могут потребовать качественных изменений в реализуемой регионами инвестиционной политике. В марте 2014 года серьезно ухудшилась геополитическая ситуация — в связи с событиями на Украине США начали вводить санкции в отношении России, экономическое сотрудничество России с Западом фактически остановилось [1]. В этот период российская экономика испытала экономический спад: рост ВВП замедлился до 0,7 % в 2014 году, до сокращения на 2,8 % в 2015 году (западные санкции затронули 20–21% российского ВВП [2, с. 13-145]); произошло массовое обесценивание рубля более чем на 50% по отношению к доллару США в 2015 году и существенное повышение уровня инфляции, особенно в отношении цен на продовольствие; усилилось бюджетное давление — в настоящее время бюджеты 10 из 85 субъектов Российской Федерации зависят от санкционированных компаний более чем на 20%; в условиях продолжающегося оттока капитала, произошло ухудшение баланса капитала и финансового счета. Оценить все последствия западных санкций и ответных мер России на национальную экономику нам еще предстоит, однако, уже сегодня можно с уверенностью утверждать,

что столкновение России с серьезными системными сдвигами было неизбежно, а санкции стали «дополнительными экономическими потрясениями». Механизм торможения экономического роста был запущен двумя годами ранее, в конце 2012 года, когда снижение темпов роста эффективности труда распространилось на большинство отраслей экономики. Санкции вступили в силу в период резкого снижения цен на нефть, что незамедлительно отразилось на доходах федерального бюджета, и со всей очевидностью в очередной раз продемонстрировали исчерпанность экспортно-сырьевой модели российской экономики. Перед Россией стоят серьезные задачи смены модели экономического развития, и санкции Запада стали лишь одним из многих факторов, которые заставили правительство не только пересмотреть реализуемые антикризисные меры, но и скорректировать приоритеты экономического развития.

Цель статьи — разработка концептуальных подходов к изучению взаимосвязи между межрегиональным инвестиционным сотрудничеством и экономическим развитием регионов в современных условиях.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Концепция регионального развития, возникшая в 1950-х годах, имела прочное экономическое обоснование, изучала деятельность фирм в регионах и ее влияние на такие экономические показатели как занятость, прибыль, ВРП и экономический рост. К концу XX века подход к региональному развитию изменился и стал междисциплинарным. Помимо экономистов вопросы регионального развития стали исследовать политологи и социологи, сосредоточившись на характеристиках региона и факторах — не только экономических, — которые детерминируют региональное развитие. В XXI веке к дисциплинам, изучающим региональное развитие, присоединилась экономическая география, и в фокусе исследований оказалась именно пространственная динамика региона как места для жизни, работы и инвестиций и одним из ключевых аспектов понимания необходимости реагирования на давление со стороны глобальной экономики [17] — конкуренции и необходимости создания конкурентных преимуществ.

Анализ факторов регионального развития, проведенный в рамках настоящего исследования, позволил сделать вывод, что исследователями выделяются экономические и неэкономические факторы, внутреннего и внешнего порядка. При этом приоритетную роль на современном этапе играют внешние факторы [16]. Прослеживается тенденция пересмотра в социальном и экономическом развитии функций приграничных пространств регионов: границы регионов все в большей степени теряют свою функцию барьеров, становясь зонами контактов. Фокус экономических исследований постепенно смещается с формальных политических границ к изучению границ в социально-пространственных и экономических аспектах — от местного уровня к глобальному и региональному уровням. Пространства регионов, разделенные ранее границами, становятся более взаимосвязанными между собой, образуя устойчивые сети межрегионального взаимодействия [18, с. 254]. Формальные границы все чаще пересекает сложная сеть межрегиональных экономических отношений, опосредованных практиками государственного регулирования.

Анализ исследований, посвященных межрегиональному экономическому сотрудничеству, показал, что наиболее распространенными содержательными элементами, включаемыми авторами в понятие «межрегиональное инвестиционное сотрудничество», являются следующие понятия: «определенные согласованные действия», «субъекты действий», «цель действий», «институциональная основа осуществляемых действий». Спектр этих действий лимитируется полномочиями территориальных сообществ и властей в финансово-инвестиционной сфере. В качестве субъектов межрегионального сотрудничества выделяются федеральные и региональные органы государственной власти, межрегиональные общественные организации и ассоциации, предприятия и организации, домохозяйства и индивидуальные предприниматели, а в качестве их цели — развитие

взаимоотношений указанных субъектов в сфере инвестиционного сотрудничества. Роль межрегионального инвестиционного сотрудничества проявляется, во-первых, в противостоянии конкуренции за инвестиционные ресурсы в условиях бюджетных ограничений и усиления санкционной политики, во-вторых, в повышении эффективности использования региональных финансово-экономических ресурсов [10, с. 35].

В настоящее время в России разрабатываются пилотные проекты пространственного развития. Ожидать, что на решение проблем пространственного развития могут быть направлены значительные ресурсы, не приходится. В реализации Стратегии переломить инерцию пространственного развития вряд ли удастся [4, с. 174]. Эту задачу может решить региональная политика, в процессе реализации которой «вносятся изменения в структуру уже существующей социально-экономической системы (региона), а также в ее пространственные характеристики» [23]. При этом, функции сближения региональных экономик, сокращения территориальных диспропорций в социально-экономическом развитии регионов и укрепления хозяйственных взаимосвязей между регионами может взять на себя межрегиональное сотрудничество в рамках проектов, совместно инициированных территориальными субъектами (частного, государственного и некоммерческого секторов) [24]. К числу наиболее «популярных» форм сотрудничества, как в рамках формальных, так и неформальных взаимодействий, сегодня относятся: взаимный обмен товарами; производственные отношения на основе специализации и кооперации; сотрудничество в области научно-технической деятельности, инноваций, финансов и кредита; формы перемещения трудовых ресурсов и совместного использования природных ресурсов; сотрудничество в области развития инфраструктуры межрегиональных связей (транспорт, энергетика, трубопроводного транспорта и т.д.) [20; 22]. Возникающие в рамках таких проектов новые формы политического и экономического взаимодействия способствуют повышению экономической эффективности инвестиций всех видов, улучшению стратегического планирования и решения приоритетных проблем [25]. Важность горизонтальных связей между субъектами РФ для регионального развития в условиях санкционной политики обуславливает необходимость их усиления и укрепления в инвестиционной сфере. Степень вовлеченности экономики региона в межрегиональное инвестиционное сотрудничество в значительной мере определяет его экономический рост [14]. Кроме того, межрегиональное инвестиционное сотрудничество в современных условиях органически входит в систему экономической безопасности региона наряду с такими ее элементами как экономическое развитие и рост, обеспечение социального мира и экологическая безопасность.

Инфраструктурное, организационное и информационное обеспечение органов региональной и местной власти чаще всего не отвечает требованиям сотрудничества и масштабам тех вызовов, с которыми они вынуждены иметь дело. Решение указанных проблем при анализе различных аспектов межрегиональных инвестиционных отношений и выборе дальнейших путей развития территорий, которым предстоит войти в макрорегион, предполагает применение системного подхода.

## **ВЫВОДЫ**

Глобальный экономический спад, глубокий экономический кризис, а также усиливающаяся санкционная политика ясно показали, что для поиска более эффективных решений преодоления складывающихся негативных геополитических тенденций России необходима активизация усилий национального и регионального правительств по пересмотру реализуемой политики регионального развития. Новые возможности в этом отношении несут последние тенденции в политике пространственного развития с опорой на макрорегионы. Последние имеют потенциал экономической межрегиональной интеграции, расширение и усиление которой необходимо для целей устойчивого экономического развития. При этом, используемые до настоящего времени модели и методы экзогенного характера недостаточно эффективны, что в т.ч. проявляется в неравномерности

сложившейся региональной структуры, ее неравномерности и несоответствии структуры и объемов инвестиций целям и задачам проводимой региональной политики социально-экономического развития. Межрегиональное инвестиционное сотрудничество в складывающихся условиях выступает в качестве одного из экономических инструментов, активизирующих эндогенные факторы роста регионов, одновременно детерминирующих качество и динамику регионального роста в условиях проведения политики пространственного регионального развития. Обеспечивая экономические связи между регионами, успешное межрегиональное инвестиционное сотрудничество позволяет сократить диспропорции в развитии территорий, входящих в макрорегион, и внести свой вклад в формирование единого экономического пространства развития. Особую значимость межрегиональное инвестиционное сотрудничество имеет для депрессивных регионов по причине зависимости их экономики от внешних инвестиций для реализации приоритетных проектов и программ социально-экономического развития в условиях бюджетных ограничений. Достигнуть «критического» уровня, обеспечивающего использование парадигмы «стратегического партнерства», заложенной существующими соглашениями о межрегиональном сотрудничестве возможно только при условии понимания региональными властями его подлинной ценности, взаимного признания потребностей и интересов. Осознание «исчерпанности» прежних межрегиональных отношений, недостатков сложившейся политической культуры и форм сотрудничества должно привести региональные власти к совместному поиску ответа на вопрос: каким должно быть межрегиональное инвестиционное сотрудничество для целей экономического развития и роста.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Медведев Д. Выступление на пленарном заседании на XIII инвестиционном форуме «Сочи-2014» // Правительство России. URL: <http://government.ru/news/14835/>.
2. Tuzova E., Qayum F. Global oil glut and sanctions: The impact on Putin's Russia // Energy Policy. 2016. № 90. S. 140-151. URL: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2015.12.008>
3. Стратегия пространственного развития до 2025 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р) // СПС КонсультантПлюс.
4. Михеева Н.Н. Стратегия пространственного развития: новый этап или повторение старых ошибок? // ЭКО. 2018. № 5. С. 159-178.
5. Структурно-инвестиционная политика в целях обеспечения экономического роста в России: монография /Под науч. ред. акад. В.В. Ивантера. М.: Научный консультант, 2017. 196 с.
6. Baldwin R.E. Economic geography and public policy. Princeton, N.J.; Oxford: Princeton University Press, 2003. URL: <https://press.princeton.edu/titles/7524.html>.
7. Акиндинова Н.В., Ясин Е.Г. Новый этап развития экономики в постсоветской России // Вопросы экономики. 2015. № (5). С. 5-27.
8. Шеметов М. Прогноз в десятку. Минэкономразвития назвало регионы с максимальным валовым продуктом. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/09/19/5ba1182d9a794772d85103fb>.
9. Воздвиженская А. Рост пошел за добычей. URL: <https://rg.ru/2019/03/12/promyshlennoe-proizvodstvo-vyroslo-na-29-procenta-v-2018-godu.html>.
10. Бакуменко О. А. Межрегиональное взаимодействие как фактор развития региональных социально-экономических систем (на примере Северо-Западного федерального округа) // Вестник Псковского государственного университета. Серия «Экономика, право и управление». 2016. № 4. С. 32-47.

11. Зубаревич Н.В. Стратегия пространственного развития после кризиса: от больших проектов к институциональной модернизации // Журнал Новой экономической ассоциации. 2015. № 2 (26). С. 226–230
12. Mau V. V ozhidanii novoy modeli rosta. Sotsialno-ekonomicheskoye razvitie Rossii v 2013 [Waiting for new growth model. Socio-economic development of Russia in 2013]. Voprosy ekonomiki [Question of Economy], 2014. № 2. S. 4-32.
13. Черкасов К.В. Федеральные округа в РФ: состояние и тенденции развития. URL: [http://www.juristlib.ru/book\\_3829.html](http://www.juristlib.ru/book_3829.html).
14. Блохин К.А. Влияние внешнеторговых связей региона на развитие единого экономического пространства России (на примере Краснодарского края): автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2007. 27 с.
15. Елькин И.В. Влияние развития экспортного потенциала на экономику региона и рост уровня благосостояния населения // Известия ИГЭА. 2008. № 3 (59). С. 105-108.
16. Ускова Т. В., Лукин Е. В. Проблемы экономического роста территории. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. 240 с.
17. Krugman P. Increasing Returns and Economic Geography // Journal of Political Economy. 1991. Vol. 99, №3. S. 483-499.
18. Lee I., Feiock R. C., Lee Y. Competitors and Cooperators: A Micro-Level Analysis of Regional Economic Development Collaboration Networks // Public Administration Review. 2011. 72(2). S. 254.
19. Himmelman A.T. On the Theory and Practice of Transformational Collaboration: From Social Service to Social Justice. In C.Huxham (Ed.), Creating Collaborative Advantage (pp.19-43). London: Sage Publications, 1996.
20. Huxham C. Collaboration and Collaborative Advantage. In C. Huxham (Ed), Creating Collaborative Advantage (pp.1-18). London: Sage Publications, 1996.
21. Gray B. Cross-Sectoral Partners: Collaborative Alliances among Business, Government and Communities. In C. Huxham (Ed.), Creating Collaborative Advantage (pp.57-79). London: Sage Publications, 1996. S. 58.
22. Burak P.I., Rostatets V.G., Aladin V.V. Institutions for coordination of interregional economic relations in the Russian Federation: Current status and prospects // Revista Espacios. 2017. № 38(48). S. 6.
23. Меньшикова В.И. Региональная социально-экономическая политика в России: новые императивы и возможные последствия // Вестник ТГУ. 2010. № 11(201). С. 181-191.
24. Laine J. New Civic Neighborhood. Cross-border Cooperation and Civil Society Engagement at the Finnish-Russian Border. Doctoral dissertation. Publications of the University of Eastern Finland. Dissertations in Social Sciences and Business Studies No 58. URL: [http://epublications.uef.fi/pub/urn\\_isbn\\_978-95261-1130-8/urn\\_isbn\\_978-952-61-1130-8.pdf](http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-95261-1130-8/urn_isbn_978-952-61-1130-8.pdf).
25. Final Report Summary - EUBORDERREGIONS (European Regions, EU External Borders and the Immediate Neighbours. Analysing Regional Development Options through Policies and Practices of Cross-Border Co-operation). URL: [http://cordis.europa.eu/result/rcn/173362\\_pl.html](http://cordis.europa.eu/result/rcn/173362_pl.html).
26. Reiterer M. Interregionalism as a new diplomatic tool: the EU and East Asia // EFAR. 2006. №11. S. 223-242.
27. Lahteenmaki K. Cooperation of the European Border Regions // Changing European Security Landscape / ed. by C. Archer, O. Jalonen. Tampere Peace Research Institute : Research Report. 1995. № 63. S. 270-271.
28. Fromhold-Eisebith M. Bringing scales in innovation policies: how to link regional, national and international innovation systems // European Planning Studies. 2007. № 15. S. 227.

29. Капелюшников Р. И. Новая институциональная теория. URL:  
<http://www.libertarium.ru/libertarium/10625>.
30. Цыганков П. Международные отношения. М.: Новая школа, 1996. 320 с.



# НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В БИЗНЕСЕ АРЕНДЫ, КОТОРЫЕ ДАЁТ ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН

**Андрей Поли́,** магистрант

Латвия, Балтийская Международная Академия, Рига, программа «Управление и  
администрирование предпринимательской деятельности»

e-mail: andrejs.polijs@gmail.com

Руководитель – доцент, руководитель программы «Управление и администрирование  
предпринимательской деятельности»

Вероника Силиневич

## АННОТАЦИЯ

Появились технологии, которые строят в Интернете нейтральную инфраструктуру открытого доступа, не контролируемые ни компаниями, ни человеком. Одной из таких технологий является блокчейн. В работе исследована возможность применения технологии блокчейн в бизнесе. Актуальность исследования заключается в том, что создаётся революционная технология, в работе которой нет централизации, но при этом нет необходимости взаимного доверия между участниками или специального надзора за бизнес-процессом.

**Ключевые слова:** актив, блокчейн, технология, токен, умный контракт.

## ABSTRACT

These are technologies that are built on a neutral open access Internet infrastructure and are not being controlled either by companies or humans. One of them is called blockchain. The study explores the possibility of using blockchain in businesses. The relevance and the core of the study lies on the fact that a revolutionary technology is being created in which there is no centralization, also there is no need for mutual contact between the participants nor special supervision of the business processes.

**Key words:** asset, blockchain, smart contract, technology, token.

## ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION / IEVADS

*Блокчейн — это технология надежного распределенного хранения записей обо всех когда-либо совершенных транзакций (передачах актива).* Блокчейн представляет собой цепочку блоков данных, объем которой постоянно растет по мере добавления новых блоков с записями самых последних транзакций. Создание блоков подчинено определённому алгоритму и их нельзя поменять местами или удалить из цепи. И ни одну транзакцию нельзя отменить. Алгоритм построения блоков подчинён математическим, а не юридическим законам, процесс создания блоков децентрализован и хранение их последовательности происходит одновременно на многих компьютерах, поэтому подтверждение транзакции не контролируется человеком, обществом, сервером. Технологические аспекты блокчейна разделены на три категории: блокчейн 1.0, 2.0 и 3.0.

Блокчейн 1.0 — это валюта. Криптовалюты применяются в различных приложениях, имеющих отношение к деньгам, например, системы переводов и цифровых платежей.

Блокчейн 2.0 — это контракты. Целые классы экономических, рыночных и финансовых приложений, в основе которых лежит блокчейн, работают с различными типами финансовых

инструментов — с акциями, облигациями, фьючерсами, залоговыми, правовыми титулами, умными активами и умными контрактами.

Блокчейн 3.0 — это приложения, область применения которых выходит за рамки денежных расчетов, финансов и рынков. Они распространяются на сферы государственного управления, здравоохранения, науки, образования, культуры и искусства. [5.,6]

Цель исследования - выявить возможности использования технологии блокчейн в бизнесе.

Объект исследования – платформа управления процессами в бизнесе аренды активов на основе Блокчейн 2. 0.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION / SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS UN PRAKSĒ

Блокчейн 2.0, а именно работа с *умными контрактами (smart contract)*, позволяет реализовать многие бизнес проекты из сферы так называемой «экономики общего пользования».

Определения:

*Экономика общего пользования (sharing economy)* – экономическое понятие, суть которого в том, что важнее иметь доступ к активам, чем владеть ими.

*Умный контракт (smart contract)* – электронный протокол, написанный с помощью компьютерного кода и подписанный электронной подписью. Его назначение – передача информации и обеспечение исполнения условий контракта обеими сторонами. [7]

Существует технология, при помощи которой можно создать блокчейн, где алгоритм создания блоков будет подчинён выполнению (или невыполнению) условий умных контрактов. Вход в этот блокчейн может быть открыт для любого, технология будет работать без центрального контроля, и все участники процесса не должны доверять или знать друг друга. Принцип и правила входа, распределение обязанностей и распределение прибыли будет прописано в умных контрактах.

На основе **метода моделирования** в работе исследовано, как инвестор, даже с минимальным капиталом, может стать участником бизнес схемы на рынке аренды активов, а собственник получить доступ к средствам, необходимым для создания новых активов.

В общем случае на рынке аренды действуют следующие участники:

- Собственник актива
- Арендатор актива
- Структура, обеспечивающая обслуживание актива
- Страховщик актива

Принцип работы этой схемы, посредством технологии блокчейн, заключается в следующем:

Собственник предлагает свой актив в аренду за цену, прописанную в контракте. Инвестор, на условиях, прописанных в контракте, может стать совладельцем актива. Собственник при этом передаёт ему право на получение части прибыли от аренды, но получает средства на создание нового актива. Арендатор выплачивает арендную плату и пользуется активом, на условиях контракта. Структура, обеспечивающая обслуживание актива выполняет работы, предусмотренные контрактами (администрирование, совершенствование программного обеспечения, обслуживание, ремонт и т.д.), получая в качестве вознаграждения часть суммы арендной платы. Также часть суммы арендной платы уходит на выплату страховой премии страховщику, чтобы в страховом случае, предусмотренном в контракте, был произведено срочное восстановление повреждённого или уничтоженного актива.

## Базовые технологические принципы.

Определения:

*Ethereum платформа - глобальная платформа с открытым исходным кодом для децентрализованных приложений. Ethereum программируется, что означает, что разработчики могут использовать его для создания новых видов приложений.*

*Ether (ETH) — цифровые деньги. Собственная криптовалюта Ethereum [8]*

*Токен (Tokens) — это единица учета, которая используется для представления цифрового баланса в некотором активе. Учет токенов ведется в базе данных на основе технологии блокчейн, а доступ к ним осуществляется через специальные приложения с использованием схем электронной подписи. [9]*

*Фиатные деньги (Fiat Money) - валюта, которую правительство объявило в качестве законного средства платежа, несмотря на то, что она не имеет никакой внутренней стоимости и не обеспечена резервами, обеспечиваются исключительно доверием к государству. [10]*

**Используя метод анализа**, то есть разложения процесса на составные части, исследуемый бизнес процесс может быть представлен следующим образом.

Необходимо создать Блокчейн 2.0. – схема умных контрактов, в которых определены порядок работы и раздел арендной платы между участниками бизнес процесса, которая может быть реализована на основе платформы Ethereum. Для расчёта среди участников создаётся внутренняя валюта (токен). Назовём его rentoken. На этом этапе необходимо определить, сколько процентов от арендной платы идёт на вознаграждение каждого из участников. Все платежи внутри блокчейна осуществляются в rentoken и взнос в схему и вывод в «фиатные деньги» осуществляется при посредничестве криптовалюты Ether (ETH).

Собственник актива, в оцифрованном виде, вставляет право собственности на актив в блокчейн и определяет его стоимость и сколько процентов от его стоимости он хочет отдать в совместное владение. Контракт (например, по цене и проценту передачи владения) определяет время, сколько продлится продажа процента владения. Инвестор за rentoken покупает часть или всю долю совместного владения. Если за время, определённое контрактом, не прошла продажа всей доли совместного владения, определённые собственником актива к передаче, все средства возвращаются инвесторам. Все комиссии, связанные с покупкой и переводом средств на счёт инвестора, будут возвращены инвесторам за счёт собственника актива. Это его риск и штраф за переоценку актива.

Если продажа совместной доли совершена, актив выставляется на аренду. Контракт определяет, что с этого момента все расходы на содержание актива до сдачи его в аренду, оплачивает собственник и совладельцы, то есть инвесторы начинают нести совместный риск за реализацию проекта, вместе с собственником.

Если на актив находится арендатор, он заключает smart contract на аренду. Арендная плата осуществляется в rentoken, которые арендатор покупает на платформе, на бирже или непосредственно у любого их владельца. При оплате аренды, на основании контрактов, происходит зачисление определённой контрактом части арендного платежа каждому совладельцу актива, обслуживающей актив структуре и структуре, страхующей актив.

Вся работа структуры ведения бизнеса полностью децентрализована, то есть не подчиняется и не нуждается в контроле отдельной бизнес структурой. Процесс достижения соглашения по всем вопросам осуществляется на основе консенсуса, принятого на платформе Ethereum и прописан в умных контрактах.

## Проблемы реализации.

Блокчейн-индустрия находится на раннем этапе развития и сталкивается со многими ограничениями, внутренними и внешними, включая технические проблемы базовых технологий, кражи, государственное регулирование и непринятие со стороны общества.

Реализация этого проекта может столкнуться со следующими проблемами:

- Точность написания смарт контрактов. Неточности в математических моделях не только могут парализовать работу системы, но и увеличивают возможности для атак хакеров;

- Возможно для реализации бизнес модели потребуется внутренний блокчейн для токена или даже два токена, так как токен для расчёта должен быть постоянен в своей цене (как фиатные деньги), иначе арендатор актива не сможет планировать расходы на аренду, а токен для арендодателя – это источник дохода, и он заинтересован, чтобы стоимость токена росла в случае интереса инвесторов к его покупке (как акции);

- Актуальные редакции Коммерческого Закона [1] и Закона о бухгалтерском учёте [2] предполагают, что владение части Общества с ограниченной ответственностью возможно только через приобретение части или увеличение Уставного капитала. Это должно быть проведено по Балансу фирмы и зарегистрировано в Коммерческом Регистре. Хотя Коммерческий Регистр принимает документы к регистрации, подписанные электронной подписью, то есть это можно прописать к исполнению в смарт контракте, но будет ли Регистр готов обрабатывать информацию, если количество собственников в фирме будет меняться по несколько раз в неделю или даже в день?

## ВЫВОДЫ / CONCLUSIONS / SECINĀJUMI

В классической бизнес модели посредник забирает себе часть прибыли. В представленной бизнес модели распределение дохода происходит по децентрализованной модели, без участия посредников. Децентрализация – это идея, время которой пришло. Интернет настолько огромен и динамичен, что может способствовать развитию децентрализованных моделей в самых разных областях и с бóльшим потенциалом, чем когда-либо.

**Сравнительный анализ** показывает, что блокчейн, как и любая другая технология, сам по себе нейтрален, но с его помощью можно действовать по любую сторону закона. Способы вредоносного использования блокчейна, безусловно, существуют, например, платформы для незаконной деятельности или отмывания криминальных капиталов, но потенциальные преимущества значительно перевешивают потенциальные недостатки... Бизнес-моделям блокчейна необходимо сформироваться и окрепнуть, выработать меры защиты, позволяющие стабилизировать положение в индустрии и научиться отделять добропорядочных участников от злонамеренных. [5.,86]

Но в любом случае, блокчейн – это первое крупномасштабное воплощение моделей децентрализации, разворачиваемое на новом, более сложном уровне человеческой деятельности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ.

1. “Komerclikums”. Latvijas Republikas likums. 13.04.2000. [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv)
2. “Par grāmatvedību”. Latvijas Republikas likums. 14.10.1992. [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv)
3. “Gada pārskatu un konsolidēto gada pārskatu likums”. Latvijas Republikas likums. 22.10.2015. [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv)
4. Фридман Дж., Ордуэй Н. (1997) «Анализ и оценка приносящей доход недвижимости», Учебник. – Москва: Издательство «Дело»
5. Свон Мелани: Блокчейн: Схема новой экономики, (2017) Издательство «Олимп–Бизнес»
6. Что такое смарт-контракт. Доступно на <https://prostocoin.com/blog/smart-contract> . [дата посещения 05.11.2019.]

7. Платформа Ethereum. Доступно на <https://www.ethereum.org/ru/beginners/> [дата посещения 02.11.2019.]
8. Что такое токен. Доступно на <https://forklog.com/что-такое-токен/> [дата посещения 02.11.2019.]
9. Фиатные деньги. Доступно на <https://allfi.biz/glossary/eng/F/flatmoney.php> [дата посещения 02.11.2019.]

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА В КОММУНИКАЦИЯХ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ (НА ПРИМЕРЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ)

Кирилл Башура, Латвия

БМА, программа «Предпринимательская деятельность и администрирование»

kirill.bashura@yandex.by

доктор экономических наук, профессор, Татьяна Голубкова

## АННОТАЦИЯ

Статья посвящена рассмотрению BTL-коммуникаций и, в частности, событийного маркетинга, а также необходимости использования событийного маркетинга для продвижения алкогольной продукции. Выделена специфика данного рынка и причины, по которым традиционные рекламные каналы недоступны для участников рынка.

**Ключевые слова:** алкогольная продукция, коммуникации, мероприятия, событийный маркетинг.

## ABSTRACT

The article is devoted to the consideration of BTL communications and, in particular, event marketing, as well as the need to use event marketing to promote alcohol products. The specifics of this market and the reasons why traditional advertising channels are inaccessible to market participants are highlighted.

**Keywords:** alcohol products, communications, events, event marketing.

## ВВЕДЕНИЕ

Рынок алкогольной продукции играет определенную роль в социальной жизни общества, а также в экономической среде государства ввиду формирования его доходов. Он занимает лидирующие позиции среди многих секторов пищевой и сельскохозяйственной промышленности и привлекает все больше и больше предпринимателей и инвестиций. Однако в последние годы рынок кардинально изменился по многим экономическим, социальным и политическим причинам. В связи с этим многие инструменты продвижения продукции в данной отрасли сегодня или запрещены, или оказываются неэффективными.

Прежде всего, следует отметить, что многие из тенденций, которые изменили отношения на рынке, сформировались несколько десятилетий назад, но до недавнего времени не оказывали существенного влияния на рынок [1, с. 54].

Одной из таких тенденций является поддержание здорового образа жизни и установление стандартов и норм, которых должен придерживаться человек, чтобы поддерживать этот имидж. Всемирная организация здравоохранения является ключевым инициатором появившихся изменений на рынке алкогольной продукции, так как стремится свести к минимуму отрицательный эффект, возникающий из-за потребления алкоголя. Во многих отношениях документы и планы, опубликованные организацией, сформировали новую правовую базу, направленную на уменьшение количества коммуникаций производителей и потребителей.

Что касается мнения общества, то оно во многом поддерживает антиалкогольную политику. Все больше уделяется внимания тому факту, что алкоголь вреден для человека: ухудшает его здоровье,

снижает активность, ведет к маргинальному образу жизни. Осуществляется переориентация на здоровое питание, физическую активность и стремление к долголетию.

Другим фактором, который напрямую влияет на рынок алкогольной продукции и используемые инструменты маркетинга этой категории товаров, является введение ограничений и запретов на создание и распространение рекламных материалов [3, с. 302]. Все это стало причиной развития в последние годы на рекламном рынке такой области маркетинговых коммуникаций, как BTL.

### **Основные теоретические и практические положения**

Термин «BTL» возник однажды, когда один из топ-менеджеров крупной компании, занимающейся производством товаров массового потребления, при составлении маркетинговой сметы забыл включить туда массовую бесплатную раздачу товара. Черта под сметой была уже подведена, поэтому дополнительные статьи расходов он вписал под чертой («под чертой» – англ. «Below The Line» – BTL. По аналогии «над чертой» – «Above The Line» – ATL) [4].

В ATL включается реклама в традиционных СМИ – пресса, радио, телевидение, реклама ООН (англ. Out Of Home) – наружная и внутренняя, а также полиграфическая реклама [5]. Поэтому наибольшая часть бюджета в маркетинге часто относится к ATL, поскольку стоимость эфирного времени, площадей (или их эквивалентов) очень велика.

На рубеже тысячелетий отношение к инструментам, оказавшимся «под чертой», радикально изменилось. В последнее время во всем мире наблюдается тенденция перенаправления маркетинговых бюджетов с традиционных форм рекламы на некогда «необязательные» мероприятия по прямой продаже – направленный маркетинг и стимулирование сбыта.

Доверие к традиционным способам продвижения товаров снижается, так как они уже не дают прежних результатов и не увеличивают продажи. Потребители все меньше верят в то, что они видят на экранах телевизоров, читают в газетах, и гораздо больше, чем они сами видели, слышали или пробовали. Потребителю нужен прямой диалог с производителем, и BTL-инструменты предоставляют такую возможность. Когда реклама информирует о продукте, создает его привлекательный имидж, позитивное мнение о бренде или компании, рекламные акции должны стимулировать определенные покупки и увеличивать продажи товаров (услуг).

Также важным отличием BTL является возможность двунаправленного контакта, при котором вы не только предоставляете потребителю информацию, но и анализируете его или ее реакцию.

Основными целями и задачи BTL являются создание положительного образа бренда, поддержание лояльности к нему и укрепление его имиджа, стимулирование интереса потребителей, помощь в понимании преимуществ от использования, быстрое и значительное увеличение объема продаж.

BTL-инструментарий универсален. Масштаб творческих идей огромен, и каждый новый, необычный способ коммуникации мгновенно начинает привлекать внимание потенциальных клиентов и мотивировать их к покупке. Это главное преимущество BTL-технологий. Успешно комбинируя инструменты, обновляя или изменяя отдельные детали, возможно создание маркетингового плана для достижения любой цели и для продвижения любого бренда. Для многих компаний (например, производителей алкогольной продукции, которые не могут использовать традиционную рекламу) BTL-инструментарий является единственным способом коммуникации с потребителем, а событийный маркетинг, один из инструментов BTL, занимает до 65% объема рынка BTL-услуг в Западной Европе [6, с. 435].

Event-маркетинг (Событийный маркетинг) – это:

- 1) тип интегрированной маркетинговой коммуникации, представляющий собой комплекс мер, направленных на продвижение бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных мероприятий;
- 2) набор услуг по организации специальных мероприятий.

Соответственно, событийный маркетинг воспринимается непосредственно в двух контекстах: как бизнес и как инструмент маркетинговой коммуникации.

Событийный маркетинг неразрывно связан с управлением событиями, потому что прямая реализация события требует профессиональных навыков управления. Неслучайно две фразы используются одновременно в отечественной и зарубежной теории маркетинга событий: «событийный менеджмент» и «событийный маркетинг», которые означают разные, но одинаково необходимые компоненты в организации специальных мероприятий.

Все события можно разделить на три большие группы.

1. Деловые мероприятия – мероприятия для партнеров, клиентов, дилеров и дилеров. Это деловые мероприятия, но они не исключают развлекательную составляющую. В эту группу входят конференции, презентации, приемы, семинары, форумы, конгрессы, саммиты, мероприятия по связям с общественностью, специальные мероприятия на выставках, креативная реклама и т.д. [5, с. 23].

Целью организации таких мероприятий является представление продукта и разъяснение его достоинств. Мероприятия этой группы также часто организуются с целью представления новых услуг, обмена опытом, поиска новых стратегических партнеров и т.д.

2. Корпоративные мероприятия (корпоративные мероприятия) – общий отдых сотрудников, юбилей компании, профессиональные праздники [7, с. 103].

Корпоративные мероприятия предоставляют уникальную возможность поделиться идеями компании непосредственно с сотрудниками. Тем не менее, они также могут служить эффективным инструментом для внешнего маркетинга, потому что вы можете пригласить важных клиентов и партнеров на корпоративные мероприятия в любое время. Это обеспечивает лояльность гостей и дает им возможность почувствовать их значимость.

В эту группу входят такие мероприятия, как юбилей компании, дни рождения сотрудников, вечеринки, праздники, пикники, тимбилдинг (англ. teambuilding – командообразование) и день семьи. Твердая корпоративная культура компании включает в себя организованный коллективный досуг для сотрудников. Эта группа маркетинговых мероприятий используется большим количеством компаний, для которых забота о своих сотрудниках является престижем самой организации.

3. Специальные мероприятия – фестивали, церемонии награждения, пресс-мероприятия, выставки, открытия, гастроли, концерты. Это включает в себя все виды фестивалей, концертов, шоу, общественных мероприятий, роуд-шоу (рекламные туры). В целом, это серия событий и мероприятий, которые положительно влияют на имидж компании или бренда.

В эту группу также входят спонсорские и благотворительные программы, которые отвечают целям компании и наиболее эффективно способствуют формированию социального имиджа компании.

На сегодняшний день использование событийного маркетинга в коммуникациях между производителями алкогольной продукции и потребителем аналогично ограничивается законодательством, как и в случае с ATL-технологиями. Так уже создан ряд требований и правил, которые не допускают проведение мероприятий без согласования с контролирующими органами, в определенных местах. Однако если событие происходит в месте, которое может быть отведено для стационарной торговой точки (банкетный зал, бар, ресторан и т.д.) для продажи алкогольных напитков, в том числе и крепких, это место может быть использовано для проведения рекламного события. Наиболее распространенной формой события является презентация напитка с его дегустацией. Также часты организации тематических мероприятий, которые посвящены конкретному продукту, например «Jager Music Awards», где производитель использует возможности для укрепления имиджа бренда, лояльности к продукту.

Продвижение алкогольной продукции может осуществляться и на светских мероприятиях, связанных с кинопремьерой, крупным музыкальным событием, презентацией дорогостоящих товаров (автомобилей, одежды, аксессуаров, технологий). По мнению экспертов, этот инструмент является одним из наиболее эффективных способов рекламы. На такие вечеринки приглашаются публичные



люди, фотографии которых после мероприятия видят их многочисленные поклонники в социальных сетях, СМИ, на телевидении. Это все формирует интерес у аудитории знаменитостей, которые стремятся быть похожи на своего кумира, доверяют его выбору и вкусу.

Еще в качестве примера качественного мероприятия можно привести глобальную кампанию, запущенную Grey Goose в Le District нью-йоркского Battery Park. За несколько летних дней во французских пекарнях в 20 городах проводились мероприятия в духе хлебопекарных клубов французской ривьеры, попасть на которые можно было только через секретный вход. На event'e в Нью-Йорке Адам Леоти из Brooklyn Bread Lab провел мастер-класс по выпечке хлеба. А Grey Goose стал источником вдохновения при выборе ингредиентов для него. На этих мероприятиях можно было обнаружить бар под названием «Le Grand Fizz», где подавали коктейли в больших винных бокалах, забрендированных в цвета Grey Goose. Здесь же разместился Grey Goose Camionette. Фирменный грузовик также стал баром, где гости могли получить консультацию у бармена, как сделать свой неповторимый коктейль с мартини [9].

Другой вид мероприятия – это образовательные программы. Многие алкогольные бренды создают свои собственные школы барменов, где проводят обучение, что укрепляет лояльность к бренду и знание продукта. Например, компания Diageo (крупнейший мировой производитель алкогольных напитков класса премиум) открыла академию барменов, где ежегодно осуществляется обучение и выпускные конкурсы. Этот инструмент коммуникации формирует более устойчивую связь между потребителем и брендом, повышает уровень знаний о продукте, что окажет положительное влияние на формирование имиджа конечного пользователя в будущем.

При рассмотрении вопроса об участии компании в мероприятиях, проводимых другими организаторами, важно понимать, что алкогольный бренд может быть интегрирован в пространство события различными способами. Например, рекламное оформление зон в стилистике марки, размещение элементов бренда на мебели, элементах интерьера, раздача брендированных сувениров. Самое главное, чтобы все используемые инструменты соответствовали позиционированию бренда и решали проблему формирования имиджа. При рекламе водки «Белая березка» на мероприятиях канала NoReCa гостей угощают водкой в фирменных рюмках, дарят подарки. Комната украшена белыми воздушными шарами с логотипом компании, ветками березы и белыми живыми цветами, ледяными скульптурами, соответствующе оформленным баром. Все вышеперечисленные элементы формируют имидж бренда, создают образ «качественного и чистого» продукта [2, с. 148].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, алкогольный рынок постоянно адаптируется к условиям и продолжает развиваться, несмотря на вводимые жесткие государственные ограничения. Некоторые тенденции, такие как отношение общества к здоровому образу жизни и снижение потребления алкоголя, вероятно, носят циклический характер и со временем изменятся. Другие факторы тесно связаны с условиями, которые создаются современным миром и инновациями, и поэтому стоит постоянно следить за характером изменений для эффективного продвижения алкогольной продукции.

Важным моментом для производителей становится невосприимчивость потребителей к традиционным методам продвижения товаров, от чего приходится искать новые способы и экспериментировать для достижения поставленных целей. Так и появились VTL-технологии, направленные на построение прямого контакта с потенциальными клиентами для формирования имиджа продукта компании, повышения лояльности к бренду. Одним из важнейших и актуальнейших VTL-инструментов является событийный маркетинг, целью которого является закрепление в сознании потребителей положительного мнения о товаре/услуге путем организации специальных мероприятий или, как их еще называют, ивентов.

Сегодняшние технологии расширяют возможности этих мероприятий, так как позволяют передать информацию в необходимой для производителей форме потребителям, которые не смогли присутствовать. А важность идеи события преобладает над величиной выделенного бюджета на организацию, что является поводом обратить внимание на событийный маркетинг небольшим компаниям и производителям, которые не широко представлены на рынке.

Принимая во внимание все вышесказанное, определенно можно говорить о незаменимости организации мероприятий для построения продолжительного диалога с потребителями.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Алкогольные бренды в интернете. Тренды. Примеры. Аналитика. 2013. С.54.
2. Дмитриева, Н.В. Способы и инструменты формирования имиджа бренда водки в канале HORECA / Н.В. Дмитриева, О.С. Габинская // Техника и технология пищевых производств. – 2015. – №4. – С. 145-149.
3. Трусихина, Е.А. Специфика продвижения алкогольной продукции в контексте тенденций современного рынка / Е.А. Трусихина // Экономика и социум. – 2016. – №11 (30). – С. 301-306.
4. BTL – Википедия [Электронный ресурс]. – 2019 – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BTL> – Дата доступа: 07.12.2019.
5. ATL – Википедия [Электронный ресурс]. – 2019 – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ATL> – Дата доступа: 07.12.2019.
6. Лимарова, О. Д. Роль event-маркетинга в управлении брендом / О.Д. Лимарова, А.А. Веретенко // Молодой ученый. – 2016. – №29. – С. 435-437.
7. Назимко, А.Н. Событийный маркетинг / А.Н. Назимко – Москва: Вершина, 2007 – 224 с.
8. Крейвен, Р.И. Организация деловых встреч и мероприятий / Р.И.Крейвен, Л.Дж. Голабовски – М.: АСТ: Астрель, 2008 – 334 с.
9. 5 идей истинно летних вечеринок от алкогольных брендов с мировым именем [Электронный ресурс]. – 2019 – Режим доступа: <https://event.ru/overviews/5-idey-istinno-letnih-vecherinok-ot-alkogolnyih-brendov-s-mirovyim-imenem/> – Дата доступа: 08.12.2019.

# ТЕНДЕНЦИЯ ИЗМЕНЕНИЯ ДОЛИ ДИВИДЕНДОВ В ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Виктор Морохин**

Латвия, Балтийская Международная академия

E-mail: viktor-m9@inbox.lv

## АННОТАЦИЯ

В работе исследована структура добавленной стоимости коммерческого предприятия в Латвии и определена тенденция изменения доли дивидендов в добавленной стоимости. Проблема исследования: необходима налоговая политика, стимулирующая собственников-предпринимателей создавать и развивать коммерческие предприятия. Новизна материала в исследовании структуры распределения добавленной стоимости коммерческого предприятия в 2007 и 2019 годах с использованием моделирования. Основной вывод: тенденция изменения доли дивидендов в добавленной стоимости коммерческого предприятия в Латвии имеет не стимулирующий, а угнетающий характер, что в итоге снижает интерес собственников-предпринимателей к созданию и развитию коммерческих предприятий.

**Ключевые слова:** дивиденды, добавленная стоимость, коммерческое предприятие, налоги.

## ABSTRACT

In the work “The Trend in the Share of Dividends in the Value Added of a Commercial Enterprise”, the structure of the value added of a commercial enterprise in Latvia is examined and the tendency for a change in the share of dividends in the value added is determined. The issue of the research: a tax policy is needed to stimulate business owners to create and develop commercial enterprises. The novelty of the material in the study of the structure of the distribution of value added of a commercial enterprise in 2007 and 2019 with the use of modeling. The main conclusion: the trend in the share of dividends in the value added of a commercial enterprise in Latvia is not stimulating, but depressing, which ultimately reduces the interest of business owners in the creation and development of commercial enterprises.

**Keywords:** dividends, value added, commercial enterprise, taxes.

## ВВЕДЕНИЕ/IEVADS/INTRODUCTION

Трансформация региональной экономики требует современных подходов к формированию экономической политики государства; однако, состояние управления экономикой и налоговая политика в частности, говорят о том, что существующие подходы не дают нужных результатов и необходимого увеличения налоговых поступлений в бюджет. Заинтересованность собственника-предпринимателя в получении дивидендов - одно из условий развития экономики и всего народного хозяйства государства. В этой связи возникает вопрос, ответ на который может быть использован при формировании экономической политики государства: «В какой степени стимулирует собственников-предпринимателей создавать и развивать коммерческие предприятия тенденция в изменении доли дивидендов в добавленной стоимости?» Проблема исследования: необходима налоговая политика, стимулирующая собственников-предпринимателей создавать и развивать коммерческие предприятия. Цель исследования: выявить тенденцию изменения доли дивидендов в добавленной стоимости коммерческого предприятия. Методы исследования: моделирование и сравнительный анализ экономических показателей.

Преобразование структур в процессе трансформации региональной экономики можно рассматривать как трансформационный кризис [1]. Одним из важнейших элементов антикризисного управления, является трансформация системы налогообложения и рассмотрение этой системы, прежде всего, как механизма управления экономикой. Оценивая аспекты, связанные с предпринимательством, предприниматели высказывались скорее негативно, и чаще всего по отношению к налоговым ставкам, суммам и порядку уплаты, Очень плохо оценивали налоговую политику Латвии 24% предпринимателей, а еще 48% - скорее плохо. Только 0,2% опрошенных предпринимателей считали налоговую политику в Латвии хорошей [5].

Связь между налоговой политикой, и размером налоговых поступлений в бюджет государства отображается кривой Лаффера<sup>16</sup>. Высокие налоги снижают базу налогообложения и доходы государственного бюджета. При сокращении ставок база налогообложения, в конечном счете, увеличивается. Если исходить из концепции Лаффера, изъятие у производителей более 35–40% добавленной стоимости провоцирует невыгодность инвестиций в целях расширенного воспроизводства. Однако однозначного ответа, какое значение эффективной ставки является критическим, не существует. Государству важно изучать этот вопрос для выбора правильной налоговой политики, которая стимулирует собственников-предпринимателей создавать и развивать коммерческие предприятия [4].

### Результаты исследования

Для сравнительного анализа рассмотрена модель коммерческого предприятия<sup>17</sup>. Налогообложение: обязательные взносы государственного социального страхования, подоходный налог с населения, налог на добавленную стоимость и подоходный налог с предприятий [3]. Для сравнения взяты 2007 и 2019 годы. В ходе исследования были определены доли дивидендов и налоговых отчислений государству в добавленной стоимости коммерческого предприятия

Таблица 1: доли дивидендов и налоговых отчислений государству в добавленной стоимости коммерческого предприятия

|                                                                                                        | 2007 год | 2019 год |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Доля дивидендов в добавленной стоимости коммерческого предприятия (%)                                  | 9,43     | 6,07     |
| Доля суммы всех налоговых отчислений государству в добавленной стоимости коммерческого предприятия (%) | 51,57    | 53,24    |

Доля дивидендов в добавленной стоимости коммерческого предприятия в Латвии имеет тенденцию к снижению, с 2007 по 2019 год эта доля уменьшилась на 35,63%. Доля суммы всех налоговых отчислений государству в добавленной стоимости коммерческого предприятия увеличилась и превышает долю дивидендов в 8,77 раза.

<sup>16</sup>Кривая Лаффера — графическое и устойчивое отображение зависимости между [налоговыми](#) поступлениями и [налоговыми ставками](#). Концепция кривой подразумевает наличие оптимального уровня налогообложения, при котором налоговые поступления достигают максимума.

<sup>17</sup> модель коммерческого предприятия: 30% годового дохода составляют материальные затраты и 40% - заработная плата (брутто); вся прибыль выплачивается в виде дивидендов.

Результаты исследования могут быть использованы для формирования стратегии управления экономикой и налоговой политики в частности.

## **ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ, SECINĀJUMI, CONCLUSION**

Сравнительный анализ структуры распределения добавленной стоимости коммерческого предприятия в 2007 и 2019 годах позволил сделать следующие выводы.

1. Доля дивидендов в добавленной стоимости коммерческого предприятия в Латвии имеет тенденцию к снижению, с 2007 по 2019 год эта доля уменьшилась на 35,63%. Такая тенденция имеет не стимулирующий, а угнетающий характер, что в итоге снижает интерес собственников-предпринимателей к созданию и развитию коммерческих предприятий.
2. Доля суммы всех налоговых отчислений государству в добавленной стоимости коммерческого предприятия увеличилась и составляет 53,24%, что превышает долю дивидендов в 8,77 раза.
3. Для развития экономики необходима налоговая политика, которая повышает интерес собственников-предпринимателей создавать и развивать коммерческие предприятия. Результаты данного исследования могут быть использованы при разработке такой политики.
4. Предложение: оценить состояние экономики государства и определить оптимальный уровень налогообложения, при котором собственники-предприниматели заинтересованы создавать и развивать коммерческие предприятия и, как следствие, налоговые поступления достигают максимума.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS**

1. В. Морохин «Антикризисное управление народным хозяйством в условиях трансформации региональной экономики», V Международная научно-практическая конференция «Трансформационные процессы в сфере права, региональной экономики и экономической политики: актуальные экономико-политические и правовые проблемы», 9 декабря 2016 года, БМА, Рига, 2017; ISBN 978-9984-47-143-3. 210-215.c.
2. В. Морохин «Кризис и менеджмент в системах народного хозяйства», Рига, 2008-2010, Материалы международных круглых столов-семинаров. Балтийский курс. Международный Интернет-журнал. The BALTIC COURSE, INTERNATIONAL MAGAZINE FOR DECISION MAKERS. [http://www.baltic-course.com/rus/kruglij\\_stol/?doc=13860](http://www.baltic-course.com/rus/kruglij_stol/?doc=13860). ISBN 978-9984-47-027-6
3. <https://www.vid.gov.lv/lv/nodokli>; 25.10.2019
4. [http://rus.tvnet.lv/novosti/ekonomika/331588-kommjersanti\\_kritichjeski\\_viskazalis\\_o\\_nalogovoy\\_politikje\\_i\\_poddjerzhkje\\_biznjesa](http://rus.tvnet.lv/novosti/ekonomika/331588-kommjersanti_kritichjeski_viskazalis_o_nalogovoy_politikje_i_poddjerzhkje_biznjesa); 06.07.2016
5. [http://rus.tvnet.lv/novosti/ekonomika/332308-v\\_latvii\\_strjemitjelno\\_zakrivajutsja\\_firmi?utm\\_source=inbox.lv/ru&utm\\_campaign=Links-in-partner-sites&utm\\_medium=front-page-inc-news-item](http://rus.tvnet.lv/novosti/ekonomika/332308-v_latvii_strjemitjelno_zakrivajutsja_firmi?utm_source=inbox.lv/ru&utm_campaign=Links-in-partner-sites&utm_medium=front-page-inc-news-item); 12.07.2016

# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ КОМПАНИИ SMART DATA

Георгий Брусов, БМА, магистрант программы  
«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование», E-mail:  
george@sdtg.eu

Научный консультант: профессор, доктор инженерных наук Владимир Стрельченко.

## АННОТАЦИЯ

В настоящее время каждое предприятие сталкивается с необходимостью постоянного мониторинга окружающей конкурентной среды и оценки своих позиций на рынке. Без знания намерений основных конкурентов практически невозможно успешно разработать и эффективно реализовать собственную стратегию развития. В статье анализируется конкурентная среда деятельности фирмы Smart Data. Выводы проведенной конкурентной разведки используются для выработки стратегических направлений развития исследуемого предприятия SIA «Smart Data».

**Ключевые слова:** конкурентная среда, конкуренты, рынок Интерактивных стендов.

## ABSTRACT

Currently, each company is faced with the need to constantly monitor the competitive environment and evaluate its market position. Without knowledge of the intentions of the main competitors, it is almost impossible to successfully develop and effectively implement our own development strategy. The article analyzes the competitive environment of Smart Data. The findings of the competitive intelligence are used to develop strategic directions for the development of the investigated enterprise SIA "Smart Data".

**Key words:** competitive environment, competitors, market of interactive stands.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS.

В качестве эффективного маркетингового инструмента изучения конкурентной среды выступает конкурентная разведка[1,2], представляющая собой целенаправленный сбор информации о конкурентах для принятия управленческих решений по дальнейшей стратегии и тактике ведения деятельности. Выводы проведенной конкурентной разведки используются для выработки стратегических направлений развития исследуемого предприятия SIA «Smart Data». В качестве главных объектов (конкурентов) исследования выступают четыре основных участника отрасли SAUBAG SIA, Clear Channel SIA, Zip TV SIA и JCDecaux SIA.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

Для определения конкурентоспособности Латвийского рынка Интерактивных стендов, необходимо оценить исследуемые предприятия по следующим критериям: *темпы роста рынка, доходность деятельности, результативность деятельности.*

**Темпы роста рынка.** Применительно к определению темпов роста рынка Интерактивных Стендов, используется средневзвешенное значение темпов роста объемов продаж каждого предприятия, действующего на этом рынке. Для определения этого значения проводится исследование динамики объемов продаж за последние 4 года (см. табл.1).

Таблица1

Оборот и темпы роста рынка Интерактивных стендов в Латвии за 2015-2018 г.

| №                                     | Название предприятия | 2015                   | 2016   | 2017    | 2018    | 2016           | 2017        | 2018       |
|---------------------------------------|----------------------|------------------------|--------|---------|---------|----------------|-------------|------------|
|                                       |                      | Объем продаж, тыс. EUR |        |         |         | Темпы роста, % |             |            |
| 1.                                    | Smart Data           | 11 050                 | 24 108 | 20 865  | 70 744  | 21,7           | 15,7        | 35,1       |
| 2.                                    | SAUBAG               | 2 471                  | 54 067 | 40 923  | 104 366 | 115,1          | -15,5       | 59,8       |
| 3.                                    | Zip Tv               | 5 114                  | 10 954 | 18 149  | 17 045  | 114,2          | 25,6        | -1,3       |
| 4.                                    | Clear Channel        | 20 471                 | 71 033 | 106 276 | 176 801 | 22,7           | 20,9        | 30,4       |
| 5.                                    | JCDecaux             | 20 112                 | 40 140 | 101 653 | 205 554 | 36,6           | 28,9        | 52,0       |
| <b>Среднее значение лидеров рынка</b> |                      |                        |        |         |         | <b>47,4</b>    | <b>50,1</b> | <b>8,8</b> |

Результаты исследования темпов роста рынка Интерактивных Стендов свидетельствуют, что динамика рынка за период с 2015-2018 годы имеет положительный характер. Общие положительные темпы роста рынка за год, свидетельствуют о его стабильном развитии. Однако, рассматривая отдельные темпы роста в разрезе отдельных предприятий, становится очевидным, что на смену отрицательным темпам роста в 2015 году пришли положительные темпы в 2017 году. Уменьшение темпа роста SIA «Smart Data» в 2017 году связаны с потерей части рынка, в свою очередь, SAUBAG SIA также потеряло часть рынка в результате передела рынка с предприятием Clear Channel SIA, у которого, напротив, наблюдается рост 20,9%. Предприятие JCDecaux SIA на фоне своих конкурентов, заканчивает 2018 год с высокими показателями темпа роста – 52%, что связано, главным образом, с ориентацией продукции на экспорт в Скандинавию.

Рассматривая рынок Интерактивных Стендов в следует отметить, что замедленные и отрицательные темпы роста предприятий в значительной мере связаны с актуальными проблемами в появлении новых игроков на рынке, которые предлагают дешевую некачественную продукцию, тем самым ограничивают спрос на качественную Интерактивную продукцию. Так же стоит отметить, что в последнее время присутствует нечестная конкуренция, которая проявляется в том, что многие предприятия получают ускоренный и упрощенный доступ к закупкам и участию в тендерах.

Таким образом, рынок Интерактивной продукции вынужден приспособливаться к постоянно меняющимся условиям и в качестве перспективного благополучия развивать экспортные направления.

**Доходность деятельности (рентабельность продаж).** Одним из ключевых экономических индикаторов, который показывает эффективность работы любого предприятия, является коэффициент доходности или рентабельности продаж. Для расчета данного коэффициента используется соотношение чистой прибыли к выручке предприятия (см. табл.2).

Таблица 2.

Рентабельность продаж участников рынка Интерактивных стендов в Латвии за 2015-2018 г.

| Название предприятия / Показатели расчетов |                          | Smart Data | Clear Channel | Zip Tv | SAUBAG  | JCDecaux |
|--------------------------------------------|--------------------------|------------|---------------|--------|---------|----------|
| 2018                                       | Чистая прибыль (тыс.EUR) | 39 530     | 102 320       | -9544  | 31 000  | 299 000  |
|                                            | Объем продаж тыс.EUR)    | 100 744    | 294 366       | 30 045 | 128 801 | 705 554  |

|             |                          |            |             |             |            |            |
|-------------|--------------------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|
|             | <b>Значение ROS, %</b>   | <b>3,0</b> | <b>2,9</b>  | <b>-5,9</b> | <b>3,6</b> | <b>5,8</b> |
| <b>2017</b> | Чистая прибыль (тыс.EUR) | 10 615     | 26 930      | -3 500      | 51 222     | 92 900     |
|             | Объем продаж (тыс.EUR)   | 71 865     | 105 923     | 18 149      | 106 276    | 303 653    |
|             | <b>Значение ROS, %</b>   | <b>4,4</b> | <b>4,7</b>  | <b>-1,4</b> | <b>5,2</b> | <b>6,3</b> |
| <b>2016</b> | Чистая прибыль (тыс.EUR) | 5 183      | 31 500      | 32 682      | 24 100     | 88 800     |
|             | Объем продаж (тыс.EUR)   | 46 108     | 260 067     | 101 954     | 73 033     | 1455 140   |
|             | <b>Значение ROS, %</b>   | <b>3,6</b> | <b>11,2</b> | <b>7,6</b>  | <b>7,4</b> | <b>3,9</b> |
| <b>2015</b> | Чистая прибыль (тыс.EUR) | 2 053      | 12 638      | 6 314       | 14 208     | 96 325     |
|             | Объем продаж (тыс.EUR)   | 13 241     | 92 821      | 35 114      | 42 471     | 2045 250   |
|             | <b>Значение ROS, %</b>   | <b>1,6</b> | <b>3,4</b>  | <b>1,2</b>  | <b>2,3</b> | <b>2,4</b> |

На протяжении исследуемых периодов, рентабельность продаж, в общем, имеет положительные значения. Следует отметить, что сопоставление показателей рентабельности продаж исследуемых предприятий может определять решение, принимаемое клиентами о сотрудничестве.

**Результативность деятельности.** Основными критериями, по которым необходимо исследовать уровень результативности деятельности предприятий, являются ассортимент продукции, цена, маркетинг, технологическое оснащение и рентабельность. Путем индивидуального экспертного оценивания, основанного на методе ассоциаций и сравнений и статического анализа, определяется относительная важность каждого из указанных параметров. Параметры для оценки изучаются и сравниваются с исследуемыми объектами. Общая значимость коэффициентов принимается за 1 или 100%. Основываясь на имеющейся информации о деятельности исследуемых предприятий – конкурентов проводится балльная оценка уровня развития параметров для каждого из них. С этой целью используется 9 балльная шкала по следующему принципу: 1-3 – слабый уровень развития, 4-6 – средний уровень развития, 7-9 – высокий уровень развития (см. табл.3.).

Таблица 3

Оценка результативности деятельности предприятий интерактивных стендов рынка в Латвии

| №  | Критерии оценки                                                                       | Коэффициент значимости | Оценка   |               |            |        |        |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------|---------------|------------|--------|--------|
|    |                                                                                       |                        | JCDesaux | Clear Channel | Smart Data | SAUBAG | Zip TV |
| 1. | Ассортимент продукции (продуктовые группы)                                            | <b>0,2</b>             | 1,8      | 1,8           | 1,4        | 1,4    | 1,2    |
| 2. | Ценовой уровень (цены, акции, особые предложения)                                     | <b>0,14</b>            | 1,12     | 0,84          | 0,98       | 0,84   | 0,84   |
| 3. | Качество продукции (технология производства, количество рекламаций)                   | <b>0,18</b>            | 1,44     | 1,44          | 1,44       | 1,44   | 1,44   |
| 4. | Производственные издержки (доля затрат в объеме продаж)                               | <b>0,12</b>            | 0,84     | 0,84          | 0,84       | 0,96   | 0,84   |
| 5. | Активность маркетинга (каналы продвижения услуг, информационное обеспечение клиентов) | <b>0,1</b>             | 0,8      | 0,8           | 0,7        | 0,8    | 0,7    |



|    |                                                                                                |             | JCDecaux   | Clear Channel | Smart Data | SAUBAG      | Zip Tv      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------|---------------|------------|-------------|-------------|
| 6. | Уровень освоения технологий (оперативное управление, наличие уникальных технологий, патентов)  | <b>0,14</b> | 1,26       | 1,26          | 0,98       | 1,12        | 0,98        |
| 7. | Престиж торговой марки (количество положительных отзывов, частота упоминания в СМИ, интернете) | <b>0,08</b> | 0,72       | 0,56          | 0,48       | 0,56        | 0,56        |
| 8. | Рентабельность продаж (показатели ROS)                                                         | <b>0,04</b> | 0,32       | 0,28          | 0,28       | 0,36        | 0,28        |
|    | <b>Итого</b>                                                                                   | <b>1</b>    | <b>8,3</b> | <b>7,82</b>   | <b>7,1</b> | <b>7,48</b> | <b>6,84</b> |
|    | <b>Среднее значение</b>                                                                        | <b>7,51</b> |            |               |            |             |             |

Наглядным способом представления результатов анализа результативности деятельности конкурентов является многоугольник конкурентоспособности (см. рис. .1).[3]. По каждой оси для отображения уровня значений каждого из исследуемых факторов используется бальное измерение. Изображение многоугольника конкурентоспособности для разных предприятий позволяет провести анализ уровня их конкурентоспособности по исследуемым факторам. В результате оценки результативности деятельности предприятий определен общий фактический уровень развития предприятий и рассчитано среднее значение по каждому предприятию. Согласно данным таблицы 3, безусловным лидером по развитости основной деятельности является предприятие SIA «JCDecaux», уровень которого оценен в 8,3 балла.

Основываясь на доступную информацию предприятия SIA «JCDecaux», можно сделать вывод, что данное предприятие имеет достаточно большой опыт работы, так как только в 2015 году предприятие заключило договора с Рижской Думой на установку рекламных стендов на сумму свыше 3,5 млн. EUR. Наглядным способом представления результатов анализа деятельности конкурентов, является многоугольник конкурентоспособности.[3]

По каждой оси для отображения уровня значений каждого из исследуемых факторов используется бальное измерение. Изображение многоугольника конкурентоспособности для разных предприятий позволяет провести анализ уровня их конкурентоспособности по исследуемым факторам (см. рис. 1).[3].

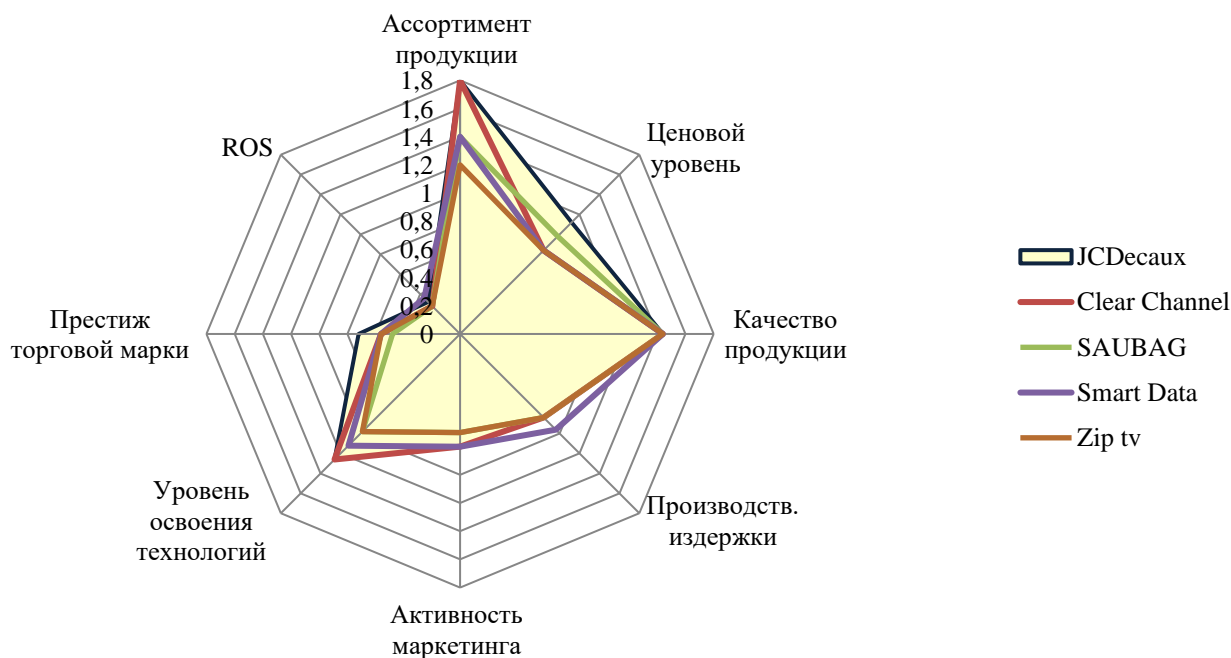


Рис. 1. [3]. Многоугольник конкурентоспособности предприятий рынка Интерактивных экранов в Латвии

Следующим высокоразвитым предприятием является предприятие Clear Channel со средней балльной оценкой 7,82. Данное предприятие по уровню развитости уступает лидеру в вопросах ценообразования, престижа и рентабельности. Так, SAUBAG имеет конкурентоспособные цены, но не имеет особых условий формирования выгодной цены. Поскольку окончательная цена продукции, как и у других исследуемых предприятий, формируется с учетом производственных издержек, другие конкуренты отличаются более гибкой ценовой системой: различные модификации продукции формируют окончательную цену, присутствует скидка с объемов продаваемой продукции, применяются особые цены по системе лояльности. Престиж SAUBAG в данном случае оценивался с учетом популярности данного бренда в СМИ и интернете. Популярность предприятия ниже популярности конкурентов, к тому же информация на сайтах SAUBAG в большей степени ориентирована на зарубежный рынок. Рентабельность предприятия сравнительно ниже рассматриваемых конкурентов.

Предприятие Zip Tv являются менее развитым предприятиям и уступают лидеру отрасли в ассортименте продукции, ценовой уровне, доли производственных затрат и престиже. Показатели предприятий объясняются, прежде всего, меньшим оборотом и низким уровнем освоения технологий. Таким образом, это не позволяет предприятиям значительно снизить производственные издержки и предлагать продукцию по низким ценам. В дополнение к этому, популярность предприятий в сети интернет заметно ниже популярности конкурентов: слабое информационное обеспечение сайта Zip Tv последнее обновление информации происходило в 2017 году. Таким образом, следует говорить о недостаточности информационного обеспечения, что и влияет на уровень развитости предприятия.

## ВЫВОДЫ.CONCLUSIONS.SECINĀJUMI

Проводя исследование деятельности предприятий, определено, что все исследуемые предприятия в той или иной мере принимают участие в различных локальных и международных проектах, имеют высококвалифицированный персонал и в большей степени не отличаются высокой уникальностью предлагаемых услуг. Относительно SIA «Smart Data» предприятию следует укреплять свои конкурентные преимущества и путем освоения постоянно совершенствующихся технологий

стремится к сокращению производственных издержек и предложению качественной продукции по привлекательным ценам.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES.**

1. Matthew Harrison, Julia Cupman. Competitor Intelligence Research & Market Intelligence. <https://www.b2binternational.com/publications/competitor-intelligence/>
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование. М.: МГУ, 2004. с.64.
3. Муромцев Д.Ю., Муромцев Ю.Л. и др. Экономическая эффективность и конкурентоспособность. Тамбов: ТГТУ, 2007. с.21.

# ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

**Илона Ясуге**, Латвия,  
Балтийская Международная академия, Рига,  
Профессиональная магистерская программа  
«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование»  
ilowa3@gmail.com  
Научный руководитель: Голубкова Т.В. , ассоц. проф. БМА

## ANOTĀCIJA

Šajā rakstā tiek analizēta organizācijas pārdošanas politika, iekšēja un ārējā tirgus problēmas, ir izstrādāti pasākumi uzņēmuma pārdošanas politikas uzlabošanai. Izkatīts praktiskais piemērs ar firmas “KASKAD FS” palīdzību.

**Atslēgvārdi:** Konkurētspēja, organizācija, mārketinga politika, produkti, marketings.

## ANNOTATION

This article analyzes the organizations sales policy, the problems of domestic and external nature, have been developed new ways to improve sales policy of the organization. A practical example is reviewed with the help of the company “KASKAD FS”.

**Key words:** Competitiveness, organization, marketing policy, products, marketing.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVĀDS

Политика сбыта играет ключевую роль в нескольких областях стратегического планирования организации. Сотрудники отвечающие за сбыт должны определить лучший способ достижения стратегических целей для каждого подразделения компании. Они помогают организации оценить потенциал каждой хозяйственной единицы организации, установить цели для каждой из них, для того что бы успешно достичь этих целей.

Для того что бы обеспечить конкурентоспособность предприятия в современных условиях нужно решать многие проблемы, которые связаны с выбором сегментов рынка, регионов и методов продаж, а также ассортимента продукции.

Необходимость эффективного использования маркетинга, стратегически, тактически и технологически связанного со сбытом, заключается в том, что он выступает как механизм поддержания адекватности деятельности предприятия процессам, развивающимся на рынке.

### **Основные теоретические и практические положения. The main theoretical and practical conditions. Galvenie teorētiskie un praktiskie nosacījumi.**

*Сбыт- это ключевой показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия.*

Сбытовая деятельность фирмы обеспечивает приток финансовых средств, а так же определяет величину данного притока, который называют выручкой, показывает насколько результативно

работают все отделы организации, в особенности производство и маркетинг. Количественные показатели сбыта являются ключевыми контрольными параметрами при проведении ситуационного анализа положения компании.

Сбытовая политика любой компании имеет весьма важное значение в маркетинговой деятельности каждого предприятия. Именно система сбыта предприятия обобщает в себе весь результат осуществляемого маркетинга. На рисунке №1 отображены основные направления деятельности политики сбыта предприятия.



Рис. 1 Направления деятельности политики сбыта

Изучив опыт работы различных предприятий в сфере маркетинга и сбыта свидетельствует о наличии ряда проблем внешнего и внутреннего характера.

К *внешним* проблемам можно отнести:

- ✓ не сложен механизм рыночных отношений, который ограничивает применение приемов и элементов маркетинга;
- ✓ низкая платежеспособность потребителей продукции предприятия;
- ✓ в продаже имеется аналогичная продукция иностранных и местных производителей ( с лучшими характеристиками);
- ✓ в полной мере не используются возможности скидок;
- ✓ не высокий уровень культуры маркетинга, который обусловлен сложившимся стереотипом деловых отношений;
- ✓ необходимость адаптации руководителей и сотрудников предприятий к новым экономическим условиям;
- ✓ неблагоприятная рыночная конъюнктура;
- ✓ влияние большого числа неконтролируемых факторов.

Рассмотрим характеристику *внутренних* проблем организации сбытовой деятельности, которые наиболее часто встречаются. Для наглядности они были объединены в табл. 1.

Таблица 1. Характеристика проблем деятельности отделов сбыта отечественных предприятий

| Функции маркетинга        | Проблемы                                                                   | Основные причины проблем                                                                        |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Исследовательская функция | Отсутствие системы информационного обеспечения инновационной деятельности. | Недостаточное количество научных разработок, по проведению исследований рынка.                  |
| Коммуникативная функция   | Отсутствие должной рыночной ситуации системы маркетинговых ситуаций.       | Отсутствие комплексного подхода к разработке и реализации коммуникативной политики предприятия. |

|                               |                                                                                                 |                                                                                         |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Управленческая функция</b> | Недостаточное использование рыночных методов хозяйствования, низкие темпы адаптации работы.     | Ограниченное использование информационных систем для принятия управленческих решений.   |
| <b>Стратегическая функция</b> | Отсутствие чётко выраженной общей стратегии предприятия, а так же по отдельным сегментам рынка. | Недостаточно специализированного ПО для разработки стратегии по достижению бизнес-идей. |

Изучив перечисленные выше проблемы, можно выявить, что необходимы изменения подходов к организации деятельности системы сбыта предприятия, предусматривающие следующее:

- ✓ изменение функций отдела продаж и маркетинга, который из простого исполнителя заказов потребителей должен превратиться в координатора и консультанта производственных, конструкторско-технологических подразделений, торговых посредников;
- ✓ совершенствование планирования и управления маркетинговыми и сбытовыми операциями с целью достижения плановых показателей реализации и прибыли;
- ✓ реализацию системы мероприятий по повышению ее эффективности.

Для успешной работы предприятия в рыночных условиях нужна комплексная структурная перестройка существующей системы управления маркетингом и сбытом в целях ее ориентации на завоевание и сохранение предпочтительной доли рынка и обеспечения конкурентных преимуществ.

### **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF THE STUDY, THEIR EVALUATION. RĒTĪJUMA REZULTĀTI, TO NOVĒRTĒJUMS.**

В данном разделе статьи рассмотрен практический пример проблем в сбытовой политике предприятия, и её влияния на конкурентноспособность фирмы. Это сделано на примере фирмы "KASKAD FS".

С помощью SPACE матрицы, будут выявлены проблемы в политике сбыта, и предложено решение данной проблемы.

В следующей таблице проведен анализ критериев стабильности обстановки на рынке, относительно фирмы "KASKAD FS" (см. табл.2).

*Таблица 2 Критерии стабильности обстановки на рынке – ES 18*

| Перечень факторов                 | Начальный порог | Коэффициент |   |   |   |   |   |   | Конечный порог |
|-----------------------------------|-----------------|-------------|---|---|---|---|---|---|----------------|
|                                   |                 | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |                |
| Технологические изменения         | Много           | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Мало           |
| Показатели инфляции               | Высокий         | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Низкий         |
| Спрос на товары/услуги            | Низкий          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокий        |
| Ценовая эластичность спроса       | Высокая         | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Низкая         |
| Конкуренция в отрасли             | Высокая         | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Низкая         |
| Экономическая обстановка в стране | Неблагоприятная | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Благоприятная  |
| Политическая обстановка в стране  | Неблагоприятная | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Благоприятная  |
| Налогообложение                   | Высокое         | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Низкое         |
| Платежеспособность потребителя    | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |

<sup>18</sup> Составлено автором.

|                                    |                 |            |   |   |   |   |   |   |               |
|------------------------------------|-----------------|------------|---|---|---|---|---|---|---------------|
| Законодательство                   | Неблагоприятное | 0          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Благоприятное |
| <b>Итого</b>                       |                 | <b>31</b>  |   |   |   |   |   |   |               |
| <b>Ср. арифметическое значение</b> |                 | <b>3.1</b> |   |   |   |   |   |   |               |

Экспертами фирмы “KASKAD FS”, критерии стабильности обстановки на рынке были оценены показателем в 3,1 пунктов. Следует отметить, что этот показатель является выше среднего и согласуется с ранее проведенным анализом о потенциальных угрозах рынка.

В следующей таблице представлен анализ критериев отраслевого потенциала, применительно фирмы “KASKAD FS” (см. табл.3).

Таблица 3. Критерии отраслевого потенциала – IS 19

| Перечень факторов                  | Начальный порог | Коэффициент |   |   |   |   |   |   | Конечный порог |
|------------------------------------|-----------------|-------------|---|---|---|---|---|---|----------------|
|                                    |                 | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |                |
| Потенциал роста отрасли            | Низкий          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокий        |
| Потенциал прибыли                  | Низкий          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокий        |
| Финансовая стабильность            | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| Уровень доступных технологий       | Низкий          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокий        |
| Степень использования ресурсов     | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| Производительность                 | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| <b>Итого</b>                       |                 | <b>26</b>   |   |   |   |   |   |   |                |
| <b>Ср. арифметическое значение</b> |                 | <b>4.3</b>  |   |   |   |   |   |   |                |

По оценке экспертов, среднее арифметическое значение критериев отраслевого потенциала составило – 4.3 пункта. Анализ критериев отраслевого потенциала совпадает с аналогичными данными анализа возможностей рынка и таким образом, свидетельствует как об экономическом, так и отраслевом потенциале развития государства. В следующей таблице представлена оценка экспертов конкурентоспособных преимуществ фирмы “KASKAD FS” относительно основных конкурентов на рынке (см. табл.4).

Таблица 4. Критерии конкурентоспособных преимуществ фирмы “KASKAD FS” относительно основных конкурентов на рынке – CA 20

| Перечень факторов             | Начальный порог | Коэффициент |   |   |   |   |   |   | Конечный порог |
|-------------------------------|-----------------|-------------|---|---|---|---|---|---|----------------|
|                               |                 | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |                |
| Доля рынка                    | Малая           | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Большая        |
| Качество продукта             | Низкое          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокое        |
| Жизненный цикл продукта       | Конечный        | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Начальный      |
| Лояльность потребителя        | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| Месторасположение             | Неудачное       | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Удачное        |
| Квалифицированность персонала | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |

<sup>19</sup> Составлено автором.

<sup>20</sup> Составлено автором.

|                                    |  |            |  |
|------------------------------------|--|------------|--|
| <b>Итого</b>                       |  | <b>26</b>  |  |
| <b>Ср. арифметическое значение</b> |  | <b>4.3</b> |  |

Среднее значение критериев конкурентоспособных преимуществ фирмы “KASKAD FS” относительно основных конкурентов на рынке по оценкам экспертов составило 4,3 пункта. Следует отметить, что данные полученные в таблице 2.32. согласуются с аналогичными данными, полученными при ранее проведенном анализе. В следующей таблице был проведен анализ критериев финансового потенциала фирмы “KASKAD FS” относительно основных конкурентов на рынке (см. табл.5).

Таблица 5. Критерии финансового потенциала фирмы “KASKAD FS” относительно основных конкурентов на рынке – FS 21

| Перечень факторов                  | Начальный порог | Коэффициент |   |   |   |   |   |   | Конечный порог |
|------------------------------------|-----------------|-------------|---|---|---|---|---|---|----------------|
|                                    |                 | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |                |
| Финансовая независимость           | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| Рентабельность                     | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| Ликвидность                        | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| Собственный капитал                | Малый           | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Большой        |
| Нетто-оборот                       | Малый           | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Большой        |
| Чистая прибыль                     | Низкая          | 0           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Высокая        |
| <b>Итого</b>                       |                 | <b>29</b>   |   |   |   |   |   |   |                |
| <b>Ср. арифметическое значение</b> |                 | <b>4.8</b>  |   |   |   |   |   |   |                |

Эксперты оценили финансовый потенциал фирмы “KASKAD FS” показателем в 4,8 пунктов. Таким образом, этот показатель является выше среднего, что также свидетельствует о наличии потенциала к росту и развитию фирмы “KASKAD FS” на рынке Латвии.

Далее полученные данные из предыдущих таблиц будут использованы автором для построения SPACE матрицы и определения наиболее оптимальной стратегии развития “KASKAD FS” на рынке Латвии (см. рис. 2.26.).

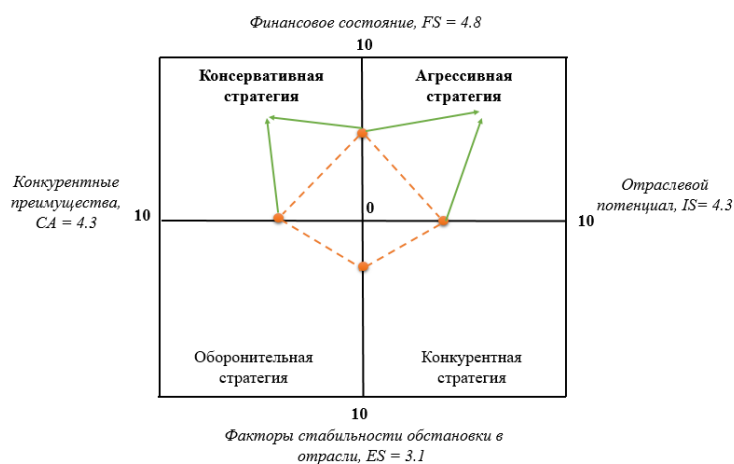


Рис. 2. SPACE матрица для фирмы “KASKAD FS” 22

По данным SPACE матрицы, фирме “KASKAD FS”, необходимо избрать либо консервативную, либо агрессивную стратегию развития для реализации намеченных планов по совершенствованию

<sup>21</sup> Составлено автором.

<sup>22</sup> Составлено автором.



политики сбыта. Согласно проведенным подсчетам, стратегия агрессивного развития в наибольшей степени подходит фирме “KASKAD FS”, нежели остальные стратегии развития, также представленные на рисунке 2, и должна быть использована для увеличения доли рынка предприятия и общего числа клиентов.

Агрессивная стратегия развития подразумевает под собой привлекательную отрасль, при которой фирма может увеличить долю рынка с помощью своего финансового потенциала для реализации проектов и мероприятий по улучшению сбыта. Стратегия заключается в агрессивном проникновении продукта на рынок путём разработки рекламной кампании, сосредоточении внимания на склонных к новшествам покупателях и стремлении заранее обеспечить преимущества в конкурентной борьбе. При данной стратегии фирма “KASKAD FS” сможет достаточно в короткие сроки увеличить долю рынка и свой объём продаж.

## **ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSIONS AND PROPOSALS. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI.**

Совершенствование сбытовой политики в рыночных условиях, это четкое и продуманное выполнение коммерческими отделами предприятий своих функций усиливают стимулы к производству, способствуют решению проблем, восстановлению хозяйственных связей, межрегиональной интеграции потребительского рынка и повышению эффективности хозяйственного оборота.

Для устранения проблем в политике сбыта предприятия, необходимо чётко понимать так называемый «корень зла». В наше время существует множество методов для выполнения этой задачи.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF USED LITERATURE AND OTHER SOURCES. IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN CITU AVOTUSARAKSTS.**

1. База данных о всех зарегистрированных в Латвии предприятиях, общественных организациях и зарубежных представительствах – Lursoft.lv. KASKAD Filtration Systems, Sabiedriba ar ierobežotu atbildību. Доступно: <https://company.lursoft.lv/ru/kaskad-filtration-systems/40103454607>
2. Багиева Г.Л., Наумов В.Н., Содержание сбытовой политики предприятия: учеб. пособие/ СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2015.
3. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит системы сбыта / Донецк, 2014;
4. Голубкова, Е.Н. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Е.Н. Голубкова. — 2-е изд., 2013.

# ПРАКТИКИ НОСТАЛЬГИЧЕСКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ОБЗОР ЛАТВИЙСКОГО ОПЫТА

**Ксения Ильина**

PhD student at the SSEES, University College London (United Kingdom)

ksenija.iljina.18@ucl.ac.uk

## АННОТАЦИЯ

Целью работы является изучение латвийской опыта коммерческого использования ностальгических настроений, связанных с советским периодом. В статье приводится краткий обзор литературы, посвященной теоретическим положениям ностальгического потребления и его специфике в контексте постсоветского пространства. Рассматривая конкретные примеры коммерческих предложений, использующих индивидуальную и коллективную историческую память, автор анализирует возможности коммерциализации позитивных и негативных сентиментов, а также их последствия.

**Ключевые слова:** ностальгическое потребление, коммерциализация, историческая память,

## ABSTRACT

The aim of this paper is to analyse the Latvian practice of commercial use of nostalgic sentiments associated with the Soviet period. The article provides a brief review of the existing literature on theoretical foundations of nostalgic consumption and its specifics in the context of the post-Soviet space. By considering the most prominent examples of commercial products making use of individual and collective historical memory, the author analyses the possibilities for commercialising positive and negative sentiments and their effects.

**Keywords:** nostalgic consumption, commercialization, historical memory

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS

В современную эпоху глобальных изменений, характерными чертами которой являются социальная и экономическая трансформация, у значительной части общества формируются ностальгические настроения, связанные с желанием стабильности, определенности, предсказуемости. Ностальгия, рассматриваемая как «предпочтение (общая симпатия, позитивное отношение или благоприятное влияние) в отношении объектов (людей, мест или вещей), которые чаще встречались (были популярными, модными или широко распространенными), когда субъекты были моложе (в ранней взрослости, в подростковом возрасте, в детстве или даже до рождения)» [9, 108], является одним из существенных факторов влияющих на эмоциональное поведение потребителей.

Целью данного исследования является обоснование коммерческого использования ностальгических настроений, связанных с советским периодом на территории Латвии. Изучение общих теоретических положений ностальгического потребления и его специфики в контексте постсоветского пространства, а также рассмотрение конкретных примеров коммерческих предложений апеллирующих к индивидуальной и коллективной исторической памяти жителей Латвии позволяют выдвинуть гипотезу о высоком потенциале коммерциализации как положительных, так и отрицательных эмоций.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ/SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSĒ /BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Начало активного теоретического осмысления феномена ностальгического потребления приходится на 1990-ые годы. Интерес к данной теме был вызван усилением общих ностальгических настроений, связанных с приближением смены веков и тысячелетий, взрослением поколения бэби-бумеров [5, 106]. На территории постсоветского пространства определяющими факторами тоски по ушедшей эпохе выступали утрата привычного образа жизни, болезненные поиски новой идентичности. Как отмечает исследователь S. Воуп, ностальгия может быть защитной реакцией, ответом на переходные периоды истории [1, 41]. Следует отметить, что наряду с представлением о ностальгических настроениях как переживании позитивных эмоций, некоторые исследователи указывают на их амбивалентность [7],[14]. Так, Holak, S. L. and Havlena, W. J. [8] в отношении ностальгических чувств используют термин *bittersweet* (горько-сладкий), указывая на то, что предшествующий опыт человека может вызывать и негативные воспоминания. Выстраивание ностальгических воспоминаний осуществляется как на основе личного опыта, так и под воздействием СМИ, художественных произведений и т.д., или, используя теорию Хвальбакса [21], можно утверждать, что здесь задействованы два вида памяти: 1) индивидуальная, внутренняя, 2) коллективная, внешняя.

Многомерность феномена ностальгического потребления определяет разнообразие подходов к его изучению. Наряду с общими теоретическими исследованиями влияния ностальгических воспоминаний на поведение потребителей можно выделить более узкие направления, в частности, ограниченные временными и географическими рамками, отдельными отраслями (см. Табл. 1).

Табл. 1

Обзор научных исследований ностальгического потребления  
по отдельным направлениям

| Авторы                                          | Тематика исследования                                                                                           |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Holbrook M. B., Schindler R. M. [9]             | роль ностальгии в опыте потребления индивидуумов, на основе субъективного личного самоанализа                   |
| Havlena и Holak [8]                             | взаимосвязи индивидуальных характеристик с предрасположенностью к ностальгии                                    |
| Kessous A. [10]                                 | влияние культуры на ностальгические бренды и условия для отказа от них со стороны потребителя                   |
| Chen, J.C.-C. [3]                               | удовлетворенность потребителей дизайном упаковки, вызывающим положительные ностальгические эмоции               |
| Brunk, K. H., M. Giesler, and B. J. Hartman [2] | конфликт между деполитизацией социалистического прошлого и коммерциализацией воспоминаний о ГДР                 |
| Vignolles A. and Pichno P. [13]                 | анализ основных тем (детство, особые даты и др.), которые связывают потребление продуктов питания с ностальгией |
| Каспэ И. М. [18]                                | идеологизация ностальгического образа «советской кухни»                                                         |
| Кусимова Т. Б., Шмидт М.А. [19]                 | советская гастрономия, играющая роль «места памяти», как объект ностальгии в современных российских реалиях     |
| Russell D. W. [12]                              | изучение сегментов рынка в индустрии туризма, заинтересованных в посещении ностальгических мест                 |
| Абрамов Р. Н. [15]                              | анализ феномена технологической ностальгии на примере музея советских игровых аппаратов                         |

В последнее десятилетие внимание ученых все чаще привлекают ностальгические настроения, связанные с эпохой СССР. Результаты исследований [4],[17],[20] показывают, что с разной степенью интенсивности они характерны для массового сознания жителей всех стран постсоветского пространства. Данные настроения откладывают отпечаток на потребительские предпочтения в самых разнообразных отраслях – туристической, гастрономической, культурно-развлекательной и др.

Примерами гастрономического ностальгического потребления в Латвии можно назвать выбор в условиях продуктового изобилия марок товаров, которые выпускались во времена СССР, использование советской стилистики в упаковке, оформлении интерьеров торговых точек и мест общественного питания. Интересным представляется тот факт, что ностальгические воспоминания связаны с натуральностью продуктов, их высоким качеством (соответствием ГОСТам), в то время как всеобщий дефицит, очереди, низкий уровень обслуживания постепенно вытесняются из памяти. Латвийские потребители выбирают сгущенное молоко в узнаваемой бело-голубой упаковке, российский сыр, «Рижские шпроты», колбасу «Московскую», «Советское шампанское», шоколадные конфеты «Prozit» и «Lācītis ķerainītis», т. е. бренды, имеющие положительные «советские» коннотации. Следует отметить, что позитивные эмоции при выборе «советских» товаров сегодня также обусловлены тем, что значительная их часть относилась к продуктам, которые приобретались для «особого случая» [13], (семейным праздникам, юбилеям), т. е. в индивидуальной памяти они сохраняются как символы частной жизни и не несут идеологической нагрузки.

Приверженность советской марке была продемонстрирована и в ходе проекта «Ностальгия», в рамках которого кондитерская фабрика Laima в год своего столетия предложила покупателям выбрать конфеты из прошлого, чтобы возобновить их выпуск [11]. Наибольшее количество голосов было отдано за советские конфеты "Кара-Кум", получившие свое название в честь строительства в 1950-ых гг. туркменского Каракумского канала.

Еще одним ярким примером коммерциализации ностальгических настроений можно назвать оформленный в гротескной стилистике советского общепита рижский бар «Bufete 9 Gradi», предлагающий ностальгический ассортимент алкоголя и закусок. Заведение стало культовым местом не только для посетителей зрелого возраста, но и для представителей постсоветского поколения, что позволяет говорить о стимулировании ностальгии через трансляцию символов, ассоциаций и практик между поколениями и свидетельствует о задействовании механизмов коллективной памяти.

Важно отметить, что для значительной части латвийского общества воспоминания об эпохе СССР связаны с травматическим опытом советского режима. Осмысление и оценка данного периода сопровождается коммодификацией исторического прошлого, что выражается, в том числе, в превращении материальных объектов, выступающих в роли «мест памяти» (*lieux de mémoire*), в популярные туристические достопримечательности. Музей оккупации, «Угловой дом» - бывшее здание КГБ, землянки «лесных братьев» в Амате и под Иле, город-призрак Скрунда-1, в котором размещалась станция противоракетной обороны и многие другие символы исторической памяти являются сегодня примерами объектов ностальгического туризма. Согласно А. Ассман, подобные музеи, отображают «жертвенную историю, представляя сопротивление насилию в качестве героических истоков зарождения нации» [16,158], что в свою очередь закрепляет национальный образ в качестве коллективной страдающей жертвы и оборачивается неспособностью «сочувственного отношения к жертвам собственной государственной политики» (16,159).

## **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS. SECINĀJUMI**

Коммерциализация ностальгии, базирующаяся на эмоциях потребителей в отношении воспоминаний в особенной степени характерна в переходные периоды, когда в обществе возрастает запрос на осознание собственной идентичности. Для Латвии, как и для других стран постсоветского пространства характерным является обращение потребителей к товарам с реминисценцией к эпохе СССР. В основе такого ностальгического потребления лежат как персональные воспоминания, так и элементы коллективной памяти.

Проведенный анализ показал, что потребление отдельных латвийских продуктов гастрономической и туристической отраслей напрямую связано с ностальгическими настроениями, при этом «советское» может иметь как позитивные, так и негативные коннотации, вызывая

соответствующие эмоции, что подтвердило выдвинутую гипотезу. В перспективе дальнейшие исследования могут включить более глубокое исследование связи эмоциональной составляющей воспоминаний жителей Латвии с ностальгическим потреблением, для чего необходимо обратиться к комбинированию качественных и количественных методов исследования.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Boym S. *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books, 2001, pp. 41–55.
2. Brunk K. H., Giesler M., Hartman B. J. Creating a Consumable Past: How Memory Making Shapes Marketization. // *Journal of Consumer Research*, 44(6), 2017, pp. 1325-1342.
3. Chen, J.C.-C. The impact of nostalgic emotions on consumer satisfaction with packaging design. // *Journal of Business and Retail Management Research*, vol. 8, no. 2, 2014, pp. 71-79.
4. Gallup. Former Soviet Countries See More Harm from Breakup. 2013 [Accessed 5 December 2019] Available at: <https://news.gallup.com/poll/166538/former-soviet-countries-harm-breakup.aspx>
5. Garland S. B. Those aging boomers. // *BusinessWeek*, 3214, 1991, pp. 106–112.
6. Havlena W. J., Holak S. L. The Good Old Days: Observations on Nostalgia and Its Role in Consumer Behavior. // *Advances in Consumer Research*, Vol. 18. 1991, pp. 323-329.
7. Hirsch A. R. Nostalgia: A Neuropsychiatric Understanding. // *Advances in Consumer Research*. Vol. 19, 1992, pp. 390-395.
8. Holak S. L., Havlena, W. J. Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia. // *Journal of Business Research*, 42, 1998, pp. 217–226.
9. Holbrook M. B., Schindler R. M. Nostalgic bonding: exploring the role of nostalgia in the consumption experience. // *Journal of Consumer Behavior*, vol. 3, no. 2, 2003, pp. 107–127.
10. Kessous A. Nostalgia and brands: a sweet rather than a bitter cultural evocation of the past. // *Journal of marketing management*, 31 (17-18), 2015, pp. 1899-1923.
11. Par godu Latvijas simtgadei “Laima” 2018. gadā ražos vēsturiskās konfektes “Karakums” un “Talismans”. Laima/ 2017. [Accessed 5 December 2019] Available at: <https://www.laima.lv/jaunumi/par-godu-latvijas-simtgadei-laima-2018-gada-razos-vesturiskas-konfektes-karakums-un-talismans/>
12. Russell D. W. Nostalgic Tourism. // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 25(2), 2008, pp.103-116.
13. Vignolles, A., Pichno, P. A taste of nostalgia. Links between nostalgia and food consumption. // *Qualitative Marketing Research* 3, 2014, pp. 225–38.
14. Walder D. Hysterical Nostalgia in the Postcolony: From Coming Home to District 9. // *Consumption Markets & Culture*, 17(2), 2014, pp. 143–57.
15. Абрамов Р. Н. Ностальгические аффекты и коммодификация советского: на примере Музея советских игровых автоматов. // *Интеракция. Интервью. Интерпретация*. 2018. Том. 10. № 15, с. 41-54.
16. Ассман А. *Новое недовольство мемориальной культурой*. М.: Новое Литературное Обозрение, 2016.
17. Бойм С. Будущее ностальгии. // *Неприкосновенный запас*, № 3(89), 2013 с. 118—139.
18. Касамава В. А., Сорокина А. А. Постсоветская ностальгия в повседневном дискурсе россиян. // *Общественные науки и современность*, № 3, 2011, с. 18-31.
19. Каспэ И. М. «Съесть прошлое»: идеология и повседневность гастрономической ностальгии. // *Пути России Культура—общество—человек. Материалы Международного Симпозиума 25–26 Янв. 2008 № 15, с. 205–218.*
20. Кусимова Т. Б., Шмидт М.А. Ностальгическое потребление: социологический анализ. // *Журнал институциональных исследований*. 2016. Т. 8. № 2, с. 120-133.
21. Sputnik. Тогда или сейчас: жители постсоветских стран выбрали, когда лучше жилось. 2016. [Accessed 5 December 2019] Available at: <https://tj.sputniknews.ru/infographics/20160817/1020501277.html><https://tj.sputniknews.ru/infographics/20160817/1020501277.html>
22. Хальбвакс М. *Неприкосновенный запас*, №2–3. (40–41). 2005, с. 8–27.

# АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ РЫНКА РЕСТОРАНОВ И КАФЕ ЛАТВИИ

Владислав Кузнецов,

БМА, магистрант программы «Управление предпринимательской деятельностью и администрирование», E-mail: vladislav@sdtg.eu

Научный консультант: профессор, доктор инженерных наук Владимир Стрельченко

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается тенденция развития рынка ресторанного бизнеса Латвии за последние 5 лет. Анализируются основные игроки данного рынка. Подчеркиваются особенности национальной кухни на данном рынке.

**Ключевые слова:** ресторанный бизнес, тенденции рынка, рынок ресторанов и кафе Риги.

## ABSTRACT

The article presents the development trends of the restaurant business market in Latvia over the past 5 years. The main players in this market are analyzed. The features of national cuisine in this market are emphasized.

**Keywords:** restaurant business, market trends, the market of restaurants and cafes in Riga.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS.

Ресторанный бизнес сегодня - один из самых популярных объектов инвестиций. Это связано, прежде всего, с привлекательностью данного рынка и огромными возможностями получения стабильной прибыли в течение всего времени существования ресторана.[1,3] Но в условиях ужесточения конкуренции и увеличения насыщенности рынков грамотно выбранная маркетинговая стратегия во многом определяет успех фирмы на рынке, выводя компанию на качественно новый уровень бизнеса.[2] Для реализации данной цели и осуществляется приведенное ниже исследование.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

Доля ресторанов и гостиниц Латвии в валовом внутреннем продукте в 2019 году составляла 2,0%, что видно из Рис. 1.1.

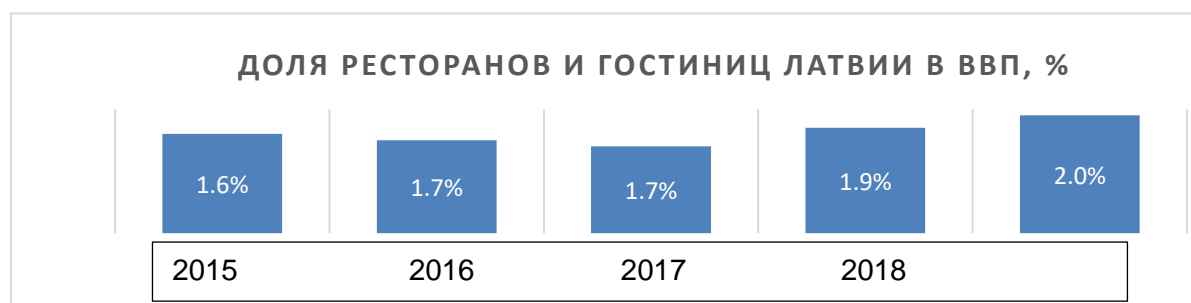


Рис. 1.1 Доля ресторанов и гостиниц Латвии в валовом внутреннем продукте в 2015-2019 г.г., %

По итогам 2019 года ВВП увеличился на 0,1 %, по сравнению с 2018 годом, и на 0,4%, по сравнению с 2015 годом.

Сфера традиционного промышленного производства остается главной движущей силой. На ресторанный бизнес приходится около 2,0% ВВП страны, что заметно ниже показателей по ЕС и Эстонии.

Рост объемов инвестиций в экономику Латвии по итогам 2019 года составил 17,5% по отношению к аналогичному периоду 2018 года. Основным сектором привлечения инвестиций остается производственный, на который приходится около 17 процентов от общего объема инвестиций в экономику страны.

Прямые накопленные иностранные инвестиции в различные сферы экономики Латвии представлены в Табл. 1.1.

Таким образом, **прямые накопленные иностранные инвестиции в ресторанный и гостиничный бизнес Латвии в 2019 году составили 0,8 млрд. долл. США.** По данным статистики в Латвии функционировало более 5500 заведений общественного питания, а в Риге – более 500.

ТАБЛИЦА 1.1 Прямые накопленные иностранные инвестиции в различные сферы экономики Латвии (млрд. долл. США)

|                                                      | 01. 01. 2018 |            | 01. 12. 2019 |            |
|------------------------------------------------------|--------------|------------|--------------|------------|
|                                                      |              | %          |              | %          |
| <b>Всего</b>                                         | 8,4          | <b>100</b> | 9,2          | <b>100</b> |
| Сельское хозяйство, лесное хозяйство, рыболовство    | 0,06         | 0,7        | 0,07         | 0,8        |
| Добывающая промышленность                            | 0,06         | 0,7        | 0,06         | 0,6        |
| Обрабатывающая промышленность                        | 3,3          | 39,6       | 3,2          | 34,5       |
| Электроэнергетика, газовое хозяйство и водоснабжение | 1,05         | 12,5       | 1,06         | 11,5       |
| Строительство                                        | 0,1          | 1,2        | 0,1          | 1,4        |
| Оптовая и розничная торговля                         | 0,9          | 11,0       | 1,1          | 11,8       |
| <b>Гостиничный и ресторанный бизнес</b>              | <b>0,08</b>  | <b>0,9</b> | <b>0,08</b>  | <b>0,9</b> |
| Транспорт и складское хозяйство                      | 1,1          | 13,6       | 1,1          | 11,9       |
| Сфера финансовой деятельности                        | 1,0          | 12,3       | 1,6          | 17,7       |
| Недвижимость                                         | 0,5          | 6,4        | 0,7          | 7,7        |
| Прочие сферы                                         | 0,25         | 1,1        | 0,13         | 1,2        |

Традиционно рынок кафе и ресторанов Латвии можно разделить на следующие сегменты:

- маленькие кафе (20%),
- заведения быстрого обслуживания («фаст фуд») (28%);
- дорогие рестораны (20%),
- сетевые кафе и рестораны (32%) (Рис. 1.2).



Рис. 1.2 Распределение рынка кафе и ресторанов Латвии в 2019 г., %

Представленные данные показывают, что наиболее динамично развивающимся сегментом бизнеса являются сегменты сетевых ресторанов и кафе и предприятия, относящиеся к «фаст-фуд» (заведениям быстрого обслуживания). Данный сегмент рынка в последние годы имеет стабильный рост, что видно из Рис. 1.3. Лидер в сфере быстрого обслуживания - АО «McDonald's» — (15 заведений в Риге), удерживающим до 15% рынка.

К стремительному развитию рынка кафе и ресторанов привела тенденция к демократизации ресторанного бизнеса в Латвии.

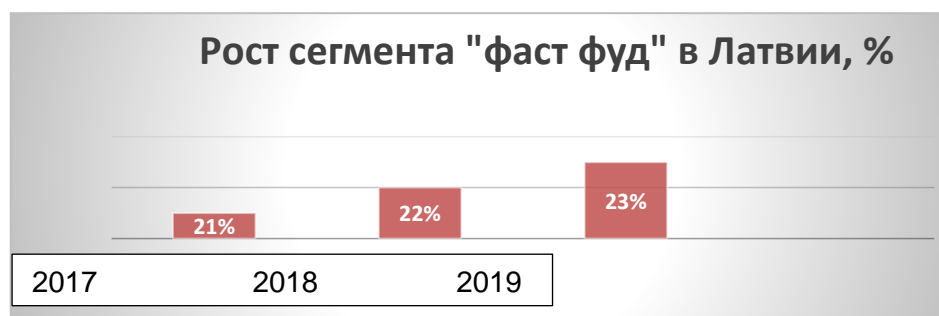


Рис. 1.3 Динамика роста сегмента «фаст фуд» в 2017-2019 г.г. в Латвии, %

Что касается заведений средней и ниже среднего ценовых категорий, то данный сегмент находится в стадии роста, несмотря на то, что в столице Латвии работает 10 сетевых операторов (около 100 заведений).

Сегодня предприятия общественного питания Латвии более активно осваивают перспективные направления:

- заведения для автомобилистов, работающие по принципу «McDrive»;
- общепит, основанные на определенном продукте или типе кухни — японский, испанский, немецкий фаст-фуды;
- сосисочные, гриль-бары, кафе-барбекю, блинные, пельменные, салат-бары, кафе с блюдами на пару и витаминными коктейлями,
- всевозможные летние кафе на открытом воздухе.

В последние 3 года оборот общественного питания рос стабильным темпами (на 16,6-20% в год в реальном выражении). В 1 квартале 2019 года произошло существенное увеличение оборота сектора



(прирост оборота, по сравнению с I кварталом 2018 года составил 5,1%, что в два раза выше показателей I квартала 2018 года). Оборот рынка общественного питания Латвии представлен на Рис. 1.4.



Рис. 1.4 Оборот рынка общественного питания Латвии, млн. EUR

Совершенно четкой тенденцией является то, что от года к году жители Латвии начинают меньше питаться дома и чаще ходить в рестораны, кафе, бары, кофейни. На посещение ресторанов, баров, кафе и прочих заведений общественного питания население Латвии тратит 5,5 до 6 % своих потребительских расходов.

Сектор общественного питания удовлетворяет очень сложный комплекс потребностей — от простого утоления чувства голода и жажды, до имиджевых и статусных притязаний. Поэтому сектор внутренне очень неоднороден, как по уровню, так и по видам предприятий питания.

С одной стороны, на рынке присутствуют элитные рестораны, рестораны для среднего класса и, так называемые, «фаст-фуды». С другой стороны, существует огромное число типов предприятий — традиционные рестораны, бары и кафе, новый проект «food court» -- множество разных ресторанов и кафе под одной крышей, постоянно расширяется число ресторанов с «экзотической» кухней и т.д. (Рис. 1.5).



Рис. 1.5 Распределение ресторанов в Риге по видам предприятий в 2019 г., %

Представленный рисунок дает основание сделать вывод о том, что более всего в Риге баров и кафе – 30%, а менее всего – ресторанов с экзотической кухней – 15%.

В Риге можно найти различные кухни мира и кафе, рестораны, трактиры, пиццерии, гриль-бары, винные погреба, пивные самого разного уровня, однако преобладают европейские блюда.

Самая широкая палитра исконно национальных блюд представлена в центре отдыха и ресторане «LIDO» - разнообразные мучные, овощные, рыбные, мясные, тушеные, отварные, жареные или приготовленные иным способом блюда.

Латвийские блюда и напитки можно отведать и в кафе сети «Ezītis miglā» и «Vel Vairak Saules». Несколько ресторанов могут предложить сезонную дичь. Качество еды в Латвии действительно очень высокое.

В стране производится свыше 100 сортов пива, несколько из них завоевали наивысшие награды на всемирных конкурсах. Крепкие латвийские напитки - настойки на травах или меду – можно приобрести в качестве гостинцев для друзей.

Интерьер учреждений питания очень разнообразен, он зависит от кухни, уровня заведения или изобретательности команды: одни из них оформлены в латвийском деревенском стиле, другие украшены атрибутами страны, чья кухня представлена в данном заведении, третьи - сдержанно элегантно или сверкают изысканной роскошью.

Новое время, развязавшее руки частному бизнесу, продолжило и умножило традиции латвийских рестораторов. В начале 90-х как грибы в Риге, а затем и в провинции, стали открываться новые заведения общепита разного профиля. От новых ресторанов и кафе в столице и в других городах до мелких заведений в глубинке.

История Гунара Кирсона известна каждому латвийцу, как впрочем и история его детища – «LIDO». В ней как в зеркале виден как взлет, так и трудные времена, имеющие исторические корни. Поколение мигрантов, пришедших в отрасль в 90-е годы, уходит. Одни из-за неумения встроиться в новые форматы, другие из-за творческого профессионального выгорания. Третьи -- из-за нежелания придать своему бизнесу сетевой статус.

Хрестоматийный пример успешного бизнеса – ресторан «36 Linija», одно из самых популярных мест в Юрмале у российских гостей. В 2017 году ресторан отметил свое 10-летие на рынке. За эти годы его владелец и шеф-повар **Лаурис Алексеев** постепенно расширяет площади ресторана, недавно на пляже в Лиелупе был открыт еще один круглогодичный павильон, инвестиции в него составили 600 тыс. евро. Ресторан претендует на звание заведения «высокой кухни», однако получить звезду Мишлена в Латвии маловероятно.

Было бы несправедливо умолчать о других именитых латвийских рестораторах. Это известнейшие шеф-повара Латвии — **Марис Янсонс** («Bibliotēka No1») и **Мартиньш Ритиньш** («Vincents»). Последнему прочили первую Мишленовскую звезду, но неожиданно Ритиньш покидает свой ресторан, объясняя уход синдромом профессионального выгорания. Сегодня Ритиньш является президентом общества «Riga Slow Food», в июне он вместе с коллегой **Дависом Канцансом** открыли в Риге рынок натуральных фермерских продуктов.

На рынке ресторанов столицы Латвии в сегменте экзотической кухни преобладают:

- японская кухня - 38%
- китайская кухня – 30%;
- мексиканская кухня – 17%;
- индийская кухня – 15% (Рис. 1.6).



Рис. 1.6 Распределение ресторанов по видам экзотической кухни в 2019 г., %

Представленный рисунок показывает, что менее всего на рынке ресторанов Риги представлены:

- индийская кухня – 15%

Индийская кухня в сегменте ресторанов в Риге представлена двумя предприятиями:

- 1) сеть ресторанов «Singh's» - 5 предприятий;
- 2) рестораном «Wok2wok».

Наиболее характерной чертой современного состояния рынка ресторанов Риги является его разносторонний охват практически всех целевых аудиторий потребителей: по уровню доходов, по возрасту, полу, по социальному статусу, и даже по интересам.

Особенно быстрые темпы роста посетителей заведений общественного питания, а среди них – демократичных ресторанов «casual класса», кафе, баров, пабов и пиццерий. Нередки ситуации, когда в вечернее время все столики популярного заведения бывают заняты или зарезервированы, и случайным посетителям приходится искать себе места в других ресторанах.

Характерной чертой средне- и низко-ценового сегмента предприятий общественного питания является более равномерная заполняемость в течение дня по сравнению с элитными ресторанами (Рис. 1.7).



Рис. 1.7 Динамика заполняемости ресторанов в Риги с разной ценовой категорией в 2019 г., %

Ассортимент блюд, включаемых в состав бизнес-ланчей латвийскими заведениями общественного питания, чрезвычайно широк и разнообразен. В зависимости от выбранного ресторана, гости могут слегка утолить голод бутербродами либо куском пиццы, или получить роскошный обед из 5 – 6 блюд, включая десерты и свежевыжатые соки.

Динамика количества заведений наиболее популярных в Риге сетевых ресторанов и кафе-баров представлена на Рис. 1.8.

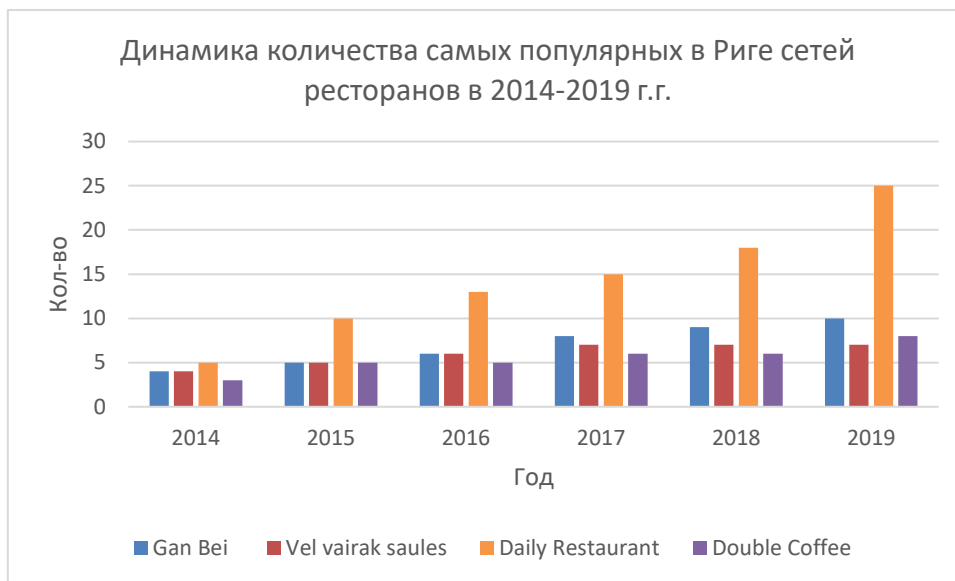


Рис. 1.8 Динамика количества самых популярных в Риге сетей ресторанов в 2014-2019 г.г.

Представленный рисунок дает основание сделать вывод о том, что быстрее всех развивалась сеть «Daily Restaurant» - 25 заведений в столице Латвии, на втором месте - «Gan bei».

На Рис. 1.9 представлено распределение заведений общественного питания по микрорайонам Риги.



Рис. 1.9 Распределение заведений общественного питания по микрорайонам Риги в 2019 г., %

Представленная диаграмма показывает, что большинство ресторанов Риги расположено в центре города (45%), в микрорайонах находится всего 35% заведений, а в районе – 20%.

Таким образом, проведенный анализ показал, что в Риге имеет место неравномерное региональное распределение ресторанов.

## ВЫВОДЫ.CONCLUSIONS.SECINĀJUMI

Для определения наиболее перспективных сегментов рынка в работе было проведено маркетинговое исследование целевой аудитории услуг средне-ценового сегмента ресторанов Риги.

Сегодня все активнее происходит сегментация ресторанов внутри среднего ценового сегмента:

- одни заведения делают больший акцент на кухне,
- другие – на развлекательных программах.

В любом случае, определив свою целевую аудиторию, рестораторы стараются максимально удовлетворять ее запросы. Так, появились рестораны пивные, винные, клубные, интеллигентные, «бардачные», рестораны с необычным местом расположения. Последние дают своим посетителям возможность помимо прочего получить эстетическое удовольствие от созерцания панорамного вида города (рестораны «с видом») или водной глади (рестораны «на воде»), или насладиться уединением и кулуарностью (рестораны «в подвалах»).

Как в любой сфере услуг, конкурентоспособность предприятия обеспечивается высоким профессиональным уровнем сотрудников. Стремление заполучить лучших или, по крайней мере, высококлассных поваров, официантов, барменов сегодня – самое острое оружие конкуренции в ресторанном деле. Кто-то везет специалистов из-за границы, кто-то переманивает у конкурентов, кто-то делает ставку на собственные силы.

Ресторанный бизнес в Латвии стал привлекать все больше инвесторов — как отечественных, так и зарубежных. Прежде всего, это связано с возможностью получать стабильные и значительные прибыли. Среди всех предприятий торговли, да и по экономике в целом, ресторанный бизнес — один из самых прибыльных. Валовая прибыль здесь составляет более 30% от оборота, а чистые прибыли 9-10%.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES.

1. Волков Ю.Ф. Экономика ресторанного бизнеса. – М.: Феникс, 2007. – 404с.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. – М.: Финпресс, 2007. - 414 с.
3. Джон Джеймс, Дэн Болдуин. Управление рестораном. М.: ТК Велби, 2005. – 316 с.

# АНАЛИЗ ВОСТРЕБОВАННОСТИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА СЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ТРУДА В РОССИИ

Елена Лищук, Россия  
Сибирский университет потребительской кооперации,  
факультет экономики и управления,  
anele@ngs.ru

## АННОТАЦИЯ

Представлены результаты анализа состояния сельского рынка труда в России. Выделены отличия сельского рынка труда по сравнению с городским. Осуществлен анализ региональных различий в профессиональной структуре занятых и факторов их обусловивших. Источниками для исследования послужили Стратегия устойчивого развития сельских территорий РФ до 2030 года; данные Росстата; Обследования рабочей силы; база вакансий, размещенных работодателями на портале «Работа в России» Минтруда РФ. Авторы постарались выделить основные тенденции и установить причины сложившейся ситуации.

**Ключевые слова:** безработица, вакансии, квалификация, сельский рынок труда, специалисты.

## ABSTRACT

The article presents the results of the rural labor market analysis in Russia. Differences in the rural labor market compared with the urban one are presented. We analyzed regional differences in the occupational structure of employees and reveal their determinants. The sources of the data are the Strategy for Sustainable Development of Rural Areas of the Russian Federation for the period till 2030; Rosstat data; Labor Force Survey; database of vacancies posted by employers on the website "Work in Russia" of the Ministry of Labour and Social Protection of the Russian Federation. The authors tried to determine the main trends and establish the causes of the current situation.

**Key words:** unemployment, vacancies, qualification, rural labor market, specialists.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Новосибирской области в рамках научного проекта № 19-410-540003.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS

Пессимистичные прогнозы Министерства труда и социальной защиты населения на основе баланса трудовых ресурсов на ближайшие годы показывают снижение их численности, в том числе в трудоспособном возрасте. Наибольшее сокращение трудовых ресурсов прогнозируется в сельской местности России. В связи с чем изучение сельского рынка труда представляется актуальным. Отдельный интерес представляет положение на сельском рынке труда высококвалифицированных специалистов.

**ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / SVARĪGĀKĀS  
ATZINAS TEORIĀ UN PRAKSĒ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

В статье представлены результаты анализа состояния и ключевые тенденции развития сельского рынка труда в России в последние годы. Установлены основные отличия сельского рынка труда по сравнению с городским, а также проведены аналогии с современным состоянием российского рынка труда в целом. Базой для исследования послужили данные Росстата, Обследования рабочей силы.

Динамика показателей городского и сельского рынка труда представлена в таблице 1.

Таблица 1

Показатели городского и сельского рынка труда России  
(по данным Обследования рабочей силы Росстата)

| Индикатор                                                    | Территория | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------------------------------------------|------------|------|------|------|------|
| Уровень безработицы, %                                       | Город      | 4,8  | 4,8  | 4,3  | 4,0  |
|                                                              | Село       | 7,9  | 8,0  | 8,0  | 7,3  |
| Уровень безработицы лиц в возрасте 15-19 лет, %              | Город      | 33,1 | 29,6 | 29,7 | 28,7 |
|                                                              | Село       | 31,7 | 28,6 | 26,7 | 25,9 |
| Уровень безработицы лиц в возрасте 20-29 лет, %              | Город      | 8,1  | 8,1  | 7,6  | 7,3  |
|                                                              | Село       | 11,9 | 12,4 | 12,0 | 12,2 |
| Доля работников с высшим образованием, %                     | Город      | 37,0 | 37,4 | 38,0 | 37,9 |
|                                                              | Село       | 19,5 | 20,3 | 21,5 | 21,6 |
| Доля работников со средним профессиональным образованием, %  | Город      | 44,6 | 44,9 | 44,4 | 44,7 |
|                                                              | Село       | 46,0 | 45,7 | 46,3 | 46,2 |
| Доля безработных с высшим образованием, %                    | Город      | 23,8 | 24,7 | 25,0 | 25,2 |
|                                                              | Село       | 11,6 | 12,2 | 12,8 | 12,5 |
| Доля безработных со средним профессиональным образованием, % | Город      | 42,7 | 41,9 | 41,0 | 39,8 |
|                                                              | Село       | 37,0 | 37,7 | 38,6 | 38,8 |

По данным Обследования рабочей силы Росстата за 2015-2018 гг. уровень безработицы в России имеет устойчивую тенденцию, демонстрируя достаточно низкие значения (5,6% в 2015 г., 4,8% в 2018 г.)

При этом наблюдаются значительные различия между сельскими и городскими территориями по уровню безработицы. Так, в 2018 г. по этому важному индикатору состояния рынка труда село превосходило город на 3,3п.п., что составило 7,3%, и рассматривается нами как негативный момент.

Оценивая ситуацию на молодежном рынке труда можно констатировать, во-первых, высокие показатели по уровню безработицы. Что обосновывается низкой конкурентоспособностью профессионально неподготовленной молодежи. Во-вторых, неоднородную динамику уровня безработицы городского и сельского населения в различных возрастных группах. Очевидно стирание границы между городом и селом по уровню безработицы лиц в возрасте 15-19 лет. В анализируемом периоде отклонение между значениями данного показателя находится в пределах 2-3 п.п. Так, в 2018

году он варьируется от 28,7% в городе до 25,9 % в сельской местности. Ситуация с занятостью молодежи резко меняется в возрасте от 20 до 29 лет. Занятость лиц в данном возрасте в городе повышается, уровень безработицы снижается с 8,1 % (в 2015, 2016 гг) до 7,3 % (в 2018 г.). Уровень же безработицы сельского населения в данной возрастной группе имеет достаточно высокие значения 11,95 % (2015 г.) - 12,2% (2018 г.).

По данным Обследования рабочей силы Росстата к регионам с наибольшим уровнем безработицы среди сельского населения в 2018 году относятся: Республика Ингушетия (28,5%), Республика Тыва (18,9%), Забайкальский край (18,1%), Чеченская Республика (13,7), Республика Бурятия (13,5%). Наименьший уровень безработицы среди сельского населения в 2018 году отмечен в таких регионах как Ленинградская область (3,6%), Липецкая область (3,5%), Московская область (2,7%), Республика Татарстан (2,2%), Ямало-Ненецкий автономный округ (1,8%).

Авторами проведен анализ региональных различий в профессиональной структуре занятых. В качестве источника информации для исследования использована база вакансий, размещенных работодателями на портале «Работа в России» Минтруда РФ. Мы составили Топ-40 вакансий, действующих в сельской местности, в таких регионах России как: Новосибирская область, Камчатский край, Краснодарский край, Республика Саха (Якутия) и Мурманская область. Сравнили полученную информацию с составленными ранее данными по востребованности рабочих и специалистов в региональном разрезе на основе распределения числа вакансий по профессиям, вошедших в Топ-100 по России; Топ-10 и Топ-5 самых востребованных вакансий по регионам России [3]. По результатам такой оценки мы подтвердили установленные значительные региональные различия в профессиональной структуре вакансий в сельской местности аналогично сложившейся общероссийской тенденции в целом на рынке труда. Отметим, что водитель автомобиля является самой востребованной профессией в сельской местности. Выделенные нами ранее факторы, обусловившие сложившиеся региональные различия на сельском рынке труда, также связаны с отраслевой спецификой региона, природно-ресурсным потенциалом, строительством крупных объектов на территории региона.

Данные Топ-40 вакансий, действующих в сельской местности, мы также использовали для оценки востребованности рабочих и специалистов на сельском рынке труда (табл. 2). По результатам анализа мы подтвердили отмеченный выше спрос на рабочих как на городском, так и на сельском рынке труда. Заметим, что доля вакансий специалистов на сельском рынке труда Новосибирской области, в Краснодарском края, Республике Саха (Якутия) колеблется от 20,7% до 28,0 %. Исключением являются показатели сельского рынка труда Камчатского края, на котором наблюдается практически равное распределение «горячих» вакансий рабочих (53,1%) и специалистов (46,9%). Это, на наш взгляд, объясняется отраслевой спецификой региона, в частности недостаточно развитым сельским хозяйством (как в Новосибирской области и Краснодарском крае) и недостаточно развитой добывающей промышленностью (как в Республике Саха и Мурманской области).

Таблица 2

Распределение наиболее востребованных профессий работников между городским и сельским населением, %

| Регион                   | Городское население |             | Сельское население |             |
|--------------------------|---------------------|-------------|--------------------|-------------|
|                          | рабочие             | специалисты | рабочие            | специалисты |
| Краснодарский край       | 84,5                | 15,5        | 79,3               | 20,7        |
| Мурманская область       | 74,2                | 25,8        | 77,4               | 22,6        |
| Республика Саха (Якутия) | 83,9                | 16,1        | 76,0               | 24,0        |



|                       |      |      |      |      |
|-----------------------|------|------|------|------|
| Новосибирская область | 66,0 | 34,0 | 72,0 | 28,0 |
| Камчатский край       | 75,0 | 25,0 | 53,1 | 46,9 |

Источник: расчеты авторов по данным сайт <https://trudvsem.ru> на 09.12.2019

Отдельным штрихом оценки спроса на квалифицированных работников стал анализ востребованных профессий в организациях потребительской кооперации. Для этого мы изучили вакансии, размещенные организациями потребительской кооперации. Из 2300 вакансий в Топ-10 востребованных вошли продавец, повар, пекарь, уборщик, кондитер, водитель, кочегар, грузчик, рабочий, бухгалтер. Наиболее востребованы рабочие профессии, реже отмечены вакансии специалистов (технолог, главный бухгалтер, экономист).

Отдельным направлением в исследовании являлось изучение образовательной структуры сельского и городского населения. Доля лиц, имеющих высшее образование, в городе значительно выше (38%), чем на селе (22%). Одинаково востребованы в сельской и городской местности работники со средним профессиональным образованием (рис.1). По доле работников, не имеющих профессионального образования, лидирует село –32%, против 17 % в городе. В целом, можно констатировать, что наблюдавшийся до 2015 г. разрыв в образовательном уровне городского и сельского населения [2] сохранился и в 2018 г. Наблюдаются ярко выраженные различия по образовательному уровню квалифицированных работников (имеющих высшее или среднее профессиональное образование) в городе (83%) и на селе (68%).

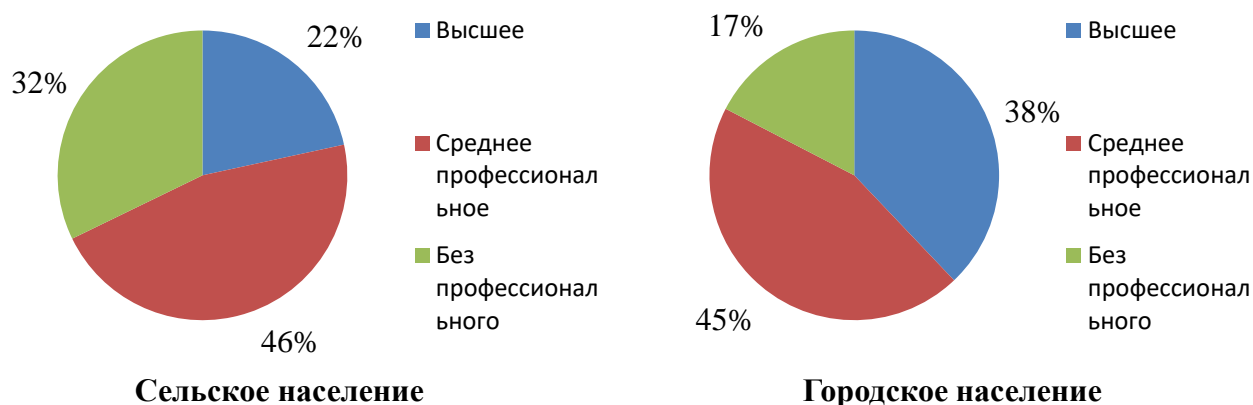


Рис. 1. Доля работников с высшим и средним профессиональным образованием в 2018 году, %  
Источник: построено авторами по данным Росстата

Значительные масштабы безработицы на сельском рынке труда выявлены нами у специалистов с высшим и средним профессиональным образованием (табл.1). Одной из причин сложившейся ситуации выступает, на наш взгляд, образовательно-профессиональное несоответствие (табл.3).

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос о связи между основным местом работы и полученной специальностью на сельском рынке труда в 2018 году, %

| Специальность по полученному образованию | Да   | Скорее да | Скорее нет | Нет |
|------------------------------------------|------|-----------|------------|-----|
| Клиническая медицина                     | 88,1 | 3,5       | 1,8        | 6,7 |

|                                           |      |      |     |      |
|-------------------------------------------|------|------|-----|------|
| Образование                               | 70,3 | 8,1  | 3,3 | 18,3 |
| Юриспруденция                             | 50,2 | 13,9 | 7,4 | 28,5 |
| Экономика и управление                    | 43,4 | 20,3 | 9,2 | 27,0 |
| Электро- и теплоэнергетика                | 42,6 | 11,2 | 6,2 | 39,9 |
| Техника и технологии наземного транспорта | 35,5 | 16,4 | 7,8 | 40,2 |
| Сельское, лесное и рыбное хозяйство       | 35,2 | 11,4 | 8,1 | 45,3 |
| Техника и технологии строительства        | 31,1 | 11,9 | 8,3 | 48,7 |
| Промышленная экология и биотехнологии     | 28,4 | 10,6 | 7,9 | 53,1 |
| Машиностроение                            | 23,5 | 15,9 | 8,4 | 52,2 |

Источник: расчеты авторов по данным Обследования рабочей силы Росстата

По специальности в сельской местности, как правило, работают специалисты с медицинским и педагогическим образованием. Что соответствует в целом сложившейся тенденции на российском рынке труда. Наибольшая доля лиц, работающих не по специальности, наблюдается среди специалистов с техническим и аграрным образованием. В данном случае, речь идет о недоиспользованном образовании и его нецелевом использовании (работе не по специальности) [2].

## CONCLUSIONS. ВЫВОДЫ. SECINĀJUMI

На основе изучения литературы и анализа статистических данных авторы постарались выделить основные тенденции и установить причины сложившейся ситуации. Отмечено, что в числе причин, оказывающих влияние на текущее состояние сельского рынка труда в России, скрывается образовательно-профессиональное несоответствие, а именно недоиспользование образования. При этом в числе приоритетных направлений в области повышения занятости населения и регулирования рынка труда в сельской местности, определенных в Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации до 2030 года, выступают: повышение профессиональной мобильности граждан, проживающих в сельской местности, доступности для них профессионального обучения и дополнительного профессионального образования; создание условий для привлечения и закрепления квалифицированных молодых специалистов в сельской местности.

В России наблюдаются значительные региональные различия по наиболее востребованным профессиям, сельский рынок труда не является исключением. Кроме того, мы констатируем недостаточную востребованность специалистов высшего и среднего уровня квалификации, что в итоге приводит к безработице лиц с профессиональным образованием.

Повысить спрос на квалифицированный труд сельских работников, на наш взгляд, возможно за счет расширения самозанятости и малого бизнеса. Это представляется возможным путем создания экономически выгодных условий для развития в сельской местности малых предприятий. Привлечение квалифицированных работников к таким видам деятельности как производство продуктов питания, изготовление художественных изделий, ремонт и обслуживание автомобилей, а также предоставление бытовых и персональных услуг (по пошиву и ремонту одежды, по ремонту

бытовой техники; ногтевой и парикмахерский сервис) будет способствовать повышению востребованности полученного образования и обеспечит более высокое качество жизни сельского населения.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES / LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS**

1. Бондаренко Л.В. Сельский рынок труда: состояние и тенденции // Вестник сельского развития и социальной политики. - 2015.- № 3. – С. 2-10.
2. Варшавская Е.Я. Квалифицированные работники на сельском рынке труда: предложение и спрос // Вестник Московского университета. Сер.6. Экономика. - 2017. - № 3. – С. 25-42.
3. Лищук Е.Н., Капелюк С.Д. Анализ востребованных профессий на рынке труда: региональные особенности //Регион: экономика и социология. - 2020.- № 1.

# МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Наталья В. Беликова**, Россия,  
к.э.н., доц.,  
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)  
[natka-b@mail.ru](mailto:natka-b@mail.ru)

**Светлана А. Баркова**, Россия,  
к. э. н., доц.,  
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)  
[nir@sibupk.nsk.su](mailto:nir@sibupk.nsk.su)

## АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены проблемы мотивирования сотрудников проектоориентированных организаций и предложены способы усиления мотивации. Определены и скомбинированы основные факторы, оказывающие воздействие на мотивацию проектного персонала. Представлены результаты проведенного исследования участников проектной деятельности различных организаций. Обоснована необходимость разработки обновленной системы премирования при активном и продуктивном участии в проектной деятельности.

**Ключевые слова:** мотивация, проектная деятельность, персонал, участники проекта, организация.

## ABSTRACT

The article considers the problems of motivating employees of project-oriented organizations and suggests ways to enhance motivation. The main factors that influence the motivation of the project staff are identified and combined. The authors present the results of the study on project participants in the activities of various organizations and substantiate the need for developing an updated bonus system for proactive and productive participation in projects.

**Key words:** motivation, project activity, personnel, project participants, organization.

## ВВЕДЕНИЕ

К числу важнейших проблем современных организаций, осуществляющих проектную деятельность, безусловно, следует отнести мотивацию участников этой деятельности.

Для любой проектоориентированной организации остается актуальным и недостаточно проработанным вопрос, каким образом привлечь и удержать ценных сотрудников, а также повысить их результативность.

Также актуальность данных исследований обусловлена тем, что для эффективной проектной деятельности каждой организации требуются ответственные и инициативные работники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации личности.

Целью данного исследования является рассмотрение особенностей мотивации персонала, участвующего в проектной деятельности, а также выявление проблем мотивирования участников проектов различных организаций.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

На современном этапе мотивация всегда выступает в качестве побудительной причины поведения персонала. Ориентация работников на достижение целей в ходе осуществления проектной деятельности по существу является главной задачей руководителей проектов.

К примеру, в своих исследованиях многие авторы определяют мотивирование как сердцевину менеджмента, эффективность которого во многом зависит от верности пробуждения нужных мотивов. Можно дать обобщенное определение мотивации персонала в проектной деятельности как совокупности внутренних сил и внешних фактов влияния на них, с помощью которых люди пытаются эффективно разработать и перспективно реализовать проекты, чтобы удовлетворить определенные потребности или ожидания в этой области.

Мотивация является также и одной из важнейших функций управления персоналом, выступая в виде процесса побуждения сотрудников к активной трудовой деятельности. Эта трудовая деятельность направлена на удовлетворение собственных потребностей и на достижение целей организации.

Обновленный взгляд на факторы, влияющие на мотивацию трудовой деятельности, представим в виде таблицы 1.

Таблица 1– Основные факторы, влияющие на мотивацию трудовой деятельности

| <b>Основные факторы</b>               | <b>Составляющие фактора</b>                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Личные факторы                        | Пол<br>Возраст<br>Образование<br>Квалификация<br>Ценностные ориентации                                                                                                                                                                      |
| Организационно-управленческие факторы | Стиль управления, преобладающий в организации (авторитарный, демократический, либеральный)<br>Благоприятная атмосфера в компании<br>Сложность и устойчивость организационной структуры<br>Возможность профессионального развития и обучения |
| Факторы профессиональной деятельности | Степень рутинности выполняемой работы<br>Сложность и ответственность выполняемой работы<br>Степень самостоятельности исполнителя<br>Степень ответственности исполнителя<br>Наличие обратной связи относительно рабочих результатов          |
| Экономические факторы                 | Введение премий, бонусов, льгот, привилегий для сотрудников<br>Изменение номенклатуры производимых товаров или услуг, слияние или поглощение нескольких компаний<br>Стадия экономического развития предприятия (рост или спад)              |

На основе вышеизложенных факторов мотивации можно сделать вывод что, на мотивацию трудовой деятельности влияют не только особенности деятельности компаний, но и специфика каждого человека и самой работы, который выполняет человек. Знание факторов мотивации работника, понимание специфики его работы, а также сопоставление всех этих факторов с особенностями самой организации способствуют правильной и своевременной разработке системы мотивации.

Итак, цель управления мотивацией команд проектов – это улучшение качества выполнения задумок и идей за счет повышения эффективности работы участников проектов.

Основные задачи управления мотивацией команд проектов детально представлены на рисунке 1.

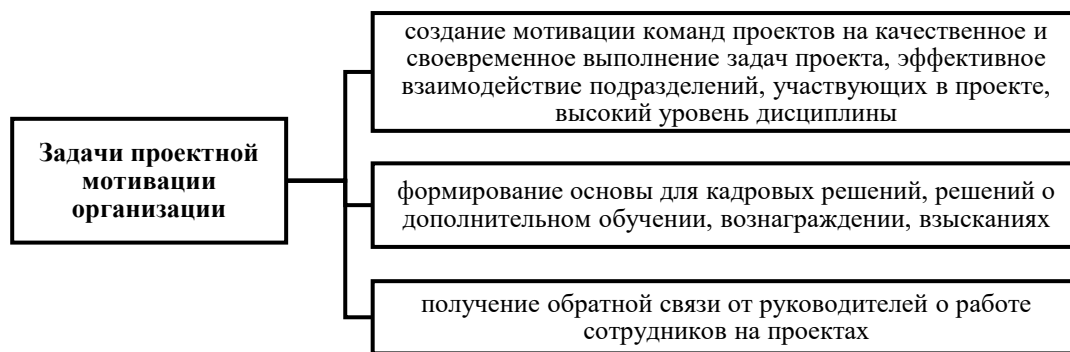


Рисунок 1 –

### Основные задачи проектной деятельности

Проектоориентированные организации могут выбрать лучшую систему мотивации команд проектов, к которой относится:

- общая система мотивации, с едиными подходами и принципами мотивирования, стимулирования для всего персонала;
- система проектной мотивации, использующаяся в дополнение к текущему социально-мотивационному пакету.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА

В рамках исследований проведен опрос участников проектной деятельности некоторых организаций г. Новосибирска в различных отраслях (финансовое учреждение, маркетинговое агентство, образовательное учреждение, производственное предприятие).

Общая удовлетворенность участников проектной деятельности системой мотивации изучалась с помощью анализа ответов на ряд вопросов (анкета и личная беседа), предложенной участникам каких-либо проектов [1]. В анкетировании приняло участие 105 человек, которые так или иначе были затронуты в проектах различных организаций. Результаты анкетирования приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели мотивационных предпочтений участников проектной деятельности

| Мотивационные предпочтения работников                                  | %       |                  |           |
|------------------------------------------------------------------------|---------|------------------|-----------|
|                                                                        | доволен | не очень доволен | недоволен |
| 1. Размер заработной платы                                             | 32      | 28               | 40        |
| 2. Справедливость премий и надбавок к окладу за проектную деятельность | 14      | 18               | 68        |
| 3. Справедливость установленного оклада                                | 31      | 23               | 46        |
| 4. Возможность квалификационного роста после участия в проекте         | 42      | 44               | 14        |
| 5. Возможность служебного продвижения после участия в проекте          | 36      | 45               | 19        |
| 6. Справедливость морального поощрения                                 | 12      | 36               | 42        |
| 7. Оплата необходимых расходов                                         | 41      | 39               | 20        |
| 8. Отпуск, выходные дни после завершения проекта                       | 64      | 27               | 9         |

В результате проведенного анкетирования было установлено, что размером заработной платы недовольны 40% респондентов, ответили «не очень доволен» – 28%, довольны размером заработной платы лишь 32% опрошенных участников проектной деятельности. Справедливостью премий и надбавок после участия в проектах удовлетворены лишь 14% работников от числа респондентов, частично удовлетворены 18%, а 68% опрошенных указывают на отсутствие какой-либо справедливости в данном вопросе. В ходе бесед с участниками проектов большинство из них отмечали крайне неэффективную систему премирования, согласно которой все сотрудники дополнительно получают 15-20% от оклада в случае выполнения проектного плана. При этом совершенно не учитывается личный вклад отдельных сотрудников и качество их работы. Весь проектный персонал, кроме допустивших серьезные нарушения трудовой дисциплины, получают чаще всего одинаковую

премию. Говорить о мотивирующем эффекте такой системы премирования не приходится. Установленный оклад считают справедливым только лишь 31% участников проектов, половина которых, около 23%, дали неудовлетворительный ответ, а 46% респондентов считают, что установленный оклад не соответствует трудозатратам.

Кроме того, большинство сотрудников, участвующих когда-либо в проектной деятельности, низко оценили систему нематериальной мотивации. Систему моральных поощрений считают справедливой только 12% респондентов.

## **ВЫВОДЫ**

Подводя итоги, можно отметить, что по результатам проведенной оценки выявлена главная проблема – эффективность действующей системы премирования участников проектной деятельности, характеризующейся крайне низкой мотивационной составляющей. Очевидна необходимость разработки обновленной системы премирования при активном и продуктивном участии в проектной деятельности. Кроме того, необходима разработка новой системы нематериального стимулирования участников проектов в российских организациях.

Таким образом, как показывает практика, в современных организациях могут быть четко поставлены цели, разработаны перспективные планы и актуальные стратегии, внедрены прогрессивные технологии и закуплено новейшее оборудование, но все это не принесет ожидаемых результатов без грамотно и эффективно замотивированного персонала.

Повысить трудоспособность персонала можно не только повышением заработной платы, но и комплексным использованием различных технологий управления мотивацией [2]. Напрашивается вывод о необходимости тщательной и правильной проработки процесса мотивации персонала современной организации.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ**

1. Озерникова Т.Г. Системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т. Г. Озерникова. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2016 – 183 с. – Режим доступа : <http://lib-catalog.isea.ru> (дата обращения: 11.12.2019).

2. Беликова Н.В., Баркова С.А. Проблемы управления мотивацией и стимулированием персонала в современных условиях // V Всероссийская научно-практическая конференция «Инновационные технологии управления». – 15 ноября 2018 г. – ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина» – 2018. – 266с.

# РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В ПОТОКЕ СОЗДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ

**Владимир Салий**, Россия,  
д.э.н., проф.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)  
[saliiz@mail.ru](mailto:saliiz@mail.ru)

**Тамара Плотникова**, Россия,  
к.т.н., проф.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)  
[nir@sibupk.nsk.su](mailto:nir@sibupk.nsk.su)

**Дарья Глебова**, Россия,  
к.э.н., доц., НГПУ  
[nir@sibupk.nsk.su](mailto:nir@sibupk.nsk.su)

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы о роли розничной торговли в потоке создания потребительской ценности продукта, современные тенденции развития российского ритейла, проводится анализ проблем в связи с новыми трансформационными процессами в торговле.

**Ключевые слова:** потребительская ценность, розничная торговля, поток.

## ABSTRACT

The article discusses the role of retail in the flow of creating consumer value of a product, current trends in the development of the Russian retail, analyzes the problems caused by the new transformational processes in retail.

**Key words:** consumer value, retail, flow.

## ВВЕДЕНИЕ

Проблема исследования: розничная торговля не в полной мере способствует формированию потребительской ценности в потоке её создания [1,104]. Обеспечивать потребительскую ценность в рознице – значит полностью учитывать интересы покупателей, предлагать им новые виды сервиса и на основе маркетинга прогнозировать перспективные потребности, изыскивать способы и методы привлечения покупателей, удовлетворяя их потребности и ожидания. Актуальность исследования состоит в том, что данный аспект (поток создания потребительской ценности) не получил достаточного отражения в научных разработках. Цель исследования: выявить позитивные и негативные аспекты розницы в потоке создания потребительской стоимости продуктов/услуг.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В условиях осуществления новой промышленной революции важное значение приобретает создание потребительской ценности продукта [2]. Розничная торговля занимает промежуточное положение в потоке создания потребительской ценности продукта. Она ближе всего к потребителю ценностей. Розница как бы превращает продукт в товар, имеющий спрос у потребителя. Розничная торговля обеспечивает доступность товара для всех клиентов, придаёт ценности социально-



ориентированный характер. Её деятельность может быть измерена не только экономическим, но и социальным эффектом в виде общественно значимых последствий этой деятельности.

Розничная торговля в российской экономике выступает как драйвер её развития. Оборот розничной торговли вырос в три раза по сравнению с 1990 г. В 2019 г. на сферу торговли приходилось 14,5% ВВП, в ней занято около 14 млн. человек (это больше, чем в других отраслях экономики). Происходят позитивные изменения и в структуре торгового обслуживания населения: растёт доля сетевой торговли, увеличивается число нестационарных, мобильных торговых объектов, ярмарочных площадок. Сервисная составляющая в розничной торговле становится всё более клиентоориентированной. Это связано с наступлением промышленной революции 4.0, для которой идея клиентоориентированности является ключевой и потому тотальной [2].

В рознице в связи с этим происходят существенные изменения: внедрение инноваций, цифровизация торговых процессов, развитие электронной торговли, новых торговых форматов (мобильных и нестационарных торговых объектов, магазинов шаговой доступности), поворот к честному контенту с клиентами [3], формирование экосистем для взаимодействия продавцов и покупателей на основе технологических платформ (омниканальность, управление большими данными, искусственный интеллект, робототехника и другое). Создавая контакт-центры торговля меняет взаимодействие с клиентами. Новое поколение покупателей (миллениалы) избегают живого общения и предпочитают самостоятельно искать решение проблем (FAQ, форумы, онлайн-чаты, боты). Перевод общения с клиентами в цифровое пространство ускоряет решение проблем покупателей и повышает потребительскую ценность товаров и услуг. Этому же способствует персонализация и индивидуализация обслуживания клиентов. В условиях насыщения рынка, усиления конкуренции клиенты начинают приобретать реальную власть в их взаимодействии с организациями торговли. Именно они диктуют параметры структуры ассортимента товаров, их качество, удобство расположения предприятия, цены. Потребительская ценность возрастает там, где в большей степени учитывается мнение клиента.

Однако вклад ритейла в создание потребительской ценности сдерживается из-за дисбаланса в развитии экономики страны в целом и торговли в частности, неразвитой торговой инфраструктуры, снижения покупательной способности населения, внутренних проблем торговли (недостаточная обеспеченность населения торговыми площадями, текучесть кадров, реализация контрафакта, некачественных товаров, обман клиентов). Не решены также правовые аспекты предоставления надлежащих условий для малого и среднего бизнеса в торговой сфере.

## **ВЫВОДЫ**

Таким образом, повышению роли розничной торговли в потоке создания потребительской стоимости продуктов будет способствовать:

- повышение темпов роста экономики страны в целом;
- рост уровня доходов обслуживаемого населения;
- снижение закредитованности населения, когда рост товарооборота будет обеспечиваться увеличением доходов населения, а не банковскими кредитами;
- снижение текучести кадров в торговле, что негативно сказывается на качестве торгового обслуживания;
- развитие торговой инфраструктуры;
- противодействие поступлению в торговлю некачественных товаров;
- совершенствование законодательства в направлении создания условий для развития малого и среднего бизнеса в торговле, а также рынков.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ**

1. Торговля как драйвер развития экономики//Ж. Стандарты и качество, №10, 2019, с. 104.
2. Шваб К. Четвёртая промышленная революция/Пер. с англ.-М.: Изд-во» Э», 2017.- 208 с.
3. Эдвард Браулт. Мы вступаем в новую эру с развитием новых знаний и путей достижения успеха. // Business Excellence, №10, 2019. С.35.

# ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО РАЗРАБОТКЕ МОДЕЛИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Вита Турченко, Латвия,

Балтийская Международная Академия, Рига, Профессиональная магистерская программа  
«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование» vitusa3@inbox.lv

Научный руководитель: Доц., Д-р экон. наук Борис Хейманис

## АННОТАЦИЯ

В этой статье анализируются особенности разработки модели бизнес-планирования торгового предприятия на региональном уровне и разработать бизнес-план для нового магазина одежды в Каугури.

**Проблемная ситуация** в том, что на сегодня в Каугури нет магазинов одежды для клиентов со средним достатком. В районе работают магазины одежды класса «Люкс», ориентированные, в основном, на туристов и более обеспеченных местных потребителей, и рынок «Каугури», который ориентирован на потребителей с более низким достатком. Идея заключается в открытии магазина одежды среднего ценового сегмента.

**Проблемой исследования** является открытие нового торгового предприятия (магазина одежды) в Каугури с ориентацией на средний уровень дохода потребителя и разработка бизнес-плана для обеспечения конкурентоспособности бизнеса.

**Новизна исследования** вытекает из проблематики исследования и заключается в отсутствии магазинов одежды в среднем ценовом сегменте в районе Каугури.

**В результате исследования** будет разработан детальный бизнес-план нового торгового предприятия в среднем ценовом сегменте в Каугури для успешной работы бизнеса.

**Atslēgas vārdi:** *tirdzniecības uzņēmums, biznesa plānošana, apģērbu veikals, vidējais cenu segments.*

## ANNOTATION

This article analyzes the features of developing a business planning model of a trade enterprise at a regional level and develop a business plan for a new clothing store in Kauguri.

**The problem situation** is that today in Kauguri there are no clothing stores for clients with average incomes. There are luxury clothing stores in the region, focused mainly on tourists and more affluent local consumers, and the Kauguri market, which is aimed at consumers with lower incomes. The idea is to open a mid-price clothing store.

**The research problem** is the opening of a new trading company (clothing store) in Kauguri with a focus on the average level of consumer income and the development of a business plan to ensure business competitiveness.

The novelty of the study follows from the research problem and lies in the absence of clothing stores in the middle price segment in the Kauguri region.

**As a result** of the study, a detailed business plan will be developed for a new trading company in the middle price segment in Kauguri for successful business operations.

**Key words:** trading enterprise, business planning, clothing store, middle price segment.

## ВВЕДЕНИЕ.INTRODUCTION. IEVĀDS

**Актуальность темы** исследования обусловлена тем, что новые предприятия в сфере торговли нуждаются в четком плане всех расходов и доходов, а также возможности получить прибыль и покрыть начальные затраты. Инструментом для выполнения этой задачи служит бизнес-план.

Бизнес-план - это план, в котором подробно описывается, как построена деятельность бизнеса для получения прибыли. Надежный бизнес-план содержит информацию, необходимую для эффективной работы и управления компанией. Это объясняет, что возможно для бизнеса, как это будет сделано и почему оно будет успешным.[1].

Новым торговым предприятиям часто необходимо финансирование для того, чтобы начать деятельность. Бизнес-план выступает в качестве индикатора целесообразности выдачи кредита или финансирования бизнеса для потенциальных инвесторов. Он прогнозирует требования к капиталу и прогнозирует движение денежных средств, чтобы дать кредиторам или спонсорам уверенность в успешности бизнеса и возврата их инвестиций. Бизнес-планирование также помогает собрать лучшую команду, объясняя бизнес в презентабельном формате. Хороший бизнес-план также может сыграть свою роль в привлечении надежных поставщиков.

### Методы исследования:

- Теоретический анализ литературы;
- SWOT анализ;
- Сравнительный анализ конкурентов;
- Анализ финансовых показателей, финансовое планирование.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. THE MAIN THEORETICAL AND PRACTICAL CONDITIONS.GALVENIE TEORĒTISKIE UN PRAKTISKIE NOSACĪJUMI.

Энциклопедический словарь-справочник руководителя предприятия определяет торговое предприятие как «имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли. Имущественный комплекс включает земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, товары, права требования, долги, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания и др.»[5].

Торговые компании играли довольно заметную роль в развитии международной торговли на протяжении веков. Довольно интересным фактом, с которым согласны ученые, специализирующиеся на развитии торговой компании, является сложность концептуализации современной торговой компании из-за ее динамичного характера. Правильное определение того, что представляет собой торговая компания, широко обсуждалось, и его трудно сформулировать.[2].

Тем не менее, одной из ключевых компетенций была его посредническая роль, когда торговые компании представляют собой связь между покупателями и продавцами. Эта посредническая роль может выполняться, когда торговые компании действуют либо в качестве брокера, то есть не переходят во владение, либо в качестве перепродавца, то есть принимают на себя владение данным продуктом.

На приведенном ниже рисунке 1. показано смещение прав собственности на продукты и, следовательно, также риск в зависимости от того, выступает ли торговая компания в качестве брокера или посредника.



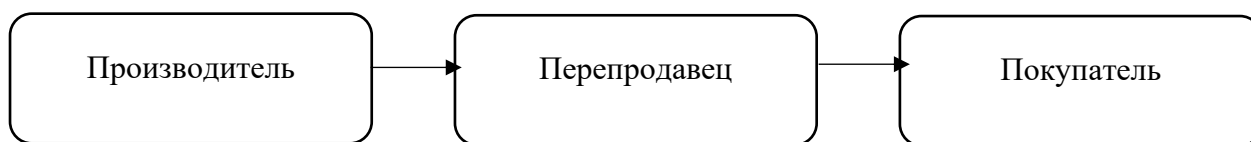


Рис. 1. Посредническая роль торговой компании

Торговые компании могут также выбрать специализацию по продукту или региону. Исторически это, например, имело место в европейских торговых компаниях, где британские торговые компании сосредоточили свое внимание на Южной Америке, а французские торговые компании на Африке. Обычные торговые компании, как правило, объединяют эти две особенности.

Функциями торгового предприятия представлены на рис. 2, который является более полным отображением рис. 1, соответствующим современным рынкам и экономике.

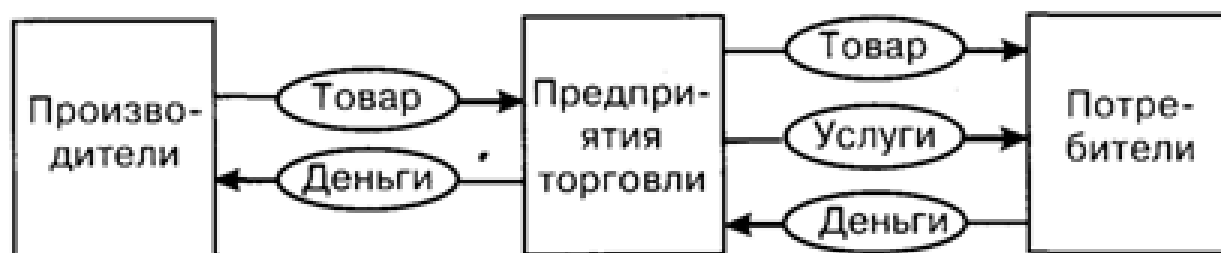


Рис. 2. Функции торгового предприятия

Как показано на рис. 2, основной функцией торгового предприятия является покупка товара у производителя и последующая его продажа потребителям, то есть, превращение товара в деньги.

Сопутствующими функциями торгового предприятия являются:

- изучение спроса потребителей,
- заключение договоров на поставку товаров,
- организация доставки товаров из мест их производства в места потребления,
- обеспечение хранения товаров,
- формирование товарного ассортимента и др.

Торговые предприятия осуществляют свою деятельность в соответствии с выбранной индустрией. Основные понятия индустрии торгового предприятия рассмотрены в следующем разделе.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF THE STUDY, THEIR EVALUATION. RĒTĪJUMA REZULTĀTI, TO NOVĒRTĒJUMS.

Так как целью данной работы является разработка бизнес-плана для нового предприятия розничной торговли в Каугури, в данном разделе проведен анализ торговых предприятий в данном районе, а также анализ основных показателей деятельности торговых предприятий в Юрмале.

На рис. 3 показана динамика количества экономически-активных предприятий розничной торговли в Юрмале.

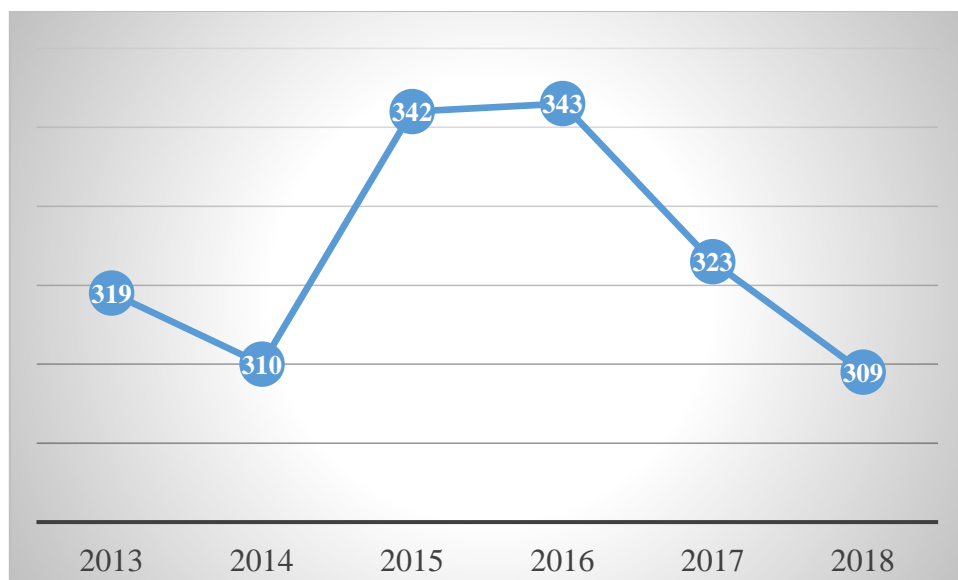


Рис. 3. Экономически активные предприятия рыночного сектора в Юрмале. G47 Розничная торговля, за исключением автомобилей и мотоциклов, 2013-2018[3].

Как показано на рис. 3, количество предприятий розничной торговли в Юрмале значительно возросло в 2015 году по сравнению с 2014 годом, но уже в 2017 году снизилось и продолжило снижаться в 2018 году, достигнув всего 309 предприятий, что меньше, чем в 2014 году.

На рис. 4 показано распределение предприятий розничной торговли в Юрмале по размеру, который определяется количеством работников.

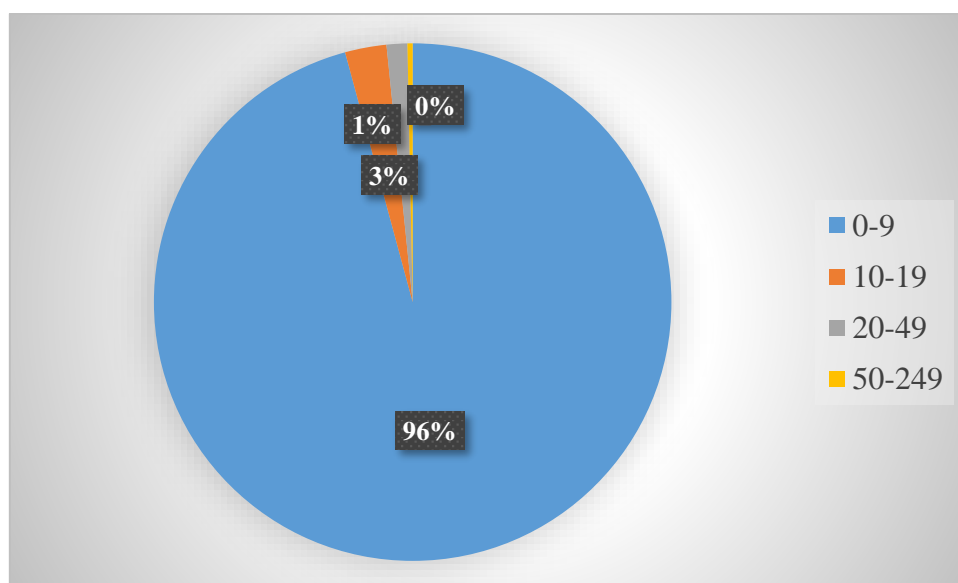


Рис. 4. Распределение предприятий розничной торговли в Юрмале по количеству работников, 2018 год[4].

Как показано на рис. 4, большинство предприятий розничной торговли в Юрмале являются малыми предприятиями, в которых трудоустроено до 9 работников.

На рис. 5 показана динамика оборота торговых предприятий Юрмалы, включая розничную и оптовую торговлю.

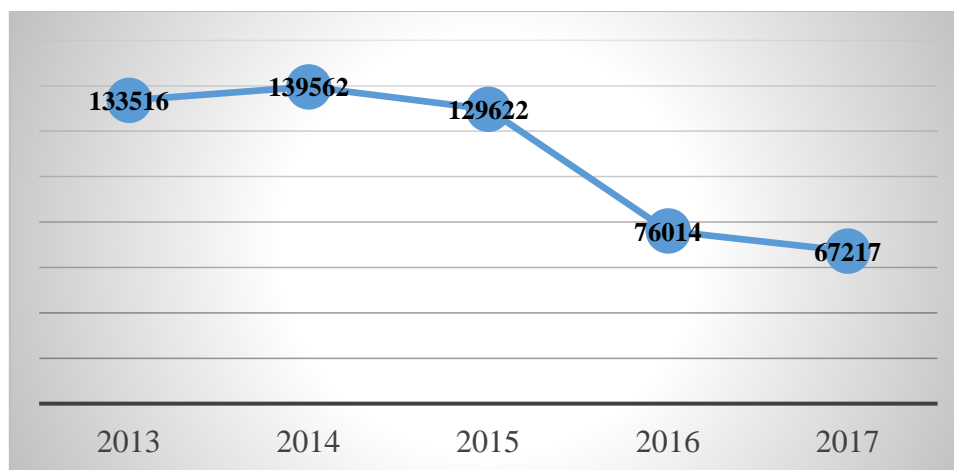


Рис. 5. Изменения оборота торговых предприятий Юрмалы, 2013-2017, тыс. EUR

Как показано на рис. 5, оборот торговых предприятий в Юрмале заметно снизился, что соответствует динамике количества предприятий, показанной на рис. 1.3 выше.

На деятельность любой организации влияет как внутренняя, так и внешняя среда. Под внешней средой понимают совокупность неконтролируемых субъектов и сил, действующих за ее пределами.

Таблица 1.

Факторы микросреды магазина «La vita»

| Название факторов                           | Отражение фактора                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Рынки                                       | В наши времена появляется большое количество магазинов одежды. Но отличием между ними является соотношение качества, цены и стиля.                                                                                                                                                          |
| Потребители                                 | Клиентурой нашего магазина будет широкий круг людей разных возрастных групп и разного социального положения, преимущественно в возрасте от 15 до 35 лет, а также женщины более зрелого возраста.                                                                                            |
| Конкуренты                                  | Одним из основных конкурентов магазина могут быть магазины, располагающиеся в нашем городе. Конечно у них есть свои преимущества и недостатки. Преимуществами является сформированный круг постоянных клиентов и качественное обслуживание. Недостатками являются узкий ассортимент товара. |
| Система распределения и дилеры              | Предприятие будет сотрудничать с несколькими дилерами.                                                                                                                                                                                                                                      |
| Поставщики                                  | Товар для реализации планируется закупать в странах Европы. Преимущественно высокого качества и изысканного стиля.                                                                                                                                                                          |
| Вспомогательные и маркетинговые организации | Для обеспечения сведения магазина, будет проводиться активная рекламная компания. Реклама будет распространяться через радио-эфир, через интернет (инстаграм, фейсбук).                                                                                                                     |
| Контактные аудитории                        | Предприятие будет налаживать личные контакты с клиентами.                                                                                                                                                                                                                                   |

Потребителями магазина «La vita» являются лица со средним и высоким уровнем доходов. «La vita» существует для потребителей, и только клиенты, потребности которых удовлетворяются, дают возможность магазину выжить в условиях рынка, а в случае эффективной деятельности получить прибыль.

Таблица 2

SWOT – анализ

| Сильные стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Слабые стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие квалификационного персонала</li> <li>2. Опыт и понимание индустрии моды</li> <li>3. Хорошие отношения с поставщиками</li> <li>4. Удобное месторасположение предприятия относительно районов</li> <li>5. Высокое качество товаров</li> <li>6. Близость к транспортным магистралям</li> <li>7. Маркетинговая политика</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дорогая аренда</li> <li>2. Отсутствие постоянных клиентов</li> <li>3. Высокая конкуренция</li> <li>4. Недостаточный опыт работы в данной сфере</li> <li>5. Неактуальность товара, изменение модных трендов</li> <li>6. Расходы на оборотные средства</li> </ol> |
| Возможности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Угрозы                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Открытие филиала</li> <li>2. Рост спроса на товары</li> <li>3. Аренда большей площади</li> <li>4. Привлечение новых клиентов</li> <li>5. Увеличение заработной платы</li> <li>6. Увеличение объемов продаж</li> </ol>                                                                                                                  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Убытки в случае выбора плохого ассортимента товара</li> <li>2. Уменьшение заработной платы</li> <li>3. Открытие поблизости прямых конкурентов</li> <li>4. Рост уровня инфляции</li> </ol>                                                                       |

Исходя из сильной стороной магазина являются хорошие отношения с поставщиками, опыт и понимание индустрии моды и высокое качество товаров.

Согласно данным слабой стороной торгового предприятия является дорогая аренда, открытие поблизости прямых конкурентов и недостаточный опыт работы в сфере торговли одеждой.

По возможностям торгового предприятия следует отметить открытие второго магазина (филиала) и рост спроса на товары.

Соответственно у торгового предприятия присутствуют угрозы, которые также влияют на продажи и конкурентоспособность на рынке. Если у магазина будет недостаточный ассортимент товара, то это поспособствует снижению продаж и соответственно уменьшению прибыли, что скажется на заработной плате сотрудников.



## Основные преимущества и недостатки представления услуг

| Преимущества по сравнению с аналогичными товарами конкурентов                          | Недостатки                                   | Меры по преодолению недостатков                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1. Наличие квалификационного персонала.                                                | 1. Дорогая аренда.                           | 1. Система скидок для постоянных клиентов.                                 |
| 2. В магазины вы сможете найти одежду, который имеет сходство с сезонным pret-a-porte. | 2. Отсутствие постоянных клиентов            | 2. Опыт и понимание индустрии моды.                                        |
| 3. Хорошие отношения с поставщиками.                                                   | 3. Высокая конкуренция.                      | 3. Закупка оборудования оптом, что дает возможность получить скидку.       |
| 4. Удобное месторасположение предприятия относительно районов.                         | 4. Недостаточный опыт работы в данной сфере. | 4. Проведение начальной стажировки и наставничества в течение 1-2 месяцев. |
| 5. Близость к транспортным магистралям.                                                |                                              | 5. Работа в особом графике.                                                |
| 7. Высокое качество товаров.                                                           |                                              |                                                                            |
| 8. Активная маркетинговая политика.                                                    |                                              |                                                                            |

Проведем сравнение позиции фирмы с позициями указанных конкурентов.

Таблица 4

## Характеристика конкуренции на рынке сбыта

| Область сравнения | Магазин «La vita» | Магазины с дорогой одеждой | Рынок |
|-------------------|-------------------|----------------------------|-------|
| 1. Реклама        | 4                 | 4                          | 4     |
| 2. Размещение     | 5                 | 5                          | 5     |
| 3. Товар          | 5                 | 5                          | 4     |
| 4. Цены           | 5                 | 4                          | 3     |
| 5. Имидж          | 4                 | 5                          | 5     |
| Всего, баллов     | 23                | 19                         | 15    |

После проведения анализа стало понятно, что магазин «La vita» имеет достаточно хорошие перспективы, относительно своих основных конкурентов. Что является привлекательной перспективой для открытия магазина модной одежды.

В ближайшее время деятельность «La vita» должна быть направлена на то, чтобы охватить как можно большее количество потребителей потенциального рынка, и на завоевание популярности среди клиентов. Исходя из этого, необходимо спланировать программу маркетинговой деятельности по привлечению клиентов. Основные моменты: детальное исследование и максимальное удовлетворение спроса потребителей на товары магазина, реклама и исследование рынка.

## **ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSIONS AND PROPOSALS. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI.**

В ходе проведенного исследования, было создано предприятие «La vita», которое специализируется на продаже элитной одежды из стран Европы.

После проведения анализа стало понятно, что магазин «La vita» имеет достаточно хорошие перспективы, относительно своих основных конкурентов. Что является привлекательной перспективой для открытия магазина модной одежды.

В наши времена появляется большое количество новых магазинов и бутиков элитной одежды. Но отличием между ними является разный уровень сервиса и качества товаров. Для того, чтобы составить мощную конкуренцию другим магазинам необходимо прежде всего завоевать доверие клиентов путем сочетания высокого уровня качества и эксклюзивности товара и отличным сервисом при условии умеренных цен.

Прогнозируется, что спрос на товар магазина будет достаточно стабильным и будет иметь тенденцию к росту, так как руководство будет проводить активную рекламную кампанию и пытаться отвечать по всем надлежащим параметрам требованиям клиентов.

В ближайшее время деятельность «La vita» должна быть направлена на то, чтобы охватить как можно большее количество потребителей потенциального рынка, и на завоевание популярности среди клиентов. Исходя из этого, необходимо спланировать программу маркетинговой деятельности по привлечению клиентов. Основные моменты: детальное исследование и максимальное удовлетворение спроса потребителей на товары магазина, рекламная и исследование рынка.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF USED LITERATURE AND OTHER SOURCES. IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN CITU AVOTUSARAKSTS.**

1. Sakrissan, A. (2019) The importance of a business plan [онлайн] доступно на: <https://smallbusiness.chron.com/importance-business-plan-43353.html> [просмотрено: 01.12.2019]
2. Kjellin, J., Lawrence, E. The Modern Role of Trading Companies. University of Gothenburg. [онлайн] доступно на: <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2014/04/The-Modern-Role-of-Trading-Companies.pdf> [просмотрено: 01.12.2019]
3. CSP (2019). SRG030. Turgus sektora ekonomiski aktīvi uzņēmumi statistiskajos reģionos, pilsētās un novados sadalījumā pa uzņēmumu lieluma grupām pēc nodarbināto skaita un galvenajiem darbības veidiem (NACE 2. red.) [онлайн] доступно на: [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn\\_01\\_skaitis/SRG030.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn_01_skaitis/SRG030.px/table/tableViewLayout1/) [просмотрено: 14.12.2019]

4. CSP (2019). SRG030. Tirgus sektora ekonomiski aktīvi uzņēmumi statistiskajos reģionos, pilsētās un novados sadalījumā pa uzņēmumu lieluma grupām pēc nodarbināto skaita un galvenajiem darbības veidiem (NACE 2. red.) [онлайн] доступно на:  
[http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn\\_01\\_skaitis/SRG030.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn_01_skaitis/SRG030.px/table/tableViewLayout1/)  
[просмотрено: 14.12.2019]
5. Лукаш Ю. А. (2004) Энциклопедический словарь-справочник руководителя предприятия — М.: Книжный мир.

# РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ФИРМЫ SIA KINGALIS

Симона Курца, Латвия,

Балтийская международная академия, Рига, Профессиональная магистерская программа  
«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование» [sim0na2@inbox.lv](mailto:sim0na2@inbox.lv)

Научный руководитель: доц. В.Л.Силиневич

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются основные понятия мотивации персонала, а также основные теории мотивации. Рассмотрена характеристика фирмы «SIA Kingalis», проведены анкетирования на определение уровня мотивации, а в результате выявлены недостатки и даны рекомендации по совершенствованию мотивации персонала на фирме «SIA Kingalis».

**Ключевые слова:** Мотивация, персонал, сотрудники.

## ANOTĀCIJA

Rakstā apskatīti personāla motivācijas pamatjēdzieni, kā arī motivācijas pamat teorija. Tiek ņemtas vērā SIA Kingalis īpašības, tiek veiktas anketas, lai noteiktu motivācijas līmeni, kā rezultātā tiek apzināti trūkumi un sniegti ieteikumi personāla motivācijas uzlabošanai SIA Kingalis.

**Atslēgas vārdi:** Darbinieki, motivācija, personāls.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVĀDS

Значение мотивации в любой организации неоспоримо велико, ведь именно она заставляет трудиться с максимальной отдачей, что гарантирует фирме отличные результаты. Не одна компания не может быть успешной- без сотрудников желающих внести свой вклад в достижения целей компании, именно поэтому так высока значимость работодателей в мотивировании персонала.

Главным фактором в мотивации персонала являются потребности работников такие как – физиологические, социальные и другие. Именно поэтому, каждый работник готов трудиться с максимально высокой отдачей, если после проделанной им работы в конечном итоге он получит привлекательное для него вознаграждение.

Проблема рассматриваемая в статье:

Цель исследования: разработать рекомендации по совершенствованию мотивации персонала на фирме «SIA Kingalis».

Практическая значимость: результаты исследования могут быть использованы для совершенствования систем мотивации для директора фирмы «SIA Kingalis».

При написании статьи автор опирался на литературные и интернет источники, в так же автор использовал такие методы как: статистический, описательный метод, наблюдение, анкетирование.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. THE MAIN THEORETICAL AND PRACTICAL CONDITIONS. GALVENIE TEORĒTISKIE UN PRAKTISKIE NOSACĪJUMI.**

Каждая организация имеет цели, у каждой организации имеются свои методы и подходы для достижения целей, но каждой организации необходимо серьезно обращать внимание на мотивацию сотрудников, ведь всем известный фактор – чем больше мотивация у сотрудников, тем больше отдача.

Мотивация персонала – это совокупность внешних и внутренних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают границы и формы деятельности, и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение поставленных целей. [1,130-131]

Общая характеристика мотивации, как правило, состоит из - потребностей, целей, мотивов и поведения.

Потребности – это состояние человека, испытывающего нужду в каком либо объекте, который жизненно необходим для его жизнедеятельности. [1,30-31]

Мотивы - это внутреннее желание человека к действию, направленное на достижение его целей. [3,57-58]

Мотивы могут быть как внутренними, так и внешними.

Внешние мотивы - это когда человек стремится овладеть какими либо объектами, которые ему не принадлежат.

Внутренние мотивы - это когда человек получает максимальное удовлетворение от объектов которые он уже имеет и хочет их сохранить.

Цели - Это объект или состояние, к которому стремится человек.

Одного умения выполнять профессиональные обязанности не достаточно для достижения целей компании, т.к. каким бы квалифицированным ни был бы сотрудник, его производительность зависит так же от желания выполнять данную работу или мотивации к труду. Только сочетание сильной трудовой мотивации и профессионального мастерства обеспечивают достижение высоких результатов. [4,220-221]

На мотивацию человека влияют множество факторов – вознаграждения, оценка, профессиональное развитие и перспективы профессионального роста, уровень общей культуры. [4,221]

Мотивация - психологический процесс, управляющий действиями конкретного работника на фирме. Мотивационная система выполняет внутри организации конкретные задачи:

- стимулирование работников на качественное и четкое выполнение работы
- повышение производительности труда
- привлечение высококвалифицированных работников
- снижение текучести кадров
- создание позитивного настроения внутри коллектива
- лояльность работников к компании [4,222]

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF THE STUDY, THEIR EVALUATION. PĒTĪJUMA REZULTĀTI, TO NOVĒRTĒJUMS.**

SIA KINGALIS существует 5 лет. Фирма занимается оптовой продажей светоотражающей продукции (жилетки, браслеты, игрушки, брелки), очень большой ассортимент продукции. Специфика работы менеджеров заключается в поиске новых клиентов, взаимодействие с коллегами, и клиентами.

Заключен договор с Литовской фирмой по закупке продукции, которую SIA KINGALIS распространяет по большим торговым сетям (DEPO, Kruza, Kurši, Latvijas pasts).

На фирме работают 5 человек: Директор, бухгалтер и три менеджера.

Оплата труда менеджеров – они получают стабильный оклад в 300 евро. Рабочее время менеджеров – с понедельника по пятницу с 9:00 до 16:00

Фирма имеет очень большой ассортимент продукции, что видно на рисунке 2.2, данная продукция ориентирована на молодых родителей, которые заботятся о своих детях, и переживают за их безопасность. Есть еще группа людей, которая заинтересована в покупке данной продукции – это спортсмены (бегуны и велосипедисты), которые понимают что на темной дороге вечером, проезжающие мимо автомобилисты могут их просто не заметить.

Метод анкетирования:

Данный метод помог узнать, мнение работников о выполняемой ими работе.

Данная анкета состоит из 4 вопросов, участие в анкетировании принимали три менеджера работающие на фирме „ SIA Kingalis’’. Всех опрашиваемых просили отвечать максимально честно, для того что бы результаты были верны.



Рис.1 Удовлетворение своим заработком

Исходя из ответов на вопросы опрашиваемых, автор делает вывод, что большая часть сотрудников не довольна своим заработком работая в данной организации

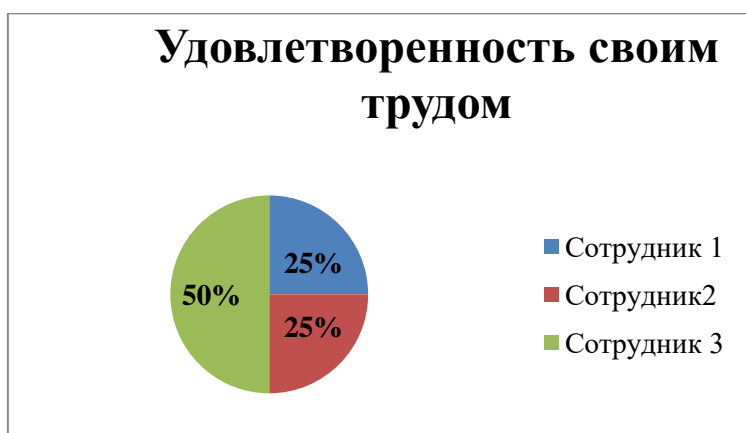


Рис.2 Удовлетворение своим трудом

Все сотрудники удовлетворены своим трудом меньше чем на 50%, автор считает что, это плохой результат.



Рис.3 Планы на ближайшие 1-2 года

Сотрудник номер 1 и 2 в дальнейшем хотят остаться на своей должности. Сотрудник номер 3 хочет сменить место работы и специальность.



Рис.4 Какой из видов мотиваций интересует работников

Работника номер 1 и 2 интересует доплата, а работника номер 3 обучение. Можно сделать вывод что, работника номер 1 и 2 не совсем устраивает их доход. А работник номер 3 готов развиваться и учиться новому.

По результатам анкетирования были сделаны следующие выводы:

Данная анкета показала, что большую часть сотрудников не устраивает их доход об этом гласит Рис.1. Автор считает что, начальству необходимо поднять зарплату своим сотрудникам, возможно именно поэтому работники не могут сказать, что они довольны своей работой на 100% - об этом гласит Рис.2 а так же на Рис.4 можно увидеть что, большинство сотрудников заинтересованно в таком виде мотиваций - как доплата.

**В результате исследования оценки персонала и мотивации сотрудников, автором были сделаны следующие выводы:**

- Оценка персонала — это важная составляющая управленческого контроля в отношении человеческих ресурсов организации, которая влияет на оптимизацию бизнес-процессов компании.
- Работники не довольны своим доходом.

По результатам прибыли, появилась возможность на расширение сферы деятельности и возможности закупки нового товара. В связи с этим можно заключить договор с другим предприятием. Для менеджеров появится возможность карьерного роста, увеличение заработной платы, (ведь как показало исследование это главная проблема на фирме), ввести дополнительную систему процентной оплаты каждого менеджера по итогу индивидуальной работы с клиентами, а так же выдавать работникам премию за старания.

Таким образом, будут соблюдены все виды мотиваций, которые желают сотрудники (доплаты и премии).

1. Поднимаем зарплату каждому менеджеру на 50 евро

*Источник: Составлено автором Табл.1 Расходы по зарплате на (1 менеджера).*

|                                                  |        |
|--------------------------------------------------|--------|
| Darba devējam izmaksās                           | 513,63 |
| Darba devējs pārskaitīs VSAO                     | 141,58 |
| Darba devējs pārskaitīs IIN                      | 71,69  |
| Darba devējs uzņēmējdarbības riska valsts nodevu | 0,36   |
| Nodokļos uz Valsts kasi tiks pārskaitīts         | 213,63 |
| Uz rokas                                         | 300,00 |

|                                                  |        |
|--------------------------------------------------|--------|
| Darba devējam izmaksās                           | 541,34 |
| Darba devējs pārskaitīs VSAO                     | 152,98 |
| Darba devējs pārskaitīs IIN                      | 38,00  |
| Darba devējs uzņēmējdarbības riska valsts nodevu | 0,36   |
| Nodokļos uz Valsts kasi tiks pārskaitīts         | 190,98 |
| Uz rokas                                         | 350,00 |

*Источник: Составлено автором Табл.2 Расходы по зарплате после увеличения зарплаты (на одного менеджера).*

2. Так же, предоставить годовое страхование по здоровью для физических лиц каждому менеджеру. Стоимость страховки в год 330 евро для одного человека.



## Паматprogramma

| KODS                                                                               | PAKALPOJUMI, KO PROGRAMMA APMĀKSĀ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | APDROŠINĀJUMA SUMMA VIENAM APDROŠINĀTĀJAM |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>Ambulatorā aprūpe</b>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                           |
| P                                                                                  | Likumā noteiktā pacienta iemaksa par pakalpojumiem pie ģimenes ārsta un ārsta speciālista, izmeklējumiem                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                           |
| PA                                                                                 | Ar darbu saistītās veselības pārbaudes, uz kurām likumā noteiktajā kārtībā norīko darba devējs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                           |
| A                                                                                  | Maksas pakalpojumi veselības centros un ārstu praksēs: ārstu konsultācijas, ģimenes ārsta, terapeita un pediatra mājas vizītes, manipulācijas (pārsiešana, injekcijas u.c.), grūtniecības aprūpe (ārstu konsultācijas, izmeklējumi), medicīniskās izziņas (sauszemes transporta līdzekļu vadītājiem, ieroču iegādes atļaujas saņemšanai), neatliekamās medicīniskās palīdzības sniegšana (tai skaitā privātā neatliekamā palīdzība Rīgā un Pierīgā); ar ārsta norīkojumu: izmeklējumi (rentgens, sonoskopija, kardiogramma u.c.), laboratorijas analīzes, fizikālās procedūras. | 700 EUR                                   |
| DA                                                                                 | Specifiskie maksas izmeklējumi ar ārsta norīkojumu: datortomogrāfija, magnētiskā rezonanse, gremošanas orgānu izmeklējumi, augļa četrdimensiju sonoskopija, scintigrāfijas izmeklējumi. <b>Limīts apdrošināšanas periodā - 120 EUR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                           |
| V4                                                                                 | Vakcinācija pret gripu, ērcu encefalītu, A hepatītu, B hepatītu, pneimokoku, vēdertīfu, holēru, dzeltenu drudzi, trakumsērgu un meningokoku meningītu, ērcu encefalīta imūnglobulīna G līmeņa noteikšana. <b>Limīts apdrošināšanas periodā - 50 EUR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                           |
| <b>Stacionārā aprūpe</b>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                           |
| P                                                                                  | Likumā noteiktā pacienta iemaksa par pakalpojumiem slimnīcā, sanatorijā, pacienta līdzmaksājums                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3 500 EUR                                 |
| MSO2                                                                               | Maksas operācijas dienas vai diennakts stacionārā un ar operāciju saistītie izdevumi (anestēzija, uzturēšanās), izņemot ar dzemdībām un zobārstniecību saistītās operācijas. Jebkura operācija iepriekš jāaskano ar Apdrošināšanas sabiedrību. <b>Limīts vienam stacionēšanas gadījumam - 700 EUR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                           |
| R-90                                                                               | Ārsta nozīmēti un ārstniecības iestādē uz vietas saņemti rehabilitācijas pakalpojumi: ārstnieciskā masāža, ārstnieciskā vingrošana, ūdens procedūras (dūņu procedūras, šarko duša u.c.), manuālā terapija un osteopāta apmeklējums, kā arī fizioterapeita, ergoterapeita, kineziologa, fizikālās medicīnas un rehabilitācijas ārsta atkārtotas konsultācijas un nodarbības. <b>Limīts vienai reizei - 9 EUR, limīts apdrošināšanas periodā - 90 EUR</b>                                                                                                                         | 90 EUR                                    |
| <b>Programmas kopējā apdrošinājuma summa</b>                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>4 290 EUR</b>                          |
| <b>Apdrošināšanas prēmija par Programmu vienam apdrošinātajam darbiniekam gadā</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>EUR</b>                                |

Programmas tipšie nosacījumi:

Limīts 35 EUR iesniedzot čeku par speciālista konsultācijām, pirmreizējām un atkārtotām ģimenes ārsta konsultācijām.

Programmā ambulatorie maksas pakalpojumi, par kuriem Apdrošināšanas sabiedrības līgumiestādē norēķini veikti ar Veselības apdrošināšanas karti, tiek apmaksāti pilnā apmērā. Par pakalpojumiem, kuri apmaksāti no personīgajiem līdzekļiem, atbildība tiek aprēķināta, ievērojot sarakstā "Pakalpojumu apmaksas limīti - A" noteikto (skat. [www.if.lv/veselibas](http://www.if.lv/veselibas)).

Источник: Интернет ресурс<sup>23</sup> Рис.5 Страхование здоровья

3. Исходя из прибыли, автор решает ввести поквартальную бонусную систему

10 % от полученной выручки распределяем между 3 менеджерами поровну. В случае нахождения нового клиента бонусы распределяются только тому менеджеру, который его нашел.

Источник: Составлено автором Табл.3 Расходы фирмы 2018

|                       |       |     |
|-----------------------|-------|-----|
| Нето-оборот 1 квартал | 18531 | EUR |
| Себестоимость товара  | 10377 | EUR |
| Брутто                | 8154  | EUR |

Источник: Составлено автором Табл.4 Бонус на 3 менеджеров

|                            |                  |     |
|----------------------------|------------------|-----|
| выручка                    | 13566            | EUR |
| себестоимость              | -7847            | EUR |
| брутто                     | 5719             | EUR |
| бонус10% (на 3 менеджеров) | 571,90(190,63*3) | EUR |

### Выводы и предложения. Conclusions and proposals. Secinājumi un priekšlikumi.

В настоящее время в нашей стране система мотивации сотрудников очень важна, ведь ситуация с рабочей силой в нашей стране находится в плачевном состоянии, за последние десять лет, страну покинуло очень большое количество человек, а для реализации целей фирмы необходимы работники которые будут готовы работать с полной отдачей, и для этого необходимо мотивировать людей.

1. <https://www.bta.lv/lv/business/veselibas-apdrosinasana>

Руководителю необходимо создавать максимально благоприятные условия, которые заставят каждого работник эффективно трудиться. Ведь то на сколько успешна организация - отражают работники организации, и чем эффективнее их работа, тем больших целей добивается организация.

Главным фактором в мотивации персонала являются потребности работников такие как – физиологические, социальные и другие. Именно поэтому, каждый работник готов трудиться с максимальной высокой отдачей, если после проделанной им работы в конечном итоге он получит привлекательное для него вознаграждение.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF USED LITERATURE AND OTHER SOURCES. IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN CITU AVOTUSARAKSTS.**

1. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: учеб. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2009. 688 с.
2. Веснин В.Р., Менеджмент: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект 2004 г.
3. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента. Изд-во ТРТУ, 2003.-230с.
4. Друкер П. Эффективный управляющий. М., 2001.
5. Дубейковская Я. Стоп. Кадры. Управление персоналом для умных. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000 г.
6. <https://www.bta.lv/lv/business/veselibas-apdrosinasana>

# ВЛИЯНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕНЫ НА КВОТЫ ПО ЭМИССИИ CO<sub>2</sub> ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ЭНЕРГИИ ДЛЯ БАЛТИЙСКИХ СТРАН

**Камилла Щавинска**

Латвия, Рига

Балтийская Международная академия

Магистерская программа

«Управление предпринимательской деятельностью и администрирование»

kamilla.scavinska@mail.ru

Научный руководитель:

Вероника Сильневич

## АННОТАЦИЯ

В работе выполнен анализ по теме перспектив дальнейшего развития энергетической отрасли прибалтийских государств, на фоне изменений, обусловленными общим влиянием повышения цен на квоты эмиссии CO<sub>2</sub>; политическим влиянием на экономическую стабильность отдельных стран и отсутствие консолидации отрасли между странами участниками.

Целью статьи является демонстрация необходимости оптимизации действующей структуры в сфере взаимодействия в вопросах энергоснабжения с Россией и Беларуссией.

**Ключевые слова:** энергетика, энергоресурсы, энергоэффективность, стратегия, Прибалтика, энергия, анализ, Европейский союз, интеграция, ратификация, консолидация, рынок, источники.

## ABSTRACT

This work includes an analysis of prospects of continued development of the energy sector in the Baltic States, in the background of changes, caused by the higher prices for CO<sub>2</sub> emission quota, by political impact on the economic stability of the individual countries and in the absence of consolidation between member states.

Purpose of this article is to show the need to optimize the current structures focusing the cooperation with Russia and Belarus on power supply issues.

**Keywords:** power industry, energy resources, strategy, energy efficiency, Baltic, energy, analysis, European Union, integration, ratification, consolidation, market, sources.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRIDUCTION. IEVADS.

11 декабря 1997 года на Конференции ООН по изменению климата, прошедшей в Киото, практически все страны участники международной организации приняли документ, в котором были впервые прописаны квоты на выброс парниковых газов для каждого государства. Основной задачей было ратифицирование соглашений, пересмотр национального законодательства, проведение необходимых реформ с последующей интеграцией их в свою политическую и экономическую структуру.

В данной статье автор рассматривает основные положения до и после ратифицирования договора, а также делает подробный анализ рынка энергоснабжения в Прибалтике, его динамики, возможной перспективы, стратегии развития и оптимизации.

Научная и практическая значимость проведенного исследования заключается в выявлении поэтапных действий со стороны руководства стран Прибалтики, Европейского Союза, представителей энергорынка России и Беларуси по формированию единой энергетической политики.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION. SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSĒ**

Ситуация на энергетическом рынке Прибалтийских стран - Латвии, Литвы и Эстонии имеет смешанную политико-экономическую структуру. Говоря откровенно, данные страны находятся на пороге энергетического кризиса. В сравнении с показателями, которые были произведены в течении последних 10 лет, уверенно можно сказать, что экономический потенциал этих стран в сфере развития энергоснабжения находится в состоянии стагнации. Проблемы обоснованы растущим спросом со стороны домашних хозяйств и различных секторов экономики стран.

В недавнем прошлом мощности литовских и эстонских электростанций обеспечивали экспорт электроэнергии в Латвию. Ситуация усугубилась с момента вступления этими странами в ЕС, так как согласно выдвинутому, европейской стороной, важнейшим условием, Вильнюсу в 2009 году пришлось закрыть Игналинскую АЭС. С поэтапной остановкой двух реакторов. Что в последствии послужило разрушением существующего баланса энергетических поставок в балтийские страны. Часть электрической энергии, вырабатываемой Игналинской АЭС, заменили электричеством, вырабатываемом на газовых электростанциях. А это привело к дополнительной эмиссии двуокиси углерода, контролируемым Киотским протоколом. В соответствии с которым международные организации приняли документ о регуле квоты на выброс парникового газа для каждого государства. Литва также приняла соответствующие обязательства. Но по факту существующие литовские ТЭЦ, работающие на полную мощность значительно превышает установленную норму, что делает поставленную задачу невыполнимой.

На данный момент Литва испытывает проблему энергодефицита, вырабатывая лишь около 20% необходимой ей электроэнергии. Также низкие показатели делают ее энергозависимой от соседей, в том числе от стран Скандинавии. В следствии вышеперечисленного наблюдается картина нестабильности и непредсказуемости ценообразования на рынке электроэнергии. Например в середине прошлого года, когда из-за жары уровень воды в скандинавских реках снизился, цены на электричество резко поднялись. С апреля по сентябрь электроэнергия в Литве подорожала на 47%, а в конце прошлого года еще на 10%. В 2019 году тенденция динамики роста цен не снизила обороты, а наоборот увеличилась. В отличии от Эстонии и Латвии, Литва лишена возможности компенсировать дефицит энергии, повышение стоимости которой подтягивает за собой остальные цены. Существующая возможность закупки электроэнергии из Беларуси не рассматривается в дальнейшем, в связи с позицией Минэнерго Литвы, утверждающей о небезопасности электростанции. «...это не просто коммерческая проблема, это, по сути проблема национальной безопасности всего Балтийского региона», - сообщает Минэнерго Литвы.

Белорусская АЭС в Гродненском районе, в 50 км от Вильнюса, состоящая из двух энергоблоков, запуск первого из них ожидается осенью 2019 году, а второго 2020 году. Литва выступает против реализации проекта и на законодательном уровне Вильнюс принял решение отказаться от поставок электроэнергии из стран, в которых действуют «небезопасные» АЭС.

Кабинет Министерства Латвии в свою очередь рассмотрел вопрос о переносе торговли электроэнергией с третьими странами к своим границам, обосновывая свое решение возможностью

последующих рисков такого шага со стороны Литвы, в виде энергодефицита для других стран Балтии. Рассматривая подробно энергетический потенциал ситуации в энергетике Латвии, которая даже при наличии каскада Даугавских ГЭС, нескольких ТЭС и «альтернативных» электростанций продолжает испытывать хронический энергодефицит. Так как выработка на ГЭС зависит от погодных условий (дождливый или сухой был год) в дождливый год выработка энергии составляет 4,5 млрд кВт.ч, в дождливый не более 2,5 млрд кВт.ч. Превышение производства над потреблением наблюдается только весной, в остальное время Латвия вынуждена импортировать электроэнергию из соседних стран, а это по меньшей мере 50% внешних поставок. По оценкам экспертов, с 2000 года идёт устойчивый рост энергопотребления и в ближайшие годы средний рост составит 3-4%, что приведет к ещё большей зависимости.

Несмотря на вышеизложенные факты, Латвия является экспортёром, полученной из возобновляемых источников. По данным «Евростата» за 2017 год в Латвии произведено 39% всей энергии из возобновляемых источников. Далее идет Черногория (40%), Финляндия (41%), Швеция (54%), Норвегия (71%), Исландия (71%). В Эстонии (29%), в Литве (25%).

Основная доля электроэнергии по прежнему производится из ископаемых видов топлива, несмотря на то, что цель политики Евросоюза заключается в поддержке генерации ВИЭ (возобновляемый источник энергии), существующей с 1980 года. Исходя из установленного плана к 2020 году доля ВИЭ в общем энергопотреблении должна достигнуть 20%. Согласно последней конференции Energy Transition Dialogue (Диалог энергетического перехода), посвященной глобальному переходу на ВИЭ, главный акцент был на том, что возобновляемая энергетика повышает энергетическую безопасность государств и снижает их зависимость от поставщиков энергоносителей, десятилетиями использовавших их, как геополитический инструмент. Подводя итоги, на основании этих данных можно говорить о долгосрочной стратегии развития энергетике (ВИЭ) в Латвии при правильном распределении инвестирования и последующем наращивании собственных производственных мощностей.

Положение Эстонии, располагающая значимыми источниками энергоресурсов, на сегодняшний день также испытывает нестабильность в связи с установленными в ЕС квотами на выброс углекислого газа. Анализируя уровень продаж Eesti Energia за последние три месяца этого года, чистая прибыль холдинга сократилась на 77%, что в денежном эквиваленте составляет 9,5 млн. евро. В сравнении с прошлым годом, когда концерн заработал 106 млн. евро чистой прибыли. Серьезный спад, неправда ли? Всеми виной трёхкратный рост цены на квоты по выбросу углекислого газа. В результате, производство электроэнергии у Eesti Energia сократилось за год на 20% и послужило причиной для импорта энергии. Решающую роль сыграла двухкратная разница между стоимостью электроэнергией, производимой в Эстонии и российской, не облагаемой «зелёной надбавкой».

«Из-за дерегулирования рынка электричества его рыночная стоимость никогда не была в Эстонии столь высокой» - констатировал председатель совета директоров Eesti Energia Хандо Суттер.

«Если раньше мы зарабатывали на экспорте электроэнергии, то теперь сами должны ее закупать» - финансовый директор Eesti Energia Андри Авила.

## **Результаты исследования**

В ходе работы были выявлены основные факторы и тенденции, влияющие на перспективы рынка электроэнергии. Тут стоит обратить внимание изначально на причину нынешней неутешительной ситуации. Справедливо заметить, что не все страны ЕС богаты возобновляемыми источниками. «К тому же они не производят дешёвой энергии, а нерешённые проблемы с энергоснабжением не дают возможности получать стабильный объём электричества» - старший научный сотрудник Главной геофизической обсерватории им. Войкова Андрей Кисилёв.

Во-вторых, акцентируя внимание на балтийских странах, то эти государства импортируют электроэнергию, газ, нефть и нефтепродукты. Одновременно, они вынуждены подчиняться

директивам ЕС по ограничению выбросов парниковых газов, а также либерализации рынков электроэнергии и газа. Тут стоит поподробнее рассмотреть последствия либерализации (освобождения от жёстких ограничений государственного регулирования и контроля, свободный рынок) в условиях отсутствия конкуренции. Анализируя ситуацию в Эстонии, конкуренцию с дешёвой российской назвать свободной невозможно, сложно конкурировать на одном рынке с другими производителями, для которых, благодаря неуплате за квоты CO<sub>2</sub>, себестоимость на 20 евро за мегаватт -час ниже. Повышение цен на квоты создало нечестное преимущество для российской электроэнергии. Естественно это повлияло на самостоятельность Эстонии в сфере экономической политики. То есть вторым влияющим фактором является отсутствие таможенной защиты и не соответствие правилам, оговоренным внутри Евросоюза, образовавшим искажённую конкуренцию.

В итоге, рассматривая общие положения в отношениях Латвии, Литвы и Эстонии наблюдается отсутствие взаимодействия трёх прибалтийских республик и необходимость формирования энергетической стратегии. Поставив перед собой задачу стать энергонезависимыми государствами, они пытаются решить её по отдельности. Но даже при консолидации отрасли, поиск общих путей решений проблем, не повлияет на собственные возможности. На данном этапе они весьма ограничены, а ЕС в силу объективных обстоятельств, действенной помощи оказать не может. Следовательно, планируемый странами Балтии выход из параллельной работы с энергосистемами Беларуси и России экономически не оправдан, подобные шаги стоит рассматривать как политические амбиции государств. Наоборот стоит больше внимания уделить именно сотрудничеству с сопредельными странами, основными торгово-экономическими партнёрами и международными организациями. А также обеспечить равными условиями для функционирования, доступа к инфраструктуре частных и государственных компаний. Помимо этого желательно произвести технологическое обновление и пересмотреть план рационального использования природно-ресурсного потенциала. В дальнейшем модернизировать действующие энергетические мощности и развить сетевую инфраструктуру. Заключительным этапом в оптимизации действующей системы должно быть совершенствование системы ценообразования.

## **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS. SECINĀJUMI**

Для достижения основных параметров, выявленных в данной статье, необходимо произвести системную работу по объективной оценке возможностей среди стран- участников для:

- создания благоприятной экономической среды;
- формирования рациональной системы внутренних цен;
- активного участия в международных проектах, связанных с торговлей и транспортировкой энергоресурсов;

Ряд этих действий призван усовершенствовать имеющуюся структуру, а также продемонстрировать независимость политического влияния на экономическое развитие этих стран.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS**

1. 1. Павел Прохоров «Эксперт Северо-Запад» №26 (328) Прямая ссылка - <https://expert.ru/northwest/2007/26/energetika/>
2. 2. Михаил Кувыренко «Baltijas Balss» 10.05.2019.
3. 3. Экоблог: "чистой энергии" не бывает в принципе. Прямая ссылка на статью - [https://www.bbc.com/russian/interactivity/2013/01/130117\\_blog\\_esipov\\_nuclear\\_power](https://www.bbc.com/russian/interactivity/2013/01/130117_blog_esipov_nuclear_power)
4. 4. Страны ЕС все больше используют альтернативные источники энергии, снижая зависимость от России. Прямая ссылка на статью - <https://rus.lsm.lv/statja/novosti/mir/strani-es-vse-bolshe-ispolzuyut-alternativnie-istochniki-energii-snizhaja-zavisimost-ot-rossii.a222106/>

5. 5. Исследования Global Carbon Project. Прямая ссылка на сайт - <https://www.cicero.oslo.no/en/posts/projects/global-carbon-project>
6. 6. "Энергетическая безопасность Европы" - Прибалтика чудит, Польша - зарабатывает. Издание «ПолитМир» . Прямая ссылка на статью -
7. 7. <http://polit-mir.ru/quotenergeticheskaya-bezopasnost-evropyquot---pribaltika-chudit-polsha--zarabatyvaet-8866.html>
8. 8. Энергетика Балтийских государств влияние России. Журнал о сообществе и политике «ВП». Прямая ссылка на статью - <http://www.foreignpolicy.ru/analyses/energetika-baltiyskih-gosudarstv-i-vliyanie-rossii/>
9. 9. Основные положения Киотского протокола <https://uchisb.ru/kiotskij-protokol.html>
10. 10. Литва продала энергетическую независимость . Прямая ссылка на статью - <https://www.rubaltic.ru/article/ekonomika-i-biznes/02122019-litva-prodala-energeticheskuyu-nezavisimost-polyakam/>
11. 11. БелРынок. Потечет ли теперь после запуска АЭС белорусская электроэнергия в Европу? Прямая ссылка на статью - <https://www.belrynok.by/2019/08/20/potechet-li-teper-posle-zapuska-aes-belorusskaya-elektroenergiya-v-evropu/>
12. 12. Sputnik новости. Эстония стремится обложить налогом российское электричество. Прямая ссылка на статью - <https://ee.sputniknews.ru/economy/20191111/18425662/Estonia-stremitsja-oblozhit-nalogom-rossiyskoe-elektrichestvo.html>
13. 13. Выход Прибалтики из Брэлл. Прямая ссылка на статью <https://www.rubaltic.ru/article/ekonomika-i-biznes/26122017-pobeg-pribaltiki-izbrell-mozhet-ostatsya-bez-evropeyskogo-finansirovaniya/>
14. 14. Проблемы развития сферы альтернативной энергетики и экономические изменения в условиях глобализации (на примере Латвии)Татьяна Веселова . Прямая ссылка на статью - <http://bsa.edu.lv/docs/2018/konf07122018.pdf>

# МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ УСПЕХА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Карина Шаповалова**, Латвия, Балтийская Международная академия, Рига, Профессиональная магистерская программа «Управление предпринимательской деятельностью и администрирование» *karina.shapovalova4@gmail.com*  
Научный руководитель: Доц. В.Л.Силиневич. БМА

## ANOTĀCIJA

Šajā rakstā tiek aplūkota firmas SIA Argentum personāla motivācija sistēma darba procesā. Veikta esošā personāla motivācijas sistēmas novērtēšana. Rakstā tiek izstrādāta un piedāvāta uzlabotā personāla motivācijas sistēma.

**Atslēgvārdi:** personāls, motivācija, metodes, sistēma

## ANNOTATION

This article looks at the personnel motivation system of SIA Argentum at work. The motivation system of the existing staff has been evaluated. The paper develops and offers an improved staff motivation system.

**Keywords:** staff, motivation, methods, staff, system

## ВВЕДЕНИЕ.INTRODUCTION. IEVĀDS

Мотив – от латинского двигаю – это образ или видение человека о вещах, которые представляют ценность и определяют направление его деятельности. Мотив так же придает и выступает смыслом деятельности. Мотивация же в свою очередь побуждает к определённым действиям для удовлетворения потребностей.

Мотивация является решающим фактором, который влияет на продуктивность и эффективность персонала, от чего зависит успех организации.

По сей день многие работодатели используют сложившуюся еще в постсоветском пространстве модель трудовых отношений как метод «кнута», а не «пряника», что чаще всего снижает продуктивность персонала, за счет непонимания и не разделения целей компании. Важным условием развития компании служит как раз полная вовлеченность в работу, что так же создаст искреннюю заинтересованность.

Джордан Белфорт однажды сказал: «Если правильно объяснить людям «зачем», то они всегда найдут способ «как»». Чтобы сформировать и поддерживать интерес сотрудников к качественному исполнению рабочих задач и достижению общих целей компании, современные руководители сочетают различные методы мотивации персонала.

Методы мотивации можно разделить на 2 вида:

1. Материальная мотивация – денежные поощрения, например, повышение заработной платы или предоставление страховки и выдача премий; или надёжные вознаграждение как опличиваемые отгулы, обучение и возможность повышение квалификации за счет фирмы; но также к материальной мотивации можно отнести систему штрафов, или материальное наказание, например, за опоздание, прогул, невыполнения плана в указанные сроки и т.д.



2. Нематериальная мотивация – возможность развития внутри компании, то есть возможности карьерного роста; комфортные условия труда – кухня, оплачиваемые обеды, зона отдыха; атмосфера внутри коллектива, например, поздравления со значимыми датами такие как день рождения или свадьба, а также корпоративы и культурные мероприятия внутри компании; не мало важна и обратная связь от руководства – конструктивная критика или публичное признание успехов.

Мотивация – это по своей сути психологический процесс. Правильная мотивация персонала приведет к выполнению целей, таких как снижение текучки кадров, создание корпоративной культуры, в которой сотрудники не только понимают, но и разделяют цели организации, за счет чего так же повысится производительность труда, и сотрудники будут стимулированы искать нестандартные и креативные решения не только проблем и искать возможности улучшить процессы работы и предоставляемый сервис.

### **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. THE MAIN THEORETICAL AND PRACTICAL CONDITIONS. GALVENIE TEORĒTISKIE UN PRAKTISKIE NOSACĪJUMI.**

Мотивация является одним из фундаментальных понятий психологии, педагогики, социологии, управления. Ее значимость для разработки современных наук связана с анализом источников активности человека, побудительных сил его деятельности. Ответ на вопрос, что побуждает человека к деятельности, каковы мотивы, ради чего он ее осуществляет, и есть основа ее адекватной интерпретации.

Сложность и многоаспектность проблемы мотивации обуславливает множественность подходов к пониманию ее сущности, природы, структуры, а также к методам ее изучения, в силу чего это понятие трактуется авторами по-разному.

Исследователи определяют ее и как один конкретный мотив, и как единую систему мотивов, и как особую сферу деятельности, включающую в себя потребности, мотивы, цели, интересы в их сложном переплетении и взаимодействии. Термин «мотивация» используется и как обозначение системы факторов, детерминирующих поведение (сюда входят потребности, цели, мотивы), и как характеристика процесса, который стимулирует и поддерживает поведенческую активность на определенном уровне.

Учеными-экономистами мотивация чаще характеризуется как процесс. Так, по А. Мескону, мотивация - это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей и целей организации. Работник мотивирован - значит, он заинтересован, создана ситуация, при которой, решая общие цели предприятия, он тем самым удовлетворяет свои личные потребности, сознательно выбирая тот или иной тип поведения.

Аналогичное определение мы находим и у других авторов: «Под трудовой мотивацией понимают процесс сопряжения целей предприятия и работника для наиболее полного удовлетворения потребностей обоих, эта система различных способов воздействия на персонал для достижения личных целей работника и целей предприятия».

Наконец, существует и такое определение: «Мотивация - это состояние личности, определяющее степень ее активности, и направленность действий человека в конкретной ситуации».

Мотивация персонала лежит на перекрестье как проблем, так и достижений организации. В некотором смысле развитие мотивации приводит к повышению производительности деятельности в не меньшей мере, чем технологическое перевооружение. Более того, в истории известны примеры, когда преимущество достигалось не посредством передовой технологии, а как раз вопреки ей  $\frac{3}{4}$  на основе эффективно работающей системы моральных и материальных стимулов.

Для дальнейшего рассмотрения теоретических основ мотивации необходимо привести определение понятий:

Мотивация - процесс создания у сотрудников внутреннего побуждения к действиям для достижения целей организации.

Трудовая мотивация- процесс побуждения работника к эффективному труду, в котором формируется трудовое поведение индивида, работника в соответствии с целями его работы, особенностями и условиями труда в организации.

Мотив - конкретный, осознанный вид внутреннего побуждения работника, актуальная потребность, которую он пытается удовлетворить, работая в данной компании.

Потребность- испытываемая человеком нехватка чего-либо, находящегося вне его, необходимого для поддержания нормальной жизнедеятельности.

Стимул - фактор воздействия, инструмент, используемый менеджментом компании для корректировки трудового поведения персонала.

Стимулирование - процесс управления трудовым поведением работника или группы работников, состоящий в целенаправленном воздействии на поведение персонала посредством влияния на условия его жизнедеятельности и использования, побуждающих его к деятельности мотивов. В более широком смысле стимулирование - совокупность требований и соответствующая им система поощрений и наказаний.

В сфере управления персоналом под понятием трудовая мотивация подразумеваются:

- потребности и ожидания работника;
- меры, которые компания применяет по отношению к работнику для повышения эффективности его труда;
- вознаграждение, оплата труда работника.

Эксперты в области управления персоналом выделяют следующие виды мотивации:

- Материальная - назначение, повышение или понижение оклада, доплаты и надбавки; переменная часть заработка - премии, комиссионные и пр.
- Нематериальная- вознаграждение за заслуги, имеющее денежное выражение, но выдаваемое работнику в не денежной форме (путевки, подарочные сертификаты, продукция компании и пр.). В более широком смысле нематериальная мотивация включает в себя также моральные и организационные инструменты мотивации.
- Моральная- вознаграждения, не имеющие денежного выражения: признание статуса и заслуг (встречи с руководством, грамоты, дипломы), предоставление отдельным сотрудникам особых условий работы (гибкий или свободный график, самоконтроль качества и т.п.) и дополнительных возможностей распоряжаться ресурсами организации.
- Организационная -создание организационной культуры, поддерживающей мотивацию сотрудников на достижение целей компании.

Традиционная модель мотивации была предложена Фредериком Тейлором в начале XX века. По его мнению, руководители должны определять наиболее эффективные способы выполнения повторяющихся заданий, а затем побуждать работников к достижению наивысшей производительности, используя системы денежных стимулов. Чем выше производительность труда работника, тем больше ему платят. В основе этих взглядов лежит предположение о том, что руководитель знает работу лучше, чем работники, которые по природе ленивы, не склонны к проявлению самостоятельности, их мотивируют в основном деньги и понимание того, как результаты их труда связаны с получаемой заработной платой.

Теория Х. Дугласа Мак Грегора основана на том, что людям присуща изначальная нелюбовь к работе. Они стремятся избежать ее, когда это только возможно, хотя и рассматривают ее как необходимость. Большинство людей ленивы, предпочитают, чтобы ими руководили, избегают

ответственности. В результате работа рассматривается не как предмет первостепенной важности. Руководители должны или принуждать работников к работе, или мотивировать их высокой заработной платой, или заботиться о них. Теория У. Дугласа Мак Грегора более оптимистична. Согласно этой теории, работа столь же естественна для человека, как отдых или игра, люди стремятся работать, и в правильно организованных обстоятельствах получают большое удовольствие и удовлетворение от работы. Люди обладают способностью принимать, даже искать в работе ответственность и творчески и инициативно подходить к решению производственных проблем.

Теория Абрахама Маслоу впервые была опубликована в 1943 году. Исследуя поведение человека, Маслоу отмечал, что людьми движет стремление к удовлетворению большого числа потребностей, которые Маслоу разделил на пять групп (рисунок 1.1).

|                                         |                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. самореализация                       | самовыражение                                                                                                                                    |
| 4. эгоистические                        | самоуважение и признание со стороны других людей                                                                                                 |
| 3. социальные                           | причастность, принадлежность к группе \ коллективу                                                                                               |
| 2. безопасность и уверенность в будущем |                                                                                                                                                  |
| 1. физиологические                      | необходимые для выживания, такие как потребность в пище, воде, крыше над головой и т.д., в современной трактовке в определенном уровне заработка |

Рисунок. 1.1 Иерархия потребностей А. Маслоу

Отдельные потребности влияют на поведение в соответствии с двумя основными принципами:

1. принципом дефицита – удовлетворенная потребность не мотивирует;
2. принципом приоритета – категории потребностей находятся в достаточно строгом соподчинении. Потребность каждого следующего уровня активизируется и начинает определять поведение только тогда, когда удовлетворены потребности предшествующего уровня.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF THE STUDY, THEIR EVALUATION. RĒTĪJUMA REZULTĀTI, TO NOVĒRTĒJUMS.**

В управлении персоналом компании SIA Argentum применяются следующие группы методов:  
Административно- организационные методы управления:

- Регулирование взаимоотношений сотрудников посредством положений о структурных подразделениях и должностными инструкциями.
- Использование властной мотивации (издание приказов, отдача распоряжений, указаний) при управлении текущей деятельностью предприятия.

Экономические методы управления:

- Материальное стимулирование труда работников: премиальные по результатам труда, использование для отдельных категорий работников сдельной формы оплаты труда.

Социально-психологические методы управления:

- Развитие у сотрудников чувства принадлежности к организации с помощью формирования стандартов обслуживания, ведения корпоративной рекламы, широкого использования логотипов компании, обеспечения сотрудников фирменной рабочей одеждой и т.п.

Стимулирование труда работников посредством гарантированного предоставления социальных гарантий (больничные листы, выплаты пособий и т.п.).

- Основной акцент в системе стимулирования персонала сделан на материальные методы стимулирования.

Цель мотивации достаточно проста: повысить заинтересованность сотрудника в своей работе, которая отразится на повышении производительности труда и, соответственно, на увеличении прибыли компании.

Среди методов социально-психологического стимулирования, используемых на предприятии следует назвать оптимизацию организации рабочего места, создание комнат отдыха и др.

В компании SIA Argentum принята программа социального обеспечения сотрудников. Программа включает:

- бесплатное питание сотрудников компании;
- униформа;
- отпуск 30 календарных дней;
- поздравление сотрудника с днем рождения от руководства и членов коллектива (открытка, плакат, подарок)
- медицинское и стоматологический профилактический осмотр - 1 раза в год;
- путевки в санатории, пионерские лагеря для сотрудников компании;
- профессиональное обучение и повышение квалификации сотрудников за счет средств компании;
- возможность получения льготного кредита через фирму.

Был произведен опрос сотрудников компании SIA Argentum, цель которого было выявить уровень удовлетворенности персонала существующей системой мотивации, проводимой в компании. В опросе принимали участие все сотрудники компании SIA Argentum.

В ходе опроса выявилось следующие - анализ данных приведен в таблице 2.1

*Таблица 2.1 – Анализ удовлетворенности персонала SIA Argentum*

|                                                      | Результат анкетирования | % к общей численности |
|------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Работу считают не интересной                         | 190 человек             | 76                    |
| Готовы сменить место работы                          | 100 человек             | 40                    |
| Считают, что могут работать с большой эффективностью | 150 человек             | 60                    |

Из таблицы 2.1 видно, что 76 % сотрудников считают работу в компании интересной, 40% сотрудников готовы сменить место работы, 60 % считают, что могут работать с большей эффективностью. Показатель персонала готового сменить место работы, то есть с низкой лояльностью к компании является значительной угрозой для стабильного положения компании, хотя содержание работы мотивирует 76 % персонала. Проведя анализ причин увольнения

сотрудников (таблицы 2.2), мы можем сделать вывод о несовершенстве существующей системы мотивации в компании.

Таблица 2.2 Причины текучести кадров компании SIA Argentum

| Показатели                                             | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------------------------------------|------|------|------|
| Неудовлетворённая оплата труда                         | 2    | 5    | 4    |
| Психологический климат в коллективе                    | 2    | 3    | 4    |
| Отсутствие внимания к персоналу со стороны руководства | 3    | 6    | 8    |
| Прочие причины                                         | 3    | 1    | 2    |
| Итого                                                  | 10   | 15   | 18   |

Для совершенствования системы нематериальной мотивации необходимо выявить, какие мероприятия уже не являются мотивирующими, а в каких существует потребность. Представим данные проведенного опроса в таблице 2.3

Таблица 2.3 – Удовлетворенность персонала системой мотивации компании SIA Argentum

| Составные элементы мотивации                            | Удовлетворённость составными элементами |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Бесплатное питание                                      | 68%                                     |
| Предоставление униформы                                 | 8%                                      |
| Отпуск 30 календарный дней                              | 52%                                     |
| Поздравления сотрудников с днем рождения                | 30%                                     |
| Медицинский и стоматологический профилактические осмотр | 90%                                     |
| Путевки в санатории                                     | 80%                                     |
| Обучение                                                | 60%                                     |
| Предоставление кредита                                  | 72%                                     |

Из таблицы 2.3 видно, что некоторые элементы системы нематериальной мотивации потеряли свою актуальность для сотрудников компании. Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что система не выполняет свою основную задачу – не повышает заинтересованность

сотрудников в своей работе, следовательно, не повышается производительность труда, не происходит увеличения прибыли компании.

Таким образом, диагностика существующей системы нематериальной мотивации и анализ потребностей персонала показал необходимость усовершенствования системы нематериальной мотивации, так как различные виды нематериального стимулирования существуют разрозненно, нельзя сказать о действии единой системы нематериального стимулирования. Новая система будет способствовать организационной лояльности, преданности общему делу, ответственности и как следствие желанию работать с большей отдачей.

Результатом действия системы стимулирования должно быть повышение эффективности деятельности организации, чего можно добиться, в свою очередь, за счет повышения эффективности и качества труда каждого работника. При этом нужно руководствоваться необходимостью привлечения и сохранения на длительный срок высококвалифицированных работников, повышения производительности труда и повышения качества выпускаемой продукции, увеличения отдачи от вложений в персонал, повышения заинтересованности работников не только в личных успехах, но и в успехах всего предприятия в целом и, наконец, повышения социального статуса работников.

## ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSIONS AND PROPOSALS. SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

В процессе анализа системы управления персоналом и, в частности, нематериального стимулирования персонала в *SIA Argentum* удалось выявить недостатки, которые препятствуют эффективному решению организационных и управленческих проблем, повышению кадрового потенциала, а также выполнению основной функции управления персоналом – приведение в соответствие целей организации и целей сотрудников.

При анализе существующей системы нематериальной мотивации был сделан вывод, что система мотивации не работает должным образом, 40% персонала не удовлетворены ею, и она нуждается в совершенствовании.

Разработаем полную процедуру нематериальной мотивации для сотрудников компании *SIA Argentum*.

На рисунке 3.1. представлены мероприятия по совершенствованию системы нематериальной мотивации персонала в компании *SIA Argentum*.



Рисунок. 3.1 Проектные мероприятия по совершенствованию системы нематериальной мотивации персонала в компании

Где пунктирный квадрат – существующие мероприятия системы нематериальной мотивации в компании, а выделенный квадрат – это предлагаемые мероприятия усовершенствованной системы нематериальной мотивации

Из рисунка 3.1 можно увидеть, что проект изменений коснется следующих видов нематериальной мотивации: культурно-развлекательные мероприятия; спортивные мероприятия; корпоративные праздники.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF USED LITERATURE AND OTHER SOURCES. IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN CITU ĀVOTUSARAKSTS.**

1. Виханский, О. С., Наумов А. И. Менеджмент: учебник. 3-е изд./ О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М.: Гардарики, 2002. – 528 с.
2. Камерон, К.С., Куинн Р.Э., Диагностика и изменение организационной культуры. / К.С. Камерон. Р.Э. Куинн. – СПб.: Питер, 2001. – 311 с.
3. Ливингстон, Дж. Стерлинг. «Эффект Пигмалиона» в сфере управления // Управление персоналом / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006, С. 55-81.
4. Михельсон-Ткач, В.Л. Процесс согласования ценностей: проблемы и оценка /В.Л. Михельсон-Ткач, Е.Н. Склад //Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 1. – С.71-77
5. <http://kirulanov.com/vidy-motivacii-personala-razbor-osnovnyx-metodov-s-primerami/>

# КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Виолетта Матвеева, Латвия

Балтийская международная академия

программа «Управление человеческими ресурсами»

[violeta.mikolaneca@gmail.com](mailto:violeta.mikolaneca@gmail.com)

Dr.oec. Алла Ильина

## ANOTĀCIJA

Raksts ir veltīts darbinieku motivācijas jautājumiem, veicot brīvprātīgās aktivitātes. Rakstā apskatīti galvenie korporatīvā brīvprātīgā darba attīstības virzieni, kuru autore definē kā uzņēmuma mērķtiecīgu darbību, lai atbalstītu darbinieku sociālo aktivitāti vietējās kopienās uz bezmaksas pamata. Pētījums par teorētiskiem avotiem ļāva secināt, ka korporatīvais brīvprātīgais darbs palīdz stiprināt saites starp uzņēmuma departamentiem, veidot kopēju ideju par korporatīvajiem mērķiem, palielināt darbinieku lojalitāti un iegūt jaunas zināšanas un pieredzi.

**Atslēgas vārdi:** korporatīvais brīvprātīgais darbs, korporatīvā kultūra, motivācija, korporatīvā sociālā atbildība.

## АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам мотивации сотрудников через волонтерскую деятельность. В работе рассматриваются основные направления развития корпоративного волонтерства, которое автор определяет как целенаправленную деятельность компании по поддержке социальной активности сотрудников в местном сообществе на безвозмездной основе. Изучение теоретических источников позволило сделать вывод, что корпоративное волонтерство способствует укреплению связей между отделами компании, формированию единого представления о корпоративных целях, повышению лояльности сотрудников и приобретению новых знаний и опыта.

**Ключевые слова:** корпоративное волонтерство, корпоративная культура, мотивация, корпоративная социальная ответственность.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS

Корпоративное волонтерство приобретает все большую актуальность, что обусловлено последствиями финансово-экономического кризиса, когда многие бизнес-структуры сократили пожертвования на корпоративную социальную ответственность в прямом виде. И как следствие, компании начали использовать не собственные финансовые ресурсы, а физические ресурсы своего персонала. Поэтому становится все более распространенной идея объединять сотрудников для решения социальных вопросов, что, в свою очередь, является инструментом формирования корпоративной культуры и благоприятного климата внутри компании. Активное внедрение компании программ корпоративного волонтерства привело к растущей потребности в исследованиях в этой области<sup>24</sup> [2,1274]. Целью данной работы является рассмотрение основных позитивных аспектов вовлечения сотрудников компании в программы волонтерского движения.

---

<sup>24</sup> Rodell, J. B. Finding meaning through volunteering: why do employees volunteer and what does it mean for their jobs? *Academy of Management Journal*, 56, 2013, pp. 1274–1294. doi: 10.5465/amj.2012.0611



## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ/SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSE /BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

В международной практике бизнеса нет точного определения корпоративного волонтерства, при этом большинство представителей научного и бизнес-сообщества рассматривают волонтерство как систему действий работодателя, направленную на поощрение и поддержку деятельности сотрудников в проектах местного сообщества на безвозмездной основе. Самое распространенное определение корпоративного волонтерства - это **добровольное участие сотрудников организаций в различных социальных программах при поддержке своей компании** [3,12].

Корпоративное волонтерство становится символом эволюции корпоративной политики от ориентированной только на прибыль к основанной на понимании важности корпоративной социальной ответственности, выходящей за грани традиционной благотворительности. Корпоративное волонтерство служит инструментом решения ряда важных кадровых вопросов, связанных с профессиональным развитием и удержанием персонала, развитием лояльности и повышением морального духа в коллективе. Добровольчество является не просто добрым делом, оно позволяет сотрудникам освоить новые навыки, проявить или развить лидерские качества, почувствовать себя частью общества и осознать свой вклад в решение местных проблем[4, 25]. Благодаря корпоративному волонтерству компания в целом укрепляет свою репутацию в местном сообществе и использует своих сотрудников как проводников корпоративной социальной ответственности компании. Все чаще работники осмысленно выбирают работодателя и с большей готовностью идут работать в компанию, у которой хорошая репутация в местном сообществе. Все большее количество молодых специалистов выбирают социально ответственного работодателя.

Корпоративное волонтерство позволяет сотрудникам участвовать в решении общественных проблем, которые их волнуют, получать глубокое моральное удовлетворение и испытывать чувство гордости. Кроме того, корпоративное волонтерство позволяет сотрудникам приобрести новые навыки, что позитивно сказывается на производительности труда и способствует развитию инициативы на рабочем месте<sup>25</sup>.

Если корпоративное волонтерство развивается как широкая корпоративная программа, то оно способствует формированию не только надежных трудовых ресурсов, но и корпоративной культуры и ценностей. Моральное удовлетворение сотрудников считается признанным фактором успеха: компании с преданными и высокомотивированными сотрудниками отличаются большей продуктивностью. Высокомотивированные сотрудники прикладывают большие усилия для того, чтобы наладить эффективное взаимодействие со всеми подразделениями, что приводит к более высокой организационной эффективности[5, 82].

Корпоративное волонтерство вносит свой вклад в процесс управления переменами за счет предоставления новых возможностей, нестандартных подходов и инновационных взглядов. Оно способствует укреплению связей между разными отделами или департаментами компании, формированию единого представления о корпоративных целях, повышению лояльности и приобретению новых знаний и опыта, который стимулирует инновационные подходы и решения.

*Существуют два взаимодополняющих подхода к развитию корпоративного волонтерства. В основе первого подхода лежит принцип привлечения сотрудников к уже существующим социальным программам компании. При этом, как правило, эти сотрудники вовлекаются в волонтерскую деятельность в свободное от работы время. Второй подход, более стратегический, основывается на*

---

<sup>25</sup> Harter, J. K., Schmidt, F. L., Agrawal, S., and Plowman, S. K. (2013). The Relationship between Engagement at Work and Organizational Outcomes. Available at: <http://employeeengagement.com/wp-content/uploads/2013/04/2012-Q12-Meta-Analysis-Research-Paper.pdf>

разработке программ корпоративного волонтерства в соответствии с корпоративными ценностями и перспективами развития. Оба подхода не только не исключают друг друга, а, наоборот, в сочетании могут обеспечить цельную эффективную программу корпоративного волонтерства [6, 78].

Программы корпоративного волонтерства в компаниях направлены на поддержку материнства, детей, семей с детьми, ветеранов, защиту окружающей среды и т.д. В среднем программы корпоративного волонтерства направлены по 3-4 стратегические направления, и сотрудники сами определяют проекты, в которых хотят быть задействованы. **Все программы корпоративного волонтерства можно объединить в четыре концептуальные модели** [7, 151].

1. *Бизнес-ориентированная модель* рассматривает корпоративное волонтерство как инструмент создания добавленной стоимости компании за счет улучшения имиджевых характеристик, развития бренда компании.

2. В *модели социальных услуг* волонтеры привлекаются для оказания помощи социально незащищенным слоям общества: бедным и пожилым людям, инвалидам, сиротам, малообеспеченным и т.д.

3. В *модели социального развития* усилия волонтеров направлены на принципиальное решение социальных проблем, изменение ситуации в обществе, развитие территорий и местных сообществ.

4. Специфика *модели развития человеческого потенциала* заключается в стремлении к воспитанию вовлеченных, заинтересованных и активных граждан, в стимулировании развития личности сотрудников через добровольчество.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS. SECINĀJUMI

Таким образом, можно сделать вывод, что корпоративное волонтерство все чаще переходит от одноразовых акций к системной работе и включается в корпоративную стратегию компаний. Основными факторами успеха оказываются социальная значимость программ, заинтересованность руководства, соответствие корпоративным ценностям, системный подход, учет мнения коллектива, успешные коммуникации и взаимодействие с внешними партнерами - органами власти и НКО, достаточное ресурсное обеспечение программ, налаженность внутренних коммуникаций, позитивная мотивация сотрудников. Дальнейшая разработка проблематики будет связана с исследованием аспектов практической реализации корпоративного волонтерства в Латвии.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Harter, J. K., Schmidt, F. L., Agrawal, S., and Plowman, S. K. (2013). The Relationship between Engagement at Work and Organizational Outcomes. Available at: <http://employeeengagement.com/wp-content/uploads/2013/04/2012-Q12-Meta-Analysis-Research-Paper.pdf>
2. Rodell, J. B. Finding meaning through volunteering: why do employees volunteer and what does it mean for their jobs? *Academy of Management Journal*, 56, 2013, pp. 1274–1294. doi: 10.5465/amj.2012.0611
3. Арчакова Т. Альтруизм с удовольствием: психология добровольчества. Москва: Проспект, 2012. - 105 с.
4. Васильева, Н. В. Нематериальная мотивация сотрудников / Корпоративная культура, 2008. - 256 с.
5. Кузнецов А. В. Корпоративное волонтерство в странах ЕС // Международные процессы. Москва: ИКФ ЭКМОС, 2015. - 103 с.
6. Патутина, Н. Г. Разнообразие подходов к пониманию корпоративной культуры / Корпоративная культура. Санкт-Петербург: Питер, 2008. - 102 с.
7. Решетников О. В. Корпоративное добровольчество: Научно-методическое пособие. Москва: Проспект, 2010. - 308 с.
8. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.01884/full>

# ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ КРИЗИСНОЙ КОММУНИКАЦИИ. ПРОБЛЕМЫ И РАБОТА НАД ОШИБКАМИ ТОРГОВОЙ СЕТИ "MAXIMA LATVIJA" ПОСЛЕ ТРАГЕДИИ 2013 ГОДА

**В. Я. Криевиня, А. С. Деменкова.**

Латвия, Рига, Балтийская Международная академия,

Программа - «Связи с общественностью».

[vkrievina@inbox.lv](mailto:vkrievina@inbox.lv)

## ANOTĀCIJA

Šajā rakstā ir aprakstīta efektīvas krīzes komunikācijas ietekme krīzes situācijās organizācijā, izmantojot "Maxima Latvija" izplatīšanas tīkla piemēru. Kā teorētisko rokasgrāmatu praktiska pielietošana tika veikta veikalu tīkla "Maxima" komunikāciju analīze pēc 2013. gada traģēdijas. Analīzes pamatā ir uzņēmuma vadības rīcība tajā laikā un pēc krīzes, viņu kļūdas un efektīvās izmaiņas pretkrīzes stratēģijā pēc sākotnējā seku novērtējuma, tiek izdarīts secinājums par nepieciešamību izmantot efektīvu komunikāciju un tās iespējamus rezultātus.

**Atslēgas vārdi:** krīzes komunikācija, pretkrīzes stratēģija, plašsaziņas līdzekļi, reputācijas vadība.

## АННОТАЦИЯ

Данная статья описывает влияние эффективной кризисной коммуникации во время кризисных ситуаций в организации на примере торговой сети «Maxima Latvija». В качестве практического применения теоретических пособий был проведен анализ коммуникаций сети магазинов «Maxima» после трагедии 2013 года. В основе анализа лежат действия руководства компании в момент и после кризиса, их ошибки и эффективное изменение антикризисной стратегии после первичной оценки последствий, сделан вывод о необходимости использования эффективной коммуникации и ее возможных результатов.

**Ключевые слова:** кризисная коммуникация, антикризисная стратегия, СМИ, управление репутацией.

## ВВЕДЕНИЕ

**Проблема исследования** - влияние проведенных кризисных коммуникаций в момент кризисной ситуации и после нее на репутацию организации «Maxima Latvija».

Управление репутацией компании в условиях кризиса требует к себе особого внимания со стороны руководства для последующего ее сохранения или улучшения. Под репутацией понимается устойчивое отношение общественности к организации, сложившееся под воздействием ее реальной деятельности [7, 331]. Целью данной статьи является показать на примере компании «Maxima Latvija» влияние качества кризисной коммуникации на репутацию организации.

Методы исследования: анализ вторичных данных и аудит сообщений в СМИ.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Репутация компании подвергается особым испытаниям в случае кризисных ситуаций. Как показывает мировой опыт, хорошая коммуникативная стратегия приносит позитивные результаты для любой организации, а особенно, в момент преодоления кризиса. Само понятие «кризис» для любой

организации сводится к трем основным базовым принципам, определяющим его: неожиданность; угроза; дефицит времени на реакцию. [4,18].

При возникновении кризиса, вне зависимости от его типологии, любая организация будет попадать в центр преимущественно недоброжелательного внимания большого ряда целевых аудиторий» [5, 11], в число которых входят не только сотрудники, партнеры и клиенты, но также СМИ, органы государственной власти, общественные организации и прочие физические или юридические лица.

Безусловно вопрос кризисных коммуникаций должен решаться наравне с управленческой деятельностью, «взаимодействие с общественностью должно проходить до, во время и после кризиса, это необходимо для сокращения репутационных рисков». [1,6] принципы кризисной коммуникации в период преодоления кризиса должны строиться на четырех основных этапах [4,29] :

1. Управление неопределенностью
2. Реакция на кризис.
3. Урегулирование кризисной ситуации.
4. Извлечение уроков из кризиса.

О. Ю. Голуб конкретизирует, данные этапы в следующих непосредственных действиях руководства организации или ПР-отдела:

Первый этап включает в себя управление неопределенностью и налаживанию информационного взаимодействия. [6,10] Особенность данного этапа заключается в необходимости выйти на связь с целевыми аудиториями в первые 4-6 часов после случившегося вне зависимости от владения информацией.

Второй этап кризисной коммуникации нацелен на определение целевых аудиторий и корректное построение коммуникации для каждой из них, построение правильной реакции на кризис со позиции этических норм, а также, сотрудничество со всеми государственными и частными службами.

Ф.П. Сайтэл утверждает, что главным правилом для ПР-профессионалов является: «говори все и говори это быстро!» [3, 247]. Автор подчеркивает необходимость говорить абсолютную правду, даже если на момент она может казаться не столь важной для других. Ее сокрытие негативно отразится на отношении к организации.

Урегулирование кризисной ситуации представляет собой конкретные действия организации направленные на попытку устранения причин кризиса, назначение ответственных за кризисное управление лиц. «На данном этапе важно осуществлять комплексные мероприятия для каждого сегмента целевых аудиторий». [6,10]

Четвертый этап включает в себя работу по анализу проведенной кризисной коммуникации; выявление сильных и слабых мест; работу над ошибками для улучшения организации антикризисной стратегии в будущем [2,173].

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА**

Принимая во внимание эффективность вышеуказанных теоретических мер по организации кризисной коммуникации, были изучены и проанализированы моменты организации кризисной коммуникации руководством торговой сети «Maxima Latvija» после серьезного по масштабам Латвии кризиса – трагедии в рижском районе Золитуде в 2013 году. Вечером 21 ноября обрушилась крыша торгового магазина «Maxima XX». Катастрофа унесла с собой жизни 54 человек, в том числе 3 работников магазина и 3 спасателей. После первых сообщений СМИ о трагедии внимание общественности было направлено на главных участников событий: торговую сеть «Maxima Latvija», строительную компанию SIA «Re&Re» (отвечали за строительство здания), архитектурскую компанию SIA «Kubs» (проектировали здание) и компанию «HND Grupa» (заказчика и владельцы рухнувшего здания). Сопоставляя теоретические положения об организации кризисной коммуникации с действиями руководства сети «Maxima Latvija», можно выявить ряд допущенных ошибок на начальном этапе

кризисной коммуникации. Проведенный аудит сообщений в СМИ показал, что качество организации кризисной коммуникации на первых этапах кризиса оказало негативное влияние на репутацию торговой сети.

Руководством магазина были допущены следующие ошибки:

- Отсутствие коммуникации и заявлений в СМИ в первые 6 часов.
- Отказ нести ответственность.
- Отказ от проявления сочувствия и сожаления о случившемся в первые часы трагедии.
- Агрессивное общение с журналистами.
- Соккрытие правды и важной информации.
- Отсутствие плана по антикризисному управлению.
- Отсутствие опыта в общении со СМИ в подобных ситуациях.
- Молчание руководства.

Отсутствие грамотно организованной кризисной коммуникации привело к тому, что к концу 2013 года сеть магазинов «Maxima Latvija» столкнулась с серьезными последствиями: сокращение прибыли на 20%; принципиальный бойкот данных магазинов покупателями Латвии; обвинение магазина в сопричастности к трагедии со стороны многих жителей Латвии.

Более 7 дней потребовалось высшему руководству компании чтобы изменить тактику коммуникации для благоприятного позиционирования сети в связи с трагедией. Уже на второй пресс-конференции представитель торговой сети Игнас Сташкявичус высказал свои соболезнования по поводу произошедшего и проинформировал общественность о дальнейших мерах по устранению кризисной ситуации. Данное изменение всей тактики кризисной коммуникации и применение комплексных мероприятий по работе над ошибками были проведены в соответствии с 4 пунктом организации эффективной кризисной коммуникации.

(Таблица №1 «Хронология событий»)

| Дата. Время, что произошло.                                                  | Действия по кризисной коммуникации представителей «Maxima Latvija» | Дополнения.                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 21.11.2013.<br>17:45- до 12:00<br>22.11.2013<br>Происходит первое обрушение. | Молчание руководства                                               |                                                                                                                                                                               |
| 22.11.2013<br>12:00<br>Продолжаются спасательные работы, 32 погибших.        | Пресс-конференция,<br>Заявление руководителя Гинтараса Ясинскиса   | Отказ нести ответственность, сокрытие важной информации, агрессивное поведение с журналистами, отсутствие соболезнований.                                                     |
| 28.11.2013.                                                                  | Пресс брифинг Гинтараса Ясинскиса                                  | Отсутствие ответа на многие вопросы СМИ, сокрытие правды, отказ нести ответственность.                                                                                        |
| 03.12.2013                                                                   | Пресс-конференция Игнас Сташкявичус                                | соболезнования семьям погибших и пострадавшим в трагедии, извинения за поведение представителей сети информирование о переменах в управлении и о других работах над ошибками. |

|            |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 05.12.2013 | Изменение девиза «Maxima Latvija» с "Par visu padomāts" ("Всё продумано") новым слоганом торговой сети становится "Lai nekā netrūktu" ("Чтобы всего хватало"). | Решение о выплатах компенсаций, изменение в политике в отношении сотрудников, изменения в системе безопасности, изменение антикризисной стратегии. |
| 19.10.2015 | Торговая сеть «Maxima Latvija» признана пострадавшей в трагедии в Золитуде.                                                                                    |                                                                                                                                                    |

## ВЫВОДЫ

Исследование практического применения теоретических основ организации эффективной кризисной коммуникации на примере данной кризисной ситуации показало, что даже позднее изменение стратегии в антикризисном управлении может дать эффективный, результат. Но стоит учитывать, что более прагматичным подходом будет следование уже разработанным технологиям организации кризисных коммуникаций, что принесет куда меньше моральных и материальных затрат на восстановление репутации компании, а также повысит шансы на позитивный выход из кризиса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Smith J.L. A public relations practioner's Guide to Crisis Communications. Thesis, Georgia State University, 2007. P, 6, 105 p,
2. Зуб. А . Т.Антикризисное управление. – М.: Юрайт 2019 стр. 62 339с.
3. Сайтэл Ф. П. Современные паблик рилейшнз 8-ое издание М. Консалтинговая группа «ИМИДЖ-контакт» ИНФПА-М. 2002. Стр.247.592с
4. Улмер Р. Р., Селлнау Т. Л., Сиджер М. В. Эффективная кризисная коммуникация. - Гуманитарный центр Харьков, 2011, 265 с.
5. Чумиков А.Н., Антикризисные коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 172 с
6. Голуб О. Ю. Коммуникации в кризисных ситуациях: модели интернет-присутствия. - Саратовский государственный университет. Социология, Политология 2014. Т 14 стр. 9, 10.
7. Связи с общественностью как социальная инженерия/Под ред. В.А.Ачкасовой, Л.В.Володиной. - СПб.: Речь, 2005. – 331 стр.

# СТРУКТУРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

**Зденек Садовски**, кандидат экономических наук, доцент, Чешская Республика, Академия STING, ректор, [sadovsky@sting.cz](mailto:sadovsky@sting.cz).

**Марианна Дражанова**, кандидат экономических наук, доцент, Чешская Республика, Институт экономических исследований и аналитики, Академия STING, директор, [mdrazan@volny.cz](mailto:mdrazan@volny.cz)

**Зденек Карпишек**, кандидат экономических наук, доцент, Чешская Республика, Академия STING, проректор по науке, [karpisek@sting.cz](mailto:karpisek@sting.cz).

## АННОТАЦИЯ

Статья рассматривает новые структурно-технологические подходы и инновационные процессы в ČR в условиях цифровой трансформации. В ней подчеркивается, что для реализации разработанных правительством ČR концепций и стратегий, необходимы нетрадиционные подходы для привлечения внимания и включения в эти процессы как можно большего числа участников, разработчиков, предпринимателей и др. на разных уровнях управления, использование существующей инфраструктуры, в частности Брненской выставки - ярмарки (BVV), на новом уровне инновационных эффектов, продуктов, технологий и материалов с добавленной стоимостью, проведение комплекса R&D&I не только структурно-технологического, но и гуманитарно-экономического характера.

*Ключевые слова:* нетрадиционные подходы, цифровая трансформация, Брненская выставка - ярмарка, R&D&I гуманитарно-экономического характера

## ABSTRACT

The article considers new structural and technological approaches and innovative processes in the Czech Republic in conditions of digital transformation. It is emphasizes that in order to implement the concepts and strategies developed by the Government of the Czech Republic, non-traditional approaches are needed to attract attention and include in these processes as many participants, developers, entrepreneurs, etc. at different levels of management, the use of existing infrastructure, in particular the Brno trade fair (BVV), at a new level of innovative effects, products, technologies and materials with added value, carrying out a complex of R&D&I not only structural and technological, but also humanitarian and economic nature.

*Keywords:* non-traditional approaches, digital transformation, Brno trade fair, research and development of humanitarian and economic nature

**JEL: O32**

## ВВЕДЕНИЕ

Данная статья является результатом поэтапного выполнения Международного междисциплинарного научного проекта «Факторы развития конкурентоспособности и эффективности управления малыми и средними предприятиями (МСП) в локальной и глобальной среде», № MGA 04-01, проводимого Институтом экономических исследований и аналитики Академии STING.

## ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА

Опираясь на концепцию устойчивого развития ЕС до 2030 [5,19], развивая и конкретизируя стратегические концепции и цели, правительственные структуры ЧР перешли к новым структурно-технологическим подходам, способствующим реализации Инновационной стратегии Чешской Республики 2019-2030 и ее направлений, формированию производственной базы на инновационных принципах в условиях цифровой трансформации и распространению бренда «Czech Republic: the Country For the Future» [2,19].

Базой для развития цифровой трансформации в ЧР являются три направления формирования и развития единого цифрового рынка: «ЧР в цифровой Европе» [1,18], «Цифровая экономика и общество» [3,18], «Информационная концепция ЧР» [6,18]. Целью является осуществление изменений, связанных с цифровизацией и использованием интернета, с формированием интернета вещей, с развитием робототехники и искусственного интеллекта, с обработкой огромного количества данных, генерируемых интернетом вещей, услуг и людей. При этом необходимо учитывать сложные связи, возникающие между производственно-промышленными системами; системами поставки и обработки сырья; транспортными сетями; энергетическими системами; сферой обслуживания, торговли, телекоммуникации; а также между социальными системами. Для того, чтобы ЧР могла быть успешно трансформирована в полнофункциональную цифровую экономику, необходимо наряду с существующими вертикальными (секторальными) целями установить и конкретные горизонтальные цели так, чтобы были конкретизированы приоритеты округов, их общее описание, ответственные исполнители и прогнозируемый временной горизонт для осуществления поставленных целей.

Следует подчеркнуть, что решение вышеуказанных проблем невозможно без использования нетрадиционных подходов, методов и принятия инновационных решений. На правительственном уровне осуществление вышеприведенных концепций в ЧР возложено на Совет по исследованиям, разработкам и инновациям (RVVI) и Министерство промышленности и торговли ЧР (MPO). RVVI в декабре 2019г. на своем заседании утвердил документ «Система управления и координации Инновационной стратегии Чешской Республики 2019-2030» [4,19], в котором разделил компетенции между Советом и Министерством, подчеркнул, что Совету принадлежит управляющая и концептуальная роль, Министерству – исполнительная и координационная; установил первоочередные задачи и сроки их решения. Было подчеркнута необходимость разработки системы деbüroкратизации, ограничения административного давления, установления минимума стандартов и правил при предоставлении целевой поддержки в сфере исследований, разработок и инноваций (R&D&I), а также переход к адекватному соотношению институционального и целевого финансирования.

Для привлечения внимания и включения в эти процессы как можно большего числа участников, разработчиков, предпринимателей и др. на разных уровнях управления, необходимы нетрадиционные подходы, использование существующей инфраструктуры, в частности Брненской выставки - ярмарки (BVV), на новом уровне инновационных эффектов, продуктов, технологий и материалов с добавленной стоимостью [7,19].

В рамках реализации вышеприведенных целей одним из значительных событий на BVV стало в 2019г. параллельное проведение комплекса Международной машиностроительной выставки-ярмарки (MSV), Международной выставки транспорта и логистики, Международной выставки технологий для защиты окружающей среды (ENVITECH). Значимость данного подхода к проведению MSV подчеркивает участие в нем почти всего состава правительства ЧР: премьер-министра, заместителя председателя



Сената, министра финансов, министра промышленности и торговли, министра иностранных дел, министра транспорта, министра охраны окружающей среды, министра здравоохранения, министра труда и социальных дел, министра сельского хозяйства и министра образования, молодежи и спорта.

Комплекс трех выставок-ярмарок в составе MSV [7,19] подтвердил массовое появление цифровых технологий в промышленной практике: роботов, интернета вещей, системы виртуального моделирования и управления с использованием искусственного интеллекта и др. Экспозиции 1662 компаний-экспонентов из 30 стран привлекли внимание более 81тыс. посетителей. Проведенные конференции, рабочие совещания, семинары и панельные дискуссии (свыше 90 встреч, общей продолжительностью 206 часов) подтвердили роль MSV как ключевой дискуссионной платформы для установления деловых контактов между чешскими и иностранными предпринимателями. Рассматривались актуальные темы, такие как аддитивные технологии (3D-печать), цифровая трансформация отраслей или циркулярная экономика. Большой интерес был проявлен к проекту b2b Контакт-Контракт: почти 300 компаний из 23 стран участвовали в 500 торговых переговорах.

Главной темой комплекса MSV в этом году стала цифровая трансформация производства «Цифровое предприятие 2.0», с изменением структурно-технологических подходов и переходом от использования роботов, отдельных технологий и автоматизированных решений в производстве к их взаимному проникновению. Партнеры MSV компании Microsoft [9,19] и ABB [8,19] продемонстрировали цифровую трансформацию производства на практике.

Впервые на MSV, но уже с реальными позитивными отзывами клиентов в ЧР, фирма ABB [8,19]. представила совместную разработку партнеров Интеллектуальное Расширенное Рабочее Место Оператора (EOW-i), которое предлагает уникальные эргономичные решения при управлении производственными процессами с расширенными цифровыми функциями для операторов. EOW-i повышает эффективность обслуживания и обеспечивает при необходимости оперативность в принятии решений. Как показывает практика, реакция оператора напрямую влияет на работоспособность и качество продукции, около 80% отключений может быть предсказано и, таким образом, устранено их воздействие.

EOW-i – это уникальная разработка с цифровыми функциями:

- Large-screen and Wide-screen Monitors, разработаны для промышленной среды с безшумным управлением отвода тепла без использования вентиляторов;
- Remote Graphical Unit - удаленный графический блок без необходимости подключения и установки отдельных компьютеров;
- Multi-client Keyboard – блок для управления всем EOW-i (при необходимости можно расширить с помощью другой стандартной клавиатуры);
- Live Audio/ Video System- блок для общения с операторами и инженерами в процессе эксплуатации, или для подключения удаленных компьютеров, планшетов или CCTV;
- Light and Sound Systems - блок для управления распознаванием текущего состояния производственной среды, рабочих сообщений, сигналов тревоги и т. д.;
- Operator desk System- блок для оптимизации характеристик производственного процесса, таких как освещение, вентиляция, а также настройки отдельных частей для повышения эффективности работы оператора;
- По требованию заказчика существует вариант разработки общего решения в 3D формате с использованием виртуальной реальности.

EOW-i разработан с учетом максимальной эффективности и безопасности:

- обеспечивает мгновенное получение информации в понятной форме (например, визуализация процесса, диагностика и др.);
- прямое подключение, например, сервисных инженеров при эксплуатации, включая совместное использование экранов и других цифровых способов взаимной коммуникации;
- обеспечение качества и безопасности отдельных операций на рабочем месте и в целом производственного процесса;
- важной функцией EOW-i является обеспечение повышения внимания и снижение усталости операторов, в результате увеличение времени безотказной работы снижения эксплуатационных расходов.

Вторым значительным событием в рамках комплекса MSV стала впервые созданная Чешская национальная экспозиция «The Country For The Future» [7,19]., которая продемонстрировала экономический потенциал страны и объединила под одной крышей все услуги для предпринимателей. Впервые в истории BVV была создана экспозиция и представлены 13 государственных организаций, связанных с промышленностью или поддерживающие экспорт: Агентство предпринимательства и инноваций; CzechInvest; CzechTrade; Чешский экспортный банк; Чешско-моравский банк гарантий и развития; Чешское агентство по развитию; Экспорта и гарантийных Страхование агенство экспорта и гарантий; Министерство обороны; Министерство промышленности и торговли; Министерство иностранных дел; Машиностроительный испытательный институт; Технологическое агентство ЧР; Управление интеллектуальной собственности. Чешская национальная экспозиция, таким образом, продемонстрировала перечень услуг, предоставляемых государством предприятиям на этапах жизненного цикла предпринимательства: от поддержки стартапам и бизнес-инкубаторам в продвижении экспорта, экспортного финансирования и страхования до защиты интеллектуальной собственности, тестирования и сертификации. В рамках экспозиции в интерактивной форме была представлена новая Инновационная стратегия ЧР 2019-2030, проводилась непрерывная сопутствующая программа и обмен мнениями.

Цифровая трансформация вносит все больше изменений в корпоративную среду. На MSV было показано, на что способно Цифровое предприятие будущего и благодаря революционным технологиям в ближайшее время создание таких предприятий будет более эффективным. Как показали компании Microsoft [9,19] и ABB [8,19], на Цифровом предприятии 2.0 слесарю больше не нужно быть экспертом, чтобы наладить сложное оборудование. Благодаря очкам с дополненной реальностью ему поможет человек, сидящий на противоположном конце света. Сбор и оценка данных о количестве ошибок или неисправностей и необходимости ремонта, в свою очередь являются ключевыми для директора или владельца завода. На основе этой информации менеджеры в производстве каждый день принимают решения, например, об инвестициях или об остановке производственной линии. Данные вместе с правильной оценкой становятся новой движущей силой промышленности.

Представленные на MSV варианты функционирования Цифрового предприятия поставили вопрос о том, кто в конечном итоге будет работать на таких предприятиях, и о подготовке специалистов к использованию расширенной реальности и искусственного интеллекта. Цифровая трансформация привела к изменению способа мышления и создала новые типы рабочих мест, до 80 % рабочих мест, которые понадобятся для рынка труда в 2025 году, до сих пор не существуют. Следует подчеркнуть, что создание Цифрового предприятия принципиальным образом изменило культуру производства, привело к возникновению нового понятия цифровой культуры производства, построенной на новом подходе к образованию Повышение квалификации и развитие навыков собственных работников компании является более эффективным по сравнению с постоянным поиском новой рабочей силы. Но при этом ответственность лежит не только на предприятии, но и на самом работнике, на его

стремлении инвестировать в обучение и развитие собственных навыков использования цифровых инструментов, что приведет к возможности работать на престижном предприятии.

Как показал анализ, для дальнейшей реализации вышеприведенных стратегических целей необходимо исследование не только структурно-технологических подходов, но и общественно - гуманитарных аспектов инновационных процессов [10,19], связанных с цифровой трансформацией, и применения результатов этих исследований в виде новых или значительно усовершенствованных продуктов, процедур, процессов. Среди них на современном этапе, с нашей точки зрения, рационально выделить нижеприведенные направления.

Таблица.2 Некоторые прикладные исследования общественно-гуманитарного характера для целей реализации инновационной стратегии и цифровой трансформации

|   | Область прикладных исследований                                                                                                                                                                                      |      | Направления исследований                                                                          |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Человек и общество: процессы цифровизации, виртуальной реальности и искусственного интеллекта в условиях 4-ой промышленной революции                                                                                 | 1.1  | Принципы четвертой промышленной революции                                                         |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 1.2  | Цифровая трансформация, виртуальная реальность и искусственный интеллект                          |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 1.3  | Медиа и социальные сети                                                                           |
| 2 | Человек и окружающая среда для его жизни в контексте устойчивого регионального развития                                                                                                                              | 2.1  | Глобализация и регионализация                                                                     |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 2.2  | Устойчивость и окружающая среда                                                                   |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 2.3  | Взаимопроникновение физического и виртуального                                                    |
| 3 | Человек и экономика в контексте развития компетенций и открытия новых конкурентных преимуществ                                                                                                                       | 3.1  | Проблемы образования, знания и компетенции                                                        |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.2  | Занятость                                                                                         |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.3  | Устойчивый рост и новые конкурентные преимущества                                                 |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.4  | Инновационная культура, творческая экосистема                                                     |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.5  | Дизайнерское мышление и инновации                                                                 |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.6  | Новые стратегические нематериальные ресурсы                                                       |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.7  | Цифровая экономика и творчество                                                                   |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.8  | СМИ и технологии                                                                                  |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.9  | Создание предприятия, культура и этика предпринимательства                                        |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 3.10 | Кластеризация и стратегическое сетевое взаимодействие                                             |
| 4 | Человек и социальная система: в контексте взаимодействия между гражданином и государством, государственной политики, государственного управления и самоуправления, государственных услуг, ориентированных на граждан | 4.1  | Защита прав интеллектуальной собственности, открытые инновации, большие данные                    |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 4.2  | Стратегическая поддержка R&D&I                                                                    |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 4.3  | Ответственность исследователя, разработчика и инноватора и социальная ответственность организации |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 4.4  | Формирование государственной политики и ее оценка                                                 |
|   |                                                                                                                                                                                                                      | 4.5  | Услуги государства, ориентированные на гражданина                                                 |

В каждой области для достижения установленных целей предусмотрены текущие и будущие задачи, которые влияют на динамическое преобразование современного общества. Следует подчеркнуть, что цифровизация, развитие интернета вещей, интернета услуг, виртуальной реальности, робототехники, кибернетики, искусственного интеллекта и др. новых технологий влияют на динамичность социальных изменений, трудовую, социальную и культурную жизнь человека.

С этим также связано развитие коммуникационных навыков и компетенций, накопление знаний и понимание взаимодействия человек-машина и промышленной коммуникации машина-машина. На трансформацию жизни человека, формирование общества и восприятие мира также оказывает немалое влияние интернет, средства массовой информации, включая социальные сети и мобильные платформы. Таким образом, создается среда для новых форм самовыражения, предпринимательской деятельности и коммуникации.

Качественно и ответственно организованная в единый комплекс экосистема - это основа системного подхода к знаниям о ней, к развитию образования и экономической деятельности, предпосылка повышения качества жизни, поскольку в окружающей среде происходит реализация настоящих и будущих инновационных и технологических процессов с многочисленными последствиями для культурно-цивилизационной, социально-экономической и экологической сферы. Человек своей деятельностью существенным образом вмешивается и препятствует естественному развитию экосистемы на глобальном и локальном уровнях. Проведение исследований в данном направлении должно способствовать установлению гармонии между экономическими, экологическими и социальными интересами и культурными ценностями общества.

Человек своими знаниями, навыками, опытом, творчеством, талантом и интеллектуальной собственностью может создавать новые конкурентные преимущества для локальной и национальной экономики. В экономическую среду все чаще вступает инновационный потенциал в сочетании с новыми технологиями и дизайновым мышлением. Стратегическое использование дизайн-мышления и креативности, направленное на потребности конкретного пользователя, может привести к инновации продуктов, коммерческих моделей, общественных услуг, организационным инновациям и другим формам нетехнологических нововведений

Процессы цифровой трансформации, использование новых технологий, виртуальной реальности, интернета и средств массовой информации создают основы для творческой деятельности, формирования спроса и предложения, новых бизнес-моделей и создания добавленной стоимости национальной экономики. Для реализации стратегий необходимо повышение требований к системе образования и подготовке преподавателей, развитие соответствующих компетенций и новых навыков из области технического творчества, умения обобщения, анализа и работы с интернетом.

Вышеприведенные проблемы непосредственно связаны с генерацией больших объемов информации. Это прежде всего визуальные данные, но и текстовые данные из сети интернет, коммерческие, телекоммуникационные и др. Это выдвигает новые требования не только к качеству и возможностям электронной коммуникационной инфраструктуры, но и к компетенции относительно порядка идентификации больших объемов данных, их хранения, оценки и безопасного использования, в том числе и принципов конфиденциальности.

Одним из важных направлений исследований общественно-гуманитарных наук в условиях цифровой трансформации является исследование области «человек- общественная система» в контексте

развития взаимодействия между гражданином, государством, обществом, международной средой европейской интеграции и глобализации, что требует ответственного подхода к разработке государственных политик и услуг, ориентированных на граждан. Следует подчеркнуть, что государственное управление требует новых подходов и механизмов для создания инновационной эффективной политики. Важным является формирование «доброжелательной» государственной системы, ориентированной на гражданина. Причем внедрение экспериментальных и поведенческих методов при формировании государственной политики и государственных услуг, эмпирическая оценка их восприятия (напр. в областях экономики и конкурентоспособности, интеграции, социального обеспечения и пенсионной системы, прогнозирования экономического развития, медицинского обслуживания населения, образования и др.) на национальном и местном уровнях могут быть полезны в решении сложных и системных проблем.

## ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Таким образом, как показал анализ, на современном этапе для дальнейшего развития происходящих процессов важна взаимосвязь структурно-технологических и социально-гуманитарных исследований. Ускорение темпов изменений в обществе, цифровая трансформация, инновации, новые технологии и изменения, связанные с ними, показывают неспособность предприятий и общества в целом реагировать на них и изменяться под их воздействием. Система R&D&I, наряду с их поддержкой, должна включать в себя и ответственность всех участников инновационных процессов за полученные результаты, при этом важным аспектом является междисциплинарность и разнообразие подходов, оптимизация инструментов и оценка проводимой политики.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Česko v digitální Evropě, Vládní program digitalizace České Republiky, 2018, In: <https://www.mvcr.cz/>
2. Inovační strategie České republiky 2019–2030. In: [http://amsp.cz/wp-content/uploads/2019/01/Inovacni-strategie\\_CR\\_Country-for-Future\\_2019-01-29](http://amsp.cz/wp-content/uploads/2019/01/Inovacni-strategie_CR_Country-for-Future_2019-01-29)
3. Digitální ekonomika a společnost, Vládní program digitalizace České Republiky, 2018, In: <https://www.mvcr.cz/>
4. Rozhodnutí RVVI o schválení systému řízení a koordinace Inovační strategie ČR ze dne 13.12.2019. In: [info@vzykum.cz](mailto:info@vzykum.cz)
5. Drazanova M., Karpisek Z., Sadovsky Z.: New approaches and priorities of EU and CR policy in research, development and innovation (R&D&I), In: IX International, scientific and practical conference of young scientists and students “Time of challenges and opportunities: problems, solutions and prospects”, 17.05.2019-18.05.2019, str.235-240, Riga, Latvia, 2019, 473s. ISBN 978-9984-47-172-3
6. Informační koncepce České republiky, Vládní program digitalizace České Republiky, 2018, In: <https://www.mvcr.cz/>
7. Závěrečná zpráva 61.MSV, 2019. In: [www.bvv.cz/msv](http://www.bvv.cz/msv)
8. Future is more than robots“ Vstupte do továrny budoucnosti. In: <https://new.abb.com/cz/media/eventy-a-akce/abb-na-msv-2019/eow>
9. Vstupte do Továrny budoucnosti v podání Microsoftu. In: [https://www.ibvv.cz/cs/MSV2019\\_vstupte-do-tovarny-budoucnosti-v-podani-microsoftu](https://www.ibvv.cz/cs/MSV2019_vstupte-do-tovarny-budoucnosti-v-podani-microsoftu)
10. Program na podporu aplikovaného společenského a humanitního výzkumu, experimentálního vývoje a inovací ÉTA, č. j.: TACR/1-41/2019. In: [www.tacr.cz](http://www.tacr.cz)

# АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МСП В ЕС-28.

Алена Козачук, Mg. оес,  
докторант программы  
«Региональная экономика и экономическая политика»,  
Балтийская международная академия, Латвия,  
aljonakozacsuk@gmail.com

## АННОТАЦИЯ

В данной работе проведён анализ развития малых и средних предприятий в ЕС-28 на основе агрегирования показателей развития МСП в ЕС-28 в одном индексе. Составлены рейтинги развития МСП в ЕС-28. Сделаны выводы о тенденциях развития МСП в ЕС-28.

**Ключевые слова:** развитие МСП, ЕС-28.

## ABSTRACT

This paper analyzes the development of small and medium-sized enterprises in the EU-28 based on aggregation of indicators of SME development in the EU-28 in one index. The ratings for the development of SMEs in the EU-28 are compiled. Conclusions are drawn on the development trends of SMEs in the EU-28.

**Key words:** development of SMEs, EU-28.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION. IEVADS.

Одним из приоритетных направлений региональной экономики и экономической политики является развитие малого и среднего предпринимательства. При разработке стратегий развития малого и среднего предпринимательства в регионе, независимо от выбранного сценария, первоочередной задачей является подготовка информационно аналитической базы, в связи с чем в данном исследовании проведен анализ развития малого и среднего предпринимательства в ЕС-28.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРИТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

### BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS.

### NOZĪMĪGĀ TEORIJA UN PRAKSE

Агрегирование влияния нескольких показателей в одном индексе необходимо для получения однозначной характеристики анализируемого явления. Например, американский экономист Э. Альтман [1] в одной из своих работ утверждает, что комбинации соотношений могут быть проанализированы вместе, чтобы удалить возможные неясности и ошибки, наблюдавшиеся ранее в традиционных исследованиях. Принимая это во внимание, для оценки уровня развития МСП в регионе возьмём абсолютные показатели в виде сводного показателя. Индексы позволяют совокупно учесть не только текущее положение, но и его динамику, оперировать сопоставимыми показателями, так как абсолютные показатели из официальных отчетов не являются сопоставимыми и не позволяют учитывать фактор времени.

Определяем, что уровень развития МСП в странах Европейского союза (ЕС-28), в данном анализе, является минимизирующим, то есть чем значение меньше, тем лучше. Для данного фактора уровня

развития МСП необходимо рассчитать индексы [2]. Для этого используем показатели структурной бизнес статистики Евростата (SBS)[3][4], которые определены Регламентом Комиссии № 250/2009[5] с 2008 по 2017 гг.:

- оборот -V12110;
- производственная стоимость-V12120;
- добавленная стоимость-V12150;
- общая покупка товаров и услуг-V13110;
- расходы на персонал-V13310;
- валовые инвестиции-V15110;
- количество занятых-V16110
- количество предприятий-V11110.

Расчет производился по формулам:

$I_{kns} = \frac{I_{k \max} - I_{kn}}{I_{k \max} - I_{k \min}}$ ,

где  $I_{kns}$  – индекс показателя k-го показателя системы показателей уровня развития малого и среднего предпринимательства в n-ой стране;

$I_{kn}$  – значение k-го показателя системы показателей уровня развития малого и среднего предпринимательства в n-ой стране;

$I_{k \max}$  – наибольшее значение k-го показателя в n-ой стране;

$I_{k \min}$  – наименьшее значение k-го показателя в n-ой стране.

$I_{MSPn} = \sum I_{kn}$ ,

где  $I_{MSPn}$  – сводный стандартизированный показатель системы показателей уровня развития малого и среднего предпринимательства в n-ой стране.

Худший индекс по каждому показателю будет равен 1.

Худший возможный индекс может быть равен 7, так как использовалось семь показателей

Таким образом, мы получили интегральные индексы, которые характеризуют развитие МСП в странах ЕС-28: чем меньше значение интегрального показателя уровня развития малого и среднего предпринимательства в n-ой стране, тем более развито МСП и, следовательно, более эффективна государственная политика.

Расчитанные интегральные индексы развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017г.г. представлены в таблице №1.

Таблица №1. Интегральные индексы развития МСП по ЕС-28 за 2008-2017гг

|          | 2008     | 2009     | 2010     | 2011     | 2012     | 2013     | 2014     | 2015     | 2016     | 2017     |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Belgium  | 5,823589 | 5,865768 | 5,835730 | 5,849058 | 5,912591 | 5,891576 | 5,880984 | 5,970735 | 5,948986 | 5,990317 |
| Bulgaria | 6,778720 | 6,800209 | 6,828544 | 6,831552 | 6,828147 | 6,831708 | 6,833572 | 6,837325 | 6,841303 | 6,843291 |
| Czechia  | 6,339111 | 6,403853 | 6,391948 | 6,404798 | 6,422613 | 6,434263 | 6,476396 | 6,469805 | 6,473532 | 6,460783 |
| Denmark  | 6,554372 | 6,379134 | 6,410085 | 6,433091 | 6,417914 | 6,415129 | 6,446615 | 6,433613 | 6,439192 | 6,469854 |
| Germany  | 1,054018 | 0,019889 | 0,050195 | 0,090140 | 0,074946 | 0,047826 | 0,346952 | 0,140323 | 0,024400 | 0,026153 |
| Estonia  | 6,947318 | 6,960916 | 6,965036 | 6,955732 | 6,951926 | 6,947757 | 6,952545 | 6,956501 | 6,957565 | 6,958713 |
| Ireland  | 6,595001 | 6,579488 | 6,614855 | 6,644402 | 6,620907 | 6,463589 | 6,316700 | 6,400920 | 6,441265 | 6,471398 |
| Greece   | 6,491336 | 6,505550 | 6,571937 | 6,652047 | 6,674991 | 6,709140 | 6,720906 | 6,732811 | 6,739646 | 6,744609 |
| Spain    | 3,658176 | 4,006471 | 4,288994 | 4,595035 | 4,774670 | 4,890302 | 4,930862 | 4,894299 | 4,875694 | 4,877662 |
| France   | 1,593753 | 2,083791 | 1,999889 | 2,158680 | 2,199036 | 2,254776 | 2,505753 | 2,648557 | 2,595104 | 2,759768 |
| Croatia  | 6,825729 | 6,835495 | 6,870159 | 6,886059 | 6,893906 | 6,893599 | 6,900813 | 6,901236 | 6,905398 | 6,906827 |
| Italy    | 2,721214 | 3,020108 | 2,882108 | 3,370069 | 3,512092 | 3,672438 | 3,828047 | 3,871994 | 3,906774 | 3,976279 |
| Cyprus   | 6,967410 | 6,968362 | 6,972481 | 6,976782 | 6,980910 | 6,985022 | 6,988291 | 6,990537 | 6,990570 | 6,989774 |
| Latvia   | 6,915867 | 6,948005 | 6,954719 | 6,951427 | 6,942771 | 6,942252 | 6,946513 | 6,949829 | 6,952333 | 6,953025 |

|             |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Lithuania   | 6,889022 | 6,923868 | 6,930118 | 6,922176 | 6,917104 | 6,911599 | 6,913115 | 6,914598 | 6,915520 | 6,916025 |
| Luxembourg  | 6,913881 | 6,918504 | 6,909151 | 6,905940 | 6,904913 | 6,899000 | 6,895058 | 6,899314 | 6,905914 | 6,901621 |
| Hungary     | 6,589700 | 6,641251 | 6,651816 | 6,666428 | 6,678467 | 6,675992 | 6,672111 | 6,666584 | 6,669733 | 6,660554 |
| Malta       | 7,000000 | 7,000000 | 7,000000 | 7,000000 | 7,000000 | 7,000000 | 7,000000 | 6,996662 | 6,993691 | 6,992463 |
| Netherlands | 5,309423 | 5,371560 | 5,437955 | 5,391496 | 5,416281 | 5,437781 | 5,521296 | 5,521113 | 5,527994 | 5,539097 |
| Austria     | 6,134527 | 6,146681 | 6,167190 | 6,185635 | 6,175789 | 6,163986 | 6,223266 | 6,242011 | 6,240419 | 6,259622 |
| Poland      | 5,653520 | 5,807994 | 5,785303 | 5,815273 | 5,843413 | 5,841573 | 5,838926 | 5,847973 | 5,876293 | 5,858724 |
| Portugal    | 6,404803 | 6,425688 | 6,466863 | 6,538022 | 6,590000 | 6,594939 | 6,603875 | 6,601813 | 6,595475 | 6,589328 |
| Romania     | 6,397323 | 6,520016 | 6,553736 | 6,506727 | 6,541127 | 6,546373 | 6,572565 | 6,557950 | 6,568962 | 6,585085 |
| Slovenia    | 6,875151 | 6,890102 | 6,901413 | 6,908159 | 6,912719 | 6,914874 | 6,917441 | 6,921506 | 6,921154 | 6,919636 |
| Slovakia    | 6,798932 | 6,822232 | 6,774826 | 6,786406 | 6,788496 | 6,777799 | 6,792667 | 6,791159 | 6,794110 | 6,794867 |
| Finland     | 6,507397 | 6,532114 | 6,556182 | 6,562342 | 6,557276 | 6,578683 | 6,588448 | 6,597989 | 6,597260 | 6,611226 |
| Sweden      | 5,990379 | 6,085212 | 6,006499 | 5,991526 | 5,948468 | 5,933471 | 6,009827 | 6,018516 | 6,023446 | 6,043261 |
| Un. King    | 1,817826 | 2,414070 | 2,430434 | 2,514727 | 2,194662 | 2,178725 | 1,950045 | 1,649586 | 2,092776 | 2,690721 |

На основании полученных интегральных индексов развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017г.г. можно составить рейтинг развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг.

Рейтинг развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. представлен в таблице № 2.

Таблица № 2. Рейтинг развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг.

|             | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Belgium     | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    |
| Bulgaria    | 19   | 19   | 20   | 20   | 20   | 20   | 20   | 20   | 20   | 20   |
| Czechia     | 11   | 12   | 11   | 11   | 12   | 12   | 13   | 13   | 13   | 11   |
| Denmark     | 16   | 11   | 12   | 12   | 11   | 11   | 12   | 12   | 11   | 12   |
| Germany     | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Estonia     | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   | 26   |
| Ireland     | 18   | 17   | 17   | 16   | 16   | 13   | 11   | 11   | 12   | 13   |
| Greece      | 14   | 14   | 16   | 17   | 17   | 18   | 18   | 18   | 18   | 18   |
| Spain       | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| France      | 2    | 2    | 2    | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    |
| Croatia     | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 21   | 22   | 22   | 21   | 22   |
| Italy       | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| Cyprus      | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   | 27   |
| Latvia      | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   | 25   |
| Lithuania   | 23   | 24   | 24   | 24   | 24   | 23   | 23   | 23   | 23   | 23   |
| Luxembourg  | 24   | 23   | 23   | 22   | 22   | 22   | 21   | 21   | 22   | 21   |
| Hungary     | 17   | 18   | 18   | 18   | 18   | 17   | 17   | 17   | 17   | 17   |
| Malta       | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   |
| Netherlands | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    |
| Austria     | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   |
| Poland      | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    |
| Portugal    | 13   | 13   | 13   | 14   | 15   | 16   | 16   | 16   | 15   | 15   |
| Romania     | 12   | 15   | 14   | 13   | 13   | 14   | 14   | 14   | 14   | 14   |
| Slovenia    | 22   | 22   | 22   | 23   | 23   | 24   | 24   | 24   | 24   | 24   |
| Slovakia    | 20   | 20   | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   | 19   |
| Finland     | 15   | 16   | 15   | 15   | 14   | 15   | 15   | 15   | 16   | 16   |



|          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sweden   | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Un. King | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

Визуализация рейтинга развития МСП в ЕС-28 за 2008-2017 гг. предоставлена на рисунке № 1.

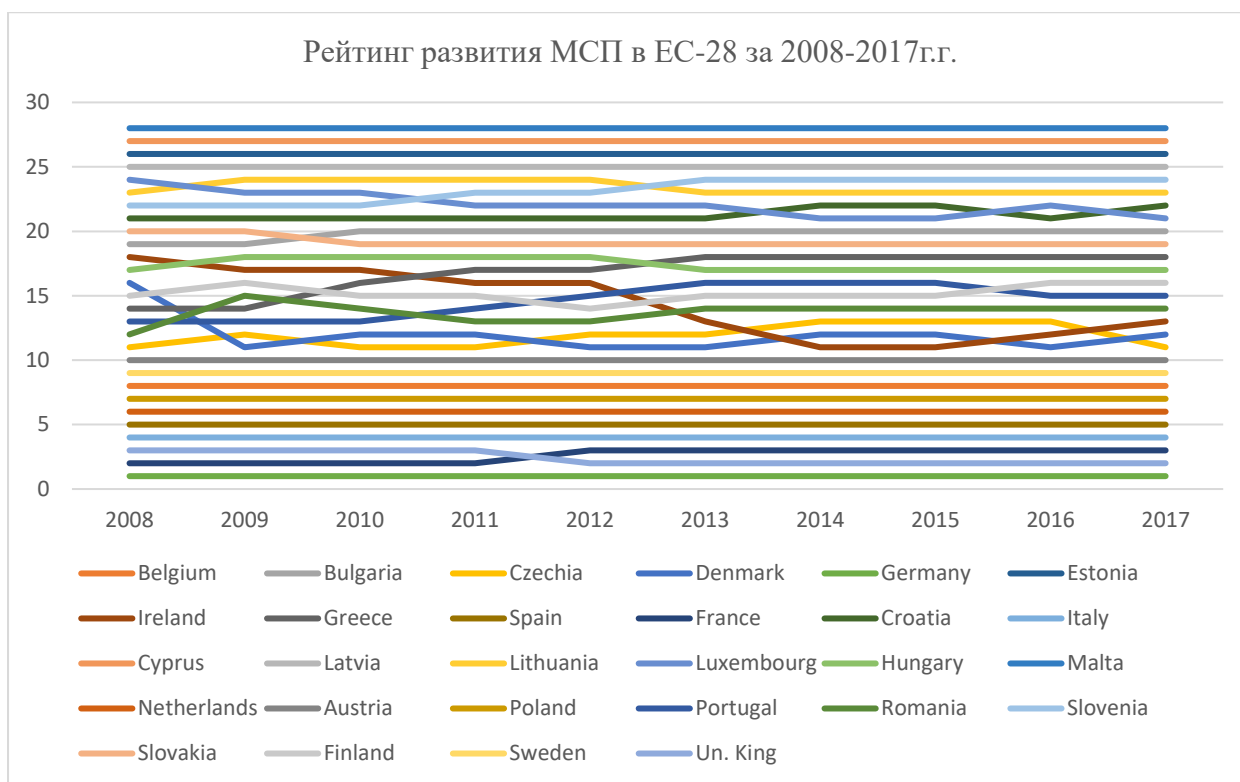


Рисунок №1. Визуализация рейтинга развития МСП в ЕС-28 за 2008-2017 гг.

Как видно из рисунка № 1, на протяжении всего девятилетнего периода с 2008 года по 2017 год 1 место рейтинга стабильно занимает Германия. В 2012 году Англия опередила Францию и поднялась с 3 место на 2. С 4 по 10 и с 25 по 28 места распределялись на протяжении всего рассматриваемого периода строго: 4 место – Италия, 5 место – Испания, 6 место – Нидерланды, 7 место – Польша, 8 место – Бельгия, 9 место – Швеция, 10 место – Австрия и 25 - Латвия, 26 – Эстония, 27 – Кипр, 28 – Мальта.

Лучшую динамику по развитию МСП показала Ирландия: имея в 2008 году 18 позицию в рейтинге, в 2014 году достигнув 11 места и закончив рассматриваемый период в 2017 г. на 14 позиции.

Худшая динамика развития МСП зафиксирована у Греции– с 14 на 18 место (4 позиции).

Остальные страны ЕС-28, показали довольно стабильный уровень развития МСП, о чём свидетельствует колебание рейтинга не более 2 позиций за весь период наблюдения.

Данный рейтинг развития МСП в ЕС-28 даёт общую, количественную оценку развития МСП по странам в ЕС-28. Если учесть, что в разных странах ЕС-28 функционирует разное количество субъектов МСП, и применить расчёты показателей на одно МСП, то получим эффективную (качественную) оценку развития МСП в ЕС-28.

Расчитанные интегральные индексы развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017г.г. представлены в таблице №3.

Таблица №3. Интегральные индексы развития эффективности (качества) МСП по ЕС-28 за 2008-2017гг.

|         | 2008     | 2009     | 2010     | 2011     | 2012     | 2013     | 2014     | 2015     | 2016     | 2017     |
|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Belgium | 3,696198 | 3,522381 | 3,755277 | 3,745317 | 3,800270 | 4,110658 | 4,451946 | 4,303219 | 4,188075 | 4,356707 |

|             |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Bulgaria    | 6,557014 | 6,665269 | 6,618759 | 6,568226 | 6,563519 | 6,579151 | 6,498094 | 6,486390 | 6,500419 | 6,562544 |
| Czechia     | 6,678157 | 6,722206 | 6,667635 | 6,653333 | 6,671175 | 6,676274 | 6,657528 | 6,611606 | 6,613228 | 6,631288 |
| Denmark     | 2,058801 | 2,132381 | 2,166610 | 2,315529 | 1,959267 | 2,243610 | 2,645606 | 2,087585 | 2,160508 | 2,388732 |
| Germany     | 1,807766 | 1,730891 | 1,770153 | 1,748851 | 1,352665 | 1,976533 | 2,442123 | 2,054358 | 1,927620 | 1,886765 |
| Estonia     | 5,624430 | 5,785618 | 5,701601 | 5,487423 | 5,393471 | 5,567043 | 5,692659 | 5,703723 | 5,689722 | 5,824489 |
| Ireland     | 4,015059 | 3,025998 | 2,744806 | 2,787467 | 2,049947 | 3,537330 | 3,181342 | 2,780785 | 3,029167 | 3,332572 |
| Greece      | 6,882120 | 6,780549 | 6,831315 | 6,895947 | 6,928607 | 6,953828 | 6,998106 | 6,999217 | 6,997608 | 6,997832 |
| Spain       | 5,810756 | 5,715647 | 5,761681 | 5,845898 | 5,882707 | 6,019937 | 5,966516 | 5,948003 | 6,044284 | 6,059681 |
| France      | 4,091888 | 3,737198 | 4,010943 | 4,056135 | 4,326000 | 4,764933 | 5,036658 | 4,644410 | 4,670079 | 4,407203 |
| Croatia     | 6,038092 | 6,041717 | 6,015391 | 6,016729 | 6,022993 | 6,019848 | 5,993491 | 5,918565 | 5,915130 | 5,944214 |
| Italy       | 6,090323 | 6,007069 | 5,847265 | 5,983504 | 5,960634 | 6,089281 | 6,042463 | 6,009860 | 6,005590 | 6,069591 |
| Cyprus      | 6,211507 | 6,033872 | 5,877491 | 6,039671 | 6,148572 | 6,294535 | 6,277384 | 6,335692 | 6,271187 | 6,274988 |
| Latvia      | 5,813474 | 6,244940 | 6,207826 | 6,072554 | 6,088582 | 6,216452 | 6,224222 | 6,305451 | 6,351488 | 6,320330 |
| Lithuania   | 6,403730 | 6,359593 | 6,251825 | 6,264836 | 6,327874 | 6,389066 | 6,462264 | 6,492296 | 6,489499 | 6,584598 |
| Luxembourg  | 1,766133 | 1,491794 | 0,968328 | 1,049967 | 0,950120 | 1,021693 | 1,322626 | 0,732288 | 0,771616 | 0,804902 |
| Hungary     | 6,689298 | 6,679314 | 6,606325 | 6,574421 | 6,528928 | 6,459346 | 6,395533 | 6,348055 | 6,350198 | 6,386963 |
| Malta       | 6,637447 | 6,575532 | 6,375171 | 6,431331 | 6,296739 | 6,205205 | 6,152942 | 5,681345 | 5,464040 | 5,184470 |
| Netherlands | 3,000884 | 2,964340 | 4,050555 | 3,853099 | 3,925517 | 4,861681 | 5,031105 | 4,968718 | 5,014736 | 5,094918 |
| Austria     | 3,001064 | 2,365960 | 2,527709 | 2,468706 | 1,996367 | 2,578801 | 3,030948 | 2,719390 | 2,554652 | 2,684200 |
| Poland      | 6,466664 | 6,374835 | 6,233590 | 6,237271 | 6,226097 | 6,234461 | 6,191616 | 6,193484 | 6,267955 | 6,323277 |
| Portugal    | 6,839953 | 6,713404 | 6,644504 | 6,693712 | 6,759381 | 6,735675 | 6,651837 | 6,649225 | 6,641158 | 6,713902 |
| Romania     | 6,017396 | 6,097810 | 5,723067 | 5,169022 | 5,423164 | 5,593691 | 5,744925 | 5,495811 | 5,490048 | 5,627310 |
| Slovenia    | 5,754804 | 5,790156 | 5,835025 | 5,943620 | 5,986591 | 6,182939 | 6,170890 | 6,185170 | 6,159689 | 6,176206 |
| Slovakia    | 6,711235 | 6,723457 | 6,719090 | 6,736425 | 6,691901 | 6,639451 | 6,697496 | 6,640457 | 6,670185 | 6,771269 |
| Finland     | 4,134828 | 3,880469 | 3,905700 | 3,843222 | 3,517590 | 4,109721 | 4,137450 | 3,951782 | 3,805815 | 3,867745 |
| Sweden      | 4,972406 | 4,978923 | 4,710000 | 4,667429 | 4,452408 | 4,653775 | 4,932410 | 4,742360 | 4,738259 | 4,784608 |
| Un. King    | 2,875639 | 2,735901 | 2,378543 | 2,434276 | 1,712261 | 2,445276 | 2,478668 | 1,928840 | 2,667641 | 3,505554 |

На основании полученных интегральных индексов эффективности (качества) развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017г.г. можно составить рейтинг развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг.

Рейтинг развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. представлен в таблице № 4.

Таблица № 4. Рейтинг развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг.

|          | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Belgium  | 7    | 8    | 7    | 7    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    |
| Bulgaria | 22   | 23   | 24   | 23   | 24   | 24   | 24   | 23   | 24   | 23   |
| Czechia  | 24   | 26   | 26   | 25   | 25   | 26   | 26   | 25   | 25   | 25   |
| Denmark  | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    |
| Germany  | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 3    | 2    | 2    |
| Estonia  | 12   | 13   | 12   | 13   | 12   | 12   | 12   | 14   | 14   | 14   |
| Ireland  | 8    | 7    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 5    |
| Greece   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   | 28   |
| Spain    | 14   | 12   | 14   | 14   | 14   | 15   | 14   | 16   | 17   | 16   |
| France   | 9    | 9    | 9    | 10   | 10   | 10   | 11   | 9    | 9    | 9    |
| Croatia  | 17   | 17   | 18   | 17   | 17   | 14   | 15   | 15   | 15   | 15   |

|             |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Italy       | 18 | 15 | 16 | 16 | 15 | 16 | 16 | 17 | 16 | 17 |
| Cyprus      | 19 | 16 | 17 | 18 | 19 | 21 | 21 | 21 | 20 | 19 |
| Latvia      | 15 | 19 | 19 | 19 | 18 | 19 | 20 | 20 | 22 | 20 |
| Lithuania   | 20 | 20 | 21 | 21 | 22 | 22 | 23 | 24 | 23 | 24 |
| Luxembourg  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  |
| Hungary     | 25 | 24 | 23 | 24 | 23 | 23 | 22 | 22 | 21 | 22 |
| Malta       | 23 | 22 | 22 | 22 | 21 | 18 | 17 | 13 | 12 | 12 |
| Netherlands | 5  | 6  | 10 | 9  | 9  | 11 | 10 | 11 | 11 | 11 |
| Austria     | 6  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 4  |
| Poland      | 21 | 21 | 20 | 20 | 20 | 20 | 19 | 19 | 19 | 21 |
| Portugal    | 27 | 25 | 25 | 26 | 27 | 27 | 25 | 27 | 26 | 26 |
| Romania     | 16 | 18 | 13 | 12 | 13 | 13 | 13 | 12 | 13 | 13 |
| Slovenia    | 13 | 14 | 15 | 15 | 16 | 17 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| Slovakia    | 26 | 27 | 27 | 27 | 26 | 25 | 27 | 26 | 27 | 27 |
| Finland     | 10 | 10 | 8  | 8  | 7  | 7  | 7  | 7  | 7  | 7  |
| Sweden      | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 9  | 9  | 10 | 10 | 10 |
| Un. King    | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 5  | 6  |

Визуализация рейтинга развития эффективности (качества) МСП в ЕС-28 за 2008-2017 гг. предоставлена на рисунке 2.

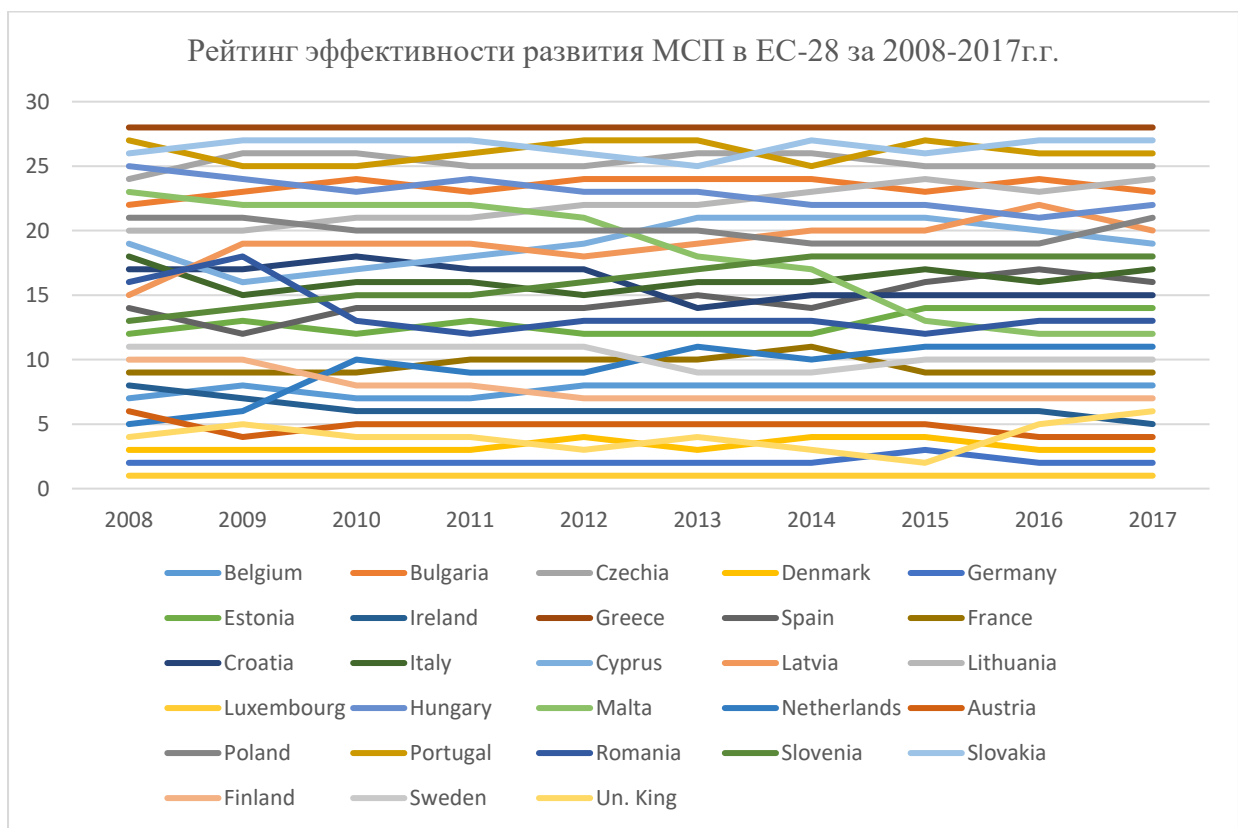


Рисунок № 2. Визуализация рейтинга развития эффективности (качества) МСП в ЕС-28 за 2008-2017 гг.

Как видно из рисунка № 2, протяжении всего девятилетнего периода с 2008 года по 2017 год наибольшее улучшение рейтинга развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 продемонстрировала Мальта с 23 места в 2008 году на 12 в 2017 году. На 3 позиции поднялись в данном рейтинге за период наблюдения Ирландия (с 8 на 5 место), Финляндия (с 10 на 7), Румыния (с 16 на 13 место) и Венгрия (с 25 на 22 место), а наибольшее ухудшение продемонстрировали

Нидерланды на 6 позиций (с 5 на 11 место), Латвия на 5 позиций (с 15 на 20 место), Словения на 5 позиций (с 13 на 18 место) и Литва на 4 позиции (с 20 на 24 место). У остальных стран в рейтинге развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 наблюдались изменения не более 2 позиций за весь девятилетний период, что говорит о стабильности направления динамики развития эффективности МСП (качественная оценка) в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг.

Сравнивая тенденции изменения динамики развития рейтинга МСП (количественная оценка) в странах ЕС за 2008-2017 гг. и динамики рейтинга развития эффективности МСП (качественная оценка) в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. можно наблюдать, что динамика рейтинга развития эффективности (качества) МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. соответствует тенденциям рейтинга развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. Это говорит о том, что успехи в развитие МСП в странах ЕС-28 в большей мере зависят от качества и эффективности функционирования субъектов МСП, а не от количества МСП в стране.

### **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS. SECINĀJUMI.**

Таким образом, в результате анализа развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 года было:

- 1) проведено агрегирование показателей развития МСП в одном интегральном индексе, характеризующим уровень развития малого и среднего предпринимательства по странам ЕС-28 в 2008-2017 гг.;
- 2) составлены рейтинги развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. на основании полученных интегральных индексов развития МСП в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг.;
- 3) анализируя, тенденции изменения динамики рейтинга развития МСП (общая оценка) в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг. и динамики рейтинга развития эффективности МСП (оценка на одно МСП) в странах ЕС-28 за 2008-2017 гг., определено, что успехи в развитие МСП в странах ЕС-28 в большей мере зависят от качества и эффективности функционирования субъектов МСП, а не от количества МСП в стране.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENS. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS.**

1. Altman, Edward I. (September 1968). "Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy" (PDF). *Journal of Finance*: 189–209. Doi: 10.1111/j.1540-6261.1968.tb00843.x
2. Kozacsuk Aljona (2019) ANALYSIS OF SME DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF LATVIA. IX International, scientific and practical conference of young scientists and students «TIME OF CHALLENGES AND OPPORTUNITIES: PROBLEMS, SOLUTIONS AND PROSPECTS» on the 17-18 of May 2019, Riga, Latvia, ISBN 978-9984-172-3, p. 13, <http://bsa.edu.lv/docs/2019/sb1718052019.pdf>
3. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/data/database>
4. [https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/sbs\\_esms.htm](https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/sbs_esms.htm)
5. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:086:0001:0169:EN:PDF>

# РОЛЬ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНАХ

**Игорь Кузнецов,**

Латвия, Балтийская Международная Академия

Докторантура «Региональная экономика и экономическая политика»

Igor.kuznetsov@inbox.lv

Dr.oec., Assoc.Prof. Stanislavs Buka

## АННОТАЦИЯ

В работе приведены результаты анализа деятельности особых экономических зонах (ОЭЗ) по привлечению инвестиций в приграничных регионах Латвии. Проанализирована привлекательность ОЭЗ для инвесторов. Рассмотрено влияние ОЭЗ на социально-экономическое развитие региона. Приведены перспективные пути развития ОЭЗ на приграничных территориях.

**Ключевые слова:** свободные экономические зоны, особые экономические зоны, внешнеэкономическая деятельность, инвестиции.

## ABSTRACT

The paper presents the results of an analysis of the activities of special economic zones (SEZ) for attracting investments in the border regions of Latvia. The attractiveness of the SEZ for investors is analyzed. The influence of the SEZ on the socio-economic development of the region is considered. Promising ways of SEZ development in the border areas are given.

**Keywords:** free economic zones, special economic zones, foreign economic activity, investments.

## ВВЕДЕНИЕ

В докладе ЮНКТАД о мировых инвестициях, опубликованном недавно, отмечено, что в 2018 году потоки прямых иностранных инвестиций сократились на 13% до 1,3 трлн. долларов США[1]. В докладе подчкнито, что важнейшим инструментом привлечения инвестиций относятся особые экономические зоны (ОЭЗ). Отмечается, что несмотря на сокращение международных производительных инвестиций, происходит рост использования особых экономических зон в качестве ключевых инструментов политики для привлечения инвестиций в промышленное развитие регионов.

Главными задачами размещения ОЭЗ является либо привлечение прямых иностранных инвестиций на развивающиеся рынки (например, Китай), либо для возвращения к жизни депрессивных регионов, возникших на переходе от индустриальной к цифровой экономике в развитых странах (например, Ирландия, Испания, Великобритания, Латвия).

### Важнейшие заключения в теории и практике

Особые экономические зоны (ОЭЗ) используются в большинстве в развивающихся и во многих развитых странах. Большое разнообразие типов и ОЭЗ в совокупности с географическим положением и экономическим потенциалом региона позволяет решать различные задачи, нацеленные, например, на коммерциализацию науки, на региональное развитие и возрождение городов.

Международная Киотская конвенция 1973 года по упрощению и гармонизации таможенных процедур определяет свободную экономическая зона как часть территории страны, на которой товары рассматриваются как объекты, находящиеся за пределами национальной таможенной территории и поэтому не подвергаются обычному таможенному контролю и налогообложению. Другими словами, территория, где соблюдается принцип таможенной экстерриториальности. Классификация СЭЗ приложена на рисунке 1.

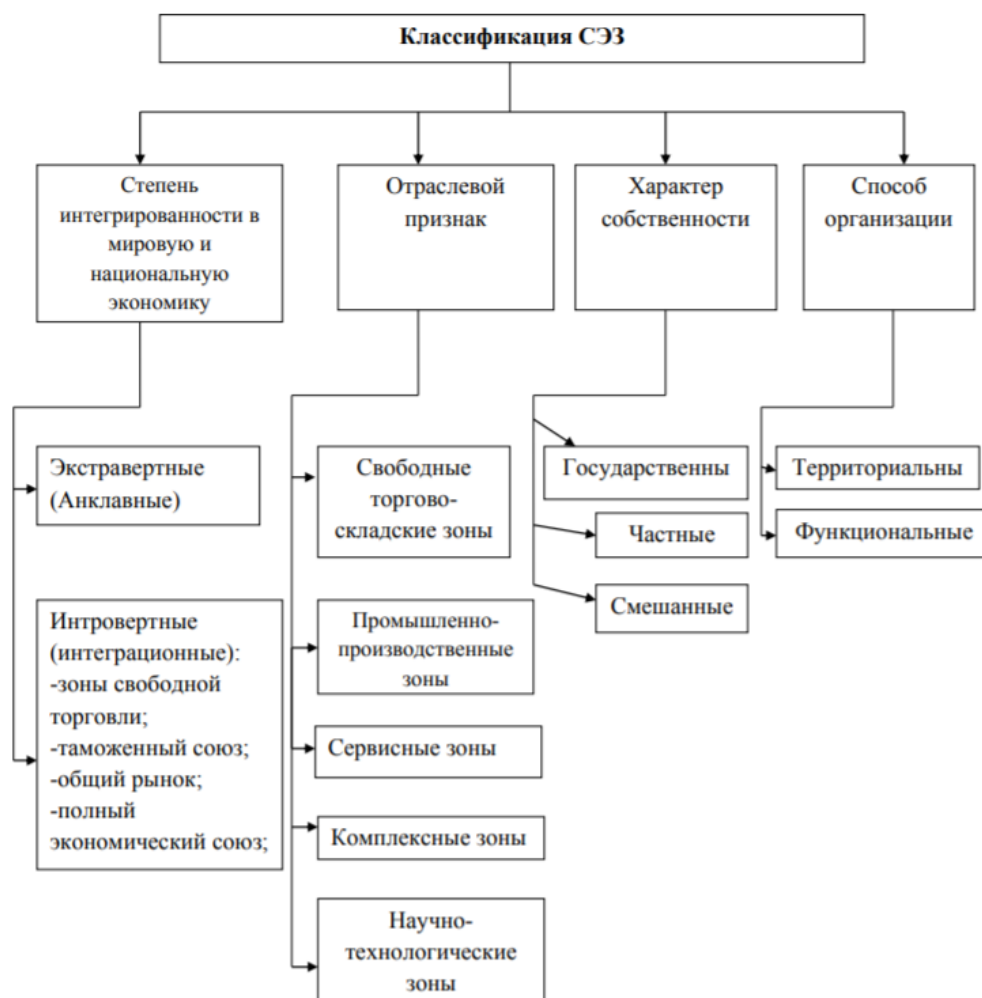


Рис. 1. – Классификация свободных экономических зон. [2]

Существует множество разновидностей специальных (особых) экономических зон. Сейчас в мире, по разным данным, функционирует почти 5400 таких зон. Основные цели создания особых экономических зон: увеличение экспорта; поставка на внутренний рынок высококачественных импорт заменяющих товаров; привлечение иностранных инвестиций; освоение современного опыта организации и управления производством.

Исходя из типа зон, на их территории могут быть применены различные льготы [4]:

- Внешнеторговые, например, упрощённый порядок осуществления внешнеторговых операций;
- Фискальные, связанные с налоговым стимулированием конкретных видов деятельности;
- Финансовые в виде установления низких цен на коммунальные услуги, снижения арендной платы за пользование земельными участками;
- Административные, упрощающие процедуры регистрации предприятий

Свободные экономические зоны (СЭЗ) стали создаваться в Латвии в 1997 году. После споров об их существовании перед вступлением Латвии в ЕС, законодателям удалось отстоять территории с облегченным налоговым режимом. Для предприятий двух специальных экономических зон и двух свободных портов были установлены одинаковые правила игры, а сроки действия свободных зон были продлены до конца 2035 года [3].

ОЭЗ в Евросоюзе разделяются на 2 типа [4]:

1) Свободная зона I типа — это отделённая стационарным ограждением территория, пункты входа и выхода которой находятся под контролем таможни.

2) Для свободной зоны II типа не существует жёстких требований в отношении ограждений, таможенные формальности и таможенный контроль осуществляются согласно правилам процедуры таможенного складирования.

Особое значение для экономики Латвии имеют особые экономические зоны. На данный момент их пять и их географическое положение представлено на рисунке 2. Закон «О налогообложении в свободных портах и специальных экономических зонах» [5] устанавливает порядок применения косвенных и прямых налоговых льгот в Рижском свободном порту, Вентспилском свободном порту, Латгальской специальной экономической зоне, Лиепайской специальной экономической зоне и Резекненской специальной экономической зоне.



Рис. 2. – ОЭЗ и свободные порты Латвии . [6]

### Результаты исследования и их оценка

В указанном выше докладе ЮНКТАД представлены следующие выводы. В 2018 году мировой объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) продолжал сокращаться, упав на 13% до 1,3 трлн. долларов США. Приток ПИИ в развитые страны достиг самого низкого показателя с 2004 года, сократившись на 27%. Приток инвестиций в Европу уменьшился вдвое до менее 200 млрд долларов США из-за оттока капитала и значительного падения инвестиций в Великобритании. Как и в целом в Европе, в Латвии в последние годы приток иностранных инвестиций в капитал предприятий приостановился. Тем не менее сильна связь с Северными странами. По состоянию на 12.02.2017 география ПИИ в Латвии представлена в таблице 1.

Таблица 2. География ПИИ в Латвии [7](начало)

|   | Государство    | Количество инвестиций | Сумма, млн. EUR |
|---|----------------|-----------------------|-----------------|
| 1 | Швеция         | 780                   | 1 243,5         |
| 2 | Россия         | 6476                  | 738,4           |
| 3 | Нидерланды     | 425                   | 716,0           |
| 4 | Кипр           | 766                   | 590,1           |
| 5 | Норвегия       | 317                   | 527,9           |
| 6 | Литва          | 3314                  | 511,1           |
| 7 | Эстония        | 2648                  | 396,0           |
| 8 | Великобритания | 1247                  | 376,9           |

Таблица 2. География ПИИ в Латвии [7] (окончание)

|    |            |      |       |
|----|------------|------|-------|
| 9  | США        | 664  | 357,6 |
| 10 | Дания      | 618  | 277,2 |
| 11 | Люксембург | 165  | 188,6 |
| 12 | Финляндия  | 403  | 183,4 |
| 13 | Малта      | 127  | 144,7 |
| 14 | Германия   | 1271 | 132,3 |
| 15 | Швейцария  | 220  | 116,3 |
| 16 | Украина    | 1414 | 112,6 |
| 17 | Австрия    | 116  | 80,8  |
| 18 | ВІ         | 145  | 51,9  |
| 19 | Франция    | 382  | 42,6  |
| 20 | Италия     | 1160 | 38,1  |

Исходя из статистика Lursoft, большинство ПИИ, вкладываемых в капитал Латвийских предприятий сосредоточено в Риге и Рижском районе. В таблице 2 представлены данные о размере ПИИ в города и регионы Латвии в 2017 и 2019 годах на основе данных статистики Lursoft [8]. В таблице приведены приграничные регионы и районы, в которых есть особые экономические зоны.

Таблица 2. ПИИ в Латвии: региональный разрез, 2017/2019 гг. (Составлено автором)

| Город/регион    | ПИИ 2017, млн. EUR | ПИИ 2019, млн. EUR |
|-----------------|--------------------|--------------------|
| Всего по Латвии | 7257,6             | 6958,2             |
| Рига            | 5754,3             | 5305,8             |
| Рижский район   | 453,9              | 608,1              |
| Вентспилс       | 189,5              | 219,9              |
| Лиепая          | 102,7              | 144,8              |
| Елгава и район  | -                  | 115,1              |
| Бауска и район  | -                  | 29,0               |

По результатам исследования можно отметить, что города и районы Латвии, в которых есть особые экономических зоны (ОЭЗ), а также приграничные регионы становятся более привлекательными для инвесторов, несмотря на общее падение потока прямых иностранных инвестиций в страну. Таким образом инвесторы выбирают наиболее привлекательные регионы для ведения своей экономической деятельности.

## ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Особые экономические зоны (ОЭЗ) играют важную роль в привлечении инвестиций в приграничных регионах Латвии. Для привлечения инвесторов необходимо иметь стратегический подход к разработке политики и программы развития ОЭЗ. Также для достижения максимальных



результатов с точки зрения развития ОЭЗ нужна активная поддержка усилий по содействию созданию кластеров и налаживанию связей, используя выгодное географическое месторасположение ОЭЗ. Важнейшими факторами успеха ОЭЗ являются прочная нормативно-правовая база, сильные институты и надлежащее управление.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LĪTERATŪRA UN AVOTU SARAKSTS**

1. ЮНКТАД Доклад о мировых инвестициях 2019. Особые экономические зоны.  
[https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019_overview_ru.pdf) (дата обращения: 30.11.2019).
2. О.В.Тиницкая, Г.В. Макарова. Свободные экономические зоны. Санкт-Петербург. 2014. – 17 с.
3. О. Павук СЭЗ в Латвии набирают обороты. Материалы международного круглого стола-семинара. Балтийская международная академия. Рига. 20.05.2015. 7 с.
4. Свободные экономические зоны Эстонии <http://catalog.fmb.ru/estonia2016-10.shtml> (дата обращения: 25.11.2019).
5. On Taxation in Free Ports and Special Economic Zones, <http://www.likumi.lv> (дата обращения: 10.11.2019).
6. ОЭЗ и свободные порты Латвии <https://www.vid.gov.lv/ru/specialnye-ekonomicheskie-zony-i-svobodnye-porty> (дата обращения: 25.11.2019).
7. О. Павук. Почему снижается приток в Ригу иностранных инвестиций. Baltic-Course.com. 22.02.2017.
8. Ārvalstu tiešo investīciju sadalījums pa rajoniem/pilsētām. Lursoft statistika.  
[https://www.lursoft.lv/lursoft\\_statistika/?&id=507](https://www.lursoft.lv/lursoft_statistika/?&id=507) (дата обращения: 12.12.2019).

# РЕГИОНАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ДРАЙВЕРЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Юлия Олеговна Иванова, Российская Федерация,  
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», к.э.н.,  
заместитель декана по учебной и воспитательной работе Факультета международного туризма,  
спорта и гостиничного бизнеса, старший преподаватель Департамента менеджмента

## АННОТАЦИЯ

Интеграция российского высшего образования в международную среду обострила существовавшую на национальном рынке конкуренцию и актуализировала вопросы будущности и престижности российского образования. В последние годы на деятельность российских образовательных организаций высшего образования (далее – ООВО) повлияло реформирование системы образования, глобализация, неблагоприятная демографическая ситуация, что повлекло за собой рост конкуренции не только на внутреннем, но и на международном рынке образовательных услуг.

**Ключевые слова:** имидж, конкуренция, образование, рейтинг, университет.

## ABSTRACT

The integration of Russian higher education into the international environment exacerbated the existing competition on the national market and updated the issues of the future and prestige of Russian education. In recent years, the activities of Russian educational institutions of higher education have been affected by the reform of the education system, globalization, and an unfavorable demographic situation, which has led to increased competition not only in the domestic, but also in the international market for educational services.

**Key words:** image, competition, education, rating, university.

## ВВЕДЕНИЕ

В 1962 году Дичер Е. сказал, что «маленькая фраза ‘сделано в ...’ может иметь огромное влияние на восприятие и успех продуктов» [1]. Анализ литературы свидетельствует о том, что на протяжении многих лет наиболее благоприятным имиджем обладают страны так называемого Западного мира. В 1989 году была опубликована канадско-венгерская статья «Национальные стереотипы в оценке продуктов в социалистической стране» [2], в которой авторы установили, что для венгерских потребителей наиболее привлекательными являлись товары из США, Канады, Японии и Швеции. В ходе опросов венгры отвечали, что данные страны являются лидерами мировой политики, надёжными и честными партнёрами, их жители обладают утончённым вкусом. Незаметно для себя, венгры переносили данные характеристики и на продукты, произведённые в этих странах.

В сфере высшего образования и «страны происхождения» образовательных организаций высшего образования сохраняются те же тенденции и стереотипы, что и в отношении потребительских товаров 30 лет назад. Учебные заведения, расположенные в Великобритании, США, Германии, Австралии, Канаде, Японии при формировании своего имиджа и продвижении на мировом рынке образовательных услуг активно эксплуатируют привлекательный имидж своих стран. Хотя не всегда за понятием «британский колледж» или «американский университет» стоит учебное заведение того уровня, который предполагает иностранный студент, выбирая место для получения образования. Высшее образование является хорошо устоявшимся глобальным рынком, особенно в крупных англоязычных странах, с ежегодно увеличивающимся количеством международных студентов. Согласно прогнозу Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры, в 2025 году численность иностранных студентов во всём мире может достигнуть 7,2 млн человек.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В будущем будет усиливаться либерализация международной торговли в сфере высшего образования, что уже сейчас законодательно закреплено включением экспорта образовательных услуг в Генеральное соглашение ВТО по торговле и услугам (GATS). Это привело к возникновению философии экспорта высшего образования. Ряд авторов [3; 4] утверждают, что высшее образование постепенно становится высокодоходной отраслью экономики, основой которой являются иностранные и отечественные студенты и их средства. Австралия, Великобритания и США ежегодно принимают около 36% всех международных студентов, уезжающих учиться по обмену. Экономический эффект от международных студентов является колоссальным. В США студенты из других стран ежегодно приносят до 18 миллиардов американских долларов год. В Австралии международное образование является третьей по величине экспортной отраслью. Учитывая важность международных студентов, необходимо осознавать увеличение конкуренции среди поставщиков высшего образования.

Несмотря на глобализацию рынка образовательных услуг, существует мало литературы по вопросу влияния имиджа страны в контексте услуг, тем более международных образовательных услуг. А между тем имидж страны особенно важен для таких услуг, как образование, поскольку их трудно оценить заранее и высок риск восприятия, который может повлиять на предпочтения студентов. Нематериальный характер образовательных услуг затрудняет оценку их качества. Понимание того, что в итоге влияет на окончательный выбор студента, поможет поставщикам образовательных услуг осуществлять более эффективные маркетинговые стратегии и мероприятия по формированию своего имиджа. Ряд учёных [4] выдвинули гипотезу о том, что имидж страны имеет важное значение при выборе иностранными студентами места для обучения.

Структура имиджа рейтинговой ООВО является пирамидальной и состоит из взаимосвязанных элементов, отражённых на рисунке 1. В основе имиджа любой ООВО находится имидж страны, региона, города нахождения и происхождения. В силу исторических, экономических и политических причин страны и прочие территориальные категории обладают разным имиджем, оказывающим большое влияние на восприятие учебного заведения и качества получаемого в нём образования. Схожим образом на имидж ООВО влияет имидж органа ведомственной принадлежности, если речь идёт о государственном учебном заведении.

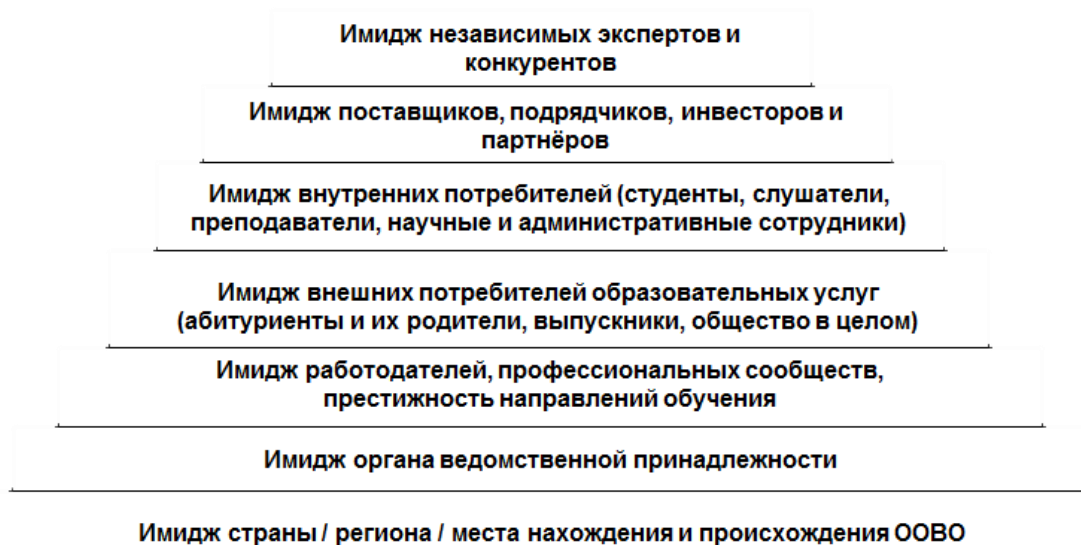


Рисунок 1. Структура имиджа образовательной организации высшего образования.

Источник: составлено автором

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ИХ ОЦЕНКА

Имидж страны, который является общим отражением восприятия страны потребителями, образовался из понятия страны происхождения. Имидж страны рассматривался в качестве «упаковки», которая влияет на убеждения потребителей о продуктах и, в свою очередь, на их отношение к бренду производителя. Имидж страны может улучшить или ухудшить представление потребителей о качестве продуктов. Он также может повлиять на решение студентов выбрать университет в той или иной стране.

Учитывая важность влияния имиджа страны на предпочтения потребителей, маркетологи должны знать их мнение о той или иной стране. Маркетологи могут использовать те же характеристики для описания своей продукции, что используются и в отношении их страны [5]. Благоприятный имидж страны может быть использован в контексте продвижения образовательных услуг на внешних рынках. Так, имидж Великобритании как страны очень сильный и позитивный и оказывает благоприятное воздействие на имидж британского образования. Имидж Великобритании позволяет ей эффективно конкурировать с Германией и Канадой, чем объясняется усиливающаяся маркетинговая активность со стороны британских университетов. Согласно исследованиям, большинство иностранных студентов не видят существенной разницы между дипломом Оксфордского университета и дипломом университета Оксфорд Брукс (Oxford Brookes), для них значение имеет только то, что диплом получен в Великобритании. Таким образом, можно сказать, чем позитивнее имидж страны, тем больше информации о её университетах представлено на международном рынке образования, тем больше возможностей привлекать иностранных студентов и финансирование.

В 1989 году Хан С. [6] представил концепцию «суммарного эффекта», согласно которой отношение потребителей (позитивное или негативное) к конкретной продукции/компании из другой страны может привести к позитивному или негативному восприятию этой страны. Точно также имидж университета влияет на имидж страны. Имидж отдельных университетов тесно связан с имиджем всего высшего образования в целом. Позиция университета в рейтингах является одним из элементов его имиджа. В случае с Великобританией, имидж всего высшего образования этой страны был сформирован несколькими престижными университетами, занимающими лучшие места в рейтингах. Университетские рейтинги и «таблицы лиг» становятся всё более важной частью сферы высшего образования, характеризующегося в настоящее время растущей глобальной конкуренцией. В частности, системы рейтингов, которые сравнивают учебные заведения внутри страны и за рубежом, имеют большое значение в США, Канаде, Китае, Германии и Великобритании. Анализ международных научно-исследовательских проектов, направленных как на представление высшего образования в стране в целом, так и на выделение ключевых аспектов высшего образования, ранжируя и классифицируя их, позволяет сделать ряд выводов о конкурентоспособности национальных систем высшего образования.

## ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Позиция университета в рейтингах тесно связана с его имиджем. Являясь отражением большинства факторов привлекательности образовательной организации, рейтинг показывает её эффективность и конкурентоспособность на рынке образовательных услуг. В свою очередь, достигнутая университетом позиция в престижном рейтинге может быть использована в ходе приёмной кампании, для привлечения грантов и перспективных учёных и т.д., что будет благоприятно влиять на имидж учебного заведения.

Ряд авторов [7] обращает внимание на связь имиджа и рейтинга вуза с его экспортными возможностями. Старые и хорошо зарекомендовавшие себя университеты с большим экспортным

опытом находятся в рейтингах выше, чем новые университеты с недавно проявившейся экспортной активностью. На старые и престижные университеты спрос среди студентов традиционно больше (часто превышающий предложение), чем на новые университеты. Можно утверждать, что хорошо зарекомендовавшие себя учебные заведения меньше ориентированы на рынок, полагаются на свой имидж, престиж и репутацию. Новые университеты, наоборот, более активны, даже агрессивны в своих маркетинговых мероприятиях по отношению к зарубежным рынкам. Эти учебные заведения чаще отдают предпочтение рыночной модели поведения. Они же более активны при освоении тех стран и рынков, которые пока не настолько чувствительны в отношении рейтингов, тем самым получая конкурентное преимущество на будущее, повышая свою узнаваемость и укрепляя позиции перед приходом на эти рынки всемирно известных университетов. В случае с университетами с низким рейтингом использование бизнес-подхода и маркетинговых стратегий является необходимым, поскольку только путём прямого общения со своими целевыми аудиториями они смогут донести до них информацию о том, что низкая позиция в рейтинге не всегда означает образование плохого качества.

Таким образом, анализ показал, что во многих странах с развивающейся экономикой, в том числе и в России, на рынке образовательных услуг отмечается ужесточение конкуренции между вузами, которые ищут новые способы повышения своей привлекательности для потребителей в условиях глобализации, интеграции с зарубежными системами образования, перехода к основанной на знаниях экономике. Это требует от вузов эффективного использования способов повышения конкурентоспособности, включая методы неценовой конкуренции, связанные с имиджем.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Dicher, E. The world customer / E. Dicher // Harvard Business Review. – 1962. - 40(4). – P. 113-122.)
2. Papadopoulos, N. National stereotypes and product evaluation in socialist country / N. Papadopoulos, L.A. Heslop, J. Beracs // International Marketing Review. – 1989. - 7(1). – P. 32-47.
3. De Vita, G. Rethinking the internationalization agenda in UK higher education / G. De Vita, P. Case // Journal of Further and Higher Education. – 2003. - 27(4). – P.383-398.
4. Mazzarol, T. The push-pull factors influencing international student selection of education destination / T. Mazzarol, G.N. Soutar // International Journal of Education Management. – 2002. - 16(2). – P. 82-90.
5. Baker, M. Country of origin as a source of competitive advantage / M. Baker, L. Ballington // Journal of Strategic Marketing. – 2011. - 10(1). – P. 157-168.
6. Han, C.M. Country image: Halo or summary constant? / C.M. Han // Journal of Marketing Research. – 1989. - 26(2). – P. 222-229.
7. Cadogan, J. Key antecedents to ‘export’ market-oriented behaviors: A cross-national empirical examination / J. Cadogan, N. Paul, R. Salminen, K. Puumlainen, S. Sundqvist // International Journal of Research in Marketing. - 2001. - 18(3). - P. 261-282.

# ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ SMM-СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Валентина Григорьева, Россия, РАНХиГС,  
к.э.н., доцент Отделения национальной экономики, vallsheff@mail.ru

## АННОТАЦИЯ

Усиление горизонтальных связей между потребителями в цифровом обществе диктуют компаниям необходимость эффективно осуществлять он-лайн коммуникации с пользователями социальных медиа. Аудитория социальных медиа в России растет стремительными темпами и продвижение товаров и услуг компании с помощью оперативных и гибких SMM-инструментов на цифровых площадках становится насущной необходимостью. Автором предложен пошаговый алгоритм разработки SMM-стратегии с учетом современных тенденций развития социальных медиа.

**Ключевые слова:** smm-стратегия, социальные медиа, мониторинг социальных медиа, медиа-контент.

## ABSTRACT

Strengthening horizontal relationships between consumers in a digital society dictates the need for companies to effectively implement online communications with social media users. The audience of social media in Russia is growing at a rapid pace, and the promotion of company goods and services with the help of fast and flexible SMM tools on digital platforms is becoming an urgent need. The author proposes a step-by-step algorithm for developing an SMM strategy taking into account current trends in the development of social media.

**Key words:** smm strategy, social media, social media monitoring, media content.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION.

**Проблема исследования:** многие компании имеют официальные аккаунты в социальных медиа, однако, данное присутствие является формальным, потому что даже при большом количестве аудитории наблюдается низкий уровень вовлеченности и удержания пользователей, нерегулярное размещение контента, использование однообразного «зеркального» контента, не адаптированного под специфику площадки, отсутствие реагирования со стороны компаний на вопросы и комментарии пользователей.

**Актуальность:** глобальный бум социальных медиа обусловлен целым рядом их преимуществ перед традиционными каналами передачи информации, а именно: возможностью диалога, прямым открытым контактом с целевой аудиторией, растущей ценностью отзывов и комментариев пользователей социальных сетей о компании/продукте/сотруднике, которые вносят существенный вклад в виртуальный имиджевый капитал бизнеса и становится ценнее с каждым днем. Продвижение продуктов компании с помощью оперативных и гибких SMM-инструментов на цифровых площадках становится насущной необходимостью.

**Цель:** предложить практические рекомендации по разработке SMM-стратегии компании.

**Методы исследования:** сравнительный, логический и статистический анализ официальных и неофициальных аккаунтов компаний в социальных медиа, системный анализ и мониторинг социальных медиа (Brand Analytics), контент-анализ социальных медиа.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS.**

Социальные медиа — это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент (SeoPult).

Social media marketing (далее -SMM) определяется как процесс привлечения трафика или внимания к компании или продукту через социальные платформы, процесс коммуникации компании с пользователем посредством прямого общения и создания контента, который в дальнейшем пользователи будут распространять самостоятельно, без участия организатора [3]. Задачи, которые решает SMM: повышение узнаваемости бренда, привлечение целевой аудитории и ее последующая конвертация в продажи или подписки, взаимодействие с целевой аудиторией до совершения целевого действия, формирование лояльности к компании/продукту, нивелирование негатива по отношению к компании, формирование пула «амбассадоров» компании.

SMM-стратегия интегрируется в digital-стратегию компании, целью которой является интерактивное взаимодействие с потребителем и должна способствовать достижению задач digital-стратегии, потому что большая часть этого взаимодействия находится в социальных медиа. Цели SMM-стратегии компании: повышение узнаваемости и формирование имиджа компании, привлечение новых посетителей на сайт, увеличение числа потенциальных клиентов, повышение лояльности и доверия к компании, оперативное выявление и обслуживание неудовлетворённых клиентов, внедрение комплекса положительных свойств продукции, достижение полной осведомленности покупателей о продукции, развитие инновационных продуктов и поиск новых идей для продуктов и услуг посредством краудсорсинга; тестирование продуктов и др.

Базовыми принципами формирования SMM-стратегии выступают: командная работа заказчика и подрядчика, прозрачность и максимальная открытость, демонстрация ценности, качественный контент и оптимальное соотношение различных типов публикаций, привлечение и вовлечение аудитории прозрачными, «белыми» методами.

Несмотря на то, что вектор развития социальных медиа задан и ниша данных цифровых платформ сформирована, в дальнейшем они будут трансформироваться, модернизироваться и усовершенствовать методы, инструменты и технологии продвижения для привлечения большего количества пользователей. Высокая скорость развития социальных медиа предполагает, что работа над SMM-стратегией должна проходить в течение всего периода, на который она рассчитана.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. RESEARCH RESULTS**

В настоящий момент в мире и в России достаточно много популярных социальных медиа, отличающихся друг от друга по возрастному и гендерному составу аудитории, по качеству и платежеспособности аудитории, по популярности в отдельных городах [3]. По данным SimilarWeb в России самым популярным сайтом на 2019 год является yandex.ru, за ним следуют социальные сети – Вконтакте и Youtube. «Одноклассники» заняли 7 позицию в данном рейтинге. 45% россиян в возрасте свыше 18 лет имеют в среднем 2 аккаунта в соцсети и заходят в них каждый день на протяжении недели. По данным компании Mediascope на февраль 2019 года среднестатистический пользователь интернет 83 минуты в день проводит в социальных медиа [6,14].

При выборе релевантной для определенной сферы бизнеса площадки в первую очередь учитываются следующие характеристики: направленность и активность площадки, социально-демографический и географический состав аудитории, содержание контента.

Тренды развития социальных медиа в России показывают значительное увеличение активности российского сегмента YouTube, Инстаграм и рост российской части Facebook; теряет пользовательскую активность российская часть Твиттера и Живой Журнал.

За последние годы социальные медиа стали более приватными. Многие люди предпочитают обмениваться информацией и общаться в личных сообщениях или в небольших чатах приложений вроде WhatsApp и Messenger. Несмотря на растущую популярность этих платформ, почти три четверти брендов (71%) не задействуют мессенджеры в своих маркетинговых мероприятиях [13].

Мессенджеры и сайты с отзывами набирают популярность среди российской аудитории пользователей социальных медиа. Согласно результатам исследования, мессенджеры в 2018 году заняли первое место по популярности у россиян, сместив с первой строчки звонки с помощью сотовой связи. Самыми популярными мессенджерами в России в 2019 году являются WhatsApp (83%), Viber (61%), Skype (53%) и Telegram (40%) [7]. Появляются новые площадки, например, TikTok, возрастная категория которого - 13-17 лет. Виды социальных медиа представлены в Таблице 1.

Таблица 1

**Виды социальных медиа**

| <b>Виды социальных медиа</b>             | <b>Примеры площадок</b>                                                      |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Тематические площадки</b>             | КиноПоиск, TripAdvisor, MySpace, RuSpace, Gamesport и др.                    |
| <b>Блоги</b>                             | LiveJournal, WordPress и др.                                                 |
| <b>Микроблоги</b>                        | Twitter, Yammer и др.                                                        |
| <b>Виртуальные сетевые игры</b>          | Майнкрафт, World of Warcraft и др.                                           |
| <b>Социальные сети общей тематики</b>    | Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, Livejournal, Pinterest, Snapchat, TikTok |
| <b>Деловые социальные сети</b>           | ПрофессионалыRu, LinkedIn и др.                                              |
| <b>Специализированные сети</b>           | e-Learning PRO и др.                                                         |
| <b>Закрытые социальные сети</b>          | ХабрХабр, Лепра                                                              |
| <b>Дейтинги</b>                          | Badoo, Mamba и др.                                                           |
| <b>Производство совместного контента</b> | Wikimedia, e-library, Яндекс.Карты и др.                                     |
| <b>Социальные закладки</b>               | PBworks, CiteULike, Google Reader и др.                                      |
| <b>Новости</b>                           | Digg, NowPublic, Reddit, Newsvine и др.                                      |
| <b>Сервисы фото и видео</b>              | Instagram, Vine, YouTube, Pinterest, Flickr и др.                            |
| <b>Геосоциальные сервисы</b>             | Foursquare и др.                                                             |
| <b>Мессенджеры</b>                       | WhatsApp, Телеграм, Viber, Snapchat и др.                                    |
| <b>Сайты-отзовики</b>                    | IRecommend.ru, Отзовик, Yell, Zoon                                           |
| <b>Онлайн - форумы</b>                   | Тематические, закрытые, открытые                                             |

*Источник: составлено автором на основе анализа площадок социальных медиа*

По результатам исследования Global Digital Report 2018 около 27% пользователей принимают решение о приобретении товаров и услуг после положительного опыта взаимодействия в социальных медиа. Главными причинами этого являются: оперативная обратная связь с компанией - 48%, промо-акции - 46%, образовательный контент - 42% интересные зрительные образы - 38%, юмористический контент - 36%, эксклюзивный контент - 35% [12].

А.А. Сенаторов определяет качественный контент как релевантную (и по возможности оригинальную) информация, способная вызвать интерес у аудитории и сохранить ее лояльность [5]. Ричард Лью отмечает, что соцсети в целом будут уделять больше внимания упорядочиванию и качеству контента, и, возможно, ограничений на рекламу станет больше [13]. Для решения бизнес задач и сохранения аудитории оптимально использовать соотношение разных типов контента, например, 35% — вовлекающий, 35% — пользовательский, 30% — обучающий, 5% — рекламный.

Тенденции развития интернет-контента:

- интерактивный контент становится все более востребованным, пользователю требуется контент «нового типа», в котором ему отводится не пассивная, а активная роль;
- возобновление интереса пользователей к лонгридам – длинным постам;
- использование исчезающего контента;



- увеличение видеоконтента до 80% процентов. Статистика показывает, что 85 % пользователей просматривают лишь первые 15 секунд, поэтому самая важная информация располагается в самом начале видеоролика;

- рост популярности «стримминга» трансляций в реальном времени с места событий без монтажа. Такая популярность говорит о том, что пользователи предпочитают самостоятельно делать выводы, а не доверять информации и материалам комментаторов;

- использование сторителлинга. Особенности сторителлинга в он-лайн среде заключаются в том, что аудитория сама выбирает темп чтения; письменные истории можно пересматривать и редактировать, в возможности вовлечения пользователей в создание общей истории [1,4,11].

Для формирования контент-плана используются следующие рубрики: информация о компании, информация о продукте, анонсы мероприятий, сравнение технологий/инструментов, интересные факты о компании/продукте, интервью с экспертом, инфоргафика, рубрика с цифрами, конкурсы, видеоуроки и др.

По мнению экспертов, видимость поста в социальной сети в скором времени будет зависеть от контента, его релевантности, уникальности и интереса для аудитории, которая отдает предпочтение нативной рекламе [8].

## **ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSIONS, SUGGESTIONS.**

Таким образом, алгоритм разработки стратегии присутствия и продвижения в социальных медиа включает в себя следующие шаги:

1. Мониторинг/диагностика присутствия компании и исследование стратегий продвижения в социальных медиа компаний-конкурентов. Мониторинг социальных медиа - это поиск упоминаний компании/продукта/руководителя и сотрудников компании/конкурентов, по ключевым словам, процесс сбора выборки текстов пользователей (основанной на тех или иных критериях отбора) и её интерпретации (анализ динамики, тематики и тональности упоминаний). Результаты мониторинга предоставят необходимую информацию для принятия решения о том, как компании стоит функционировать в социальных медиа пространствах.

Инструментами мониторинга являются: системы онлайн-мониторинга (Brand Analytics, Youscan, IQBuzz, Wobot и пр.); ручной мониторинг, который осуществляется с помощью универсальных инструментов - поисковых систем Яндекс и Google; веерная система поиска сообщений – нахождение запросов на ресурсах, которые не поддаются индексированию через стандартные поисковые системы. На сегодняшний день отсутствует единая универсальная поисковая система, которая индексировала бы абсолютно все площадки, поэтому рекомендуется использовать комбинацию нескольких поисковых инструментов, что позволяет получить максимальную выборку и не упустить важных сообщений.

На данном этапе компании необходимо определиться с типом коммуникации в социальных медиа, выбрать платформы (собственный канал распространения информации компании, собственное медиа) или активации (рекламные кампании, направленные на решение конкретной задачи, например, анонсирование информации, поддержка запуска нового продукта, увеличение посещаемости сайта) [2,8,10].

2. Разработка основных целей и ключевых показателей эффективности (KPI- key performance indicators)

3. Выбор релевантной площадки в социальных медиа.

4. Проработка и выбор концепции позиционирования: позиционирование по компании; позиционирование по интересам (отрасли, товару, услуге); смешанное позиционирование. Стоит заметить, что набирает популярность ведение блогов или персональных страниц владельцами

компаний, пропадает безымянность сотрудников компаний, компании стремятся показывать реальных людей, делая тем самым процесс коммуникации наиболее близким, понятным и доверительным.

5. Описание портрета целевой аудитории. Сегментация целевой аудитории может проводиться по следующим признакам: демографическим (пол, возраст), географическим (страны, регионы, области, города, районы), социально-экономическим (образование, уровень дохода, занятость), например, в сегменте B2B необходимо определить должность лица, принимающего решение; психологическим (черты характера, потребности и пр.). Детальная сегментация осуществляется с помощью анализа истории покупок и покупательского поведения пользователей с помощью BigData-инструментов и привлечения к интерпретации результатов специалистов-аналитиков с универсальным спектром компетенций (лингвистика, социальная психология и др.).

6. Определение редакционных правил и требований к оформлению аккаунта: выбор названия для страницы/аккаунта/группы в социальных медиа, дизайн и кастомизация инструментов, вовлечение членов команды, формирование минимальной аудитории.

7. Разработка контентной политики, контент-плана и графика публикаций.

8. Выбор навигационных элементов (набор используемых тегов, локаций, отметок профилей партнеров, сотрудников) – системы средств, которые помогают искать пользователям нужную информацию [10].

9. Составление прогнозов развития по KPI. Определение бюджета, конкретных метрик и показателей эффективности.

10. Разработка алгоритма официального реагирования на вопросы и комментарии пользователей, разработка скриптов по часто задаваемым вопросам.

11. Выбор методов SMM-продвижения:

- таргетированная реклама – рекламное объявление в социальных медиа, нацеленная на определенный сегмент аудитории;

- нативная реклама - естественная реклама, где внимание к компании/продукту привлекается в контексте самой площадки;

- интерактивная реклама в Stories;

- органическая реклама («платный посев») - размещение платных публикаций в уже раскрученных группах и пабликах;

- офферы или предложения - размещение купонов со специальными предложениями, акциями и скидками на продукты компании для подписчиков группы;

- регулярное наполнение блогов/страниц/групп релевантным контентом с использованием креативной составляющей: проведение конкурсов, флеш-мобов и пр.; размещение вирусного контента;

- интерактивные игровые и конкурсные механики;

- работа с лидерами мнений. Лидеры мнений (макроинфлюенсер), имеющие миллионы подписчиков, постепенно отходят на второй план и их место занимают микроинфлюенсеры - нишевые блогеры, с небольшой аудиторией и с высоким коэффициентом вовлеченности (более 3%);

- поисковая оптимизация внутри социальных сетей;

- кросс-промо - совместные рекламные кампании или дисконтные программы партнерами.

Однако, стоит отметить, что ограничиваться только лишь социальными медиа явно недостаточно - пользователь должен иметь возможность получать дополнительную информацию о деятельности компании посредством других он-лайн каналов коммуникаций как сайт, email, мессенджеры, контекстная реклама, видео-реклама, цифровые СМИ и каналов офф-лайн коммуникаций.

Комплексный подход к разработке SMM-стратегии дает следующие преимущества: более высокий уровень доверия аудитории (по сравнению с прямой рекламой); возможность детальной сегментации целевой аудитории, большой охват целевой аудитории с высокой степенью точности посредством таргетинга за короткие сроки; независимость от региона; высокая скорость сбора и

обмена информацией помогает своевременно скорректировать SMM-стратегию; обратная связь от пользователей в режиме реального времени позволяет оперативно реагировать на пожелания и замечания пользователей.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF REFERENCES AND OTHER SOURCES

1. *Аннэт Симмонс* Сторителлинг. Как использовать силу историй. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2013, 272 с.
2. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др.; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 236-237 с.
3. *Кевин Брукс, Уитни Кесенбери*. Сторителлинг в проектировании интерфейсов. Как создавать истории, улучшающие дизайн. Издательство «Манн, Иванов и Фербер». Москва, 2013, 317 с.
4. *Сенаторов А.А.* Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях. Издательство: ООО «Альпина Паблишер». Москва - 2018. – 153 с.
5. Социальные сети в цифрах. Отчет. Электронный ресурс – режим доступа: <https://mediascope.net> (Дата обращения 04.10.2016)
6. Тенденции монетизации контента в Интернете. Медиапотребление в России – 2019. Отчет международной консалтинговой компании Deloitte. Электронный ресурс – режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (Дата обращения 08.12.2019)
7. *Тумов В.О.* «Комьюнити-менеджмент. Стратегия и практика выращивания лояльных сообществ. Издательство: АСТ - 2019, 272 с.
8. Учебник по SMM. Электронный ресурс – режим доступа: [https://blog.ingate.ru/books/smm-study/?utm\\_source=Newseonews&utm\\_medium=portal&utm\\_campaign=EbookPR](https://blog.ingate.ru/books/smm-study/?utm_source=Newseonews&utm_medium=portal&utm_campaign=EbookPR) (Дата обращения 04.10.2016)
9. *Чекмарёв С.Г.* Социальные сети для бизнеса в России. ООО «Омега-Л», - 2018, 114 с.
10. *Энди Серновиц*. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. Издательство: Манн, Иванов и Фербер. –Москва 2016, 240 с.
11. GLOBAL DIGITAL REPORT 2018. Электронный ресурс – режим доступа: <https://digitalreport.wearesocial.com/> (Дата обращения 08.12.2019)
12. Richard Liu. Here are 5 Trends Marketers Need To Know For 2020. Электронный ресурс – режим доступа:<https://medium.com/yought-blog/here-are-5-trends-marketers-need-to-know-for-2020-582a58c89e8f> (Дата обращения 10.12.2019)
13. Report State Of Social 2019 Электронный ресурс – режим доступа: <https://buffer.com/state-of-social-2019> (Дата обращения 09.12.2019)
14. Website Traffic Statistics & Market Intelligence. Электронный ресурс – режим доступа: <https://www.similarweb.com/> (Дата обращения 10.12.2019)

# РАЗВИТИЕ ЭКОТУРИЗМА НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Узденова Карина, Россия

магистрант Финансового университета при Правительстве РФ  
Факультет международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса

e-mail: [ezdenk@mail.ru](mailto:ezdenk@mail.ru)

доц. Департамента менеджмента Финансового университета, к.э.н., Сергей В. Илькевич

## АННОТАЦИЯ

Расходы в секторе туризма по-разному влияют на экономику, но с каждым днем растет значение данного сектора на экономику страны. Повышение уровня развития туризма в стране наблюдается с увеличением доли его в экономике. В связи с новыми экономическими и технологическими разработками у туристского потребителя произошли изменения во вкусах. Из-за современного ритма жизни: где все куда-то спешат, опаздывают, туристы хотят тишины и покоя - подальше от больших городов, моря, среди девственной природы, но с хорошим ненавязчивым обслуживанием. Поэтому направление - экотуризм становится все популярнее. Многие страны используют природную среду и создают специальную инфраструктуру для экотуризма, не нанося ущерб окружающей среде. Наличие чистейшего горного воздуха и нетронутая природа позволяют Северному Кавказу быть одним из самых подходящих мест для экотуризма. За несколько лет экотуризм стал на Кавказе основным видом отдыха. В данной статье рассматривается актуальность экотуризма, перспективы его развития и роль в экономике.

Ключевые слова: Экотуризм, Северный Кавказ, инфраструктура, природные ресурсы.

## ABSTRACT

Expenditure in the tourism sector affects the economy differently, but every day the importance of this sector to the economy of the country grows. The increase in the level of tourism development in the country is observed with an increase in its share in the economy. Due to new economic and technological development, the tourist consumer has had changes in tastes. Because of the modern rhythm of life: where everyone is in a hurry, late, tourists want silence and peace – away from big cities, the sea, among virgin nature, but good unobtrusive service. Therefore, the direction – ecotourism is becoming more popular. Many countries use the natural environment and create special infrastructure for ecotourism without damaging the environment. The availability of the purest mountain air and intact nature allow the North Caucasus to be one of the most suitable places for the ecotourism. In a few years ecotourism has become the main type of recreation in the Caucasus. This article discusses the relevance of ecotourism, its development prospects and its role in the economy.

Keywords: ecotourism, North Caucasus, infrastructure, natural resources.

## ВВЕДЕНИЕ

Если вспомнить девяностые или двухтысячные года, то такого интереса к природе и экологическому отдыху, как сейчас не наблюдалось. Однако сейчас из-за ухудшения экологической ситуации, а именно: нехватка природных ресурсов, глобальное потепление, вымирание редких видов животных и растений, загрязнение океанов и тд, люди стали бережнее относиться к окружающей среде и природе.

Несмотря на то, что природная среда является основным элементом туризма, иногда она оказывает негативное влияние на окружающую среду. Туризм, используя природные и экологические

ресурсы, наносит ущерб культурным и природным ресурсам. Водные запасы, флора и фауна являются основными факторами, которые демонстрируют взаимосвязь туризма и окружающей среды. В целом экологическая среда, названная экосистемой, имеет жизненно важное значение для развития и устойчивости туризма. Опираясь на вышесказанное, можно сказать, что туризм зависит от защиты и рационального использования окружающей среды. Загрязнение окружающей среды влияет на здоровье человека, природное богатство территорий и также приводит регионы к дифференциации и потере ресурсов, что связано и с туристской деятельностью.

Природная среда, определяемая как туристический продукт, отражается на снижении негативного воздействия на окружающую среду со стороны туристических предприятий ценностях, которые можно получить от охраны окружающей среды, и позитивном развитии отношения туристов к окружающей среде. Поэтому экотуризм играет важную роль в секторе туризма, поскольку он имеет фактор устойчивости.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Понятие туризма время от времени приобретает такое значение, как зеленый туризм, природный туризм и дикий туризм. При целевом использовании экотуризм может стать источником экосистемы и развития социально-экономического благосостояния населения регионов. Если принять во внимание нищету и лишения сельского населения, которое уезжает в горные районы, то экотуризм может стать фактором снижения дисбаланса между социальными классами.

Благодаря росту заинтересованности со стороны потребителя, экотуризм становится самым быстрорастущим элементом туризма, темпы роста которого растут с каждым годом. Согласно сообщению директора программы по сохранению биоразнообразия WWF России Дмитрия Горшкова, экологический туризм охватывает 25% мирового рынка туризма. [6]

В связи с этим, при анализе литературы можно найти множество определений экотуризма. Согласно Гослингу, экотуризм включает в себя путешествия по девственным и необитаемым районам. Еще одно определение было дано международным обществом экотуризма, указывая на то, что экотуризм организован небольшими группами, то есть проживание и питание предоставляются местными, мелкими формами.

Экотуризм — это экотуризм, в котором человек путешествует к тому, что он/она считает относительно нетронутой природной областью и находится более чем в 40 км от дома, главным образом, чтобы изучать, восхищаться или ценить пейзажи и дикие растения, и животные, а также существующие культурные проявления, обнаруженные в этом районе.

Местные общины, управление ресурсами и туроператоры являются необходимыми компонентами модели развития экотуризма, эта точка зрения является наиболее четкой относительно слияния между охраной природы и туризмом.

Нет ни одного международно принятого определения экотуризма из-за разнообразия понимания и признания. С учетом этого факты в определение экотуризма могут быть включены следующие моменты:

- Достопримечательности должны быть преимущественно природой;
- Взаимодействие посетителей с этими достопримечательностями должно быть сосредоточено на обучении или образовании;
- Опыт и управление продукцией должны следовать принципам и практике, связанным с экологической устойчивостью.

Всемирная туристская организация определяет экотуризм, как ответственное путешествие, направленное на охрану окружающей среды местного региона и повышения благосостояния местного населения. [1]

Обобщая все приведенные выше определения, можно предложить следующее определение экотуризма, как поездки в менее измененные природные регионы и/или использование этих ресурсов в регионе без какого-либо ущерба с условием охраны природных ресурсов и уважения культурного населения.

По данным международной ассоциации по экотуризму, участникам экотуризма требуются разнообразные мероприятия, на земле и воде. Самые популярные из них - наблюдение за дикой природой, посещение охраняемых территорий и пешие прогулки.

Рост спроса на экотуризм привел к проведению различных исследований в этой области. Одно из них провело канадское правительство в 1994 году для анализа рыночного спроса, который показал, что экотуристы отличаются от обычных туристов уровнем дохода, уровнем образования, уровнем расходов, опытом путешествий и возрастом. Согласно исследованиям, те кто присоединяется к экотуризму, более образованы, им от 35 до 54 лет, они тратят больше, их доход высокий, и они чаще путешествуют.

На данный момент для определения экологических сегментов используется классификация NMI (Natural Marketing Institute). В этом случае потребители делятся на пять категорий по их отношению к экологии [1]:

- Равнодушные, то есть туристы, которые не заинтересованы в экологических проблемах из-за отсутствия времени и средств;
- Традиционные. Путешественники, относящиеся к данной категории прагматичны, поддерживают экологические инициативы, когда им выгодно;
- Не определившиеся, как правило следуют моде;
- Сторонники натурального-заботятся о своем здоровье, даже если это вредит природной среде;
- Борцы за экологию. Активные люди, ведущие здоровый образ жизни и заботятся об окружающей среде. [2]

Как правило в экотуризм участвуют туристы из развитых стран (США, Канада, Германия и другие), которые посещают места в развивающихся странах (Непал, Нигерия, Кения и другие). Одним из первых направлений экотуризма была Кения. Таким образом, при развитии экотуризма, восемьдесятых прибыли в Кению в целях экотуризма, в результате чего в 1990 году экономика страны получила более 350 млн. долл. Постепенно экотуризм захватил и Россию. В 2019 году в серьез занялись развитием туризма: на охраняемых территориях открылись новые экологические маршруты, сохраняется биоразнообразие территорий, были созданы экопроекты. Самыми крупными экопроектами стали: экотропа в Калининградской области «Королевский бор», «Босоногая тропа» в Кисловодском нацпарке (Ставропольский край) и экотропа в Кавказском заповеднике (Краснодарский край, Адыгея, Карачаево-Черкесия).

Северный Кавказ является одной из тех территорий, которая характеризуется биоразнообразием, богатыми природными ресурсами и гостеприимством со стороны местного населения. Говоря о природных ресурсах, Северный Кавказ расположен на границе субтропического и умеренного пояса, благодаря чему климат его достаточно мягкий и теплый, зима длится не более двух месяцев, а лето продолжается почти полгода. Являясь самым богатым по составу флоры территорией России, Кавказ включает в себя около 4 000 видов дикорастущих растений, 125 из которых встречаются только там.

Богатая природа Северного Кавказа открывает широкие возможности для экотуризма. Хотя это еще не такой популярный вид туризма, он обладает огромным потенциалом для развития и открывает широкие возможности для инвестиций.

Можно выделить 2 фактора развития туризма: фактор, сдерживающий спрос и фактор, сдерживающий предложение туристских услуг. К первой группе отнесем следующее: туристы, которые выбирают экотуризм, хотят отдохнуть в спокойном тихом месте, поэтому будут избегать места с большим количеством людей; для спокойного отдыха также необходимо гарантировать им

сто процентную безопасность; в начале необходимо привлечь потребителя, с чем могут возникнуть трудности из-за наличия некоторых недостатков в продвижении имиджа дестинации. Ко второй группе факторов отнесем проблемы развития в труднодоступных районах туристской инфраструктуры; исключить превышение предельной нагрузки на природные туристские ресурсы; неподготовленные гиды-проводники. [5]

В России существует национальный экологический рейтинг регионов, в котором в 2019 году Карачаево-Черкесская республика заняла первое место среди регионов СКФО. Республика заняла 17 место в экологическом рейтинге. Сводный индекс Карачаево-Черкесии составляет 61/39 пунктов. Сводный индекс каждого региона рассчитывался по показателям трех индексов: природоохранного, промышленно-экологического и социально экологического.

Для развития экотуризма на Северном Кавказе необходимо решить следующие задачи:

- Решение проблем, связанных со средствами размещения и инфраструктурой. Одной из основной проблемой считается «транспортная тупиковость», то есть отсутствие возможности доехать до места назначения;
- Формирование и соблюдение современной нормативно-правовой базы развития туризма и системы государственного регулирования туристской деятельности;
- Соблюдение мер по обеспечению безопасности;
- Ввести проект по поддержке занятости, то есть подготовка и повышение квалификации работников в туристской области.

## **ВЫВОДЫ**

Экотуризм, по сравнению с массовым туризмом, сокращает число туристов и распространяет туризм в течение года, снижает давление на природную среду, готовит планы по снижению ущерба, следит за долгосрочными экономическими интересами. Главной целью экотуризма является организация путешествий небольшими группами в природную среду и создание возможностей для туристов отдыхать и следить за жизнью местного населения. Таким образом, благодаря контролируемым турам по экотуризму уровень загрязнения окружающей среды снижается одновременно с достижением экономического благосостояния местного населения.

Наряду с указанными целями экотуризма, всемирная туристская организация также определяет следующие цели:

- Забота о благосостоянии местного населения;
- Защита биоразнообразия;
- Информирование туристов и местного населения по экологическим вопросам;
- Обеспечение должного отношения и поведения к природным ресурсам;
- Обеспечение ограниченного потребления редких ресурсов;
- Обеспечение возможностей трудоустройства для местного населения.

Можно сделать вывод, что в целом экотуризм обеспечивает выгоды не только для природной среды, но и для местного населения. Именно поэтому регионам, организующим экотуризм, прежде всего необходимо обучать местных людей тому, как относиться к экотуристам и как пользоваться редкими природными ресурсами. С этой целью дестинации формируют климат для развития местных и региональных малых туристических фирм, с тем чтобы они смогли эффективно работать.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Grant, J. Great marketing. Strategic Direction - 2008-№24 (6)-с.25-27.
2. Божук С.Г., Плетнева Н.А., Евдокимов К.В. Стратегии маркетинга экологически ориентированных туристских предприятий / Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2017 г. с. 124-128;
3. Бюллетень Международного общества экотуризма. Режим доступа: [http://www.ecotourism-russia.ru/eshche\\_odna\\_vnutrennjaja/bjulleten\\_mezhdunarodnogo\\_obschestva\\_ekoturizma\\_ties\\_.html](http://www.ecotourism-russia.ru/eshche_odna_vnutrennjaja/bjulleten_mezhdunarodnogo_obschestva_ekoturizma_ties_.html) (дата обращения 05.12.2019)
4. К природным истокам: экотуризм захватил Россию/ Газета.ru 13.08.2019
5. Хрусталева Е.Ю., Боташева А.С.-Х. Роль экологического туризма в развитии экономики региона (на примере Карачаево-Черкесской республики) / Региональная экономика: теория и практика. 2011 г. с. 31-37;
6. Экотуризм занял четверть мирового рынка путешествий / Интерфакс 30.03.2019;



# ВЛИЯНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА

Лада Симакова, Россия,  
Финансовый университет при Правительстве  
Российской Федерации, г. Москва,  
Бизнес-технологии в индустрии туризма,  
enigma009\_97@mail.ru  
доцент, кандидат философских наук, Александр Аверин

## АННОТАЦИЯ

Благодаря передовым вычислительным возможностям и повсеместному распространению мобильные устройства стали легким инструментом для туристических путешествий. Широкое распространение сегодня получили и мобильные приложения, которые существенно меняют наше понимание туристических поездок. Основываясь на этом аргументе, в статье проводится анализ актуальности существующих мобильных приложений для туризма и возможности для их развития.

**Ключевые слова:** мобильное приложение, путешествия, индустрия туризма, исследование.

## ABSTRACT

Thanks to advanced computing capabilities and ubiquity, mobile devices have become an easy tool for tourist travel. Mobile applications have also become widespread today, which significantly change our understanding of tourist trips. Based on this argument, the article analyzes the relevance of existing mobile applications for tourism and opportunities for their development.

**Keywords:** mobile application, travel, tourism industry, research.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

На сегодняшний день мировой туристический рынок обладает огромным количеством еще не обнаруженных возможностей, которые требуют от компаний решения их проблем. Очевидно, что все большее количество людей начинают пользоваться мобильными устройствами и использовать тематические мобильные приложения. Автор предлагает оценить потенциальную потребность в более совершенных мобильных решениях для путешествий. Цель этого исследования — выявить потребности путешественников в мобильных технологиях. Для достижения поставленной цели автором был проведен опрос среди 357 участников. Это исследование было направлено на получение более глубокого понимания опыта путешествий в больших масштабах и на изучение путей дальнейшего улучшения мобильных приложений. В целом опрос состоял из 25 вопросов. Основные вопросы касались того, на каких этапах путешествия участники используют свои туристические приложения, какие приложения они используют, насколько эти путешественники удовлетворены предлагаемыми решениями и какие улучшения они хотели бы видеть в ближайшем будущем.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS.

По результатам исследования автор отмечает, что подавляющее большинство участников (91,7%) ответили на вопрос: «Сколько раз в год вы путешествуете?» — предпочитают быть вдали от дома не менее двух раз в год (Рисунок 1). Более трети опрошенных сообщили, что путешествуют

четыре или более раз в год. Исходя из этого результата можно предположить, что люди, которые многократно путешествуют, имеют большее желание сократить свои усилия по планированию поездки. Также, как и следовало ожидать, значительное количество участников владеют смартфоном (87,5%) и планшетом (71,3%).

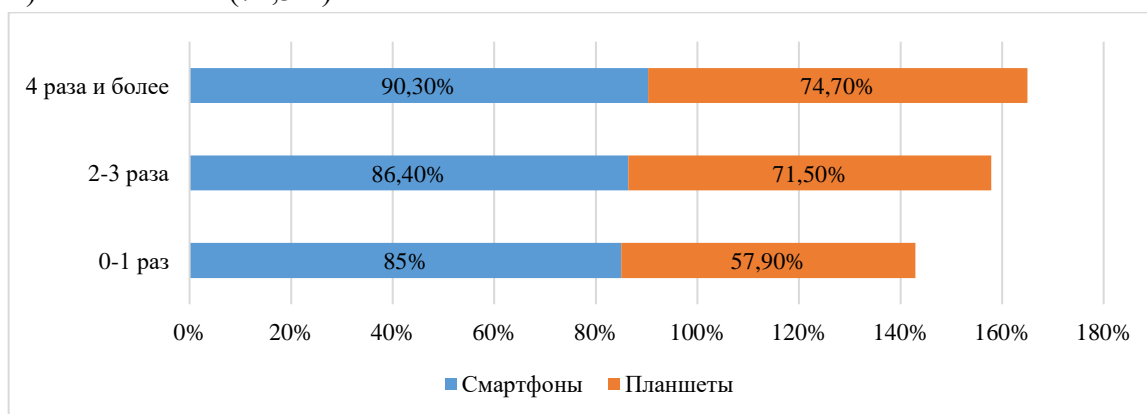


Рисунок 1. Доля участников, владеющих мобильными устройствами, по частоте поездок

Кроме того, когда участников спросили, какое из своих устройств они возьмут с собой в поездку, подавляющее большинство ответили — смартфоны (90,6%), против планшетов (74,6%) и все они не смогут отправить в путешествие без гаджета (Рисунок 2).

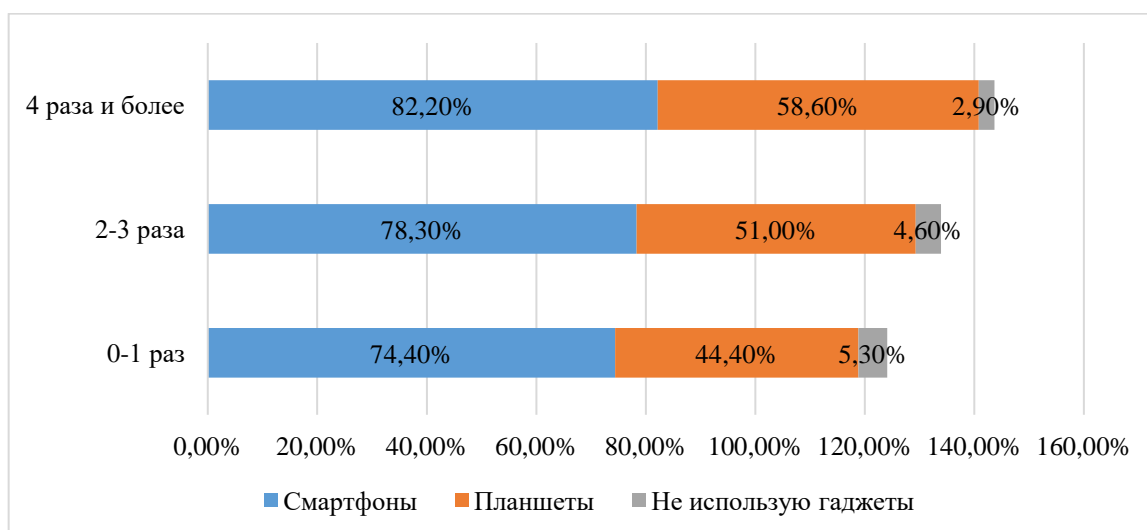


Рисунок 2. Доля устройств, используемых участниками в путешествиях

Как видно из Рисунка 2, чем чаще участники путешествуют, тем выше вероятность того, что они активно используют свои смартфоны и планшеты. Основываясь на этих фактах, автор делает вывод, что часто путешествующие участники, как правило, более часто используют гаджеты, а значит, более открыты для добавления новых элементов виде мобильных приложений на свои экраны, что улучшить поездки.

Напротив, 3,9% участников отметили, что не используют мобильные устройства во время своих путешествий, что представляет собой явное меньшинство. Относительно небольшое число отрицательных ответов подкрепляет аргумент того, что смартфоны стали полностью интегрированной частью процесса путешествий. Таким образом, можно отметить, что мобильные технологии все глубже проникают в сферу туризма. Однако, стоит отметить, что участники в этом блоке вопросов не указали, какие приложения они используют. Поэтому автор может установить только прямую связь между приложениями и гаджетами.

В целом, большинство (61%) участников назвали досуг своей основной целью путешествий, тогда, как только 31,8% назвали бизнес основной причиной поездки. Кроме того, среди всех

опрошенных наиболее популярным видом отдыха были городские каникулы (73%) и пляжный отдых (48%), за которыми следовали встречи с родственниками и друзьями (39%), сельские (27%) и приключенческие путешествия (22%). Автор также поинтересовался, сколько приложений для путешествий участники установили на свои устройства. Подавляющее большинство (40,3%) указали 5 и более, в то время как число от 1 до 4 приложений варьировалось в пределах 10-15%. На сегодняшний день автор не смог найти специального исследования, которое показывало бы, сколько приложений в среднем установлено пользователями. Однако, в отчете Nielson (2014) говорится, что в среднем активно используется около 29 приложений в месяц.

Участники опроса также утверждали, что в среднем они используют 2,5 приложения во время своего путешествия в то время, как только 3,4 туристических приложений имеют предназначенную для этой цели функциональность. Это подтверждает ранее сделанный вывод о том, что почти 2/3 участников используют подобные приложения уже во время путешествия.

Независимо от того, на каком типе устройства работают приложения, участникам было предложено оценить, насколько они удовлетворены существующими приложениями для путешествий, которые они используют (Рисунок 3).

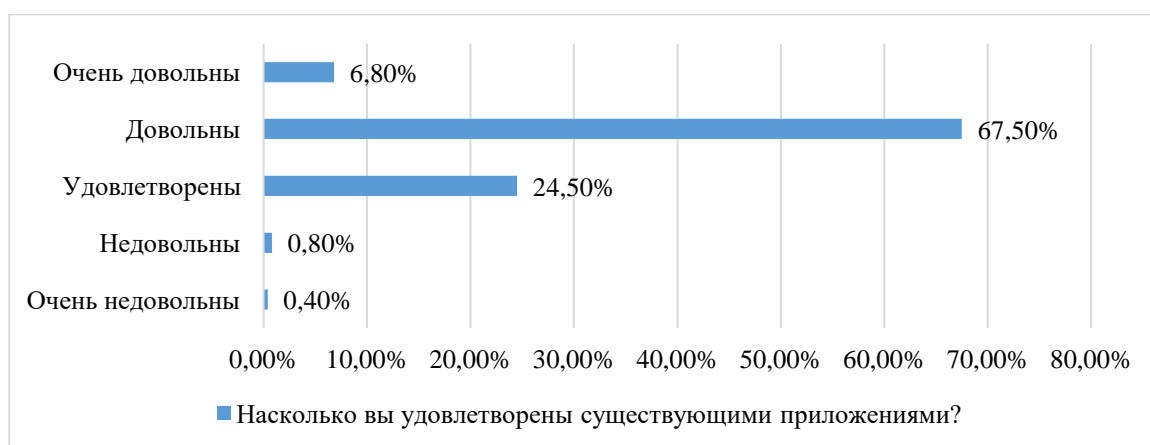


Рисунок 3. Удовлетворенность поездкой с использованием приложений

В целом, участники имеют положительные впечатления, только 1,2% участников утверждают, что они недовольны или очень недовольны. Однако, становится ясно, что доля людей, очень довольных своими приложениями едва превышает 1/20 от всех ответов (6,8%). Большинство пользователей указали, что они в целом удовлетворены (67,5%) или имеют нейтральную позицию (24,5%) в отношении своих туристических приложений. По итогам опроса на данный вопрос автор делает вывод, что средняя оценка удовлетворенности существующими туристическими приложениями составляет 3,5/5 звезды. Отметим, что данные приложения также имеют оценку 3,5 в магазине предложений iOS/Android. Для сравнения, согласно оценкам, 100 лучших приложений оцениваются в среднем как 4,3 звезды в Google Play Store и 3,9 звезды в Apple Store. Ну основании этих результатов, можно сделать вывод, что пользователи в какой-то степени удовлетворены своими туристическими приложениями, но определенно видят возможности для улучшений.

Чтобы дополнительно изучить, какие потенциальные негативные аспекты приводят к этой посредственной оценке, автор попросил участников выразить то, что им больше всего не хватало во время их туристических поездок. Больше всего участники хотели бы видеть большое количество приложений, которые не требуют подключения к сети Интернет за границей (71,6%), другие выявили желание в приложениях, которые позволяли бы обратиться за советом к местным жителям (61,1%), многие также отметили, что хотели бы через приложения получать информацию о своем местонахождении (58,9%). Более того, примерно 1/5 часть («1,1%») всех респондентов заявили, что хотели бы видеть необходимую информацию о товаре или услуге через камеру своего гаджета. Другие заявления включали поиск точек доступа Wi-Fi в зарубежных городах, маршрутизацию офлайн-карт

и поиск людей с похожими интересами поблизости.

Автор также задал вопросы, касающиеся количественной оценки (Рисунок 4). Ему было важно знать, сколько составит потенциальная отдача от инвестиций для разработчиков, чтобы удовлетворить запросы конечного потребителя. Таким образом, участников сначала попросили указать, какие функции они хотели бы иметь в идеальном мобильном приложении для путешествий. В ответах сравнивались результаты вопроса о том, как функции они использовали ранее и хотели бы видеть в будущем.

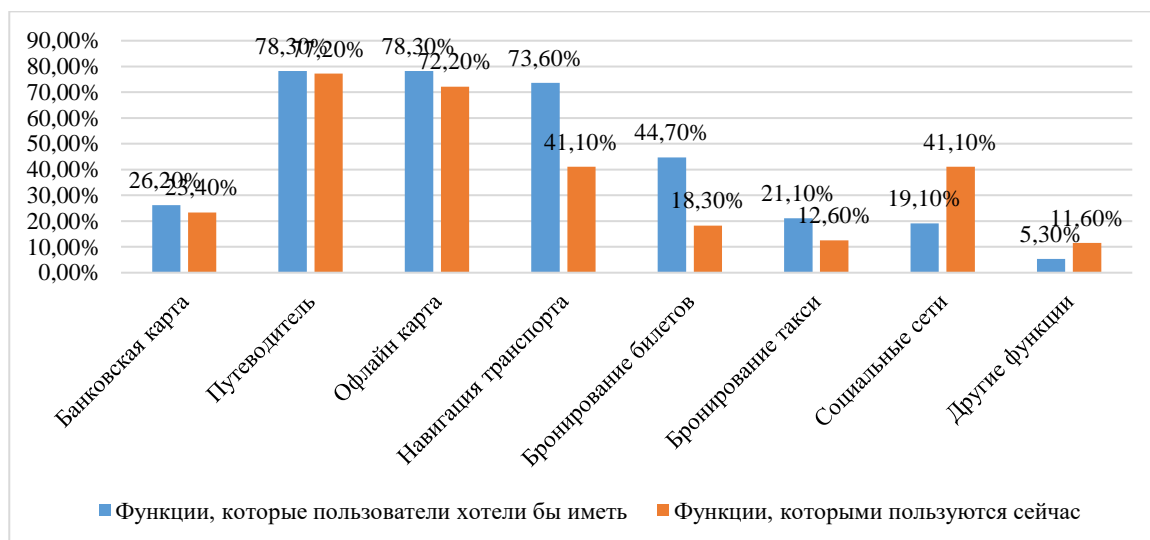


Рисунок 4. Функции, которые пользователи хотели бы видеть в идеальном приложении для путешествий

Из рисунка видно, что существуют достаточно однородные тенденции в использовании путеводителей и автономных карты, что указывает на общее удовлетворение текущими приложениями. Тем не менее, интерес к приложениям для общественного транспорта значительно вырос (73,6%) по сравнению с тем, насколько они используются в настоящее время (41,1%), что делает их третьей наиболее востребованной функцией. Это утверждение указывает на то, что фактически диапазон приложений, связанных с общественным транспортом, либо слишком мал, и не предназначен для путешествий, либо, как правильно, существует не в форме, которая удовлетворяет требованиям пользователей. Независимо от того, какие из этих причин лежат в основе, очевидно, существует большой потенциал для улучшения впечатлений от поездок благодаря улучшению и адаптации таких приложений. Аналогичным образом, в двух категориях, связанных с бронированием, произошли значительные изменения: бронирование билетов увеличилось на 144,3%, а бронирование такси — на 67,5%. Эти данные отражают большие возможности роста для услуг в этом секторе индустрии туризма. Это становится особенно интересным для новых появляющихся компаний и услуг, учитывая, что как туры, так и такси представляют области с высокой степенью монетизации.

Напротив, социальные сети демонстрируют обратное движение: менее половины пользователей проявляют желание улучшить идеальное приложение для путешествий. Однако, автор отмечает, что в данном случае пользователи могут сознательно исключить функции социальных сетей из своего идеального туристического приложения, так как считают, что социальные сети не относятся к сфере путешествий. В целом, довольно посредственный рейтинг туристических представлений и ожиданий у участников указывает на хорошую возможность для роста и развития приложений в этой сфере.

Кроме того, участников опроса попросили указать, предпочитают ли они, чтобы все эти функции были перечислены в одном универсальном приложении или скорее распределены между несколькими одноцелевыми приложениями (Рисунок 5). Несмотря на растущую тенденцию разделения функций на отдельные приложения, пользователи однозначно выбрали одно приложение (71,4%). Как правило, это связано с огромным негативным протестом мобильных пользователей, когда Facebook решил

создать отдельное приложение для чата. Универсальное приложение может иметь больше пользы, так как пользователям не приходится переносить на свои устройства дополнительные приложения, это позволяет значительно расширить охват за счет разделения функций, и, следовательно, максимизировать стратегию роста и монетизацию компании.

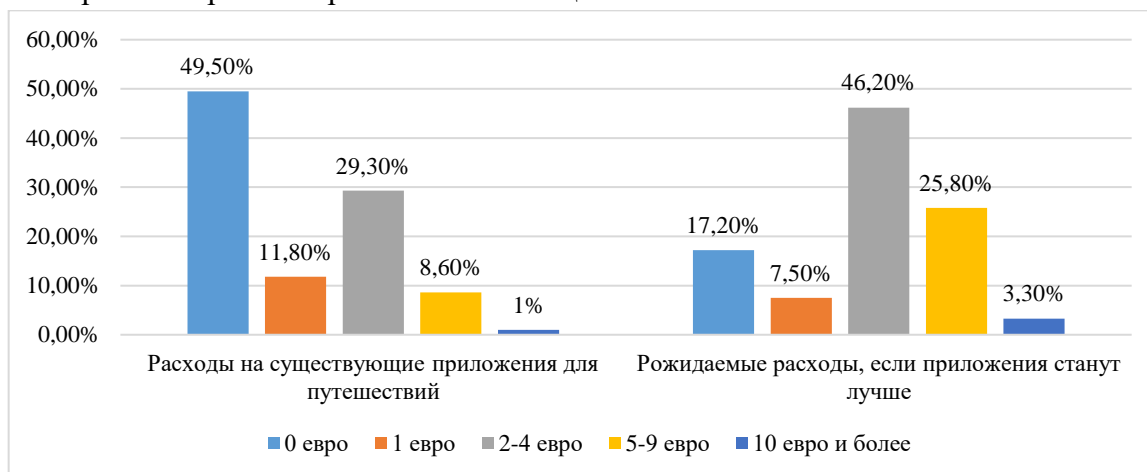


Рисунок 5. Расходы на приложения для путешествий, реальность и ожидания

Как видно из Рисунка, подавляющее большинство (почти 50%) заявили, что, как правило, не тратят деньги на приложения для путешествий, что указывает на явные ожидания, что они смогут получать контент и функции бесплатно. Однако, если пользователи получают идеальное приложение, то уже 17,2% не будут готовы платить. Аналогично, количество пользователей, готовых потратить всего один евро, уменьшилось на 1/3 с 11,8% до 7,8%, тогда как готовность к более высоким ценам тоже выросла. Фактически, самый высокий ценовой уровень уже не равен нулю, а теперь представлен сегментом от 2 до 4 евро в 46,2% по сравнению с 29,3% ранее. Кроме того, почти 2/3 пользователей заявляют, что готовы потратить от 2 до 9 евро на приложение для путешествий, которое будет соответствовать их предпочтениям. Также, рост был замечен среди тех пользователей, которые заявили, что могут потратить более 10 евро. Несмотря на более, чем трехкратный рост, самый высокий ценовой сегмент остается эксклюзивным и составляет 3,3%.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует тесная связь между готовностью тратить больше денег на приложение для путешествий и желанием улучшить существующие приложения. Данное положение следует рассматривать как основу для разработчиков, видящих огромные потенциальные экономические возможности.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS.

В целом, опрос показал, что пользователи, как правило, не полностью довольны производительностью своих текущих приложений для путешествий, поэтому автор отмечает, что на сегодня все еще недостаточно инноваций в этой области, чтобы революционизировать опыт путешествий в мобильных приложениях. Kevin May (Tnooz) утверждает, что туристические приложения сегодня служат для того, чтобы пользователи могли бронировать билеты, создавать маршруты, хотя их производительность может быть намного лучше и эффективнее. Wilfried Schaffner (Tripwolf) рассматривает эту проблему под другим углом. Он полагает, что количество одноцелевых приложений приводит к тому, что потребители перегружены количеством доступных приложений и функций. Поэтому, он полагает, что приложения для путешествий должны быть полезны на всех этапах путешествия, чтобы пользователи получили больший доступ к функциям. Этот аргумент подтверждает результаты опроса, согласно которому большинство пользователей предпочитают одно многоцелевое приложение, а не несколько одноцелевых. Тем не менее, тонкая и четкая направленность приложений оказалась важным фактором успеха в мобильной экосистеме, что

необходимо учитывать при создании многоцелевого приложения.

Данное исследование подтверждает предположение о том, что, хотя спрос на существующие приложения вырос, туристическая индустрия не поспевает за растущими потребностями путешественников, что приводит к большим расхождениям между тем, как путешественники в настоящее время используют приложения, и какие функции они хотят иметь. Также участники опроса отметили, что готовы тратить больше денег на приложения, если они будут полностью удовлетворять их запросы. Поэтому задача компаний во всем мире заключается в том, чтобы предоставить путешественникам необходимые инструменты, которые улучшат путешествия благодаря всем технологическим возможностям.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF REFERENCES AND OTHER SOURCES**

1. Humphreys, L. (2018). Mobile social networks and urban public space. *New Media & Society*, 23(5), 763-778.
2. Van der Duim, R. (2018). Tourismscapes: An Actor-Network Perspective. *Annals of Tourism Research*, 47(5), 961-976.
3. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. Пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2019 — 165 с.
4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб. Пособие для СПО / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. И доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.
5. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учеб. Пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 326 с.
6. Туристское страноведение. Центральная Европа : учебник для академического бакалавриата / под науч. Ред. Ю. Л. Кужеля. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 513 с.

# РОССИЙСКИЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ СЕКТОР: ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖТОПЛИВНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Михаил Казимирский, Россия,  
Финансовый университет при Правительстве  
Российской Федерации, г. Москва,  
Бизнес в электроэнергетике,  
[mihailskazimirskis@yandex.ru](mailto:mihailskazimirskis@yandex.ru)

доцент, кандидат философских наук, Александр Аверин

## АННОТАЦИЯ

Диверсификация топливной смеси дает возможность увеличить экспорт нефтяного топлива и служит инструментом экологической политики, поскольку все альтернативные виды транспорта позволяют сократить прямые выбросы. В секторе автомобильных перевозок Россия отстает от большинства других стран: нефтепродукты составляют 99% энергетического баланса сектора, а потребление газомоторного топлива и электроэнергии остается незначительным. В то же время спрос сектора на нефтепродукты составляет до 90% от общего внутреннего потребления.

**Ключевые слова:** автомобильная отрасль, биотопливо, межтопливная конкуренция, перспективы развития рынка, синтетическое моторное топливо, электроэнергия.

## ABSTRACT

Diversification of the fuel mixture makes it possible to increase the export of oil and serves as an environmental policy tool, since all alternative modes of transport can reduce direct emissions. In the road transport sector, Russia lags behind most other countries: oil products account for 99% of the sector's energy balance, while gas and motor fuel and electricity consumption remain insignificant. At the same time, the sector's demand for petroleum products amounts to 90% of total domestic consumption.

**Key words:** automobile industry, biofuel, inter-fuel competition, market development prospects, synthetic motor fuel, electricity.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Диверсификация топливной отрасли автомобильного транспорта является новой глобальной тенденцией. В 1990-2013 гг. мировая доля нефтепродуктов (которые исторически доминировали в этом секторе) снизилась с 99% до 95%, несмотря на значительный рост общего потребления энергии в этом секторе. Это произошло из-за растущего спроса на электроэнергию, природный газ, биотопливо и синтетическое моторное топливо, полученное из природного газа и угля. Кроме того, интерес сектора к новым типам энергии постоянно растет, как среди потребителей, так и среди производителей автомобилей.

Настоящее исследование преследует следующую цель — выявить реальные перспективы развития электромобилей в России.

Под методологической основой научного исследования понимается совокупность методов научного познания, используемых автором для достижения цели диссертационного исследования. Среди основных методов автор выделяет: обобщение, дедукцию, абстрагирование, метод экономико-математического моделирования, теоретические методы и другие.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS.

В 2015 году потребление энергии в российском транспортном секторе составило около 65 миллионов тонн нефтяного эквивалента; 99% из этого приходилось на нефтяное топливо. Доля бензина составила 60%. Оставшийся один процент потребления пришелся на природный газ в сжатом виде.

На первый взгляд такая структура энергопотребления в секторе автомобильных перевозок одного из крупнейших в мире экспортеров и производителей нефти выглядит вполне естественной, особенно с учетом того, что внутренние розничные цены на нефтепродукты практически на 50% ниже, чем в Европе. Однако есть несколько причин полагать, что эта структура не является оптимальной для страны.

Во-первых, в России регулярно возникают проблемы с поставками на внутренний рынок высококачественного высокооктанового бензина. Особенно острый дефицит возник в 2011 году, когда Омскому НПЗ и Ангарскому нефтехимическому заводу пришлось проводить внеплановый ремонт и техническое обслуживание, в 2012 году, после аварии на Московском НПЗ, и в 2014 году, когда авария на Ачинском НПЗ совпала с отложенным завершением ремонтных работ на Ярославском НПЗ. Если спрос на бензин будет продолжать расти, расширение и модернизация необходимых производственных мощностей и поддержка инфраструктуры нефтеперерабатывающего сектора потребуют значительных инвестиций.

Второй фактор, который вызывает сомнения относительно структуры топливного баланса российского автомобильного сектора, заключается в том, что несколько российских городов с населением более миллиона человек сталкиваются с серьезными экологическими проблемами, а нефтепродукты, доминирующие в секторе автомобильных перевозок, являются относительно «грязными» энергоресурсами. Например, в среднем, выбросы CO<sub>2</sub> от автомобилей, работающих на газе, на 20-25% ниже, чем у бензиновых автомобилей того же класса, а выбросы очень токсичных оксидов азота на 90% ниже, чем у дизельных автомобилей.

В-третьих, нефть и нефтепродукты являются основными источниками валютных доходов Российской Федерации. По данным Росстата, доля этих продуктов в структуре стоимости экспорта превысила 45% даже в кризисном 2015 году.<sup>26</sup> Более активное использование альтернативных видов топлива в секторе автомобильных перевозок позволило бы России экспортировать больше нефти и нефтепродуктов, что поможет наращивать экспортный потенциал страны по примеру Ирана.

Все вышеперечисленные причины можно рассматривать как стимулы для правительства поощрять замену нефтепродуктов в секторе автомобильных перевозок альтернативными источниками энергии. Однако степень такого сдвига будет в значительной степени зависеть от предпочтений потребителей, а именно от того, насколько более привлекательными будут выглядеть имеющиеся альтернативы с точки зрения затрат, удобства и экологических характеристик.

Чтобы оценить будущие перспективы появления нового сочетания энергоносителей в секторе автомобильных перевозок, автору необходимо проанализировать различные аспекты межтопливной конкуренции с учетом предпочтений потребителей и ожидаемых мер государственного регулирования.

Межтопливная конкуренция становится все более активной в современном транспортном секторе. Обычные виды топлива на основе масла конкурируют с альтернативными источниками энергии, которые можно разделить на прямые и косвенные заменители:

---

<sup>26</sup> [Рассчитано авторами с использованием данных ЦБ РФ. Режим доступа: [http://www.cbr.ru/statistics/?PrtlId=svs] от 15.11.2019.]



1. Прямые заменители, которые не требуют, чтобы автомобилисты радикально модифицировали свои автомобильные двигатели:
  - биотопливо, изготовленное из заводских материалов: биоэтанол и биодизель;
  - топливо из угля в жидкость и из газа в жидкость.
2. Косвенные заменители, которые требуют радикальной модификации транспортных средств и потребительской инфраструктуры, такие как:
  - Электроэнергетика;
  - Электрические или гибридные автомобили;
  - Топливные элементы, преобразующие водородную энергию в электроэнергетику;
  - Газомоторное топливо (GMF), изготовленное из природного газа или биометана.

Конечно, не все эти альтернативы находят широкое применение в мире. Например, из-за высоких производственных затрат синтетические топлива GTL и CTL оказались неконкурентоспособными с точки зрения цены на мировом рынке.

Технологии крупномасштабного применения топливных элементов в транспортных средствах по-прежнему рассматриваются в качестве проблемы на будущее. Например, водородный автомобиль Toyota Mirai был продан за 55 000 долларов, что сопоставимо с ценами на автомобили повышенной комфортности. По мнению экспертов, компания получает не прибыль, а убыток от продажи этих автомобилей на сумму до 100 000 долл. США за автомобиль. Для России такого рода цены и отсутствие инфраструктуры заправочных станций пока делают прогноз спроса на автомобили с водородным двигателем неактуальным.

Для биотоплива ключевым ограничением является высокая стоимость. Согласно российскому законодательству<sup>27</sup>, биотопливо классифицируется не как источник энергии, а как этиловый спирт, и облагается акцизным сбором в размере 102 рубля (1,6 долл. США) за литр, в то время как розничная цена топлива на основе нефти составляет около 40 рублей (\$ 0,6) за литр, что, конечно, делает биотопливо неконкурентоспособным.

Положение электричества в качестве альтернативного источника энергии для российского сектора автомобильных перевозок также довольно шатко, в отличие, например, от европейского рынка. Решение московских властей за последние годы сократить троллейбусный парк в пользу дизельных автобусов приводит к расширению потребления нефтепродуктов в этом сегменте, однако стоит отметить, что параллельно реализуются значительные планы по покупке электрических автобусов. Если эта тенденция сохранится, спрос на электроэнергию в сегменте крупнотоннажных автомобильных перевозок будет связан со снижением в среднесрочной перспективе, однако есть основания для его будущего роста из-за широкого использования электрических автобусов.

Что касается увеличения количества электромобилей, то на российский рынок снова влияют несколько ограничивающих факторов. Например, до 90% продаж новых автомобилей в России приходится на бюджетный сегмент (до 13 000 долл. США), в то время как доступные электромобили и даже гибридные принадлежат среднему и премиальному сегментам (с ценами от \$ 16 000), поэтому они остаются просто недоступными для среднего потребителя. Еще одна проблема — крайне низкий уровень инфраструктуры обслуживания. Например, только официальные дилеры могут обслуживать доступные на рынке электрические и гибридные автомобили, другие станции технического обслуживания просто не имеют оборудования и квалифицированного персонала для ремонта таких транспортных средств.

Кроме того, в России почти полностью отсутствует инфраструктура зарядки для электромобилей, что значительно снижает их привлекательность для потребителей по сравнению с

---

<sup>27</sup> [Федеральный закон № 171-ФЗ от 22.11.1995 г. «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»]

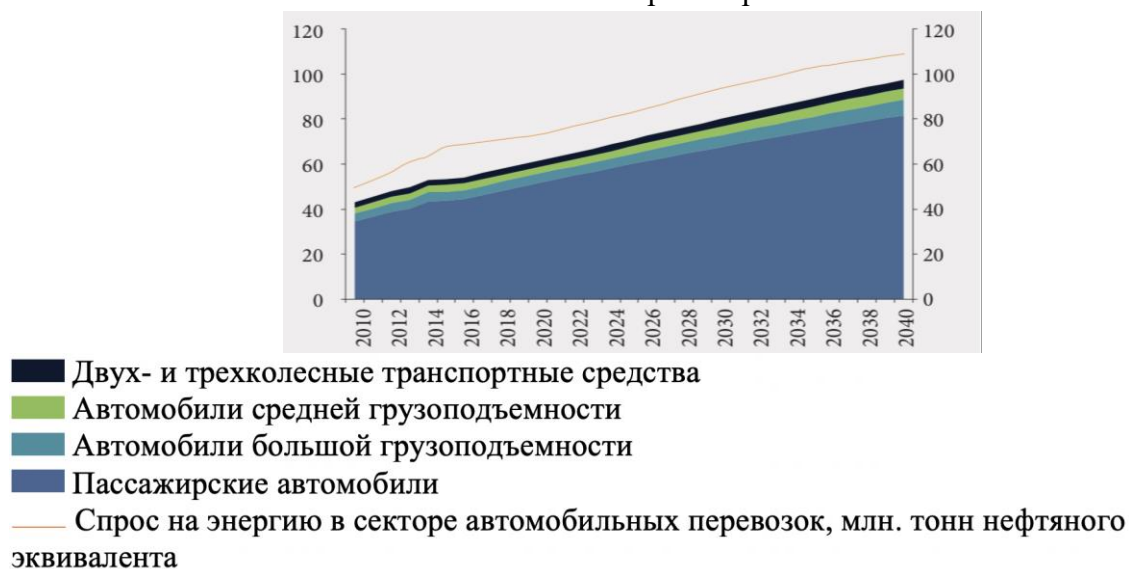
моделями, работающими на бензине, даже при более низких затратах на топливо (в среднем на 67-83% дешевле, чем бензин).

Однако ключевым фактором, ограничивающим широкое использование электромобилей на современном этапе, является их высокая цена: в среднем электромобиль стоит на 25–50% дороже бензинового или дизельного аналогичного класса (во всем мире). То же самое относится и к сегменту грузовых автомобилей (практически без электромобилей средней грузоподъемности). По моему мнению, среднегодовая стоимость владения электромобилем в 2016 году была в два раза выше, чем для автомобилей внутреннего сгорания. Что касается России, то ситуация еще более усугубляется очень ограниченным ассортиментом доступных электромобилей: варианты являются либо сверхкомпактными, относительно непопулярными среди российских потребителей, либо роскошными автомобилями, недоступными для среднего покупателя.

Что касается развития электротранспорта после 2025 года, то можно отметить, что будет происходить строительство общественной инфраструктуры «быстрой зарядки» и создание лучших условий для зарядки автомобилей в домашних условиях (установка зарядных устройств на подземных парковках и в частных зданиях). В целом, к 2040 году ожидается, что инфраструктура зарядки станет сопоставимой с сетью автозаправочных станций. Цены на электромобили будут снижены за счет снижения импортных пошлин (с 25% от цены автомобиля до 0% после 2025 года) и стимулирования внутреннего производства. Автомобили, работающие на альтернативных видах топлива, станут более привлекательными для клиентов благодаря активной рекламе, а также благодаря тому, что они будут ездить по выделенным полосам в крупных городах.

Мои расчеты показывают, что общее количество автомобилей в России, как ожидается, более чем удвоится с 43 до 97 миллионов. Однако это не удвоит спрос на энергию из-за повышенной эффективности. По оценкам, к 2040 году общий спрос на энергию в секторе автомобильных перевозок достигнет 109 миллионов тонн нефтяного эквивалента по сравнению с 64 миллионами тонн в 2015 году [Рисунок 1].

Рисунок 1 Количество автомобилей по типу и общее потребление энергии в секторе автомобильного транспорта



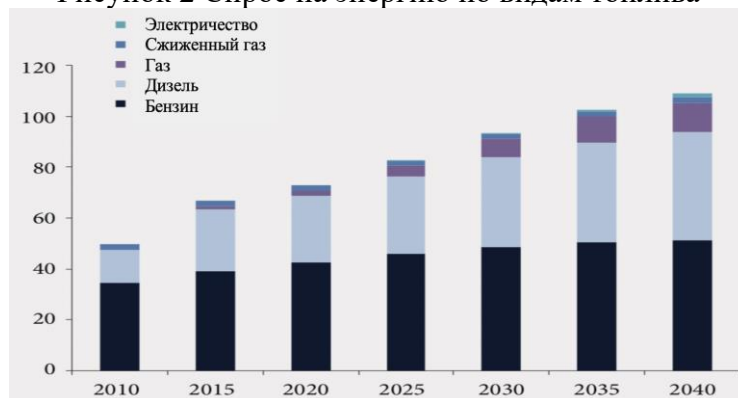
Мои расчеты показывают, что даже если текущая ситуация с продвижением альтернативных видов топлива останется неизменной, межтопливная конкуренция в российском автомобильном транспорте все еще будет расти, вплоть до определенного уровня. Обратите внимание, что сжатый природный газ является ключевой альтернативой нефтепродуктам. Например, даже при относительно пессимистическом «базовом» сценарии его доля в общем потреблении моторного топлива к 2040 году достигнет 11%, или 11,5 млн. тонн нефтяного эквивалента, что сопоставимо с количеством бензина, потребленного в 2014 году. Следует также отметить, что около 35% этой суммы, как ожидается, будет

потребляться автомобилями большой вместимости, которые производят наибольшие выбросы, что приведет к значительному снижению воздействия на окружающую среду.

Если не предпринимать никаких дополнительных усилий для поощрения использования электромобилей, потенциал электричества для замены топлива на нефтяной основе представляется гораздо ниже. Тогда его доля в общем потреблении энергии в секторе автомобильных перевозок не превысит 1% к 2040 году или чуть более 1 миллиона тонн нефтяного эквивалента.

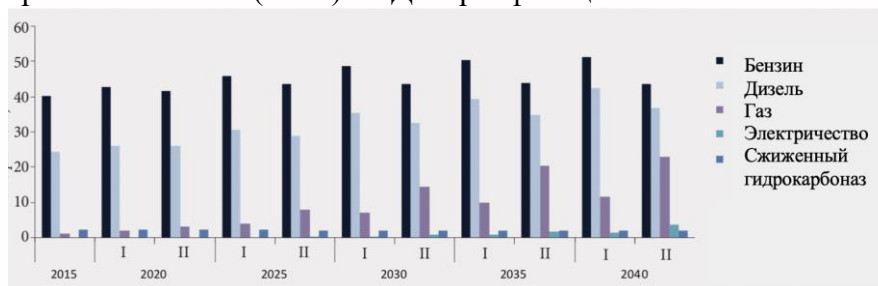
Если нормативные параметры останутся неизменными, нефтепродукты сохранят свое доминирующее положение. Совокупный спрос на такие продукты в секторе автомобильных перевозок к 2040 году достигнет 95,8 млн тонн нефтяного эквивалента [Рисунок 2].

Рисунок 2 Спрос на энергию по видам топлива



Ожидается, что доля электроэнергии в общем потреблении энергии к 2040 году достигнет 3%, или, в абсолютном выражении, 3,5 млн. тонн нефтяного эквивалента [Рисунок 3].

Рисунок 3 Спрос на энергию по видам топлива в российском автотранспортном секторе по сценариям «Базовый» (BAU) и «Диверсификация топливной смеси»



## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS.

Это исследование показало, что у России есть объективные причины для диверсификации структуры топливного сектора страны, а именно:

1. Структурный фактор: по состоянию на 2015 г. импорт бензина оставался на очень низком уровне, но российские НПЗ достигли предела своих производственных мощностей. Потенциал дальнейшего увеличения производства бензина ограничен из-за нехватки инвестиционных ресурсов и отечественных технологий. Увеличение производственных мощностей потребует значительных инвестиций (около 20 миллиардов долларов), что сопоставимо с инвестициями, например, в развитие инфраструктуры газомоторного топлива, которая при условии, что все российские АЗС оборудованы газомоторное топливо оценивается в 12,6–31,5 млрд долл.

2. Экологический фактор: нефтепродукты являются наименее экологически чистым топливом среди рассматриваемых альтернатив. Использование электрики вместо обычного дизельного топлива и бензина уменьшит вредные выбросы городского транспорта в атмосферу на 25%, а переход на электромобили уменьшит прямые выбросы транспортных средств.

3. Экспортный фактор: снижение спроса на нефтепродукты на внутреннем рынке поможет России увеличить соответствующий экспорт.

4. Газовый фактор: рост внутреннего рынка газа может помочь российским производителям газа создать дополнительную нишу для продажи своей продукции внутри страны, что особенно актуально, учитывая ограниченный спрос на внутреннем рынке и на основных европейских экспортных рынках.

Все эти стимулы дают веские основания для рассмотрения вопроса о том, где следует сосредоточить государственную поддержку для содействия диверсификации топливной смеси и повышения привлекательности для потребителей конкретных видов топлива. В конце концов, именно потребительские предпочтения в конечном итоге определяют, решат ли клиенты перейти с нефтепродуктов на альтернативные.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. LIST OF REFERENCES AND OTHER SOURCES**

1. Curran S.J., Wagner R.M., Graves R.L., Keller M., Green J.B. Jr. (2014) Well-to-wheel analysis of direct and indirect use of natural gas in passenger vehicles. *Energy*, no 75, pp. 194–203.
2. Glebova O. (2013) *Gas to Liquids: Historical Development and Future Prospects*, Oxford: Oxford Institute for Energy Studies. Grushevenko E., Grushevenko D., Kulagin V. (2016) *Long-term impact of technological development on European road transportation sector's fuel mix: Focus on electric vehicles*. Paper presented at the 10th International Conference on Electric Power Quality and Supply Reliability.
3. Энергетическая стратегия России на период до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: [http://www.energystrategy.ru/ab\\_ins/source/ES-2035\\_09\\_2015.pdf](http://www.energystrategy.ru/ab_ins/source/ES-2035_09_2015.pdf) (дата обращения 15.11.2019).
4. Активность населения в использовании транспортных услуг. Бюллетень социально-экономического кризиса в России. М.: Аналитический центр при Правительстве РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/7059.pdf>, дата обращения 25.11.2019.
5. Автостат. Аналитическое агентство [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autostat.ru> (дата обращения 13.11.2019)
6. Бобылев Ю.Н., Приходько С.В., Дробышевский С.М., Тагор С.В. Факторы формирования цен на нефть. М.: Институт экономики переходного периода, 2016.
7. ЭРИ РАН, Аналитический центр. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 лет [Электронный ресурс]. URL: <https://www.eriras.ru/files/prognoz-2040.pdf> (дата обращения 03.11.2019).
8. Газпром 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru/press/news/2016/august/article280185/> (дата обращения 13.11.2019)
9. Капустин Н., Грушевенко Д. (2016) Россия уточняет. Энергетический фокус, № 26 (весна), с. 89–94.
10. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 года / Под ред. А.А. Макарова, Л.М. Григорьева, Т.А. Митровой. М.: ИНЭИ РАН и Аналитический центр ПРФ. 2017.

# РЕТРОСПЕКТИВА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ СИНГАПУРА

Ниязалиев Жасур,

ТГИВ, Факультет Экономики и политики зарубежных стран,

[jasur.niyazaliev@gmail.com](mailto:jasur.niyazaliev@gmail.com)

доц., к.э.н. Талипова Н.

## АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию формирования научно-технической и инновационной политики Сингапура. В статье приводится сводная информация о стратегических целях политики в области науки, технологий и инноваций и о соответствующих политических мерах, принимаемых на каждом этапе экономического развития Сингапура.

**Ключевые слова:** инновационная экономика, экономический рост, инклюзивное развитие, технологии, индустриализация, прямые иностранные инвестиции, капиталоемкое производство.

## ABSTRACT

The article is devoted to the study of the formation of science, technology and innovation policy in Singapore. The article provides a summary of the strategic objectives of the science, technology and innovation policies and the relevant political measures taken at each stage of Singapore's economic development.

**Key words:** innovative economy, economic growth, inclusive development, technology, industrialization, foreign direct investment, capital-intensive production.

## ВВЕДЕНИЕ

Наука, технологии и инновации являются важнейшим средством реализации повестки дня в области устойчивого развития последние десятилетия. Узбекистан уделяет большое внимание инновационному развитию, что отражается в словах Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева в ходе визита новостроящегося Научно-практического центра внедрения инноваций отмети: «Важнейшая задача - сформировать инновационное мышление у нашего народа. Где нет инноваций, там не будет развития и конкуренции. Без широкой пропаганды новшеств в этой сфере, формирования у людей умения мыслить и работать по-новому мы не сможем идти в ногу с нынешним стремительно меняющимся временем, научным прогрессом» [1].

Прогнозирование будущего всегда строится с учетом исследования прошедших этапов развития. Для эффективного внедрения технологий в целях интенсивного и устойчивого развития крайне важно сначала наметить практические шаги, необходимые для сбалансированного и комплексного развития. С учетом этих соображений, статья отражает актуальность изучения опыта передовых стран, достигших высоких показателей в инновационно-технологическом секторе. В частности, анализируются этапы становления научно-технической и инновационной сферы Сингапура.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- **Этап пре-индустриализации (1965 – 1980 года):** у Сингапура была слаборазвитая внутренняя промышленная база после обретения независимости в 1965 году. Примерно в это же время развитые страны стремились перенести обрабатывающую промышленность за границу. Правительство Сингапура воспользовалось этой возможностью, как путем к быстрой индустриализации.

Первоначальной стратегией развития страны было привлечение иностранных компаний в трудоемкие отрасли. В течение этого периода Сингапур сильно зависел от иностранных транснациональных корпораций в сфере передачи технологий.

ПИИ продолжали играть важную роль в 1970-х годах, когда Сингапур перешел на фазу развития с более высокими технологиями. Правительство и компании поощряли распространение технологий от транснациональных корпораций к местной экономике. Налоговые льготы были предоставлены производственным компаниям, которые проводили исследования и разработки в Сингапуре. Эта ситуация привела к быстрому росту локального процесса технологического развития в транснациональных корпорациях в середине 1970-х годов. Это создало добродетельный цикл. Возникла база местных вспомогательных отраслей, которые, в свою очередь, инвестировали в приобретение и эксплуатацию импортных технологий. ПИИ также позволили повысить технологические навыки работников посредством обучения на рабочем месте, например, для операторов и техников, работающих в транснациональных корпорациях. Признавая важность квалифицированной рабочей силы для экономического роста, правительство расширило доступ к начальному и среднему образованию.

Были созданы технические учебные заведения, такие как государственные учебные центры и научно-технические учреждения, для создания рабочей силы, необходимой для перехода к наукоемким отраслям с высокой добавленной стоимостью. Эти учебные заведения были ориентированы на отрасли, и они обучили соответствующим отраслевым навыкам. Они были созданы как совместные предприятия между Правительственным советом по экономическому развитию и отраслевыми партнерами, такими как Koninklijke Philips N.V., Seiko Holdings Corporation и Французская федерация электротехнической, электронной и коммуникационной промышленности [2].

**- Этап нагнывания (catch-up) (1981 – 2010 года):** Сингапур перешел к технологической и капиталоемкой экономике в период с 1981 по 2010 годы. Целью научно-технической и инновационной политики было создание современных отраслей с высокой добавленной стоимостью и стимулирование инноваций, чтобы оставаться конкурентоспособными и обеспечивать экономический рост. Сингапур наращивал свои научно-исследовательские мощности, продвигал малые и средние предприятия, и вкладывал значительные средства в человеческий капитал.

С 1980-х годов акцент сместился на развитие местных технологий. Сингапур создал собственный научно-исследовательский потенциал, предоставив частным компаниям стимулы для участия в исследованиях и разработках. Цель научно-исследовательской деятельности Сингапура и его более широкой научно-технической и инновационной политики заключалась в коммерциализации исследований для производства продукции с высокой добавленной стоимостью [3].

В 1980 году ассигнования из национального бюджета позволили предоставить налоговые льготы для производственных компаний, которые занимались НИОКР в Сингапуре, и для институтов, работающих с ними. В 1984 году инициатива в области новых технологий была создана в качестве схемы для предоставления кредитов для исследовательских проектов; цель состояла в том, чтобы помочь компаниям обучить своих сотрудников таким высоким технологиям, как робототехника, микроэлектроника, информационные технологии, биотехнологии, оптические и лазерные технологии, инженерные науки и материаловедение [4].

В ответ на стимулы транснациональные корпорации расширили свою деятельность не только для технологической модернизации, но и для создания центров НИОКР в Сингапуре. Местные фирмы также быстро расширили центры исследований и разработок и начали инвестировать в инновации. Сильный рост сингапурской технологической группы и других крупных компаний, связанных с государством, послужил стимулом для частных инвестиций в исследования и разработки.

С 1990-х годов правительство однозначно признало важность НИОКР в инновационной политике для экономического роста. Первое значительное признание пришло в 1989 году, когда долгосрочная стратегия и направление развития Сингапура подчеркнули необходимость

сосредоточить внимание на исследованиях и разработках, и специализации в нише высоких технологий [5]. Важность инноваций получила большее признание в Стратегическом экономическом плане, сформулированном в 1991 году. Этот акцент на науке и технике привел к разработке первого пятилетнего национального технологического плана и созданию нового уставного совета - Национального совета по науке и технике, в 1991 году. Целью этих инструментов было содействие промышленно значимым исследованиям и разработкам, наращивание научно-технического потенциала и развитие инфраструктуры поддержки науки и техники. За этими шагами последовала разработка второго пятилетнего плана в 1996 году, названный Вторым национальным научно-техническим планом, в соответствии с которым бюджетные ассигнования были удвоены до 4 млрд. сингапурских долларов. К концу столетия акцент сместился на инновации, основанные на знаниях и технологиях, которые рассматривались в качестве следующих драйверов экономического роста.

Сингапур также оказывал поддержку малым и средним предприятиям, особенно в разработке инновационных технологий, с целью стимулирования инновационного роста. Это облегчило доступ к финансам, связывая такие предприятия с НИОКР, и создало благоприятную среду.

В середине 1980-х годов правительство начало продвигать отрасль венчурного капитала для содействия технологическим инновациям и предпринимательству; и в начале 1990-х годов сыграло более непосредственную роль в развитии венчурного капитала, создав новые фонды, такие как Vertex Management Ltd. и EDB Ventures Pte., Ltd. Этот прогресс получил дополнительный импульс в 1999 году благодаря созданию правительством Фонд технопренерства (Technopreneurship Fund) стоимостью 1 млрд. сингапурских долларов. Этот «фонд фондов» был нацелен на привлечение ведущих венчурных капиталистов для использования Сингапура в качестве своего регионального операционного хаба и для подготовки опытных специалистов в области венчурного капитала [6].

Помимо содействия финансированию и доступа к НИОКР, правительство также инвестировало средства в создание вспомогательной инфраструктуры для малых и средних предприятий. В 2006 году в Сингапуре был запущен корпоративный план инноваций в области научных исследований, в рамках которого было инвестировано более 100 млн. сингапурских долларов в МСП для участия в научно-технических исследованиях и разработках, а также для повышения осведомленности об инновациях среди МСП. Правительство Сингапура стимулирует транснациональные корпорации сотрудничать с МСП в разработке инновационных продуктов или услуг.

Сингапур также вложил значительные средства в создание человеческого капитала, необходимого для проведения исследований и инновационной деятельности. *Во-первых*, он укрепил качество системы начального и среднего образования. *Во-вторых*, он стремился развивать специальные таланты. Например, правительство учредило национальную научную премию в рамках программ обучения талантливых специалистов A\*STAR через Совет по экономическому развитию. *В-третьих*, все больше внимания уделяется культивированию инноваций. В 2001 году был запущен национальный план действий по инновациям для повышения осведомленности об инновациях и наращивания инновационного потенциала. *В-четвертых*, Сингапур делает упор на развитие практических талантов и повышение квалификации посредством обучения на рабочем месте. Например, студенты из Сингапурского политехнического университета должны пройти годичную стажировку. Наконец, Сингапур стремится привлечь иностранные таланты. Также есть программы по привлечению ведущих ученых на должности в исследовательских институтах или в качестве профессоров университетов с целью повышения внутреннего потенциала научно-технических инноваций.

- **Этап постнабёрствывания (post catch-up) (2010 – по н.в.):** Признавая, что научно-техническая и инновационная политика и инновации особенно важны для будущего роста, Сингапур постоянно стремится расширять свои возможности в области инноваций. Правительство стремилось построить экономику, ориентированную на инновациях, и страна стала одной из наиболее интенсивно

развивающихся стран в мире и лидером в области внедрения инноваций и технологий в государственное управление.

Правительство разработало несколько программ для поощрения и углубления инноваций в фирмах. Масштабы инноваций и их поддержка расширились, поскольку правительство принимает более целостный подход. Например, правительство создало ваучер на инновации и возможности в 2009 году для поддержки МСП с определенным объемом финансовых ресурсов. В 2012 году план был расширен, чтобы включить приложения из технической области для «мягких» инноваций, которые включают производительность, человеческие ресурсы и управление финансами. Поддержки также была распространена на системные решения, чтобы помочь МСП преодолеть общие проблемы бизнеса и повысить их способность развивать бизнес.

В 2016 году Сингапур запустил SGInnovate, частную компанию с ограниченной ответственностью, полностью принадлежащую правительству Сингапура, для содействия усилиям начинающих предпринимателей по созданию, коммерциализации и масштабированию технологических инноваций. Эта компания пытается развивать возможности в передовых технологиях, особенно в таких растущих секторах, как цифровое здравоохранение и финансовые технологии. Компания также является «куратором», отбирающим и объединяющим в одном пространстве игроков, ориентированных на высокие технологии с целью обеспечения продуктивного взаимодействия и укрепления связей между талантливыми людьми в экосистеме.

Также увеличиваются инвестиции в построение инновационной экономики. В 2016 году был опубликован национальный план «Research Innovation Enterprise 2020», в котором изложен план Сингапура инвестировать около 15 млрд. долл. США в поддержку инноваций и предпринимательства, а также в создание экономики, основанной на знаниях, инновациях и предпринимательстве.

Сингапурская инициатива «Умная нация», начатая в ноябре 2014 года, направлена на использование информационных технологий, Интернета вещей, сетей и больших данных для создания технологических решений для государственного сектора и государственных служб. Некоторые из инициатив включают улучшение сетей общественного транспорта, объединение предоставления государственных услуг и обеспечение безопасного открытого рынка данных для совместного управления. Эта инициатива также знаменует собой сдвиг в сторону решения социальных проблем посредством научно-технической и инновационной политики. Некоторые примеры проектов в рамках этой инициативы включают в себя:

- поощрение инноваций и сотрудничества между гражданами и компаниями путем предоставления открытых данных через правительственные порталы, такие как Data.gov.sg и DataMall;
- улучшение предоставления государственных услуг путем развертывания датчиков для отслеживания и анализа данных о жилье, коммунальных услугах и общественной инфраструктуре в рамках сенсорной платформы Smart Nation.

Правительство Сингапура также учредило в 2016 году новое агентство, Правительство технологическое агентство (GovTech), которое нацелено на преобразование того, как правительство предоставляет государственные услуги своим гражданам. Оно развертывает различные платформы, такие как сервис, облегчающий оплату обучения для граждан, систему торговой информации и систему управления для бизнеса. GovTech будет центральным агентством, отвечающим за надзор за государственными цифровыми услугами. Это амбициозная программа, использующая аналитику больших данных, искусственный интеллект и машинное обучение, создана для преобразования предоставления государственных услуг.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

После обретения независимости Сингапур придерживался стратегии быстрого экономического роста путем стимулирования ПИИ. Это способствовало передаче технологий от транснациональных



корпораций и распространению среди местных фирм посредством импорта технологий. Правительство также создало технические учебные заведения для подготовки рабочей силы, необходимой для перехода на технологии с высокой добавленной стоимостью, которые оно стремилось продвигать.

По мере перехода Сингапура к капиталоемким и высокотехнологичным отраслям, акцент сместился с импорта технологий на внутренние исследования и разработки. Стимулирование прямых иностранных инвестиций оставалось ключевым инструментом для облегчения организации исследований и разработок транснациональными корпорациями. Это было дополнено продвижением индустриальных парков, что облегчало связи между местными и иностранными компаниями, а также между университетами и промышленностью. Это привело к резкому увеличению научно-исследовательской деятельности местных органов управления.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Речь Президента Республики Узбекистан от 2 декабря 2017 года в ходе осмотра строительства нового строящегося Научно-практического центра внедрения инноваций.
2. Wang R.K. (2011). The dynamism of Singapore's science and technology policy and its desire for technological production. – United Kingdom: Edward Elgar Publishing, P.57-65
3. Wang J. Innovation and government intervention: a comparison of Singapore and Hong Kong. - Research Policy, vol. 47, No. 2.
4. Poh-Kam Wong and Annette Singh (2005). From technologist to innovator: dynamics of changes in Singapore's national innovation system. - Working Paper of the NUS Enterprise Center, No. WP2005 16. Singapore.
5. Charles Edquist and Leif Hommen (2009). Small Country Innovation Systems—Globalization, Change and Policy in Asia and Europe. – UK: Edward Elgar Publishing, P.132-140.
6. Wong (2001). The dynamism of Singapore's science and technology. P.89-93.

# РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА ЛАТВИЙСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

**Ренате Зуева**

Докторант, Балтийская Международная Академия, Рига, Латвия,  
Лектор, Grāmatvedības un Finanšu Koledža, Рига, Латвия, zujeva.renate@gmail.com

## АННОТАЦИЯ

Целью данного исследования является определение роли малых и средних предприятий в экономике, а также изучение и оценка эффективности методов государственной поддержки субъектов малого предпринимательства (МСП) на примере Латвийской Республики. Предметом исследования является система государственного регулирования и стимулирования развития малого и среднего бизнеса. Объектом исследования является сфера малого бизнеса в экономике Латвии, включая субъекты малого предпринимательства, инфраструктурную поддержку и развитие малого бизнеса.

В исследовании использовались основные методы научного познания в экономике: междисциплинарный подход, объединяющий методы системного и сравнительного анализа, комплексный подход, индукция, дедукция, анализ, синтез, методы теории и управления организацией, логический анализ, стратегический менеджмент и также экономический анализ малого бизнеса.

Практическая значимость работы заключается в том, что данное исследование дополняет ряд выводов и практических рекомендаций в области организационных мер для эффективной поддержки и многостороннего развития сектора малого и среднего бизнеса в экономике, признания роли малого бизнеса как основы экономической стабильности и эффективность его поддержки в качестве основной цели экономической политики Латвийской Республики.

Ключевые слова: государственная поддержка малого бизнеса; Латвийская экономика; Малый бизнес; Малый и средний бизнес, МСП.

## ANOTĀCIJA

Šī pētījuma mērķis ir noteikt mazo un vidējo uzņēmumu lomu ekonomikā, kā arī izpētīt un novērtēt valsts atbalsta metožu efektivitāti mazajiem uzņēmumiem (MVU), izmantojot Latvijas Republikas piemēru. Pētījuma priekšmets ir valsts regulēšanas un mazo un vidējo uzņēmumu attīstības stimulēšanas sistēma. Pētījuma objekts ir mazā biznesa sfēra Latvijas ekonomikā, ieskaitot mazos uzņēmumus, infrastruktūras atbalstu un mazo uzņēmumu attīstību.

Pētījumā tika izmantotas galvenās zinātnisko zināšanu metodes ekonomikā: starpdisciplināra pieeja, apvienojot sistēmas un salīdzinošās analīzes metodes, integrēta pieeja, indukcija, dedukcija, analīze, sintēze, organizācijas teorija un vadības metodes, loģiskā analīze, stratēģiskā vadība un arī mazo uzņēmumu ekonomiskā analīze.

Darba praktiskā nozīme slēpjas faktā, ka šis pētījums papildina vairākus secinājumus un praktiskus ieteikumus organizatorisko pasākumu jomā efektīvam mazā un vidējā biznesa sektora atbalstam un daudzpusējai attīstībai ekonomikā, mazā biznesa lomas atzīšanai par ekonomiskās stabilitātes pamatu un tā atbalsta efektivitātei kā galvenajam mērķim Latvijas Republikas ekonomiskā politikā.

Atslēgas vārdi: Valsts atbalsts mazam biznesam; Latvijas ekonomika; Mazais biznes; MVU.

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня, согласно статистике, малый и средний бизнес являются основой социально-экономического благополучия стран Европейского Союза. Быстрый рост сектора малого бизнеса во всех отраслях промышленности и сельского хозяйства в Европе начался в середине 70-х годов 20-го века и продолжается по сегодняшний день. Малый бизнес характеризуется гибкостью, пластичностью, способностью быстро реагировать на малейшие изменения в экономической среде и требованиям рынка. Это способствует расширению ассортимента и улучшению качества товаров и услуг, внедрению инноваций и новых технологий, а также играет значительную роль в создании новых рабочих мест и, как следствие, сокращению безработицы.

Вот почему, понимая важную роль малого бизнеса для стран ЕС и принимая во внимание приоритеты долгосрочной стратегии развития Европы 2020, абсолютное большинство развитых стран оказывают посильную поддержку в создании и дальнейшем развитии предприятий малого бизнеса.

Целью данной статьи является изучение особенностей государственной политики, направленной на поддержку и развитие малого бизнеса в Европейском Союзе и Латвийской Республике, а также оценка отношения бизнеса к его реализации.

### **Роль малого и среднего бизнеса, а также особенности его системы поддержки в Европейском Союзе**

Как упоминалось выше, малый и средний бизнес (в дальнейшем именуемый малым бизнесом, МСП) в современном мире являются ключевыми элементами стабильной и сильной рыночной экономики, без которой невозможно представить эффективное развитие любого государства. В условиях прогрессирующего и затяжного экономического кризиса, одной из наиболее перспективных областей для всестороннего развития Европейского Союза, создания новых рабочих мест и, как следствие, сокращения безработицы и социальной напряженности, наполнения потребительского рынка доступными и конкурентоспособными, а также инновационными продуктами и услугами, является всесторонняя поддержка и содействие развитию малого и среднего бизнеса.

Однако, чтобы начать исследование, необходимо определить используемую терминологию: выполнение каких критериев позволяет классифицировать предприятие как малое предприятие.

Так, в Европейском Союзе, членом которого Латвийская Республика является с 2004 года, вопрос о классификации предприятий как малого и среднего бизнеса практически решен на законодательном уровне. Определение МСП определено в Рекомендации ЕС 2003/361 (Рекомендация ЕС 2003/361.) [4]. Согласно контексту этого документа, предприятием считается любая единица, независимо от ее организационно-правовой формы, занимающаяся хозяйственной деятельностью. Это включает, в частности, индивидуальных предпринимателей (самостоятельно занятых лиц) и семейные предприятия, которые занимаются ремесленной деятельностью или другими видами деятельности, а также партнерства или ассоциации, которые регулярно участвуют в экономической деятельности. Чтобы упростить понимание и определение статуса экономически активного субъекта предпринимательской деятельности, 6 августа 2008 года Европейская комиссия объявила Регламент № 800/2008, в котором были даны основные определения и критерии. Основными факторами, определяющими принадлежность предприятия к МСП, в дальнейшем именуемыми малыми предприятиями, являются: численность персонала и чистый оборот или общая балансовая стоимость.

Основой для регулирования деятельности малых предприятий в Европейском Союзе является инициатива Европейской комиссии, которая была принята в июне 2008 года и называлась «Сначала подумай о малом» - «Закон о малом бизнесе для Европы» [3], который был утвержден Советом в декабре 2008 года.

Закон о малом бизнесе (SBA) обеспечивает всеобъемлющую политическую основу для МСП, содействует развитию предпринимательства и закрепляет принцип «Сначала подумай о малом» в законодательстве и политике, направленных на повышение конкурентоспособности МСП. SBA устанавливает десять принципов и излагает политические и законодательные меры для содействия развитию МСП для их роста и создания рабочих мест, как на уровне ЕС, так и на уровне государств-членов. Эти принципы, подробно изложенные, необходимы для обеспечения добавленной стоимости на уровне ЕС, создания равных условий для МСП и улучшения правовой и административной среды на всей территории ЕС.

Долгосрочные цели развития и поддержки малого бизнеса описаны в Европейской стратегии развития - Европа2020 [6], а основные положения Закона о малом бизнесе также отражены в долгосрочных стратегиях развития стран-членов Европейского Союза, например, в государственной программе «Латвия 2020» [8]. Европейская комиссия следит за выполнением Закона «О малом бизнесе» и ежегодно публикует результаты этого исследования [10]. Такое большое внимание к МСП на уровне руководства ЕС не случайно обращено, потому что на данный момент именно стоимость сектора МСП в странах ЕС определяется его долей в общем количестве предприятий, общем обороте и общее количество занятых людей. Ниже приведены сводные данные о количестве и размерах предприятий в странах ЕС, численности работников и общей добавленной стоимости, а также процентном соотношении этих показателей на начало 2019 года.

| Класс             | Количество предприятий |               | Количество работников |               | Добавленная стоимость |               |
|-------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|---------------|
|                   | Количество             | Доля          | Количество            | Доля          | Млрд. EUR             | Доля          |
| Микро             | 22 830 945             | 93,1%         | 41 980 528            | 29,4%         | 1 513                 | 20,7%         |
| Малое             | 1 420 693              | 5,8%          | 28 582 254            | 20,0%         | 1 302                 | 17,8%         |
| Среднее           | 231 857                | 0,9%          | 24 201 840            | 17,0%         | 1 341                 | 18,3%         |
| <b>МСП вместе</b> | <b>24 483 495</b>      | <b>99,8%</b>  | <b>94 764 622</b>     | <b>66,4%</b>  | <b>4 156</b>          | <b>56,8%</b>  |
| Крупное           | 46 547                 | 0,2%          | 47 933 208            | 33,6%         | 3 166                 | 43,2%         |
| <b>ВСЕГО</b>      | <b>24 530 042</b>      | <b>100,0%</b> | <b>142 697 830</b>    | <b>100,0%</b> | <b>7 322</b>          | <b>100,0%</b> |

Таблица 2. Основные показатели деятельности МСП в ЕС на 01.01.2019. (Источник: Обзор деятельности МСП Европейской комиссии, 2019 г., [10])

Как видно из приведенной выше таблицы, малые и средние предприятия действительно являются основой экономического и социального благополучия Европейского Союза, поскольку, составляя более 99,5% от общего числа предприятий в ЕС, более чем 66% работающего персонала являются работодателями и приносят в совокупный бюджет около 60% добавленной стоимости. Вот почему эффективной поддержке и содействию развитию как на общеевропейском, так и на региональном уровнях уделяется особое внимание.

Основной целью построения системы поддержки предпринимательства в странах ЕС является создание определенного баланса между интересами государства и представителей бизнеса, и предусмотрены следующие области этого регулирования:

1. Формирование единого внутреннего рынка;
2. Интернационализация бизнес-структур;
3. Устранение или значительное снижение административных барьеров;
4. Унификация нормативно-правовой базы для предприятий малого бизнеса.

Национальная политика в странах Европейского Союза направлена на создание благоприятных условий для развития бизнеса. Государственная помощь развитию малого и среднего бизнеса включает предоставление режима наибольшего благоприятствования, создание государственными институтами правовых и экономических условий для его успешного развития и функционирования, в том числе путем предоставления материальных и финансовых ресурсов на льготные условия. Государственное регулирование малого и среднего бизнеса основывается на применении специального законодательства, системы целевых программ финансовой, технологической, информационной и кадровой поддержки. Система государственной поддержки и регулирования сектора малого и среднего бизнеса в Европе начала формироваться с начала 70-х годов прошлого века: были предприняты меры по снижению административных барьеров, приняты меры по упрощению и гармонизации налога на добавленную стоимость, были внесены коррективы в условия финансирования и кредитования, повышена прозрачность платежных систем и доступность банковских услуг.

В целом, система государственной поддержки малого бизнеса может быть представлена в виде диаграммы, показанной на рисунке ниже:



Рис.1. Методы государственной поддержки МСП (Источник: авторская разработка)

Реализация широкого спектра форм и методов государственной поддержки может оказать существенное влияние на развитие и функционирование как нового, так и активно действующего предприятия. Финансовая поддержка на данном этапе заключается в выдаче государственных субсидий на создание бизнеса, льготном кредитовании из государственного бюджета, государственных гарантиях для создания и развития предприятия, финансировании инвестиционных и инновационных проектов, программе бизнес-ангелов и т.д. Имущественная поддержка со стороны

государства может выглядеть как создание бизнес-инкубаторов, технопарков, передача движимого и недвижимого имущества во временное или постоянное пользование, а также в собственность предпринимателя, льготные условия лизинга. Информационная поддержка выражается в организации системы распространения информации, создании централизованной сети для обмена деловой информацией, информационных семинаров и стендов, а также организации отраслевых или региональных выставок. Наиболее важными формами поддержки являются также образовательная (направленная на создание условий для повышения профессиональных знаний и навыков предпринимателя, разработка комплексных образовательных программ, а также учебных семинаров и лекций) и консультационная форма поддержки, предполагающая создание организаций, предоставляющих консультационные услуги, услуги по организации, содействию развитию и особенностям ведения бизнеса, а также компенсации предпринимателям расходов на данные виды услуг. Но, конечно, одной из наиболее значимых форм поддержки следует считать законодательную, которая, в первую очередь, направлена на упрощение и снижение налогового и административного бремени, в виде сокращения форм и видов отчетности, количества процедур для регистрации компания, и введение льготных налоговых режимов.

### **Роль малого и среднего бизнеса, а также особенности системы его поддержки в Латвийской Республике**

Как упоминалось выше, основными документами для стран-членов ЕС в отношении малых предприятий являются нормативные акты и руководящие указания Европейской комиссии. Тем не менее, каждая страна Европейского Союза имеет свои внутренние нормативные документы. В Латвии деятельность малых предприятий не регулируется отдельными нормативными актами, за исключением отдельного закона Латвийской Республики от 09.08.2010. «О плательщиках микроналога» и Постановление Кабинета Министров № 776 от 16 декабря 2014 года. «О порядке заявлять коммерческого предприятия о соответствии статусу малого и среднего предприятия». Последний нормативный акт связан с декларированием статуса в ситуации, когда предприятие получает государственную поддержку.

Согласно данным годового отчета Европейской комиссии, малый и средний бизнес также является основой социального и экономического благосостояния Латвийской Республики. Основные показатели по количеству предприятий, занятых лиц и общей добавленной стоимости на 1 января 2019 года приведены в таблице 3.

| Класс             | Количество предприятий |               | Количество работников |               | Добавленная стоимость |               |
|-------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------|---------------|
|                   | Количество             | Доля          | Количество            | Доля          | Количество            | Доля          |
| Микро             | 104 795                | 92,1%         | 208 970               | 33,5%         | 2,5                   | 20,9%         |
| Малое             | 7 344                  | 6,5%          | 146 547               | 23,4%         | 2,8                   | 23,0%         |
| Среднее           | 1 421                  | 1,2%          | 138 276               | 22,1%         | 3,2                   | 26,1%         |
| <b>МСП вместе</b> | <b>113 560</b>         | <b>99,8%</b>  | <b>493 793</b>        | <b>79,0%</b>  | <b>8,5</b>            | <b>70,0%</b>  |
| Крупное           | 195                    | 0,2%          | 131 173               | 21,0%         | 3,6                   | 30,0%         |
| <b>ВСЕГО</b>      | <b>113 755</b>         | <b>100,0%</b> | <b>624 966</b>        | <b>100,0%</b> | <b>12,1</b>           | <b>100,0%</b> |

Таблица 3. Основные показатели деятельности МСП в Латвии на 01.01.2019. (Источник: Обзор деятельности МСП Европейской комиссии, 2019 г., [10])

Сравнивая цифры приведенной таблицы с общими данными по Европейскому союзу, можно констатировать, что доля микропредприятий с числом работников менее 10 человек в Европейском союзе несколько выше, чем в Латвии - 93,1. % и 92,1% соответственно, однако доля малых и средних

предприятий в Латвии несколько выше, чем в ЕС в целом, хотя общий процент такой же - 99,8%. Однако, анализируя количество людей, занятых на малых (МСП) предприятиях, доля в Латвии значительно выше, чем в Европейском союзе в целом - 79,0% против 66,4% соответственно. Аналогичная ситуация с добавленной стоимостью - в Латвии доля малых предприятий, согласно исследованию ЕС, составляет 70,0%, а в целом по ЕС этот показатель составляет чуть более половины - 56,8%. Принимая во внимание данные вышеприведенного анализа, можно констатировать следующее: сектор малого бизнеса особенно важен как с экономической, так и с социальной стороны, поскольку он вносит значительный вклад в государственный бюджет, обеспечивает рабочие места, тем самым сокращая безработицу и социальная напряженность. Именно поэтому всесторонняя поддержка и содействие развитию должны быть основой программы экономического развития Латвийского государства.

Как уже упоминалось в первом разделе этой статьи, для стимулирования создания и развития малого бизнеса правительство может оказывать следующие виды поддержки: финансовую, имущественную, информационную, образовательную, консультационную и законодательную, описание каждого из них было дано выше. Однако интересно проанализировать ожидания представителей бизнеса относительно возможной поддержки со стороны государства. Другими словами, какие виды поддержки являются наиболее важными и необходимыми для будущих и нынешних предпринимателей.

Чтобы определить наиболее ожидаемые меры поддержки малого бизнеса со стороны латвийского государства, в марте 2019 года автором этой статьи был проведён опрос общественного мнения, в ходе которого было опрошено более 100 респондентов – как активных предпринимателей, так и тех, кто закрыл свой бизнес по различным причинам, а также лиц, которые только планируют открыть свой бизнес. Полные результаты исследования будут опубликованы позже, однако первоначальные результаты показаны на графике ниже.

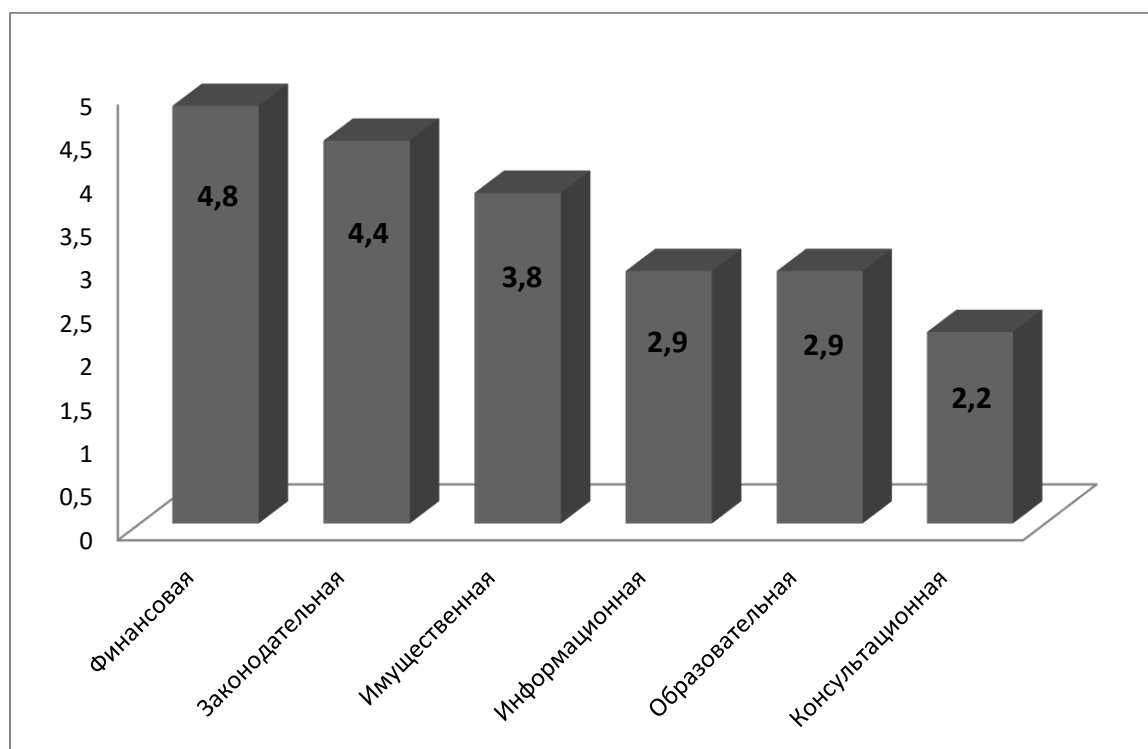


Рис.2. Методы государственной поддержки в порядке значимости для малого бизнеса. (Источник: результаты исследования автора)

Анализ данных показывает, что респонденты считают финансовую помощь в виде субсидий, дополнительного финансирования, льготных кредитов, финансирования инвестиций и инновационных проектов наиболее важными на всех этапах развития предприятия от регистрации до деятельности. Далее, с небольшим отрывом, следует законодательная поддержка, респонденты особенно отметили трудности в восприятии норм латвийского законодательства, сложные и непонятные формы отчетности, постоянные изменения в нормативных актах. Также важна имущественная форма поддержки, при которой предприниматели ожидают помощи в виде льготных условий лизинга, возможности упрощенного доступа к бизнес-инкубаторам и технопаркам. Информационная, образовательная и консультационная форма поддержки также отмечается как желательная, однако, по мнению респондентов, значительно отстает от первых трех, описанных выше.

В ходе анкетирования был также проведен опрос общественного мнения о том, легко ли было вести бизнес в Латвии. Данные приведены на графике ниже:

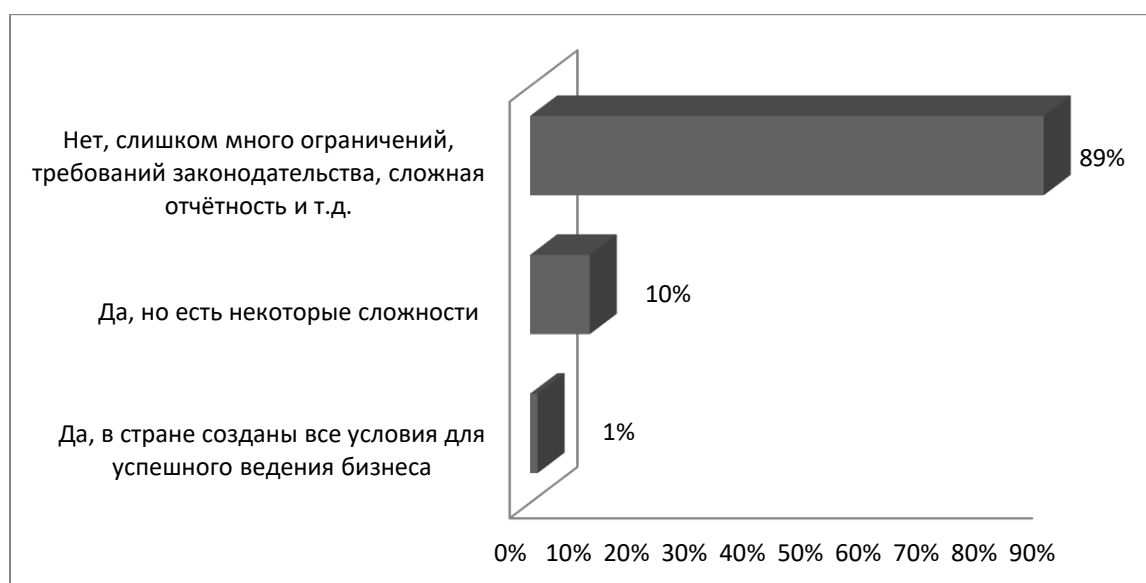


Рис.3. Результаты опроса респондентов относительно простоты ведения бизнеса в Латвии  
(Источник: результаты авторского исследования)

Согласно полученным ответам, 88,5% респондентов отметили, что заниматься предпринимательской деятельностью в Латвии очень сложно из-за большого количества ограничений, слишком высоких требований законодательства и сложной отчетности. Многие респонденты жаловались на трудности в восприятии нормативных актов, непонятную и предвзятую налоговую систему, из-за которой компания несет большое количество незапланированных расходов, что в свою очередь отталкивает потенциальных инвесторов. Среди опрошенных были те, кто был вынужден закрыть свой бизнес именно из-за вышеупомянутых трудностей.

К сожалению, именно влияние государства в области законодательства является наиболее значимым фактором развития и существования малого бизнеса в Латвии. Государственные налоговые изменения и реформы не всегда приводят к ожидаемому результату. Например, в середине 2017 года было вновь утверждено несколько правовых актов, связанных со значительными изменениями в налоговом законодательстве Латвийской Республики, что в будущем должно было привести к увеличению налоговых поступлений в государственный бюджет, чтобы компенсировать растущие бюджетные расходы. Эти изменения назывались «Налоговая реформа 2018».

Конечно, окончательные результаты налоговой реформы можно увидеть только через 2 года, как было представлено правительством: в течение двух лет было точно, что планировалось значительно



увеличить налоговые поступления, вывести часть бизнеса из тени и улучшить социальная среда за счет повышения минимальной заработной платы, введения дифференциации подоходного налога с населения. Однако на данный момент уже можно констатировать, что налоговая реформа не остановила отток населения из страны, поскольку из-за увеличения налогов, таких как акцизный налог на топливо, цены на промышленные товары и продукты питания увеличились, выросли расходы на транспорт и другие услуги, что не только компенсировало увеличение чистой заработной платы, но и привело к снижению доходов. «Налоговая реформа 2018 года» также оказала негативное влияние на развитие малого и среднего бизнеса. Ниже приведена таблица с информацией о регистрации и ликвидации предприятий в Латвии за период с 1 января 2008 по 31 декабря 2019.

| Год  | Зарегистрировано | Ликвидировано | Баланс         |
|------|------------------|---------------|----------------|
| 2008 | 11 347           | -4 765        | 6 582          |
| 2009 | 9 228            | -5 715        | 3 513          |
| 2010 | 13 422           | -8 833        | 4 589          |
| 2011 | 18 044           | -3 921        | 14 123         |
| 2012 | 16 891           | -4 306        | 12 585         |
| 2013 | 16 365           | -4 152        | 12 213         |
| 2014 | 14 965           | -6 402        | 8 563          |
| 2015 | 13 485           | -10 066       | 3 419          |
| 2016 | 11 206           | -12 227       | <b>-1 021</b>  |
| 2017 | 10 210           | -16 480       | <b>-6 270</b>  |
| 2018 | 10 660           | -20 745       | <b>-10 085</b> |
| 2019 | 10 443           | -23 881       | <b>-13 438</b> |

Таблица 3. Количество созданных и ликвидированных предприятий в период с 2008 по 2019 гг.  
(Источник: Lursoft, 2019)

Таблица составлена автором на основе данных исследования, проведенного компанией Lursoft, и наглядно иллюстрирует отношение предпринимателей к возможностям ведения бизнеса в нашей стране. Если в посткризисный период, начиная с 2008 года, количество зарегистрированных предприятий выросло и значительно превысило количество ликвидированных предприятий, достигнув наибольшего пика в 2010-2011 годах, сразу после введения льготного режима для плательщиков микроналога, то после значительных изменений в налоговом законодательстве в 2016 году, постоянного повышения налоговых ставок, введения дополнительных ограничений и многократное увеличение административной нагрузки, привело представителей бизнеса к решению массово ликвидировать свои предприятия. В феврале 2019 года Лурсофт опубликовал в своем блоге [9], что Регистр предприятий всего за один день 14 января исключил 6 647 субъектов бизнеса, а в течение дня 13 февраля 3408 предприятий также были ликвидированы. Учитывая, что за весь 2019 год, по данным Регистра предприятий, было создано всего 10 443 предприятия, а ликвидировано было 23 881, статистика этого года вновь показывает крайне негативную картину - предприниматели не видят оснований для создания и развития собственного бизнеса в Латвийской Республике.

## ИТОГИ И ВЫВОДЫ

Исследование, приведенное в этой статье, показывает, что малый бизнес по праву можно назвать основой экономического и социального благополучия Латвийской Республики. Предприятия в этом секторе экономики создают новые рабочие места, вносят значительный вклад в доходы бюджета и в рост валового национального продукта.

Осознавая роль и значение малых предприятий, Европейский Союз создал ряд документов, регулирующих поддержку этих предприятий, разработал комплексную систему помощи для создания и содействия развитию этого сектора экономики - финансового, информационного, образовательного и и т.д. Тем не менее, окончательная поддержка и помощь в области развития лежит на руководстве каждой отдельной страны ЕС. И иногда меры, принимаемые государством, не всегда отвечают интересам малого и среднего бизнеса, а также населения страны. В результате возникают существенные дисбалансы, четко проиллюстрированные в последней главе этой статьи.

Поэтому при решении таких серьезных вопросов, как существенное изменение налогового законодательства, государственные учреждения должны проводить предварительную комплексную оценку влияния предлагаемых изменений с учетом как мнений представителей всех видов бизнеса, так и рекомендаций международных организаций. Осуществление налоговой реформы и других важных изменений в законодательстве в сфере предпринимательства должно соответствовать приоритетам развития страны и малого бизнеса, что сегодня является приоритетом для развития экономики ЕС, как это неоднократно подчеркивалось, именно малый бизнес играет значительную роль как в росте ВВП во всех странах Европейского Союза, так и в сфере занятости. И законодательная система является ключевым инструментом для гармоничного регулирования этой среды.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. R.Zujeva, BIA, Влияние государственной политики в сфере налогообложения на развитие малого бизнеса Латвии, in V International Scientific Conference Transformational Processes in Law, Regional Economics and Economic (BSA Conference proceedings, 2016, 78-82)
2. R.Zujeva, BIA. Mazo un vidējo uzņēmumu loma Baltijas valstī un Eiropas Savienības ekonomikā, in VII International Scientific Conference Transformational Processes in Law, Regional Economics and Economic (BSA Conference proceedings, 2018, 114-119)

### Интернет-ресурсы:

3. A “Small Business Act” for Europe {SEC(2008) 2101} {SEC(2008) 2102} “Think Small First”, [Accessed 29.03.2019]. Available from Internet: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52008DC0394>
4. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance) (notified under document number C(2003) 1422) [Accessed 29.03.2019]. Available from Internet: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32003H0361>
5. European Commission, User guide to the SME Definition, [Accessed 29.03.2019]. Available from Internet: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/conferences/state-aid/sme/smedefinitionguide\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/conferences/state-aid/sme/smedefinitionguide_en.pdf)
6. Europe 2020 Strategy, [Accessed 28.03.2019]. Available from Internet: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en)
7. Indicators to support the Europe 2020 strategy, [Accessed 28.03.2019]. Available from Internet: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7566774/KS-EZ-16-001-EN-N.pdf/ac04885c-cfff-4f9c-9f30-c9337ba929aa>

8. Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014. - 2020.gadam, [Accessed 29.03.2019]. Available from Internet: [http://www.varam.gov.lv/lat/pol/ppd/ilgtsp\\_att/?doc=13858](http://www.varam.gov.lv/lat/pol/ppd/ilgtsp_att/?doc=13858)
9. Liquidated enterprises. Statistic facts, Lursoft blog. Accessed 29.03.2019]. Available from Internet: <http://blog.lursoft.lv/tag/likvidetie-uznemumi/>
10. SME Performance Review, SBA Fact sheets of Latvia and EU, Accessed 30.03.2019]. Available from Internet: [https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_en),
11. Statistics for Latvia's SME [Accessed 30.03.2019]. Available from Internet: [https://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn\\_\\_uzndarb/SBG020.px/table/tableViewLayout1/?rxid=491bb190-2600-453b-867d-5ac9b6a69264](https://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn__uzndarb/SBG020.px/table/tableViewLayout1/?rxid=491bb190-2600-453b-867d-5ac9b6a69264)

# ГЕЙМИФИЦИРОВАННАЯ ВОРОНКА ПРОДАЖ ОНЛАЙН-КУРСОВ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Джарагетти Анастасия,

Латвия, Балтийская Международная Академия

Докторантура «Региональная экономика и экономическая политика»

[a.dzharagetti@gmail.com](mailto:a.dzharagetti@gmail.com)

Е. Вознюк, Dr. оес., доц.

## АННОТАЦИЯ

Цель статьи - исследовать внедрение геймификации в воронку продаж онлайн-курсов в сфере образования.

**Ключевые слова:** линейка продуктов, воронка продаж, стратегия геймификации и продвижения, контент под каждый продукт и каждый этап воронки, Инстаграмм, SIA BalticNet School.

## ВВЕДЕНИЕ

Успешный онлайн-маркетинг в сфере образования 21 века — это постоянный поиск и внедрение эффективных технологий, позволяющих достигать необходимых бизнесу финансовых показателей. Он не ограничивается стандартным набором инструментов, предлагаемых рекламными системами. Альтернативные варианты зачастую приносят более стабильный результат при ощутимой экономии бюджета.

Одним из аспектов выведения онлайн бизнеса в сфере образования на качественно новый уровень является геймификация. Сегодня это один из важнейших инструментов продаж онлайн-курсов. Мы рассмотрим эту форму технологий продаж на примере латвийской онлайн школы BalticNet School. Предлагаемые школой курсы в формате дополнительного образования включают в себя не только изучение языков, а это более 20 языковых программ, но и курсы по предметам школьного цикла, курсы по подготовке к международным экзаменам в европейские вузы по программам бакалавриата и магистратуры.

Необходимо учесть тот факт, что сегодня в онлайн обучении существуют две глобальные проблемы. Первая - доходимость студентов, проходящих массовые курсы, до конца обучения. И вторая - продажа дорогостоящих информационных продуктов (курсы в мини-группах, личные онлайн-консультации). В начале массового курса стартует много людей, а доходит до его финала не больше 20%, а если 30 процентов — это очень хороший результат. Студентам не хватает терпения и мотивации, им становится скучно. Также возникает и вторая глобальная проблема - продажа дорогостоящих курсов для мини-групп и продажа личных консультаций. Клиенты не платят сразу большие деньги. Они хотят присмотреться к преподавателю - насколько им комфортно будет с ним взаимодействовать, приглядеться к программе обучения, узнать результаты выпускников курса. Геймификация решает этот вопрос. Вот как организует процесс геймификации BalticNet School. Идея в том, что людям нравится получать бонусы и призы за свое обучение. У них сохраняется мотивация до конца курса. В BalticNet School это происходит через квесты, игры, марафоны, конкурсы. Участники делают простейшие задания, знакомясь с преподавателем, получают скидку на обучение и подарки. Такие марафоны и квесты BalticNet School проводит на своем аккаунте в Инстаграм. Например, чтобы продать курс по подготовке к экзамену в российской средней школе в формате ОГЭ (математика и русский язык), онлайн школа организует серию марафонов и квестов для родителей.

<sup>28</sup> <http://marketing-2b.com/geimifikaciy-i-ee-vozmozhnosti-dly-prodvizheniy-onlain-obrazovaniy/>

Прямые продажи не ведутся. Как раз наоборот, через интересные задачи, домашние задания для родителей - а эти задания направлены на общение и раскрытие внутреннего мира ребенка, преподаватели онлайн-школы показывают будущим покупателям курсов, что они не только эксперты в русском языке и математике, но еще и доброжелательные педагоги, хорошие психологи, им можно доверить обучение детей. Родители видят, как бережно педагоги относятся к их детям и возникает доверие, уходит опасение заплатить за некачественный курс. В данном случае посевы - приглашения на курс проводятся на каждом этапе марафона, а на последней встрече - приглашение на бесплатный продающий вебинар, который рассказывает уже о самом курсе. В этом случае доходимость до вебинара может достигать 80% участников бесплатного игрового марафона. Это лояльная аудитория, они уже рады общаться с будущими преподавателями своих детей, у них возникает интерес к платному обучающему продукту.

До того, как внедрить геймификацию, у школы должна быть сформирована линейка продуктов, воронка продаж, стратегия геймификации и продвижения, контент под каждый продукт и каждый этап воронки, площадка для проведения мероприятий. Через геймификацию можно построить воронку продаж в форме самой игры. Вот как геймифицирует саму воронку продаж школа BalticNet School. На каждом этапе квеста участников (в данном случае, это родители будущих учеников) ждет подарок или бонус на обучение. От бесплатных чек-листов, полезных методичек, до скидок на оплату курсов. Чек-листы и полезные методички не только на тему математики для детей, но и для взрослых, например - «Проверь себя! 30 типичных ошибок в нашей письменной речи», «Ребенок поменял школу. Как помочь ему войти в новый коллектив и наладить отношения с учителем». При объявлении наград победителям на каждом этапе игры предлагается скидка на любой обучающий продукт школы.

Необходимо использовать максимальное количество каналов для продвижения игрового марафона. Социальные сети, в особенности Инстаграмм, являются сегодня самыми мощными площадками продаж онлайн-курсов. И здесь надо отметить такой факт, что если еще в 2018 году реклама в сообществах по интересам стоила 30 евро в неделю и давала 500 контактов, а таргетированная реклама в Инстаграм стоила 100 евро и давала 100 контактов, то в 2019 году реклама в сообществах поднялась в цене до 300 евро за 500 контактов, поэтому сегодня нет разницы в вопросе - где искать лиды. В любом случае рекламу надо покупать - получить большой охват бесплатными методами очень сложно.

## **ВЫВОДЫ**

Предлагая участие в игровом марафоне, надо помнить, что у людей срабатывает природная тяга к лидерству и соревнованиям. Участник прошел все задания на марафоне, выполнил всё и получил приз - скидку на покупку курса. И также он может приобрести следующий обучающий продукт - ценность такой скидки возрастает вдвойне. Геймификация в воронке продаж работает эффективно, закончив один курс можно перейти на новый уровень. Продавая курс по изучению норвежского языка, BalticNet School предлагает участникам игру в несколько этапов - по принципу решения проблемы «под ключ». В процессе поиска лидов, школа работает с несколькими целевыми аудиториями. Одна из них - женщины, мечтающие найти мужа в Скандинавии. На первом этапе марафона участницам предлагается сформировать образ мужчины своей мечты, на втором - продумать примерный план переезда в другую страну, с выбором города, возможными вариантами трудоустройства. На третьем - разбор сайтов знакомств и заполнение анкеты, полезные советы. Во время прохождения этих этапов происходит интенсивное общение с аудиторией, слушателям рассказывается много историй о жизни в Норвегии, на прямые включения выходят ученики, прошедшие курс норвежского языка, они рассказывают свои истории успеха. Прямых продаж на этих этапах еще нет, есть только посевы. Но уже идет активная работа с аудиторией по превращению ее в лояльную. Мониторятся комментарии, запросы, отзывы. В этот момент BalticNet School активно используют One Time Offer - полезные советы по изучению языка и чек-листы для помощи в подготовке к экзаменам по норвежскому языку

на уровень A1, размещенные на странице благодарности лендинга и сайта. Также используется и TripWire - предложение, которое превращает лида в клиента и первый продукт в воронке продаж с низким порогом принятия решения о покупке. Однако продажи именно этих предложений окупают рекламные расходы на 40%. В данном случае, это пошаговая maind-map по каждому этапу переезда в Норвегию. В последний день марафона объявляются победители и происходит продажа курса с окном в 3-4 дня. После окончания марафона ведется «дожим» аудитории в течение окна продаж. BalticNet School выбирает мягкую стратегию — предлагает купить дорогостоящий курс в рассрочку, растягивает процесс платежей на несколько месяцев, оберегая свою базу и действуя осторожно, чтобы никого не растерять. У геймифицированной вебинарной воронки хорошие показатели по возврату инвестиций в маркетинговую активность. Воронка, с которой работает BalticNet School эффективна с точки зрения ROI: 3 — 4, что достаточно много. То есть, возврат маркетинговых инвестиций в геймифицированной воронке составляет от 300 до 400%, окупаемость вложенных средств отбивается в 3 — 4 раза. Однако такая стратегия предполагает агрессивное поведение — стремление сделать максимум продаж в минимальные сроки. С этой целью после закрытия окна продаж в первые 2-3 недели предпринимаются интенсивные усилия: рассылки, ручные и автоматические обзвоны, смски.

Известное выражение «кто владеет информацией, тот владеет миром» применительно к технологии интернет-маркетинга 21 века и можно перефразировать так: «кто правильно подает информацию своей аудитории, тот и делает онлайн-продажи». Для этого требуется настройка интернет-маркетинга под формат и особенности онлайн-образования, регулярный мониторинг эффективности и жонглирование всеми доступными сервисами и веб-инструментами.<sup>29</sup>

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. <http://marketing-2b.com/geimifikaciy-i-ee-vozmozhnosti-dly-prodvizheniy-onlain-obrazovaniy/>
2. <http://teachtech.ru/teoriya-onlajn-obucheniya/chto-takoe-kurirovanie-kontenta.html>
3. <https://aif.ru/boostbook/internet-prodazhi.html>
4. Антинескул Е.А., Лопатина А.А. Digital маркетинг - практика в России и за рубежом // Современные тренды развития стран и регионов - 2017. Материалы Международной научно-практической конференции. - Тюмень: Тюменский Индустриальный университет, 2018. - С. 286-288 с.
5. Беленко О.Ф., Розенталь Н.А. Digital-маркетинг как современное средство продвижения: понятие и основные инструменты / В сборнике: Основные тенденции и перспективы развития экономики в координатах цифровой эры. Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. Хабаровский государственный университет экономики и права. 2018. С. 116-120.
6. Иванова Т.Г. Онлайн-образование: прагматизм вместо эйфории // Электронный научный журнал «Ар-консалт». - 2016. - № 1 (4). - С. 305-315.
7. Тренды e-Learning // Разработчик технологий для корпоративного обучения iSpring. URL: <https://www.ispring.ru/elearning- insights/elearning-trends/> (дата обращения: 16.09.2019).

<sup>29</sup> <http://teachtech.ru/teoriya-onlajn-obucheniya/chto-takoe-kurirovanie-kontenta.html>

# РЕПУТАЦИЯ КАК АТТРИБУТ БРЕНДА В ПРОДВИЖЕНИИ БАНКА

Доктор экономики, доцент Диляра Усманова  
Латвия, Балтийская Международная академия  
dilara@inbox.lv

## АННОТАЦИЯ

Репутация организации выдвигается в ряд самых важных факторов, которые принимают во внимание реальный и потенциальный потребитель при выборе услуги, а для компании репутация становится важным нематериальным активом. Банки, которые являются лидерами, оказывающими услуги латвийским компаниям и частным лицам, ведут между собой острую конкурентную борьбу за привлечение большей части клиентов. Для того, чтобы побеждать в этой борьбе, банку следует обеспечивать стабильную деятельность и постоянный рост позиции на рынке, а также удерживать и повышать свою репутацию, используя современные подходы и инструменты, в том числе социальные медиа.

**Ключевые слова:** бренд, менеджмент, репутация, социальные медиа.

## ABSTRACT

The reputation of the organisation is one of the key factors taken into consideration by the potential buyer when choosing the service. Whereas for the company, the reputation is considered to be an important intangible asset. The banks which are leaders in providing the services to Latvian companies and private persons are engaged in competition for attracting the biggest share of the clients. In order to achieve that, the banks must reach sustainable growth and stable performance. Additionally, they must maintain their reputation using various modern tools and approaches, including social media.

**Keywords:** brand, management, reputation, social media.

## INTRODUCTION. IEVADS. ВВЕДЕНИЕ

На латвийском рынке в данный момент работает более десяти банков. Не все из них являются универсальными, лишь некоторые оказывают свои услуги иностранным организациям. Банки, которые являются лидерами среди тех, кто оказывает услуги латвийским компаниям и частным лицам, ведут между собой острую конкурентную борьбу за то, чтобы заполучить большую часть клиентов. Потенциального и реального клиента в последнее время интересует не только цена за услуги, но и общее мнение о банке, а также показатели ликвидности и степени его надежности. Для того, чтобы деятельность банка была стабильной, а его позиция улучшалась на рынке, или хотя бы просто была устойчивой, необходимо «идти в ногу со временем», удерживая и поднимая свою репутацию, в том числе, с использованием современных коммуникационных возможностей, например – социальных медиа.

Репутация организации в последнее время стала одним из главных факторов на который обращают внимание как сама организация, так и ее клиенты, партнёры, инвесторы, которые планируют сотрудничать с компанией, или уже с ней сотрудничают. Формируется репутация компании из совокупности результатов всех направлений её деятельности. В средствах массовой информации констатируется такой факт, что Латвия привлекла меньшую сумму инвестиций в данном году по сравнению с другими странами Балтии. А среди факторов называется не только недостаток в рабочей силе, что собственно, характерно и для Литвы, и Эстонии, а отсутствие экономического имджа Риги и

Латвии в целом. Автор считает, что немалую роль сыграла в этом и недостаточно высокая репутация латвийских банков.

Проблема и цель видятся в том, чтобы установить, каким образом, используя социальные медиа, можно улучшить репутацию банка, тем самым сохранив его присутствие и устойчивую позицию на латвийском рынке. Предмет исследования – возможности использования брендинга в социальных медиа с целью улучшения репутации банка и сохранения его стабильности в условиях латвийского рынка. Объект исследования – деятельность отдела маркетинга и связей с общественностью одного из существующих латвийских банков.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ**

Книга известного австралийского профессора и специалиста-практика Грэма Даулинга представляет собой наиболее серьезное исследование технологий создания и управления корпоративными репутациями. Ученый дает всесторонний анализ различных механизмов формирования и управления репутацией, в том числе в кризисные периоды; определяет понятия идентичности, имиджа, репутации и супербренда; разбирает множество конкретных примеров. Так, приведем его определения корпоративного имиджа и корпоративной репутации [1,17].

Корпоративный имидж : общее представление (состоящее из набора убеждений и ощущений), которое складывается у человека об организации.

Корпоративная репутация: ценностные характеристики (такие, как аутентичность, честность, ответственность и порядочность), вызываемые корпоративным имиджем.

Основное различие этих характеристик в том, что корпоративная репутация поддается оценке. Когда люди доверяют компании и дают высокую оценку ее деятельности, надежности и порядочности, ее текущая деятельность становится более эффективной. Плохая репутация дает противоположный эффект: люди перестают доверять товарам и услугам компании. Таким образом, хорошая репутация выгодна и с практической, и с финансовой точек зрения. Чем конкретно может помочь хорошая репутация компании и банку, в частности? Перечислим [1,8].

1. Придает дополнительную психологическую ценность услугам (например, доверие). И в случае банковских услуг, когда порой трудно оценить качество их предоставления в разных банках, у компании с хорошей репутацией качество будет считаться более высоким.
2. Помогает снизить риск принятия решения о покупке у потребителя, помогая осуществить выбор между похожими в их сознании услугами (консалтинговыми, банковскими) в пользу фирмы с хорошей репутацией.
3. Помогает привлечь в компанию более квалифицированных сотрудников, которые охотнее будут работать в известной и уважаемой компании, увеличивает удовлетворенность сотрудников от работы, что связано с чувством принадлежности к ней.
4. Увеличивает эффективность бренд-коммуникаций и инструментов продвижения, повышая доверие к рекламе в социальных сетях.
5. Открывает доступ к получению наиболее высококачественных профессиональных услуг.
6. Дает шанс сделать повторную попытку в случае кризиса и помогает собрать средства на фондовом рынке.
7. Увеличивает отдачу от торговых операций и является гарантией эффективности, когда фирма заключает контракты с другими партнерами. И другое.

Значительная часть преимуществ, приносимых хорошей репутацией, относится к внешней сфере деятельности банка. Управление репутацией банка, которую он имеет у своих сотрудников, приобретает особую значимость в тот момент, когда организация претерпевает драматические



изменения, столкнувшись с дерегулированием деятельности на рынке. При хорошем внутреннем управлении внутренняя репутация может создать у сотрудников чувство доверия и ответственности перед ней. В этом случае фирма сможет во многом полагаться на поддержку своих сотрудников при позиционировании компании на рынке.

Хорошая корпоративная репутация ценна в стратегическом плане, если она используется, чтобы разнообразить маркетинговую кампанию, дополняя ее новыми элементами, а именно интегрированными маркетинговыми коммуникациями, включая социальные медиа, для продвижения своего бренда и сбыта продукции.

## **RESULTS OF RESEARCH AND EVALUATION. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА. RĒTĪJUMU REZULTĀTI UN NOVĒRTĒŠANAS**

Атрибутами супербренда банка могут являться: **доверие, надежность, сопричастность, корпоративная индивидуальность, имидж и репутация** [1,18]. Именно эти характеристики деятельности банка следует культивировать, поддерживать и использовать в контенте бренд-коммуникаций, направленных на целевые аудитории.

Задача заключается в том, чтобы определить целевые аудитории, на которые должна быть направлена маркетинговая коммуникация. Хотя наиболее важными группами корпоративной аудитории зачастую становятся сотрудники и потребители, не следует игнорировать и другие группы, например, *нормативные*, устанавливающие общие правила и законы, или *функциональные*, ведущие свой бизнес на рынке и оказывающие всевозможные услуги (торговые, сервисные, консалтинговые) как потребителям, так и корпорации. Необходимо понимать и социальную динамику взаимодействия людей при передаче информации об организации. Для этого следует идентифицировать выразителей общественных мнений и установить, каким образом можно стимулировать появление благоприятного высказывания о банке.

В наши дни люди всё чаще и всё больше времени проводят в социальных сетях. Общение начинается с банальных вопросов «как дела и что нового?» и заканчивается договорённостями о новых контрактах, которые обговариваются через интернет с использованием социальных сетей. SMM (Social Media Marketing) — маркетинг в социальных медиа — это продвижение товаров и услуг в социальных сетях. Маркетинг в социальных медиа — это эффективный инструмент, с помощью которого посетители привлекаются на сайт из социальных сетей, сообществ, блогов, дневников и форумов. Внимание потребителей можно получить, купить с помощью рекламы. Доверие целевой аудитории купить нельзя, его можно только заработать. Социальные медиа-платформы - современный инструмент для взаимодействия с целевой аудиторией. Сегодня аудитория социальных сетей сравнима с аудиторией телевизионных телеканалов, только она более внимательна и активна. SMM имеет больше общего с сетевым PR, чем с рекламой. SMM - это непосредственная работа в сообществах, которые охватывают целевую группу пользователей. Это инструменты прямого и скрытого взаимодействия с целевой аудиторией.

Анализ социальных сетей помогает решить три основные задачи в работе с репутационными рисками — оперативное выявление угрозы для своевременного реагирования, последующий анализ влияния угрозы на репутацию и оценка эффективности реагирования для выработки лучших практик. Чаще всего для работы с аудиторией в социальных сетях достаточно аккаунтов во Вконтакте, Facebook и Instagram. В некоторых нишах (особенно при работе в регионах) Facebook стоит заменить Одноклассниками, в других — добавить Twitter, Youtube, Telegram. Подобрать соцсети и сформировать контент-план поможет анализ целевой аудитории — основа SMM-стратегии. Создать официальные сообщества — очень просто, намного сложнее их активно вести. Но и об этом уже написано много статей, доступных и в Интернете: как создавать интересные истории для постов,

подбирать яркие иллюстрации, проводить захватывающие конкурсы, настраивать рекламу и делать многое другое.

Зададимся вопросом: «На что чаще всего жалуются клиенты банков, и как их отзывы влияют на реальные потери прибыли?». Чтобы оценить репутацию банка, а затем и управлять ею, нужно знать, где именно клиенты оставляют о нем отзывы. Есть несколько основных площадок. В первую очередь, нужно обратить внимание на профильные площадки и форумы, в том числе общей тематики, где люди вообще что-либо обсуждают. Так или иначе, рано или поздно, разговор коснется и банков. Форумы нельзя сбрасывать со счетов. По нашей статистике упоминаний, они очень активны, и на них люди постоянно делятся своими проблемами, связанными с банками. Следующая категория — это HR-площадки. Про них тоже часто забывают, и напрасно. Есть большой пласт людей, которые обращают внимание и на эти площадки — на то, как компания, банк относится к своим сотрудникам. И естественно, есть такая категория как «отзовики». Если вы хоть раз искали в интернете отзывы про что-либо, то обязательно на них натыкались. И там тоже есть отзывы: как про банки в целом, так и про отдельные продукты. Еще одна категория, на которую стоит обратить внимание — это поисковики. Они тоже формируют вашу репутацию [2].

Скорость распространения информации является одной из особенностей социальных сетей. При этом, как можно ожидать, быстро и моментально расходятся не только положительные высказывания, но негатив и критика. Очень часто появившийся негатив в адрес компании (в частности банка) может обернуться настоящим информационным взрывом, и с каждым днём этот ком негатива будет только расти, а негативная информация со скоростью света будет распространяться среди потребителей.

Продвижение в социальных сетях представляет собой деятельность, выраженную в привлечении аудитории в сообщество (группу в социальной сети) и обеспечении вовлеченности пользователей в жизнь организации. Такое продвижение позволяет решить следующие задачи: • вывести на рынок новые продукты, выразить их ключевые преимущества; • увеличить узнаваемость уже существующего бренда банка, продукта, услуги или персоны.

Специалисты выделяют несколько положительных моментов продвижения в социальных сетях: 1) социальные сети имеют большую аудиторию, в которой обязательно найдется целевой сегмент, интересный той или иной компании, фирме или организации; 2) пользователи социальных сетей тесно связаны друг с другом: новости, друзья, статусы, картинки, видео, фотографии. Все это объединяет их на одном сайте. Таким образом, при продвижении в социальных медиа возникает эффект вирусного маркетинга, который, как известно, может иметь большую эффективность; 3) продвинуть товар или услугу в социальных сетях можно намного быстрее, нежели это осуществлять стандартными методами; 4) возможность бесплатного продвижения в социальных сетях привлекает к этому методу блогеров и вебмастеров, которые создают и ведут некоммерческие проекты; 5) коммуникация с пользователями осуществляется через удобные, понятные и привычные всем интерфейсы социальных сетей; 6) выигрыш в сравнении с большинством других маркетинговых инструментов, где работа с аудиторией выстраивается в одностороннем формате. Социальная сеть как инструмент продвижения имиджа и репутации, донося информацию о своем продукте и услугах, имеет возможность получить обратную связь. В социальных сетях этот процесс носит двусторонний характер: пользователи могут высказывать свое мнение, спрашивать, участвовать в опросах. В результате происходит, своего рода, диалог с целевой аудиторией (клиентами и потенциальными клиентами), чего не происходит в случае с использованием традиционной рекламы.

Таким образом, продвигать имидж и репутацию организации эффективнее сразу в нескольких социальных сетях. В результате будет происходить частичный обмен аудиториями между сообществами. Преимущество такого подхода состоит в том, что пользователь сам может выбирать площадку, на которой ему комфортнее узнавать о новостях и предложениях (так называемый, «френдинг»). Дамир Халилов-ведущий специалист по маркетингу в социальных сетях, указывает на

важность определения поведенческих особенностей пользователей. Существует три основные поведенческие категории пользователей [3, 44-49]:

• пассивные наблюдатели; • участники дискуссий; • генераторы контента. В зависимости от того, к какой категории принадлежит человек, можно адаптировать под него рекламную или PR-кампанию. Так например, если основу аудитории составляют генераторы контента, то необходимо создать сеть сообществ, наполнить начальным контентом, а дальше пользователи сами оживят страницы (так называемый, «импульсный посев») [4].

Для эффективного продвижения имиджа организации в социальных сетях Дамир Халилов разработал пошаговую стратегию, состоящую из девяти шагов с необходимыми рекомендациями в этой новой для многих отрасли [3, 58-71]. Все начинается с определения портера целевой аудитории и завершается разработкой календарного плана, представляющего собой схему, в которой в хронологическом порядке расписаны даты всех основных действий: 1) запуск мероприятий в каждой из сетей, 2) расписание публикаций материалов, 3) замер по основным метрикам. Последний, девятый шаг - оценка эффективности стратегии, а также коррекция имиджа и репутации кампании. Это позволит понять, какие источники наиболее эффективны, какие требуют доработки, а также оценить, насколько рентабельно использование того или иного инструмента. В настоящее время данная стратегия применяется автором для продвижения конкретного банка и проходит апробацию, результаты которой будут обобщены и представлены позже.

К использованию сетей в рекламных целях пришли крупные компании. Особенно это заметно именно в банковском сегменте. Банки активно занялись продвижением своих услуг через социальные сети. Ведь конкуренция растёт с каждым днём, и необходимо следить не только за развитием самих банковских продуктов, но и за тем, как эти банковские продукты можно продвигать. Преимущество продвижения имиджа и репутации организации в социальных сетях много — это и низкий порог входа, база знаний о пользователях, широкий инструментарий, с помощью которого возможно получить конкретную целевую аудиторию.

## CONCLUSIONS. ВЫВОДЫ. SECINĀJUMI

Сегодня имидж и репутация организации во многом зависят от информационного поля, которое сформировалось вокруг них в Интернете. Негативные отзывы могут погубить репутацию, положительные, наоборот – сделать из компании культ. При выборе правильной площадки для взаимодействия с целевой аудиторией, PR-специалист может отслеживать и управлять той информацией, которая будет только положительно отражаться на деятельности и развитии компании. Это работа не одного человека, а заранее продуманная маркетинговая стратегия брендинга специалистами банка и план действий для продвижения бренд-коммуникаций в социальных медиа.

## REFERENCES. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКИ. LĪTERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. ИМИДЖ - Контакт, Инфра-М; 2003. 368с.
2. Проблемы репутации в банке. Доступно: <https://www.ashmanov.com/education/articles/problems-reputatsii-v-bankovskoy-sfere/>.
3. Халилов Д. «Маркетинг в социальных сетях». Текст представлен издательством [http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=5978005](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=5978005)/Дамир Халилов: Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2013. 240с.
4. Поддержание имиджа банка через социальные сети. Интернет -ресурс Доступно: <https://marketing.by/mnenie/podderzhanie-imidzha-banka-cherez-sotsialnye-seti/>.
5. Используются неопубликованные материалы дипломного проектирования Синебрюхова О., осуществляемого под научным руководством автора настоящей статьи.

# ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT PROSPECTS OF TRADE RELATIONS OF LATVIA AND SOUTHEAST ASIA

**Andrey Alekseev**

PhD student of the programme „Regional Economy and Economic Policy”  
at Baltic International Academy, Riga Latvia

**Inna Stecenko**

Dr.oec. professor at Baltic International Academy,  
Riga Latvia

## ABSTRACT

In the article presented, the authors carry out the analysis of export – import operations of Latvia with Asian countries. The authors, particularly focus on the main partners of Southeast Asia: the People’s Republic of China, Hong Kong, Taiwan, Japan, South Korea, and Singapore. The authors carried out the analysis of the calculated volume of exports to countries for the period from 2015 to 2017, as well as identified the leaders of export operations from the countries of Southeast Asia.

**Keywords:** Latvia, People’s Republic of China (PRC), Hong Kong, Taiwan, Japan, South Korea and Singapore, trade, export, import.

## АННОТАЦИЯ

В представленной статье авторы проводят анализ экспортно-импортных операций Латвии со странами Азии. Особенно фокусируют внимание на основных партнерах Латвии в Юговосточной Азии: Китайской Народной Республики, Гонгконг, Тайвань, Япония, Южная Корея и Сингапур. Проведен анализ рассчитанного авторами объема экспорта в страны за период с 2015 по 2017г.г., а также выявлены лидеры экспортных операций из стран Юговосточной Азии.

**Ключевые слова:** Латвия, Китайская Народная Республика, Гонгконг, Тайвань, Япония, Южная Корея и Сингапур, торговля, экспорт, импорт.

## INTRODUCTION / IEVADS /ВВЕДЕНИЕ

The United Nations at the General Assembly *adopts one of the most important documents* of the United Nations summit: Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Seventeen goals in the field of sustainable development of the world and 169 tasks have been developed in this document, which is announced as the future development program of the countries of the world. The new goals and objectives entered into force on January 1, 2016, and over the next 15 years, when implementing the economic policy of the state, they will be guided by them for making decisions. Within the framework of the presented research on the development of export – import operations of the Baltic countries and Southeast Asia, we rely on the implementation of the eighth and ninth goals of this document. Thus, goal 8 is formulated as “Promote inclusive and sustainable economic growth, employment and decent work for all”. Undoubtedly, for many millennia, trade has been and is the basis for the growth of welfare and prosperity of states and in the conditions of industrialization of states and the support of an innovative activity, an addition impetus is created to increase trade operations between states. This is indicated by goal No. 9, “Creating resilient infrastructure, promoting inclusive and sustainable industrialization and innovations” [5].

**BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION/ SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSĒ/ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

For several centuries since the time of Adam Smith, research has been ongoing on the trading operations of states, for the purpose of justifying and further development of the area of trade of countries. Thus, in the early 1980s P. Krugman, K. Lancaster [1,2]. and some other economists suggested an alternative to the classical explanation of international trade, based on so-called economies of scale. Further, an analysis of the factors of the international division of labor is complemented by I. B Krevis's **neotechnological concept**. According to the opinion of Krevis, each country imports goods that it is either not able to produce on its own or can produce in limited quantities and whose supply is elastic and at the same time exports goods with highly elastic and superior local production requirements. As a result, the country's foreign trade is determined by the comparative level of elasticity of the national and foreign supply of goods, as well as by the higher rates of technological progress in export sectors.

Thus, this research is aimed at the analysis and assessment of the development potential of trade operations between Latvia and the countries of Southeast Asia.

For carrying out the analysis, we selected those countries of Southeast Asia with which the state has any significant trade operations in the list of countries studied: China, Hong Kong, Taiwan, Japan, South Korea, and Singapore. Trade with Malaysia and Indonesia is very insignificant in the country's trade over; therefore it is not included in the analysis. (Table 1)

It should be noted that over the studied period of 2015-2017, the share of Asian countries in the total volume of trade operations of Latvia increased significantly .

Table 1.

**The volume of imports to Latvia of the countries of Southeast Asia from 2015-2017, euro, developed by the authors**

| Countries    | 2015                  | 2016                  | 2017                  |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <i>Asia</i>  | 795 185 472           | 765 380 696           | 878 787 509           |
| China        | 415 472 693           | 402 035 560           | 439 891 497           |
| Hong Kong    | 20 287 892            | 14 756 483            | 15 822 537            |
| Japan        | 20 404 731            | 18 974 269            | 22 282 088            |
| South Korea  | 42 869 875            | 23 265 863            | 25 712 389            |
| Singapore    | 3 086 504             | 4 217 357             | 10 757 605            |
| Taiwan       | 72 081 764            | 73 548 880            | 83 469 073            |
| <b>Total</b> | <b>12 710 128 172</b> | <b>12 416 571 142</b> | <b>14 176 718 116</b> |

Source: [6,7]

As you can see from the presented table, the share of imports from Asian countries increased in the total volume of import operations and in 2017 the growth compared to 2015 made up 110,5%. It should be noted that the main share in imports belongs to the EU countries – 77,59 %, CIS - 10,67 %, southeast Asian countries account for 4,0% [6] according to the opinion of the authors, there is potential for the development of this particular market.

An analysis of Latvia's export operations to Asian countries showed that there was an increase and share of exports of Asian countries was approaching 900 million euros in 2017. (table 2).

**The volume of Latvia's exports to the countries of Southeast Asia from 2015-2017, developed by the authors**

| Countries    | 2015                  | 2016                  | 2017                  |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Asia         | 727 641 908           | 725 702 224           | 825 492 925           |
| China        | 108 467 860           | 120 315 672           | 42 638 023            |
| Hong Kong    | 33 918 123            | 23 415 062            | 29 906 156            |
| Japan        | 39 592 073            | 48 524 194            | 50 525 675            |
| South Korea  | 41 885 561            | 48 863 002            | 61 798 754            |
| Singapore    | 20 401 372            | 19 295 912            | 16 836 159            |
| Taiwan       | 4 707 526             | 4 962 939             | 5 220 619             |
| <b>Total</b> | <b>10 504 567 382</b> | <b>10 490 023 595</b> | <b>11 647 288 907</b> |

Source: Source: [6,]

As you can see from the represented table, the total volume of exports to Asia is increasing, thus, in 2015 exports amounted to 727 641 908 euros, then, in 2017 increased by almost 98 million euros (97 851 017 euros). The total amount of exports in 2017 amounted to 11 647 288 907 euros, which is 1 142 721 525 euros more than in 2015. The growth made up 10.87%.

Note that the main share in Latvian exports belongs to the EU countries in 2017- 71,04 %, CIS- 12,89%, southeast Asian countries account for 2,13% [6].

However, over the research period, the share of import operations in the volume of trade with Asian countries exceeds export operations, which means that there is potential for growth for both Latvian and Asian companies (table 2).

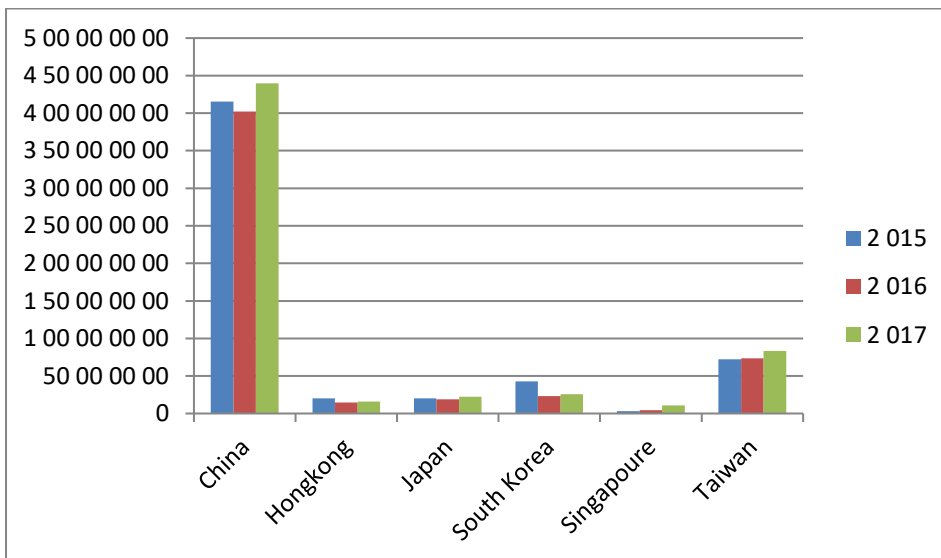


Figure. 1. Latvian imports from countries of Southeast Asia, from 2015-2017, calculated by the authors

Source: [6]

Thus, in the presented diagram it is clearly seen that China is the leader in imports to Latvia, Taiwan is in second place, South Korea and Japan are in third place and Hong Kong and Singapore close this rating. Let's consider how trade was distributed among countries on the chart (figure 5).

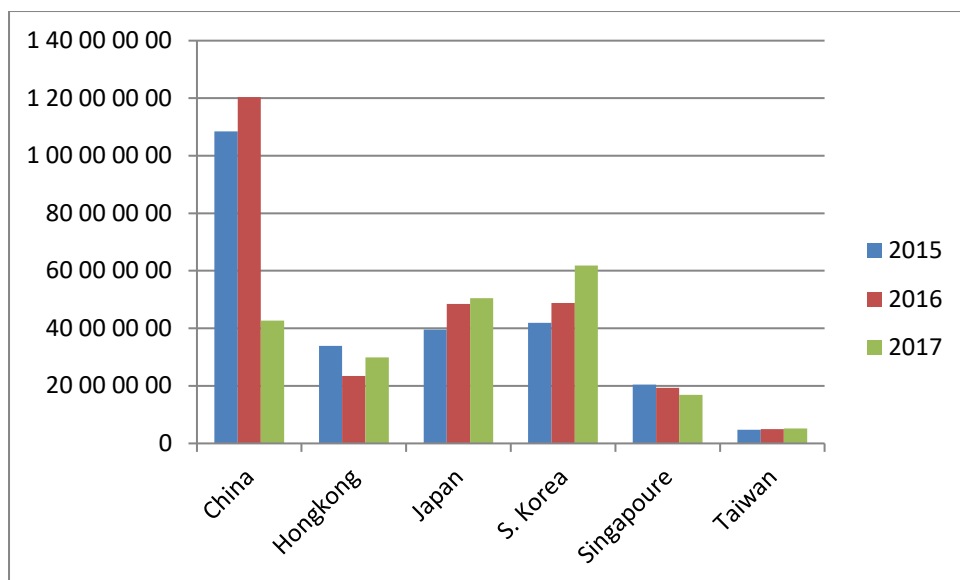


Figure 2. Latvia's exports to the countries of Southeast Asia, from 2015-2017, euros, calculated by the authors

Thus, the above data indicate that China was the largest exporter of Latvia in 2015, 2016, however, in 2017 the share of Latvia's exports to the country decreased by 3.5 times. So, if in 2015 goods were exported to China for 108 467 860 euros, then in 2017 exports amounted to 42 638 023 euros, moving China only to third place. In terms of volume of export operations of Latvia in 2017, South Korea was the leader – 61 798 754 euros, the second place in export operations of the countries of Southeast Asia was taken by Japan - 50 525 675 euros.

### CONCLUSION/KOPSAVILKUMS /ЗАКЛЮЧЕНИЕ

In order to expand Latvia's trading activities with Southeast Asian countries, the authors conducted research of trade operations, which revealed that the main trading partner is PRC, Hong Kong, Taiwan, Japan, South Korea, and Singapore. According to the opinion of the authors, Latvia's annual increase in exports to the countries under study showed that Latvia is characterized by a comparative level of elasticity of national and external supply of goods, confirming the concept of I. B. Kreivis **and can achieve even greater results by developing export operations from small and medium-sized businesses.**

### REFERENCES/ LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS/ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Paul Krugman (1996). Pop Internationalism . New York. p. 240
2. L.Lancaster (1991). The Bowyer Ledgers Hardcover, Oxford University Press, p. 691
3. Alice Landau (2004). The International Trade System. Routledge. New York. pp.: 345
4. Nguyen Huua, Deniz Dilan Karaman Örsal (2019). A new and benign hegemon on the horizon? The Chinese century and growth in the Global South Economics <http://www.economics-ejournal.org/economics/discussionpapers/2019-60>
5. United Nations, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015 [https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A\\_RES\\_70\\_1\\_E.pdf](https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf)
6. Central Statistical Bureau of Latvia, [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv)
7. EUROSTAT [www.eurostat.eu](http://www.eurostat.eu)

# THE SMART CITY CONCEPT IN THE “GREEN ECONOMY” SEGMENT

**Gulnara Aleeva**, Russia

Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russian Federation, Management Department Assistant  
[GIAleeva@fa.ru](mailto:GIAleeva@fa.ru)

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается создание и перспективы реализации концепции Smart City, проанализированы факторы, влияющие на рост и развитие «умных городов», выделены города России с активным и масштабным внедрением Smart-систем, предложены способы мотивации к переходу на интеллектуальное обеспечение.

## ABSTRACT

The article discusses the creation and prospects of implementing the Smart City concept, analyzes the factors affecting the growth and development of Smart cities, identifies the cities of Russia with the active and large-scale implementation of Smart-systems, suggests ways of motivation for the transition to intellectual support.

**Key words:** “green economy”, Smart City, mobility, energy efficiency, security.

## INTRODUCTION

Sustainable business development in the modern community is possible only with the “green economy” trend in mind. More and more states are choosing the path of responsible attitude to resources, bringing their actions in line with the global environmental agenda. In the “green economy” segment, for the formation of a comfortable, innovative, environmentally friendly environment in cities and megacities, many countries are introducing the concept of Smart City. The high level of urbanization in most countries of the world, the growth of urban agglomerations, the concentration of population and production capacity in megacities have a negative impact on the ecological environment in the long run. According to the Federal State Statistics Service, the percentage of the urban population of the Russian Federation in the total population as of January 1, 2019 is 74.59% [5]. Factors such as overpopulation, problems of non-renewable resources, the transition to a digital economy, and digitalization determine the relevance of the study.

### 1. Prospects for the development of the Smart City concept

The Ministry of Construction and Housing and Communal Services of the Russian Federation initiated the Smart City project, and also introduced a program that requires a competent approach and project implementation at all levels. The project is being implemented as part of the national projects “Housing and Urban Environment” and “Digital Economy”. The main task is to introduce new comprehensive management systems in all cities of Russia by 2024, which will increase the quality of life of urban residents, especially in megacities, and make living there really comfortable and safe. This project was initiated with the aim of increasing the competitiveness of Russian cities.

In the coming years, the urban environment will be optimized in Russia with the introduction of the latest modern solutions: from ergonomic payment systems for utility bills to the use of innovative materials in landscaping [3]. The Smart City project is based on five principles: the quality of urban resources management, the development of city infrastructure, the focus on specific people, the safety and comfort of living conditions in the city, economic efficiency, including the service component of the urban environment.



Practical analysis reveals the factors that are most important for the overall development of cities and for Smart City in particular. In table 1, these factors are summarized.

Table 1

**Factors affecting the development of Smart City**

| Name of factor                   | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Demographics                     | Population change is the driving force behind the introduction of various Smart City elements.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Economy                          | Lots of elaborate places to facilitate brief exchanges.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Transport and infrastructure     | Clean transport, alternative energy. Carefully designed spaces facilitating brief exchanges, low cost, low emissions of transportation, smart cars, bicycles, premium unmanned vehicles.                                                                                                                                                                                                                                            |
| Society                          | A low-energy city committed to sustainable development. Self-sufficient quarters. Face-to-face interaction. Digital worlds play a central role in work, friendship, and social life. Citizens strive for user-oriented innovation and use the services of local businesses to improve the life and experience of the city.                                                                                                          |
| Planning                         | A distributed and connected city where localization is no longer important. Downward approach (centralized system with a central facility) or upward approach (decentralized system with a shared environment)                                                                                                                                                                                                                      |
| Sustainability                   | Clean transport, alternative energy and high technology.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Land use                         | Intelligent growth in land use.<br>Decreased land use.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Resources                        | Alternative Energy. More equitable access to the resource.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Access to information            | Associated only with the platform and its provider, citizens are not tied to any particular city. Programs are supported by a freer flow of information. An open data environment managed by a municipal ubiquitous sensor network that generates data on all aspects of the city. Private-Managed Data Environment Open data (advanced algorithms that combine all the data generated in the city, decision-making based on data). |
| Technology Planning              | Comprehensive mobility platform for various mobile service providers. Electric vehicles for multimodal mobility concepts. Potential for low carbon technology. High recognition of technology.                                                                                                                                                                                                                                      |
| Market structure and competition | Previously inactive mobility service providers (such as IT / communications, power supply) are becoming serious competitors for traditional mobile service providers and manufacturers.                                                                                                                                                                                                                                             |
| External context                 | Moving mobility models, forced migration.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Politics                         | Participation and autonomous city with an active sustainable development policy.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Access to public green spaces    | Increased access to public green spaces..                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Collaboration                    | Collaboration between different stakeholder groups is a key success factor for multimodal mobility services.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Financing                        | Multimodal mobility becomes a profitable investment.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Education                        | Creation and dissemination of knowledge.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| Name of factor                    | Description                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Systems                           | Maintenance of centralized systems that are becoming smarter and more environmentally friendly. The emergence of renewable and shared decentralized systems.                                                     |
| Services                          | An integrated, multiservice approach based primarily on the ability to manage and control systems. Strong regional embeddedness, which requires a common, integrated design and a common environmental approach. |
| Air quality                       | Reducing the negative health effects associated with air quality.                                                                                                                                                |
| Energy                            | Energy efficient user technology.                                                                                                                                                                                |
| Value Orientation and Consumption | Well-organized multimodal mobility services (e.g. local public transport, car sharing, railways). Multimodal mobility solutions preferred by customers over individual vehicles, due to time savings.            |
| Implementation                    | Leader in the development of multimodal mobility by industry in relation to customers and public authorities.                                                                                                    |

Having considered these factors affecting the growth and development of Smart City, it can be noted that population growth will stimulate the diversity of the urban environment, the development of social and transport infrastructure in centers with high traffic. The negative consequences of population growth are associated with redistribution of income in favor of the influential sectors of society, more intensive use of natural resources, environmental pollution and health problems. In some studies, a decrease in population growth rates is considered a factor that leads to economic stagnation, a slowdown in the development of transport infrastructure, urban suburbs, etc. On the other hand, limiting population growth contributes to the achievement of Smart City goals through improving the urban environment and reducing the negative impact on health and, finally, a more equitable distribution of income [1].

The influence of economic factors on urban development is associated with such problems as business in the local community as a vehicle for innovation, competition or cooperation as a source of growth, economic growth and government policy, development of transport infrastructure, and the speed of economic exchanges. Among them, there are many elements of Smart City - the development of global intelligent networks that promote economic growth, while the close interaction of business and citizens stimulates innovation, and convenient urban spaces accelerate economic processes. Economic growth is also stimulated by increased competition and cooperation through public support for local enterprises. Transport factors are characterized by the use of alternative energy in public and personalized transport, the expansion or maintenance of infrastructure, and the way and quality of urban life (speed, number of hours per day, environment). Some studies are exploring the prospects for alternative fuel vehicles. Others focus on the prospects for developing public transport infrastructure: between dispersed employment centers and the suburbs, transfers between fast-growing cities, and improving urban and suburban public transport.

Social factors are related to the level of civic engagement or confrontation with economic and social problems, individualization of consumption, or conservation of resources, creation of user-oriented innovations to improve the life and experience of the city. Some studies also emphasize the importance of choosing between economic and social priorities, the growing need for security, and the importance of the digital worlds for work, friendship, and social life. Social integration contributes to sustainable development, more active use of modern digital technologies, the predominance of public interests in comparison with personal interests, achievement of consensus in solving social and economic problems, voluntary actions, which in general lead to a more comfortable living environment.

Access to information is a key factor for the development of Smart City. Ensuring accessibility to platform technologies ensures less dependence on a specific city and its mobility. The level of information transparency

(a data environment managed by individuals or open to citizens) affects the quality of decision-making. The growing openness of data allows city services to respond more quickly to urgent problems and accidents. Efficiency of planning technologies increases the level of comfort in an urban environment. The Smart City concept is not a partial, thematic solution, but a center of integrated solutions that connect the infrastructure, information and communication infrastructure and people.

## **2. The implementation of Smart City in Russia**

In Russia, cities with the active and large-scale introduction of Smart-systems in the urban infrastructure can be distinguished. These are cities such as Moscow, St. Petersburg, Kazan, Sochi, Ufa, Voronezh, Yekaterinburg. The city of Moscow acts as a pilot site on a federal scale. Approaches, systems, technological and organizational solutions of the Smart City format, which have been tested in the capital, will be implemented faster and cheaper in the regions. Serious Smart-projects in the capital have already been implemented and appreciated by both Muscovites and international analysts. The Moscow system of smart technologies in healthcare - EMIAS - was recognized as the only one in the world in scale and was awarded the prize of the international competition Global mobile Gov Awards for the quality of mobile public services. According to the British company SimilarWeb, the mos.ru domain is among the ten most visited state websites in the world. Its monthly audience overtook the sites of the European Union and NASA. Moscow for the development of e-government received the World e-Governments Organization of Cities and Local Governments, WeGO. In addition, the main metropolis of Russia is one of the ten world leaders in terms of coverage with video cameras and the quality of video analytics, as well as in terms of coverage with free Wi-Fi. The Moscow Transport network (MT\_FREE) was recognized by the Wireless Broadband Alliance international association as the best public Wi-Fi network in the world. People are part of the structure of the "smart city", while being a subject and an object. The main goal and purpose of everything that is included in the concept of Smart City is to take care of the city's population, the number of problems has turned into the quality of solutions. Working on the development of technologies, introducing and improving infrastructure, we set the vector for the development of cities, thereby forming tomorrow's look for an environmentally friendly environment [2].

From an analysis of existing practice, the development of the Smart City concept is an indicator of safety and a high level of comfort. In order to motivate owners of buildings and premises to switch to intellectual support and energy efficiency, it is necessary to provide tax incentives, subsidies, the possibility of soft loans for the modernization of buildings and premises, introduce stricter requirements for the energy efficiency class when constructing new buildings, and provide preferences to developers using Smart Technologies.

## **CONCLUSIONS**

In the Smart City concept, the city is considered as an investment in human capital, as well as in transport and information and communication infrastructure, which contributes to sustainable economic growth and high quality of life with competent management of natural resources through joint management. An integral part of the concept is social inclusion, which contributes to sustainable development, the wider use of advanced digital technologies, the priority of social interests over personal ones, reaching consensus on various economic and social issues, and ultimately creating a comfortable living environment.

## **REFERENCES AND OTHER SOURCES**

1. Joss S., Sengers, F., Schraven D. et al. The Smart City as Global Discourse: Storylines and Critical Junctures across 27 Cities // Journal of Urban Technology. 2019. No. 26. P. 3-34.

2. Sokolov A., Veselitskayaa N., Carabiasb V., Yildirim O. Scenario-based identification of key factors for smart cities development policies // Technological Forecasting and Social Change. 2019. No.148. P. 119.
3. Седаш Т.Н., Егорова Д.А. Зеленая экономика и умные города: использование европейского опыта в России / Т.Н. Седаш Д.А. Егорова // Финансовая жизнь. 2018. № 3. С. 14-18.
4. Жертовская Е.В., Якименко М.В. Возможности и перспективы использования технологий Smart City для развития туризма на территориях // Фундаментальные исследования. 2018. № 2. С. 83-89.
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.  
URL: <https://gks.ru> [09.11.2019]
6. Официальный сайт Ассоциации «Умных городов России». URL: <http://smartcitygroup.ru> [12.11.2019]
7. Официальный сайт Министерства строительства России. URL: <https://www.minstroyrf.ru> [10.11.2019]

# CUSTOMIZATION OF PRODUCTION IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY: INTEGRATION ASPECTS

**Alexander Miller**, Russian  
Doctor of economic sciences, professor  
Dostoevsky Omsk State University, Faculty of Economics  
aem55@yandex.ru

**Lyudmila Davidenko**, Kazakhstan  
PhD in economics, associate professor,  
Innovative University of Eurasia, Faculty of Business, Education and Law  
davidenkolm@rambler.ru

## АННОТАЦИЯ

Глобальные процессы в современном обществе строятся на технологиях управления экономикой, социальными, техническими и технологическими системами. Цифровая карта промышленного производства претерпевает изменения, которые влекут за собой деформацию традиционных технологических укладов. Ответным шагом на колебания спроса в области высокотехнологичной продукции выступает кастомизация производства. Исследования показали, что эффективность данного процесса определяется уровнем технологической интеграции на промышленных предприятиях. В связи с этим в статье представлена обобщающая оценка условий, факторов сетевого взаимодействия предприятий обрабатывающей промышленности с кластером информационных компаний и мировыми научно-исследовательскими центрами.

**Ключевые слова:** кастомизация производства, технологическая интеграция, цифровая экономика.

## ABSTRACT

Global processes in modern society based on technologies for managing the economy, social, technical and technological systems. The digital map of industrial production is undergoing changes that entail the deformation of traditional technological structures. The response to fluctuations in demand in the production of high-tech products is customization of production. Studies have shown that the effectiveness of this process is determined by the level of technological integration in industrial enterprises. In this regard, the article presents a generalized assessment of the conditions and factors of the network interaction of the manufacturing industry with a cluster of information companies and world research centers.

**Key words:** customization of production, digital economy, technological integration.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

With the acceleration of the pace of scientific and technological progress, the intensity of human labor decreases and at the same time its productivity increases, which serves as the basis for changing the model and structure of production. At the same time, the digital core strengthens the integration interaction of enterprises, research centers, and educational institutions. Such conditions have a favorable effect on the individualization of finished products to the requirements and requests of end consumers by making structural changes to the composition and appearance of the goods. Thus, there is a customization of production, which provides for the technological integration of production, service processes with the ICT sector.

**VARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSE. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Orientation to the release of high-tech products demanded by the market becomes possible in the conditions of technological adaptation of existing industries to the challenges of the world market:

- the emergence of new production technologies in the field of energy conservation, advanced processing of raw materials;
- the development of complex processes of designing and manufacturing products;
- customization of material objects of varying complexity;
- the disappearance of mass-produced goods;
- broad prospects for the development of the artificial intelligence industry;
- digitalization of logistics, the emergence of intelligent transport systems;
- digital marketing.

The study of the problems of customization of production leads to the study of conditions, factors of network interaction of manufacturing enterprises in the digital economy (Table 1).

Table 1 - Signs of enterprise development in a digital economy

| Conditions and factors of development                                | Postulate put forward                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Authors of research                    |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Knowledge economy                                                    | Development of a digital knowledge economy index calculated by measuring the magnitude of content and participation in digital platforms                                                                                                                                                                                            | Ojanpera, S., Graham, M., Zook, M. [1] |
| Expanding company boundaries through in-country platform connections | The theory of "internalization" (internalization theory) shifts the emphasis from the "boundaries of the company" to the "boundaries of the local network." Integration of internal and external networks by adapting business models of companies (experience of Chinese multinational companies, Multinational-Enterprises (MNE)) | Zeng, J., Khan, Z., De Silva, M. [2]   |
| Rising R&D Investment Flow                                           | The question of a new definition of R&D in the digital economy: both "routine or periodic changes" (traditionally classified as non-R&D), and "significant improvement" (classified as R&D) (Amazon experience)                                                                                                                     | Watanabe, C., Tou, Y. [3]              |
| Development of public and private partnerships                       | Supporting a government initiative to open access to more data, use technological advances related to cloud storage and software applications                                                                                                                                                                                       | Hughes-Cromwick, E., Coronado, J. [4]  |
| Digital Platform                                                     | Value Chain Reform                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Uzunca, B., Borlenghi, A. [5]          |

|                                                    |                                                                                                                                                                                                 |                                                                      |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Sustainable customer value with digital technology | Development of digital infrastructure, information and technological intangible assets that provide direct interaction or value creation on different platforms, linking different user groups  | Rantala, T., Ukko, J., Saunila, M., Puolakoski, H., Rantanen, H. [6] |
| Diversification                                    | Transition to the release of high-tech products and support for industrial development through information and communication technologies (the experience of Kazakhstani oil and gas companies) | Heim, I., Kalyuzhnova, Y., Li, WZ, Liu, KC. [7]                      |

## РĚТІЈУМА REZULTĀTI. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. RESEARCH RESULTS

The digitalization of the economy provides companies with unique opportunities for creating a digital infrastructure in which information and intangible assets are able to provide direct interaction and value creation on various platforms, linking groups of participants into a single complex.

The prospects for customizing production can be considered in close connection with technological integration, as a dynamic process of transforming the flows of production resources in the form of new technologies at the level of integrated economic structures (Figure 1).

The progressive practice of industrial customization is noted at the enterprises of Flanders, Belgium. Cluster formations allow the state economy to occupy high positions in the market of chemical products and digital technologies. An individual approach to the organization of production allows us to maintain and develop innovative activity of companies. Thus, the ecosystems of production, education, and research centers are successfully functioning [8] (Figure 2).

Assessing the near future of technological integration, we can state the fact that the transition of manufacturing enterprises to an intellectual basis will be simplified provided that the functional zones of responsibility centers are optimized, including cost, income, profit and investment centers [9].

The leading role in the intellectualization of production capacities will be played by measures of state support and preferential taxation. Along with this, the effectiveness of the technological development of domestic companies is determined by partnerships with international industry leaders [10].

Research and development activities in this direction have been started and tendencies for activation by combining industrial and scientific capital at regional levels have been outlined [11, 12].

Thus, we can make an affirmative conclusion about the special role of scientific and methodological tools for organizing industrial production through technological integration with a view to sustainable development of the system of economic relations that regulate the flows of production resources in the form of applied technologies.

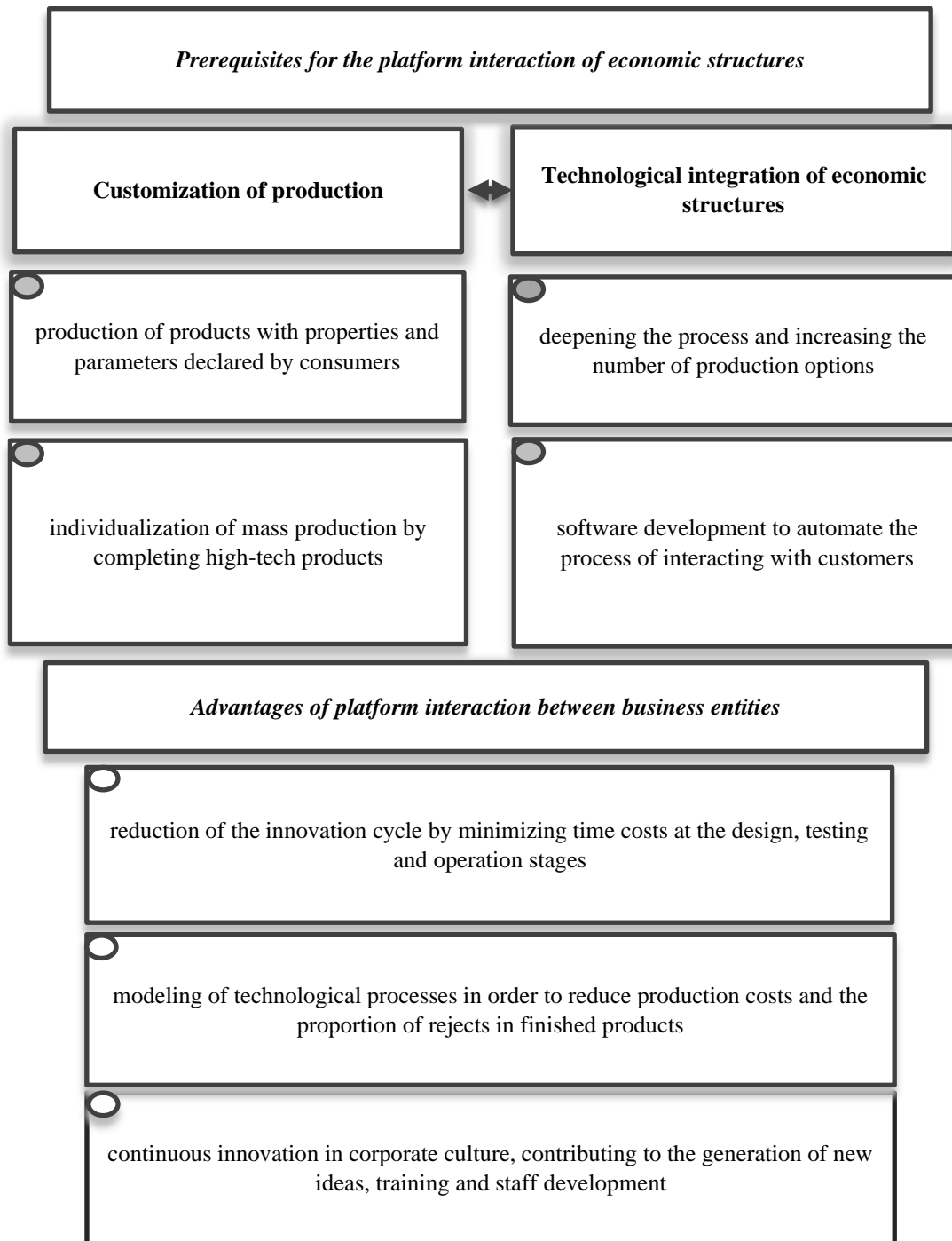


Figure 1 - Description of the platform interaction of economic structures (authors)



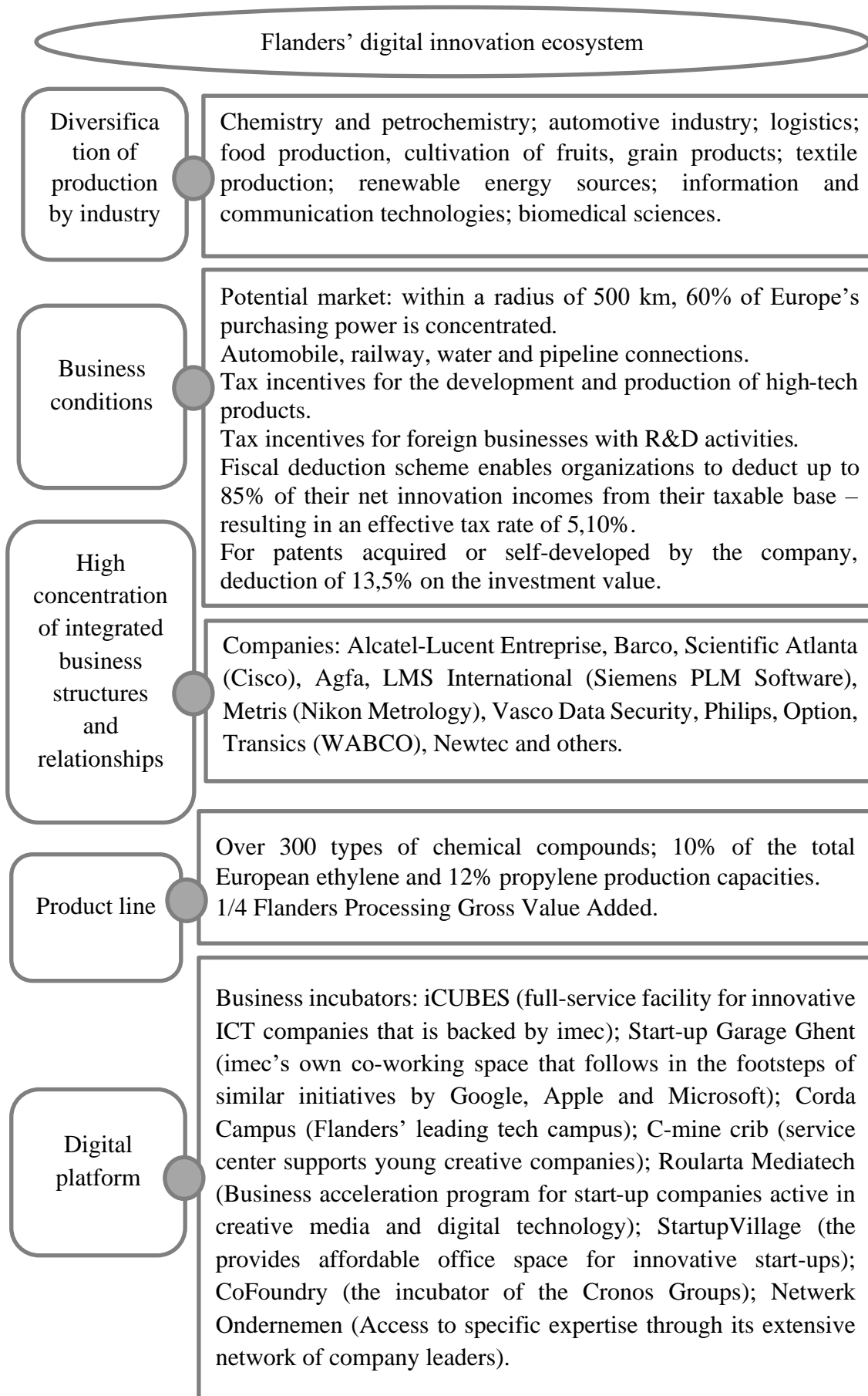


Figure 2 – Elements of Flanders' digital innovation ecosystem (authors by [8])

## ACKNOWLEDGMENTS

The study was carried out with the financial support of the Russian Federal Property Fund in the framework of the scientific project No. 19-010-00081 “Technological integration in the manufacturing industry within the framework of the priorities of the scientific and technological development of Russia”.

The study was carried out as part of an initiative applied research “Study of the potential of innovative and technological development of the economy of the regions of the Republic of Kazakhstan and the development of possible scenarios for their economic growth”, State registration number 0119PKH0283.

## SUMMARY

Studying the management practices of leading domestic and foreign companies allows you to choose your own development path that will take into account the advantages and disadvantages of the process of technological integration in the world. Fears of job preservation are systematically offset by the implementation of special programs for increasing labor productivity by training specialists with a broad profile with basic knowledge of the digital economy.

## KOPSAVILKUMS

Izpētīt prakses vadības vadošajiem vietējiem un ārvalstu uzņēmumiem, kas ļauj izvēlēties savu attīstības ceļu, kas būtu jāņem vērā priekšrocības un trūkumi procesa tehnoloģiju integrāciju pasaulē. Bažas saglabātu darba vietas sistemātiski tiek kompensēts realizāciju īpašas programmas, lai uzlabotu darba ražīgumu, sagatavojot speciālistus plaša profila ar pamata zināšanas par digitālo ekonomiku.

## РЕЗЮМЕ

Изучение практики управления ведущими отечественными и зарубежными компаниями позволяет выбрать собственный путь развития, который будет учитывать преимущества и недостатки процесса технологической интеграции в мире. Опасения сохранения рабочих мест систематически нивелируются реализацией специальных программ повышения производительности труда путем подготовки специалистов широкого профиля с базовыми знаниями в области цифровой экономики.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.

### REFERENCES

1. Ojanpera, S., Graham, M., Zook, M. The Digital Knowledge Economy Index: Mapping Content Production // *Journal of Development Studies*. – 2019. – Volume 55. – Issue 12. – PP. 2626-2643. – DOI: 10.1080/00220388.2018.1554208.
2. Zeng, J., Khan, Z., De Silva, M. The emergence of multi-sided platform MNEs: Internalization theory and networks // *International business Review*. – 2019. – Volume 28. – Issue 6. - Article number 101598. – DOI: 10.1016/j.ibusrev.2019.101598.
3. Watanabe, C., Tou, Y. Transformative direction of R&D- lessons from Amazon's endeavor // *Technovation*. – 2019. – Volume 88. – Article number 102081. – DOI: 10.1016/j.technovation.2019.05.007.
4. Hughes-Cromwick, E., Coronado, J. The Value of US Government Data to US Business Decisions // *Journal of Economic Perspectives*. – 2019. – Volume 33. – Issue 1. - PP. 131-146. – DOI: 10.1257/jep.33.1.131.

5. Uzunca, B., Borlenghi, A. Regulation strictness and supply in the platform economy: the case of Airbnb and Couchsurfing // *Industry and Innovation*. – 2019. – Volume 26. – Issue 8. – PP. 920-942. – DOI: 10.1080/13662716.2019.1633278.
6. Rantala, T., Ukko, J., Saunila, M., Puolakoski, H., Rantanen, H. Creating sustainable customer value through digitality // *World Journal of Entrepreneurship Management and Sustainable Development*. – 2019. – Volume 15. – Issue 4. – PP. 325-340. – DOI: 10.1108/WJEMSD-08-2018-0077.
7. Heim, I., Kalyuzhnova, Ye., Li, WZ., Liu, KC. Value co-creation between foreign firms and indigenous small- and medium-sized enterprises (SMEs) in Kazakhstan's oil and gas industry: The role of information technology spillovers // *Thunderbird International Business Review*. – 2019. – Volume 61. – Issue 6. – PP. 911-927. – DOI: 10.1002/tie.22067.
8. Flanders' digital innovation ecosystem // Official site of Flanders Investment & Trade government of Flanders Belgium. - [Electronic resource]. - URL: <https://www.flandersinvestmentandtrade.com/invest/en/sectors/digital-society/digital-society-ecosystem>.
9. Vanderstraeten, R. Systems everywhere? // *Systems Research and Behavioral Science*. – 2019. – Volume 36 – Issue 3 – PP. 255-262. – DOI: 10.1002 / sres.2596.
10. Kuznetsov, S. V., Miller, A. E., Davidenko, L. M. Development Prospects of Technological Integration: Regional Perspective // *Studies on Russian Economic Development*, 2019. – Vol. 30. – No. 1. – PP. 15 - 21. – DOI: 10.1134/S1075700719010106.
11. Беспальй, С. В., Давиденко, Л. М. Оценки регионов по уровню индустриально-инновационного развития // *Вестник Университета Туран*. – 2018. – №1 (77). – С. 9-14.
12. Миллер, М. А. Новая индустриализация в контексте пространственного развития регионов // *Вестник Омского университета. Серия: Экономика*. – 2019. – Т. 17. – № 2. – С. 185-193.

# DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGY FOR A NEW COMPANY IN LATVIAN REPUBLIC

**Maksim Li**

Latvia, Baltic International Academy, Program: Business Management and Administration, e-mail:

[maximlee.ml@gmail.com](mailto:maximlee.ml@gmail.com)

Scientific adviser: Dr.oec., Prof. Tatyana Golubkova

## ABSTRACT

The article presents the insight into small and medium-enterprises economic activity in Latvia from 2014 to 2018. In the second part of the article the findings after the research of the competitors in the bar services' segment is presented. The author focuses on the offered products and pricing, as well as presents the most commonly found marketing activities held by the enterprises in the bar industry. The article provides the basis for the future development of the marketing strategy of the newly established bar enterprise.

**Keywords:** marketing strategy, product, promotion

## АННОТАЦИЯ

В статье дается представление об экономической активности малых и средних предприятий в Латвии в период с 2014 по 2018 год. Во второй части статьи представлены результаты после исследования конкурентов в сегменте услуг бара. Автор акцентирует внимание на предлагаемых продуктах и ценах, а также представляет наиболее часто встречающиеся маркетинговые мероприятия, проводимые предприятиями барной индустрии. В статье заложены основы для дальнейшей разработки маркетинговой стратегии вновь созданного барного предприятия.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, продукт, продвижение

## INTRODUCTION / IEVADS /ВВЕДЕНИЕ

Small and medium-sized enterprises (SMEs) in Latvia, as elsewhere in Europe, make up a large part of the economy and play an important role in gross domestic product and employment. According to data, the total turnover of the small business has reached EUR 23 billion in the last four years. The majority of the companies from the catering industry can be considered as small and medium-sized enterprises, therefore analyzing this segment will create a basis for the development of the marketing strategy for the newly established enterprise on the market in this area. As soon as the promotion and the product are one of the most important factors that influence the marketing strategy of the company, getting insight to the offered product and pricing policy of the competitors, as well as their marketing measures, are significant and will affect the planning of the marketing company of the newly established catering or bar enterprise. Therefore, the two major aims of the article are to get the insight into the market situation in the market of SMEs in Latvia and conduct a research on the major competitors, their marketing activities and offered products.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION/ SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSĒ/ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ MARKET ANALYSIS OF THE SME**

According to Lursoft data, at the end of 2016, there were 107000 companies registered in Latvia with less than 50 employees and a turnover or balance sheet total of less than EUR 10 million. Micro and small companies prove their solid position in Latvian business with their financial indicators. Lursoft estimates that in recent years, micro and small companies account for 44% of the total turnover of companies registered in Latvia. True, in 2015 and 2016 it tended to decline slightly, from EUR 24 billion in 2014 to EUR 23 billion. It should be added that in 2016, micro-enterprises generated a turnover of EUR 13.60 billion, while small businesses - EUR 9.54 billion. Calculating the average profitability, which most directly reflects the net profit of the companies on each euro in circulation, shows that the past year has brought significant improvements [1]. In 2017, the small business had a turnover of EUR 23.90 billion and a profit of EUR 962.49 million. This represents 42.18% of the total turnover of Latvian companies last year and 32.80% of the total profit of all Latvian companies. These indicators only reiterate the importance of small business in Latvian business. Lursoft estimated that at the end of 2017, there were less than 110 thousand companies registered in Latvia with less than 50 employees and a turnover of less than EUR 10 million or a balance sheet total of less than EUR 10 million. According to the definition of the European Commission Regulation, these enterprises are classified as micro and small enterprises. Given the large share of small businesses among Latvian companies, it is natural that these companies also show the most popular business sectors among Latvian registered companies [2]. One tenth of all micro and small businesses have chosen to associate their business with retail, while 8.70% have chosen the real estate industry. Only slightly less, 8.18%, have chosen wholesale as their field of activity. It should be noted that about 70% of all businesses in the small business sector employ up to 5 people each. Therefore, small business occupies an important place in the Latvian economy not only through its ability to generate billions and generate significant profits, but also through the number of jobs created [4].

Information from the Lursoft database shows that 5297 companies are registered in the food service industry, of which 65.37% have opted for restaurant and mobile food service activities, 17.41% are engaged in catering and other food service activities, but 17.22 % related to bars. 12.54% of all companies that have indicated that they operate in the food service industry have raised foreign equity. However, the number of economically active companies is twice as low as the registered. It should be noted that more than half or 55.38% of all enterprises in the sector are registered in Riga, while another 18.41% are located in Riga district. Summarizing the data presented in the annual reports, it can be seen that in 2016 catering companies worked with a loss of EUR 5.65 million in turnover of EUR 501.29 million, but in 2017, with a turnover of EUR 544 million, the financial year ended with 5, EUR 24 million in losses [5]. Research shows that the number of companies working in the catering sector has fallen by 18.54% over the last two years. Namely, at the beginning of 2017, 5636 companies indicated catering as their main activity, but at the beginning of this year - 4591. Of all the companies registered in Latvia, 2.5% of enterprises related to the catering sector and employ 5% of the total number of employees [3]. As considering the specifically bar services the majority of the enterprises are classified as SME [6].

### **COMPETITOR'S PRODUCT, PRICE AND PROMOTION RESEARCH**

In August 2019 there are 95 active bars in Riga (out of 277 in Latvia), that are mainly situated in the very centre of Riga - Old City and other central areas.

There are several types of bars in Riga:

- Low-cost bars and pubs in the centre and residential area
- Medium-cost bars and pubs in the city centre, offering the basic drink card and basic snacks

- Medium to high-cost bars and pubs in the Old City, offering either the large variety of beer, or cocktails and snacks to be served
- High-cost bars and pubs in the hotels and near the major tourist routes around the Old city
- Specific bars that are connected to the restaurants, small bars are the bowling centres and gambling places, small residential area bars at the grocery stores - their number is minimal and does not have specific impact and is not taken into account.

The vast majority of the bars is located at the streets of the city centre or the old town area. There are only two active bars in the lists of Tripadvisor stated as active being registered as bar service and providing the services at the residential area. In the Old City bars and clubs are located within walking distance from each other. Clubs and bars of the Old Town are appreciated by both locals and tourists, because here one is able find everything - a wide range of drinks, live matches in sports bars, live music concerts and performances by the best DJs at dance floors, therefore having a broad choice for the desired style of the time spending during the night. As for the City centre, then there are a couple of areas, where the majority of the centre bars and pubs are located: Miera and Briana district - there are several clubs open also during the working week, a local brewery.

The average spirits price has been calculated by finding the average between 5 different positions served per ml (not bottle), as well as not accounting the extra-quality spirits (like Hennessy XO, for example). The figure 2.7 presents the average price for the 100 millilitres of the soft drinks (primarily, juices, mineral water and sparkling soft drinks like Sprite).

- The majority of the enterprises have the average price of 3 EUR per 100 ml serving of the soft drink. The next figure similarly reflects the average cocktail prices per serving of cocktail.
- It can be clearly noted, that the average price for the cocktail is either 4 to 5 EUR or 7 to 8 EUR.
- Usually, the more expensive prices are presented by the high-cost bars with the so-called “author cocktails” - these enterprises often employ a bar-chef, who develop the bar card with different positions, specifically for the bar.
- Mainly bars with the most expensive cocktails do not offer beer or shots.

The average spirits price per serving (50 ml) is 4 to 6 EUR - it has also been noted, that mainly all the bars serve the similar top-notch brands of spirits: Finlandia (vodka), Jameson or Red Lable (whiskey), etc. The variety of spirits have been noted only in a couple of bars, mainly targeting the tourists and located near the hotels in the Old Riga. The average price is 2 EUR per shot and may be lower if one order a specific number of shots, called “a set” or “a meter”, usually including 6, 8, 10 or 12 similar shots per specific price. This product is broadly offered within the bars. It can be also added, that mainly bars do not have any specific offer - some of the enterprises offer shisha, that is prohibited by the Latvian legislation, some offer gaming (Gamestation bar, for example) or disco (Cuba café, for example). However, 90% of the bars do not have any specific attribute. As for the commonly noted basic attributes, then around 30 per cent of the enterprises offer happy hour for the guests. All the enterprises offer the draft beer and cold snacks to accompany the drinks - nuts, chips or something more complicated as bruschettas. Around 70% of the bars and pubs offer also hot snacks, that means they have employed chef and possess the running kitchen. As for the drinks’ variety, than the specific division was detected - mainly enterprises present either large shots variety, or large cocktail variety or large beer variety. This targeting might be assumed by the narrow Latvian market, where due to the cost cutting and image creation the enterprise should develop and focus on one specific target drink menu. The major strategy the bars follow is the presence in the Internet, while probably the best way to advertise the bar on the Internet is to upload high-quality, mouth-watering photos of drinks and reports from the parties or activities held. Visual content is in high demand these days, and having amazing photos on the website and on various social networks is important. Using Instagram or Google Places, bars help new potential guests to find the bar and follow the updates. Mainly managers conduct the marketing activities in social media by themselves, not using the services of the SM agencies - the main tendency that was noted by the author - the

dialogue with the audience as transparent and sincere as possible. Moreover, the promotion of a restaurant in online bar applications such as Four Square and TripAdvisor are also usually considered part of the marketing plan. Partnership with online applications encourages visitors to check the place for promotions and special offers for an evening or a holiday.

## CONCLUSION/KOPSAVILKUMS /ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Summing up, it can be defined that in the area of the bar and catering services, SME form the biggest segment. In the recent years market has experienced a number of fluctuations in the economic terms, still, it is growing, that create the opportunity for the bar or catering company to enter the market. However, in the way make the market entrance successful, it is necessary to consider the existing situation and rules introduced by the competitors, especially in terms of offered products, pricing policies and marketing measures that are used. Taking into account the market for bar services is small and the competition among them is very strong, and managers have to go out of their way to succeed. The vast majority of the bars is located at the streets of the city centre or the old town area. The average spirits price per serving (50 ml) is 4 to 6 EUR, when the average price is 2 EUR per shot and may be lower if one order a specific number of shots. All the enterprises offer the draft beer and cold snacks to accompany the drinks - nuts, chips or something more complicated. Additionally, more than 60% of the bars and pubs offer also hot snacks. As for the specification of the bar, then mainly enterprises present either large shots variety, or large cocktail variety or large beer variety - specifying on one of the options. As for the promotional strategies, that were separately analysed for the future purposes, then the major strategy the bars follow is the presence in the Internet. Mainly managers conduct the marketing activities in social media by themselves, not using the services of the SM agencies. In addition, broadly used promotion method is coupons, however, the introduction of such coupons carries some bad affect: since coupons present constant discounts on the same drinks, customers psychologically begin to accept the discounted price as constant and therefore refuse to purchase a drink at its standard cost (this type of situation has been broadly noticed by the author, when restaurants in Riga began to introduce sushi offer "two of the price of one"). Also, negative experience has been noted, around 10 to 15% of bars offer specific discounts for parents coming with children, kids' rooms or kids' activities. Still, this strategy is doubtful, while kids should not have interaction with the alcohol, while the major aim of the bar is receiving the profit from the margin of the drinks sold. Finally, outdoor advertising is broadly used, while often potential visitors choose an enterprise to visit according to their residence.

## REFERENCES/ LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS/ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. "Mazais bizness veido 42,18% no Latvijas uzņēmumu kopējā apgrozījuma", *Blog.lursoft.lv*, 2019. [Online] - [Accessed: 19- Nov- 2019]. Available: <https://blog.lursoft.lv/2018/11/01/mazais-bizness-veido-4218-no-latvijas-uznemumu-kopeja-apgrozijuma/>.
2. "Mazais bizness nodarbina 66% no visiem Latvijas uzņēmumos strādājošajiem cilvēkiem", *Blog.lursoft.lv*, 2019. [Online] - [Accessed: 19- Nov- 2019]. Available: <https://blog.lursoft.lv/2017/11/15/mazais-bizness-nodarbina-66-no-visiem-latvijas-uznemumos-stradajosajiem-cilvekiem/>.
3. "Ēdināšanas joma Latvijā – cik apgroza, nopelna un nodokļos samaksā nozares līderi?", *Blog.lursoft.lv*, 2019. [Online] - [Accessed: 19- Nov- 2019]. Available: <https://blog.lursoft.lv/2018/07/23/edinasanas-joma-latvija-cik-apgroza-nopelna-un-nodoklos-samaksa-nozares-lideri/>.

4. "SBG020. Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji pēc nodarbināto skaita-Statistikas datubāzes", *Statistikas datubāzes*, 2019. [Online] - [Accessed: 19- Nov- 2019]. Available: [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn\\_\\_uzndarb/SBG020.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn__uzndarb/SBG020.px/table/tableViewLayout1/).
5. "SRG020. Ekonomiski aktīvi uzņēmumi sadalījumā pa galvenajiem darbības veidiem (NACE 2.red.)-Statistikas datubāzes", *Statistikas datubāzes*, 2019. [Online] - [Accessed: 19- Nov- 2019]. Available: [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn\\_\\_01\\_skaitis/SRG020.px/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn__01_skaitis/SRG020.px/).
6. "SBG020. Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji pēc nodarbināto skaita-Statistikas datubāzes", *Statistikas datubāzes*, 2019. [Online] [Accessed: 19- Nov- 2019]. Available: [http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn\\_\\_uzndarb/SBG020.px/table/tableViewLayout1/](http://data1.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzn/uzn__uzndarb/SBG020.px/table/tableViewLayout1/).



# THE LIVING CONDITIONS OF COFFEE AND COCOA GROWERS IN IVOIRY COAST

Christian Agnimel Agro, Latvia,  
Baltic International academy, faculty of Regional economy and Economic policy,  
[agro\\_christian@yahoo.fr](mailto:agro_christian@yahoo.fr)  
Prof. Dr.Olga Pavuk

## ABSTRACT

**Topicality:** The concept of Fraud on the export of coffee and cocoa is a scourge that has an impact on the Ivorian economies. Faced with the growing consumption of chocolate in countries such as North America, Asia and Europe, a multitude of challenges exist. Cocoa grows in plantations located in a small number of countries in Africa. Production is divided into many small family farms that live below the poverty line. The conditions of cocoa producers, inequities in the distribution of profits within the supply chain and the imbalance between supply and demand, are important concerns. To solve this problem, all chocolate lovers must get involved.

In this work, we will first have to study in more detail the living conditions of coffee and cocoa growers in Ivory Coast due of Fraud on the export of coffee and cocoa. Then we will try to develop approaches to corruption. At the heart of the plagues that undermine the African continent is corruption at the top of the pack, especially in the exploitation of natural resources. Corruption has roots in the content of economic power. Ivory Coast is a giant provider of cocoa in the chocolate industry. Some fake cooperatives and Ivory Coast's class forests provide much of the cocoa produced in the country. This illegal cocoa is then marketed by the big chocolatiers; bypassing procedures of declarations and certification do not disturb this illegal trade.

Finally, we will study the determinants of Fraud on the export of cocoa, namely the microeconomic determinants and the macroeconomic determinants, focusing on the factor of Cocoa's production and the living conditions of the Cocoa farmers.

Project objective:

- Effective reforms in the exploitation of coffee and cocoa in order to improve the living conditions of growers
- Access to information and transparency in the management and cocoa export from Ivory Coast
- Effective methods of raising awareness to fight corruption in the cocoa export from Ivory Coast

**Keywords:** Africa, coffee, cocoa, Ivory Coast

## INTRODUCTION

Corruption is a hot topic; the recent perception of its dangerousness is a novelty that finds its source in the modern development of countries. We note that there are several misdeeds of "corruption", namely: the wasting of limited natural resources, the misery of farmers while natural resources are selling at very attractive prices in the market, causing the decline of production and slows the economy of the states of West Africa etc... This can compromise the social stability of a country.

Many cocoa farmers and their families live in extreme poverty and have limited access to basic services such as health, education and drinking water. Some producer communities are isolated and only children from wealthier families can go to school. Others must work alongside their parents and family members to support themselves. Only a holistic approach can improve the standard of living of these families.

Smuggling, tax evasion, the limitation of customs duties, the avoidance of administrative delays are so easily transformed into export declarations of Côte d'Ivoire. Nigeria with the oil is also self-described, Zambia and the South Africa with the Mineral.

05 August 2016 (agrici.net) "*Between 1990 and 2014, 31.3% of reported exports of cocoa to the Netherlands do not appear in Dutch transactions, ie a total disappearance of 5 billion dollars (2500 billion FCFA)*" [1], Revealed, a report of the United Nations Conference on Trade and Development.

For the first time, the world champion in cocoa and cashew has hosted an event dedicated to fair trade. An area that "*has great potential in Côte d'Ivoire,*" [2.] said Franck Koman, coordinator of the Ivorian Fair Trade Network (Rice) and organizer of the event held Thursday and Friday. Fair trade sales have doubled in one year, from 80,000 to 150,000 tonnes from 2016 to 2017, according to Rice. But this still represents only 7.5% of the national production of 2 million tons, or 40% of the world market. Nearly 200 cooperatives, bringing together more than 120,000 producers, are still certified fair trade in Côte d'Ivoire today, compared to only one in 2004, according to the Rice, which was created in 2009.

Ivorian agricultural cooperatives are also starting to sell processed products, which offer more added value. On the stand of the cooperative Scinpa, there was a range of cosmetic products containing cocoa: soaps, shampoos, facial masks and hair. Production of chocolate, a product with high added value, has also been growing slowly over the past five years, while Côte d'Ivoire has only exported raw cocoa for decades. "*There is a craze for chocolate in Côte d'Ivoire,*" says AFP Paul Bassogo, artisan chocolatier, who chairs the association of professionals in the sector.

For Rice, "*agriculture is now at a turning point: it must continue to produce more, to feed a growing number of people, but also to produce better, to preserve biodiversity, natural resources and health. farmers and consumers*" [3].

The loss of forests has led to climate change, with "*a short rainy season, irregular, and a longer dry season,*" Rice warns. A negative trend reinforced by global climate change that particularly impacts tropical countries like Côte d'Ivoire, according to a recent report from the World Bank.

Too often, cocoa farmers are excluded in sharing the profits generated by the cocoa sector. This imbalance is so unfair that the price of a bar of chocolate sold in an industrialized country can exceed the weekly income of a cocoa farmer. For many cocoa farming communities, access to modern technology and good environmental practices would increase yields, yet this is still an unreachable dream. Even as the demand for chocolate increases, the ability of producers to provide good quality cocoa remains under threat.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

The table below shows some stability of the large aggregates of the Ivorian economy. The agricultural sector remains by far the mainstay of the Ivorian economy. The table reflects the rise of the extractive sector from 0.3% of GDP to 6.6%.

*1. Tab. Place of agriculture and agro-industries in the in the ivoirian economy [4]*

| Sector                          | 2000         | 2004         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2015         | 2017         |  | 2018         |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|--------------|
| <b>Primary sector</b>           | <b>24,6%</b> | <b>25,0%</b> | <b>23,6%</b> | <b>22,7%</b> | <b>21,2%</b> | <b>24,6%</b> | <b>26,3%</b> | <b>22,2%</b> | <b>20,9%</b> | <b>21,1%</b> |  | <b>19,6%</b> |
| Food agriculture                | 13,3%        | 13,2%        | 13,5%        | 13,1%        | 11,8%        | 11,6%        | 12,0%        | 10,9%        | 10,4%        | 11,1%        |  | 10,0%        |
| Industrial & export agriculture | 8,5%         | 9,2%         | 7,3%         | 7,1%         | 7,3%         | 10,9%        | 12,2%        | 9,4%         | 9,1%         | 8,6%         |  | 8,4%         |

It should be recalled that the analysis of poverty in Côte d'Ivoire results from a relative poverty line equal to 75 000 FCFA (114euro) per capita per year, which was determined in the framework of the coffee and cocoa growers.

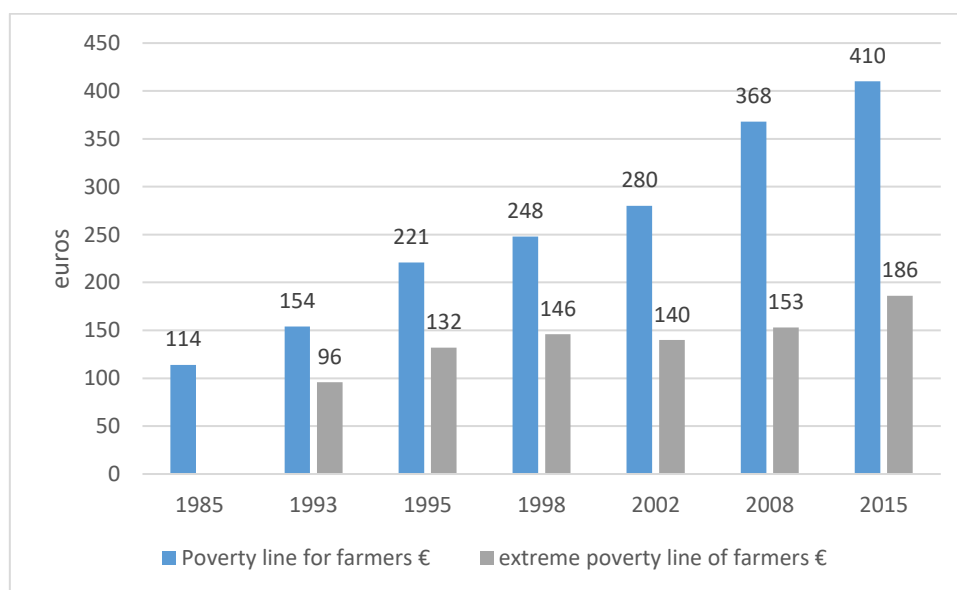
This amount, estimated from the consumer prices recorded on the markets of the city of Abidjan, during the period from February 1985 to January 1986, corresponded to the highest amount of consumer spending of the poorest 10%.

The extreme poverty line corresponds to the upper ceiling of the annual expenditure of the poorest 10% of the global population. At each new survey, these income poverty lines are re-evaluated.

2. Tab. Evolution of poverty line of farmers in common francs (euro) during inquiries [5]

| Years                                     | 1985                | 1993                 | 1995                 | 1998                 | 2002                 | 2008                 | 2015                 |
|-------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Poverty line for farmers(CFA/Year)        | 75 000<br>(114Euro) | 101 340<br>(154Euro) | 144 800<br>(221Euro) | 162 800<br>(248Euro) | 183 450<br>(280Euro) | 241 145<br>(368Euro) | 269 075<br>(410Euro) |
| extreme poverty line of farmers(CFA/Year) |                     | 63 375<br>(96Euro)   | 86 760<br>(132Euro)  | 95 700<br>(146Euro)  | 94 280<br>(140Euro)  | 101 826<br>(153Euro) | 122 385<br>(186Euro) |

1 Euro= 655 CFA



1. Image.Evolution of poverty line of farmers in common francs euro during inquiries [5]

In 2015 the cocoa price was 2600 \$ per ton, Côte d'Ivoire and Ghana, which together account for 60% of world cocoa production, decided to react. First decision: the announcement that they would refuse in the future to sell cocoa below 2600 \$ per ton.

This imbalance is so unfair that the price of a bar of chocolate sold in an industrialized country can exceed the weekly income of a cocoa farmer. For many cocoa farming communities, access to modern techniques and good environmental practices would increase their yield, yet this is still an unreachable dream.

## CONCLUSIONS

Too often, cocoa farmers are excluded in sharing the profits generated by the cocoa sector. This imbalance is so unfair that the price of a bar of chocolate sold in an industrialized country can exceed the weekly income of a cocoa farmer. For many cocoa farming communities, access to modern technology and good environmental practices would increase yields, yet this is still an unreachable dream. Even as the demand for chocolate increases, the ability of producers to provide good quality cocoa remains under threat.

Two goals at this start. The first is to ensure better compensation for planters, who receive only 6% of the final price of chocolate products sold to the consumer. The second is to anticipate an upcoming reduction

of resources. Drought in Côte d'Ivoire, the emergence of a cocoa virus in Ghana, conflicts in Cameroon and contamination of beans with poisonous herbs in Ecuador threaten 70% of global production capacity.

## REFERENCES

1. Trade Misinvoicing Primary Commodities in Development , URL :  
<https://www.agrici.net/component/easyblog/entry/fraude-sur-l-exportation-du-cacao-la-cote-d-ivoire-perd-2500-milliards-fcfa-en-24-ans.html?Itemid=101>
2. The cocoa sector invaded by certification fraud , URL :  
<https://www.jeuneafrique.com/mag/395978/economie/agriculture-filiere-cacao-envahie-fraude-a-certification/>
3. The export of coffee-cocoa led by fraud , URL: <https://zoom-eco.net/a-la-une/rdc-lexportation-du-cafe-cacao-plombee-par-la-fraude-chiffres/>
4. Carstensen, Peter C., «Competition, Concentration and Agriculture». Déclaration sur la concentration et la concurrence dans l'agriculture faite devant le Senate Committee on Agriculture, Nutrition, and Forestry le 27 avril 2000. URL:  
[https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/rapport\\_de\\_jrc\\_lagriculture\\_de\\_cote\\_divoire\\_a\\_la\\_loupe.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/rapport_de_jrc_lagriculture_de_cote_divoire_a_la_loupe.pdf)
5. Fonds commun pour les produits de base, «Possibilities for Price Risk Management by Cocoa Farmers in Cameroon, Côte d'Ivoire and Nigeria». Document présenté à la réunion annuelle de l'ITFC, Abidjan, Côte d'Ivoire, 26-28 juin 2002.: URL:  
[https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/rapport\\_de\\_jrc\\_lagriculture\\_de\\_cote\\_divoire\\_a\\_la\\_loupe.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/rapport_de_jrc_lagriculture_de_cote_divoire_a_la_loupe.pdf)
6. Fold, Niels, «Lead Firms and Competition in “Bi-Polar” Commodity Chains: Grinders and Branders in the Global Cocoa–Chocolate Industry». *Journal of Agrarian Change* 2, no 2 (2002): 228–47
7. Dobson Consulting, «*Buyer Power and Its Impact on Competition in the Food Retail Distribution Sector of the European Union*». Bruxelles: Direction générale de la concurrence des CE, mai 1999.
8. Daviron, Benoit, et Ponte, Stefano, *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*. Londres et New York: Zed Books, 2005.
9. ICCO Global Estimates, 1999. <http://www.icco.org/faq3.aspx?id=dlf1467> (source consultée le 7 novembre, 2007).
10. Shepherd, Andrew, et Farolfi, Stefano, *Libéralisation du secteur des cultures d'exportation en Afrique*. Rome: FAO, 1999.

# PROBLEMS OF BALANCE OF THE LATVIAN TAX SYSTEM

Alexey Leontyev, Mg. oec, Latvija,  
Programmas “Reģionālā ekonomika  
un ekonomiskā politika” doktorants  
Baltijas Starptautiskā akadēmija, Rīga  
e-mail: kratovo490@mail.ru

Zinātniskais vadītājs: dr. oec., prof. Ganna Rešina

## ABSTRACT

The article describes the significant changes and characteristics of Latvian economics after the introduction of changes in the tax legislation of the state, which came into force in 2018. The advantages and disadvantages of current progressive taxation are considered. The economic condition of the country in the post-reform space is being studied, it is noted that the recommendations made by the European Commission on the alignment of the population's income level with the help of tax policy have not been fully resolved.

**Key words:** taxes, tax reform of Latvia, tax system, progressive taxation, balance of the tax system, socio-economic inequality.

## АННОТАЦИЯ

Статья описывает значимые изменения и характеристики экономики Латвии после введения в действие изменений в налоговом законодательстве страны, вступивших в силу с 2018 г. Рассматриваются достоинства и недостатки ныне действующей прогрессивной шкалы налогообложения. Исследуется экономическое состояние страны в постреформенном пространстве, отмечается, что поставленные Еврокомиссией рекомендации по выравниванию уровня доходов населения с помощью налоговой политики полностью решить не удалось.

**Ключевые слова:** налоги, налоговая реформа Латвии, налоговая система, прогрессивная шкала налогообложения, сбалансированность налоговой системы, социально-экономическое неравенство.

## ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION / IEVADS

The object of study is the reform of the Latvian tax system.

At the end of 2016, Latvia announced the preparation of tax reform.

On January 1, 2018, new legislative acts regulating the main types of taxes approved by the Saeima of Latvia in 2017 came into force in Latvia [1, 2, 3, 8]. It should be noted that during 2018 and 2019, some amendments were made to these legislative acts, clarifying the modes of their application.

This article discusses the changes in the tax legislation of Latvia, gives their assessment and consequences, examines the prospects, gives recommendations for further improvement of the Latvian tax system.

One of the priorities of Latvian legislation in recent years is the harmonization of the tax system to comply with European Union standards.

Since 2018, Latvia implemented a progressive tax system in reference to personal income taxes. During the preparation for the introduction of a progressive taxation, it was stated that such a maneuver would reduce social inequality in the country.

Proponents of this transition argued that a progressive tax system does not make the rich poor, yet provides them with a qualitative living environment – an educated, cultured, safe and happy society. It creates

an opportunity to provide the state with quality resources and prerequisites for healthy and sustainable economic growth, which multiply the well-being of each member of society.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION / SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS UN PRAKSĒ**

When forming the part of the budget formed of taxes, the state is formally interested in increasing the total amount of taxes collected. The taxpayer has directly opposite interests. In the "state – taxpayer" system, the parties are not equal partners, i.e. there is a non-equivalent form of relations between the two entities. The state, through changes in tax rates, has the ability to either stimulate or suppress the activities of certain economic institutions and certain types of business activity, as well as indirectly influence the amount of employment, investments and other macroeconomic indicators. The goal of the state, on the one hand, to get the maximum taxes, on the other - not to bankrupt the taxpayer, keeping his interest in making a profit with this type of activity. The taxpayer, using the tools of tax planning, seeks to decrease the tax burden, while risking to go beyond the legal frameworks.

One of the tasks of the tax reform carried out in Latvia was to eliminate a high degree of social stratification based on the level of income. The level of social stratification is estimated using the Gini coefficient. The coefficient ranges from 0 to 100. If the value of this coefficient is equal to 0-the incomes of all residents of the country are considered equal, and when approaching 100-incomes are distributed unevenly, and, the higher its value, the greater the number of the poor in relation to the number of the rich in a particular country.

The idea of applying progressive taxation has been around for a long time. Economists Kenneth Scheve and David Stasavage, who have researched the history of the debates about progressive taxation over several centuries, point to three types of arguments used in disputes about the methods of taxation: equal treatment, ability to pay, and the compensatory argument. The compensatory argument, which was used after the beginning of the world wars, allowed to maximize the progressiveness of taxation in the first half of the 20th century [6].

Currently, in many countries of the world, tax legislation is designed so that it allows various business entities to search for optimal tax options to varying degrees. At the same time, there are no official methods that unambiguously regulate the activities of individuals and legal entities to optimize the taxation process. General restrictions are established only within the legal framework.

The author proposes a "tax prism" method, which allows to effectively improve the tax legislation, modeling the qualitative and quantitative consequences of certain changes and innovations [4].

In addition, when correcting tax legislation, there is traditionally a contradiction between the criteria of "fairness" and "efficiency" of tax policy. It is desirable to assess the compatibility of the requirements of these criteria at a preliminary stage. The method of carrying out such an assessment using a system of relative single indicators is proposed in [7, 9]. If parity is not achieved using all available maneuvers, it is possible to state the incompatibility with the requirements of the task. In such a situation, to solve the problem by the method of variant optimization, it is advisable to use the optimization method of successive concessions. According to the method of successive concessions to find optimal compromise solutions, after the relative single indicators are formed, it is necessary to rank them in descending order of importance [10, 11].

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА / RESULTS OF RESEARCH AND EVALUATION / PĒTĪJUMU REZULTĀTI UN NOVĒRTĒŠANAS**

Studies related to changes in the tax legislation of Latvia have shown that after the tax reform in 2018, income tax rates are differentiated depending on the annual income of an individual. Differentiated rates are set: 20%, 23% and 31.4%. In addition, depending on the type of income and the country of residence of the

beneficiary of income, reduced rates are introduced: 10%, and depending on certain criteria – 3%, 5%, and 15%.

New in the tax legislation were the rules governing non-taxable dividends, limits on expenses in economic activities, individual non-taxable minimum, non-taxable written-off mortgage debts, as well as cryptocurrency as income from capital.

It is also necessary to pay attention that the personal income tax from dividends and the liquidation quota are cancelled if for them the income tax from the enterprise has been paid. This regulation was introduced as a measure to control the optimization of taxation by creating a fictitious business outside Latvia. Its purpose is to prevent the abuse of dividends from foreign companies in the form of non-payment in the country of registration of corporate income tax or income tax. In accordance with the law of Latvia on personal income tax: if in the Republic of Latvia or abroad the company income tax on profits or dividends has not been paid, such source of income in Latvia is not exempt from personal income tax.

Another innovation is the rejection of a non-taxable minimum and the introduction of a personal non-taxable minimum for each resident from 2018. At the same time, the non-taxable minimum for persons whose taxable income for the year exceeded 12 thousand euros was abolished.

The study of the Gini coefficient' dynamics (*Table 1*) showed that its value in 2018 did not decrease, but, on the contrary, increased slightly compared to 2017, the pre-reform year.

**Table 1.** Latvia – Gini coefficient (scale from 0 to 100)

| 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 37.5 | 35.9 | 35.1 | 35.7 | 35.2 | 35.5 | 35.4 | 34.5 | 34.5 | 35.6 |

*Source: the table is based on Eurostat data*

However, it should be noted that in Latvia this ratio slightly exceeds the European average. And among the countries of the European Union, only Bulgaria and Lithuania are ahead of Latvia according to this indicator, having the value of the Gini coefficient in 2018-39.6 and 36.9, respectively. In Estonia, the Gini coefficient, according to Eurostat, is equal to the Latvian indicator.

## ВЫВОДЫ / CONCLUSIONS / SECINĀJUMI

Despite the tax reform introduced by ex-finance minister Dana Reizniece-Ozola, the main goals set by the European Union for Latvia to reduce socio-economic inequality have not been achieved. The imbalance characterized by the income inequality of the country's population has not yet been overcome. The total amount of tax revenues in the budget has increased, compared with pre-reform indicators, but these changes do not fully stimulate the necessary economic development, and sometimes only strengthen the level of social stratification of society. Another aspect that directly affects the tax situation in the state is the ongoing demographic decline of the population, as well as its aging. At the same time, the need for public funding is increasing, and European Union funding period concludes in 2020. Some areas of business activity, such as construction and restaurant business, cannot always cope with the tax burden imposed on them by the state, and are forced to hide in the "gray" zone or cease activities.

It is necessary to change the current tax system to ensure its deeper compliance with the interests of both the state and business.

Studies of the results of the Latvian tax reform, which came into force in 2018, have shown the validity of the statement of the Nobel laureate in Economics James Mirrlees, who conducted classical studies on the optimality of the tax system and pointed out that the income tax is a much less effective tool for reducing inequalities than has often been thought [5].

Therefore, at the moment it remains relevant to develop proposals for the modernization of the tax system of Latvia to build a better tax system.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES / LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Grozījumi likumā "Par iedzīvotāju ienākuma nodokli". Pieņemts: 28.07.2017. Stājas spēkā: 01.01.2018. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 156, 08.08.2017.OP numurs: 2017/156.5.
2. Grozījumi likumā "Par valsts sociālo apdrošināšanu". Pieņemts: 27.07.2017. Stājas spēkā: 01.01.2018. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 156, 08.08.2017.OP numurs: 2017/156.8.
3. Grozījumi Mikrouzņēmumu nodokļa likumā. Pieņemts: 28.07.2017.Stājas spēkā: 01.01.2018. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 156, 08.08.2017.OP numurs: 2017/156.10.
4. Ludmila Verovska, Alexey Leontyev. «Use of the tax prism method when forming tax part of the budget». Economics and Culture, ISSN (Online) 2256-0173, DOI: <https://doi.org/10.1515/jec-2017-0012>. ECONOMICS AND CULTURE 14(1), 2017. Pp. 128 - 135.
5. Mirrlees J.A., 1971. An Exploration in the Theory of Optimum Income Taxation. *The Review of Economic Studies*, Volume. 38, No. 2., pp. 175-208.
6. Scheve, Kenneth F., Taxing the rich: a history of fiscal fairness in the United States and Europe. — Princeton. — 1 online resource (xv, 266 pages) c. — ISBN 1400880378, 9781400880379 Princeton ; Oxford :Princeton University Press [2016].
7. Verovska L., Leontyev A. Using of Variant Optimization Methods for Determination of Rational Taxation Amount. 7 p. XVIII International Scientific and Practical Conference “Taxes: Theory and Practice 2015”. Republic Czech, Brno, Akademie STING, 2015.
8. Uzņēmumu ienākuma nodokļa likums. Pieņemts: 28.07.2017. Stājas spēkā: 01.01.2018. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 156, 08.08.2017.OP numurs: 2017/156.2.
9. Alexey Leontyev. Использование методов вариантной оптимизации при определении рациональной величины налогообложения// V International, scientific and practical conference of young scientists and students’ “Time of challenges and opportunities: problems, solutions and prospects”, 2015 year, 14-15 of May, Riga, BSA, 2015 – PP 178 – 181.
10. Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. Экспертные оценки. - М.: Наука, 2003. - 79 с.
11. Кузьмин В.Б., Орлов А.И./Статистические методы анализа экспертных оценок. - М.: Наука, 2007. - С.220-227.



# IMPACT OF HOUSEHOLDS INCOME ON THE LEVEL OF NON-PERFORMING LOANS IN THE COMMERCIAL BANKS OF CYPRUS

Master. Sc. (Economics) **Tatjana Ptasica**, Latvia  
The Doctoral Study Programme “Regional Economy and Economic Policy”  
Baltic International Academy  
[tatjana.ptc@inbox.lv](mailto:tatjana.ptc@inbox.lv)  
Research Supervisor: Prof. Dr.oec. A. Masharsky

## ABSTRACT

The purpose of this paper is to determine and analyse the impact of household income on the Level of Non-performing loans (NPLs) in the Commercial banks of Cyprus, as well as determine the nature and magnitude of relationship between them. The object of this study shall be the existing scientifically based theoretical approaches to the study of non-performing loans, as well as economic processes that affected the dynamic of those loans. The paper reviews the impact of the changes in household income on the Level of Non-performing loans in the Commercial banks of Cyprus between 2001 and 2018. The household income studied include: Household Saving Rate, Investment Rate of Household and Gross debt-to-income Ratio of households. The methodology of the study is based on theoretical and methodological analyses of scientific literature, statistical and econometric methods, as well as on observations, comparative method, description, measurements, analysis and modeling. In order to develop the statistical models, representing the relationship between household income and NPLs in Cyprus, the author is using a Simple linear correlation and such data analysis methods as Coefficient of correlation and Coefficient of determination. The results of this study show that the obtained Linear model of relationship between the Investment Rate of Household and NPLs is good and the study confirm that a statistically significant linear dependency exists between Investment Rate of Household and NPLs on Cyprus. In addition, the Linear models of relationship between the Household Saving Rate and NPLs and between the Gross debt-to-income Ratio of households and NPLs are acceptable and the studies confirm that a statistically significant linear dependency exists between Household Saving Rate and Gross debt-to-income Ratio and NPLs on Cyprus. The obtained results of the studies could be used as informative material for the government when designing macro and micro prudential policies, for business and educational purposes.

**Key words:** Non-Performing Loans, Commercial Banks, Household Saving Rate, Investment Rate of Household, Gross debt-to-income Ratio of households, Coefficient of Correlation, Coefficient of Determination

## АННОТАЦИЯ

Целью данной статьи является определить и проанализировать влияние доходов домашних хозяйств на уровень невозвратных кредитов в коммерческих банках Кипра, а также определить характер и величину связи между ними. Объектом данного исследования являются существующие научно-обоснованные теоретические подходы к изучению невозвратных кредитов, а также экономические процессы, которые оказали влияние на динамику этих кредитов. В статье рассматривается влияние доходов домашних хозяйств на уровень невозвратных кредитов в коммерческих банках Кипра в период с 2001 по 2018 годы. Рассматриваемые показатели доходов домашних хозяйств включают: Household Saving Rate, Investment Rate of Household и Gross debt-to-income Ratio of households. Методология исследования основана на теоретическом и методологическом анализе научной литературы, статистических и эконометрических методах, а также на наблюдениях, сравнительном методе, описании, измерениях, анализе и моделировании. Для разработки статистических моделей, представляющих взаимосвязь между доходом домохозяйств и невозвратными кредитами на Кипре, автор использует Простую линейную корреляцию и такие методы анализа данных, как Коэффициент

корреляции и Коэффициент детерминации. Результаты данного исследования показывают, что полученная линейная модель взаимосвязи между Investment Rate of Household и невозвратными кредитами является хорошей, и исследование подтверждает, что существует статистически значимая линейная зависимость между Investment Rate of Household и невозвратными кредитами на Кипре. Кроме того, линейные модели взаимосвязи между Household Saving Rate и невозвратными кредитами, а также между Gross debt-to-income Ratio of households и невозвратными кредитами являются приемлемыми, и исследование подтверждает наличие статистически значимой линейной зависимости между Household Saving Rate и невозвратными кредитами, а также между Gross debt-to-income Ratio of households и невозвратными кредитами на Кипре.

Полученные результаты исследований могут быть использованы в качестве информационного материала для правительства при разработке макро и микропруденциальной политик, в деловых и образовательных целях.

Ключевые слова: невозвратные кредиты, коммерческие банки, Household Saving Rate, Investment Rate of Household, Gross debt-to-income Ratio of households, Коэффициент корреляции, Коэффициент детерминации

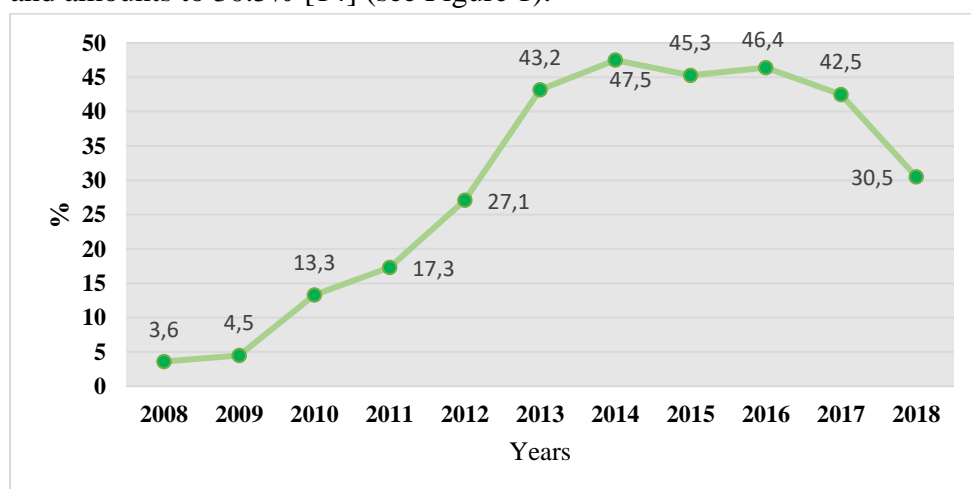
## INTRODUCTION. ВВЕДЕНИЕ. IEVADS

Over the past decade, the global banking system, including the banking system of Cyprus, has been hit hard by the financial crisis of 2007-2008. The consequences of the global financial crisis have made the problem of non-performing loans again relevant. The danger of a high level of non-performing loans generate risks of financial instability, restrain the country's economic growth and reduce economic efficiency due to their adverse economic consequences [1-3].

Among the determining factors, the scientific literature identifies a number of factors that help explain the evolution of NPLs. There are many studies focusing on the problem of the default rate of loans in the banking sector, most of which are focused on the relationship between macroeconomic determinants and NPLs [4-6]. A number of studies are devoted to the fact that the effect of macroeconomic conditions on the level of non-performing loans can be significant [7-9].

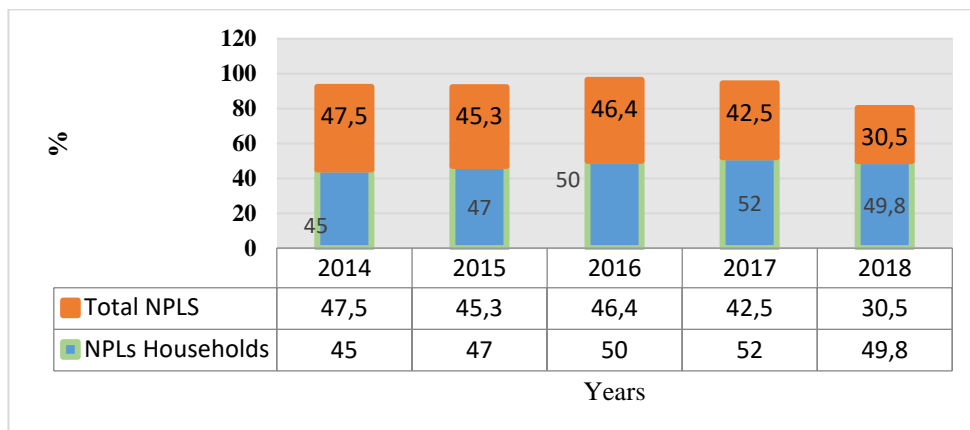
Moreover, non-performing loans create the link between banking sector vulnerabilities and regional and national macro-financial shocks [10, 11].

So despite the fact that the Republic of Cyprus, in accordance with the provisions of the European Stability and Growth Pact [12], has developed and is implementing its next Stability Program [13] for the period 2019-2022, approved by the Council of Ministers of Cyprus April 17, 2019, and «Reducing further the high level of non-performing loans and private debt» is one of the nine strategic goals of the Stability Program, at the end of 2018 the level of non-performing loans in Commercial banks in Cyprus remains, as before, very high and amounts to 30.5% [14] (see Figure 1).



**Fig.1.** Total Non-performing loans in Cyprus (%), 2008-2018. Compiled by the author (based on data from the Central Bank of Cyprus [14]).

Moreover, about half of total non-performing loans are non-performing loans of households (see Figure 2.).



**Fig.2.** Total Non-performing loans and non-performing loans of households in Cyprus (%), 2014-2018. Compiled by the author (based on data from the Central Bank of Cyprus [14]).

Thus, given the high level of NPLs of households in Cyprus, it remains interesting to consider the extent to which the impact of economic conditions has on the Level of NPLs of households on the Commercial Banks in Cyprus. These questions become particularly pressing as Cyprus emerged from the 2013 banking crisis and is facing a gradual economic recovery.

The aim of the study is the scientific justification of the impact of economic conditions on the level of non-performing loans of households, in order to prevent the risk of financial instability and accelerate economic growth in the modern economy of the European Union conditions.

To achieve the aim of the study it was necessary to solve the following research objective:

To define and justify the impact of economic conditions on the level of non-performing loans of households in Commercial banks in Cyprus.

The research object of the report is the existing scientifically based theoretical approaches to the study of non-performing loans of households, as well as economic processes that affected the dynamic of those loans.

The research subject of the study is the economic relations that objectively develop between economic agents in the process of formation and development of non-performing loans.

The methodology of the research is based on the theoretical and methodological analysis of the scientific literature, observations and analysis, comparative method, statistical and econometric methods, modeling.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION/ ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ/ SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA UN PRAKSE**

To achieve the aim of this paper, the author used the analysis of scientific literature.

Most of countries classify loans as Non-performing when if the amount of principal or interest is overdue by 90 days or more and/or there is «well defined weakness of loan or borrower» [15].

Among the determining factors of non-performing loans, the scientific literature identifies national economic conditions, which include Federal public finances (Public Debt and Budget Balance both as a share of Gross Domestic Product) and Interest Rate [10, 16, 17].

There are studies that are based on the fact that Federal public finances have a positive effect on non-performing loans, since the deterioration of state finances leads to a decrease in confidence in national banks, and thus banks begin to experience difficulties with liquidity. In turn, a decrease in bank liquidity leads to a reduction in lending, and debtors cannot refinance their debt to pay off loan obligations on more favourable terms. Moreover, an increase in public debt can lead to fiscal consequences, especially to a reduction in social spending and payments made to households, such as unemployment benefits [18, 19].

An increase in real credit rates increases the value of borrowers' debt and makes debt servicing more expensive and thus affect the borrower's ability to service debt.

In addition, there is a view that the uncertainty of interest rates affects the sources of funds in banks, which, in turn, affects the growth of loans and, therefore, non-performing loans [20].

Furthermore, most studies focus more on macroeconomic and external factors in influencing NPLs [21-23].

Moreover, there are studies that are based on the fact that credit availability, interest rates, inflation, and other macroeconomic and expectational variables have little or no effect on saving of households [24].

Saving rates as one of the key indicators for economic performance have been studied extensively at both the macro and micro levels [25-27].

However, the dynamics of non-performing loans since the recent crisis have made it clear that there is still empirical evidence for the determinants of the non-performing loans and particularly it links with households economic well being as a possible explanatory variable. The paper addresses this issue by focusing on Household Saving Rate, Investment Rate of Household, Gross debt-to-income Ratio of households as a significant driver of non-performing loans.

The household sector covers individuals or group of individuals whose principal function is consumption. It also includes own-account workers or entrepreneurs and unincorporated partnerships producing goods and services, when their activities cannot be separated from those of their owners (in particular, they do not keep a separate set of accounts). The household sector has been complemented here by non-profit institutions serving households (NPISH). This generally small sector includes charities, trade-unions, churches, political parties, sports clubs etc. [28].

Thus, Household Saving Rate (calculated in %): The gross saving rate of households (including Non-Profit Institutions Serving Households) is defined as gross saving (ESA 2010) divided by gross disposable income, with the latter being adjusted for the change in the net equity of households in pension funds reserves. Gross saving is the part of the gross disposable income which is not spent as final consumption expenditure [28].

Investment Rate of Household (calculated in %): The gross investment rate of households (including Non-Profit Institutions Serving Households) is defined as gross fixed capital formation (ESA 2010) divided by gross disposable income, with the latter being adjusted for the net change in pension entitlements. Household investment mainly consists of the purchase and renovation of dwellings [28].

Gross debt-to-income Ratio of households (calculated in %): Gross debt-to-income ratio of households (including Non-Profit Institutions Serving Households) is defined as loans (ESA 2010), liabilities divided by gross disposable income with the latter being adjusted for the net change in pension entitlements [28].

Household saving is the main domestic source of funds to finance capital investments, a major impetus for long-term economic growth. It thus shows how much households are saving out of current income and also how much income they have added to their net wealth. All OECD countries compile their data according to the 2008 System of National Accounts (SNA) [29].

To achieve the aim of this paper, the author used the method of correlation analysis to develop models of the influence of on the level of non-performing loans. Correlation is used when the author links Household Saving Rate, Investment Rate of Household and Gross debt-to-income Ratio of households with non-performing loans to see if they affect each other [30, 31]. The degree of relationship is indicated by the

correlation coefficient. To calculate the correlation coefficient, the author uses one of the formulas presented in the textbook on econometrics (see Formula 1[32]).

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}} \quad (\text{Formula 1})$$

where

r – Coefficient of Correlation;

n – number of pairs in scores;

i – an index that assigns a number to each sample element, ranging from 1 to n ;

X<sub>i</sub> – is the value X for observation i ;

Y<sub>i</sub> – is the value Y for observation i ;

∑X<sub>i</sub>Y<sub>i</sub>– sum of paired scores;

∑X<sub>i</sub> – sum of X scores;

∑Y<sub>i</sub> – sum of Y scores;

∑X<sub>i</sub><sup>2</sup>– sum of squared X scores;

∑Y<sub>i</sub><sup>2</sup>– sum of squared Y scores

The correlation coefficient obtained as a result of calculations is interpreted by the author as well as a qualitative assessment based on the Chaddock scale [33, 34]. In addition, the coefficient of determination is calculated and the critical values of the correlation coefficient are determined using the table of critical values for the correlation coefficient [35].

## RESEARCH RESULTS

### 1. The Model Nr1 of the influence of Household Saving Rate on the level of non-performing loans.

To accomplish the aim, the author builds an econometric Model Nr1 of a simple linear correlation of Household Saving Rate and the Level of NPLs in Table I.

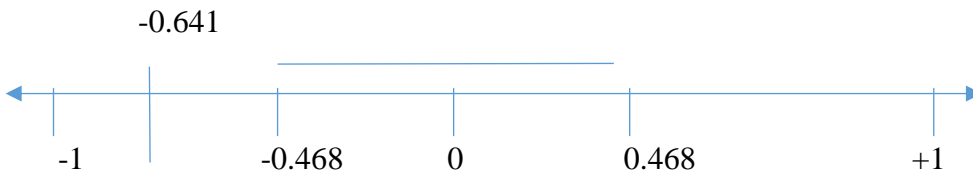
HOUSEHOLD SAVING RATE AND NPLs IN CYPRUS (%), 2001-2018. COMPILED BY THE AUTHOR (BASED ON DATA FROM THE EUROSTAT[36] AND THE CENTRAL BANK OF CYPRUS [14]).

|                           |      |       |      |       |       |       |      |      |       |
|---------------------------|------|-------|------|-------|-------|-------|------|------|-------|
| Years                     | 2001 | 2002  | 2003 | 2004  | 2005  | 2006  | 2007 | 2008 | 2009  |
| Household Saving Rate (%) | 2.17 | -0.33 | 2.35 | 6.39  | 9.18  | 8.79  | 2.86 | 2.97 | 10.43 |
| NPLs (%)                  | 7.9  | 9.5   | 11.3 | 11.7  | 7.1   | 5.4   | 3.4  | 3.6  | 4.5   |
| Years                     | 2010 | 2011  | 2012 | 2013  | 2014  | 2015  | 2016 | 2017 | 2018  |
| Household Saving Rate (%) | 5.00 | 4.95  | 2.33 | -1.91 | -2.85 | -1.41 | 1.43 | 3.68 | 2.57  |
| NPLs(%)                   | 13.3 | 17.3  | 27.1 | 43.2  | 47.5  | 45.3  | 46.4 | 43.8 | 32.01 |

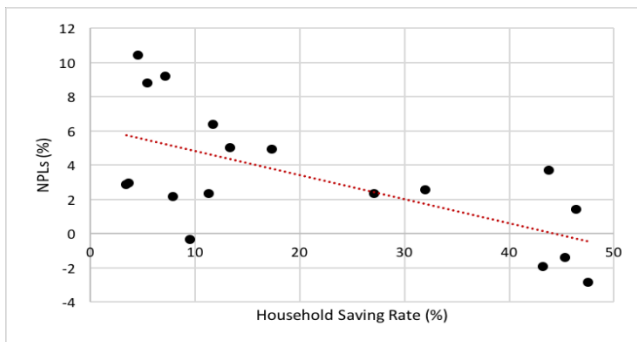
The results of the calculations from the data in the above table show that the Coefficient of Correlation (r) between Household Saving Rate and NPLs is -0.641 and the Coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 0.411 (see Table II, Figure 3, Figure 4).

TABLE II. RESULTS AND INTERPRETATION OF THE OBTAINED MODEL Nr1 CALCULATION. CREATED BY THE AUTHOR, OWN CALCULATIONS.

| Name                         | Coefficients | Results of analysis | Parameters             |
|------------------------------|--------------|---------------------|------------------------|
| Coefficient of Correlation   | $r$          | -0.641              | $-0.7 < -0.641 < -0.5$ |
| Coefficient of Determination | $R^2$        | 0.411               | $0.7 > 0.411$          |
| Critical Values              | -            | $\pm 0.468$         | $ 0.641  >  0.468 $    |



**Fig. 3.** Household Saving Rate and NPLs: The Coefficient of Correlation ( $r$ ) is not between the two critical values,  $r$  is Statistically significant, created by the author, own calculations



**Fig. 4.** The relationship between Household Saving Rate and NPLs in Cyprus, 2001 -2018. Created by the author, own calculations

Model Nr.1 is obtained as a result of calculations and it is near acceptable, since the Coefficient of determination is equal to 41.1% (0.411).

2. Model Nr.2 of the influence of Investment Rate of Household on the level of non-performing loans.

To accomplish the aim, the author builds an econometric Model Nr2 of a simple linear correlation of Investment Rate of Household and the level of NPLs. The uses of the statistical data are presented in Table III.

TABLE III. INVESTMENT RATE OF HOUSEHOLD AND NPLs IN CYPRUS (%), 2001-2018. COMPILED BY THE AUTHOR (BASED ON DATA FROM THE EUROSTAT[36] AND THE CENTRAL BANK OF CYPRUS [14]).

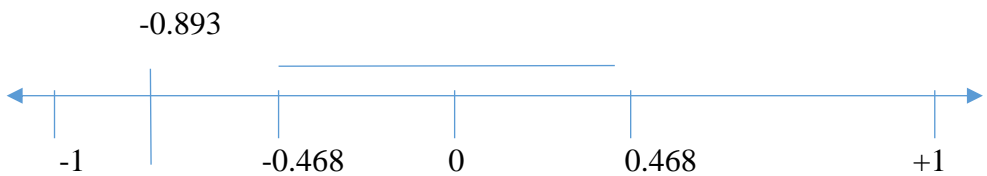
|                                  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Years                            | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  |
| Investment Rate of Household (%) | 12.59 | 13.44 | 14.94 | 15.41 | 17.13 | 19.69 | 21.13 | 20.09 | 15.73 |
| NPLs (%)                         | 7.9   | 9.5   | 11.3  | 11.7  | 7.1   | 5.4   | 3.4   | 3.6   | 4.5   |
| Years                            | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
| Investment Rate of Household (%) | 13.69 | 10.75 | 8.74  | 7.5   | 7     | 6.64  | 7.86  | 9.15  | 10.61 |

|          |      |      |      |      |      |      |      |      |       |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| NPLs (%) | 13.3 | 17.3 | 27.1 | 43.2 | 47.5 | 45.3 | 46.4 | 43.8 | 32.01 |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|

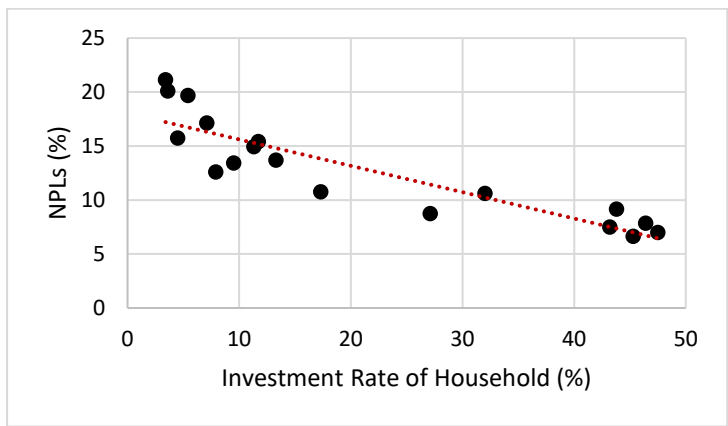
The results of the calculations from the data in the above table show that the Coefficient of Correlation ( $r$ ) between Investment Rate of Household and NPLs is  $-0.893$ , while the Coefficient of determination ( $R^2$ ) is  $0.797$  (see Table IV, Figure 5 and Figure 6).

TABLE IV. RESULTS AND INTERPRETATION OF MODEL Nr2 CALCULATION RESULTS. CREATED BY THE AUTHOR, OWN CALCULATIONS.

| Name                         | Coefficients | Results of analysis | Parameters             |
|------------------------------|--------------|---------------------|------------------------|
| Coefficient of Correlation   | $r$          | $-0.893$            | $-0.9 < -0.893 < -0.7$ |
| Coefficient of Determination | $R^2$        | $0.797$             | $0.797 > 0.7$          |
| Critical Values              | -            | $\pm 0.468$         | $ 0.468  <  0.893 $    |



**Fig. 5.** Investment Rate of Household and NPLs: The Coefficient of Correlation ( $r$ ) is not between the two critical values,  $r$  is Statistically significant, created by the author, own calculations



**Fig. 6.** The relationship between Investment Rate of Household and NPLs in Cyprus, 2001 -2018. Created by the author, own calculations.

Model Nr.2 is obtained as a result of calculations and it is near the perfect, since the Coefficient of determination is equal to  $79.7\%$  ( $0.797$ ).

**3. Model Nr3 of the influence of Gross debt-to-income Ratio of households on the level of non-performing loans.**

To accomplish the aim, the author builds an econometric Model Nr3 of a simple linear correlation of Gross debt-to-income Ratio of households and the level of NPLs. The uses of the statistical data are presented in Table V.

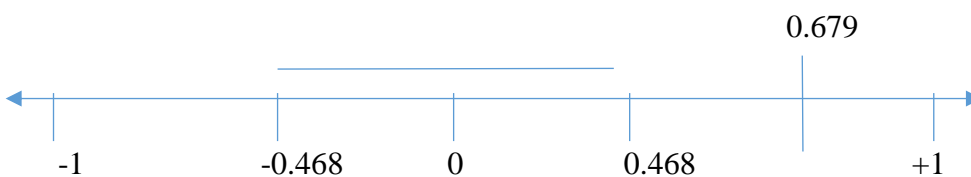
TABLE V. GROSS DEBT-TO-INCOME RATIO OF HOUSEHOLDS AND NPLs IN CYPRUS (%), 2001-2018. COMPILED BY THE AUTHOR (BASED ON DATA FROM THE EUROSTAT[36] AND THE CENTRAL BANK OF CYPRUS [14]).

| Years                          | 2001   | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Gross debt-to-income Ratio (%) | 119.07 | 120.28 | 110.4  | 111.73 | 133.74 | 136.60 | 149.39 | 151.40 | 159.90 |
| NPLs (%)                       | 7.9    | 9.5    | 11.3   | 11.7   | 7.1    | 5.4    | 3.4    | 3.6    | 4.5    |
| Years                          | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   |
| Gross debt-to-income Ratio (%) | 171.47 | 176.19 | 186.66 | 197.07 | 196.23 | 190.82 | 175.68 | 156.05 | 146.74 |
| NPLs (%)                       | 13.3   | 17.3   | 27.1   | 43.2   | 47.5   | 45.3   | 46.4   | 43.8   | 32.01  |

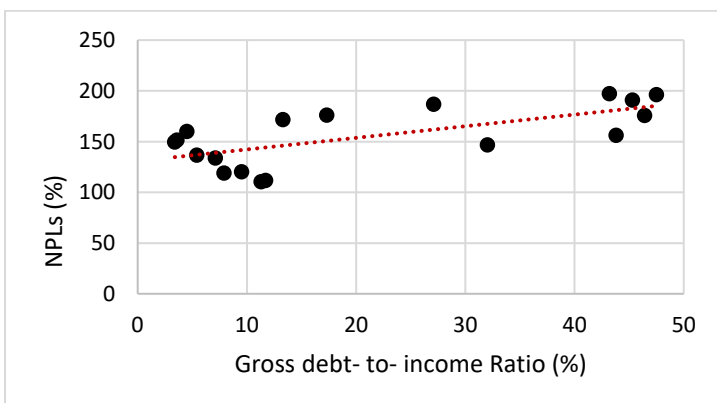
The results of the calculations from the data in the above table show that the Coefficient of Correlation ( $r$ ) between Gross debt-to-income Ratio of households and NPLs is 0.679 and the Coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.461 (see Table VI, Figure 7 and Figure 8).

Table VI. Results and interpretation of Model Nr3 calculation results. Created by the author, own calculations.

| Name                         | Coefficients | Results of analysis | Parameters          |
|------------------------------|--------------|---------------------|---------------------|
| Coefficient of Correlation   | $r$          | 0.679               | $0.5 < 0.679 < 0.7$ |
| Coefficient of Determination | $R^2$        | 0.461               | $0.7 > 0.461$       |
| Critical Values              | -            | $\pm 0.468$         | $ 0.679  >  0.468 $ |



**Fig. 7.** Gross debt-to-income Ratio of households and NPLs: The Coefficient of Correlation ( $r$ ) is not between the two critical values,  $r$  is Statistically significant, created by the author, own calculations





**Fig. 8.** The relationship between Gross debt- to- income Ratio of households and NPLs in Cyprus, 2001 - 2018. Created by the author, own calculations

Model Nr.3 is obtained as a result of calculations and it is near acceptable, since the Coefficient of determination is equal to 46.1% (0.461).

## C

### ONCLUSIONS ВЫВОДЫ SECINĀJUMI

Based on the research results, it is possible to draw the following conclusions:

1.

There is a linear relationship between Household Saving Rate and NPLs, since  $-1 < -0.641 < 1$ ;

Since the obtained correlation coefficient is a negative number, there is a negative relationship between Household Saving Rate and NPLs, namely:

- As the Household Saving Rate increases, the level of NPLs loans decreases;
- As the Household Saving Rate decreases, the level of NPLs loans increases;

The magnitude of the relationship between the Household Saving Rate and NPLs is moderate, since the Chaddock Scale is  $-0.7 < -0.641 < -0.5$ ;

41.1 % of NPLs are directly related to Household Saving Rate (and vice versa), since the Coefficient of determination ( $R^2$ ) is equal to 0.411;

Since in this study  $n = 18$ , and the degrees of freedom are 16 ( $df = n - 2$  and  $18 - 2 = 16$ ) and using the table of critical values for the correlation coefficient  $df = 16$  with  $\alpha = 0.05$ , the author determines that critical values are  $\pm 0.468$ . Since  $r = -0.641$  and  $|0.641| > |0.468|$ , the correlation coefficient of Household Saving Rate and NPLs on Cyprus is statistically significant. There is a significant relationship between Household Saving Rate and Non-performing loans in Commercial banks on Cyprus;

The linear model between Household Saving Rate and NPLs is acceptable.

2.

There is a linear relationship between Investment Rate of Household and NPLs, since  $-1 < -0.893 < 1$ ;

Since the obtained correlation coefficient is a negative number, there is a negative relationship between Investment Rate of Household and NPLs, namely:

- As the Investment Rate of Household increases, the level of NPLs loans decreases;
- As the Investment Rate of Household decreases, the level of NPLs loans increases;

The magnitude of the relationship between Investment Rate of Household and NPLs is high, since the Chaddock Scale is  $-0.9 < -0.893 < -0.7$ ;

79.7 % of NPLs are directly related to Investment Rate of Household (and vice versa), since the Coefficient of determination ( $R^2$ ) is equal to 0.797;

Since in this study  $n = 18$ , and the degrees of freedom are 16 ( $df = n - 2$  and  $18 - 2 = 16$ ) and using the table of critical values for the correlation coefficient  $df = 16$  with  $\alpha = 0.05$ , the author determines that critical values are  $\pm 0.468$ . Since  $r = -0.893$  and  $|0.468| < |0.893|$ , the correlation coefficient of Investment Rate of Household and NPLs in Cyprus is statistically significant. There is a significant relationship between Investment Rate of Household and Non-performing loans in Commercial banks in Cyprus;

The linear model between Investment Rate of Household and NPLs is near perfect.

3.

There is a linear relationship between Gross debt- to- income Ratio of Households and NPLs, since

$-1 < 0.679 < 1$ ;

Since the obtained correlation coefficient is a positive number, there is a positive relationship between Gross debt- to- income Ratio of Households and NPLs, namely:

- As the Gross debt- to- income Ratio of Households increases, the level of NPLs loans increases;
- As the Gross debt- to- income Ratio of Households decreases, the level of NPLs loans decreases;

The magnitude of the relationship between the Gross debt- to- income Ratio of Households and NPLs is moderate, since the Chaddock Scale is  $0.5 < 0.679 < 0.7$ ;

46.1 % of NPLs are directly related to Gross debt- to- income Ratio of Households (and vice versa), since the Coefficient of determination ( $R^2$ ) is equal to 0.461;

Since in this study  $n = 18$ , and the degrees of freedom are 16 ( $df = n - 2$  and  $18 - 2 = 16$ ) and using the table of critical values for the correlation coefficient  $df = 16$  with  $\alpha = 0.05$ , the author determines that critical values are  $\pm 0.468$ . Since  $r = 0.679$  and  $0.679 > 0.468$ , the correlation coefficient of Gross debt- to- income Ratio of Households and NPLs on Cyprus is statistically significant. There is a significant relationship between Gross debt- to- income Ratio of Households and Non-performing loans in Commercial banks on Cyprus;

The linear model between Gross debt- to- income Ratio of Households and NPLs is acceptable.

The results obtained in this study provide various opportunities for further research. Adding more variables to those considered in this study is another suggestion. Such annual key indicator can be tested for significance, as disposable income, consumption and net financial wealth.

The obtained results of the studies could be used as informative material for the government and policy makers when designing macro and micro prudential policies, for business and educational purposes.

## **REFERENCES. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS**

- Gonzales-Hermosillo, B. (1999). Developing indicators to provide early warnings of banking crises. *Financ. Dev.*, (1999, June), pp 36-39
- Barseghyan, L. (2010). Non-performing loans, prospective bailouts, and Japan's slowdown. *Journal of Monetary Economics* 57 (2010), pp 873-890
- Zeng, S. (2012). Bank non-performing loans (NPLs): dynamic model and analysis in China. *Mod.Econ.*, 3 (2012), pp 100-110
- Reinhart, C., Rogoff, K. (2010). From Financial Crash to Debt Crisis. National Bureau of Economic Research Working Paper 15795
- Klein, N. (2013). Non-performing Loans in CESEE: Determinants and Impact on Macroeconomic Performance. International Monetary Fund Working Paper 13/72
- Skarica, B. (2014). Determinants of non-performing loans in Central and Eastern European countries *Financ. Theory Prac.*, 38 (2014), pp. 37-59
- Dimitrios P. Louzis , Angelos T. Vouldis Vasilios L. Metaxas  
Macroeconomic and bank-specific determinants of non-performing loans<sup>[1]</sup> in Greece: A comparative study of mortgage, business and consumer loan portfolios. *Journal of Banking & Finance* 36 (2012) 1012–1027.
- Lobna Abid, Med Nejib Ouertani and Sonia Zouari-Ghorbel. Faculté des sciences économiques et de gestion de Sfax, Université de Sfax, Route de l' Aéroport km 4.5, 3018 Tunisie, Institut Supérieur d'Administration Des Affaires De Sfax , Université de Sfax, Route de l' Aéroport km 4.5, 3018 Tunisie. Macroeconomic and Bank-Specific Determinants of Household's Non-Performing Loans in Tunisia: a Dynamic Panel Data. 1st TSFS Finance Conference, TSFS 2013, 12-14 December 2013, Sousse, Tunisia. *Procedia Economics and Finance* 13 (2014) 58 – 68

- Konstantinos N. Konstantakis <sup>a</sup>, Panayotis G. Michaelides <sup>a,\*</sup>, Angelos T. Vouldis. Non performing loans (NPLs) in a crisis economy: Long-run equilibrium analysis with a real time VEC model for Greece (2001–2015). *Physica A* 451 (2016) 149–161
- Ghosh,A. (2015). Banking-industry specific and regional economic determinants of non-performing loans: Evidence from US States. *Journal of Financial Stability*. Volume 20. Pages 93-104. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2015.08.004>
- Ghosh,A. (2017). Do bank failures still matter in affecting regional economic activity? *Journal of Economics and Business*. Volume 90. Pages 1-16 . <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2016.12.001>
- European Commission. Stability and growth Pact. URL: [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/stability-and-growth-pact\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/stability-and-growth-pact_en) (Last accessed: 09.10.2019)
- Ministry of Finance. Stability Programme 2019-2022. URL: [http://mof.gov.cy/assets/modules/wnp/articles/201905/469/docs/stability\\_programme\\_2019\\_2022\\_ne.pdf](http://mof.gov.cy/assets/modules/wnp/articles/201905/469/docs/stability_programme_2019_2022_ne.pdf) (Last accessed: 09.10.2019)
- Central Bank of Cyprus. URL: <https://www.centralbank.cy> (Last accessed: 09.10.2019)
- System of National accounts 2008. (2009). The United Nations, the European Commission, the Organisation for Economic Co-operation and Development, the International Monetary Fund and the World Bank Group. URL: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf> (Last accessed: 11.12.2019)
- Louizis,D., Vouldis,A., Metaxas, V. (2012). Macroeconomic and bank-specific determinants on non-performing loans in Greece: a comparative study of mortgage, business and consumer loan portfolios *J. Bank. Financ.*, 36 (2012), pp. 1012-1027
- Makri,V., Tsagkanos,A., Bellas,A. (2014). Determinants of non-performing loans: the case of eurozone *Panoeconomicus*, 2 (2014), pp. 193-206
- Perotti,R. (1996). Fiscal consolidation in Europe: composition matters. *American Econ. Rev.*, 86.Pages 105-110
- Reinhart,C., Rogoff,K. (2010). From Financial Crash to Debt Crisis. National Bureau of Economic Research Working Paper 15795
- Elijah,B., Sanjay,D., Opiela, T. (2014) Interest-rate uncertainty, derivatives usage, and loan growth in bank holding companies *J. Financ. Stab.*, 15 (2014), pp. 230-240
- Klein, N. (2013). NonPerforming Loans in CESEE: Determinants and Macroeconomic. IMF Working Papers No. 13/72
- Skarica, B. (2014). Determinants of Non-Performing Loans in Central and Eastern European Countries. *Financial Theory and Practice*, 38(1), pp. 37-59
- Espinoza, R., Prasad, A. (2010). Nonperforming Loans in the GCC Banking System and their Macroeconomic Effects. IMF Working Paper 224
- Levenko,N.( 2020). Perceived uncertainty as a key driver of household saving *International Review of Economics and Finance* 65 (2020) 126–145. URL: <https://www.sciencedirect.com/> (Last accessed: 09.12.2019)
- Loayza,N., Schmidt-Hebbel,K., Servén,L. What drives private saving across the world? *The Review of Economics and Statistics*, 82 (2) (2000), pp. 165-181 URL: <https://www.sciencedirect.com/> (Last accessed: 09.12.2019)
- Meghir,C., Pistaferri,L. Earnings, consumption and life cycle choices. *Handbook of labor economics*, Vol. 4, Elsevier (2011), pp. 773-854 URL: <https://www.sciencedirect.com/> (Last accessed: 09.12.2019)

- Balassa, B. The effects of interest rates on savings in developing countries. Policy Choices for the 1990s, Palgrave Macmillan UK (1993), pp. 242-258 URL: <https://www.sciencedirect.com/> (Last accessed: 09.12.2019)
- Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/> (Last accessed: 09.12.2019)
- OECD. URL: <https://data.oecd.org/> (Last accessed: 09.12.2019)
- Creswell J. Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research. Pearson, 2012. 338 p.
- Correlation Coefficient. URL: <https://www.statisticssolutions.com/pearsons-correlation-coefficient> (Last accessed: 24.09.2019)
- Correlation Coefficient: Simple Definition, Formula, Easy Steps.  
URL: <https://www.statisticshowto.datasciencecentral.com/probability-and-statistics/correlation-coefficient-formula/> (Last accessed: 24.09.2019)
- Higgins J. The Radical Statistician: A Beginners Guide to [L] [SEP] Unleashing the Power of Applied Statistics in The Real World. [L] [SEP] Jim Higgins Publishing, 2006. P. 173–205
- Interpretation of Correlation. URL: <http://statisticalconcepts.blogspot.com/2010/04/interpretation-of-correlation.html> (Last accessed: 24.09.2019)
- Table of Critical Values for Pearson's r. [users.sussex.ac.uk/~grahamh/RM1web/Pearsonstable.pdf](http://users.sussex.ac.uk/~grahamh/RM1web/Pearsonstable.pdf) (Last accessed: 24.09.2019)
- Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/sector-accounts/data/key-indicators> (Last accessed: 09.12.2019)

# DEVELOPMENT NEW MODEL OF THE ENERGY SUPPLY USING SOLAR ENERGY RENEWABLES

**Raivo Lācis**

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Rīga

Maģistrantūra, Uzņēmējdarbības vadība un administrēšana

raivo1@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. sc. ing. Vjačeslavs Žilinskis

## ANOTĀCIJA

Maģistra darba mērķis ir analizēt un izpētīt Saules enerģijas potenciāla raksturu Latvijā.

Atbilstoši maģistra darba uzdevumiem darbs ir sadalīts trīs daļās.

Pirmajā nodaļā sniegts atjaunojamās enerģijas tehnoloģiju attīstības koncepcijas teorētiskais pamatojums.

Otrajā nodaļā tiek analizēts saules enerģijas tirgus un tā īpašības Latvijā.

Noslēgumā tiek uzskaitīti konkrēti secinājumi un piedāvāti priekšlikumi, kas varētu uzlabot saules enerģijas nozares konkurētspēju un attīstīt saules paneļu automātiskās pozicionēšanas sistēmu Latvijā.

Pētījuma rezultāti parāda, ka Latvija ļoti strauji attīsta savu enerģētikas nozari un daudz jau ir paveikusi, taču joprojām ir daudz darāmā un ne visi enerģētikas sektori ir attīstīti tā, kā tam vajadzētu būt.

**Atslēgvārdi:** atjaunojamie enerģijas resursi, saules enerģija, saules paneļi, atbalsta mehānismi, atjaunojamās enerģijas politika.

## ABSTRACT

The aim of the master's work is to analyse and examine the nature of the solar energy potential in Latvia.

In accordance with tasks of masters Thesis, the work is divided into three parts.

The first chapter provides a theoretical justification of the concept of technology development of renewable energy.

In chapter is about the solar energy market in Latvia and its characteristics.

In chapter three are certain conclusions and offers proposals that could enhance the competitiveness of solar energy industry and Development of a Solar Tracking System Using in Latvia.

The results shows that Latvia are developing their energy sectors very fast and have done a lot already, but still there is a lot to do and not all energy fields are developed in the way it should be.

**Keywords:** Renewable energy resources, solar energy, solar panel, support mechanisms, policy of renewable energy.

## INTRODUCTION

From the analysis of the state of work in the field of using solar energy in the republic and comparing them with the foreign levels in this area it follows that in order to expand the scale and shorten the time of solar energy introduction, it is necessary to accelerate the development of competitive, environmentally friendly and modern technologies adapted to operating conditions, creating of power equipments market which solar energy use, eliminating financial and legislative barriers to their widespread use.

Solar energy resource is relatively new in Latvia but has gained a lot of popularity and has been receiving increasing attention. Due to the fact that Latvia does not have exploitable fossil fuel stocks, national

energy independence and economic future is directly dependent on the energy development based on the use of renewable energy. The development of solar power systems would pave the way for job creation and the overall development of infrastructure to move towards a greener future.

The master's work introduces to the support mechanisms implemented to promote the use of renewable energy, as well as describes and draws comparison of the European Union member states.

Furthermore it examine within the legal framework, which provides support mechanisms to promote local renewable energy in the Republic of Latvia and the increased use of renewable energy in the total energy consumption in the Republic of Latvia.

This work is designed to be helpful seeking to initiate renewable energy programs. It will appeal to local administrators and policymakers, field personnel from agencies and Non-governmental organizations, and renewable energy funders, as well as to academic researchers.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

### **Methodology of research**

It was essential to develop a functional model, which would allow to determine the necessary actions to maximise the usage of solar panels in Latvia. The model first of all included data that forms the electricity bill of a household:

- The electricity tariff.
- The distribution tariff (Capacity component, Electricity supply fee)
- The compulsory procurement component (MPC) (Capacity component, Electricity supply fee)
- Value-added tax – 21 % tax applied to the final electricity bill.

To further develop the model, specific data was collected from 15 households across the territory of Latvia. In total respondents were asked to reply to 13 questions regarding their solar panels system.

There are currently no government subsidies for households producing electricity from solar energy in Latvia. Households can feed produced electricity in the grid and in return they don't have to pay for that amount of electricity, when taken back from the distribution system (NET payment scheme), however the households do not get any extra bonuses for generating electricity. The model reflects the possibility to add government support (EUR/kWh) for electricity that is fed into the grid.

### **Results**

The average efficiency rate for solar panels from case studies was about 16.92 %. The average costs for installing the system were almost 5000 EUR. Based on the collected data (consumption, phases, amps), the average monthly electricity bill was calculated before installing the solar panels.

Based on the electricity produced by panels and the amount of electricity fed into the grid and collected from grid, the average monthly electricity bill after installing solar panels was calculated. The difference between the electricity bill before and after installing the solar panels, are the savings per month. The total invested amount of money in the solar panels system is divided by the yearly savings resulting in return of investments period, which on average was about 13 years.

A deeper research was done for the first case study – a household with a consumption of 293 kWh/month. Before the solar panels were installed, the household paid 35.87 euro per month for electricity (including distribution, MPC, VAT).

The household installed solar panels for which they paid 3100 EUR. The solar panels system with the efficiency of 16.88 % and with the solar irradiation appearing in Liepaja region, was able to produce about 243 kWh/months. As the household did not have any battery for the storage of electricity, around 60 kWh/month were fed into the grid because the electricity was not used at that moment when it was produced. At the same time, the household needed more electricity for its' monthly consumption (for example, during night or cloudy days), so it took around 110 kWh/month from the grid.

The distribution tariff and the MPC tariff has to be paid for the whole amount of electricity taken from the system (i.e. 110 kWh), however the electricity price has to be paid only for the NET amount of electricity taken from the system (110 kWh minus 60 kWh result in 50 kWh/month).

Thus, in total, when the household installed the solar panels, the new electricity bill came down to 12.63 euro per month.

However, the investment of 2850 EUR is not proportionate with the reduction of the bill, because the return of investment period is more than 11 years.

An affordable and proportionate return of investment period should be 5 years, so in this particular case, the return of investment period is more than 2 times higher than it should be.

There are potentially four positions that could be changed that would impact the return of investment period for solar panels:

- Solar panel systems efficiency (and respectively the output of the solar panel system in kWh);
- The price of the solar panel system;
- The government support;
- The components of the electricity bill – the price of electricity, distribution and MPC tariff, VAT.

This is due to the uneven consumption of electricity during different time periods. As those households do not have any electricity storage technologies, the electricity that is produced in day, while the household members are not at home, are fed into the grid.

## CONCLUSIONS AND PROPOSALS

It would be necessary to introduce a combined scheme of lowered solar panel systems costs by 30 %, increased solar panel systems efficiency by 4 % and government's support for introducing a mandatory procurement for solar energy and to remove the mandatory procurement payment for the amount of electricity produced by the household on its own. The cost reduction and efficiency rate's increase would be a plausible scenario in case of political incentives. More efficient technologies are in the market, but they are not imported in Latvia. It is more profitable for the entrepreneurs to buy cheaper and thus less efficient solar panels from outside Latvia and sell them as expensive solar panels in Latvia.

While there should not be product restrictions in a free market, there might be other types of political incentives. For example, there could be introduced a mandatory procurement for electricity produced from solar panels, but only in case if the efficiency of the installed solar panels is over 17 %. This would increase the demand for more efficient solar panels, which would in turn reduce the amount of inefficient solar panels in the market.

If the demand for efficient panels would be high enough, it would also bring down the price of the solar panels. It is essential to stress, that introduction of a mandatory procurement does not mean that it should then become a new mandatory procurement payment from the individual consumers.

This payment could be obtained from other government sources, such as from the profit of a state-owned company or from other sources that would need to be further researched.

It can be concluded that the economic situation and technological advancement level in the solar energy sector is adequate enough to achieve a situation in which the instalment of solar panels would pay back in 5 years or less.

At the same time, political incentives and changes in current legal framework would be necessary to reduce the payback time for solar panels. There are four factors that influence the return of investment period for solar panels – the solar panel system's efficiency rate, the price of the solar panel system, the government support and the components of the electricity bill. Separate actions, such as the reduction of the price of solar panels or an increased efficiency for solar panels gives only partial effect and would not bring the result of five-year return of investment period.

It should be solved in a complex action. It is also possible to conclude that based not only on the publicly available data on the prices of solar panels, but also on the finding from the model, the price for solar panels in Latvia is at least two times higher than in other European and non-European countries, which is a huge barrier for the households to increasingly install the solar panels. Moreover, the prices for solar panels are not aligned with the efficiency, making the solar panels inadequately over-priced.

## LIST OF REFERENCES

1. Agee, JT., Obok-Opok, A., Lazzer, MD. (2007). Solar Tracker Technologies: Market Trends and Field Applications. *Adv Mat Res.* 18–19: 44p.
2. Asian development bank. UZB. TA. 8008. July 2015, [accessed on 11 October 2019]. Available at: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dNmDr8-oXq0J:www4.unfccc.int/sites/nama/\\_layouts/UN/FCCC/NAMA/Download.aspx%3FListName%3DNAMA%26Id%3D159%26FileName%3DNAMA,%2520%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25B3%25D0%25BB\\_final.pdf+%&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:dNmDr8-oXq0J:www4.unfccc.int/sites/nama/_layouts/UN/FCCC/NAMA/Download.aspx%3FListName%3DNAMA%26Id%3D159%26FileName%3DNAMA,%2520%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25B3%25D0%25BB_final.pdf+%&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv)
3. Baltic Energy Market. Interconnection Plan GRIP 2017. [accessed on 14 October 2019]. Available at: [https://www.entsog.eu/public/uploads/files/publications/GRIPs/2017/entsog\\_BEMIP\\_GRIP\\_2017\\_Main\\_web\\_s.pdf](https://www.entsog.eu/public/uploads/files/publications/GRIPs/2017/entsog_BEMIP_GRIP_2017_Main_web_s.pdf)
4. Barysch, K. (2010). Should the Nabucco Pipeline Project be Shelved? [online]. Transatlantic Academy. [accessed on 14 October 2019]. Available at: <http://www.cer.org.uk/publications/archive/policy-brief/2010/should-nabucco-pipeline-project-beshelved>
5. Boxwell, M. (2016). *The Solar Electricity Handbook: A Simple, Practical Guide to Solar Energy: How to Design and Install Photovoltaic Solar Electric Systems 2017: 2017 Edition: A Simple, Practical Guide to Solar Energy - Designing and Installing Solar Pv Systems.* Publication: Coventry, United Kingdom, 11th Revised edition. 29 Dec. ISBN13 9781907670657
6. Braun, JE., Mitchell, JC. (1983). Solar Geometry for Fixed and Tracking Surfaces. *Solar Energy.* 31(5): 44.p.
7. Canaff, M., Ratismith, W. (2015). High productivity non-tracking solar collectors for process heat applications[C]// IEEE, International Conference on Environment and Electrical Engineering. IEEE.
8. Converting Biomass to Energy. (2017). A Guide for Delevopers and Investors. [online]. [accessed on 14 October 2019]. Available at: [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/7a1813bc-b6e8-4139-a7fc-cee8c5c61f64/BioMass\\_report\\_06+2017.pdf?MOD=AJPERES](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/7a1813bc-b6e8-4139-a7fc-cee8c5c61f64/BioMass_report_06+2017.pdf?MOD=AJPERES)
9. Das, P. (2012). *Technology Development of Renewable Energy.* LAP Lambert Academic Publishing. Publication: Saarbrucken, Germany, 22 Aug. ISBN13 9783659216473
10. **Directive 2012/27/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2012 on energy efficiency, amending Directives 2009/125/EC and 2010/30/EU and repealing Directives 2004/8/EC and 2006/32/EC Text with EEA relevance.**
11. Energy Efficiency Directive. (2018). [online]. [accessed on 14 October 2019]. Available at: [https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/article\\_3\\_eeed\\_indicative\\_national\\_energy\\_efficiency\\_targets\\_2020\\_january\\_2017.pdf](https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/article_3_eeed_indicative_national_energy_efficiency_targets_2020_january_2017.pdf)
12. Europe still hopeful to get Turkmen gas. (2017). 2 October (online). [accessed on 12 October 2019]. Available at: [https://www.azernews.az/oil\\_and\\_gas/119726.html](https://www.azernews.az/oil_and_gas/119726.html)
13. European Commission. Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee, the committee of the regions and the european investment bank, Third Report on the State of the Energy Union, 2017. [accessed on 12 October 2019]. Available at: [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/annex-3-progress-national-energy-climateplans\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/annex-3-progress-national-energy-climateplans_en.pdf)



14. Energy Efficiency Directive. (2018). Commission and its priorities. [online]. [accessed on 12 October 2019]. Available at: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-efficiency/energy-efficiency-directive>
15. Hand, C. (2013). Biomass Energy. Abdo Publishing Company. Publication: United States, 01 Jan., ISBN13 9781617834622.
16. Helwa, NH., Bahgat, ABG., Shafee, AMRE, et al. (2000). Computation of the Solar Energy Captured by Different Solar Tracking Systems. *Energy Source*. 22: 44p.
17. Hossein, M., Alireza, K., Arzhang, J., et al. (2009). A Review of Principle and Sun-Tracking Methods for Maximizing Solar Systems Output. *Renew Sust Energ Rev*. Oct. 13(8): 1800–1818.p.
18. Huld, T., Pinedo-Pascua, I. (2018). Global irradiation and solar electricity potential: optimally-incline photovoltaic modules. European Commission.
19. In 2009 and 2010 renewable energy growth increased significantly. Indeed, the EU had already reached its first interim target for 2011/2012 in 2010
20. Ismatkhodgaev, S.K., et al. (2014). Advanced technologies of development of power engineering and energy supply of the republic economy, *Appl. Solar Energy*, vol. 50, no. 3, p. 191–195.
21. Gipe, P. (2016). Wind Energy for the Rest of Us : A Comprehensive Guide to Wind Power and How to Use it. Chelsea Green Publishing Co, Publication: White River Junction, United States. 12 Dec. ISBN13 9780997451818.
22. Kannan, N., Vakeesan, D. (2016). Solar energy for future world. A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*; 62:1092–105.
23. Kabir, E., Kumar, P., Kumar, S, Adelodun, AA., Kim, KH. (2018). Solar energy: Potential and future prospect. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 82(1):894–900.
24. Kassem, A, Hamad, M. (2011). A Microcontroller-Based Multi-Function Solar Tracking System. *Systems Conference (SysCon), 2011 IEEE International*, Montreal, QC. 13–16p.
25. Life Cycle Assessment of Renewable Energy Sources. (2016). Anoop Singh, Edited by DEEPAK PANT , Edited by Stig Irving Olsen. Publisher: Springer London Ltd, Publication date 23 Aug 2016. Edition statement Softcover reprint of the original 1st ed. ISBN13 9781447171751
26. Malge, S., Bhole, K., Narkhede, R. (2015). Designing of dual-axis Solar tracking system with remote monitoring[C]// *International Conference on Industrial Instrumentation and Control*. IEEE.
27. Most U.S. hydropower capacity is in the West. (2016). *Hydropower Explained*. [accessed on 13 October 2019]. Available at: [https://www.eia.gov/energyexplained/index.cfm?page=hydropower\\_where](https://www.eia.gov/energyexplained/index.cfm?page=hydropower_where)
28. Papapetrou, M., Wieghaus, M., Biercamp, C. (2010). Fraunhofer ISE. Roadmap for the Development of Desalination Powered by Renewable Energy.: Promotion for Renewable Energy for Water Production through Desalination. Fraunhofer IRB Verlag. Publication: Stuttgart, Germany, 01 Aug. ISBN13 9783839601471
29. Peake, S. (2018). *Renewable Energy: Power for a Sustainable Future*. Publisher: Oxford University Press, 4th Revised edition. 03 Feb 2018. ISBN13 9780198759751
30. Paramonov, V. (2017). The European presence in the fuel and energy complex of Kazakhstan (online). General trends, prospects, risks and recommendations. [accessed on 12 October 2019]. Available at: <http://www.ceasia.ru/>
31. Pavel, YV, Gonzalez, HJ, Vorobiev, YV. (2004). Optimization of the Solar Energy Collection in Tracking and Non-Tracking PV Solar System. In: *Proceedings of the 1st International Conference on Electrical and Electronics Engineering, ICEEE*. 4.p.
32. Power Generation Hydro. (2017) (online). Major pros and cons of hydroelectric power. 02 Sept. [accessed on 13 October 2019]. Available at: <http://hydro.energy-business-review.com/news/major-pros-and-cons-of-hydroelectric-power-5915836>
33. Rinaldi, R. (2014). Catalytic Hydrogenation for Biomass Valorization. Royal Society Of Chemistry, Publication: Cambridge, United Kingdom. 21 Nov., ISBN13 9781849738019

34. Roth, P., Georgiev, A., Boudinov, H. (2005). Cheap Two-Axis Sun Following Device. *Energy Convers Manag.* 46: 1179–92.p.
35. Regulation of Minister Cabinet No. 73. (2016). Par akciju sabiedrības "Sadales tikls" elektroenerģijas sadales sistēmas pakalpojumu tarifiem. *Latvijas Vestnesis.* 88(5660).
36. Sneideman, J., Twamley, E. (2016). *Renewable Energy: Discover the Fuel of the Future With 20 Projects.* Nomad Press, 12 Apr. Publication: VT, United States. ISBN13 9781619303607
37. The World Bank Group. (2017). [accessed on 14 October 2019]. Available at: <https://data.worldbank.org>
38. The World Factbook. (2014). [accessed on 14 October 2019]. Available at: <https://www.cia.gov/index.html>
39. Van Elsuwege, P. (2014). "The Eastern Partnership: Characteristics and Challenges", op. cit.
40. See DG Employment Staff Working Document on "Exploiting the employment potential of green growth" accompanying the Employment package COM (2012) 173, p. 8. and Ragwitz et al (2009), *EmployRES*, Fraunhofer ISI Germany et al. [http://ec.europa.eu/energy/renewables/studies/doc/renewables/2009\\_employ\\_res\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/energy/renewables/studies/doc/renewables/2009_employ_res_report.pdf).
41. Directive 2012/27/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2012. [accessed on 12 October 2019]. Available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:315:0001:0056:EN:PDF>
42. Directive 2009/28/EC
43. COM(2011) 885/2
44. COM(2011)112
45. White Paper, Roadmap to a Single European Transport Area – Towards a competitive and resource efficient transport system. COM(2011)144
46. 2030 Energy Strategy. [accessed on 12 October 2019]. Available at: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-strategy-andenergy-union/2030-energy-strategy>

# THE USE OF MODERN MARKETING METHODS TO PROMOTE THE TOURISM SECTOR IN LATVIA AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMY

Lada Širjajeva, Latvia, Riga

Baltic International Academy

Doctoral program "Regional Economics and Economic Policy"

shirjajeva.lada@gmail.com

Doc.oec., prof. Tatyana Golubkova

## ABSTRACT

The article discusses the relevance of using modern marketing methods of promotion for the tourism industry and their adaptation to different groups of consumers of the VALS model, as well as analyzes the resonance of modern marketing methods of promotion and their and their impact on the economy. The necessity of applying certain marketing strategies in the service sector is substantiated. Being considered the possibility of applying such strategies in Latvia.

**Keywords:** modern methods of promotion, marketing, tourism, mobile Apps

## АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено актуальность использования современных маркетинговых способов продвижения для индустрии туризма и их применение к разной группой потребителей модели VALS, а так же проанализирован резонанс, который вызывают современные маркетинговые способы продвижения в экономике. ( Проанализированы актуальные способы продвижения товаров и услуг связанных с индустрией туризма и их влияние на экономическую составляющую). Обосновывается необходимость применения определенных маркетинговых стратегий в сфере услуг. Приведен пример использования таких стратегий в Латвии и их влияния на экономику.

**Ключевые слова:** современные способы продвижение, маркетинг, сфера туризма, мобильные приложения

## INTRODUCTION

An important economic feature of tourism is to achieve such goals as generating income, employment, and foreign exchange earnings. Therefore, tourism is an important driver of economic development. Given the complexity of tourism consumption, its economic impact is widely felt in other sectors of production, contributing to the achievement of accelerated development goals in each case[4]. Tourism entails the production of goods and services that are provided specifically for visitors and otherwise would not have been provided. The tourism market is developing rapidly, which contributes to the emergence of new players[3]. Not all tourism and hotel organizations cope with a large number of competitors. At the present stage of economic development, the success of service companies depends on understanding and choosing the necessary modern way of promotion[11]. Today, in order to be competitive, it is no longer enough just to use promotion through the Internet, namely social networks or the company's website. It is important to interest any consumer from the thinker to the creator (according to the VALS model of psychographic segmentation), build a long-term relationship with him and get feedback.

The problem of research. Changes that have come to the market require a different approach to marketing. Latvia, like Europe, has a policy that promotes developed tourism, but the issue of promotion remains open. There are many channels for promoting goods and services in marketing, an important role of which is promotion through the Internet through mobile applications. But the criteria by which you can make a successful application are unknown.

At the beginning of the study, the author proposes the following hypothesis: when segmenting consumers according to the VALS model, attributes can be identified that help the successful promotion of a particular tourism service or product.

The aim of the work is the study and analysis of the tourism industry in Latvia and Europe, as well as its impact on the economy as a whole. Identification of modern methods of promotion and determination of attributes that help the successful promotion of tourism services or products in Latvia.

For this, the following tasks were set: to study the statistical data bases of Europe and Latvia in the tourism industry. To analyze the influence on them of a modern way of promotion, to identify the preferences of tourists with regards to the way of promotion. Conduct a survey of Latvian tourists, based on their answers, build a Kano model that helps create and promote tourism services via the Internet. Research question: Do modern ways of promoting successful developed tourism in Latvia help?

Methodology. To study the problem situation, the following research methods were used in the article: analysis of theoretical information; comparison of different authors and primary sources; analysis of information obtained from the survey.

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS**

Changes that have come to the market require a different approach to marketing. There are many channels for promoting goods and services in marketing, an important role of which is promotion through the Internet[7].

Modern methods of promotion is promotion through computer games, virtual reality games, educational games, online seminars / webinars, master classes, work shops, mobile applications[2]. Most of them are applicable in the tourism industry[1]. The most popular of which at the moment are mobile applications grouping the best hotel offers, airline tickets, virtual audio tours and quests. These innovations attract tourists by allowing them to take a different look at the sights and other tourist sites[9].

Investments in these areas are increasing year by year. In 2016, 30% of online reservations for travel services worldwide were made from mobile devices, payment for travel services from mobiles also increased by 13%. The popularity of using mobile devices in the tourism industry is growing worldwide. In the Europe, the share of mobile purchases is determined by 30%, in Russia 15-20%. The flow of tourists increases, and it is convenient for tourists to take mobile devices with them. Therefore, the promotion of goods and services should be done through mobile applications[13].

With increasing competition in the market of tourist and hotel services, the role of marketing communications is increasing, creating public opinion about organizing longer-term exposure. Informatization of society, which led to an excess of information about goods and services, is changing approaches to marketing communications, the importance of forming impressions and certain emotions among consumers is becoming increasingly apparent.[6]. Therefore, the development of a modern tourism enterprise designed for the long term requires the introduction of effective communication models that form a favorable consumer experience, which increases the demand for the main offers of the enterprise.

## **RESEARCH RESULTS**

Cooperation of tourism organizations with target audiences through involvement in the “expanded” tourism space can increase its recognition, establish strong partnerships and ensure a more stable demand for services[5]. More massive involvement is possible when using effective marketing communications in conjunction with effective educational and entertaining techniques using Internet technology.[8] With the development of the world economy, the expansion of world trade, the level of culture and education increases, the need and interest of consumers in the tourism and hospitality industry increase, the Latvian market is no exception.[12]. Therefore, the question becomes so urgent what kind of promotion model to choose in order to cover a large segment of consumers and satisfy their needs. The authors of the study decided to conduct a survey of active consumers in the tourism sector, identify their consumption style and develop an appropriate

Kano model, indicating the most effective points that should be present when developing a specific product or service. Since the promotion through mobile applications is leading today, the basis was taken to create such an application for the tourism market.

Respondents were asked to fill out statements defining the consumer's lifestyle (R-TGI), after questioning. Based on these results, 6 types of consumers were identified: “Thinkers”, “Believers”, “Achievers”, “Strivers”, “Experiencers”, “Makers”.

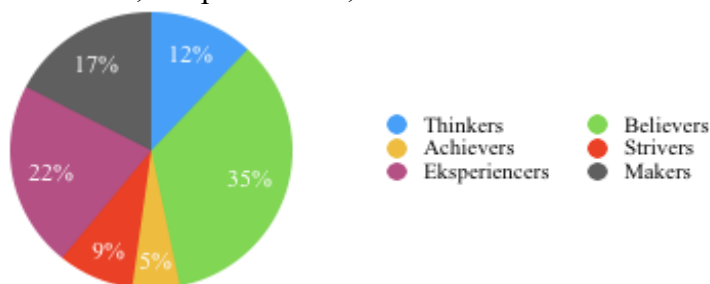


Fig. 1 The ratio of consumers VAIS model

The type of active tourism consumers such as “Believers” turned out to be the most. The smallest number of consumers belonged to the type of “Achievers”. After analyzing all the respondents, 6 Kano models were developed; on their basis, 2 Kano models were derived. One for the more conservative consumers (“Thinkers”, “Believers”, “Achievers”), the other for more active, ready to try something new (“Experiencers”, “Makers”, “Strivers”).

Table 1

**A description of the surveyed consumers of VAIS model**

| VALS          | Classic consumer description                                                                                  | Consumer opinion                                                                                             |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Thinkers      | Maturity; reasonable consumption conservatives; focus on functionality                                        | Rational consumption; value for money; functionality is important; impulsive                                 |
| Strivers      | Stylish products; standard of success impulsive purchasing; expensive inconsistent goods; limited in finances | Rational consumption; necessary purchases rare consumption of luxury goods; stylish products matching income |
| Believers     | Valued by famous brands; rarely move to innovation; follow the tradition                                      | Classic brands; rational consumption analysis of new products                                                |
| Eksperiencers | Self expression; energy; impulsiveness avid consumers; ability to take risks                                  | Preference for innovation; brand as expression; brand is important                                           |
| Achievers     | Aim for success; predictability; stability prestige of the goods; time saving                                 | Prefer online stores; take brand into account functionality and appearance of the goods                      |
| Makers        | Continuous improvement of life Self-sufficiency; luxury is not important; self expression                     | Impulsiveness of consumption; brand is not important; customised products and services; price-quality ratio  |

Consumers' opinion about their consumption model differs from the classic explanation. This is especially evident among consumers of the group of “Strivers”.

As the analysis of the Kano model has shown, the necessary role in a product such as creating a mobile application for a consumer segment. “Thinkers”, “Believers”, “Achievers”, plays the presence of marks where it is possible to get directions.

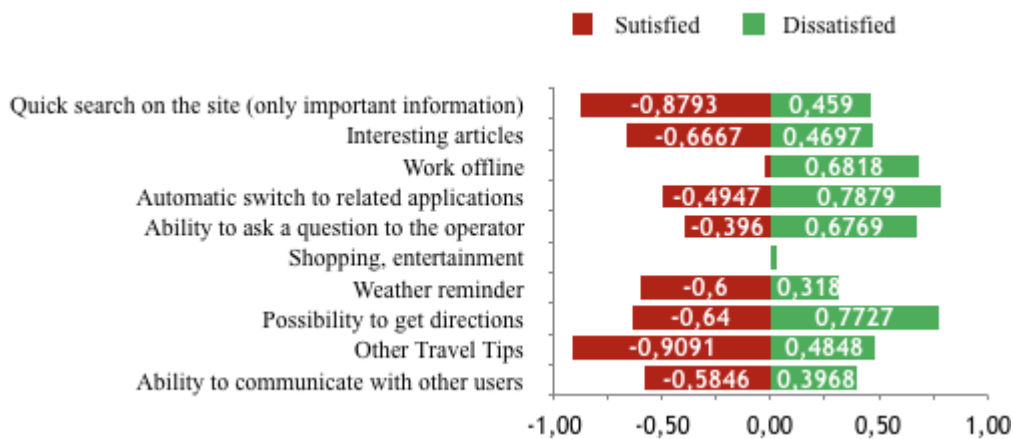


Fig. 2 Kano model for consumer groups: “Thinkers”, “Believers”, “Achievers”.

The application should remind you of changes in weather conditions. Since bad weather is a problem for tourists. The presence of shops and other retail outlets located on the map were marked as not needed. And the presence of labels indicating the weather conditions are defined as desirable. The ability to see other users of the application was rated as an additional useful bonus.

A detailed analysis of indifferent, attractive, proper, one-dimensional, inverse and doubtful quality characteristics according to the Kano model showed that for users the marks on the route map of different places had the following meanings: a quick search on the site for the same number of respondents was indifferent, due, and one-dimensional; Interesting articles for the same number of respondents were one-dimensional and proper; It will be possible to ask a question to the operator mandatory for most respondents; Most respondents were indifferent to shopping; Indication of the advice of other travelers for the same number of respondents was indifferent and proper. There are almost no mobile applications where it would be possible to ask a question, so 68% of respondents noted this opportunity as attractive.

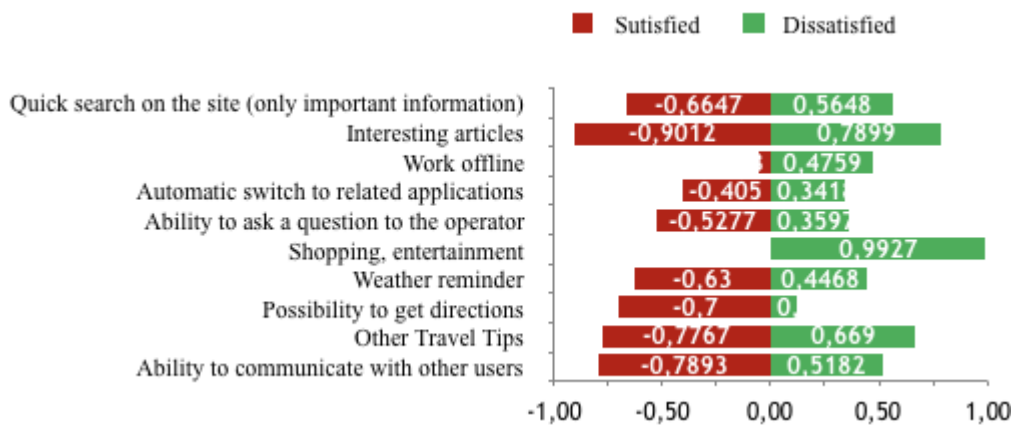


Fig. 3 Kano model for consumer groups: “Experiencers”, “Makers”, “Strivers”

As the analysis of the Kano model showed, the presence of marks of shops and objects for entertainment plays a necessary role in a product such as creating a mobile application. Also, the application should remind you of useful, interesting information. Since there is nothing worse than a boring trip for this segment of consumers. The presence of the possibility of transitions to related applications is marked as not needed. The ability to lay a route is not a necessary function, perhaps this kind of consumers prefer to use other, special applications to draw up a route.

As can be seen from the study, for each consumer segment, different functions of a product or service are important, but there is also much in common. If a company seeks to expand consumer segments, it can focus on the similarities between them. In this case, consumers agreed that the advice of other tourists is a very useful option.

## CONCLUSIONS

Tourism organizations are interested in effective models of activity, which, on the one hand, increase the possibility of training high-quality specialists, and, with an arc, improve the image and promote market promotion. In such models, consumer information and interest should go beyond just an Internet site or advertising in search engines and become part of a vast Internet space that can interest more consumers using the VALS model. So the most popular and profitable way to promote today is promotion through mobile applications. For greater efficiency, the development of which should take into account the consumption model. Active consumers in the Latvian services sector, of which the majority were consumers belonging to the “Achievers” group, who prefer the usual consumer products of tourism services, namely, travel agencies that have established themselves, understand their motives and adequately evaluate their consumption style, in accordance with the classical definitions of consumers of this groups. Unlike consumers of the “Strivers” group, who rated their consumption styles as rational, who, as shown by a detailed survey, buy expensive goods that do not correspond to income. Not surprisingly, these 2 types of consumers fell into different Kano models. Since they appreciate the various attributes that should be emphasized when promoting tourism services. In general, the hypothesis was confirmed that it is really possible to segment consumers according to the VALS model, and to identify attributes that help the successful promotion of a particular tourist service or product, which were described in the two Kano models. As well as the input of the study, an answer was given both by consumers and by the authors of the study, that modern methods of promotion, especially through mobile applications, help successful tourism development in Latvia, which can be confirmed by studying the statistical database on external and internal tourism of Latvia, as well as the popularity of mobile applications in the tourism environment.

## LIST OF USED LITERATURE AND OTHER SOURCES

1. European Union Tourism Revenue <https://www.ceicdata.com/en/indicator/european-union/tourism-revenue>
2. Gross Domestic Product (GDP) and Tourism // <https://sk.sagepub.com/reference/the-sage-international-encyclopedia-of-travel-and-tourism/i5589.xml>
3. International arrivals by world region // <https://ourworldindata.org/tourism>
4. International tourism, expenditure // <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>
5. Tourism industries // <https://www.e-unwto.org/action/doSearch?ConceptID=2442&target=topic>
6. Tourism Marketing // <https://www.treksoft.com/en/resources/learning-center/tourism>
7. Tourism marketing statistics // <https://www.amara-marketing.com/travel-blog/tourism-marketing-statistics-2018>
8. Tourism provides jobs where they're needed most // <https://medium.com/@WTTC/tourism-provides-jobs-where-theyre-needed-most-200f11ac2029>
9. Tourism statistic // <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0000301520142018201910>
10. Travel and Tourism Country Rankings // <https://www.export.gov/article?id=Travel-and-Tourism-Country-Rankings>
11. Travel and Tourism direct contribution to GDP // [https://tcdata360.worldbank.org/indicators/tot.direct.gdp?country=BRA&indicator=24650&viz=line\\_chart&years=1995,2028](https://tcdata360.worldbank.org/indicators/tot.direct.gdp?country=BRA&indicator=24650&viz=line_chart&years=1995,2028)
12. Tūrisms Latvijā // <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/statistikas-temas/transports-turisms/turisms/meklet-tema/329-turisms-latvija-2018UNWTO> // <https://www2.unwto.org/content/data>

# THE ECONOMIC IMPACT OF INSUFFICIENT ANTI-MONEY LAUNDERING POLICY IN INTERNATIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS: NEW APPROACHES TO INTRA-BANK ACTIVITIES TO PREVENT ILLEGAL TRANSACTIONS

**Edgars Gribusts**, Latvia  
Baltic International Academy, MBA  
[gribustse@gmail.com](mailto:gribustse@gmail.com)  
Doc. V. Zilinskis

## ANOTĀCIJA

Šis raksts apraksta kādi ir trūkumi un nepilnības pašreizējā nelikumīgi iegūto līdzekļu legalizācijas novēršanas politikā finanšu iestādēs un ko varētu darīt, lai tā atbilstu strauji augošajai, nelegālajai naudas legalizācijas praksei un shēmām. Raksts skaidro kāda ir nepietiekamas AML politikas ekonomiskā ietekme.  
**Atslēgvārdi: AML politika, atmazgāšana, legalizācija.**

## ABSTRACT

This article describes what are the flaws and drawbacks of the current AML policies in the financial institutions, and what can be possibly done in order to correspond to the rapidly developing, illegal money laundering practices and schemes. The article introduces to economic impact of insufficient AML policy.

**Key words: AML policy, legalization, laundering.**

## INTRODUCTION

Deficient and/or insufficient anti-money laundering policy, among others, bears far-reaching economic consequences for financial institutions and threatens the stability of global economies. It is assumed that the problem of increasing Money laundering cases due to the lack of sufficient AML policy can be solved with help of application of new approaches in intra-bank activities.

### **Main Instruments and Tools of the Compliance Leaders to ensure and improve anti money laundering policy.**

To begin with, the regulatory environment in Latvia is framed by such laws as Credit Institutions Law, Law on the Prevention of Money Laundering and Terrorism and Proliferation Financing, Criminal Law, and International and Latvian Sanctions Law. The same national laws are applicable in each of the member state of the European Union, yet with some minor specifics. Generally speaking, the policy is set by the Financial Action Task Force, the European Union institutions, Cabinet of Ministers, Ministry of Finance, Ministry of Justice, and the Financial and Capital Market Commission. Such instruments as Directives, Regulations, Legislative acts, standards and good practices are accordingly widely applicable. Again, the same applies to any member state of the European Union, and accordingly any credit institution with the European license/ financial institution authorized by the European regulator. However, in order to ensure that the anti-money



laundering policy and system work efficiently and are being updated on the timely basis there exist key areas and instruments, that have to be in place[30].

To continue, there exists extensive training. Under training following categories can be defined: (1) sanctions; (2) competency; (3) certificate and (4) AML/CTF. It goes without saying, that there should always be a very strong focus on increasing the existing experience and knowledge of the AML staff, as without it there will be simply no cornerstone for AML policy

Then, another very important part of any successful anti-money laundering policy of any financial institution is internal control system. Internal control entails following key parts: (1) risk assessment; (2) internal controls; (3) monitoring; (4) reporting; (5) documentation; (6) high-risk products/services and (7) information. It is self-explanatory, that the risk assessment constitutes a key pillar for the AML policy, as exactly from the risk system whole processes begin. Risks are being categorized and divided into specific groups, there is the set limit of the risk that will be accepted and that cannot be tolerated. The risk assessment is one of the key stages as if evaluated wrongfully; it can entail grave consequences for the financial institution. Accordingly, in order to maintain and match the internal control there likewise is need for policies and procedures, that will accurately prescribe the necessary actions and steps for every category.

### **The Economic Impact of the Insufficient Anti-money Laundering Policy**

Firstly, the foreign direct investment, that is certainly important to every country as it is a boosting factor for each and every economy. Nevertheless, part of these investments come from illegal proceeds and it has illegal motives. Some investments are made, not to follow the higher returns to the same risk level, but to simply facilitate tax evasion or disguise illegal origins of the monetary funds.[31] Today, the technological advancements allow the investors to easily move their capital with little cost per transaction from any location in the world. Accordingly, investors are creating multiple bank accounts, as well as the accounts in financial institutions, disperse them geographically wide, use false identities and employ other methods in order to avoid the detection.[32] Accordingly, often the amount of foreign direct investments can be not only a signal of the regulatory framework and stability of the country, but an indicator of the quality of the the financial institutions and system as such. In other words, the perpetrators will often choose “weak” financial institutions with deficient anti-money laundering policies in order to transfer their funds, which will mean lost taxes, profits and undetected crime. Another potential result is the rising level of the corruption. It goes without saying, that corruption is a weakening factor of legal and judiciary system. Quite logically, the prevalence of money-laundering increases in more corrupted countries. *This observation is confirmed by an econometrical work from Universidade de Brasília where estimated regressions showed that less corrupt countries are more likely to implement an AML Framework. In the same study it is pointed out also that the simple existence of any AML Framework enhances the perception of transparency or less corruption.*[33] However, it should be noted that corruption also creates a certain vicious circle, as the higher is the level of the corruption the higher will be the potential interest to launder the money, and this is very likely to experience an increase in a geometrical progression. Corruption fosters the opportunities and ways for the perpetrators to engage into criminal activities and *per se* constitutes a breach of law. It also has far-reaching roots from regulatory authorities, to executive organs and monitoring agencies that are well placed to organize webs of money laundering schemes and avoid being prosecuted.

---

<sup>30</sup> “Latvia Banking Developments and Compliance Status Review”, Association of Latvian Commercial Banks, September 2017, last visited on 03.11.2019 via [https://www.financelatvia.eu/wp-content/uploads/2017/12/Compliance\\_Status\\_Review\\_24102017.pdf](https://www.financelatvia.eu/wp-content/uploads/2017/12/Compliance_Status_Review_24102017.pdf)

<sup>31</sup> “Economic Impact of Money Laundering”, comparative analysis, Pedro Miguel Carvalho, 2011, last accessed on 28.10.2019 through <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/7699/3/Master%20Thesis%20Pedro%20Miguel%20Carvalho.pdf>, page 14.

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Ibid. page 14.

Lastly, one of the perhaps most important impacts is the shadow economy that is being strengthened and prospered through the insufficient anti-money laundering policies. It could be argued, that shadow economy exists because it is more profitable, and sometimes because it simply does not pay taxes and social contributions[34]. However, through the shadow economy the legal economy and social welfare system are being compromised. While the above-mentioned factors are only a few possible, but very harmful impacts of the insufficient anti-money laundering policy, it should be noted that there are numerous consequences as toxic and potentially harmful as the ones already mentioned, that entail many aspects and variables, and always need to be considered when looking for the best ways to create the anti-money laundering policy, in order to effectively mitigate and tackle all of the risks and consequences.

## **CONCLUSION. SECINĀJUMI.**

To summarize, as briefly described above there are numerous tools that are used in order to fight against the possible money laundering on the daily basis, yet this list is certainly not exhaustive. Taking into account constantly changing business environments, regulatory framework and practices, the policy has to correspond accordingly, hence it is always in a state of a change or updating. Only when considered all together, governance, professional team, testing, system, monitoring, internal control system and risk assessment can ensure strong protection, yet certainly not a perfect one, and that is why compliance leaders and officers have to constantly continue to develop the policy in many ways and directions at the same time. New technologies has to be used like Blockchain, which will lead to heavy reduction of AML cases due to the structure of Block chain.

## **REFERENCES. LITERATŪRAS AVOTU SARAĶSTS.**

1. "Latvia Banking Developments and Compliance Status Review", Association of Latvian Commercial Banks, September 2017, last visited on 03.11.2019 via [https://www.financelatvia.eu/wp-content/uploads/2017/12/Compliance\\_Status\\_Review\\_24102017.pdf](https://www.financelatvia.eu/wp-content/uploads/2017/12/Compliance_Status_Review_24102017.pdf)
2. Economic Impact of Money Laundering", comparative analysis, Pedro Miguel Carvalho, 2011, last accessed on 28.10.2019 through <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/7699/3/Master%20Thesis%20Pedro%20Miguel%20Carvalho.pdf>

---

<sup>34</sup> Ibid. page 15.

# THE ASSOCIATION AMONG LABOUR THEORY OF VALUE, INPUT-OUTPUT MODEL AND THEOREM OF LONG-RUN IN THE MARKET OF PERFECT COMPETITION

**Justine Sophia Jaunzeme**

Latvia, Ventspils University of Applied Sciences, e-mail:justinej@venta.lv

## ANOTĀCIJA

Šī raksta mērķis ir pierādīt inovatīvu teorēmu, kas sasaista darba vērtības teoriju, izlietojuma-izlaides modeli un ilgtermiņa stāvokli perfektas konkurences tirgū. Autore aplūkos tipisku atvērtas ekonomikas modeli, kas satur vienu primāro ražošanas faktoru – darbaspēku. Autore izmantos tiešo un duālo izlietojuma-izlaides modeli matricu formātā. Pierādot teorēmu, autore pieņem, ka visās tautsaimniecības nozarēs ilgā termiņā pastāv perfekta konkurence.

## ABSTRACT

The purpose of this paper is to prove an innovative theorem, which associates labour theory of value, input-output model and long-run condition in the market of perfect competition. The author will consider typical model of open economy, which contains one primary factor - labour. The author will use the matrix forms of direct and dual input-output model. In the theorem, the author will assume that in all industries of the national economy perfect competition exists in the long-run.

Keywords: final demand, full labour consumption, input-output model, labour theory of value, market of perfect competition.

## INTRODUCTION

Professionally engaging in estimation of assets' fair value, the basic ideas of labour theory of value, which throughout centuries were promoted by economists and philosophers of various countries, are useful. Indeed, if the very primary causes of wealth are searched for, William Petty who imaginatively names labour as the father of wealth and land as the mother of wealth, is right. Later economists also consider physical capital as an important basic factor, though in essence it also is the result of land endowment and labour (in its broadest sense). Definition: It is the opinion of the classic economic theory (Adam Smith, David Ricardo etc.) as well as Marxism, that the value of goods is determined by the amount of socially necessary labour embodied in their production (labour intensity) [1].

In nowadays Russia, which has set on the capitalist path of development, the achievements of Marxist and non-Marxist thought are presented in the book by V.J. Johin published in 1997. In this book, the labour theory of value has been explained.

Beginning of the quote. В основе рыночной цены будет лежать та стоимость или те затраты труда, которые будут признаны покупателями как необходимые для общества, то есть признанные обществом посредством акта купли-продажи. Такие затраты труда называются общественно необходимыми затратами труда. ... Как правило, общественная стоимость, субстанцией которой является общественно необходимые затраты труда, соответствует средним условиям производства при данном уровне развития техники и технологии, производительности и интенсивности труда. End of the quote [3].

## Basic theoretical and practical points

Kelvin Lancaster in his book published in 1972 reveals the association between input-output model of open economy and labour theory of value.

Beginning of the quote. (page 104). Модель Леонтьева содержит в неявном виде трудовую теорию стоимости в том смысле, что множество цен, пропорциональных коэффициентам суммарной потребности в труде, является множеством цен равновесия для всех векторов конечного спроса. Под множеством равновесных цен здесь подразумевается такой набор цен, при котором прибыль во всех отраслях равна нулю в том случае, когда уровень заработной платы позволяет приобрести всю чистую продукцию экономики. End of the quote [2].

By supplementing the results of Kelvin Lancaster (1972), the author offers other wording of the theorem of the labour theory of value, by linking the labour theory of value to the basic theorem of perfect competition market in the long-run. Judgements are illustrated with Wassily Leontief's example in a modified form.

Theorem. The author will assume that in all industries of the national economy perfect competition exists in the long-run. Then independently of total output and final demand, in the long-run, the value of each unit of the good equates to the value of given good's value of full labour consumption, and equilibrium exists, since summary work compensation equates to the summary value of final demand.

## Research results, their assessment

Proof. By following Kelvin Lancaster (1972), the author will consider typical model of open economy by Wassily Leontief which contains one primary factor which is labour. The author will use the matrix form of direct and dual input-output model.

Direct input-output model is presented by formula No.1:

Formula No.1.

Direct input-output model

$Y - AX = Y$ ,  $LABOUR = LX$ ; where

X - total output,

Y - final demand (final product),

A - the matrix of technological or direct requirement coefficients,

L - the matrix of direct labour requirement coefficients.

Dual input-output model is presented by formula No. 2:

Formula No.2.

Dual input-output model

$P - A^T P - L^T W = \Pi$ , where

P - the price vector,

$\Pi$  - the vector of profits with respect to the units of products,

A - the matrix of technological or direct requirement coefficients,

L - the matrix of direct labour hours as a primary factor spent with respect to the unit of output, W - the wage rate vector.

From equation  $(I-A) X = Y$  the author obtains formula No. 3.

Formula No. 3.

Total output as a function of the matrix of total requirement coefficients

$X = SY$ , LABOUR =  $LSY$ , where

I - the unit matrix,

$S = (I-A)^{-1}$  - matrix of the total requirement coefficients,

L - the matrix of direct labour hours as a primary factor spent with respect to the unit of output,

Y - final demand (final product).

From equation  $P - A^T P - L^T W = \Pi$  or  $(I - A^T)P - L^T W = \Pi$  the author obtains formula No.4.

Formula No.4.

Price function

$P - S^T L^T W = S^T \Pi$  or  $P = (LS)^T W + S^T \Pi$ , where

P - the price vector,

$\Pi$  - the vector of profits with respect to the units of products,

A - the matrix of technological or direct requirement coefficients,

L - the matrix of direct labour hours as a primary factor spent with respect to the unit of output, W - the wage rate vector,

$S = (I-A)^{-1}$  - matrix of the total requirement coefficients.

The components of the vector  $(LS)^T$  can be interpreted as total spending of labour of each category of labour with respect to the corresponding industry's units of final products. Then components of vector  $(LS)^T W$  are the monetary costs of total labour spending in the respective industry with respect to the units of final products.

Obviously, if profits  $\Pi = 0$ , than prices  $P = (LS)^T W$ . Therefore, the value of each unit of product equates to the value of the full labour usage necessary for production of a unit of given good. From equation  $P = (LS)^T W$  formula No. 5 follows:

Formula No.5.

Equation between summary work compensation and value of final demand.

$Y \cdot P = Y \cdot (LS)^T W = (LSY) \cdot W = (LX) \cdot W$  follows.

Therefore, summary work compensation, by producing full output X, equals to summary value of final demand Y. Theorem is proved.

Example. Let us illustrate the theorem with a simple model borrowed from the famous book “Input-Output Economics” published 1986 in by Wassily Leontief [2].

The initial statistical data in natural units are given in table No.1.

Table No. 1.

Initial statistical data in natural units

|                         | agriculture | production | final demand | total output |                  |
|-------------------------|-------------|------------|--------------|--------------|------------------|
| Industry I, agriculture | 25          | 20         | 55           | 100          | bushels of wheat |
| Industry II, production | 14          | 6          | 30           | 50           | meters of fabric |
| direct labour spending  | 80          | 180        |              | 260          | labour hours     |

The author modifies this example assuming that the labour rates in agriculture and production differ.

Assumed initial statistical data in natural units are presented in table No. 2.

Table No. 2

Assumed initial data on agriculture and production

|                                       | agriculture | production | final demand | total output |                  |
|---------------------------------------|-------------|------------|--------------|--------------|------------------|
| Industry I, agriculture               | 25          | 20         | 55           | 100          | bushels of wheat |
| Industry II, production               | 14          | 6          | 30           | 50           | meters of fabric |
| direct labour spending in agriculture | 80          | 0          |              | 80           | working hours    |
| direct labour spending in production  | 0           | 180        |              | 180          | working hours    |

The table No. 2 allows the author to construct the direct model  $Y = (I-A)X = Y$ , LABOUR = LX; dual input-output model:  $\Pi = (I-A)^T P - L^T W$ .

Table No. 3.

Direct and dual input-output model

|          | $x_1$   | $x_2$   |        |
|----------|---------|---------|--------|
| $y_1$    | 0.75    | -0.40   | $p_1$  |
| $y_2$    | -0.14   | 0.88    | $p_2$  |
| labour 1 | 0.80    | 0       | $-w_1$ |
| labour 2 | 0       | 3.60    | $-w_2$ |
|          | $\pi_1$ | $\pi_2$ |        |

Denotations in an example are explained:  $X = (x_1 \ x_2)^T$ ,  $Y = (y_1 \ y_2)^T$ ,  $P = (p_1 \ p_2)^T$ ,  $\Pi = (\pi_1 \ \pi_2)^T$ ,  $W = (w_1 \ w_2)^T$ ,

|                                                                                                                                                                                         |       |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|-------|------|
| $A =$ <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>0.25</td><td>0.40</td></tr> <tr><td>0.14</td><td>0.12</td></tr> </table> | 0.25  | 0.40 | 0.14 | 0.12 | $I =$ <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>0</td><td>1</td></tr> </table>             | 1    | 0    | 0    | 1    | $I - A =$ <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>0.75</td><td>-0.40</td></tr> <tr><td>-0.14</td><td>0.88</td></tr> </table> | 0.75 | -0.40 | -0.14 | 0.88 |
| 0.25                                                                                                                                                                                    | 0.40  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 0.14                                                                                                                                                                                    | 0.12  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 1                                                                                                                                                                                       | 0     |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 0                                                                                                                                                                                       | 1     |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 0.75                                                                                                                                                                                    | -0.40 |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| -0.14                                                                                                                                                                                   | 0.88  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| $L =$ <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>0.80</td><td>0</td></tr> <tr><td>0</td><td>3.60</td></tr> </table>       | 0.80  | 0    | 0    | 3.60 | $S =$ <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>1.46</td><td>0.66</td></tr> <tr><td>0.23</td><td>1.24</td></tr> </table> | 1.46 | 0.66 | 0.23 | 1.24 | $LS =$ <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>1.17</td><td>0.53</td></tr> <tr><td>0.83</td><td>4.47</td></tr> </table>      | 1.17 | 0.53  | 0.83  | 4.47 |
| 0.80                                                                                                                                                                                    | 0     |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 0                                                                                                                                                                                       | 3.60  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 1.46                                                                                                                                                                                    | 0.66  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 0.23                                                                                                                                                                                    | 1.24  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 1.17                                                                                                                                                                                    | 0.53  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |
| 0.83                                                                                                                                                                                    | 4.47  |      |      |      |                                                                                                                                                                                         |      |      |      |      |                                                                                                                                                                                               |      |       |       |      |

For example, price of agricultural products is 12 dollars per bushel of wheat, price of products of production is 25 dollars per meter of fabric, wage rate per direct measured labour hour in agriculture is 2 dollars, wage rate per direct measured labour hour in production is 3 dollars, than profit in agriculture is 3.90 dollars per unit of product, production profit is 6.40 dollars per unit.

$$12 \cdot 0.75 - 25 \cdot 0.14 - 2 \cdot 0.80 - 3 \cdot 0 = 3.90$$

$$-12 \cdot 0.40 + 25 \cdot 0.88 - 2 \cdot 0 - 3 \cdot 3.60 = 6.40.$$

Table No. 4.

Direct and dual input-output model given information on prices and wage rates

|                           |                |                |             |
|---------------------------|----------------|----------------|-------------|
|                           | $x_1 = 100$    | $x_2 = 50$     |             |
| $y_1 = 55$                | 0.75           | -0.40          | $p_1 = 12$  |
| $y_2 = 30$                | -0.14          | 0.88           | $p_2 = 25$  |
| labour <sub>1</sub> = 80  | 0.80           | 0.00           | $-w_1 = -2$ |
| labour <sub>2</sub> = 180 | 0.00           | 3.60           | $-w_2 = -3$ |
|                           | $\pi_1 = 3.90$ | $\pi_2 = 6.40$ |             |

After proper simultaneous pivot transformation of both equation systems, direct and dual, the author obtains:

- inverse direct input-output model  $X = SY$ ,  $LABOUR = LSY$ ,
- inverse dual input-output model  $P - S^T L^T W = S^T \Pi$  or  $P = (LS)^T W + S^T \Pi$ .

Table No. 5.

Inverse direct and dual input-output model given information on prices and wage rates

|                     |       |       |         |
|---------------------|-------|-------|---------|
|                     | $y_1$ | $y_2$ |         |
| $x_1$               | 1.46  | 0.66  | $\pi_1$ |
| $x_2$               | 0.23  | 1.24  | $\pi_2$ |
| labour <sub>1</sub> | 1.17  | 0.53  | $w_1$   |
| labour <sub>2</sub> | 0.83  | 4.47  | $w_2$   |
|                     | $p_1$ | $p_2$ |         |

It can be demonstrated that for one bushel of wheat the full labour consumption is 1,17 working hours of agricultural labour plus 0,83 hours of production labour, since  $0.80 \cdot 1.46 = 1.17$ ;  $3.60 \cdot 0.23 = 0.83$ .

Analogically, for one meter of fabric, full labour consumption consists of 0,53 working hours of agricultural labour plus 4.47 working hours of production labour, since  $0.80 \cdot 0.66 = 0.53$ ;  $3.60 \cdot 1.24 = 4.47$ .

If  $\pi_1 = 0$ ,  $\pi_2 = 0$ , then  $p_1 = w_1 \cdot 1.17 + w_2 \cdot 0.83$ ;  $p_2 = w_1 \cdot 0.53 + w_2 \cdot 4.47$ . One bushel of wheat is  $p_1 = 12$  dollars of value, and one meter of fabric is  $p_2 = 25$  dollars of value.

The author will note that once any industry, for example, production of fabric wishes to earn profit, prices of products immediately increase. For example, if  $\pi_1 = 0$ ,  $\pi_2 = 1$ , then  $p_1 = 12 + 0.23$ ;  $p_2 = 25 + 1.24$ .

## Conclusions

The purpose of this paper is to prove a theorem. Theorem: the author will assume that in all industries of the national economy perfect competition exists in the long-run. Then independently of total output and final demand, in the long-run, the value of each unit of the good equates to the value of given good's value of full labour consumption, and equilibrium exists, since summary work compensation equates to the summary value of final demand. As a result of the research, theorem is proved and illustrated with a practical example.

## REFERENCES

1. Ekonomikas skaidrojošā vārdnīca. — Rīga, Zinātne, 2000.
2. Leontief W. Input-Output Economics. Second Edition. — Oxford University Press. 1986, 436 pp.
3. Иохин В. Я. Экономическая теория: введение в рынок и микроэкономический анализ: Учебник. - Москва: Инфра-М, 1997, 512 стр.
4. Ланкастер К. Математическая экономика. — Москва: Издательство «Советское радио», 1972. 464 стр.



# ANALYSIS OF THE IMPACT OF THE TAX ON THE ACQUISITION OF IMMOVABLE PROPERTY

Ing. **Eva Vincencova**, PhD.,  
Czech Republic, Akademie Sting, o.p.s. Brno, [vincencova@sting.cz](mailto:vincencova@sting.cz)  
Ass. Prof. Ing. **Roman Horák**, CSc.,  
Czech Republic, Akademie Sting, o.p.s. Brno, [horak@post.sting.cz](mailto:horak@post.sting.cz)

Affiliation: The contribution is processed as an output of a research project the selected issues of public finances, in particular budgetary policy, accounting and reporting registered by the IGA\_AS under the registration number 0108/2019. Taxation, department accounting and taxes, e-mail: [vincencova@sting.cz](mailto:vincencova@sting.cz)

## ABSTRACT

The paper deals with the impact of taxation of acquisition of property rights to real estate for individual tax subjects. The authors analyzed the effect of this tax on selected tax entities, individuals, by determining the subject of tax. The analysis was focused on individuals and their obligation to pay property tax. Furthermore, the risk of disproportionate debt burden was investigated especially for families with children and seniors. This risk may have a negative effect on the taxpayer's motivation to buy their own housing. The calculated tax liability is high and increases the price of the property and reduces the availability of own housing. On the other hand, the state gives funds to support the activities of citizens to have their own housing. The authors of the article discuss these contradictions, draw conclusions and recommendations.

**Key words:** Fiscal impact, indirect tax, property, stamp duty, tax, taxation

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается влияние налогообложения приобретения имущественных прав на недвижимое имущество для отдельных субъектов налогообложения. Авторы проанализировали влияние данного налога на отдельные налоговые организации, физические лица, определив субъект налогообложения. Анализ был сосредоточен на физических лицах и их обязанности по уплате налога на имущество. Кроме того, был проведен анализ риска несоразмерного бремени задолженности, особенно для семей с детьми и пожилых людей. Этот риск может негативно сказаться на мотивации налогоплательщика покупать собственное жилье. Рассчитанное налоговое обязательство является высоким и увеличивает цену имущества и снижает доступность собственного жилья. С другой стороны, государство выделяет средства на поддержку деятельности граждан по созданию собственного жилья. Авторы статьи обсуждают эти противоречия, делают выводы и рекомендации.

**Ключевые слова:** Налоговое воздействие, косвенный налог, имущество, гербовый сбор, налог, налогообложение

## INTRODUCTION

Property taxes are historically the longest used type of tax. Although they are not very profitable and occupy only a few percent in the revenue of the budget system. They are still being used mainly due to the long-term stable yield to public budgets and almost impossible tax evasion [1,18]. Historical records show that property taxes, land tax (tributum) existed together with the land registry in ancient Greece, and also in ancient Rome, this tax was paid for property transfers, especially when auctioning real estate.

Three years after the Velvet Revolution in 1992, a tax reform took place. The establishment of the Czech Republic in 1993 was implemented a new tax system. Under Article 11 of the Charter of Fundamental Rights and Freedoms in the Czech Republic [18,19], taxes can only be imposed by law. The tax system included individual tax laws, including real estate taxes and real estate transfer taxes. In the case of real estate tax, the property was subject to taxation. The creation of a real estate transfer tax was linked to the cancellation of a notarial transfer fee. In the "Public Finance Reform 2007 - 2010", the government proposed to abolish this tax. The tax cancellation was not approved by Parliament. The Real Estate Transfer Tax Act was in force from 1993 to 2014. Taxation of the transfer of property due to inheritance or donation is included in the Inheritance Tax and Gift Tax Act. Real estate transfer tax has undergone two major changes that have occurred in connection with the effectiveness of the new Act No. 89/2012 Coll., The Civil Code. The laws defining the taxation of all forms of transfer of immovable property were abolished. The abolished law on real estate transfer tax was the basis for the Senate's measure No. 340/2013 Coll., On the Immovable Property Tax (Law 2014). Some provisions have been retained. Other provisions were new, such as the definition of subject matter and taxpayer. The object of inheritance and gift tax was transferred to the Income Tax Act with effect from January 1, 2014 as free of charge income of property by inheritance and donation.

The state uses the following financial instruments to implement housing policy by (1) Ministry for Regional Development and State Housing Development Fund subsidies, loans and guarantees for bank loans, especially for housing investments; (2) Ministry of the Environment, respectively. State Environmental Fund, through energy saving subsidies; (3) Ministry of Labor and Social Affairs through housing allowance and housing supplement; (4) Ministry of Interior through spending on integration of immigrants and (5) Ministry of Finance, in particular through tax policy, such as building savings and tax relief and deductions.

The article assesses the contribution of the Ministry of Finance to support housing accessibility through an analysis of property acquisition tax. The article focuses on the area of taxation of the ownership of immovable property. This is the taxation of the change in the ownership of immovable property, which has been significantly modified during its existence. The aim of the paper is to analyze the impacts of the new legal regulation of taxing the acquisition of ownership rights of immovable property of the taxpayers, natural persons. The authors draw on the results of the qualitative research carried out in 2018. They conducted an analysis of the available resources dealing with the issue of taxation of changes in the ownership of immovable property. The authors relied on a literary analysis of relevant tax regulations and the housing policy concept. They analyzed the relevant ministries' documents, OECD statistical data, the Czech Statistical Office and the Supreme Audit Office's audit conclusions. Based on the comparison of the concept of housing policy in the Czech Republic and the tax policy realized by the MoF, was carried out an analyses impact of the new legal measure to tax property acquisition. The impact on companies and individuals who want to buy their own housing was analyzed. The findings were compared with tax theory, the principle of tax justice, the principle of solvency and the principle of benefit. The authors are of the opinion that "Every tax ought to be contrived as both to take out and keep out of pockets of the people as little as possible over and above what it brings, into the public treasury of the State" [2,01]

## **BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL POINTS**

In the Czech Republic, there were 4.76 million apartments in 2011, of which 2.4 million dwellings in multi-dwelling buildings and 2.2 million dwellings in family houses. The average age of the apartments was 50 years. Average age of occupied dwellings home was 52 years old and 49 years old. In 2017, there existed 489.4 dwellings per 1 000 inhabitants within the EU. France and Spain have the largest number of dwellings. In the Czech Republic it is 465.5 dwellings per 1 000 inhabitants. There were 4.1 million occupied and 652 thousand unoccupied dwellings in the Czech Republic, ie 14%. A total of 55% of occupied dwellings were in multi-

dwelling buildings, 44% in family houses and the rest in other buildings. [14] The state, has spent CZK 232 billion on housing support over the past twenty years. In addition, the state contributes significantly to low-income and otherwise vulnerable people to cover housing costs and also finances social services and social work. In the last two years alone, the state supplement and housing allowance totaled 23.2 billion CZK. For 10% of the population, housing costs are a heavy burden, more than 40% of the household's disposable income. It affects this and electricity, water and sewage prices. Compared to countries The EU is rather an older housing stock in the Czech Republic, which is needed sufficient resources for its reconstruction and the risk of non-security [14,19].

The housing market is a specific market dependent on many circumstances and rules that affect its functioning. In the Czech Republic, the selling prices of apartments and family houses grow twice as fast as the EU average. The development of real estate prices in the Czech Republic is influenced by a number of other factors, such as the complete change in mortgage rules, the restriction of Czech National Bank mortgages (the end of 100 percent mortgages and 90 percent increase in prices), the absence of a free market for rental apartments, the sensitivity of citizens to market fluctuations. According to Eurostat data, the year-on-year growth in prices of houses and apartments in the Czech Republic from the EU countries was the fourth highest. The average tax burden increased between 2007 and 2017 for a two-room sixty-meter dwelling from approximately 150,000 to approximately 600,000 CZK (6,000 – 24,000 EUR) [14,19].

Due to high growth in property prices and rental housing, the possibility of ownership and rental housing is moving away from the Czechs, which is not in line with the declared housing state policy. Under the current legislation [9,18], the tax on the acquisition of immovable property is a one-off tax, which is payable only on the acquisition of ownership of immovable property for consideration. Tax revenues flow to the state budget. The underlying concept is a remuneration, which may take the form of monetary and non-monetary benefits. The value of non-cash consideration is covered under Act No. 151/1997 on valuation of assets. Alternatively, consideration may combine several types of payments, such as payment of the sum of money, partly assignment of the claim, the assumption of liability, etc. The subject of the tax on the acquisition of immovable property is the acquisition of ownership rights to the property, land, construction, right of construction, flat, non-residential premises, part of the engineering network, acquisition of the real estate in the trust fund, acquisition of the building) located in the cadastral territory of the Czech Republic. The local jurisdiction of the subject of the tax is the place where the immovable property is located, for which there is a gainful acquisition of ownership. A significant change to the Real Estate Transfer Act was that the tax liability passed from the seller to the buyer. Under the Act 2014, the Real Estate Transfer Tax was the seller's tax payer, unless otherwise was stated in the contract for the sale of the property. In fact, either the seller or the buyer, one of these persons was a taxpayer. And the other person was the guarantor. The statutory provision in the 2014 amendment was the only tax Act which, in its original wording, allowed the taxpayer to choose. This Act came to an end in October 2016. With effect from November 2016, a change in the statutory measure [9,18] was adopted, which clearly stated that the acquirer of the acquired ownership of immovable property became the taxpayer.

The exemption from the acquisition of immovable property includes material exemptions in the public domain, material exemptions for new buildings, unit exemptions and other material exemptions. The tax on the acquisition of immovable property is based on the acquisition cost less eligible costs. The acquisition value may be the price agreed, the comparative tax value, the price determined, or the so-called special price. The comparative tax value is the amount corresponding to 75% of the official value of the purchased real estate. It can be determined by an expert opinion on the price found. For selected types of immovable property a substitute valuation method is accepted by the so-called guide value. The guideline value is a substitute valuation method that can be used in the exhaustive list of immovables. The guideline value is based on real estate prices at the place where the real estate is located in a comparable period of time. It takes into account the type, location, purpose, condition, age, equipment and building-technical parameters of the real estate.

Value is determined free of charge by the financial administration. The taxpayer may decide which use of the methods of determining the value of the immovable property is better for him. He may use the option of setting a benchmark or have an expert opinion on the price determined. Both ways can not be combined. The price for that expert evaluation is for the taxpayer was approved by the financial office for producing as the only eligible expenditure. The acquisition value is determined at the date when the real estate was acquired. The moment of acquiring immovable property establishes a legal effect under the Civil Code (§ 1099) for the deposit of title to the Land Registry [4,13]. All real estates are registered in the Czech Republic in the Land Registry (Act No. 256/2013 Coll., On Land Registry).The rate of tax on the acquisition of immovable property is 4%. The calculation of the final tax on the acquisition of immovable property rounded to the nearest hundredthorns is multiplied by the tax rate, ie 0.04. The due date of the tax, including the filing of a tax return for the tax on the acquisition of immovable property, shall be no later than the end of the third calendar month following the calendar month of the deposit of the ownership right to the immovable object.

## **RESEARCH RESULTS AND THEIR ASSESSMENT**

The housing market is a specific market dependent on many circumstances and rules that affect its functioning. State intervention to interfere with the free real estate market, but on the other hand, are designed to prevent uncontrolled growth in property prices. They create conditions for obtaining housing for the citizens of the state, to prevent the formation of ghettos with all its negatives. On the issue of property acquisition taxation, the right-wing Conservative Party (ODS) advocates the abolition of this tax. According to her, the state will save hundreds of millions of crowns for its choice. This tax punishes citizens if they want to buy their own housing. The ODS argues that property costs will be reduced. Growth in investment and an increase in government revenue from other taxes, in particular value added tax and income tax, will manifest itself. According to the government, by abolishing the tax, the state budget would lose about CZK 11 billion and it is uncertain whether it will reduce the purchase price of housing.

"We are taxing the transfer of each garage, but when a large property is to be transferred, it will be put into the city, it will be transferred and it escape taxation," notes Miloslav Kala, president of the Supreme Audit Office (SAO). The staff of his office recently dealt with just checking property tax collection. [13,19] They pointed out, among other things, that the government bill on real estate tax originally foreseen the taxation of real estate deposits into commercial companies and transfers of shares in commercial corporations. But that eventually came to an end. Transfers of shares in limited liability companies or transfers of shares issued by limited liability companies that own real estate are not subject to real estate acquisition tax, even if a 100% shareholding or shares are transferred. There are situations where companies are based solely for the purpose of owning a property that is the sole property of the company, and the transfer of a 100% share or shares of the company conceals a de facto change of ownership of the property.

The SAO stated in its audit conclusion that (1) the effectiveness of property tax administration is low due to the efficiency of other taxes management; (2) free of charge income from inheritance or legacy is entirely exempt from income tax;(3) free-of-charge income generated by donations is almost uncontrollable due to their inclusion in income tax;(4) the administration of real estate tax is more demanding after the introduction of a new method of determining the tax base; (5) the issue of real estate acquisition tax is not dealt with when the owners of commercial companies owning a property change; (6) the recovery of immovable property arrears affects a high number of minor arrears. [12,19] Czech Pirate MPs have proposed a reduction in the acquisition tax rate to two percent of the current four for properties in which buyers have their permanent residence and at the same time as their first property. The reduced rate applied only to the value of the property up to four million crowns. Part of the property value above this threshold would be taxed at a 4% rate. At a time when the CNB is raising interest rates and creating stricter regulations in the area of mortgages, the possibility of reducing the

tax burden on its own housing seems to be a reasonable solution. 70 % of the acquirers met the conditions for a reduced tax rate. The idea of progression in property taxes is also supported by the Communists [16,19].

Approximately CZK 12 billion is collected annually for the acquisition tax. Pirates expect that at a reduced rate the Treasury would lose more than two billion CZK. The increase in revenue should result in the abolition of the tax exemption in the case of the first transfer of real property for consideration to legal persons. Exemption would remain only for natural persons who are citizens of the EU and the European Economic Area. The Treasury is worried about more complex tax administration, creating space for tax evasion and decreasing state budget revenue [17,18].

The original legal regulation of the Immovable Property Acquisition Act of 2014 posed significant problems. They related to the identification of the taxpayer, the inaccurate wording of the provisions of the purchase and exchange contracts and, in particular, for the acquisition of property rights in exchange for the real estate exchange. Variability of the taxpayer to the tax administration has caused complications in tax proceedings in cases where the taxpayer has not paid the transferor (the seller). The acquirer (buyer) as a guarantor and was exposed to the uncertainty of whether or not a tax liability would arise. He had no direct possibility to influence this. In the case of real estate exchange, there was a situation where one of the parties was the taxpayer of the acquisition of immovable property on the exchanged immovable property. This has caused taxpayers' complications in connection with filing a tax return and paying taxes. According to the legal regulation of 2016 [9,18] in the case of property shifts, this is now a non-monetary fulfillment. Both parties become acquirers, ie taxpayers. Calculation of the tax base for the acquisition of immovable property will be simplified by the taxpayer when he chooses a benchmark for determining the comparative tax value. Problems of tax administration with taxpayer identification were removed by changing the taxpayer from the seller to the buyer (the acquirer of the real estate) and canceling the guarantor's institute for the tax payable. The fact that the acquirer as a taxpayer also exists in the countries of the European Union (EU) contributed to the new adjustment viz Table 1.

Tab.1. Real estate transfer tax in selected EU countries

| <b>Country</b> | <b>%</b> | <b>Variety</b>                                 | <b>Taxpayers</b>                        |
|----------------|----------|------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Austria        | 4,6      | Real estate transfer tax                       | The seller and acquirer of the property |
| Czech Republic | 4        | Acquisition of immovable property              | The acquirer of the property            |
| France         | 5        | Real estate transfer tax                       | The seller of the property              |
| Germany        | 4-6      | Real estate transfer tax (only of land)        | The seller and acquirer of the land     |
| Holland        | 2+6      | Real estate transfer tax                       | The acquirer of the property            |
| Italy          | 9        | Real estate transfer tax                       | The acquirer of the property            |
| Slovakia       | 0        | Real estate transfer tax was abolished in 2005 | -                                       |

Source: Own processing according to [6,18]

In EU countries there are identical and different approaches to taxing the transfer of ownership of real estates, based on different national customs, social approaches and economic development of individual states. According to the Financial Administration, the amendment to the Tax Law 2016 [9,18] has positives impact: f.e. (1) was simplified and (2) shortened the management of the tax on the acquisition of immovable property, (3) increased the possibility of controlling the tax liability, (4) facilitated the tax execution and enforceability of the tax owed. (5) The financial administration declared that was reduced in the administrative burden of tax proceedings, even though it determines the value of the property free of charge. In addition, the Financial Administration has the opportunity to find out in the land register on-line the new owner and hence the taxpayer.

The tax revenues from the acquisition of real estate in 2016 amounted to CZK 12,697 million and CZK 12,478 million in 2017, which is almost 2% less than in 2016. Three factors influenced year 2017, as the limited supply of the property market, the rise in interest rates on mortgage loans and the effects of the amendment to the statutory measure in November 2016, which exempt municipalities from the acquisition of immovable property. The lower tax collection was also influenced by the taxpayer's change in the acquisition of immovable property from the seller exclusively to the buyer.viz Tab.2.

Tab.2. Collection of tax on the acquisition of immovable property in the years 2016-2017 (in CZK mill.)

| Year | Tax collection | Prescribed | Tax revenue (%) |
|------|----------------|------------|-----------------|
| 2016 | 12 697         | 12 212     | 104,0           |
| 2017 | 12 478         | 13 411     | 93,0            |

Source: Own processing according to [7,18]

The financial administration of the impact of the Tax Law 2016 is positive, as it is easier to enforce the tax, simplify administration and tax collection. The subject of tax was extended by to prolonge of the construction right to eliminate tax evasion. In the absence of the 2016 Statute, it failed to eliminate a disproportionate advantage over other taxpayers and to avoid tax evasion in the case of the transfer of shares in commercial corporations owning immovable property. In fact, there is a change in the ownership of immovable property that is part of the company's assets without such a change being currently subject to real estate transfer tax. The impact of this change on the taxpayer is both positive and negative. Positive impacts can be seen in reducing the tax burden on the taxpayer. The tax base is determined by comparing the price negotiated and determined by the financial administration. There is a situation where it is more advantageous for a taxpayer to use an expert's valuation. The point is that most lay tax payers are not able to predict all the consequences of choosing how to determine the value of immovable property. In practice, cases where a taxpayer, when saving insignificant expenses for an expert's opinion, pays tax on the acquisition of immovable property is disproportionately higher than would have been charged if an expert's report was used for the purpose of determining the tax base.

The tax on the acquisition of immovable property shall not be charged if it does not exceed the limit of CZK 200. If the taxpayer is able to determine the tax base himself will save the financial costs of an expert opinion. Increased financial costs for an expert judgment on the price found arise in a situation where the taxpayer will not be able to determine the administrative cost and the tax base himself.

The economic incidence of taxes on the purchase of real estate falls on the buyer. Tab.1 shows the growth in the price of dwellings in the end of 2015 and rises sharply in 2016. The change of the taxpayer from the acquisition was effective from November 2016 was announced in advance. Until October 2016, the purchase price of the property included the tax, since November 2016 the tax does not include the tax. Theoretically, the seller may retain the current purchase price of the property or make a purchase price correction. In current practice this option is not used.

Tab.3. Index of housing prices

| Type of real estate      | Annual average |       |       |       |                    |                    |
|--------------------------|----------------|-------|-------|-------|--------------------|--------------------|
|                          | 2010 = 100     |       |       |       |                    |                    |
|                          | 2011           | 2012  | 2013  | 2014  | 2015 <sup>1)</sup> | 2016 <sup>2)</sup> |
| Dwellings                | 99,8           | 98,6  | 98,4  | 100,4 | 103,5              | 115,0              |
| Multi-dwelling buildings | 101,1          | 104,4 | 104,3 | 98,7  | 106,9              | 108,1              |
| Family houses            | 102,1          | 101,9 | 103,1 | 104,8 | 106,1              | 108,6              |
| Building lots            | 100,3          | 103,2 | 103,8 | 107,5 | 110,6              | 113,6              |

1) Revised data.

2) Preliminary data Source: [8,18]

Tax on the acquisition of immovable property increases the price of real estate. Other factors of higher real estate prices include insufficient construction of new houses, flats, lack of rental flats at affordable prices, regulation of the Czech National Bank's mortgage interest rate and speculative purchases of investment flats. The assumption that the potential real effects of a nominal incidence shift are short-lived until prices adjust to a new equilibrium level has not yet been fulfilled. In TABLE 3. In case the taxpayer does not have sufficient savings for the purchase of real estate, he co-finances the acquisition of a mortgage loan. Banks can not offer a mortgage for a higher amount than the real estate estimate. The mortgage taxpayer must have 20% of his own money and also have a 4% tax on the property price. According to bank information, the average maturity of the mortgage is between 23-25 years. The average purchase price for January 2019 is 3.13 million CZK, and about 48% of the monthly income was paid on a mortgage loan. The availability of own housing is decreasing especially for families with small children, the socially weak and seniors.

TABLE 4 is based on the Real Estate Index, which analyzes how many annual earnings must be spent on the acquisition of an average flat and compares the ranking in selected European countries Tax on the acquisition of immovable property increases the price of real estate. Other factors of higher real estate prices include insufficient construction of new dwellings, lack of rental flats at affordable prices, regulation of the Czech National Bank's mortgage interest rate and speculative purchases of investment dwellings. The assumption that the potential real effects of a nominal incidence shift are short-lived until prices adjust to a new equilibrium level has not yet been fulfilled.

Tab.4. The number of annual wages needed to buy an average flat

| Order | Country        | The number of annual wages |
|-------|----------------|----------------------------|
| 1.    | Czech Republic | 11,3                       |
| 2.    | Great Britain  | 9,8                        |
| 3.    | France         | 8                          |
| 4.    | Polland        | 7,5                        |
| 5.    | Hungary        | 7,1                        |
| 6.    | Italy          | 6,3                        |
| 7.    | Holland        | 5,8                        |
| 8.    | Austria        | 5,6                        |
| 9.    | Spain          | 5,4                        |
| 10.   | Germany        | 5                          |
| 11.   | Denmark        | 4,3                        |
| 12.   | Belgium        | 3,7                        |

Source: [18,19]

## CONCLUSIONS

Financial instruments to support housing are subject to political struggle. Political parties sometimes have antagonistic views, as has been shown in the implementation of property acquisition tax. Coordination of implementation of financial instruments to support housing, including ongoing adjustments such as tax changes, should be analyzed in correlation with the implementation of other financial instruments. The aim of the new legal regulation of the Tax Law 2016 was to create a new concept of tax on the acquisition of real estate as a stable source of revenue for the state budget. Financial management has achieved this target to a certain extent. Rising real estate prices are increasing tax revenues. The financial administration of the impact of the Tax Law 2016 is positive. In comparison to the transfer of real estate in the case of commercial corporations, it can be stated that the Tax Law 2016 shows lower sensitivity to both low and average income taxpayers. This is a direct consequence of the transfer. The government and parliament failed to consider its impact on the state's housing policy when preparing and approving the above Tax Law 2016. The concept of the taxpayer of the acquisition of immovable property is currently one of the factors that increase the price of apartments and reduce the availability of their own housing. The concept of the taxpayer of the acquisition of immovable property is currently one of the factors that increase the price of apartments and reduce the availability of their own housing.

The tax exemption regulation does not take into account investment or speculative purchases of real estate. The first acquisition of property rights in immovable property is exempt within five years of completion or putting into use. The period of 5 years applies to the exemption of the purchase of a new construction from value added tax and also to the income tax on the sale of housing. The property tax exemption institute assumes that the acquirer will use the property for his own home.

The Tax Law 2016 does not distinguish whether the acquisition of the property is intended for own housing or serves as an investment. If the buyer does not acquire housing needs for their own housing, but as an investment for future income exemption also applies. In this case, the institute of liberation does not follow the state's housing policy as part of its social policy. The reality is that investors in the purchase of real estate in the Czech Republic gain more revenue than most other investments.

The impact of this change on the taxpayer is both positive and negative. Positive impacts can be seen in reducing the tax burden on the taxpayer. The tax base is determined by comparing the price negotiated and determined by the financial administration. In view of these facts, the proposals of the politicians of the Tax Law [9] have been redesigned to increase the availability of housing. For example, to introduce a second reduced rate of 2% to CZK 4 million, for an acquirer over 18 years of age, not owning another property. A reduced rate of 2% for the first acquisition of a new property exists in Italy. Taxes on transfers of shares in commercial corporations holding immovable property are not yet addressed. The authors are of the opinion that this so called tax of the acquisition of real estate after 2017 brings money into public treasury of the state only. The authors support the idea of introducing tax progression, including abolition exemption in the case of a first transfer of immovable property for legal persons. They propose to coordinate housing policy financial instruments so that they do not counteract the multiplier effect.

The disagreement of politicians on such sensitive issues as housing policy support and its long-term ineffective management causes the rigidity of Czech tax policy to address citizens' housing problems. On a professional level, an acceptable solution can be found and recommended in terms of social, tax justice and efficiency.



## REFERENCES

- KUBÁTOVÁ, Květa. Daňová teorie a politika. 7., aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2018. 272 s.
- SMITH, Adam Pojednání o podstatě a původu Bohatství národů.vyd. Praha,Liberální institut, Česká republika, 2001, 986 s.
- ŠIROKÝ, J. a kol. Daňové teorie s praktickou aplikací. 2008. s. 38 – 46
- Zákonné opatření Senátu č. 340/2013 Sb., o dani z nabytí nemovitých věcí, v účinném znění
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v účinném znění
- Češi platí nadprůměrnou daň z převodu nemovitosti, Slováci žádnou. [on line] Idnes/Finance [cit. 2018-10-01]. Available from: [https://www.idnes.cz/finance/dane/dan-z-prevodu-nemovitosti-ve-svete.A130806\\_164419\\_p\\_dane\\_zuk](https://www.idnes.cz/finance/dane/dan-z-prevodu-nemovitosti-ve-svete.A130806_164419_p_dane_zuk)
- Výroční zpráva Finanční správy 2017. Generální finanční ředitelství. Praha, 2018. 42 s.
- Indexy cen vybraných druhů nemovitostí. [on line] Statistická ročenka České republiky. Praha. [cit. 2018-10-01]. Available from: <https://www.czso.cz/csu/czso/8-ceny-wxvidi6r7w>
- Deloitte Property Index 2018. [on line] [cit. 2018-05-02]. Available from <https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/real-estate/articles/cze-index-nemovitosti.html>
- Zákonné opatření Senátu č. 340/2013 Sb., o dani z nabytí nemovitých věcí, ve znění zákona č. 254/2016 Sb.
- Zákonné opatření Senátu č. 340/2013 Sb., o dani z nabytí nemovitých věcí, ve znění zákona č. 254/2016 Sb.
- <https://www.nku.cz/assets/kon-zavery/K15015.pdf> [cit. 2019-03-23]
- <https://hlidacipes.org/dane-jen-pro-nekoho-velke-firmy-za-prevod-nemovitosti-neplati-stat-prichazi-o-miliardy/he-principle-of-benefit>. [cit. 2019-03-23]
- <https://www.nku.cz/assets/publikace-a-dokumenty/ostatni-publikace/zprava-o-bydleni-v-ceske-republice.pdf> [cit. 2019-03-23]
- The Global Urban Economic Dialogue Series. Property Tax Regimes in Europe, Publisher: UN-HABITAT, 2013
- Pages: 84 ISBN: 9789211325652
- <file:///C:/Users/Eva/Desktop/Property%20Tax%20Regimes%20in%20Europe.pdf> [cit. 2019-03-23]
- Nížší daň z nabytí nemovitých věcí? Návrh Pirátů má mezi poslanci podporu
- <https://www.mesec.cz/clanky/nizsi-dan-z-nabyti-nemovitych-veci-navrh-piratu-ma-mezi-poslanci-podporu/> [cit. 2019-03-23]
- OECD (2018), Revenue Statistics 2018, OECD Publishing, Paris, [https://doi.org/10.1787/rev\\_stats-2018-en](https://doi.org/10.1787/rev_stats-2018-en).\*
- [https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/revenue-statistics-2018\\_rev\\_stats-2018-en#page5](https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/revenue-statistics-2018_rev_stats-2018-en#page5) [cit 2019-03-23]
- USNESENÍ předsednictva ČNR ze dne 16.12.1992 o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb.
- <http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html> [cit 2019-03-23]

# GLOBAL MARKETING WITH CULTURAL DIFFERENCES: A CASE OF BALTIC COUNTRIES

**Deniz Soyer**, Latvia, Baltic International Academy

Master of Business Management and Administration, denizsoyer@inbox.lv

Doc. Veronika Silineviča

## ABSTRACT

The topic of this thesis based on personal preference, experience, interest and background of the author. While working and studying abroad in an international environment, with people from all around the world, author realized the importance of national culture. The author intends to combine the professional background of advertising, marketing and business administration she had; with the practical life she is living.

Spread of knowledge, technology and products across borders has intensified with the passage of time. Companies were trying to move their operations to international environments for a long time now, with intention to grow and expand. Over the years, the term “international environments” created the “globalization” phenomenon. In this globalized world we live in, spread of products, technology, information, and jobs across national borders and cultures is quite rapid and effortless. With these developments, every day more companies prefer to “stay up-to-date” and become more global. Thus, it brings us to the point, where international companies plan and create their marketing efforts in “global villages”, in international yet quite national environments. To develop an efficient marketing and advertising strategy, a company should take into account the cultural influences and patterns of the society where they operate. Individuals make decisions about consumption of a product or a brand, according to their cultural influences. It is essential to investigate the culture of the country companies operate in, for building a strong marketing and advertising campaigns, more importantly for developing lasting relationship with the society. Estonia, Latvia and Lithuania have open economy since 1991, each with a high-speed economic growth and in total 6.195 million population, Baltic states has potential to be advantageous market for foreign investments. The author has combined these elements and wanted to investigate how these factors influence marketing advertising in the Baltic states.

The purpose of this thesis is to reach an understanding how can global companies state cultural differences better in their marketing and advertising efforts in the Baltic states. Qualitative research has been conducted in order to collect the information to support the theoretical findings. The empirical data was gathered through semi-structured interviews from marketing managers of various global companies and advertising agencies in the Baltic states, and case studies based on previously conducted cases.

**Key words:** Globalization, standardization, adaptation, Baltic states, Marketing advertising, culture, marketing communication strategy

## KOPSAVILKUMS

Šī darba tēma ir balstīta uz personīgajām vēlmēm, pieredzi, interesi un autora priekšvēsturi. Strādājot un studējot ārzemēs starptautiskā vidē ar cilvēkiem no visas pasaules, autore apzinājās nacionālās kultūras nozīmi. Autore paredz apvienot savas profesionālās reklāmas, mārketinga un biznesa administrēšanas pieredzi ar praktisko dzīvi, ko viņa dzīvo.

Zināšanu, tehnoloģiju un produktu izplatīšana pāri robežām laika gaitā ir pastiprinājusies. Uzņēmumi jau ilgu laiku mēģināja pārcelt savu darbību uz starptautisko vidi ar nolūku augt un paplašināties. Gadu gaitā termins “starptautiskā vide” radīja “globalizācijas” fenomenu. Ar šo globalizēto vārdu, kurā mēs dzīvojam, produktu, tehnoloģiju, informācijas un darbavietu izplatīšana pāri valstu robežām un kultūrām notiek diezgan ātri un bez

piepūles. Ar šādām norisēm katru dienu arvien vairāk uzņēmumu dod priekšroku tik “atjauninātiem” un kļūt globālākiem. Tādējādi tas noved mūs pie tā, ka starptautiski uzņēmumi plāno un veido savus mārketinga pasākumus “globālos ciematos”, starptautiskā, taču diezgan nacionālā vidē. Lai izstrādātu efektīvu mārketinga un reklāmas stratēģiju, uzņēmumam būtu jāņem vērā tās kultūras ietekme un modeļi sabiedrībā, kurā tie darbojas. Individīdi pieņem lēmumus par produkta vai zīmola patēriņu atbilstoši viņu kultūras ietekmei. Ir svarīgi izpētīt, kādā valstī darbojas uzņēmumi, lai izveidotu spēcīgas mārketinga un reklāmas kampaņas, vēl svarīgāk - veidot ilgstošas attiecības ar sabiedrību. Igaunijai, Latvijai un Lietuvai ir atvērta ekonomika kopš 1991. gada, katra valsts ar savu strauju ekonomisko izaugsmi un kopumā 6,195 miljonu iedzīvotāju, Baltijas valstīm ir potenciāls būt izdevīgam ārvalstu investīciju tirgum. Autore ir apvienojusi šos elementus un vēlējusies izpētīt, kā šie faktori ietekmē mārketinga reklāmu Baltijas valstīs.

Darba mērķis ir iegūt izpratni par to, kā globālie uzņēmumi var labāk noteikt kultūras atšķirības mārketinga un reklāmas centienos Baltijas valstīs. Ir veikti kvalitatīvi pētījumi, lai savāktu informāciju teorētisko atziņu atbalstam. Empīriskie dati tika vākti, izmantojot daļēji strukturētas intervijas ar dažādu pasaules uzņēmumu un reklāmas aģentūru mārketinga vadītājiem Baltijas valstīs, kā arī pētījumu izpēti, pamatojoties uz iepriekš veiktiem pētījumiem.

**Atslēgas vārdi:** Globalizācija, standartizācija, adaptācija, Baltijas valstis, Mārketinga reklāma, kultūra, mārketinga komunikācijas stratēģija.

## INTRODUCTION

### Background of the study

The topic for this paper has taken shape in author's mind during her studies, while practicing marketing, advertising and cultural differences in different countries. Author originates from Turkey, after she studied Public Relations and Advertising, and worked in advertising agencies in there, she continued her education in Latvia. Studying and working in an international environment in Latvia, lead the author realize the importance of being flexible in cultural values, especially in the current environment.

Spread of knowledge, technology and products across borders has intensified with the passage of time. Companies today have increased opportunities to enter foreign markets and it is common that they operate in international environments (Albaum and Duerr, 2008). Over the years, the term “international environments” has brought into the literature world as “globalization”. The twentieth century was undoubtedly the most dynamic and dense period in the historical, contradictory and complex, happy and dramatic events, through the consequences of the processes and historical phenomena unfolded in a spiritual, politico-military, economic and social plane, which have led to the spread of globalization (Powell, 2013). Friedman (1999) defines globalization as:

“It is the inexorable integration of markets, nation-states and technologies to a degree never witnessed before -- in a way that is enabling individuals, corporations and nation-states to reach around the world farther, faster, deeper and cheaper than ever before, and in a way that is enabling the world to reach into individuals, corporations and nation-states farther, faster, deeper, cheaper than ever before.” (Friedman, 1999, p.7-8).

According to Harris (1993) globalization is the increasing internalization of the production, distribution and marketing of goods and services. McGrew and Lewis (1992) points the fact that globalization is “a set of processes which embrace most of the globe or which operate worldwide; the concept therefore has a spatial connotation... On the other hand it also implies an intensification in the levels of interaction, interconnectedness or interdependence between the states which constitute the world community”.

Much like the aforesaid concepts and phenomena marking the current era, the concept of globalization has only recently been widely adopted – words ‘global’, ‘globality’, ‘globalization’ and ‘globalism’, as well as concepts of ‘global market’ or ‘global ecology’, were truly unknown almost up to the very end of the 20th century (Kukoc, 2009). It is also stated in Robertson (1992) that in academic circles globalization was not

recognized as a significant concept until the 1980s. Waters (1995) points the fact that the number of publications which use the word “global” in their titles have now probably reached five figures, but the procedural term “globalization” is still relatively rare. According to Laxer (1993), concept of globalization has arisen at a very particular historical moment, the ascension of the Anglo-Saxon business elite. Thomas Friedman (1999) proposes that “globalization is not simply a trend or fad but is, rather, an international system. It is the system that has replaced the old Cold War system, and, like that Cold War System, globalization has its own rules and logic that today directly or indirectly influence the politics, environment, geopolitics and economics of virtually every country in the world”. Friedman (1999) also points the fact that globalization simply had two eras, first era of globalization fell apart because of the historical events such as World War I, Russian Revolution and Great Depression, “which combined to fracture the world both physically and ideologically”. During the Cold War, there was not any significant progress in globalization, yet with the fall of the Berlin Wall, Friedman (1999) states that a new era of globalization has started. Like it is cited in Kaynak and Ali (2000), despite these various characterizations, there seems to be a general agreement that “globalization”, as a term, began to have wide appeal after McLuhan’s (1960) popularization of the term “global village”.

Today in competitive business world, each and every day more company’s activities becoming global. Firms across the world have recognized that globalization is a reality that creates unlimited opportunities while intensifying competition and threats (Kaynak & Ali, 2000). Despite the fact that the globalization progress is advancing with information technology, innovative and superior methods of organizing marketing efforts, yet international marketing is not that smooth to pursue, it has become a challenge to accept. Even if all other marketing factors favor the use of the same advertising campaign across all international markets, it may prove more effective to allow each market to translate the basic idea into its own “advertising language” (Unwin, 1984). Hence, the challenge we focus in this study will be “culture and its impact”.

In his *Culture’s Consequences* book, Geert Hofstede defined culture as: “Culture is the collective programming of the human mind that distinguishes the members of one human group from those of another. Culture in this sense is a system of collectively held values.” (Hofstede, 1980). Culture is the symbols, language, beliefs, values, and artifacts that are part of any society (Barkan, 2012).

Barkan adds: “As this definition suggests, there are two basic components of culture: ideas and symbols on the one hand and artifacts (material objects) on the other. The first type, called nonmaterial culture, includes the values, beliefs, symbols, and language that define a society. The second type, called material culture, includes all the society’s physical objects, such as its tools and technology, clothing, eating utensils, and means of transportation.” (Barkan, 2012, p.58).

A knowledge of cultural influences enables the firms to accommodate and adapt to such differences, hence reducing “noisy” communications among executives and errors in decision making (Montgomery & Weinberg, 1979). Companies which operate internationally shall comprehend the fast-moving train of international marketing while paying attention to reduce “noisy communication” in order to increase the chance of being successful. This process should be taken in all seriousness since “promotion of a product is highly affected by the cultural patterns of different countries” (Kaur & Chawla, 2016).

Over the years, in order to reach new markets, international companies created numerous campaigns, as well as faced some challenges. The following example is based on Haig (2003):

From the beginning of the 1990s Kellogg’s was looking for undiscovered markets since it has a great success in leading markets such as United States and United Kingdom. Therefore, Kellogg’s decided to enter the Indian market by investing US \$65 million and launching its Corn Flakes. However, the traditional way of having breakfast usually includes eating a bowl of hot vegetables in India, company faced to introduce the whole idea of eating breakfast cereal, while promoting the product itself. First sales reports showed consumers has higher interest to breakfast cereal than before, though soon it was understood that most of it was novelty purchase. The main reason was Corn Flakes had much higher price than its nearest competitor. Some studies showed price of the product was higher than a regular consumer can afford. Instead of reviewing the price

policy, Kellogg's launched even more products to Indian market without any further research. Thus, company faced with many difficulties over the years.

In order to keep a singular identity throughout the world, many companies stick with the same marketing campaign and brand message in every country. However, this occasionally creates difficulties. For instance, in Taiwan Pepsi's advertising slogan 'Come alive with the Pepsi generation' was translated as 'Pepsi will bring your ancestors back from the dead' (Haig, 2003).

Consumers can be attracted only when product will fit better according to their customs, traditions, norms and cultural requirements (Kaur & Chawla, 2016). Thus, marketing strategies should build on understanding consumer behavior which has taken shape by culture. Not the mention the fact that culture is highly important and complex even for national companies, international companies should make deeper research. In order to reduce the obscurity, many international companies work with local marketing communication agencies while developing their marketing campaigns.

The author has been living in Latvia for several years and is related with the culture of Baltic states. The Baltic states (Estonian: Balti riigid, Baltimaad; Latvian: Baltijas valstis; Lithuanian: Baltijos valstybės), is a geopolitical term and includes Estonia, Latvia and Lithuania. The languages of Baltic countries explained in Encyclopaedia Britannica (Bater & Misiunas, 1998):

The Latvian and Lithuanian peoples speak languages belonging to the Baltic branch of the Indo-European linguistic family and are commonly known as Balts. The Estonian (and Livonian) peoples, who are considered Finnic peoples, speak languages of the Finno-Ugric family and constitute the core of the southern branch of the Baltic Finns (Bater & Misiunas, 1998).

Both Estonia, Latvia and Lithuania were under Soviet Russia rule during the second half of the 20th century, as well there was a noteworthy Russian immigration to their land. Hence, besides their national language, most of the Baltic population speaks Russian. Latvia's Russian speakers made up nearly 34% of the population, Lithuania's Russian speakers toted nearly 8%, and Estonia's about 30% (Grigas, 2014). The population of the region is mostly Christian; Orthodox, Lutheranism and Catholicism.

Fundamental economic reorganization in the immediate aftermath of independence became a necessity, especially in Estonia and Latvia (Bater & Misiunas, 1998). Starting from 1991, when they got their independence from Soviet Russia, three Baltic states tried to find how to contribute world economy. Over the years countries developed their economy, Estonia found the focus in information technologies, while Latvia improved itself in electronics industry and Lithuania in modern agriculture. The Baltic countries have a similar economic structure and, despite their gradual convergence with western European countries, are still specialized in the production of low-tech goods (Poissonier, 2017). According to Baltic States real-estate market research by Swedbank (2018), "Annual average net wage growth in the Baltic capitals remained rapid in the third quarter of 2018' with salaries increasing close to 10% in Tallinn and Vilnius, and 8-9% in Riga". First and foremost, with a high-speed economic growth and in total 6.195 million population (Baltic States Population, 2019), Baltic countries has potential to be advantageous market for foreign investments. In the Soviet Russian era of Baltics, small amount of foreign goods imported. Since Baltic countries gained independence in 1991, they have open market economy. Thus, their economies still can consider as young economies while consumers keen to discover new products.

### **Problem Statement**

In a world which becomes more globalized every day, marketing strategies of companies started to have higher role in their success. One of the most critical issues in global brand management is the trade-off between economies of scale resulting from standardization and the cultural prerequisites of local adaptation (Solberg, 2002). The issue of international advertising standardization and adaptation has remained unresolved during the last several decades (Agrawal, 1995; Papavassiliou and Stathakopoulos, 1997, as cited in Wang and Yang, 2011).

International advertising standardization refers to utilizing the same or similar advertising messages across different countries or areas; international advertising adaptation is defined as using different advertising messages in separate markets (Kotler, 2008).

It has been argued that the worldwide marketplace has become so homogenized that multinational corporations can market standardized products and services all over the world, by identical strategies, with resultant lower costs and higher margins (Jain, 1989). Standardization of international advertising strategy is defined as utilizing the same, or common, advertising messages on an international basis, since the worldwide marketplace has become increasingly homogeneous, to the extent that international firms can market standardized products/services all over the world through identical advertising strategies, principally due to such influences as TV, movies, and the Internet (Jain, 1989).

On the contrary, adaptation of an international advertising strategy suggests that each market must be considered, for the most part, as a distinctly separate unit and adaptations must be made accordingly (Pratt, 1956, p.172). Despite the fact that globalization has a main role in national markets, there are dramatical differences in them such as consumer needs, technological development, culture, economic status, laws, language and foreign market media. In the 1960s, academicians gradually shifted towards the contingency approach when using international advertising, indicating that whether to standardize or not is not a dichotomous decision, and that there are various degrees of international advertising standardization and adaptation, depending on analysis of the factors relating to the particular situation or environment at hand (Buzzell, 1968; Miracle, 1968; Ryans, 1969, as cited in Wang and Yang, 2011).

The culture influence goods, services and marketing strategies in various countries. It also offers orders, directives, and guidance suggestions to individuals who are members of society to solve their problems. Understanding of different cultures and the quality of intercultural communication can make the difference between the success or failure of an international marketing effort in the multicultural world in which we currently live in (Wilhelms, Shaki, Hsiao, 2009, as cited in Yalcin and Cimendag, 2012). Due to the fact that cultural differences are factors which will directly affect businesses, the company which can detect these differences and adapt them to their products and presentation will have a chance to be successful. Therefore, cross-cultural research has a great importance in global markets. Cultural differences in various countries should be studied and lead the process of designing marketing strategies in the most effective way.

A good marketer who wants to exist his product for a long period cannot ignore to study the changing cultural demands, so an international marketer must have to analyse that he is offering his product to whom and what are their cultural backgrounds (Kaur & Chawla, 2016).

The disintegration of the Soviet Union opened the doors for foreign investors to reap the advantages of new markets, lower labor and production costs and the like (Mockaitis, 2002). Starting from 1991, up today, the Baltic states have high-speed economy growth, thus many international companies started to focus on these countries. However, the doors were also opened to an array of cultures, to people differing in their tastes and preferences, languages, religion, educational levels, business and social customs and traditions, attitudes toward foreigners, work ethic, negotiation styles, perceptions of time and space, levels of and views toward corruption and bribery, attitudes toward power, risk-taking etc.(Mockaitis, 2002). Notwithstanding, only limited number of studies thus far been done about the cultural pattern of these countries and how it effects business, marketing and advertising efforts.

Since the author studied Public Relations and Advertising in her bachelor's, Business Management in master's and her interest to their relationship with culture the research question is defined as follow:

How can global companies state cultural differences better in their marketing and advertising efforts in the Baltic states?

Therefore, the purpose of the thesis is: To gain more in-depth understanding how cultural differences in global marketing and advertising can be addressed in the Baltic states.

## **Research design**

Author decided to use case studies, which is a non-experimental design, in order to have deep understanding to finding the answer of research problem, how can global companies state cultural differences better in their marketing and advertising efforts in the Baltic states?

### **Research method**

Based on the earlier research processes, the author has decided that the qualitative data would be the appropriate method for this study. In several qualitative data methods such as, focus groups, mood boards, observations etc., conducting interviews has chosen. According to Jalil (2003), interviews provide a purposeful exchange between two people to uncover perspectives, experiences, and insights on a phenomenon. Interviews are most commonly conducted by meeting your participant 'face to face', but there may be some situations where you conduct an interview by telephone or electronically via the Internet (Jalil, 2013). Regarding to collect the data for the empirical material, semi-structured (non-standardized, in-depth) interviews has taken place through multiple e-mail exchanges between the author and interviewee over an extended period of time. According to Meho (2005) e-mail interviewing offers unprecedented opportunities for qualitative research, such as:

- Allows access to individuals often difficult or impossible to reach or interview face-to-face or via telephone, regardless of their geographic location,
- Eliminates expenses of calling and traveling,
- Eliminates the need to schedule appointments (Meho, 2005).

Interviews conducted with the marketing managers of global companies such as Rimi Baltic, Maxima Group, Coca-Cola Baltic and international advertising agencies such as DDB Latvia and McCann.

## **REVIEW OF LITERATURE**

### **Globalization**

As a phenomenon which is multifaceted, globalization may refer various meanings depending to the topic. In order to have better aspects of how globalization effected business activities, this subchapter will focus changes in human behavior, technology and economy in globalization framework.

The term 'globalisation' is widely used to describe a variety of economic, cultural, social, and political changes that have shaped the world over the past 50-odd years, from the much celebrated revolution in information technology to the diminishing of national and geo-political boundaries in an ever-expanding, transnational movement of goods, services, and capital (Guttal, 2007). Globalization involves economic integration; the transfer of policies across borders; the transmission of knowledge; cultural stability; the reproduction, relations, and discourses of power; it is a global process, a concept, a revolution, and "an establishment of the global market free from sociopolitical control." (Al-Rodhan and Stoudmann, 2006).

With the collapse of the Eastern Bloc in the late 1980s, the world has started to become a single market through liberalization and globalization trends. The rapid change in information and communication technologies, which has been accelerated in the last quarter century and called as globalization, has been influential on the decrease in transport / transportation costs and the fundamental changes they have created on production techniques and market integration.

As a result of the developments in information and communication technologies, it is generally concluded that 'place' does not matter in geographic terms. In addition, thanks to improved communication, societies have become closer to each other. In other words, as a result of the developments in information and communication technologies, there is no concept of being distant, people have come to the conclusion that they can get no matter how far they want to obtain and common values have increased.

Since communication and technological development are the priorities of globalization, the competition of developed countries has turned into scientific and technological competition. Kartal & Ay (2004) stated the development of globalization as below:

- The rapid increase of international trade and competition and the reduction of barriers to international trade,

- As a result of technological developments, fast and easy movement of people, products and information,
- Internationalization of the product process,
- Increased intra-firm trade,
- Similarity in consumer needs,
- Increasing number of global customers,
- Mergers and collaborations (Kartal & Ay, 2004).

Caused and effected by various reasons, in today's world globalization is a strong phenomenon. Especially, in this period when the competition is left to the companies with the establishment of the liberal economy, it is thought that globalization should be known very well for the enterprises. Because the phenomenon of globalization, which makes itself felt in many areas, affects businesses in different dimensions.

### **Marketing and its development to the global marketing**

Marketing is essentially the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large (Drucker, et al, 1954).

Among with various definitions, Philip Kotler's (2008) is one of the most cited ones:

“Marketing is the science and art of exploring, creating, and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit. Marketing identifies unfulfilled needs and desires. It defines, measures and quantifies the size of the identified market and the profit potential. It pinpoints which segments the company is capable of serving best and it designs and promotes the appropriate products and services”

Below there are some definition of marketing from various professionals and authors:

“Marketing is the business of buying and selling. It includes those business activities involved in the flow of goods and services from production to consumption” (Converse & Huegy, 1946, pp. 2-3).

“The process of marketing is not spontaneous or automatic but results from conscious effort of a business manager, not only to service existing wants of consumers, but to stimulate new wants. Conversely, from the buyer's point of view, marketing (purchasing) includes all those activities that are necessary for acquiring the ownership or sue of goods from others; but it may, and often does, include conscious effort on the part of the buyer to organize or influence sources of supply so as to achieve an advantage over other buyers, or even to improve his bargaining position with the seller” (Duddy & Revzan, 1947, pp. 4-5).

Up to today, marketing went through many stages, and eventually got the “global marketing” shape. According to Kotebe and Hedsen (2010), the evolution of global marketing is explained in Figure 1.

#### **Standardization or local adaptation of global marketing strategy**

When going international, firms must consider different degrees of two types of advertising strategies, i.e., standardization and adaptation (Wang and Yang, 2011). For more than four decades, practitioners have been discussing whether standardization or adaptation should lead the global marketing strategies.

As a global marketing strategy, standardization first brought up by Levitt (1983), in his article in Harvard Business Review. “Levitt (1983) has argued that effective global strategy is not a bag of many tricks but the successful practice of just one: product standardization. According to him, the core of a global strategy lies in developing a standardized product to be produced and sold the same way throughout the world (Ghoshal, 1987).” Thus, Levitt argued the world we live in is a “homogeneous global village”. He also stated “Only global companies will achieve long-term success by concentrating on what everyone wants rather than worrying about the details of what everyone thinks they like” (Levitt, 1983).



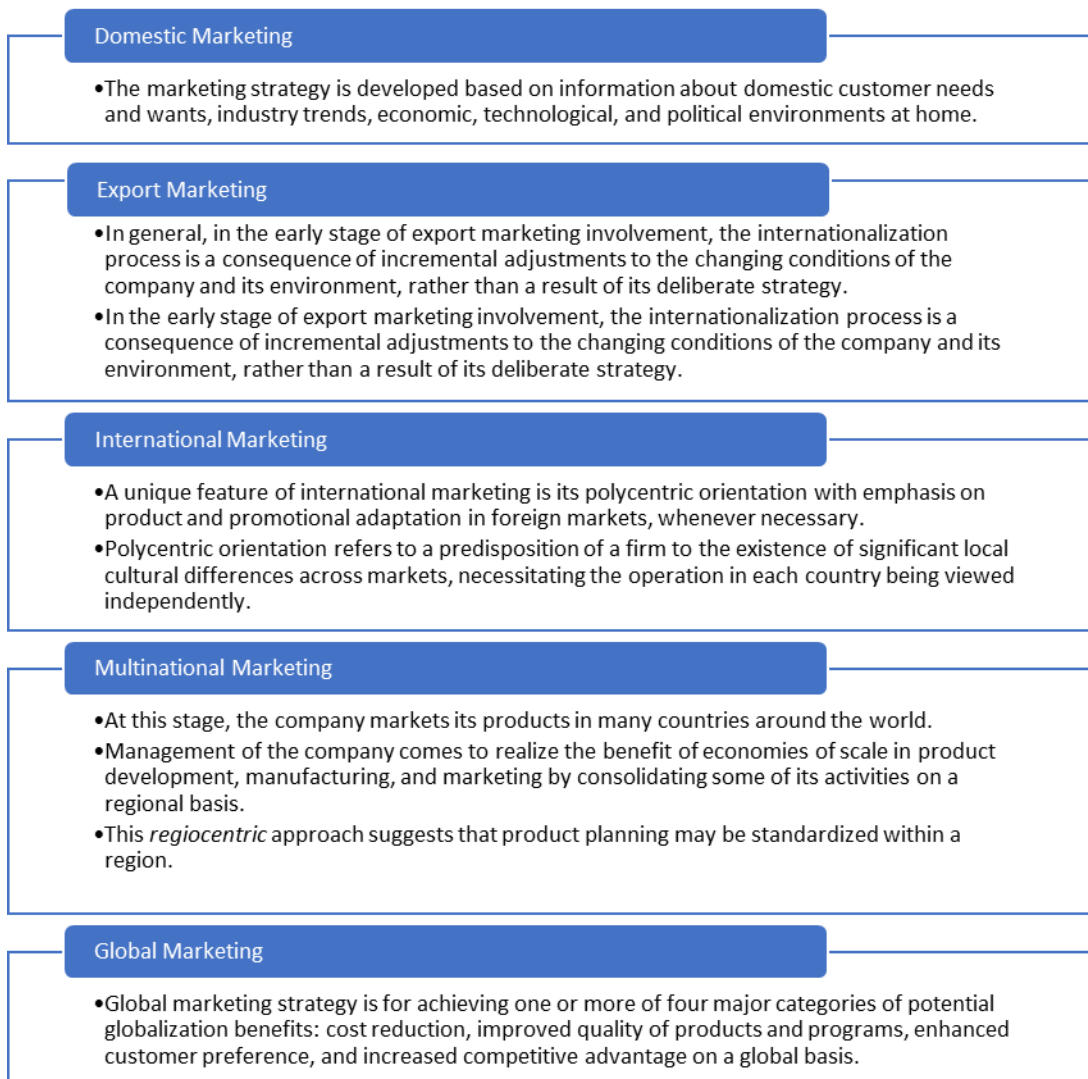


Figure 1: The evolution of global marketing (Kotebe and Hedsen, 2010) (figure compiled by the author)

Standardization of international advertising strategy is defined as utilizing the same, or common, advertising messages on an international basis, since the worldwide marketplace has become increasingly homogeneous, to the extent that international firms can market standardized products/services all over the world through identical advertising strategies, principally due to such influences as TV, movies, and the Internet (Jain, 1989).

While practitioners were discussing global marketing strategies and every day more companies going globalize, as it is mentioned in Warner (2005), some parts of society were thinking globalization may slowly erase the local culture while creating a globalized culture. Practitioners largely concur that the culture change is difficult, complicated and demands some effort, since it has quite deep historical roots. There is no empirical evidence, that deeper levels of local cultures, such as values, beliefs, norms, identities, etc., would be affected by appraisals of globalisation, such as global marketing campaigns (Held et al, 2000, as cited in Pikturniene, 2005). The dynamics of cultural dimensions is very slow, and it is agreed, that decades are necessary to shift them, unless major crisis, like war, for example, happens (Hofstede, 1984).

Even though, as it is discussed earlier in this paper, globalization leads removal of cultural barriers, increasing the opportunity of sharing information and close the living standards up with technological improvements etc., it couldn't create a heterogeneous culture since culture has deeper roots than globalization. Douglas and Wind (1987) point the fact that, while global segments with similar interest and response pattern may be identified in some product markets, it is by no means clear that this is a universal trend. Scholars argue, that although

global strategy might work for some products, the majority of them need to be at least partly adapted (Douglas and Wind, 1987, as cited in Pikturniene, 2005).

Usunier (2000) stated natural entry barriers related to culture, will diminish very gradually and only over a long period: there are still many very different marketing "villages", not a global one. Usunier, after reviewing a number of researches, comes to the conclusion, that global convergence of consumption patterns on the basis of broad, generic product categories at the quantitative level is indisputable, whereas it is much less obvious when one adopts a microlevel of analysis looking at specific products and the minutiae of consumer behaviour (Pikturniene, 2005). Hence, since needs of consumers differ, it is not possible to standardize them.

As it is said at Yalcin and Cimendag (2012) markets are people, not products. And they added, while there may be global products, there are no global people" (Yalcin and Cimendag, 2012). Choices of consumers differs one country to another since those consumers have different culture, attitude, values and norms, as well as backgrounds. Culture has a deep influence on product choice, motivation and life style of customers (Jaspreet and Chawla, 2016). All things considered, to adopt standardization may carry interest to companies since it needs less budget and effort. Although, if a company shows interest the cultural differences of a country it operates, there is more chance for them to develop long-lasting relations with that society. As it is mentioned In Jaspreet and Chawla (2016), only those companies stay for a long duration which implements new strategies and they do not ignore the importance of culture in product promotion.

To be truly globalized, localization is a valid response; the aspects of what constitutes global and local should be viewed as different characteristics of the same phenomenon (Blackmore, 1999). Douglass (2005) points the fact that "all globalization is in fact subject to local (or national and regional) influences". In the early Eighties, the World Future Society coined the phrase "Think Globally, Act Locally" to describe the general philosophy of its first international meeting in Toronto (Kefalas, 1998). In business world, the term "Think Global, Act Local" means a company needs to tailor its marketing efforts to each geographic audience, while maintaining a global brand. Taylor (1991) states:

"... it is important to heed the maxim "think global, act local". The firm must ensure that its structure fits in with its international environment, while at the same time, have the internal flexibility required to implement its strategic goal" (Taylor, 1991).

The concept of "think global, act local" has become the business phrase of the twentieth century and increasingly topical when looking at the debate between internationalisation and globalisation (Vignali, 2001). The term "glocal" refers to those individuals, groups, divisions, units, organizations, and communities which are willing and able to "think globally and act locally" (Tien and Talley, 2012). Current business literature adopted the term "glocalization" to describe the management strategy that aims at global coordination coupled with local responsiveness (Kefalas, 1998).

### **What is culture?**

Marketing efforts serves wants and needs of consumers and in order to understand them, a marketer shall have a deep study on culture of their consumers. The word "culture" has many different meanings, depends from the which point of view you will be examining it. For instance, as it is cited in Tylor (1871), for anthropologists and other behavioral scientists, culture is the full range of learned human behavior patterns.

As a matter of fact, the term "culture" was first used in Tylor (1871) and it defined as "that complex whole which includes knowledge, belief, art, law, morals, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society". According to Kroeber and Kluckhohn (1952):

"Webster's New' International Dictionary in 1929 seems the first to recognize the anthropological and scientific meaning which the word had acquired. A particular state or stage of advancement in civilization;

the characteristic attainments of a people or social order: as, Greek culture; primitive culture” (Kroeber and Kluckhohn, 1952). Over the years, scholars have made various definitions of culture, however, one of the most noted definition belongs to Dutch social psychologist, Geert Hofstede. In his *Culture's Consequences*, Hofstede (1980) defined culture as:

“Culture is the collective programming of the mind which distinguishes the members of one human group from another... Culture, in this sense, includes systems of values; and values are among the building blocks of culture” Hofstede (1980).

- National culture and the Hofstede model

Various number of researches has been made in the social anthropology field in order to have accurate ideas about how kind of problems societies faced with. Researchers concur societies face the similar problems, yet the answers are different. American anthropologists, in particular Ruth Benedict (1887–1948) and Margaret Mead (1901–78), played an important role in popularizing this message for a wide audience (Hofstede and Hofstede, 2005).

Geert Hofstede, the social psychologist and a former IBM employee, provided a well-known research about identification and quantification of the dimension of culture. When he was working at IBM as a manager of personnel research, he had a chance to collect opinions of IBM employees around the world, over 50 countries and 3 regions, about how they behave and collaborate in large organizations. Hofstede based his approach on the assumption that since all respondents work in the same company and represent common organizational culture, the differences in their estimations should be mainly from national culture (Vadi and Meri, 2005). He developed a model which explains national cultural varieties, together with their consequences and published it in 1980. Hofstede states that the way people in different countries perceive and interpret their world vary along 5 dimensions: power distance, uncertainty avoidance, individualism, masculinity and time perspective (Hofstede, 2012).

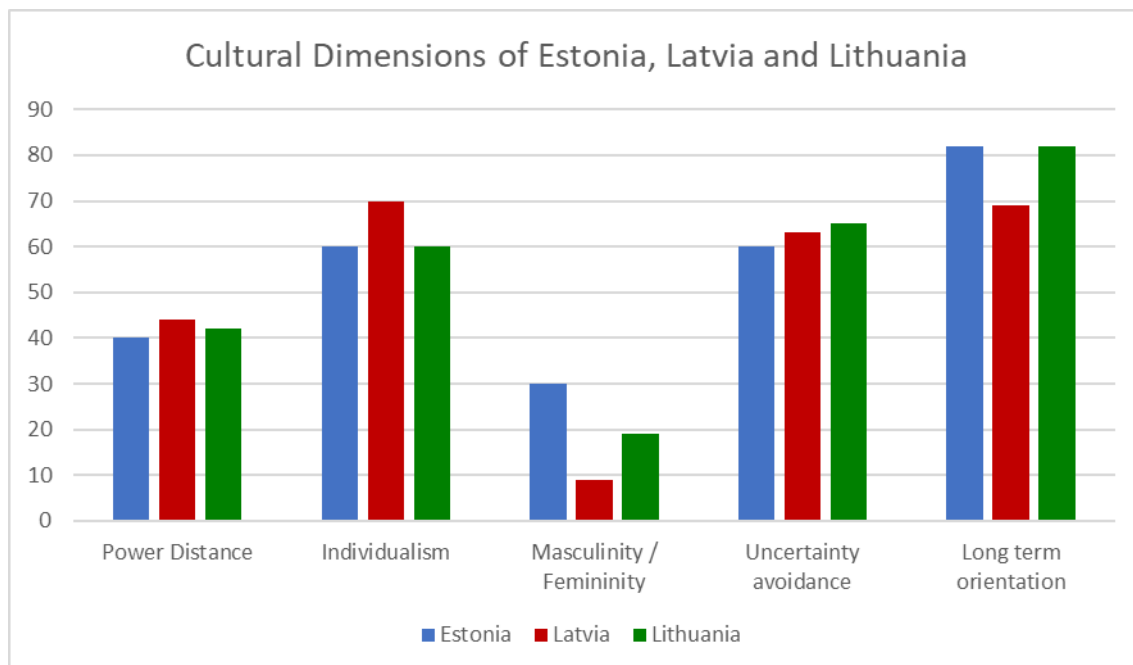


Figure 2: Cultural Dimensions of Estonia, Latvia and Lithuania (Hofstede, 2012). (figure compiled by author)

1. Power distance

Power distance is the extent to which less powerful members of institutions and organizations within a country expect and accept that power is distributed unequally (Hofstede and Hofstede, 2005). Power distance stands for human inequality and is reflected in areas such as prestige, wealth, power and law (Huettinger, 2008).

With the low scores (see fig. 6), Baltic states considered as low power cultures. Since emotional distance is quite small, the relationship between expecting and tolerating power is equal and democratic. As an example, it is quite frequent that a student to disagree with their lecturers, as well as a child is free to share their opinion with the parents and them to taken into account. Individuals do not show interdependency to the power holders of society; therefore, it can be said that the inequality and power distribution is quite low.

Individuals of Baltic states do not show respect people behaves authoritative based on their status or rank in society. Instead, they respect managers who gives them an opportunity to express their opinions, comprehend possible disagreements and involves themselves critical decision-making progress.

It also needs to be taken into account that since three Baltic states gained their independence from Soviet Union in 1991. Since they recently had construction state, there might be some remains of Soviet ways of thinking, especially in the older generation. With a high level of power distance of Slavic culture, boss-subordinate relationships and centralization approaches can still be seen in Baltic states.

## 2. Individualism

The fundamental issue addressed by this dimension is the degree of interdependence a society maintains among its members (Hofstede, 2012). According to Hofstede, individualistic societies are characterized by weak relations between individuals and it is assumed that everyone's responsibility to take care of himself and his family (Vadi and Meri, 2005). Collectivism as its opposite pertains to societies in which people from birth onward are integrated into strong, cohesive in-groups, which throughout people's lifetime continue to protect them in exchange for unquestioning loyalty (Hofstede and Hofstede, 2005).

As it is seen in Figure 6, both Latvia, Estonia and Lithuania are individualist countries with high scores. Therefore, a characteristic feature in these countries that while members of the family are in touch with each other, they also show respect to everyone's personal space and find a balance. It is very important to teach the importance of "I" to younger members of the family in early ages.

Even though Latvians, Estonians and Lithuanians sometimes hesitate to open up and speak, they speak very straightforward with avoiding any exaggeration or understatement. They believe every individual in the society can do what they desire to do, as long as it does not bother them and cross their personal borders.

It is also important to keep in mind that Lithuania remained individualistic under Soviet Russia rule while in Latvia it has seen an increase of individualism since their independence. The open doors to globalization and modernization in Baltic states led some changes in social life, such as a more international educational system, development of metropolitans such as Riga, Vilnius and Tallinn, as well modern working spaces. Hence, the new generation workers of society tend to focus and improve their own work performance and stand out.

## 3. Masculinity / Femininity

According to Vadi and Meri (2005) this dimension shows what extent culture is dominated by such masculine values as an orientation on achievement and competition. For example, like it is stated in Yalcin and Cimendag (2012), a high score (masculine) on this dimension indicates that the society will be driven by competition, achievement and success, with success being defined by the winner / best in field – a value system that starts in school and continues throughout organizational behavior. On the other hand, Hofstede and Hofstede (2005) defined feminine culture as "when emotional gender roles overlap: both men and women are supposed to be modest, tender, and concerned with the quality of life".

With the low scores they have (see fig. 6), the Baltic countries stayed in the feminine side of the dimension, which means that the leading values in society are caring for others and quality of their life. Members of the society may think that they did not deserve it when they have a praise at work or a compliment from others. They tend to believe that they can always do more than what they did in the past.

As a result of having a feminine culture, individuals of society try to avoid conflicts as much as they can, therefore they even try to talk with a soft and natural voice to prevent offending the others. Getting along well with others is important in Baltic states, thus they also have high tolerant towards the other cultures in the world.

#### 4. Uncertainty avoidance

Uncertainty avoidance refers to the extent to which people are made nervous by situations they consider to be unstructured, unclear, or unpredictable, and the extent to which they try to avoid such situations by adopting strict codes of behavior and beliefs in absolute truths (Stohl, 1993, as cited in Merkin, 2006). This feeling is, among other manifestations, expressed through nervous stress and in a need for predictability: a need for written and unwritten rules (Hofstede and Hofstede, 2005).

With their high score (see fig.6), Baltic states have high preference to avoid uncertainty. Thus, members of society developed some beliefs and behaviors in order to protect themselves against uncertainty. There is a need for rules, people tend to work hard, consider time as money and be punctual. There might be some times when people resist for innovation and place special emphasis on their security in daily life.

In the work space of Lithuania, which has the highest score among other Baltic states, there is a chance to someone to be a good manager without having a reliable knowledge to do the work. Lithuanians might think that, a manager is a manager, because he knows everything and is able to lead everyone. Therefore, uncertainty has taken away and it also explains why qualifications and formal titles should be included on business cards.

#### 5. Long term orientation

This time orientation is defined as the way members in an organization exhibit a pragmatic future-oriented perspective rather than a conventional history or short-term point of view (Hollensen, 2011). The societies which has a low score on this dimension is considered as the normative societies, for instance, while traditions and norms are under protection, social changes might be avoided. On the other hand, it is quite opposite with the ones which has high scores, they take more pragmatic approach. Those societies more open to see modernism as a way to prepare for the future.

A very high score of 82 and 69 (see fig. 6) indicates that Lithuanian, Latvian and Estonian cultures are extremely pragmatic in nature. They tend to have a pragmatic orientation, individuals believe that truth depends to the situation, context and time. They can adapt traditions without difficulty if conditions differ over time, a strong tendency to save, thriftiness, and determination in order to achieve results.

#### The effects of cultural dimensions on ethical decision-making

As cited in Hollensen (2011), as more and more firms operate globally, an understanding of the effects of cultural differences on ethical decision-making becomes increasingly important for avoiding potential business pitfalls and for designing effective international marketing management programmes.

Culture is one of the most important elements of decision-making, individuals tend to make their decisions according to the cultural codes they already have. Moreover, it does affect how an individual approach and solves ethical problems, alternatives as well as consequences of their decisions. It has already discussed in this paper, the importance of understanding the cultural differences and adapting marketing strategies to them as much as possible.

## **Managing cultural differences**

Having identified the most important factors of influence from the cultural environment on the firm's business and having analysed those factors, the international marketer is able to take decisions about how to react to the results of the analysis (Hollensen, 2011).

An international marketer should consider cultural differences which effects business while operating internationally. For example, the time perception of nations can differ from one to another. While in Mediterranean countries it is quite often to have business meetings later than it is supposed to be, in countries such as Japan and Germany it is quite important to be "punctual".

Time orientation effects value and control of the time. In future-oriented countries, individuals tend to live their life according to clock. United States of America is a good example of future-oriented countries, since many individuals of the society is focused to the future. On the other hand, India can be considered a past-oriented country. The individuals of those countries will not be stressed if their train delays hours, or if they are late to a meeting. Hollensen (2011) defines informal and formal cultures with an example like in below:

"Another example of how cultural differences influence the business sector concerns the presentation of business cards. In the US – which has a very 'informal' culture – business cards are typically presented in a very casual manner. Cards are often handed out quickly and are just as quickly placed into the recipient's pocket or wallet for future reference. In Japan, however – which has a comparatively 'formal' culture – the presentation of a business card is a more carefully orchestrated event. There, business cards are presented by holding the card up with two hands while the recipient carefully scrutinizes the information it contains. This procedure ensures that one's title is clearly understood – an important factor for the Japanese, where one's official position within one's organizational 'hierarchy' is of great significance. To simply take the card from a Japanese person and immediately place it in one's cardholder could well be viewed (from a Japanese perspective) in a negative light. However, in the US, to take several moments to carefully and deliberately scrutinize an American's business card might also be taken in a negative way, perhaps suggesting that the person's credibility is in doubt" (Hollensen, 2011).

## **RESEARCH RESULTS**

The results coming from Rimi Baltic, Maxima Group, Coca-Cola, DDB Latvia and Eppc interviews give more insight in: advertising and differences, regulations, the role of religion, standardization or adaptation, influencing factors and difficulties in advertising, the future of advertising for global companies, cooperation with local advertising agencies and recommendations - in the Baltic States. The results of all interviews indicate that the organizations should choose for the adaptation strategy instead of the standardization. First of all, messages should be in main and secondary language, such as Latvian with Russian, in order to reach the different needs of audience. The companies need to consider the local market and adapt the marketing advertising strategy. The strategy needs to be adapted even according to the countries within the Baltic states. Moreover, the approach 'think globally and act locally' that Wind (1986) introduced is more encouraging global companies in their global marketing strategy for the Middle East. Andersson and Svensson (2009) states that marketing activities have to be adapted to the local conditions, characteristics and circumstances of the marketplace. The locally-related issues in the Baltic states of the marketing activities have to be taken into account by global companies. The example of McDonald's: going 'glocal' shows the importance and success of global companies. 'Yet, as McDonald's has been discovering, running a successful global company requires some pretty significant changes in corporate behavior. Going 'glocal, as management consultants like to call it, requires striking a balance between managing a brand on a consistent global basis and appealing to differing consumer tastes in dozens of local markets (Gumbel, 2008).

Secondly, understanding the culture of the states. Both Estonia, Latvia and Lithuania have different cultures and it is quite important to have better understanding of the cultures before creating the advertising efforts. Hofstede's cultural dimension indicates that three countries shows cultural similarities, an international marketer shall study those differences. Also, it is advised by interviewees that global companies should work with local advertising agencies in order to have deeper knowledge about culture of the country.

Thirdly, global companies should follow the regulations and guidelines for advertising. Since Baltic states are member of European Union, companies need to pay attention to the regulations in advertising and promotion such as ("European Union - Trade Promotion and Advertising", 2019):

- The advertising of medicinal products is forbidden if market authorization has not yet been granted or if the product in question is a prescription drug.
- The EU Tobacco Advertising Directive bans tobacco advertising in printed media, radio, and internet as well as the sponsorship of cross-border events or activities.
- Member States can, and in some cases have, restricted misleading or comparative advertising ("European Union - Trade Promotion and Advertising", 2019).

## **CONCLUSION**

The purpose of this thesis is to get deeper knowledge of "how global companies can better address cultural differences in advertising in the Baltic states." In order to answer this main question, this study examined different theories in combination with empirical findings.

Theoretical findings state global companies should understand and respect the cultural differences of countries. Empirical findings show global companies should adapt their marketing strategy to the local market.

The question how can global companies state cultural differences better in their marketing and advertising efforts in the Baltic states can be solved with understanding and showing respect culture of the states, adapting to the regulations and working with a local advertising agency and adapting the marketing strategy with a glocal - think global, act local – approach.

## **SUGGESTIONS FOR FUTURE RESEARCH**

Author suggest that any future research regarding to this topic can be handled with more professionals from Baltic states. Secondly, with face-to-face interviews, interviewer can have deeper understanding regarding to topic. Lastly, in future researches can choose to investigate how global companies use digital media in Baltic states.

## **REFERENCE LIST**

1. Adams, J.S., Tashchian, A. & Shore, T.H. *Journal of Business Ethics* (2001) 29: 199.
2. Albaum, G. and Duerr, E. (2008). *International Marketing and Export Management*. (6th ed.). London, UK: Prentice Hall.
3. Alderson, W. (1957). *Marketing behavior and executive action*. Homewood, IL: Richard D. Irwin
4. Ali, A., Kaynak, E. (2000). *Globalization of Business*. New York: Routledge,
5. Al-Rodhan, N.R.F. & Stoudmann, G. (2006). *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*.
6. *AMA Definition of Marketing* (1985).
7. Bailay, R. & Bhushan, R. (2013). Starbucks goes plush for India, gives its stores a local flavor. (<https://economictimes.indiatimes.com/industry/services/retail/starbucks-goes-plush-for-india-gives-its-stores-a-local-flavour/articleshow/22528520.cms>, 22 September 2019)
8. Barkan, S.E. (2012). *Sociology: Brief Edition* (v.1.0). Hoboken, New Jersey: Blackwell Publishing.

9. Buskirk, R. H. (1961). *Principles of marketing: The management view*. New York: Holt, Rinehart, and Winston, Inc
10. Clark, F. E. (1922). *Principles of marketing* (p. 1). New York: The Macmillan Company.
11. Clark, F. E. (1932). *Principles of marketing* (revised ed.). New York: The Macmillan Company.
12. Clark, F. E., & Clark, C. P. (1942). *Principles of marketing* (3rd ed.). New York: The Macmillan Company.
13. Converse, P. D. (1921). *Marketing: Methods and policies*. New York: Prentice-Hall, Inc.
14. Converse, P. D. (1931). *The elements of marketing* (pp. 3, 22). New York: Prentice-Hall, Inc.
15. Converse, P. D., & Huegy, H. W. (1946). *The elements of marketing*. New York: Prentice-Hall, Inc.
16. Converse, P. D., & Jones, F. M. (1948). *Introduction to marketing*. New York: Prentice-Hall, Inc.
17. Converse, P. D., Huegy, H. W., & Mitchell, R. V. (1952). *The elements of marketing*. New York: Prentice -Hall, Inc.
18. Duddy, E. A., & Revzan, D. A. (1947). *Marketing: An institutional approach*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.
19. European Union - Trade Promotion and Advertising. (2019) ([www.export.gov/article?id=European-union-Trade-Promotion-and-Advertising](http://www.export.gov/article?id=European-union-Trade-Promotion-and-Advertising), 12 August 2019)
20. Evans, J. R., & Berman, B. (1982). *Marketing*. New York: Macmillan Publishing Company, Inc.
21. Folsom, B.W. (2010). What Ended the Great Depression? ([www.fee.org/articles/what-ended-the-great-depression/](http://www.fee.org/articles/what-ended-the-great-depression/), 15 September 2019)
22. Friedman, T.L. (1999). *The Lexus and the Olive Tree*, NY: Farrar, Straus and Giroux.
23. Gaburro G. & O'Boyle E. (2003). Norms for Evaluating Economic Globalization, *International Journal of Social Economics*, Vol. 30, No. 1/2, 2003, pp. 95- 118, p. 115
24. Ghoshal, S. (1987). Global strategy: An organizing framework. *Strategic Management Journal*, 8(5), 425–440.
25. Giddens, A. (1990). *Consequences of Modernity*. Stanford, California: Stanford University Press.
26. Gillespie, K. & Jeanett, J.P. & Hennessey, H.D. (2004). *Global Marketing: An Interactive Approach*. New York: Charles Hartford. p. 49.
27. Hall, E. T. (1973, 1990). *The Silent Language*, NY: Anchor Books Editions.
28. Hall, E. T. (1976, 1989). *Beyond Culture*, NY: Anchor Books Editions.
29. Held, D. & McGrew, A. & Goldblatt, D., Perraton, J. (2000), *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
30. Hofstede, G. (1983). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, London, UK: Sage.
31. Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
32. Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
33. Hofstede, G. & Hofstede G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. Revised and Expanded 3rd Edition. New York: McGraw-Hill.
34. Hollensen, S. (2011). *Global Marketing: A Decision-Oriented Approach*, 5th Edition. Harlow: Prentice Hall. p. 234-236.
35. Imas, L.G.M. & Rist, R.C. (2009). *The Road to Results: Designing and Conducting Effective Development Evaluations*. World Bank Publications, The World Bank, Number 2699, January.
36. Jalil, M. (2013). Practical Guidelines for Conducting Research - Summarising Good Research Practice in Line with the DCED Standard. *SSRN Electronic Journal*. 10.2139/ssrn.2591803.
37. Katan, D. (1999). *Translating Cultures*. Manchester: St. Jerome Publishing.



38. Kartal, B. & C. AY, Globalizasyonun Çokuluslu İşletmelerin Pazarlama ve Yönetime Etkisi”, *Yönetim ve Ekonomi*, (The effects of globalization on marketing efforts and administration of multinational companies) c. 2(11), 2004, s. 11-26
39. Keegan, W. J. (1969). Multinational product planning: Strategic Alternatives. *Journal of Marketing*, 33 (January 1969), pp. 58–62.
40. Kinneer, T. C., & Bernhardt, K. L. (1983). *Principles of marketing*. Scott, Foresman, and Company.
41. Kotabe, M. & Helsen, K. (2010). *Global Marketing Management 5th (fifth) Edition*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
42. Kotler, P. (1967). *Marketing management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
43. Kotler, P. (2008). *Principles of marketing*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
44. Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
45. Kroeber, A. L. & Kluckhohn, C, (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology, Harvard University Press, 47 (1).
46. Levitt, T. (1983). *The Globalization of Markets*. *Harvard Business Review*.
47. Luptakova, S. & Vargic, B. & Kincel, I. (2005). National culture dimension of power distance in the Baltic States, *Journal of Business Economics and Management*, 6:2, 61-69.
48. Mandell, M. I., & Rosenberg, L. J. (1981). *Marketing (2nd ed.)*. New York: Prentice-Hall, Inc.
49. Maynard, H. H., & Beckman, T. N. (1952). *Principles of marketing (5th ed.)*. New York: The Ronald Press Company.
50. Merkin, R. S. (2006). Uncertainty avoidance and facework: A test of the Hofstede model. *International Journal of Intercultural Relations*, 30(2), 213–228.
51. Merrilees, B., McKenzie, B., & Miller, D. (2007). Culture and marketing strategy in discount retailing. *Journal of Business Research*, 60(3), 215–221.
52. Mockaitis, A.I. (2002). The national cultural dimensions of Lithuania, *Ekonomika*, 59.
53. Montgomery, D. B. & Weinberg, C. B. (1979). Toward Strategic Intelligence Systems. *Journal of Marketing*, 43(4), 41–52.
54. Nikitin, P. V. & Elliott, J. E. (2000). Freedom and the Market (An Analysis of the Anti-globalisation Movement from the Perspective of the Theoretical Foundation of the Evaluation of the Dynamics of Capitalism by Palanyi, Hayek and Keynes). *The Forum for Social Economics*, Fall 2000, pp. 1-16, p. 14.
55. Parlog, H. (2013). *Translating Across Cultures: Bas 21st Annual International Conference*. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
56. Pollay, R.W. (1983) Measuring the cultural values manifest in advertising, current issues and research in advertising, 71-92.
57. Powell, Jason L.; Khan, (2013). *Journal of Globalization Studies*. Volume 4, Number 1 / May 2013
58. Pratt, E. E. (1956). *Building export sales-advertising*. Modern International Commerce, Allyn and Bacon, New York, NY.
59. Robbins, W. (2006). *Hard Times in Paradise: Coos Bay, Oregon*. Seattle; London: University of Washington Press.
60. Robson, C. (2002). *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers (2nd ed.)*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
61. Rothbard, M. N. (1963). *America's great depression*. Princeton, N.J: Van Nostrand.
62. Rutherford, J. & Ahlgren, A. (1990). *Science for All Americans*, 1st Edition. NY: Oxford University Press.
63. Saleem, S., Larimo, J. A., Ummik, K., & Kuusik, A. (2015). Cultural and paradoxical values in advertising in Eastern Europe. *Baltic Journal of Management*, 10(3), 313–330.

64. Schmiedel, T. & Brocke, J. & Recker, J. (2015). Culture in Business Process Management: How Cultural Values Determine BPM Success. *Handbook on Business Process Management 2: Strategic Alignment, Governance, People and Culture*, Second Edition. 649-664.
65. Siraliova, J. & Angelis, J. (2006). Marketing strategy in the Baltics: standardise or adapt? ", *Baltic Journal of Management*, Vol. 1 No. 2, pp. 169-187.
66. Solberg, C. (2002). The Perennial Issue of Adaptation or Standardization of International Marketing Communication: Organizational Contingencies and Performance. *Journal of International Marketing*, 10(3), 1-21.
67. Spencer-Oatey, H. (2008). *Culturally Speaking, Second Edition: Culture, Communication and Politeness Theory*. London: Continuum.
68. Stohl, C. (1993). European manager's interpretations of participation: A semantic network analysis. *Human Communication Research*, 20, 97-117.
69. Unwin, S. (1974). How Culture Affects Advertising Expression and Communication Style, *Journal of Advertising*, 3:2, 24-27
70. Usunier, J.C. (1993). *International Marketing: A Cultural Approach*. UK, Prentice Hall.
71. Usunier, J.C. (2000). *Marketing Across Cultures*, 3rd Edition. UK, Prentice Hall Europe.
72. Vadi, M. & Meri, R. (2005). Estonian culture in the framework of Hofstede's model(Case of hotel industry). *Trames*, 2005, 9(59/53), 3, 268-284
73. Wang, X. & Yang, Z. (2011). Standardization or Adaptation in International Advertising Strategies: The Roles of Brand Personality and Country-Of-Origin Image. *Asian Journal of Business Research*, 1(2).
74. Warner, A. (2005). *A Brief History Of The Anti-Globalization Movement*.
75. Wilhelms, R.W. & Shaki, M.K. & Hsiao, C.F. (2009). How we communicate about cultures: A review of systems for classifying cultures, and a proposed model for standardization. *Emerald*, 19 (2), p. 96-105.
76. Williams, S. (2012). *Multinational marketing. SAGE brief guide to marketing ethics* (pp. 192-200). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
77. Yalcin, E. & Cimendag, I. (2012). *Global marketing advertising with cultural differences*.
78. Zikmund, W., & D'Amico, M. (1984). *Marketing*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

# INNOVATIVE DIGITAL TECHNOLOGIES OF TRAINING OF HEADS OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS IN THE CONDITIONS OF «DIGITAL ECONOMY»

**Alexander Morozov**, Russia

doctor of pedagogical Sciences, Professor, chief researcher,  
FSI «Research Institute of the Federal penitentiary service of Russia»

E-mail: doc\_morozov@mail.ru

**Lyubov Samborskaya**, Russia

graduate student of Institute of Education Management  
of the Russian Academy of Education

E-mail: Lyubov.Samborskaya@yandex.ru

## ABSTRACT

The widespread introduction of the «digital economy» in the education system has contributed to the emergence of digital educational technologies designed to improve the quality of training of specialists in the process of their training. The purpose of the research is to study the possibilities of using digital technologies as the most mobile and effective tool for training management personnel in the field of education in modern conditions.

**Key words:** digital economy, transformation, digital environment, head of educational organization, digital technologies.

## АННОТАЦИЯ

Широкое внедрение «цифровой экономики» в систему образования, способствовало появлению цифровых образовательных технологий, призванных обеспечить повышение качества подготовки специалистов в процессе их обучения. Целью исследования является изучение возможностей применения цифровых технологий, как наиболее мобильного и действенного инструмента подготовки управленческих кадров сферы образования в современных условиях.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, трансформация, цифровая среда, руководитель образовательной организации, цифровые технологии.

## INTRODUCTION

In the digital economy, the practical implementation of a digital educational product (in our case, a training program for heads of educational organizations), requires less materialized raw materials, has almost no physical weight, allows you to create a product from anywhere, opens up the possibility of rapid movement, allows you to save the original appearance and intended content when moving.

The training program for managers of educational organizations in the digital economy becomes a digital product suitable for online trading by individuals and legal entities, a product suitable for activities in the digital environment and digital activities of enterprises, including mixed type.

There is a transformation of knowledge, tools, processes and products in an environment called the «digital economy», and the head of the educational organization manages the entire transformation [3].

## BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISIONS

The transformation of knowledge, accumulation, transfer, actualization, form, content, and presentation involves a new type of educational content as a digital product, which, in the digital economy, significantly expands the reach of the audience, thanks to the ability to move. The positive effect depends on the approach to building the digital knowledge structure, the verification mechanism, open access to knowledge, and mechanisms to ensure that key knowledge gaps are filled. The negative aspects of digital knowledge include the problems of education and social adaptation of the individual, building effective personal communications, development of thinking and speech, creative processes, etc. In addition, the increase in the amount of information that inevitably occurs in the era of digitalization, is absolutely not equivalent to an increase in the amount of knowledge among students.

Transformation of tools, products and technologies allows to meet new requirements and increase productivity of training of heads of educational organizations [1; 4; 9]. New, innovative digital technologies that are tools in the digital environment show their effectiveness in the «digital economy». At the same time, the requirements for the modern head of an educational organization not only do not decrease, but also increase many times. Already familiar managerial functions are performed in completely new conditions of development and interaction of the organization [5].

The tools for training managers of educational organizations include technologies that allow you to remotely give and check tasks translated into digital format, tools for broadcasting video content, providing a lesson plan, communication tools (today developed chats, social networks, webinars), tools for working with documents and content, document management, approvals and signatures.

The positive effect depends on the level of digital competence of the head of the educational organization, as well as the degree of friendly integration of systems and digital tools among themselves. Negative aspects include the accumulation of statistical information in different databases of each digital tool, closed software code, non-transparent information security policy, the complexity of technical support, integration and adaptation of digital tools with existing systems [7]. Most digital products explicitly or implicitly have a foreign status of origin, which does not imply widespread use on the territory of Russia.

Transformation processes of preparing leaders of educational organizations in the digital economy – wide distribution and implementation of digital learning technologies allows to optimize the process of managers' training, implying, thus, the following effects:

- time saving;
- practical experience;
- moving the process without losing content;
- open access.

As educational technologies continue to develop and improve, appropriate changes will occur and necessary adjustments will be made to the process of training managers, which is quite obvious due to the new industrial revolution, as a result of which the era of rapid digitalization has come around the world.

The process of training managers in the digital economy strongly requires efforts to develop and implement innovative digital tools, digital environment, digital educational content and, of course, the necessary knowledge in the field of digital technologies [10].

The positive effect of process transformation depends on the strategy that should ensure a qualitative increase in the effectiveness of processes in terms of the content and construction of training courses, organizational and structural changes.

The transformation of the environment into digital has occurred naturally in all areas. The accumulation of digital, numerical data and subsequent processing of digital values formed the environment of digital solutions, showing their validity and reliability. The surge in digital technology has become a driver of digitalization. At the same time, the initial digital indicators appear as a result of the user's interaction with digital content through digital educational technologies.

## RESEARCH RESULTS AND THEIR EVALUATION

Product transformation (training programs for managers of educational organizations) is a very important issue and does not tolerate mistakes. Optimal product digitalization is possible in a digital environment, and the full potential of a digital product can be realized in a digital economy. Thanks to the digital economy, categories such as information and services become products. Digital consumer information is transformed into a digital product that creates added value.

Innovative digital technologies for training managers of educational organizations should differ from existing webinar technologies, ensure the movement of the training course without loss of quality, provide access, transfer the usual learning environment to the digital environment, expand the range of opportunities in the organization of processes, have ease of use and in General, facilitate the process of learning and teaching [2]. In the digital economy, innovative technologies must be highly competitive, flexible, resistant to the circumstances of the external economy and have a positive impact on the development of the industry.

The digital economy is changing the approach to mixed and digital technologies:

- allows you to fine-tune digital technology for specific tasks;
- see the propensities, preferences, the nearest areas of possible development of consumer interests;
- allows you to make changes to the product on the part of the Creator, if necessary on the part of the user, integrate digital technologies, or develop as an independent platform [6].

The «Accessible Class» digital technology can become an innovative digital technology for training heads of educational organizations. The «Accessible Class» technology allows you to combine online with offline and transfer the usual learning process to a digital environment, so that students in the classroom and students in the distance get equal opportunities to work in the classroom. During classes, the teacher calls both students in the classroom and students at a distance to the blackboard for an answer. Connected to the class via the Internet can write on the blackboard in the classroom from home, explaining the decision by voice, while everything is visible and audible to all participants. All students can continue the solution one after another at any time. The technology does not access the user's desktop, works through the browser and does not require updates, and also, to some extent, can be configured for the Internet channel [8].

The ability to adjust to the Internet channel may be suitable for training managers of educational organizations in remote regions. The technology «Accessible Class» is applicable for the organization of different forms of educational process, at the same time, the teacher can be both in the classroom and outside it, at his personal computer. The number of students connected to the class depends on the quality of the educational organization's Internet channel and the limit value of the settings that ensure the performance of the technology on this Internet channel.

The «Accessible Class» technology allows you to create a product for training managers of educational organizations from anywhere, in real time, to make movements while maintaining the usual external features and content. The temporary absence of digital educational content is compensated by direct access to the teacher, and if necessary, an automatic recording of the lesson is formed. The technology allows you to conduct an open lesson with remote connection to the class of guests from different educational organizations, along with connected students and students in the classroom. The technology allows to organize the replacement of the teacher in a timely manner, providing access to the class to the substitute teacher for conducting classes [6].

## CONCLUSIONS

Thus, the «Accessible Class» is a technology with a new type of product for training education managers in the digital economy, which can provide a gradual launch of distance learning with a new approach in the digital educational environment.

The requirement of digital knowledge, digital experience and digital user intelligence become a prerequisite for the successful implementation of the training of heads of educational organizations in the digital economy.

Different approaches in the application of «Accessible Class» technology allow us to offer both independent development and integration into existing digital platforms. All this allows the use of «Accessible Class» technology in the training programs of heads of educational organizations, as an innovative digital technology. In the context of the digital economy and different models of technology use, the «Accessible Class» can turn one type of service and work into another that meets the criteria of the digital economy.

## REFERENCES AND SOURCES

1. Abdunazarova N.F. Features of professional development of heads of educational institutions // Education through life: continuous education in the interests of sustainable development. 2010. No. 8. Pp. 299-301.
2. Morozov A.V. Innovative educational technologies in the system of higher and postgraduate education // In the collection: Actual problems of modern education: experience and innovation // Materials of scientific and practical conference (correspondence) with international participation / A Responsible editor. Yu. Nagornova. Ulyanovsk, 2015. Pp. 487-493.
3. Morozov A.V. Features of higher education management in modern conditions // Education Management: theory and practice. 2016. No. 2 (22). Pp. 90-106.
4. Morozov A.V. Professional training of heads of the education system using modern digital technologies // Man and education. 2018. No. 4 (57). Pp. 105-110.
5. Morozov A.V. Management psychology. Moscow: Academic Project, 2005. 288 p.
6. Morozov A.V., Samborskaya L.N. Modern head of an educational organization in the conditions of digital modernization of information technologies // In the collection: Prospects and opportunities for the use of information technologies in science, education and management // Collection of materials of the all-Russian scientific and practical conference / General ed. Astrakhan: ASU, 2019. Pp. 106-109.
7. Nesterov V.A., Yermoshkina E.N. Problems in distance learning and ways of their solutions // Nauka. Business. Education. 2017. No. 2. Pp. 96-99.
8. Samborskaya L.N., Morozov A.V. «Accessible Class» as a promising remote educational technology of the XXI century // In the collection: Modernization of education: scientific achievements, domestic and foreign experience // Materials of the XXV Ryazan pedagogical readings: in 2 t. / under the General ed. by L.A. Baykova, N.V. Martishina, L.I. Arkharova. Ryazan: RSU Named After. S.A. Yesenina, 2018. Vol. 1. Pp. 273-280.
9. Fokin N.I. The Content of professional development of management personnel of educational organizations in modern conditions // Historical and socio-educational thought. 2017. Vol. 9. No. 3/1. Pp. 163-167.
10. Shipilina L.A. Organization of training of managerial personnel for the system of education in the master's degree // Siberian pedagogical journal. 2016. No. 4. Pp. 63-68.

# THE ROLE OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN THE WORLD ECONOMY

**Rushana Musaeva,**

Uzbekistan, Tashkent State Institute of Oriental Studies, Foreign Economic Activity, [rushena07@gmail.com](mailto:rushena07@gmail.com)

PhD, Head of the Department "Economics of the far East and South Asia", Kodirova Z.A.

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается неоднозначное влияние транснациональных корпораций на национальную экономику принимающих стран, выделяются положительные и отрицательные факторы воздействия. Транснациональные корпорации являются основными игроками мировой экономики. С одной стороны глобализация и регионализация создают очень хорошие условия для развития ТНК, с другой стороны, фирмы усиливают этот процесс за счет экспорта и прямых иностранных инвестиций. Основная цель данной статьи - оценить роль транснациональных корпораций в развитии экономики страны. Научная новина данного исследования заключается в выявлении современных ключевых особенностей деятельности ТНК различных стран в отраслях мировой экономики. Обобщается роль транснациональных корпораций в современной мировой экономике. Особое внимание автор акцентирует на технологическом лидерстве транснациональных корпораций и изменении их функций в мировом хозяйстве.

**Ключевые слова:** глобализация, ТНК, мировая экономика.

## ABSTRACT

The article discusses the ambiguous influence of transnational corporations on the national economy of the host countries, highlighted the positive and negative impact factors. Transnational corporations are the main players in the global economy. On the one hand, globalization and regionalization create very good conditions for the development of transnational corporations, on the other hand, firms strengthen this process through exports and foreign direct investment. The main purpose of this article is to evaluate the role of transnational corporations in the development of the country's economy. The scientific novelty of this study is to identify modern key features of the activities of multinational corporations in various countries in the sectors of the global economy. In the article the role of transnational corporations in the modern world economy is generalized. The author focuses on the technological leadership of transnational corporations and the change in their functions in the world economy.

**Key words:** globalization, TNC, world economy.

## INTRODUCTION

The relevance of the chosen topic is due to the ever-increasing role of transnational corporations in the process of world reproduction. TNCs are becoming a determining factor in the global economic system, as they play the role of an international regulator of production and distributor of goods, due to the wide range of functioning - from production processes to operations in the field of investment, financial and trade policy. The consequence of the high degree of internationalization of production among the largest TNCs was their establishment of dominance in world commodity markets and in leading sectors of the world economy. The main purpose of this article is to assess the role of transnational corporations in the development of the national economy of the country. To accomplish this goal, methods such as analysis, comparison, synthesis and logical deduction are to be used; facts from scientific and professional publications, periodical and non-periodical press as well as internet sides will be primarily used and examined.

## **Theoretical foundations**

Transnational corporations (TNCs) are international firms that have their business units in two or more countries and manage these units from one or more centers based on such a decision-making mechanism that allows for a coherent policy and overall strategy, sharing resources, technologies and responsibilities to achieve a result, i.e. profit.

According to Shicheva K. and Torbeeva M. transnational corporations stimulate scientific and technological development throughout the world. Transnational corporations are companies that own production subsidiaries in various countries [8; 925].

Lensky E. and Tsvetkov V. determine the main features of TNCs as follows:

- decisions of the corporation are made through one management center and made in concert, also a unified strategy is implemented;
- TNCs include units located in several countries and the legal form after their activities remains diverse;
- all units of the company are interconnected, they affect each other's activities, share experience, resources and responsibility [6;35].

All types of transnational corporations have a huge impact on the level of economic development of the regions, as they are closely related to society, politics, and also have large financial resources. TNCs are actively involved in scientific and technological progress. As evidence of this, more than 80% of patent registrations are related to TNCs. They contain more than 70% of all world trade, and 50% of all production. Almost half of all trade is carried out under the influence of the parent company, rather than at established market prices. These prices are called transfer prices [7; 21].

Transnational corporations in many ways shape the structure and dynamics of the world economy and establish the level of its competitiveness in the market. TNCs have a direct impact on the production of new products and the creation or transfer of technology. They control most of the research and development. TNCs also affect labor migration and facilitate the exchange of experience between different countries.

The rapid growth of foreign direct investment, the growth of technological division of labor beyond firms, industries and national borders is accompanied by the emergence of gigantic international research and production complexes with branches in different countries and on different continents. Transnational corporations are turning the world economy into international production, providing acceleration of scientific and technological progress in all its directions - the technical level and quality of products, production efficiency, enterprise management and improvement of forms of management.

The number of TNCs is growing rapidly. The increase in the number of transnational corporations is explained by many reasons, among which the first is competition that

- reduces costs increasing production and introducing the latest technologies;
- searches for new markets and cheap labor,
- locates production where taxation is lower, etc.

## **Results of the study and the assessment**

The importance of TNCs in international production, trade, finance and in all other areas is constantly increasing. The core of the world economic system includes about 100 TNCs, which have concentrated almost unlimited economic power in their hands and secured about a third of all foreign capital investments.

The role of TNCs in the modern world economy is assessed using the following indicators:

- TNCs control about 2/3 of world trade, with 40% of this trade is carried out inside TNCs, i.e. it occurs at transfer prices (not at market prices) which are formed not under market pressure, but under the long-term policy of the parent corporation;
- TNCs account for about 1/2 of world industrial production;



- about 10% of all employed in non-agricultural production sphere work at TNK enterprises (almost 60% of them work in parent companies, 40% in subsidiaries);

- TNCs control approximately 4/5 of all patents, licenses and know-how that exist in the world (they have a significant role in world research and development (R&D)).

Almost all the largest TNCs by nationality belong to the "triad" - the three economic centers of our planet - the USA, EU and Japan. In recent years, transnational corporations of new industrial countries have been actively developing their activities on the world market.

The industry structure of TNCs is diversified: 60% of international companies are engaged in manufacturing (they specialize primarily in electronics, automotive, chemical and pharmaceutical industries), 37% in services and 3% in mining sector and agriculture.

The number of employees in corporate enterprises around the world in recent years has reached more than 77 million people. The total sales volume of 200 leading TNCs exceeds the total GDP of 187 countries of the world, which is more than 30% of global GDP with less than 1/3 of the world's population employed.

Objectively, TNCs contribute to the development of industry, change the structure of the national economy of developing countries and thereby improve the position of these states in IDL (international division of labor) and international economic relations.

The most common misconception about the consequences of TNCs is the opinion that as a result of international operations of transnational corporations, one country definitely wins, and the other suffers losses. In real life, such situations cannot be ruled out, but there are other results: both sides can win (or lose).

In modern conditions, host countries (both developed and developing), as a rule, approve the activities of TNCs on their territory. Moreover, in the world there is competition between countries to attract foreign direct investment, in the process of which TNCs receive tax rebates and other benefits.

The influence of TNCs on accelerating scientific and technological progress can also be considered positive, therefore, they have large financial resources. TNCs occupy a large part of the market for scientific and technical personnel and apply technical knowledge on a global scale. To maintain leadership, they need to constantly build and improve innovative capabilities. TNCs have set high environmental standards for their subsidiaries, which is another advantage of TNCs.

TNCs strengthen the process of internationalization of the world economy, actively use IDL and contribute to the establishment of new schemes in the global division of labor.

TNCs control individual commodity markets: 90% of the global market for wheat, coffee, corn, timber, tobacco, jute and iron ore, 85% - the copper and bauxite market, 80% - the tea and tin market, 75% - the crude oil market, natural rubber and bananas. Up to half of USA export operations are carried out by American and foreign transnational corporations, up to 80% of transnational corporations carry out similar operations in the UK, and up to 90% in Singapore. Given the various infrastructure and related industries, TNCs have provided 150 million people employed in modern industrial production and the provision of services. The largest TNCs are concentrated, as a rule, in developed countries. So, the twenty largest companies by turnover include TNCs from the USA, Japan, Germany, France, Great Britain and the Netherlands.

Table 1. TOP 20 of transnational corporations in 2019

| Rank | Name                     | Country     | Industry              | Revenues (\$M) | Employees |
|------|--------------------------|-------------|-----------------------|----------------|-----------|
| 1.   | Walmart                  | USA         | General Merchandisers | 514 405        | 2 200 000 |
| 2.   | Sinopec Group            | China       | Petroleum Refining    | 414 649        | 619 151   |
| 3.   | Royal Dutch Shell        | Netherlands | Petroleum Refining    | 396 556        | 81 000    |
| 4.   | China National Petroleum | China       | Petroleum Refining    | 392 976        | 1 382 401 |
| 5.   | State Grid               | China       | Utilities             | 387 056        | 917 717   |

|     |                     |              |                                          |         |         |
|-----|---------------------|--------------|------------------------------------------|---------|---------|
| 6.  | Saudi Aramco        | Saudi Arabia | Mining, Crude-Oil Production             | 355 905 | 76 418  |
| 7.  | BP                  | Britain      | Petroleum Refining                       | 303,738 | 73 000  |
| 8.  | Exxon Mobil         | USA          | Petroleum Refining                       | 290,212 | 71 000  |
| 9.  | Volkswagen          | Germany      | Motor Vehicles and Parts                 | 278,341 | 664 496 |
| 10. | Toyota Motor        | Japan        | Motor Vehicles and Parts                 | 272,612 | 370 870 |
| 11. | Apple               | USA          | Technology                               | 265 595 | 132 000 |
| 12. | Berkshire Hathaway  | USA          | Insurance: Property and Casualty (Stock) | 247 837 | 389 000 |
| 13. | Amazon.com          | USA          | Internet Services and Retailing          | 232 887 | 647 500 |
| 14. | UnitedHealth Group  | USA          | Health Care: Insurance and Managed Care  | 226 247 | 300 000 |
| 15. | Samsung Electronics | South Korea  | Electronics, Electrical Equip.           | 221 579 | 309 630 |
| 16. | Glencore            | Switzerland  | Mining, Crude-Oil Production             | 219 754 | 85 504  |
| 17. | McKesson            | USA          | Wholesalers: Health Care                 | 214 319 | 70 000  |
| 18. | Daimler             | Germany      | Motor Vehicles and Parts                 | 197 515 | 298 683 |
| 19. | CVS Health          | USA          | Health Care: Pharmacy and Other Services | 194 579 | 295 000 |
| 20. | Total               | France       | Petroleum Refining                       | 184 106 | 104 460 |

Source: Fortune Global500 // <https://fortune.com/global500/2019/>

TNCs play a very important role in the export of industrial goods, where the export of all the main technically complex goods is usually concentrated in a small group of large TNCs, and the sale of these goods occurs through a system of foreign subsidiaries of these firms. Such an export scheme is typical for the export of cars, household and industrial electronic equipment, pharmaceutical and chemical products, etc.

By integrating the labor force of different countries and presenting the same requirements everywhere, TNCs play an important role in the dissemination of international standards. Thus, consumers in countries with less developed economies, in which there are subsidiaries, produce and consume goods with the same quality level as in the countries of the parent companies, but at a lower price.

Thus, transnational corporations have demonstrated their ability to break the isolation of national economies, involving them in a single process with the global economic community. They are the most important means of transferring new technologies, disseminating information about new products, as a result of which public preferences are changing.

TNCs have great potential for influencing the economies of host countries. Operations between TNC divisions located in different countries represent a significant part of foreign trade turnover and settlements of even large western countries. Globalization of corporations allows them to transfer huge resources in their own interests from one country to another. The specific manifestation of the impact of TNCs on the economy of a country depends on the economic power of the subjects of relations, the position of branches and subsidiaries of TNCs in the host country.

## CONCLUSION

The development of transnational corporations is a natural process of evolutionary change in the global economy. Since its inception, transnational companies have undergone significant changes, which were the result of the evolution of the international division of labor, as well as the evolution of factors of production, their intensification and integration. Global multinationals are consistently pursuing a strategy for the formation of large groups of industrial, trading and financial companies. However, transnational global

companies are strengthening interaction with small and medium businesses, both in the home country and with foreign partners.

Since the mid-90s of the XX century, TNCs have become independent entities in terms of financial and economic power in the world economy along with nation states. International companies have to spend more and more money on new developments in order to be better than others in a competitive environment. More transnational corporations and their branches are being created, the number of parent companies is increasing, more significant growth is determined in the field of creation (acquisition) of subsidiaries, which are determined by the expansion of TNCs' activities abroad. It is also worth noting that TNCs have become a full and significant subject of international economic relations and are a necessary part of the process of increasing global labor productivity and raising the standard of living of people on the whole planet. Along with these advantages of TNCs, it is worth highlighting the shortcomings of the presence of TNCs in the world economy

- violation of state laws, which consists in skillfully concealing tax revenues, setting monopoly prices, dictating conditions that infringe on the interests of host countries;

- luring highly qualified specialists by leading multinationals from many countries of the world.

### REFERENCES AND OTHER SOURCES

1. Greer J., Singh K. A Brief History of Transnational Corporations // <https://www.globalpolicy.org/empire/47068-a-brief-history-of-transnational-corporations.html>
2. Fortune Global500 // <https://fortune.com/global500/2019/>
3. Murphy S. Market Structure and the Gains from Trade // commissioned for the Expert Consultation on Trade and Food Security: Conceptualizing the Linkages. 11-12 July 2002, Rome.
4. Nation Master // <https://www.nationmaster.com/country-info/stats/Economy/Transnational-corporations>
5. UNCTAD – Transnational Corporations // [https://unctad.org/en/pages/publications/Transnational-Corporations-\(Journal\).aspx](https://unctad.org/en/pages/publications/Transnational-Corporations-(Journal).aspx)
6. Wyrzykowska M. Role of transnational corporations in the international trade // <https://www.etsg.org/ETSG2010/papers/Wyrzykowska.pdf>
7. Ленский Е. В., Цветков В. А. Транснациональные финансово-промышленные группы и межгосударственная экономическая интеграция: реальность и перспективы. - М.: Экономика и жизнь. 2012.
8. Ломакин В. К. Мировая экономика. - М.: Юнити, 2013.
9. Шичёвой К. и Торбеевой М. Транснациональные корпорации и их роль в мировой экономике // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. Секция «Проблемы и перспективы международной интеграции в современном бизнесе». - №12, 2016.

# SECRETS OF SUCCESS COMPETITIVENESS OF HONG KONG ECONOMY

PhD **Vohidova Mekhri**

Tashkent State Institute of Oriental Studies,  
faculty of Economy and policy of foreign countries,  
1<sup>st</sup> course master student Khakberdieva Nozima;

## АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены причины и факторы конкурентоспособности экономики Гонконга. Проведен анализ влияния географических, социально-экономических, а также финансовых факторов в обеспечении высокой конкурентоспособности экономики.

**Ключевые слова:** Гонконг, экономика, конкурентоспособность, жемчужина Востока, внешние и внутренние факторы.

## ABSTRACT

The article considers the reasons and factors of competitiveness of the Hong Kong economy. The analysis of the influence of geographical, socio-economic, and financial factors in ensuring high competitiveness of the economy.

**Keywords:** Hong Kong, economy, competitiveness, pearl of the East, external and internal factors

## ВВЕДЕНИЕ/INTRODUCTION

Hong Kong is a unique place of unique opportunities. The world media does not speak about it often, but always exclusively in superlatives and high style: "Pearl of the East", "Asian Manhattan", "City of the future", "City-legend", "Asian Hollywood" and etc.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASICTHEORETICALANDPRACTICALPROVISION

Hong Kong ranks first in the list of countries with the highest level of economic freedom (Heritage Foundation)<sup>35</sup>. He leads it for the 18th year in a row, in 2019 scored on this index 90,2 points out of 100 possible (with the global average of 59.6 points); Hong Kong's per capita GDP (PPP) is \$ 36,796. Today, it ranks first in the number of dollar billionaires (40 billionaires); Hong Kong-the 3rd largest financial center in the world, as written in numerous directories-a real candidate for becoming a global financial center. Its banks are considered to be among the most reliable in the world (in terms of foreign exchange reserves it ranks 8th in the world); For investors from around the world, Hong Kong is the main gateway to Asia and mainland China. Twice a year, international exhibitions are held here, attracting hundreds of thousands of businessmen from all over the world; Hong Kong ranks 10th in the world in terms of trade, the total value of Hong Kong's imports and exports exceeds its GDP; its capital is one of the richest cities in the world, according to the index of cities of the world (Foreign Policy Magazine), it closes the top five; Hong Kong ranks 2nd in the world in terms of the density of millionaire families after Singapore (families with assets of more than \$ 1 million

<sup>35</sup><https://www.heritage.org/index/book/chapter-32019-Index-of-Economic-Freedom-World-Rankings>

account for 8.8 % of all households); according to the rating of national welfare of countries (Legatum together with Oxford Analytica and Gallup World Poll Service), it closes the top twenty.

A number of factors underlying this rapid economic growth can be identified:

1. External factor: Hong Kong has been a British colony for more than 150 years and has received generous economic aid and military support.

2. Internal factors of this development model.

First, Hong Kong has an advantageous geographical location. It is a Peninsula, as well as more than 260 Islands with a unique location. It is here that one of the deepest natural seaports in the world is located. It was Hong Kong that became an important channel of China's contacts with the West after its proclamation and external isolation. Today, the Hong Kong Harbor is visited daily by an average of about 300 different ships, in terms of traffic it is the 4th in the world.

Sufficiently cheap and skilled labor is another factor that plays an important role. After the proclamation of the PRC in 1949, Hong Kong received a flood of migrants fleeing the Communists. This resource has increased further since the recent opening of borders to cheap labor from mainland China. Hong Kong has one of the longest working weeks in the world — 50 hours. Here, a 12-hour working day with one weekend is quite common. A considerable part of the population here receives a relatively low salary - \$ 758 per month.

The unification of Hong Kong with China in 1997, as is known, took place under the formula "one country, two systems", that is, Hong Kong retained a capitalist economy and broad self-government. Until 2047, it has its own government, coat of arms, flag, laws, currency (Hong Kong dollar, HKD) and full economic independence. The exceptions are actually only defense and foreign policy.

A significant role in the success of this state was played by the mentality of the population. Hong Kongers from childhood instill hard work and uncompromising desire for success, they are characterized by discipline, thrift, pragmatism, democracy. There are a lot of rich people and millionaires here. For example, the first place in the list of Hong Kong billionaires is occupied by the 82-year-old head of Cheung Kong (Holdings) Ltd. and Hutchison Whampoa Ltd. Li Ka-Shing. His fortune is equal to \$ 24 billion and he is ranked 8th in the Forbes list.

Hong Kong has gone through the structural adjustment of its economy characteristic of export-oriented countries. The first stage of the great road of little Hong Kong began with the production of textiles and clothing, it still gives about 30 % of all exports. Due to the poverty of its own raw materials, it exchanged the released goods for resources from other countries. Extensive attraction of foreign capital, equipment and technology from developed countries played a crucial role in the development of the economy. Hong Kong went through rapid industrialization, GDP growth in the 80-90s averaged 7.1 %. However, soon most of the industrial enterprises gradually moved to mainland China, and now the contribution of industry to the economy is only 9 %. Due to the limited domestic demand, it was necessary to stimulate the growth of foreign trade, the orientation of production was mainly directed to exports. Today, about 90 % of all industrial products are exported;

Over time, Hong Kong has moved to the production of high-tech products and has become one of the world's leading technology and innovation centers. Today, Hong Kong ranks 8th in the world in terms of their development (world economic forum). Now the basis of the economy is the services sector: tourism, telecommunications, real estate, insurance, utilities, restaurant and hotel business, etc. this sector accounts for more than 90 % of GDP, and it employs about 85 % of the population. And of course, in the 90s Hong Kong became a recognized banking and financial center. Today, the key sector of Hong Kong's economy is trade and logistics (almost 29 % of GDP). So, from a country-producer of cheap ties and umbrellas, thanks to the dynamism and flexibility of economic policy, Hong Kong has become a center of management of factories, design offices and other people's finances.

Hong Kong attracts foreign investors because, according to many experts, it is a model example of laissez-faire capitalism. What made Hong Kong capitalism "exemplary"?

First, it is a free market, free movement of capital, goods and labor. Today, almost all of Hong Kong's economic activity is in private hands. Hence its unique ability to adapt to changing economic conditions. The policy of positive non-interference of the government in the economy has been carried out here since 1980.

Secondly-favorable for successful business tax system (table 1), it is very loyal: there is no VAT, customs duties, turnover tax, tax on dividends, social contributions, here the territorial principle of taxation (which is why it is sometimes called offshore).

**Table 1**  
**“Hong Kong Taxation System”<sup>36</sup>**

| Amount of income | Tax rate |
|------------------|----------|
| 1-35000          | 2%       |
| 5001-70000       | 8%       |
| 70001-105000     | 12%      |
| 105001 and more  | 17%      |

It is a free port with a low level of taxation.

It is no coincidence that in the annual ranking of the tax Misery Index (Tax Misery Index), published in Forbes, Hong Kong consistently appears in the leading group of countries with the optimal tax burden on business.

Third, strict compliance with the laws, which serves as a reliable guarantee for numerous foreign investors. Among the many advantages of the Hong Kong market, experts highlight the smoothness of business processes, accumulated expertise, confidentiality, transparent regulatory system, incorruptible courts and one of the lowest levels of corruption in the world. Although in the first half of the 70s, corruption was permeated by 94 % of the entire public sector. But in 1974, the authorities launched an uncompromising anti-corruption war. Today, according to Transparency International, Hong Kong ranks high 13th in the world in the fight against corruption.

The fourth aspect-Hong Kong has a strong financial, office and transport infrastructure, and it is maintained in perfect condition: all parts of Hong Kong, including the big Islands, are connected by a network of bridges, overpasses and tunnels; operates a super-modern airport. It is the largest duty-free container port in the world, the merchant marine fleet has more than 660 vessels, almost 570 vessels registered in other countries. There are about 250 banking institutions in Hong Kong. More than 70 of the 100 largest banks in the world have their offices in Hong Kong, its banking system has remained stable even in the crisis. There is an analogue of Silicon valley-Science & Technology Park, where all conditions are created for firms engaged in promising ideas: the latest laboratories, equipment and office space on preferential terms. According to the world Bank, Hong Kong ranks high 3rd in terms of business conditions.

Hong Kong is considered the best place to do business in the world, it provides investors, banks and traders in the truest sense of the word unlimited opportunities:

- \* there are provisions of the legislation protecting intellectual property, products, goods from pirated fakes;
- \* minor restrictions in banking and financial activities;
- \* government-level guarantees;
- \* stable own currency, Hong Kong dollar is one of the most reliable monetary units;
- \* local banks do not exercise currency control;
- \* low inflation rate;
- \* Hong Kong stock exchange before the crisis, it was the 2nd largest IPO in the world, soon Hong Kong may become the largest platform for IPO of Russian companies. The market capitalization of the Hong Kong stock market is 1.8 trillion. dollars';
- \* to resolve issues, there is its own international arbitration;

<sup>36</sup><https://www.guidemehongkong.com/business-guides/supporting-a-business/hong-kong-tax-rates-and-income-tax-system>

\* the vast majority of the population speaks English, foreigners work here in almost every office;

\* proximity to Asian, fast-growing, markets and, above all, the Chinese, made Hong Kong a window between Europe and Asia: it is convenient to import and export goods from China; Hong Kong hosts the Asian headquarters of many multinational corporations (more than 60 % of the 6440 Hong Kong companies representing foreign firms are regional offices or headquarters). Hong Kong has the highest concentration of headquarters in the Asia-Pacific region. Hence the 11th place of small Hong Kong in the ranking of global competitiveness (the Global Competitiveness Index 2010-2011).

Index the Xinhua-Dow Jones published on 10 September 2013 (ranking of financial centres published 2 times a year — at the end of March and September, and reflects the dynamics of image, infrastructure, access to capital, the rights of investors in various financial centers of the world.), Hong Kong became the third as the world financial center (table 2). This index, which reflects the competitiveness of financial centers around the world, is based on a comprehensive evaluation system with a combination of objective indicators and survey results. New York and London continue to occupy the top two positions.

**Table 2**

**World financial centers ranking 2019<sup>37</sup>**

| City      | Ranking | Points on the Global Financial Index |
|-----------|---------|--------------------------------------|
| New-York  | 1       | 790                                  |
| London    | 2       | 773                                  |
| Hong Kong | 3       | 771                                  |
| Singapore | 4       | 762                                  |
| Shanghai  | 5       | 761                                  |

Hong Kong has one of the highest concentrations of international banks in the world. Hong Kong's position as the main financial center in the region has been promoted by market transparency. Foreign assets of the banking sector occupy the 5th place in the world in terms of volume, in terms of currency exchange, Hong Kong ranks 6th in the world, and the stock market is the largest in Asia in terms of capitalization after Japan. Hong Kong is also the ninth largest economy in the world and the 11th largest exporter of services.

But there are downsides to Hong Kong's thriving economy. Its economy is too dependent on international trade. It is also highly dependent on other countries for agricultural products. Agriculture in Hong Kong is very poorly developed, and occupies a very small place (meets the needs of the population by less than 20 %). Another disadvantage is the tight peg of the Hong Kong dollar to the US dollar, which is why the local financial market reacted to the economic crisis more painfully than the Chinese market. There is an uneven distribution of national wealth, that is, high per capita income and relatively low wages for many Hong Kongers. It is one of the most densely populated areas (density reaches 6352 people per square km). It is known that Hong Kong real estate is more expensive than London by 55 %, but prices continue to rise. There are problems with the shortage of fresh water, despite all the available plants for its desalination, and clean fresh air in the city. The average number of births per woman here is 0.95, which is one of the lowest rates in the world. In recent years, the growth of the population of Hong Kong contributes only to the influx of immigrants from China (annually-45 thousand people). Every year Hong Kong experiences more and more mainland influence. Despite the Treaty, which determined that China will not influence the economic system of the region until 2047, many experts predict imminent irreversible changes in this territory.

<sup>37</sup>Global Financial Centres Index 2019 <https://www.statista.com/statistics/270228/top-financial-centers-on-the-global-financial-centres-index/>

## **ВЫВОД/CONCLUSION**

Anyway, today Hong Kong is one of the prosperous regions of the world, moreover, when the center of "economic gravity" is slowly but surely shifting from West to East, it, being in the epicenter of economic activity of the latter, will not miss the benefits for itself. The model of "ideal capitalism" has proved its right to successful existence and will soon allow Hong Kong to become the global financial center of the planet.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ/ REFERENCES**

1. Index of Economic Freedom 2019{Internet source }  
<https://www.heritage.org/index/country/hongkong>



**JURIDISKĀ ZINĀTNE**

**ЮРИДИЧЕСКАЯ НАУКА**

**LAW SCIENCE**



# KRIMINĀLPROCESA UZSĀKŠANA

Ludmila Verpakovska, Irīda Bauze

Latvija

Baltijas Starptautiskā akadēmija, Jelgava

Maģistra studiju programma "Krimināltiesības",

[judaskina29@inbox.lv](mailto:judaskina29@inbox.lv)

[irida.bauze@inbox.lv](mailto:irida.bauze@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:

Dr.sc.ing., as. prof. Marina Sumbarova

## ANOTĀCIJA

Raksta mērķis ir, balstoties uz attiecīgo tiesību aktu izpēti, tiesu prakses materiāliem un kriminālprocesuālo tiesību atziņām, raksturot kriminālprocesa uzsākšanas kārtību, identificēt tās atbilstību reālajai situācijai, atklāt trūkumus un nepilnības tajā, kā arī ierosināt priekšlikumus to risināšanai. Izpētes rezultātā autore ir formulējušas secinājumus un priekšlikumus kriminālprocesa uzsākšanas pilnveidošanai.

**Atslēgas vārdi:** Krimināllikums, Kriminālprocesa likums, kriminālprocesa uzsākšana.

## ABSTRACT

The aim of the article is to characterize the procedure of initiation of criminal proceedings, identify its compliance with the real situation, reveal shortcomings and incompliance in it, and suggest solutions, based on legal acts, findings of the case law and criminal processual provisions. As a result, the authors have drawn their conclusions and offered suggestions for improving initiation criminal proceedings.

**Keywords:** Criminal Law, Criminal Procedure Law, initiation, criminal proceedings.

## IEVADS / ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Raksta tēma "Kriminālprocesa uzsākšana" ir īpaši aktuāla, jo kriminālprocesa uzsākšanai ir pamatnozīme turpmākā kriminālprocesa īstenošanā, tas ir sākums, juridiskais pamats visām turpmākajām procesuālajām darbībām, līdz gala lēmuma pieņemšanai. Tai ir neatsverama praktiskā nozīme policijas darbā. Rakstā, pamatojoties uz attiecīgo normatīvo aktu, zinātniskās literatūras un praktisko materiālu izpēti, dots īss pārskats par kriminālprocesa uzsākšanas kārtību tās vēsturiskajā attīstībā, izmaiņām, dota kriminālprocesa uzsākšanas jēdziena definīcija, atklāta tā nozīme un būtība, kā arī izklāstīta kriminālprocesa uzsākšanas kārtības reglamentācija, tai skaitā nosacījumi un kārtība, kā īstenojama atteikšanās uzsākt kriminālprocesu.

Jaunais Kriminālprocesa likums stājās spēkā 2005.gada 1.oktobrī, un ar to tika izveidota jauna procesuālā kārtība, pēc kuras norit krimināltiesisko attiecību regulēšana Latvijā. Ir bijušas daudzas un dažādas atsauksmes par šī likuma kvalitāti, efektivitāti un piemērojamību praksē, par tā trūkumiem, nepilnībām un reizēm arī pretrunām. Lai pārbaudītu šo atsauksmju pamatotību, tika izvēlēta šī tēma, jo kriminālprocesa uzsākšana būtiska visā kriminālprocesa īstenošanā – līdz gala lēmuma pieņemšanai.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Ņemot vērā ilgu laiku pastāvējušo kārtību, kuru kopš 1961.gada ir noteicis nu vairs spēkā neesošais Latvijas Kriminālprocesa kodekss, praktiskajiem darbiniekiem ir izveidojusies zināma stereotipa pieeja un attieksme pret kriminālprocesuālo normu piemērošanu, kuru drīzāk var nosaukt par ieradumu. Šo situācija vēl jo vairāk sarežģījis apstākļi, ka pēc likuma pieņemšanas, un līdz tā spēkā stāšanās brīdim, netika pausts

vienots viedoklis par daudzu jautājumu izpratni, tai skaitā arī attiecībā uz kriminālprocesa uzsākšanas posmu. Šādas stereotipa izpratnes novēršana un centieni dot ieguldījumu vienotas izpratnes par kriminālprocesa uzsākšanas procesuālās kārtības veidošanu ir bijis galvenais šā darba nolūks, jo no prakses viedokļa ir ļoti svarīgi nepieļaut nepareizu, precīzāk, kļūdainu likuma normas piemērošanu un līdz ar to radīt personu tiesību pārkāpumus un interešu nelikumīgu aizskaršanu. Attiecībā uz likuma ieviestajiem jauninājumiem kriminālprocesa uzsākšanā jāatzīst, ka lietderīgi un pareizi tika ieviesta noziedzīga nodarījuma pastāvēšanas fakta procesuālā pārbaude, kura ir iekļauta izmeklēšanas stadijā, kas ļauj kvalitatīvāk un pilnīgāk noteikt noziedzīga nodarījuma pazīmes nodarījumā. Bet, no otras puses, likumdevējs, ieviešot šīs procesuālās pārbaudes iespējamību, kuras uzsākšanai paredzēja kriminālprocesa iemesla, pamata un apstākļu, kas nepieļauj kriminālprocesu, konstatāciju, nav piešķīris tām darbībām procesuālo formu (ir izvestas ārpus procesa).

## **PĒTĪJUMA REZULTĀTI UN TO IZVĒRTĒJUMS / РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА / RESULTS OF THE STUDY AND THEIR EVALUATION**

Pētījuma gaitā iegūtās atziņas apkopojot, jāatzīmē, ka kriminālprocesa uzsākšanai ir krasi izteiktas meklēšanas procesa pazīmes, kas izriet no: nekonkrētas kriminālprocesa uzsākšanas pamata definīcijas, kas sarežģījas ar tā īstas izpratnes veidošanu; procesuālās kārtības (kriminālprocesuālā vai administratīvā) izvēles kritēriju trūkuma, iegūstot vai saņemot ziņas (iemeslu), kā arī tās procesuālās kārtības savstarpējo robežu nenoteiktību; iespējas pielietot pilnu un praktiski bez ierobežojumiem procesuālo līdzekļu klāstu, tai skaitā speciālās un pēc būtības operatīva rakstura darbības, nenosakot konkrēto nodarījuma kvalifikāciju, t.i., nekonstatējot noziedzīga nodarījuma pazīmju esamību nodarījumā; neiespējamības pārsūdzēt lēmumu par kriminālprocesa uzsākšanu, vienlaikus ieviešot tādu institūtu, kā “persona, pret kuru uzsākts kriminālprocess”.

Vispārīgā likuma konstrukcija, nepilnību, robu esamība un juridiskās tehnikas līmenis saistībā ar praktisko likuma piemērošanu, risinot jautājumu par kriminālprocesa uzsākšanu, norāda uz to, ka likums nav precīzi izstrādāts un noslīpēts, izrietoši no šādiem aspektiem: kriminālprocesa likuma mērķis ir šaurāks pēc apjoma, nekā to nosaka likuma speciālās normas un tajā neietilpst kriminālprocesa uzsākšanas kārtības noteikšana; uzsākšanas darbības reglamentācija minēta dažās likuma nodaļās vai nav vispār; likumā ir daudz nepilnību un robu, ko aizpilda ar pilnvarotās personas, principā, patvarīgajām darbībām, kuras balstās nevis uz likumības ievērošanas apsvērumiem un kriminālprocesa mērķa sasniegšanas nepieciešamību, bet ko nosaka ērtība, vienkāršotība un ieradums, pat pilnvarotas personas gribas; nevajadzīgi tiek ieviests vēl viens gadījums, kas uzskatams par “otro” papildus kriminālprocesa uzsākšanas pamatu, kas pēc nozīmes ir šaurāks par pirmo; likuma normās ir pieļautas loģiskās kļūdas, piemēram, funkcijas nav veicamas, bet īstenojamas; ziņas nevar saturēt informāciju, jo tas ir viens un tas pats (tautoloģija).

Ar grozījumiem attiecīgajās likuma normās, jānovērš minētās neskaidrības un nepilnības. Pētījuma rezultātā secināms, ka reglamentējošās normas ir savstarpēji jāsaskaņo, ņemot vērā likuma mērķi un ievērojot kriminālprocesa principus. Konkrēti, KPL 1.pantā noteiktajā likuma mērķī iekļaut kriminālprocesa uzsākšanas, un līdz ar to arī atteikšanos to uzsākt, procedūras nostiprināšanu. Ir jāsaskaņo un juridiski jānorobežo iespējas izskatīt kriminālprocesam piekritīgos jautājumus citu tiesību nozaru (civilo, administratīvo) procesu kārtībā, paredzot attiecīgajos likumos neatliekamības kārtību šāda rakstura materiālu izskatīšanai un reaģēšanai uz tiem. Detalizēti jāreglamentē likumā minēto procesuālo dokumentu: iesnieguma, pieteikuma, paziņojuma un citu, saturs, to pieņemšanas un noformēšanas kārtība. Kriminālprocesa uzsākšanu reglamentējošās normas nav saskaņotas ar citu nozaru tiesību normām, kā arī nav nodrošināta šo normu piemērošanas iespēja pakārtoto normatīvo dokumentu trūkuma dēļ vai sakarā ar to neatbilstību jaunajai kārtībai, proti, kriminālprocesa pastāvošā reģistrācijas kārtība nenodrošina iespēju noteikt noziedzības līmeņa esamību valstī, kas zināmā mērā neļauj valsts pārvaldes struktūrām izstrādāt un īstenot programmas, kas virzītas un noziedzības līmeņa samazināšanos.

Nepieciešams veikt grozījumus likumā, paredzot kritērijus kriminālprocesu reģistrācijai, atsevišķi uzskaitot tos, kuros konstatēta noziedzīga nodarījuma pazīmju esamība notikumā (nodarījuma kvalifikācija), kā arī deleģēt tiesības ministru kabinetam izstrādāt vienotu kriminālprocesa uzsākšanas iemeslu reģistrācijas kārtību, kas ļaus efektīvāk un ātrāk risināt jautājumu par kriminālprocesa uzsākšanu, norobežot novilcināšanās iespēju un paaugstinās amatpersonas atbildības līmeni, kā arī ļaus efektīvi īstenot kontroli pār likumības ievērošanu kriminālprocesa uzsākšanā vai atteikšanos to uzsākt. Nav atbalstāma likumā iestrādātā pozīcija, ka par iemeslu kriminālprocesa uzsākšanai atzīstama tikai pilnvarotas personas aculiecinieka statusa esamība, jo ir pretrunā ar kriminālprocesa uzsākšanas iemesla jēgai un nenodrošina kriminālprocesa publiskuma (obligātuma) principa ievērošanu. Operatīvās darbības rezultātā iegūstamā informācija ne vienmēr ir atzīstama par iemeslu kriminālprocesa uzsākšanai, jo tai piemīt konfidencialitātes vai slepenības statuss, kas savukārt nosaka tās anonimitātes nodrošināšanu, kas nostiprināta likumā. Tomēr likums konkrēti nenosaka un nereglamentē, kādas operatīvās darbības rezultātā iegūtas ziņas var atzīt par iemeslu kriminālprocesa uzsākšanu.

Atteikšanās uzsākt kriminālprocesu pamatotības un likumības kontroles mehānisms ir nepieļaujams publiskuma principa nostiprināšanas ziņā, kā arī neatbilst likuma mērķim, jo ir pilnīgi atkarīgs no personas, kurai nodarīts kaitējums, gribas, t.i., nosaka dispozitivitātes pieeju pie kriminālprocesa neuzsākšanas pamatotības izvērtēšanas, kas var pieļaut noziedzīga nodarījuma slēpšanas reālo iespējamību, kā arī pieļaut pilnvarotas personas plašas patvarības iespējas. Bet likumā iestrādātais atteikšanos uzsākt kriminālprocesu lēmuma pārsūdzēšanas noilgums pilnīgi neatbilst publiskuma principa jēgai un neļauj prokuroram īstenot uzraudzības funkcijas, kā arī nenodrošina likuma mērķa sasniegšanu.

## SECINĀJUMI / ВЫВОДЫ / CONCLUSIONS

Lai kriminālprocesa uzsākšanas reglamentācija būtu efektīvāka un atbilstu tiesību sistēmai un nostiprinātajiem tiesību principiem, Kriminālprocesa likumā būtu jāizdara attiecīgi grozījumi. Par kriminālprocesa uzsākšanas iemeslu būtu jāuzskata arī masu mēdijos publicētās ziņas. Turklāt nepieciešams iestrādāt KPL 369.pantā atsevišķu normu, nosakot operatīvās darbības, kuru rezultātus pie noteiktajiem apstākļiem var atzīt par iemeslu uzsākt kriminālprocesu.

Jāparedz pārsūdzēšanas tiesības visiem KPL 369.panta 2.daļā minētajiem subjektiem, neatkarīgi no tā, vai ar pieņemto lēmumu viņu intereses vai tiesības ir aizskartas vai nē, kas varētu daļēji kompensēt prokurora uzraudzības neobligātumu kriminālprocesa neuzsākšanas gadījumos, kā arī nepieļaut nepamatota lēmuma pieņemšanu procesa uzsākšanas gadījumā, attiecīgi grozot KPL 372.panta 4.daļu, kā arī būtu lietderīgi lēmumu par atteikšanos uzsākt kriminālprocesu pilnīgi pakļaut prokurora kontrolei, tā, kā tas ir bijis atteikšanos ierosināt krimināllietu gadījumos, pievienojot šādu 373.panta 4.daļu: "Prokurora uzraudzība ir obligāta kriminālprocesa neuzsākšanas gadījumos, un nav pieļaujama nepamatota lēmuma pieņemšana procesa uzsākšanas gadījumā". Jāparedz motivēta lēmuma par atteikšanos uzsākt kriminālprocesu pieņemšana, ar kuru ir jāiepazīstina arī ieinteresētas personas, tai skaitā arī ziņu iesniegušās personas.

Jāizslēdz lēmuma par atteikšanos uzsākt kriminālprocesu pārsūdzēšanas noilgums, jo tas pilnā mērā nodrošinās kriminālprocesa publiskuma principa ievērošanu un nepieļaus noziedzīgu nodarījumu iespējamu slēpšanu, iestrādājot likumā jaunu normu. Jāsvīturo tiesību institūts "kriminālprocess par noziedzīgi iegūtu mantu" (KPL 59.nodaļa), tādējādi novēršot nevainīguma prezumpcijas principa pārkāpšanu. Personas, pret kuru uzsākts kriminālprocess, statuss būtu jānosaka tikai no brīža, kad izmeklēšanas gaitā tiek konstatētas acīm redzamas noziedzīga nodarījuma pazīmes, t.i., nodarījums ir kvalificēts pēc atsevišķas Krimināllikuma panta nodaļas.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS / СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Latvijas Republikas Satversme. Pieņemta 1922.gada 15.februārī. Stājas spēkā 07.11.1922. "Latvijas Vēstnesis", 43, ar grozījumiem līdz 01.01.2019.;
2. Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencija. Pieņemta 1950.gada 4.novembrī, stājas spēkā 27.06.1997., parakstīts 10.02.1995., pievienošanās 27.06.1997., "Latvijas Vēstnesis", 143/144 (858/859), 13.06.1997.;
3. Krimināllikums, 1998. gada 17.jūnijā, spēkā 01.04.1999., ar grozījumiem no 07.11.2018.;

4. Kriminālprocesa likums, 2005.gada 21.aprīlis, spēkā no 01.10.2005., Latvijas Vēstnesis Nr.74 (3232), ar grozījumiem no 01.01.2019.;
5. Latvijas Kriminālprocesa kodekss. Spēkā no: 01.04.1961. Zaudējis spēku: 01.10.2005.;
6. Ministru Kabineta noteikumi Nr.810 noteikumi par Iekšlietu ministrijas sistēmas iestāžu un Ieslodzījuma vietu pārvaldes amatpersonu ar speciālajām dienesta pakāpēm amatu klasifikāciju, Rīgā 2016. gada 13. decembris.
7. Operatīvās darbības likums: spēka no 01.08.2016. līdz 31.12.2019.
8. Prokuratūras likums. 1994. gada 19.maijs, spēkā no 01.07.1994., Latvijas Vēstnesis Nr.117 (4515) ar grozījumiem no 01.01.2019.;
9. A.Liede Kriminālprocess Tiesvedības norise krimināllietās, Rīga - 1973.g. - 24.lpp
10. Bulgakova I. Izmeklēšanas izpratne un saturs pirmstiesas procesā. Rīga, Multineo, 2006.;
11. Bulgakova I. Dr.jur., Prokurora uzraudzība pār izmeklēšanu pirmstiesas procesā //Jurista Vārds, 08.06.2010.Nr.23(618);
12. Dombrovskis R., Kriminālprocess: forma, saturs un būtība// Jurista Vārds, 28.decembris 2004.g.Nr.50(355);
13. Dombrovskis R., Kriminālistikas teorētiskie pamati. Rīga, Biznesa augstskola Turība, 2003.;
14. Kavalieris A. Operatīvā darbības likuma komentāri. Rīga "Izdevniecība RaKa" 2002.g.;
15. Kūtris G. zinātniskajā redakcijā. Rokasgrāmata kriminālprocesā tiesnešiem. Rīga, Tiesu namu aģentūra, 2010;
16. Meikališa Ā. Kriminālprocesa tiesības. Vispārīgā daļa 1.grāmata,- Rīga, 1998.g. - 315. lpp;
17. Rusanovs E. un Smans A.,Operatīvās informācijas ietekme uz procesa virzītāja iekšējās pārlicības veidošanos //Jurista Vārds, 2015. gada 3. Novembris, Nr. 43 (895);
18. U.Krastiņš Noziedzīgs nodarījums. - Rīga, 2000. - 8. lpp
19. Šimbeljte S. Īpašu zināšanu piemērošanas īpatnības un problemātika pierādījumu sniegšanā Lietuvas Kriminālprocesa ietvaros. Promocijas darba kopsavilkums Rīga 2015.[http://www.turiba.lv/f/Synopsis\\_LV.pdf](http://www.turiba.lv/f/Synopsis_LV.pdf);
20. Познышев С.В. Элементарный учебник русского уголовного процесса.-М.: 1913 г.//Allpravo.Ru-2004 <http://www.allpravo.ru/library/doc1897p0/instrum3553>
21. Сумбарова М. Dr.iur., Обеспечение законности и обоснованности процессуальных решений принимаемых следователем по уголовному процессу “ Административное и уголовное правосудие 2/2015.

# KRIMINĀLPROCESA IZBEIGŠANA UZ IZLĪGUMA PAMATA

Mārtiņš Bušmanis, Ina Fomina, Jana Šakauskā, Latvija  
Baltijas starptautiskā akadēmija, Jelgavas filiāle,  
profesionālā maģistrantūra Krimināltiesības,  
[m.busmanis@gmail.com](mailto:m.busmanis@gmail.com), [in4ik898@gmail.com](mailto:in4ik898@gmail.com), [jana.sakauska@inbox.lv](mailto:jana.sakauska@inbox.lv),  
Dr.iur., as.prof., Marina Sumbarova

## ANOTĀCIJA

Raksta mērķis ir rast samērīgu kompensācijas naudas summas apmēru, starp cietušo un noziedzīgā nodarījuma izdarītāju, Kriminālprocesa izbeigšanas gadījumā uz izlīguma pamata. Likums neregulē kaitējuma atlīdzināšanas robežas, tādēļ šī ir aktuāla problēma, kad puses nespēj vienoties par kompensācijas summu un lieta tiek nodota izskatīšanai tiesā.

**Atslēgvārdi:** Kriminālprocesa likums, izbeigšana, izlīgums, cietušais, kompensācija.

## ABSTRACT

The purpose of the article is to define a reasonable amount of compensation to the victim by the offender in case of termination of criminal proceedings on the basis of reconciliation. The law does not regulate the limits of damages, so this is an urgent problem when the parties are unable to agree on the amount of compensation and the case is referred to the court.

**Keywords:** Criminal Procedure Law, termination, reconciliation, victim, compensation.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Kriminālprocesa izbeigšana, atbrīvojot personu no kriminālatbildības uz izlīguma pamata, ir veids, kā nesodīt personu, kura izdarījusi noziedzīgu nodarījumu, pastāvot konkrētiem apstākļiem. Juridisko terminu vārdnīcā ir atrodams skaidrojums, ka izlīgums ir līgums, ar kuru tā dalībnieki savstarpēji tiesiskās attiecības, piekāpdamies pārvērš par neapstrīdamu un neapšaubāmu[3]. Kriminālprocesa likuma mērķis nav obligāti sodīt vainīgo personu, bet taisnīgi noregulēt krimināltiesiskās attiecības[4].

Katrs cilvēks dzīves laikā var nonākt konfliktsituācijā. Konfliktsituācijas var būt dažādas, var būt situācijas, kad cilvēks ir cietusī persona, kura tiesības tiek aizskartas un līdz ar to tiek nodarīts kaitējums un var būt situācijas, kad cilvēks ir pāridarītājs, kurš aizskar cietušās personas tiesības nodarot cietušajai personai kaitējumu par, kuru pāridarītājs var tikt saukts pie kriminālatbildības. Tāpēc ir svarīgi zināt, kā risināt šo konfliktu tā, lai abām iesaistītajām pusēm būtu iespēja ātrākā laika posmā novērst kaitīgās sekas un tādējādi panākt Kriminālprocesa likuma mērķa sasniegšanu.

Galvenā problēma Kriminālprocesa izbeigšanai uz izlīguma pamata ir kompensācijas jautājums, kad cietušā persona prasa nesamērīgi lielu naudas kompensācijas summu. Kriminālprocesa likums [2] (turpmāk – KPL) neregulē kaitējuma atlīdzināšanas robežas, šis ir grūti vērtējams jautājums.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKĒ. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Viens no Kriminālprocesa izbeigšanas veidiem atbrīvojot personu no kriminālatbildības ir cietušā un apsūdzētā izlīgums. Izlīgums ir brīvprātīga vienošanās starp noziedzīgā nodarījuma izdarītāju personu un cietušo, kurā noziedzīgā nodarījuma izdarītājs atzīst savu vainu, savukārt cietušais atzīst, ka turpmāku

pretenziju pret noziedzīgā nodarījuma izdarītāju viņam nav. Šādu alternatīvo strīdu risināšanas metodi izmanto ne tikai kriminālprocesa ietvaros, bet arī administratīvajā procesā un civilprocesā[5].

Izlīgums ir efektīvs kriminālprocesa tiesisko attiecību noregulējums, taisnīguma atjaunošanai, iespējai ātrāk noregulēt krimināltiesiskās attiecības, valsts resursu un līdzekļu ekonomija neliela nodarītā kaitējuma apmēra gadījumā, vairāk tiek ņemts vērā cietušās personas viedoklis, veidojas dialogs starp cietušo un vainīgo un likumā noteiktajos gadījumos ir iespējams izbeigt kriminālprocesu, vai arī izlīgums var būt šķērslis procesam.

Izlīguma institūts ir ļoti svarīgs katrā tiesību apakšnozarē, tomēr izlīgumam kriminālprocesā ir vissvarīgākā loma, jo tikai kriminālprocesa ietvaros tiek risināts jautājums par kriminālsodamību, kas būtiski var ietekmēt personas turpmāko dzīvi.

KPL 95. panta pirmā daļa nosaka, ka cietušais kriminālprocesā var būt fiziskā vai juridiskā persona, kurai ar noziedzīgu nodarījumu radīts kaitējums, proti, morāls aizskārums, fiziskas ciešanas vai mantisks zaudējums. Pastāv viedoklis, ka, lai gan cietušais var būt gan fiziska, gan juridiska persona, tiesības uz izlīgumu tradicionāli ir paredzētas tikai fiziskai personai. Saskaņā ar KPL normām, personu par cietušo atzīst procesa virzītājs ar savu lēmumu. Izlīguma noslēgšana nav cietušās personas pienākums, cietušais brīvprātīgi un, vadoties tikai pēc savām interesēm un sajūtām, var pieņemt galīgo lēmumu par izlīguma noslēgšanas iespēju[6].

Pastāv divas situācijas, kad cietušais var pats vai ar pārstāvja palīdzību ierosināt izlīgumu un kļūt par izlīguma iniciatoru, vai arī cietušais var izvērtēt piedāvājumu noslēgt izlīgumu, kuru izteikusi persona, kura ir izdarījusi noziedzīgo nodarījumu, vai no procesa virzītāja, vai starpnieka puses. Izlīguma procesa būtību nemaina tas, kura no pusēm pirmā ir ierosinājusi šo procesu.

Autori uzskata, ka gadījumā, kad cietušais ir izlīguma ierosinātājs visvairāk tiek sasniegts krimināltiesisko attiecību taisnīgs noregulējums, jo tās tiek darīts saskaņā ar cietušā gribu. Cietušā griba visvairāk raksturo šīs personas mērķi un ieinteresētību konkrētajā kriminālprocesā, cietušais no paša izlīguma īstenošanas procesa sākuma apzinās visas izlīguma noslēgšanas sekas un dara to labprātīgi.

Cietušajai personai ir tiesības izlīgt ne tikai ar apsūdzēto, bet arī ar personu, kas ir aizdomās turētā statusā un ar juridiskās personas pārstāvi procesā par piespiedu ietekmēšanas līdzekļa piemērošanu.

Gadījumā, kad cietusī persona ir juridiska persona, tad, pamatojoties uz KPL 97. panta piekto daļu, šīs personas tiesības īsteno tās pārstāvis. Tas nozīmē, ka izlīguma gadījumā, ja cietusī persona ir juridiska persona, tad izlīgumu paraksta šīs personas pilnvarotais pārstāvis. No KPL 379. panta pirmās daļas 2. punkta izriet, ka pastāv iespēja izlīgt ne tikai ar cietušo personu, bet arī ar cietušās personas pārstāvi. Šajā likuma punktā, pēc autoru ieskata, kā personas pārstāvis tiek domāts juridiskās personas pārstāvis, jo gadījumā, ja cietusī persona ir fiziska persona, tad izlīgumu paraksta viņa personīgi. Cietušās personas tiesības uz atlīdzību par nodarīto kaitējumu ir nostiprinātas Latvijas Republikas Satversmes 92. pantā, [1] kas nosaka, ka nepamatota tiesību aizskārums gadījumā ikvienam ir tiesības uz atbilstīgu atlīdzinājumu.

Paredzot izlīgumu starp cietušo un noziedzīga nodarījuma izdarīšanā vainojamo personu kā noziedzīgā nodarījumā izraisītā konflikta noregulēšanas mehānismu likumdevējs nekonkretizē tā saturu, taču Kriminālprocesa likumā (turpmāk – KPL) ir ietverta obligāta prasība par norādi izlīgumā, ka izlīgums noslēgts labprātīgi (KPL 381.panta trešā daļa) un puses saprot tā sekas un kādi ir tā nosacījumi (KPL 536.panta otrā daļa).

KPL 536.panta ceturtajā un piektajā daļā noteikts tiesas pienākums pirms izlīguma, ja tas pieteikts mutiski, izdarīt ierakstu tiesas sēdes protokolā, ko paraksta cietušais un apsūdzētais, vai pēc rakstveida izlīguma saņemšanas pārliecināties, vai tas noslēgts labprātīgi un vai cietušais saprot izlīguma sekas. Savukārt KPL 379.panta ceturtajā daļā noteikts, ka izbeigt kriminālprocesu uz izlīguma pamata nedrīkst, ja ir iegūtas ziņas, ka izlīgums panākts draudu vai vardarbības rezultātā vai izmantojot citus prettiesiskus līdzekļus[8].

KPL 381.pants paredz izlīguma īstenošanu, kas tiek noformēta rakstveida, kuru paraksta abas puses - cietušai un persona, kas izdarījusi noziedzīgu nodarījumu. Puses paraksta apliecinājumu, procesa virzītāja vai Valsts probācijas dienesta apmācīta starpnieka klātbūtnē, kuri apliecina pušu parakstus. Cietušajai

un noziedzīga nodarījumā izdarījušajai personai ir iespēja iesniegt procesa virzītājam notariāli apliecinātu izlīgumu.

Cietušajam ir tiesības pieprasīt no likumpārkāpēja kompensāciju, izvēloties kompensācijas veidu un apmēru, ar kuru cietušais var novērst pilnībā vai mazināt noziedzīgā nodarījuma sekas[7]. Tiesības uz kompensāciju ir viens no kriminālprocesa pamatprincipiem, kurš ir ļoti būtisks arī izlīguma jautājumā - personai, kurai ar noziedzīgu nodarījumu radīts kaitējums, ņemot vērā tās morālo aizskārumu, fiziskās ciešanas un mantisko zaudējumu, tiek garantētas procesuālās iespējas morālas un materiālas kompensācijas pieprasīšanai un saņemšanai. KPL 350. panta otrā daļa nosaka, ka kompensācija ir krimināltiesisko attiecību noregulējuma elements, ko apsūdzētais samaksā brīvprātīgi vai uz tiesas nolēmuma pamata. Saskaņā ar iepriekšminētā panta pirmo daļu, kompensācija ir naudas izteiksmē noteikta samaksa.

Kompensācijas jautājumā galvenā problēmā pastāv tad, kad cietušais prasa nesamērīgi lielu naudas summu - likums neregulē kaitējuma atlīdzināšanas robežas, grūti vērtējams jautājums arī par morāla kaitējuma robežu noteikšanu praksē.

Latvijas Republikas Augstākās tiesas veiktajā tiesu prakses apkopojumā par morālā kaitējuma kompensāciju kriminālprocesā, ietverta tabula, kurā norādītas iespējamās summas, par atsevišķiem noziedzīgiem nodarījumiem, mēģinot ieviest vienveidību likuma piemērošanā[9].

Izmantojot dažādas tabulas un aprēķinu formulas, tiku pastiprināts iespaids par morālā kaitējuma kompensāciju kā par zināma veida soda naudu, kas, līdzīgi kā likumā, noteikta par konkrēta noziedzīga nodarījuma izdarīšanu.

## **SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI. ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. CONCLUSION**

Pētījuma rezultātā var izdarīt sekojošus secinājumus:

1. Pastāv grūtības, kā precīzi noteikt kompensācijas apjomu par pārciestajām fiziskajām ciešanām un garīgajiem pārdzīvojumiem, jeb morālo kaitējumu, tā kā šāda veida kaitējumam nav iespējams noteikt precīzu ekvivalentu naudas izteiksmē.
2. Latvijā nepastāv vienota sistēma, kas noteiktu, kā būtu nosakāms izmaksājamās kompensācijas apmērs. Izskatot kompensācijas pieteikumu, nav iespējams precīzi novērtēt, kādas fiziskas ciešanas un garīgus pārdzīvojumus cietušais izjutis, vēl jo grūtāk ir izstrādāt precīzu instrumentu, kā noteikt konkrētu naudas summu, ko cietušajam pienākas saņemt par noteiktām ciešanām.

No pētījuma rezultātiem autori izvirza priekšlikumus:

1. Kompensācijas apmēra noteikšanai varētu izmantot dažādas metodes, piemēram:
  - 1) institūciju, zinātnieku vai praktiķu izstrādātām tabulām, aprēķinu metodēm;
  - 2) tiesu prakses;
  - 3) cilvēktiesībām, samērības, taisnības un tiesību principiem;
  - 4) ekspertu slēdzieni par nodarītā kaitējuma smagumu;
2. Lai panāktu taisnīgāku krimināltiesisko attiecību noregulējumu, būtu jācenšas pēc iespējas objektīvāk izvērtēt, kādas varētu būt konkrētās personas ciešanas un pārdzīvojumi konkrētajā situācijā, ņemot vērā pēc iespējas vairāk faktoru, piemēram, cietušā individuālās īpašības, kurām ir nozīme šajā sakarā, kaitējuma nodarītāja attieksmi un tamlīdzīgus faktorus. Tomēr šo metodi par praktiski neiespējamu padara apstākļi, ka tiesa nav spējīga precīzi konstatēt, cik lielas ciešanas un pārdzīvojumus persona izjutusi, turklāt to nav iespējams arī precīzi un objektīvi pierādīt.
3. Lai izveidotu kritērijus, kompensācijas piemērošanas lielumam, nepieciešams sastādīt tabulu par vēsturiski izmaksāto kompensāciju lielumus, piemērojot Valsts ikgadējo inflācijas procentu, nosakot izmaksājamās kompensācijas summu nākotnē, ņemot vērā līdzīgi noziedzīgu nodarītu pagātnē.



4. Autori iesaka papildināt KPL 350.pantu ar (2<sup>1</sup>) punktu un izteikt to šādā redakcijā: Ja pirmstiesas procesa pusēm rodas strīds par pieprasīto kompensāciju, tad apsūdzētajam ir tiesības, saņemot eksperta slēdzienu, par pieprasītās kompensācijas summas apmēru.

#### LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Latvijas Republikas Satversme. Pieņemts 15.02.1922. Stājās spēkā 07.11.1922. Publicēts: „Latvijas Vēstnesis” 43,01.07.1993., „Ziņotājs”, 6, 31.03.1994., „Valdības Vēstnesis”, 141, 30.06.1922., „Diena”, 81, 29.04.1993.
2. Kriminālprocesa likums. Spēkā no 01.10.2005. Latvijas Vēstnesis, Nr.74.,11.05.2005. Ziņotājs, Nr.11., 09.06.2005.
3. Meikalīša Ā, Strada K. (2000) Kriminālprocesuālo terminu skaidrojošā vārdnīca.
4. Meikalīša Ā., Strada-Rozenberga K.(2005-2010) Kriminālprocess. Raksti.\
5. Izlīgums neuzliek pienākumu kriminālprocesu vienmēr izbeigt <http://www.at.gov.lv/lv/jaunumi/par-notikumiem/izligums-neuzliek-pienakumu-kriminalprocesu-vienmer-izbeigt>.
6. Kazaka S.(2013) Izlīgums krimināltiesisko konfliktu risināšanā. Administratīvā un kriminālā justīcija.\
7. Strada – Rozenberga K. Cietušais un tā tiesības kriminālprocesā. Jurista Vārds, 2008, 4. Novembris, NR. 42 (547)
8. Tiesu prakses apkopojums. LR Augstākā tiesa, 2008 [www.at.gov.lv/files/uploads/ .../labpr\\_bez% 20 uzvardiem.doc](http://www.at.gov.lv/files/uploads/.../labpr_bez%20uzvardiem.doc).
9. Tiesu prakse par morālā kaitējuma kompensāciju kriminālprocesā. Latvijas Republikas Augstākā tiesa, 2010/2011. Pieejams: <http://at.gov.lv/lv/judikatura/tiesu-prakses-apkopojumi/kriminaltiesibas/>

# ELEKTRONISKO SAKARU LIKUMĀ NOTEIKTO SAGLABĀJAMO DATU SAGLABĀŠANAS UN IZSNIEGŠANAS PROBLEMĀTIKA

**Mārtiņš Brižs**, Latvija,  
BMA, tiesību zinātnes fakultāte,  
martins.brizis@inbox.lv;  
**Irina Morozova**, Latvija,  
BMA, tiesību zinātnes fakultāte,  
irina.srivkina@gmail.com;  
doc. Marina Sumbarova

## ANOTĀCIJA

Latvijā šobrīd pastāv tāda problēma, ka elektronisko sakaru komersants, kuram pienākums ir saglabāt datus, nesaglabā tos. Ir gadījumi, kad tiesībsargājošās iestādes pieprasa un nesaņem visus datus. Darba autori neatrada regulējumus, kas noteiktu komersantu atbildību par saglabājamo datu nesaglabāšanu. Datu neesamība un neizsniegšana ne tikai ievērojami apdraud kriminālprocesa norisi. Darba autori piedāvā grozīt un papildināt dažus Elektronisko sakaru likuma un Kriminālprocesa likuma pantus.

**Atslēgvārdi:** saglabājamie dati, komersants, noziedzīgs nodarījums.

## АННОТАЦИЯ

На данный момент в Латвии существует проблема в том, что коммерсант электронной связи, который должен сохранять данные, не сохраняет их. Есть случаи, когда правоохранительные учреждения запрашивают данные и не получают их. Авторы работы не нашли регулирование, которое указывало бы ответственность коммерсантов за сохранение данных. Авторы работы предлагают изменить и дополнить закон об Электронной связи и закон Уголовного процесса.

**Ключевые слова:** сохраненные данные, коммерсант, преступление.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Interneta vide šobrīd ir straujā attīstības stadijā, jo tās attīstība saistīta ne tikai ar reklāmas un izklaides industriju, bet arī ar dažādu sistēmu uzturēšanu. Ar dažādām sistēmām autori saprot mājas pārvaldību, kurā datu apstrādes sistēma vada gan siltuma, gan elektrības, gan citus mezglus, gan ievērojami lielākas sistēmas – tādas kā satiksmes pārraudzība, rajonu un pilsētu siltumapgādes sistēmas, elektroapgādes sistēmas, finanšu pārvaldības sistēmas un citas būtiskas un nozīmīgas sistēmas. Daļu no šīm sistēmām iespējams vadīt un kontrolēt attālināti ar interneta pieslēguma palīdzību. Arvien vairāk parādās projekti, kur transporta līdzekļus vada datu apstrādes sistēmas un arī pie šīm sistēmām ir iespējams pieslēgties attālināti, izmantojot interneta vides savienojumus. Internets ir kļuvis par mūsu dzīves neatņemamu sastāvdaļu, kurā mēs pārvietojamies, izklaidējamies, komunicējam ar citiem un vadam attālināti savus transporta līdzekļus un savus mājokļus. Interneta vides darbības rezultātā tiek radīt savienojumu dati, kuru plūsmu nodrošina tehniskais risinājums. Tehniskā risinājuma pārvaldītājs ir komersants, kurš sniedz elektronisko sakaru pakalpojumus. Elektronisko sakaru pakalpojumu sniedzējam ir pienākums saglabāt noteiktas datu kategorijas un pieprasījuma gadījumā nodot tās tiesībsargājošajām iestādēm. Dotajām datu kategorijām ir būtiska nozīme brīdi, kad nepieciešams identificēt personu, kas veikusi nelikumīgas darbības ir minētajām informācijas sistēmām.

## **SVARĪGI SECINĀJUMI TEORIJĀ UN PRAKSĒ. ВАЖНЕЙШИЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ В ТЕОРИИ, ПРАКТИКЕ. IMPORTANT CONCLUSIONS IN THE THEORY AND IN THE PRACTICE**

Latvijas Republikas noteiktajā regulējumā, kas saistīts ar saglabājamajiem datiem ir sekojošas, būtiskas sastāvdaļas. Elektronisko sakaru komersants, kura pienākumu saglabāt datus nosaka Elektronisko sakaru likums.[1] Pienākums sniegt informāciju tiesībsargājošajām iestādēm, kuru regulē Ministru kabineta noteikumi Nr.820.[2] Kriminālprocesa likumā noteiktais regulējums kā tiesībsargājošās iestādes pieprasa un saņem saglabājamus datus.[3]

Elektronisko sakaru komersants ir komersants vai ārvalstu komersanta filiāle, kam ir tiesības veikt komercdarbību, nodrošināt publisko elektronisko sakaru tīklu vai sniegt elektronisko sakaru pakalpojumus elektronisko sakaru likumā noteiktajā kārtībā.

Elektronisko sakaru pakalpojumus ir tiesīgs sniegt tikai reģistrēts elektronisko sakaru komersants.

Ņemot vērā, ka šādai darbībai Latvijas Republikas teritorijā ir jāsaņem atļauja, Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija ir izveidojusi elektronisko sakaru komersantu reģistru. Šobrīd Latvijā ir reģistrēti aptuveni 291 komersants, kas ir oficiāli reģistrējušies kā elektronisko sakaru komersanti un drīkst piedāvāt šos pakalpojumus.[4]

Par konkrētu elektronisko sakaru pakalpojuma saņemšanu iedzīvotājiem ir jāslēdz līgums ar kādu no elektronisko sakaru komersantiem. Līgums drīkst būt gan rakstveida, gan elektroniskā formā.

Pēc kompānijas Lursoft sniegtās informācijas, Latvijā ir izveidota arī Elektronisko sakaru komersantu asociācija, ar mērķi veicināt elektronisko sakaru pakalpojumu attīstību, savstarpējo sadarbību un informētību, kā arī biedrības biedru līgumsaistību sekmīgākas izpildes un nepieciešamo pakalpojumu nodrošināšana.[5]

Regulējums, kas attiecas uz saglabājamiem datiem ir noteikts Kriminālprocesa likuma 192. panta pirmajā daļā. Dotais regulējums kriminālprocesa izmeklēšanas gaitā nodrošina to, ka tiesībsargājošās iestādes tiesiskā veidā var pievienot kriminālprocesa materiāliem ziņas par avotam un saņēmējam piešķirtajām IP adresēm. Bez šādas informācijas avotu un saņēmēju nebūs iespējams identificēt, kā rezultātā interneta vidē izdarītu noziedzīgu nodarījuma atklāšanas iespējas būs pavisam minimālas. Saglabājamo datu izsniegšanas kārtību regulē Ministru kabineta noteikumi Nr. 820.

Pēc hierarhijas Ministru kabineta noteikumi izvietojami tieši zem likumiem. Tiem ir augstākais juridiskais spēks starp administratīvajiem normatīvajiem aktiem. [6]

Saskaņā ar Elektronisko sakaru likuma 71.1 pantu ir izstrādāti Ministru Kabineta noteikumi, kas paredz kārtību, kādā pirmstiesas izmeklēšanas iestādes, operatīvās darbības subjekti, valsts drošības iestādes, Konkurences padome, prokuratūra un tiesa pieprasa un elektronisko sakaru komersants nodod saglabājamus datus, un kārtība, kādā apkopo statistisko informāciju par saglabājamo datu pieprasījumiem un to izsniegšanu.

Saskaņā ar Ministru kabineta noteikumiem Nr. 820 (turpmāk - MK 820) noteikumiem, attiecīgās institūcijas vadītājam ir jānorīko atbildīgā amatpersona, kura tiek pilnvarota pieprasīt saglabājamus datus. Būtiski, ka vadītājam elektronisko sakaru komersantam ir jānosūta visa nepieciešamā informācija par atbildīgo amatpersonu, t.sk. vārds, uzvārds, amats, adrese, tālrunis, fakss, e-pasts.

Elektronisko sakaru komersants savukārt no savas puses pēc iepriekš minētās informācijas saņemšanas norīko personas no savas puses, kuras nodrošinās saglabājamo datu nodošanu attiecīgajai institūcijai, prokuratūrai un tiesai pēc to pieprasījuma.

No savas puses iepriekšminētās institūcijas, prokuratūra un tiesa nodrošina saglabājamo datu pieprasīšanas nepieciešamību un samērīguma izvērtēšanu, kā arī normatīvajos aktos paredzēto darbību veikšanu, lai pamatotu pieprasījumu. Minēto institūciju pienākums ir šo pieprasījumu reģistrēt, identificējot pilnvaroto amatpersonu, kura datus pieprasījusi, kā arī to personu, kura ierosinājusi šo datu pieprasīšanu.

MK 820 noteikumi nosaka arī, ka elektronisko sakaru komersants nodrošina saglabājamo datu nodošanu pieprasījumā norādītajā apjomā un veidā. Arī komersanta, tāpat kā iepriekšminēto institūciju pienākums ir

reģistrēt pieprasījumu, minot darbiniekus, kuri veic pieprasījumā minēto saglabājamo datu sagatavošanu un izsniegšanu.

Jebkura institūcija var pieprasīt šo pieprasījumā gan rakstveida, gan elektroniski, taču otrais minētais gadījums ir iespējams tikai tad, ja abas puses iepriekš ir slēgušas līguma formu, kas paredzēta MK 820 noteikumu ietvaros.

Pēc MK 820 minētajiem noteikumiem elektronisko sakaru komersantam katru gadu līdz attiecīgā gada 1. Februārim ir jānodod Datu valsts inspekcijā informācija par pieprasījumiem, ko atbilstoši elektronisko sakaru likumam iesniegušas institūcijas, tiesa vai prokuratūra.

Kriminālprocesuālā kārtība ir noteikta kriminālprocesa 190. un 191.pantā. Ja nepieciešamie dati nav MK 820 noteikumu obligāti saglabājamo datu kopums, tad procesa virzītājs saskaņā ar Kriminālprocesa likuma 191.pantu pieņem lēmumu par datu saglabāšanu, kur termiņš ir 30 dienas un kuru var pagarināt vēl par 30 dienām. Kriminālprocesa likuma 192.pants nosaka kārtību kādā iegūstami saglabātie un obligāti saglabājami dati. Dotajā pantā ir noteikti trīs subjekti, kuri var pieprasīt MK 820 noteikumu kārtībā un Kriminālprocesa likuma 191.panta kārtībā saglabāto datu, atklāšanu. Kriminālprocesa likuma 191.panta kārtībā saglabāto datu atklāšanu procesa virzītājs var pieprasīt ar datu subjekta piekrišanu vai izmeklēšanas tiesneša lēmumu. Iztiesājot krimināllietu tiesnesis vai tiesas sastāvs var pieprasīt no sakaru komersanta gan MK 820 noteikumu kārtībā, gan Kriminālprocesa likuma 191.panta kārtībā, saglabāto datu izsniegšanu.

MK 820 noteikumu kārtībā saglabātos datus operatīvas darbības subjekts var pieprasīt pamatojoties uz operatīvas darbības likumu. Operatīvās darbības likuma 9.pantā noteikts, ka "Operatīvo datu iegūšanu no elektronisko sakaru komersantiem — tas ir, tādu datu iegūšanu, kuru saglabāšana elektronisko sakaru komersantam noteikta likumā (saglabājami dati), — veic ar operatīvās darbības subjekta vadītāja (priekšnieka) vai viņa pilnvarotas amatpersonas akceptu, pieprasot datus no elektronisko sakaru komersantiem. Ja saglabājami dati attiecībā uz identificētu personu konkrētajā operatīvās darbības procesā kopumā pieprasīti par laikposmu, kas pārsniedz 30 dienas, operatīvās darbības subjekta pieprasījumam nepieciešams rajona (pilsētas) tiesas priekšsēdētāja īpaši pilnvarota tiesneša akcepts"

Noziedzīgi nodarījumi interneta vidē lielākoties ir ar globālu raksturu, kā rezultātā saglabājamus datus nepieciešams pieprasīt no citu valstu komersantiem. Kriminālprocesa likuma 676. pants nosaka, ka Pierādījumi, kas iegūti krimināltiesiskās sadarbības rezultātā atbilstoši ārvalstī noteiktajai kriminālprocesuālajai kārtībai, pielīdzināmi šajā likumā paredzētajā kārtībā iegūtiem pierādījumiem. Minētais ir pretrunā Konvencijai par kibernetiskajiem nodarījumiem, un Konvencijas par kibernetiskajiem Papildu protokolu par rasisma un ksenofobijas noziedzīgajiem nodarījumiem, kas tiek izdarīti datorsistēmās, kura Latvijas Republikā stājās spēkā 2006. gada 27. oktobrī (turpmāk – Konvencija). Konvencijas 18.pants nosaka kārtību kādā persona pamatojoties uz uzrādīšanas rīkojumu izsniedz abonenta datus. Latvijas Republikas normatīvajos aktos nav ietverts uzrādīšanas rīkojuma instruments, kā rezultātā Kriminālprocesā nav paredzēts šāds pierādījumu iegūšanas juridiskais instruments. Neskatoties uz nacionālā regulējuma nepilnību šāds informācijas apmaiņas instruments pastāv, un praksē komersanti izsniedz informāciju pamatojoties uz Konvencijā noteikto regulējumu, kā arī uz nacionālo regulējumu Kriminālprocesa likumā, proti, 190. panta kārtībā.

Ņemot vērā saglabājamo datu nozīmīgumam noziedzīgu nodarījumu atklāšanā, darba autori uzskata, ka ir jāparedz atbildība par datu nesaglabāšanu un neizsniegšanu. Veicot Administratīvā pārkāpumu kodeksa izpēti, konstatēts, ka tajā nav atrodama atbildība par saglabājamo datu nesaglabāšanu un neizsniegšanu.

Spēkā esošais tiesiskais regulējums nosaka elektronisko sakaru komersantam pienākumu veikt saglabājamo datu saglabāšanu, kā arī kārtību kādā dati ir jāizsniedz iestādēm, bet nenosaka atbildību, kad ja uzliktie pienākumi netiek izpildīti. Latvijas Republikas normatīvajos nav noteikts regulējums, kas paredzētu atbildību elektronisko sakaru komersantiem par minēto pienākumu nepildīšanu. Šāda situācija tieši ietekmē tiesībsargājošo iestāžu iespējas atklāt interneta vidē izdarītus noziedzīgus nodarījumus. Darba autori uzskata, ka nav pieļaujams, ka komersantiem nav paredzēts sodīšanas mehānisms par tik svarīgu datu saglabāšanas pienākumu neizpildi.

Elektronisko sakaru likums paredz piekļuvi saglabājamajiem datiem ar mērķi aizsargāt valsts un sabiedrisko drošību vai nodrošināt noziedzīgu nodarījumu izmeklēšanu, kriminālvajāšanu un krimināllietu iztiesāšanu. Dotā mērķa nesasniegšana komersantu attieksmes un rīcības dēļ var būtiski apdraudēt Satversmes VIII nodaļā noteikto cilvēka pamattiesību aizskārumu.

Elektronisko sakaru likuma 4. panta trešā daļa noteic, ka elektronisko sakaru nozari atbilstoši šajā likumā un likumā "Par sabiedrisko pakalpojumu regulatoriem" noteiktajai kompetencei uzrauga un regulē Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (turpmāk — Regulators).

Saskaņā ar likuma "Par sabiedrisko pakalpojumu regulatoriem" 7. panta trešo daļu Regulatora lēmējinstītūcija ir padome. Padome Regulatora vārdā pieņem lēmumus un izdod administratīvos aktus, kas ir saistoši konkrētiem sabiedrisko pakalpojumu sniedzējiem un lietotājiem. Savukārt minētā likuma 28. panta pirmā daļas 1. punkts noteic, ka Regulators pieņem lēmumu par nepieciešamību pārņemt sabiedrisko pakalpojumu sniedzēja licences darbības zonu, ja sabiedrisko pakalpojumu sniedzējam tiks anulēta (atcelta) licence.[Regulatora likums]

Darba autori uzskata, ka tieši Regulators būtu tā iestāde, kurai jāpieņem lēmumi par Elektronisko sakaru komersantu saukšanas pie atbildības gadījumos, kad netiek saglabāti un izsniegti.

## SECINĀJUMI. ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

Pētījuma rezultātā autori identificē sekojošas problēmas:

- Nacionālo normatīvo aktu izpētes gaitā darba autoriem neizdevās atrast regulējumu, kas noteiktu komersantu atbildību par saglabājamo datu nesaglabāšanu. Datu neesamība un neizsniegšana ne tikai ievērojami apdraud kriminālprocesa norisi, bet arī nenodrošina Satversmes VIII nodaļā noteikto cilvēka pamattiesību aizsardzību.

Pamatojoties uz identificētajām problēmām autori izsaka sekojošu priekšlikumu:

Ņemot vērā rakstā minēto iesakām veikt sekojošus Elektronisko sakaru likuma grozījumus:

Papildināt ar 88. un 89. pantu šādā redakcijā:

"88. pants. Datu nesaglabāšana-

Par saglabājamo datu nesaglabāšanu vai nepienācīgu saglabāšanu, -piemēro naudas sodu juridiskām personām no simts līdz desmit tūkstoš soda vienībām.

89. pants. Datu nesniegšana, datu nepienācīga sniegšana vai nepatiesu datu sniegšana 2007. gada 4. decembra Ministru kabineta noteikumos minētajiem informācijas pieprasīšanas subjektiem

Par saglabājamo datu nesniegšanu, saglabājamo datu nepienācīgu sniegšanu vai nepatiesu saglabājamo datu sniegšanu, -piemēro naudas sodu juridiskajām personām no simts līdz desmit tūkstoš soda vienībām."

Latvijas Republika ir pievienojusies Konvencijai par kibernetizāciju, kas nosaka valsts pienākumu ieviest atbilstošu regulējumu nacionālajos normatīvajos aktos, taču nav ieviesusi regulējumu attiecībā uz Konvencijas 18. pantā noteikto uzrādīšanas rīkojumu ārvalstu komersantiem. Kriminālprocesa likuma 192. panta pirmo daļu izteikt sekojošā redakcijā. Izmeklētājs pirmstiesas kriminālprocesā ar prokurora vai ar datu subjekta piekrišanu un prokurors ar amatā augstāka prokurora vai ar datu subjekta piekrišanu var pieprasīt, lai elektronisko sakaru komersants atklāj un izsniedz Elektronisko sakaru likumā noteiktajā kārtībā saglabājamus datus. Izmeklētājs pirmstiesas kriminālprocesā ar prokurora vai ar datu subjekta piekrišanu un prokurors ar amatā augstāka prokurora vai ar datu subjekta piekrišanu var pieprasīt ārvalstīs esošo informācija par abonementiem pamatojoties uz uzrādīšanas rīkojumu.

## LITERATŪRAS AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Par Konvenciju par kibernoziegumiem un Konvencijas par kibernoziegumiem Papildu protokolu par rasisma un ksenofobijas noziedzīgajiem nodarījumiem, kas tiek izdarīti datorsistēmās. Latvijas Republikas likums. Latvijas Vēstnesis, 171 (3539), 26.10.2006.
2. Elektronisko sakaru likums. Latvijas Republikas likums. Latvijas Vēstnesis, 183 (3131), 17.11.2004.
3. Kriminālprocesa likums. Latvijas Republikas likums. Latvijas Vēstnesis, 74 (3232), 11.05.2005.
4. Operatīvās darbības likums. Latvijas Republikas likums, Latvijas Vēstnesis 131, 30.12.1993.
5. Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodekss. Latvijas Republikas likums. Latvijas Padomju Sociālistiskās Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, 51, 20.12.1984.
6. A. Plotnieks, 2009, Tiesību teorija & juridiskā metode, Rīga, SIA "Izglītības solī"

# ĪPAŠI AIZSARGĀJAMĀ CIETUŠĀ KRIMINĀLPROCESUĀLAIS STATUSS LATVIJĀ

**Ligita Brahmane, Aleksandrs Akimovs,**

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Jelgavas filiāle

Maģistratūra, Krimināltiesības

[ligitabrahmane@inbox.lv](mailto:ligitabrahmane@inbox.lv), [k1m@inbox.lv](mailto:k1m@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:

Dr.iur.,as. prof. Marina Sumbarova

## ANOTĀCIJA

Raksta mērķis ir veikt pētījumu par īpaši aizsargājamā cietušā tiesību institūtu kriminālprocesā, tiesību piemērošanas kārtību. Noskaidrot problēmas, kuras saistītas ar cietušo tiesību piemērošanu un realizāciju kriminālprocesā. Rakstā ir izskatīti jautājumi par cietušā jēdzienu un būtību, kā arī par tiesībām kuras attiecas uz īpaši aizsargājamo cietušo un šo tiesību praktiskie aspekti. Nobeigumā autors izsaka savus secinājumus un savu viedokli par izmaiņām Kriminālprocesa likumā.

**Atslēgas vārdi:** kriminālprocesa likums, kriminālprocess, īpaši aizsargājama cietušā tiesības, kriminālprocesa dalībnieks.

## ABSTRACT

The aim of the article is to carry out a study on the procedure for the application of the law on special protection of the victims 'rights institute for criminal procedure, to find out the problems related to the application and realization of victims' rights in criminal proceedings. Master's thesis consists of an introduction, three parts and a final. In article are described the concept and essence of the victim, general principles of the rights of the victim, the fundamental rights as well as the rights that apply to the practical aspects of the protection of vulnerable victims. In conclusion, the author gives his conclusions and his opinion on changes to the Criminal. In the Paper the author has used normative acts, literature relating to the law, publicistic literature, case law materials and statistical data.

**Keywords:** criminal procedure law, criminal procedure, specially protected victim's rights, criminal party.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION.

Saskaņā ar Eiropas Savienības Padomes 2001. gada 15.marta pamatlēmumu par cietušo statusu kriminālprocesā (2001/220/TI)- cietušais ir fiziska persona, kam ir nodarīts kaitējums, tajā skaitā fizisks vai morāls kaitējums, morālas ciešanas vai mantisks kaitējums, ko tieši izraisījusi darbība vai bezdarbība, kas veido kādas dalībvalsts krimināltiesību pārkāpumu. Cietušais kriminālprocesā ir dalībnieks ar kriminālprocesuāli reglamentētu statusu, ko persona iegūst Kriminālprocesa likumā noteiktajā kārtībā. Skaidrojot kriminālprocesuālo terminu norādīts, ka „cietušais” ir kriminālprocesuālās darbības subjekts - aktīvais un lietā visvairāk ieinteresētais dalībnieks, kuram ir noteikts procesuālais stāvoklis-tiesības, pienākumi un atbildība [1]

Eiropas Savienības Pamattiesību harta noteic, ka viens no valsts uzdevumiem, ir aizsargāt cilvēku no tiesību aizskārumiem, definējot tiesības uz personas neaizskaramību un dzīvību. Savukārt cilvēkam ir tiesības uz cieņu un neaizskaramību, personas brīvību un drošību. [2]. Gadījumos, ja personai garantētās tiesības un brīvības tiek aizskartas, tai ir tiesības uz efektīvu tiesību aizsardzību. Noziedzīgos nodarījumos cietušā atbalsts

ir jebkuras valsts prioritāte. Latvijas Republikas Saeimas 8 nodaļa nodrošina cilvēka pamattiesību aizsardzību.[3].Līdz ar augstākminēto krimināltiesiskajās attiecībās galvenā loma tiek atvēlēta cilvēka un sabiedrības drošībai. Vairākums no cilvēkiem ir pārliecināti ka viņiem nekas ļauns nenotiks, bet nokļūstot cietušā statusā viņiem palīdzēs valsts iestādes.

Par risinājumiem cietušo personu tiesību aizsardzības pasākumu uzlabošanai tiek runāts arvien biežāk. Cietušo personu vajadzību nodrošināšana ir visas sabiedrības nepieciešamība. Cietušajiem ir dažādas vajadzības, kas jānodrošina, lai palīdzētu tiem atgūties no noziedzīga nodarījuma: nepieciešamība tikt atzītiem un saņemt cieņas pilnu attieksmi, būt aizsargātiem un atbalstītiem, nodrošināt taisnīguma un tiesas pieejamību un saņemt kompensāciju un taisnīguma atjaunošanu [4]. Cietušo personu, kā kriminālprocesa dalībnieku, kopskaits saskaņā ar Iekšlietu ministrijas informācijas centra mājas lapas datiem 2018 gadā sasniedza 12 177, bet personu skaits kurām nepieciešama aizstāvība kriminālprocesa uzsākšanas gadījumā ir 16 893. Savukārt noziedzīgie nodarījumi 2018. gadā reģistrēti 43260 reizes[5]. Ņemot vērā, ka cietušās personas ne vienmēr ziņo par noziedzīgu nodarījumu var secināt, ka cietušo skaits ir lielāks par statistikā atainoto. Faktiski cietušās personas ir daudz vairāk, nekā cietušie kā kriminālprocesa dalībnieki, kuri par tādu atzīti ar speciālu procesa virzītāja lēmumu.

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

2016.gada 23.martā spēkā stājās Kriminālprocesa likuma grozījumi, kā rezultātā parādījās jauns termins "Īpaši aizsargājams cietušais" . Īpaši aizsargājamā cietušā statuss noteikts Kriminālprocesa likuma 96.1 pantā.

Īpaši aizsargājams ir cietušais kurš:

- 1) nav sasniedzis pilngadību;
- 2) garīga vai cita veselības traucējuma dēļ pats nespēj izmantot savas procesuālās tiesības;
- 3) cietis no noziedzīga nodarījuma, kas vērsts pret personas tikumību vai dzimumneaizskaramību vai no cilvēku tirdzniecības;
- 4) cietis no noziedzīga nodarījuma, kas saistīts ar vardarbību vai vardarbības piedraudējumu un ko izdarījis cietušā tuvinieks, bijušais laulātais vai persona, ar kuru cietušais bijis neregistrētās laulāto attiecībās;
- 5) noziedzīgā nodarījumā, iespējams radīti smagi miesas bojājumi vai psihiski traucējumi;
- 6) persona, kura cietusi no noziedzīga nodarījuma, kas, iespējams veikts rasistisku, nacionālu, etnisku vai reliģisku motīvu dēļ.
- 7) ar procesa virzītāja lēmumu, par īpaši aizsargājamu atzīst arī cietušo, kas nav minēts šā panta pirmajā daļā, bet kas noziedzīga nodarījuma rezultātā radītā kaitējuma dēļ ir īpaši ievainojams un nav pasargāts no atkārtota apdraudējuma, iebiedēšanas un atriebības.

Ar procesa virzītāja lēmumu par īpaši aizsargājamu atzīst arī cietušo, kas noziedzīga nodarījuma radītā kaitējuma dēļ ir īpaši ievainojams un nav pasargāts no atkārtota apdraudējuma, iebiedēšanas vai atriebības.

Informāciju par īpaši aizsargājama cietušā statusu norāda lēmumā par personas atzīšanu par cietušo. Par pieņemto lēmumu paziņo cietušajam un viņa pārstāvim, ja tāds ir. Arī tiesa var atzīt cietušo par īpaši aizsargājamu. Ja attiecīgie apstākļi kļuvuši zināmi pēc tam, kad pieņemts lēmums atzīt personu par cietušo, procesa virzītājs var pieņemt lēmumu par īpaši aizsargājama cietušā statusa noteikšanu, tiklīdz viņam šie apstākļi kļuvuši zināmi[6].

Īpaši aizsargājamajiem cietušajiem kriminālprocesā ir tiesības piedalīties procesuālajās darbībās kopā ar uzticības personu, ir tiesības saņemt informāciju par apcietinātā un notiesātā atbrīvošanu vai aizbēgšanu no soda izpildes, ir tiesības lūgt, lai viņa dalība tiesas sēdēs tiek nodrošināta ar tehniskajiem līdzekļiem, lai kriminālprocesā iepriekš sniegtu liecību varētu nolasīt vai atskaņot tiesas sēdē. Noziegumos pret tikumību vai dzimumneaizskaramību lieta iztiesājama tikai slēgtā tiesas sēdē. Gadījumos, kad ir šaubas par personas vecumu, līdz patiesības noskaidrošanai tiek pieņemts, ka persona ir nepilngadīga. Kriminālprocesa uzsākšanai



par tīšu vieglu miesas bojājumu nodarīšanu, izvarošanu un seksuālu vardarbību, vairs nav nepieciešams personas, kam nodarīts kaitējums, iesniegums.

Īpaši aizsargājamajam cietušajam var rasties grūtības izpildīt Kriminālprocesa likuma 103.panta 1.daļā noteiktos pienākumus ierasties kriminālprocesa veikšanai pilnvarotas amatpersonas norādītajā laikā un vietā un piedalīties izmeklēšanas darbībā, ka arī 103.panta 3.daļā noteikto pienākumu pēc procesa virzītāja pieprasījuma nekavējoties rakstveidā paziņot savu sūtījumu saņemšanas pasta vai elektronisko adresi. Cietušajam jāapņemas 24 stundu laikā saņemt kriminālprocesu veicošās amatpersonas nosūtītos sūtījumus un bez kavēšanās ierasties pēc procesa virzītāja uzaicinājuma vai izpildīt citus minētos kriminālprocesuālos pienākumus. Tajā skaitā cietušajam ar veselības traucējumiem, kurš pats ar saviem spēkiem nav spējīgs nekavējoties ierasties pie amatpersonas lai piedalītos izmeklēšanas darbība, vai cietušajam nav ne uzticības personas ne tuvinieka kurš viņu var nogādāt pie amatpersonas.

Noziedzīgā nodarījumā cietušajam, pamatojoties uz likumu "Par valsts kompensāciju cietušajiem" ir tiesības saņemt valsts kompensāciju par tīša noziedzīga nodarījuma rezultātā radīto morālo aizskārums, fiziskajām ciešanām vai mantisko zaudējumu, iespēju pretendēt uz valsts atbalstu, tai skaitā kompensāciju brīdī, kad ir noteikts cietušā statuss. [7].

## SECINĀJUMI / ВЫВОДЫ / CONCLUSIONS

Kriminālprocesa likuma grozījumi saistībā ar tiesību paplašināšanu īpaši aizsargājamiem cietušajiem attiecībā uz informācijas saņemšanu atzīstami par nozīmīgiem.

Lai pasargātu īpaši aizsargājamās cietušās no atkārtotas viktimizācijas kā arī radītu iespēju cietušajam termiņos veikt likumā noteiktos cietušā pienākumus, aicinu nodrošināt procesuālajā darbībā obligātu uzticības personu piesaisti, vai pat uzticības personu, jeb cietušā pārstāvja nozīmēšanu ar procesa virzītāja lēmumu. Noteikt par pienākumu procesa virzītājam veikt uzticības personas juridisko zināšanu izvērtēšanu un vajadzības gadījumā nodrošināt uzticības personas piesaisti, kā arī nodrošināt obligātu valsts apmekāta advokāta konsultāciju.

Īpaši aizsargājamajam cietušajam ir sevišķi vajadzīga psiholoģiskā, kā arī juridiskā palīdzība. Neskatoties uz būtiskajām izmaiņām Kriminālprocesa likumā, vēl joprojām apsūdzētā tiesības ir labāk pārstāvētas, nekā cietušā tiesības. Ar obligātiem Valsts apmaksātiem psihologa pakalpojumiem, kā arī ar obligātiem valsts apmaksātiem advokāta pakalpojumiem jānodrošina īpaši aizsargājamie cietušie.

Kriminālprocesa likuma 103.pantā ieteiktu veikt papildinājumus, un noteikt, ka pilnvarota amatpersona pati ierodas pie īpaši aizsargājamā cietušā gadījumā ja īpaši aizsargājama cietušais veselības problēmu dēļ nevar ierasties kriminālprocesa veikšanai pilnvarotās amatpersonas norādītajā laikā un vietā un piedalīties izmeklēšanas darbībā. Kā arī dēļ augstākminētajiem iemesliem nevar 24 stundu laikā saņemt kriminālprocesu veicošās amatpersonas sūtījumus un bez kavēšanās ierasties pēc procesa virzītāja uzaicinājuma vai izpildīt citus minētos kriminālprocesuālos pienākumus

Ļoti būtiska ir sabiedrības iesaiste noziedzīga nodarījuma atklāšanā. Iesaistot sabiedriskās organizācijas vajadzētu skaļāk un redzamāk veikt sabiedrības informēšanu noziedzīga nodarījuma atpazīšanā. Kā arī jāatgādina, ka katram cilvēkam ir tiesības uz cieņu un neaizskaramību, personas brīvību un drošību. Kā arī gadījumā ja cilvēka pamattiesības ir aizskartas katram ir iespēja vērsties tiesībsargājošās iestādēs pēc palīdzības.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS / СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Eiropas Savienības Pamattiesību harta <https://eurlex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX%3A12012P%2FTXT> [Apmeklēts 28.10.2019]
2. . Latvijas Republikas Satversme. Latvijas Republikas likums.Latvijas Vēstnesis Nr.43.01.07.1993

3. Meikališa Ā., Strada K. Kriminālprocesuālo terminu skaidrojošā vārdnīca. Rīga:Raka, 2000.gads. 51. Lpp.
4. Komisijas Paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Ekonomisko un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai. Cietušo tiesību stiprināšana Eiropas Savienībā COM/2011/0274.2011.gada18.maijs Pieejams:<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/LV/TXT/?uri=CELEX%3A52011DC0274> [Apmeklēts 28.10.2019.]
5. Iekšlietu ministrijas informācijas centra statistika par cietušajiem. Pieejams: <http://www.ic.iem.gov.lv/lv/node/769> [Apmeklēts 28.10.2019.]
6. Kriminālprocesa likums, Latvijas Republikas likums, pieņemts 21.04.2005., publicēts „Latvijas Vēstnesis”, 74 (3232), 11.05.2005., ar grozījumiem uz 03.05.2016, publicēts „Ziņotājs”, 11, 09.06.2005. Ar grozījumiem uz 05.10.2018
7. Par valsts kompensāciju cietušajiem.Latvijas Republikas likums.Latvijas vēstnesis. Nr.87. Pieņemts 18.05.2006/

# PROBLEMĀTIKA PIRMSTIESAS IZMEKLĒŠANĀ AUTORTIESĪBU PĀRKĀPUMOS NELICENCĒTU DATORPROGRAMMU IZMANTOŠANĀ

**Aivis Rumba**

Latvija, "Baltijas Starptautiskā Akadēmija", Rīgas filiāle, Maģistratūra, Krimināltiesības,

aivis.rumba@gmail.com

Zinātniskais vadītājs: Dr.iur. Uldis Ķinis

## ANOTĀCIJA

Referāta tēma ir: "Problemātika pirmstiesas izmeklēšanā autortiesību pārkāpumos nelicencētu datorprogrammu izmantošanā".

Vadoties pēc Centrālās statistikas pārvaldes datubāzes datiem 9 no 10 aptaujātajiem respondentiem apgalvo, ka lieto datoru ikdienā, līdz ar ko arī uz tā uzstādītās datorprogrammas. Ik gadus tiesību īpašniekiem un arī valsts ekonomiskajai situācijai šādi pārkāpumi nes milzīgus zaudējumus, jo netiek maksāti nodokļi, kā arī tiek kropļota konkurence.

Darba mērķis: ir izpētīt teorētiskos un praktiskos aspektus no tiesiskā regulējuma viedokļa nelicencētu datorprogrammu lietošanas ierobežošanas jomā no Valsts policijas redzesloka, pievēršot uzmanību uz pastāvošajiem problēmu jautājumiem nelicencētu datorprogrammu lietu izmeklēšanā, un rast tiem risinājumus.

Autors izpētot nelicencētu datorprogrammu lietošanas ierobežošanu no Valsts policijas kompetences jomas, secina, ka pie pastāvošā tiesiskā regulējuma, problēmjaucājumi rodas ar noziedzīgā nodarījuma kvalificēšanu un pierādījumu fiksēšanu izmeklēšanas gaitā.

**Atslēgas vārdi:** Autortiesības, nelicencēta datorprogramma

## ABSTRACT

Research work theme: Problems in pre-trial investigation of the use of unlicensed computer programs in copyright infringement.

According to the data of the Central Statistical Bureau, 9 of 10 respondents say that they use computer every day, along with the computer software installed on it. Each year the rights holders and the country's economic situation make such violations a huge loss because taxes are not paid, and competition is distorted.

The aim of the research is to explore theoretical and practical aspects from the point of view of the legal regulation in the field of limiting the use of illegal computer programs from the sight of the State Police, paying attention to the investigation of cases of non-licensed computer software cases and finding solutions.

By exploring restriction of the use of unlicensed computer programs from the field of competence of the State Police, the author concludes that, in the current legal framework, the problems arise from the classification of a criminal offense and the recording of evidence in the course of an investigation.

**Key words:** Copyright, unlicensed software

## IEVADS. INTRODUCTION. ВВЕДЕНИЕ.

Lielākajā daļā pasaules valstu likumdošanu intelektuālā īpašuma izmantošanā bez tiesību īpašnieka atļaujas ir sodāma. Neskatoties uz to, šīs tiesības tiek pārkāptas samērā bieži, kā rezultātā ik gadus tiesību īpašniekiem un arī valsts ekonomiskajai situācijai tas nes milzīgus zaudējumus, jo netiek maksāti nodokļi. Ir pierasts, ka ar šāda veida darbībām, kuras nav atļautas nodarbojas noziedznieki, un autortiesību pārkāpšana

viņiem dod finansiālu peļņu tas ir apmēram tas pats, kā tirgot ieročus vai narkotiskās vielas, tikai atšķirība ir tāda, ka risks un sods, kas paredzēts par intelektuālā īpašuma tiesību, pārkāpšanu ir salīdzinoši mazāks.

Darba uzdevums ir izpētīt datorprogrammu jēdzienu un tiesisko statusu autortiesību likuma izpratnē, apskatīt, kā izpaužas nelicencētas datorprogrammas lietošanas ierobežošana, apskatot likumā paredzēto personu atbildību par nelicencētu datorprogrammu reproducēšanu un lietošanu. Darba gaitā tiks konstatētas problēmas, ar kurām saskaras izmeklētāji un operatīvie darbinieki, izmeklējot nelicencētu datorprogrammu pārkāpumus, kurām tiks piedāvāti risinājumi.

Darba mērķis ir izpētīt teorētiskos un praktiskos aspektus no tiesiskā regulējuma viedokļa nelicencētu datorprogrammu lietošanas ierobežošanas jomā no Valsts policijas redzesloka, pievēršot uzmanību uz pastāvošajiem problēmu jautājumiem nelicencētu datorprogrammu lietu izmeklēšanā, un rast tiem risinājumus.

darbā pētāmie jautājumi:

Kāds ir datorprogrammu programmu jēdziens un tiesiskais status autortiesību likuma izpratnē;

Kā izpaužas nelicencētas datorprogrammas lietošanas ierobežošana;

Kāda ir personu atbildība par nelicencētu datorprogrammu reproducēšanu un to lietošanu;

Darbā autors izmantos zinātniskās literatūras un publikāciju izpētes un sistematizācijas metodes

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

ANO Vispārējā cilvēktiesību deklarācija 27. pantā ir noteikts, ka katram cilvēkam ir tiesības brīvi piedalīties sabiedrības kultūras dzīvē, baudīt mākslu, darboties zinātnes progresa labā un izmantot tā sasniegumus, kā arī katram cilvēkam ir tiesības uz morālo un materiālo interešu aizsardzību saistībā ar zinātniskajiem, literārajiem vai mākslas darbiem, kuru autors viņš ir.[38]

Autors J.Rozenfelds[39] uzskata, ka apskatot datorprogrammu kā autortiesību objektu ir konstatējamas divas pieejas: no vienas puses, apskatāma datorprogrammas atbilstība klasiskajai autortiesību darbu izpratnei, vērtējot datorprogrammu kā literāru (literāri zinātnisku) darbu, no otras puses, – vērtējot datorprogrammu kā funkcionāli izmantojamu objektu jeb funkcionālu darbu.

Pirmais starptautiskais līgums, kur autortiesību darbu aizsardzība tika iekļauta konvencijā bija konvencija par kibernetiskajiem, kura tika pieņemta Budapeštā 23.11.2001, Latvija konvencijai pievienojās 14.04.2007. Konvencijas 10. pants paredz autortiesību un blakustiesību pārkāpšanu saistītie noziedzīgie nodarījumi, kas paredz, ka katra puse pieņem tādus normatīvos aktus un veic citus nepieciešamos pasākumus, lai savos nacionālajos normatīvajos aktos noteiktu ar autortiesību pārkāpšanu saistītos noziedzīgos nodarījumus.[40]

Viens no nozīmīgākajiem tiesību aktiem, kas regulē datorprogrammu tiesiskās aizsardzības nozari Eiropas Savienībā ir Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva „par datorprogrammu tiesisko aizsardzību” Nr.2009/24/EK (turpmāk – datorprogrammu direktīva). Datorprogrammu direktīvas izpratnē datorprogrammas autors ir fiziska persona vai fizisku personu grupa, kas radījusi programmu vai, ja dalībvalsts tiesību akti to pieļauj, juridiska persona, ko šie tiesību akti atzīst par tiesību īpašnieku. [41]

Autortiesības ir izņēmuma tiesību veids, kuru subjekts ir literāro un mākslas darbu autors, objekts autora darbs, un tiek attiecināms uz jebkuriem darba izmantojuma aspektiem un veidiem.[42] Gan fiziskais, gan intelektuālais darbs pieder pie vissvarīgākajām cilvēka aktivitātēm. Parasti tas ir arī galvenais iztikas

<sup>38</sup> ANO Vispārējā cilvēktiesību deklarācija. Pieņemts un pasludināts ar Ģenerālās Asamblejas 1948. gada 10. decembra 217. A (III) rezolūciju, 27. pants

<sup>39</sup> Rozenfelds, J. Intelektuālais īpašums. Otrais, labotais un papildinātais izdevums. Rīga: Zvaigzne ABC, 2008, 34.lpp.

<sup>40</sup> Konvencija par Kibernetiskajiem: Eiropas Padome, pieņemts 23.11.2001., publicēts “Latvijas Vēstnesis” Nr. 171 (3539), 26.10.2006.

<sup>41</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva „Par datorprogrammu tiesisko aizsardzību” Nr.2009/24/EK

<sup>42</sup> Autoru kolektīvs. Autortiesības. Rokasgrāmata. – Rīga, Izdevniecība “AGB” 1997. 29.lpp.

līdzekļu avots, taču piedalīšanās profesionālajā dzīvē veido pamatu arī radošajai domāšanai, pašrealizācijai un sociālajiem kontaktiem. Darbs un ar to saistītā sociālā vide indivīdam dod iespēju attīstīt savu personību.[43]

Autortiesības aptver gan tiesības uz autoru darbu ekonomiskā izmantojuma kontroli (mantiskās tiesības), gan uz īpašās personiskās saiknes ar darbu aizsardzību (personiskās tiesības). U.Krastiņš un V.Liholaja[44] norāda, ka Latvijas Republikas Satversmes 113. pants garantē valsts atzītas zinātniskās, mākslinieciskās un citādas jaunrades brīvību, proti, autora personiskās tiesības un intereses, kā arī to personu tiesības un intereses, kuras uz likumīga pamata izmanto autortiesību objektus, uzstājoties jebkādā veidā plašas auditorijas priekšā. Par prettiesiska autortiesību objekta izmantošanu, saskaņā ar Autortiesību likuma 68.panta pirmo daļu uzskatāma darbība, ar kuru aizskartas autortiesību un blakustiesību subjekta personiskās (autoram) vai mantiskās tiesības (īpašuma tiesības, kuras aizsargā Satversmes 105. pants), to skaitā autortiesību objekta publicēšana, publiskošana, reproducēšana un izplatīšana jebkādā veidā bez autortiesību un blakustiesību subjekta piekrišanas.

Pirmstiesas izmeklēšana datorprogrammu lietās praksē parasti netiek uzsākta, pamatojoties uz cietušās personas iesniegumu. Atbilstoši Kriminālprocesa likuma 369. panta nosacījumiem visizplatītākais veids ir ceturtās daļas 4. punktā noteiktās pārbaudes - 4) veicot citas likumos noteiktās funkcijas — pārbaudes, operatīvo darbību - kas ir bijušas par pamatu sākotnēji uzsākt administratīvo lietvedību.[45] Administratīvās lietas izskatīšanas laikā konstatējot apstākļus, ka policijas darbinieku veiktās datorprogrammu legalitātes laikā fiksētais, ir noziedzīgs nodarījums un atbilst Krimināllikuma 148. panta kvalificējošam pazīmēm un atbilstoši Kriminālprocesa likuma 6. pantā noteiktajam principam – Kriminālprocesa obligātums - Amatpersonai, kura pilnvarota veikt kriminālprocesu, ikvienā gadījumā, kad kļuvis zināms kriminālprocesa uzsākšanas iemesls un pamats, ir pienākums savas kompetences ietvaros uzsākt kriminālprocesu.[46] Turpmākais risinājums atkarīgs, no katras policijas struktūrvienības iekšējās prakses, būtiskākais ir veikt darbības procesuāli precīzi.

Saskaņā ar Likumu par Krimināllikuma spēkā stāšanās un piemērošanas kārtību 23.panta. (1) daļu Atbildība par Krimināllikumā paredzēto noziedzīgo nodarījumu, ar kuru radīts būtisks kaitējums, iestājas, ja noziedzīgā nodarījuma rezultātā ne vien nodarīts ievērojams mantiskais zaudējums, bet arī apdraudētas vēl citas ar likumu aizsargātās intereses vai, ja šāds apdraudējums ir ievērojams. (Līdz 2015. gada 2. decembrim) Redakcijā, kas ir spēkā no 2015. gada 3. decembra līdz šim brīdim - 23.pants. (1) Atbildība par Krimināllikumā paredzēto noziedzīgo nodarījumu, ar kuru radīts būtisks kaitējums, iestājas, ja noziedzīgā nodarījuma rezultātā iestājušās kādas no minētajām sekām:

1) nodarīts mantisks zaudējums, kas noziedzīga nodarījuma izdarīšanas brīdī nav bijis mazāks par piecu tai laikā Latvijas Republikā noteikto minimālo mēnešalgu kopsummu, un apdraudētas vēl citas ar likumu aizsargātās intereses;

2) nodarīts mantisks zaudējums, kas noziedzīga nodarījuma izdarīšanas brīdī nav bijis mazāks par desmit tai laikā Latvijas Republikā noteikto minimālo mēnešalgu kopsummu;

3) ievērojami apdraudētas citas ar likumu aizsargātās intereses.

Tiesu praksē novērota arī diskusija, kas datorprogrammai būtu tirgus cena vai tai pielīdzinātā cena, ņemot vērā, ka datorprogrammu tirgus ir starptautisks, bet to licences līgumu nosacījumi bieži vien ietver teritoriālas lietošanas nosacījumus.[47]

Datorprogrammas tiek viltotas un pirātiski izplatītas no visu veidu autor darbiem nešķirojot tos, šādus pārkāpumus izdara gan organizācijas, gan uzņēmumi, iestādes vai fiziskas personas veidojot datorprogrammu nelegālas kopijas, izmantojot vienu legāli iegādātu CD, lai instalētu konkrēto programmu uz vairākiem datoriem, kopējot diskus programmas instalēšanai vai izplatīšanai.

<sup>43</sup> "Kultūras vēsture vārdos, jēdzienos un nosaukumos" Rīga, RaKa, 2000. 51.lpp

<sup>44</sup> Krastiņš U., Liholaja V. Krimināllikuma komentāri. Otrā daļa. Rīga, Tiesu namu aģentūra, 2016, 364.lpp.

<sup>45</sup> Kriminālprocesa likums. LR likums. Latvijas Vēstnesis, Nr. 74 (3232), 11.05.2005., Ziņotājs, Nr. 11, 09.06.2005., spēkā ar 01.10.2005.

<sup>46</sup> Turpat

<sup>47</sup> Kurzemes rajona tiesas 2018.gada 21. marta spriedums administratīvā pārkāpuma lietā Nr. 120029717

Bez maksas datorprogramma nenozīmē, ka šai programmai nav nepieciešama licence, licences nosacījumos noteikts, ka autors devis savu piekrišanu šo datorprogrammu lietot bez maksas noteiktā teritorijā, noteiktam mērķim, noteiktā veidā, neprasot par to atlīdzību.

Datorprogrammas legalitāti apliecināt var ar iegādes dokumentiem, pašu licenci vai licences līgumu, instalācijas datu nesēju vai elektronisku instalāciju vai licenci, būtiski ir šajā civiltiesiskajā darījumā, kas noslēgts starp pusēm paredzēt darba izmantošanas veidus un ierobežojumus.

## SECINĀJUMI. CONCLUSIONS. ВЫВОДИ.

Daudzas datorprogrammas nesaglabā informāciju vai saglabā nepietiekamu informāciju par veiktajiem procesiem un lietotāja izveidotajiem failiem izmantojot konkrēto datorprogrammu.

Priekšlikums: Dārgo datorprogrammu izstrādātājiem, kuri grib aizsargāt savas autortiesības un cīnīties pret nelikumīgiem uzņēmējiem vai privātpersonām, savās datorprogrammās jāiestrādā funkcija, kas saglabā sistēmas žurnālu pierakstus failā, kurā atspoguļotu informāciju par datorprogrammas darbībām izveidotajiem failiem to laikiem un saglabāto vietu, kā arī datorprogrammas ciparu atslēgu, kas palīdzētu izmeklēšanai, un būtu vieglāk konstatēt kādi projekti ar attiecīgo datorprogrammu ir izgatavoti vai modificēti. Šo failu automātiski nosūtīt datorprogrammas izgatavotājiem.

Datorprogrammām Latvijā vai pat Baltijas, vai Ziemeļvalstīs ir tikai viens oficiālais tiesību pārstāvis, kas deleģēts izplatīt datorprogrammas licences noteiktā reģionā. Pēc autora domām viena pārstāvja cena nevar tikt uzskatīta par tirgus cenu, sevišķi pie apstākļiem, ka fiziski iespējams datorprogrammu iegādāties arī no ārvalstu komersantiem dažādos interneta resursos. Starptautiska tirgus apstākļos, kurā piedalās vairāki komersanti piedāvājot savas cenas, licences cenu nevar uzskatīt par tirgus cenai pielīdzināmu cenu. Pie šādiem apstākļiem nebūs iespējams interneta vidē, viena kriminālprocesa izmeklēšanas ietvaros, noteikt vai lētākās licences pārdevējs pats izplata legālu produktu, kā arī vai būs pietiekams pamats atsaukties uz piedāvātās cenas patiesumu. Autortiesību izpratnē autora atļauja, lietot darbu, tiek izsniegta licences vai licences līguma veidā. Darba autors uzskata par saprātīgu likumā Par Krimināllikuma spēkā stāšanās un piemērošanas kārtību likumdevējam ieviest papildus imperatīvas normas, kas precizētu tieši priekšmetu vērtības noteikšanu autortiesību jomā. 20, 22 un 23.1 pantiem nosakāms papildus punkts, kas noteiktu, ka autortiesību un blakustiesību objekta vērtība nosakāma balstoties uz oficiālā tiesību īpašnieka noteikto licences vai licences līguma maksu.

Priekšlikumi: Likumā Par Krimināllikuma spēkā stāšanās un piemērošanas kārtību 20. pantu izteikt šādā redakcijā: “Atbildība par Krimināllikumā paredzēto noziegumu, kas izdarīts lielā apmērā, iestājas, ja nozieguma priekšmeta kopējā vērtība nodarījuma izdarīšanas brīdī nav bijusi mazāka par piecdesmit tai laikā Latvijas Republikā noteikto minimālo mēnešalgu kopsommu.

1) Priekšmetu vērtība nosakāma atbilstoši tirgus cenām vai tām pielīdzinātām cenām nodarījuma izdarīšanas laikā.

2) Autortiesību un blakustiesību objekta vērtība nosakāma balstoties uz oficiālā tiesību īpašnieka noteikto licences vai licences līguma maksu.”

Likumā Par Krimināllikuma spēkā stāšanās un piemērošanas kārtību 22. pantu izteikt šādā redakcijā: “Atbildība par Krimināllikumā paredzēto noziedzīgo nodarījumu, kas izdarīts nelielā apmērā, iestājas, ja vainīgajam bijis nodoms iegūt noziedzīga nodarījuma priekšmetu, kura vērtība nodarījuma izdarīšanas brīdī nepārsniedz vienu tai laikā Latvijas Republikā noteikto minimālo mēnešalgu.

1) Priekšmeta vērtība nosakāma atbilstoši tirgus cenām vai tām pielīdzinātām cenām nodarījuma izdarīšanas laikā.

2) Autortiesību un blakustiesību objekta vērtība nosakāma balstoties uz oficiālā tiesību īpašnieka noteikto licences vai licences līguma maksu.”

Likumā Par Krimināllikuma spēkā stāšanās un piemērošanas kārtību 23.1 pantu izteikt šādā redakcijā: “(1) Atbildība par Krimināllikumā paredzēto noziedzīgo nodarījumu, kas izdarīts ievērojamā apmērā, iestājas,

ja noziedzīga nodarījuma priekšmeta kopējā vērtība nodarījuma izdarīšanas brīdī nav bijusi mazāka par desmit tai laikā Latvijas Republikā noteikto minimālo mēnešalgu kopsummu.

1) Priekšmeta vērtība nosakāma atbilstoši tirgus cenām vai tām pielīdzinātām cenām nodarījuma izdarīšanas laikā.

2) Autortiesību un blakustiesību objekta vērtība nosakāma balstoties uz oficiālā tiesību īpašnieka noteikto licences vai licences līguma maksu”

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. REFERENCES. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.

1. ANO Vispārējā cilvēktiesību deklarācija. Pieņemts un pasludināts ar Ģenerālās Asamblejas 1948. gada 10. decembra 217. A (III) rezolūciju, 27. pants
2. Vispasaules intelektuālā īpašuma organizācijas (WIPO) līgums par autortiesībām, likums par Latvijas pievienošanu pieņemts 03.02.2000, Latvijas Vēstnesis Nr. 53/54, 17.02.2000.
3. Par Marakešas līgumu par Pasaules Tirdzniecības organizācijas izveidošanu. LR likums. Pieņemts 17.12.1998., publicēts Latvijas Vēstnesis 29.12.1998
4. Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva „Par datorprogrammu tiesisko aizsardzību” Nr.2009/24/EK
5. “Kultūras vēsture vārdos, jēdzienos un nosaukumos” Rīga, RaKa, 2000. 51.lpp
6. Konvencija par Kibernozieģumiem: Eiropas Padome, pieņemts 23.11.2001., publicēts “Latvijas Vēstnesis” Nr. 171 (3539), 26.10.2006.
7. Latvijas Republikas Satversme: LR likums. Latvijas Vēstnesis Nr.43, 01.07.1993.
8. Autortiesību likums: LR likums, Latvijas Vēstnesis Nr. 148/150 27.04.2000.
9. Krimināllikums: LR likums. Latvijas Vēstnesis Nr.199/200, 08.07.1998
10. Kriminālprocesa likums. LR likums. Latvijas Vēstnesis, Nr. 74 (3232), 11.05.2005., Ziņotājs, Nr. 11, 09.06.2005., spēkā ar 01.10.2005.
11. Par Krimināllikuma spēkā stāšanās un piemērošanas kārtību LR likums. Pieņemts: 15.10.1998. Stājas spēkā: 05.11.1998. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 331/332 (1392/1393)
12. Autoru kolektīvs. Autortiesības. Rokasgrāmata. – Rīga, Izdevniecība “AGB” 1997. 29.lpp.
13. Krastiņš U., Liholaja V. Krimināllikuma komentāri. Otrā daļa. Rīga, Tiesu namu aģentūra, 2016, 364.lpp.
14. Rozenfelds, J. Intelektuālais īpašums. Otrais, labotais un papildinātais izdevums. Rīga: Zvaigzne ABC, 2008, 34.lpp.

# SASKARSMES TIESĪBU REALIZĀCIJA BĒRNAM ATRODOTIES ĀRPUS LATVIJAS TERITORIJAS

**Diāna Škarste**

Latvija, Baltijas starptautiskā akadēmija  
Profesionālā maģistrantūra “Privāttiesības”  
[diana1987@inbox.lv](mailto:diana1987@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:  
Mg.iur.Maruta Ozoliņa

## ANOTĀCIJA

Visās Eiropas Savienības dalībvalstīs ir atzīts, ka bērnam ir personīgas attiecības un tiešs kontakts arī gadījumos, ja vecāki dzīvo dažādās valstīs. Katrai Eiropas Savienības valstij ir savi noteikumi jautājumā par aizgādības un saskarsmes tiesībām. Prakse liecina, ka bieživien bērna vecāki ignorē otra vecāka un bērna tiesības, pieņem vienpersoniskus lēmumus, pārkāpjot otra vecāka aizgādības un saskarsmes tiesības. Tādā veidā tiek pārkāptas nacionālās, un starptautiskās tiesību normas. Situācijā, ja viens no bērna vecākiem bez otra bērna vecāka piekrišanas aizved bērnu dzīvot uz ārzemēm, tiek uzskatīta par bērna nolaupīšanu, vai bērna prettiesisku aizvešanu jeb pārvietošanu. Latvijas iedzīvotāju masveida migrācijas rezultātā bērna intereses un tiesības tiek aizskartas un abu vecāku pilnvertīga saskarsmes tiesību realizācija ar bērnu ir apgrūtināta. Pilnvertīgu saskarsmes tiesību realizācijai vecākam ir jādodas pie bērna uz citu valsti vai otrādi – bērns dodas vai tiek vests pie vecāka. Rakstā tiek analizēti bērna un vecāku saskarsmes tiesību Eiropas un Latvijas normatīvais regulējums, aplūkoti problēmas jautājumi par vecāku un bērnu saskarsmi, kad vecāki dzīvo šķirti un ar to saistīta judikatūra, tiek izvirzīti attiecīgie priekšlikumi.

**Atslēgas vārdi:** aizgādība, bērnu tiesības, saskarsmes tiesības, vecāku atbildība.

## ABSTRACT

It is recognized in all Member States of the European Union that the child has a personal relationship and direct contact, even if the parents live in different countries. Each country in the European Union has its own rules on custody and access rights. Practice shows that often the parents of a child ignore the rights of the other parent and child, and make individual decisions in violation of the other parent's rights of custody and access. This violates national and international law. A situation where one of the parents of a child takes the child abroad without the consent of the parent of the other child is considered abduction or unlawful removal. As a result of the mass migration of the Latvian population, the interests and rights of the child are violated and the full realization of the rights of access to the child by both parents is difficult. In order to enjoy full access rights, the parent must go to the child's home country or vice versa - the child goes or is taken to the parent. The article analyzes the European and Latvian regulatory framework for the rights of access of children and parents, addresses issues of parent-child interaction when parents live apart and related case law, and makes relevant proposals.

**Keywords:** children's rights, communication rights, custody, parental responsibility.

## IEVADS

Raksta pētāmā problēma ir bērna saskarsmes tiesību realizēšana, bērnam atrodies ārpus Latvijas teritorijas. Problēma ir aktuāla, jo visā Eiropas Savienībā valstu robežas ir atvērtas, pamatojoties uz Šengenas konvenciju.[2] Turklāt, dēļ saspringtajiem ekonomiskajiem apstākļiem Latvijas iedzīvotāji meklē



piemērotākas darba un sadzīves iespējas ārzemēs, kā rezultātā bērna vecāki lemj jautājumu par bērna izvešanu uz ārzemēm. Tādā veidā tiek skartas arī bērna intereses.

Visās Eiropas Savienības dalībvalstīs ir atzīts, ka bērnam ir personīgas attiecības un tiešs kontakts ar saviem vecākiem arī gadījumos, ja vecāki dzīvo dažādās valstīs.[11] Katrai Eiropas Savienības valstij ir savi noteikumi jautājumā par aizgādības un saskarsmes tiesībām.

Prakse liecina, ka bieži vien bērna vecāki ignorē otra vecāka un bērna tiesības, pieņem vienpersoniskus lēmumus, pārkāpjot otra vecāka aizgādības un saskarsmes tiesības. Tādā veidā tiek pārkāptas nacionālās un starptautiskās tiesību normas. Situācijā, ja viens no bērna vecākiem bez otra bērna vecāka piekrišanas aizved bērnu dzīvot uz ārzemēm, tiek uzskatīta par bērna nolaupīšanu, vai bērna prettiesisku aizvešanu jeb pārvietošanu.[6]Šinī gadījumā tiek skatīti strīdi par saskarsmes tiesību nodrošināšanas iespējām starp Eiropas Savienības valstīm.

Raksta mērķis ir atrast problēmas risinājumu, lai abu vecāku un bērnu tiesības uz saskarsmi netiktu aizskartas, kad vecāki dzīvo šķirti un bērni atrodas pie viena no vecākiem.

Rakstā ir izmantotas sekojošās pētījuma metodes:

- 1) Deskriptīvā (aprakstošā) metode, ar kuras palīdzību tiek noskaidroti vispārīgi jēdzieni, termini un būtība pētāmiem jautājumiem;
- 2) Grāmatiskā metode;
- 3) Sistēmiskā metode.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ

Eiropas Savienībā jautājumus par bērnu pārrobežu nolaupīšanas civiltiesiskajiem aspektiem risina Hāgas 1980.gada 25.oktobra konvencija par starptautiskās bērnu nolaupīšanas civiltiesiskajiem aspektiem. Tās mērķis ir aizsargāt bērnus no nelabvēlīgas ietekmes, ko radījusi viņu prettiesiska aizvešana vai aizturēšana, un paredzēt rīcību, kas nodrošinātu bērna ātru atgriešanu viņa pastāvīgās dzīvesvietas valstī.[1] Savukārt Eiropas Padomes Regulas Nr. 2201/2003 (EK), jeb Briseles IIbis regulas pamatmērķis ir atturēt vecākus no bērnu nolaupīšanas un pasargāt bērnus no pretlikumīgas aizvešanas uz citu valsti kaitīgās ietekmes.[3]

Vadoties pēc Regulas principa par aizgādības un saskarsmes tiesībām ir izskatāmas, respektējot otras valsts normatīvos aktus. Ja lietā ir iesaistītas vairākas valstis, piemēram, ja vecāki nedzīvo vienā un tajā pašā valstī, par vecāku atbildību spriež tiesas tajā Eiropas Savienības valstī, kurā parasti dzīvo bērns.

Hāgas konvencijas mērķu sasniegšanai Latvijā ir iesaistītas vairākas valsts un pašvaldības iestādes ar dažādiem pienākumiem un tiesībām. Bērna atgriešanas risināšanā persona ar pieteikumu var griezties gan tiesā, gan Tieslietu ministrijā.[1] Saskaņā ar Latvijas normatīvajiem aktiem, šādās lietās piedalās arī bāriņtiesa, kas strīdu gadījumā veic pārrunas ar vecākiem, nogādā bērnu krīzes centrā, sagatavo bērnu atgriešanai pie otra vecāka un c. Turklāt valsts nodrošina izmantot ģimenes mediāciju un saņemt daļēji valsts apmaksātus sertificētu mediatoru pakalpojumus, lai palīdzētu risināt domstarpības, kuras var skart arī bērnu intereses.

Visbiežāk sastopamās konfliktsituācijas vecāku starpā pēc šķiršanās ir tieši turpmākās saskarsmes nodrošināšana ar bērnu. Statistika rāda, ka 2018. gadā tika šķirtas 5 697 laulības, kas ir par 21 % vairāk nekā 2010. gadā, kad vēl nebija iespējas šķirt laulību pie zvērināta notāra. 2016. gadā tika šķirtas 6061 laulības, savukārt 2015. gadā šķirto laulību skaits bija 5151.[10]

Kopš 1990. gada sākuma migrācijas rezultātā Latvijā gandrīz par pusmiljonu ir samazinājies iedzīvotāju skaits, kas ir devušies uz ārvalstīm.[9] Gadījumā, kad vecāki dzīvo dažādās valstīs bērnam ir saglabājamas personīgas attiecības un tiešs kontakts ar otru vecāku.

Šajā gadījumā tiesības uz saskarsmi tiek aizskartas otram vecākam, pašam bērnam, kā arī citām personām. Personas, kas var realizēt saskarsmi ar bērnu, ir bērna vecāki, brāļi, māsa, vecvecāki un personas, ar kurām bērns ilgu laiku dzīvojis nedalītā saimniecībā.[5]Bērna vecākam, kura tiesības īstenot

aizgādības un saskarsmes tiesības pār bērnu ir aizskartas var iesniegt tiesai pieteikumu par bērna atgriešanos valstī, kurā ir viņa dzīvesvieta.

Atbilstoši Civilprocesa likuma 644.<sup>13</sup> un 644.<sup>14</sup> pantam lietas par bērna prettiesisku pārvietošanu pāri robežai uz Latviju vai aizturēšanu Latvijā, ja bērna dzīvesvieta ir citā valstī, tiek izskatītas saskaņā ar 77.<sup>2</sup> nodaļas noteikumiem,[4] ievērojot šā likuma vispārīgos noteikumus. Rīkojumu par bērna atgriešanos vai atteikumu dod vispārējās jurisdikcijas tiesa. Īpaši problemātisks jautājums ir par nolēmuma piespiedu izpildi, kas ir sarežģīts, ja netiek labprātīgi pildīts tiesas noteiktais. Prakse liecina, ka ir situācijas, kad viens no vecākiem saskarsmi ar bērnu otram vecākam liedz, neskatoties pat uz to, ka spēkā ir stājies tiesas spriedums par saskarsmes kārtības noteikšanu.

Būtiski, ka atbilstoši Hāgas konvencijai tiesām, izskatot pieteikumus par bērna atgriešanu Latvijā, ir jāizvērtē, vai nepastāv apstākļi, kuri būtu ņemami vērā, lai lemtu par bērna neatgriešanu viņa pastāvīgajā dzīvesvietā. Piemēram ir jāņem vērā bērna viedoklis un tas, vai nepastāv risks, ka atgriešana sagādās bērnam fizisku vai psiholoģisku traumu.[1]

Bērna iebildumi pret atgriešanu ir viens no svarīgākajiem bērna neatgriešanas pamatiem, taču ir jāņem vērā arī tas, vai bērns nav iebiedēts no nolaupītāja puses, pirms izsaka tādu iebildumu. Šādos gadījumos bāriņtiesai vienmēr ir jākomunicē ar bērnu, savukārt psihologam ir jāpielieto metodes, lai noskaidrotu bērna patieso viedokli. Pat ja bērns atgriešanās procesā izteicis vēlēšanos palikt pie vecāka, kurš prettiesiski nolaupījis bērnu, bērna atgriešanās lūguma atteikums būtu nepamatots, jo tas radītu nepamatotas priekšrocības vecākam, kurš prettiesiski aizvedis vai aizturējis bērnu. Turklāt būtiski ņemt vērā apstākļus, kādos bērna viedoklis rodas un kas arī tieši ir atkarīgi no tā, cik raiti tiesas nolēmums par bērna atgriešanos tiek izpildīts. Proti, jo ilgāk nav iespējams izpildīt tiesas nolēmumu (un tikmēr vecāks, pie kura bērns atrodas, var noskaņot bērnu nevēlēties atgriezties), jo secīgi neobjektīvāks var kļūt bērna viedoklis

Judikatūrā arī ir nostiprināts, ka tiesa, izspriežot lietu vecāku strīdā par atsevišķas aizgādības nodibināšanu, nevar atkāpties no bērna labāko interešu nodrošināšanas principa. Apstākļi, ka viens vecāks kopā ar bērnu dzīvo citā valstī, nevar būt pietiekams, lai viņam piešķirtu atsevišķas aizgādības tiesības pat tad, ja otrs vecāks piekritis bērna aizvešanai vai, nepieprasīdams bērna atgriešanos Latvijā, samierinājies ar šādu situāciju. Tāpēc par pamatu Civillikuma 178. panta ceturtās daļas piemērošanai jābūt tiesas, gūtai pārliecībai, ka kopīgas aizgādības saglabāšana apdraud bērna pilnvērtīgu attīstību un labklājību.[7]

## SECINĀJUMI

Svarīgākais ir ievērot bērna vislabāko interešu aizsardzības principu, būt abu vecāku aizgādībā un tiesības uzturēt kontaktus ar abiem vecākiem, kā arī citām personām, ar kurām bērns ilgu laiku dzīvojis nedalītā saimniecībā.

Būtiski ir savlaicīgi pieņemt un izpildīt tiesas nolēmumu par bērnu atgriešanos, un iesaistīt lietā visas nepieciešamās instances savlaicīgi.

Bez šaubām, labprātīga vienošanās starp bērna vecākiem būtu pareizākā izeja no situācijas. Visās darbībās, kas attiecas uz bērniem, neatkarīgi no tā, vai tās veic valsts iestādes vai privātas iestādes, pirmkārt jāņem vērā bērna intereses. Vecākiem un trešajām personām ir nepieciešams rast risinājumus tādus, ar kuriem bērns netiktu traumēts un negatīvi iespaidots. Tāpēc viens no konfliktsituāciju risinājumiem ir mediācijas izmantošana, piesaistot mediatoru, kas profesionāli var palīdzēt vienoties par vecāku saskarsmes tiesības ar bērnu.

## IZMANTOTAS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Hāgas 1980. gada 25. oktobra konvencija par starptautiskās bērnu nolaupīšanas civiltiesiskajiem aspektiem. Pieņemta 1980. gada 25. oktobrī, Latvijas Republikā spēkā no 23.10.2001., Latvijas Vēstnesis Nr.151 (2528) 23.10.2001., ar grozījumiem līdz 12.06.2009.

2. Konvencija, ar ko īsteno Šengenas nolīgumu (1985. gada 14. jūnijs) starp Beniluksa Ekonomikas savienības valstu valdībām, Vācijas Federatīvās Republikas valdību un Francijas Republikas valdību par pakāpenisku kontroles atcelšanu pie kopīgām robežām. Oficiālais Vēstnesis L 239 , 22/09/2000
3. Padomes 2003. gada 27. novembra regula (EK) Nr. 2201/2003 par jurisdikciju un spriedumu atzīšanu un izpildi laulības lietās un lietās par vecāku atbildību un par Regulas (EK) Nr. 1347/2000 atcelšanu jeb Briseles IIbis regula. Pieejams: <https://www.tm.gov.lv/lv/cits/padomes-2003-gada-27-novembra-regula-ek-nr-2201-2003-par-jurisdikciju-un-spriedumu-atzisanu-un-izpil>.
4. Civilprocesa likums. Pieņemts 1998. gada 14. oktobrī, spēkā no 01.03. 1999, Latvijas Vēstnesis Nr. 326/330 (1387/1389), 03.11.1998., ar grozījumiem līdz 28. 02.2019.
5. Civillikums. Ģimenes tiesības. Pieņems 1937. gada 28. janvāris, spēkā no 01.09.1993, Valdības Vēstnesis Nr. 41, 20.02.1937, ar grozījumiem līdz 29.10.2015.
6. Luksa, M. (2014) *Bērna patvaļīga aizvešana no vienas valsts uz citu: emocijas, likumi un rīcība*. Pieejams: <https://lvportals.lv/skaidrojumi/265608-berna-patvaliga-aizvesana-no-vienas-valsts-uz-citu-emocijas-likumi-un-riciba>
7. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2017. gada lēmums lietā Nr. SKC-[D]/2017.
8. Eiropas Cilvēktiesību tiesas 2015. gada 21. jūlija spriedums lietā G.S. pret Gruziju, iesnieguma Nr.2361/13
9. Imigrācija, emigrācija un saldo. Pieejams: <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/statistikas-temas/iedzivotaji/migracija/galvenie-raditaji/imigracija-emigracija-un-saldo>
10. Centrālā statistikas pārvalde. Noslēgto un šķirto laulību skaits. Pieejams: <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/statistikas-temas/iedzivotaji/laulibas/galvenie-raditaji/noslegto-un-skirto-laulibu-skaits>
11. Parental responsibility. Pieejams: [https://europa.eu/youreurope/citizens/family/children/parental-responsibility/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/citizens/family/children/parental-responsibility/index_en.htm)

# LATVIJAS NACIONĀLĀ TIESISKĀ REGULĒJUMA ATBILSTĪBA EIROPAS SAVIENĪBAS MARĶĒŠANAS KONCEPCIJAI IEROČU APRITES JOMĀ

Andris Melkers

Latvija

Baltijas Starptautiskā Akadēmija, Rīga

Doktorantūra, Juridiskā zinātne

e-pasts: [andris.melkers@gmail.com](mailto:andris.melkers@gmail.com)

Zinātniskais vadītājs

Dr.iur.prof. Valērijs Reingolds

## ANOTĀCIJA

Latvijas Republikā 2019. gadā noslēdzās 2017. gada 17. maija Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas 2017/853, ar ko groza Padomes Direktīvu 91/477/EEK par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli (turpmāk - Direktīva (ES) 2017/853), un 2019. gada 16. janvāra Komisijas īstenošanas direktīvas (ES) 2019/68, ar ko nosaka šaujamo ieroču un to būtisko daļu marķējumu tehniskās specifikācijas saskaņā ar Padomes Direktīvu 91/477/EEK par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli (turpmāk - Direktīva (ES) 2019/68), pārņemšanas process. Latvijas Republika bija viena no pirmajām Eiropas Savienības dalībvalstīm, kas pārņēma Direktīvas (ES) 2019/68 prasības. Izvērtējot Direktīvā (ES) 2017/853 un Direktīvā (ES) 2019/68 ietvertu marķēšanas koncepciju ieroču aprites jomā un to pārņemšanas gaitu Latvijas Republikā, var konstatēt, ka, lai gan Latvijas likumdevējs ir pilnvērtīgi pārņēmis Direktīvas (ES) 2017/853 un Direktīvas (ES) 2019/68 prasības Latvijas nacionālā ieroču aprites tiesiskā regulējumā, tomēr pilnā apjomā nav pārņēmis Direktīvas (ES) 2017/853 prasības Latvijas nacionālās krimināltiesībās. Saskaņā ar Direktīvas (ES) 2017/853 1. panta 11. punkta c) apakšpunktu jēdziena "nelikumīga izgatavošana" skaidrojumā ir iekļauta norāde, ka minētā direktīva par nelikumīgu izgatavošanu uzskata šaujamo ieroču, to būtisko sastāvdaļu un munīcijas izgatavošanu vai montāžu, izgatavošanas laikā nemarkējot šaujamo ieročus saskaņā ar Direktīvas (ES) 2017/853 prasībām [2]. Direktīvas (ES) 2017/853 1. panta 11. punkta c) apakšpunkts nav pārņemts Latvijas Krimināllikuma 233. pantā, kas nosaka kriminālatbildību par šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu, šaujamo ieroču munīcijas neatļautu izgatavošanu. Ņemot vērā minēto, šobrīd Latvijas Republikā šaujamo ieroču, to būtisko sastāvdaļu, kā arī munīcijas nemarkēšana tā izgatavošanas laikā nav uzskatāma par kriminālsodāmu darbību.

**Atslēgas vārdi:** ieroču aprite, šaujamo ieroči, šaujamo ieroču būtiskās sastāvdaļas, šaujamo ieroču munīcija, marķējums, izsekojamība, nelikumīga izgatavošana, krimināla atbildība.

## ABSTRACT

In the Republic of Latvia in 2019 finished the process of transposition of requirements of the Directive (EU) 2017/853 of the European Parliament and of the Council of 17 May 2017 amending Council Directive 91/477/ECC on control of the acquisition and possession of weapons (forward - Directive (EU) 2017/853) and Commission Implementing Directive (EU) 2019/68 of 16 January 2019 establishing technical specifications for the marking of firearms and their essential components under Council Directive 91/477/EEC on control of the acquisition and possession of weapons (forward - Directive (EU) 2019/68). The Republic of Latvia was one of the first Member States of the European Union which transposed the requirements of Directive (EU) 2019/68. However, an evaluation of the concept of the marking of weapons in Directive (EU) 2017/853 and Directive (EU) 2019/68 and its transposition in the Republic of Latvia shows that the Latvian legislature has fully transposed Directive (EU) 2017/853 and Directive (EU) 2019/68 in the Latvian national legislation in a field of handling of weapons, but has not completely

transposed the requirements of Directive (EU) 2017/853 into Latvian national criminal law. Directive (EU) 2017/853 section 1 paragraph 11, c) includes into the meaning of definition of “illicit manufacturing” the manufacturing or assembly of firearms, their essential components and ammunition without marking firearms at the time of manufacture in accordance with Directive (EU) 2017/853 requirements [2]. Directive (EU) 2017/853 section 1 paragraph 11, c) not transposed into The Latvian Criminal Law section 233 which establishes criminal liability for unauthorized manufacture of firearms, essential components of firearms, firearm ammunition. Taking into account the above mentioned, firearms, their essential components and ammunition which are not marked at the time of their manufacture are not considered as a criminal offense in the Republic of Latvia at the moment.

**Keywords:** handling of weapons, firearms, firearms essential components, firearm ammunition, marking, traceability, illicit manufacturing, criminal liability.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

2017. gada 25. aprīlī Eiropas Padome pieņēma direktīvu, kas precizēja un papildināja Padomes 1991. gada 18. jūnija direktīvu 91/477/EEK par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli (turpmāk - Direktīva 91/477/EEK) [4]. Direktīva (ES) 2017/853 2017. gada 24. maijā tika publicēta Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī [2]. Direktīvas (ES) 2017/853 2. panta pirmā daļa uzlika par pienākumu dalībvalstīm pārņemt šīs direktīvas prasības līdz 2018. gada 14. septembrim [2]. Direktīvas (ES) 2017/853 tiesību normas tika vērstas uz ieroču aprites kontroles pastiprināšanu, kā arī iepriekš konstatētu nepilnību novēršanu Eiropas Savienības ieroču aprites tiesiskā regulējumā. Papildus minētajam 2019. gada 16. janvārī Eiropas Komisija pieņēma Direktīvu (ES) 2019/68, kura Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī tika publicēta 2019. gada 17. janvārī [1]. Direktīvas (ES) 2019/68 3. pants paredz, ka līdz 2020. gada 17. janvārim jāstājas spēkā normatīvajiem aktiem, ar kuriem tiek pārņemtas direktīvas prasības [1]. Autors vēlas pievērst uzmanību Direktīvā (ES) 2017/853 un Direktīvā (ES) 2019/68 ietvertai šaujamieroču, šaujamieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamieroču munīcijas marķēšanas koncepcijai un no tās izrietošām prasībām, kas jābūt pārņemtiem Latvijas tiesiskajā regulējumā, lai konstatētu, vai Latvijas Republikai pilna apjomā izpildījusi Eiropas Savienības tiesību aktos izvirzītās prasības, kas attiecas uz šaujamieroču, šaujamieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamieroču munīcijas marķēšanu. Saskaņā ar Iekšlietu ministrijas Informācijas Centra interneta vietnē publicētajiem datiem Latvijas Republikā 2019. gada novembrī fiziskām personām ir reģistrēti 70 455 šaujamieroči [11].

## ŠAUJAMIEROČU, TO BŪTISKO SASTĀVDAĻU UN MUNĪCIJAS MARĶĒŠANAS KONCEPCIJA IEROČU APRITES JOMĀ: VISPARĪGAS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ/ FIREARMS AND THEIR ESSENTIAL COMPONENTS AND AMMUNITION MARKING CONCEPT IN A FIELD OF HANDLING OF WEAPONS: BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION/ КОНЦЕПЦИЯ МАРКИРОВКИ ОГНЕСТРЕЛЬНОГО ОРУЖИЯ И ЕГО ОСНОВНЫХ ЧАСТЕЙ И МУНИЦИИ В ОБЛАСТИ ОБОРОТА ОРУЖИЯ: ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Eiropas Savienības tiesību aktos ieroču aprites jomā nav atrodams marķējuma jēdziena izskaidrojums, kaut gan Direktīvā 91/477/EEK un tās grozījumos, proti, 2008. gada 21. maija pieņemtajā Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvā 2008/51/EC, kas ievieša grozījumus Direktīvā 91/447/EEC par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli (turpmāk - Direktīva 2008/51/EC) un Direktīvā (ES) 2017/853, kā arī Direktīvā (ES) 2019/68 atrodams tiesiskais regulējums, kas veido Eiropas Savienības pamatprasības gan šaujamieroču, gan šaujamieroču būtisko sastāvdaļu, gan šaujamieroču munīcijas marķēšanai. Savukārt par marķēšanas jēdziena skaidrojumu nacionālā ieroču aprites jomā ir parūpējies Latvijas likumdevējs. 2002. gada 6. jūnijā tika pieņemts Ieroču aprites likums, kas stājās spēkā 2003. gada 1. janvārī (zaudēja spēku 2011. gada 1. janvārī) [8]. Minētā likuma 7. panta pirmās daļas 3. punktā ieroča marķēšana tika izskaidrota kā īpašu atzīmju vai

numuru iestrādāšana uz ieroča vai tā galvenajām sastāvdaļām, kas ļauj to atšķirt no citiem ieročiem [8]. Šāda jēdziena rašanās nacionālajā ieroču aprites tiesiskajā regulējumā un tās lietošanas nepieciešamība ir saistāma ar Direktīvas 91/477/EEK prasību pārņemšanas pienākumu [4], jo Latvijas Republikai bija nepieciešams pilnveidot nacionālo tiesisko regulējumu, panākot tiesiskā regulējuma atbilstību Eiropas Savienības tiesību aktiem, pirms Latvija iestājas Eiropas Savienībā. Pirms 2003. gada 1. janvāra ieroču aprites tiesiskā regulējumā jēdziens “marķējums” netika izmantots, bet tika izmantots apzīmējums “ierocha numurs”. Nākamais likums ieroču aprites jomā tika pieņemts 2010. gada 28. oktobrī ar nosaukumu Ieroču un speciālo līdzekļu aprites likums (zaudēja spēku 2019. gada 10. aprīlī) [7]. Minētais likums ievieša izmaiņas jēdziena “marķējums” izpratnē. Saskaņā ar Ieroču un speciālo līdzekļu aprites likuma 1. panta 26. punktu jēdzienu “marķēšana” izskaidroja kā tādu īpašu atzīmju vai numuru iestrādāšanu uz ieroča, tā būtiskajām sastāvdaļām un munīcijas, kas ļauj to atšķirt no citiem ieročiem, to sastāvdaļām un munīcijas [7]. Ieroču un speciālo līdzekļu aprites likums paplašināja marķēšanas ietvaru ieroču aprites jomā, attiecinot to ne tikai uz ieročiem vai to būtiskajām sastāvdaļām, bet arī uz munīciju. Izmaiņas definīcijā bija nepieciešamas Direktīvas 2008/51/EC prasību pārņemšanas kontekstā, jo Direktīvas 2008/51/EC 4. pants izvirzīja minimālas prasības ne tikai šaujamo ieroču marķējumam, bet arī šaujamo ieroču munīcijas marķējumam [3]. 2019. gada 10. aprīlī stājās spēkā jauns Ieroču aprites likums [6]. Ieroču aprites likuma 1. panta 27. punkts [6] pārņēma spēku zaudējošā Ieroču un speciālo līdzekļu aprites likuma 1. panta 26. punktā [7] sniegto skaidrojumu, neveicot korekcijas tās saturā, jo tās pilnībā atbilda Direktīvā (ES) 2017/853 ietvertai marķēšanas koncepcijai un no tās izrietošām prasībām. Runājot par marķējuma nozīmi, jāatzīmē, ka šaujamo ieroči, šaujamo ieroču būtiskās sastāvdaļas un šaujamo ieroču munīcija, ir identificējama, uzskaitāma (reģistrējama) un izsekojama, pateicoties uz minētiem priekšmetiem iestrādātam marķējumam. Marķējuma neistrādāšana uz šaujamo ieroča, šaujamo ieroča būtiskās sastāvdaļas vai šaujamo ieroču munīcijas norāda uz nodomu izvairīties no valsts kontroles nolūkā novirzīt minētus bīstamus priekšmetus nelegālā aprītē, ar to turpmāko izmantošanu, apdraudot sabiedrisko kārtību vai valsts drošību.

Direktīvas (ES) 2017/853 Preambulas 6.punktā noteikts, ka, lai palielinātu visu šaujamo ieroču un būtisko daļu izsekojamību un atvieglotu to brīvu apriti, visi šaujamo ieroči vai to būtiskās daļas būtu jāmarķē ar skaidru, neizdzēšamu un unikālu marķējumu un jāreģistrē dalībvalstu datu reģistros [2]. Papildus minētajām Preambulas 8. punkts papildināja 6. punktā ietvertu Eiropas Savienības nostāju un paredzēja, ka, lai nepieļautu, ka marķējumu var viegli izdzēst, un lai precizētu, uz kurām būtiskajām daļām marķējums būtu liekams, ir nepieciešams ievest kopējos Savienības noteikumus par marķēšanu [2]. Ņemot vērā minēto, Direktīvas (ES) 2017/853 2. pants izteica Direktīvas 91/477/EEK 4. pantu jaunā redakcijā. Atšķirībā no iepriekšējām prasībām, kas paredzēja ieroču komersantam pienākumu, laižot šaujamo ieroci Eiropas Savienības tirgū, nodrošināt vismaz vienas tās būtiskās sastāvdaļas marķēšanu saliktā šaujamo ierocī, jaunā marķēšanas regulējuma ietvars attiecībā uz šaujamo ieročiem un to būtiskām sastāvdaļām ievērojami paplašinājās, paredzot, ka, sākot ar 2018. gada 14. septembri attiecībā uz šaujamo ieročiem, kas izgatavoti vai importēti Eiropas Savienībā minētajā datumā vai vēlāk, katra Eiropas Savienības dalībvalsts nodrošina, ka jebkurš šāds šaujamo ierocis, ka arī tajā skaitā jebkura tā būtiska daļa vai šaujamo ieroča būtiska sastāvdaļa, kuru paredzēts realizēt kā atsevišķu priekšmetu, ko laiž tirgū uzreiz pēc izgatavošanas un vēlākais pirms laišanas tirgū vai uzreiz pēc importēšanas Eiropas Savienībā, ir marķēta ar skaidru, neizdzēšamu un unikālu marķējumu [2]. Papildus minētajām Direktīva (ES) 2017/853 paplašināja unikālā marķējumā ietveramo informācijas apjomu, kuram jābūt iestrādātam uz katras šaujamo ieroča būtiskās sastāvdaļas sākot ar 2018. gada 14. septembri, ka arī paredzēja Eiropas Komisijai deleģējumu pieņemt īstenošanas aktus, ar ko nosaka marķējuma tehniskās specifikācijas. Direktīvas (ES) 2017/853 2. pants veica izmaiņas Direktīvas 91/477/EEK 4. panta 2.a apakšpunktā, paredzot, ka Komisija pieņem īstenošanas aktus, ar ko nosaka marķējuma tehniskās specifikācijas [2]. 2019. gada 16. janvārī Eiropas Komisija pieņēma Direktīvu (ES) 2019/68, kuras 3. pants paredz, ka dalībvalstīs direktīvai jāstājas spēkā ne vēlāk kā līdz 2020. gada 17. janvārim [1].

Direktīvas (ES) 2019/68 nosaukumā nav ietverta atsauce, ka Eiropas Komisija minētajā tiesību aktā noteiktu vienotās tehniskās specifikācijas šaujamo ieroču munīcijas marķējumam. Direktīvā (ES) 2017/853

izvirzītas prasības šaujamo munīcijas marķējumam ir identiskas tām prasībām, ko izvirzīja Direktīva 2008/51/EC, savulaik precizējot un pilnveidojot Direktīvu 91/477/EEK. Direktīvas (ES) 2017/853 2. pants, izsakot jaunā redakcijā 4. panta 2. punktu, paredz iepriekšējā Direktīvā 2008/51/EC atrodamu pienākumu dalībvalstīm nodrošināt, ka katrs pilnas munīcijas komplekts tiek marķēts, norādot izgatavotāja nosaukumu, partijas (sērijas) identifikācijas numuru, kalibru un munīcijas veidu [2]. Direktīvas (ES) 2019/68 Preambulas 3. punkts skaidro iemeslu, kāpēc Eiropas Komisija, neskatoties uz Direktīvā (ES) 2017/853 paredzētu 4. panta 2. a apakšpunkta deleģējumu Komisijai pieņemt īstenošanas aktus, ar ko nosaka marķējuma tehniskās specifikācijas [2], nav izpildījusi deleģējumu un neizstrādāja vienotās tehniskās specifikācijas šaujamo munīcijas marķējumam. Direktīvas (ES) 2019/68 Preambulas 3. punkts nosaka, ka Direktīvā 91/477/EEK turklāt ir noteikts, ka dalībvalstīm jānodrošina, lai katrs pilns munīcijas komplekts iepakojums ir marķēts tā, lai norādītu izgatavotāja nosaukumu, partijas (sērijas) identifikācijas numuru, kalibru un munīcijas veidu. Ņemot vērā pašreizējo tirgus praksi munīcijas iepakojumā un pašreizējo tehnoloģiju attīstību, šo marķējumu tehniskās specifikācijas šobrīd nav nepieciešams noteikt. Tādēļ šī direktīva būtu jāpiemēro vienīgi šaujamo munīciju un to būtisko daļu marķējumam (tostarp ļoti mazo būtisko daļu marķējumam)[1]. Autors skatījumā tas samēra apšaubāms pamatojums, kas pieļauj nenoteikt vienotās tehniskās specifikācijas šaujamo munīcijas marķējumam munīcijai, kas paredzēta Eiropas Savienības civilajam tirgum. Autors vērs uzmanību, ka ieroču komersants, veicot šaujamo munīcijas izgatavošanu jebkuras no NATO dalībvalsts militārajām vajadzībām, veic šaujamo munīcijas marķēšanu, ievērojot attiecīga NATO STANAG izvirzīto tehnisko specifikāciju par noteiktā kalibra šaujamo ierociņa marķēšanu, kas ir attiecināma ne tikai uz to pilnu munīcijas iepakojumu, bet arī uz katru minētajā iepakojumā esošo patronu [10]. Pat militārajā jomā ir tehniski standartizēta šaujamo munīcijas marķēšana, lai nodrošinātu pilnvērtīgu munīcijas identifikāciju, uzskaiti (reģistrāciju) un izsekojamību.

## **PĒTĪJUMA REZULTĀTI UN TO IZVĒRTĒJUMS/ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА/ RESEARCH RESULTS AND THEIR EVALUATION**

Latvijas likumdevējs Direktīvā (ES) 2017/853 noteiktās prasības attiecībā uz marķējumu ieroču aprites jomā ietvēra Ieroču aprites likumā [6], bet Direktīvas (ES) 2019/68 marķējuma tehniskās specifikācijas tika pilnībā pārņemtas ar Ministru kabineta 2019. gada 30. aprīļa noteikumiem Nr. 182 “Šaujamo, to būtisko sastāvdaļu un munīcijas, lielas enerģijas pneimatisko ieroču un gāzes ieroču un signālieroču marķēšanas kārtība” [9]. Izvērtējot Latvijas nacionālo normatīvu aktu atbilstību Eiropas Savienības tiesību aktiem, autors vēlas pievērst īpašu uzmanību Direktīvas (ES) 2017/853 1. panta 11. punktā lietotajam jēdzienam “nelikumīga izgatavošana”, kas tiek skaidrots kā šaujamo, to būtisko daļu un munīcijas izgatavošana vai montāža: a) no jebkādam nelikumīgā apritē iegūtām šāda šaujamo ierociņa būtiskām daļām; b) bez atļaujas, ko saskaņā ar 4. pantu izsniedz tās dalībvalsts kompetentā iestāde, kurā notiek izgatavošana vai montāža; vai c) izgatavošanas laikā nemarkējot šaujamo ierociņus saskaņā ar 4. pantu [2]. No minētās definīcijas izriet, ka Direktīva (ES) 2017/853 marķējuma neiestrādāšanu uz šaujamo ierociņa, šaujamo būtiskās sastāvdaļas vai šaujamo munīcijas tā izgatavošanās laikā, atzīst par vienu no minēto priekšmetu nelikumīgas izgatavošanas veidiem. Ieroču aprites likuma tiesiskā regulējumā ir atrodamas likumīgas šaujamo, šaujamo būtisko sastāvdaļu un šaujamo munīcijas izgatavošanas pazīmes. Ieroču aprites likuma 1. panta 21. punkts definē “izgatavošanas” jēdzienu ieroču aprites kontekstā kā dažādu veidu ieroču, munīcijas, to sastāvdaļu un speciālo līdzekļu rūpniecisko, amatniecisko vai individuālo ražošanu vai montāžu [6]. Ieroču aprites likuma 73. panta trešās daļas 3. punkts paredz, ka Valsts policijas licencēšanas komisija izsniedz licenci A, B un C kategorijas medību, sporta un paš aizsardzības šaujamo, munīcijas un to sastāvdaļu (izņemot šaujampulveri) un D kategorijas lielas enerģijas pneimatisko ieroču un to sastāvdaļu izgatavošanai [6]. Savukārt Ieroču aprites likuma 86. panta pirmajā daļā noteikts pienākums ieroču komersantam izgatavošanas laikā marķēt šaujamo ierociņus, visas to būtiskās sastāvdaļas, šaujamo munīcijas iepakojumus ar skaidru un neizdzēšamu marķējumu [6]. Minētā likuma 86. panta ceturtā daļa paredz

deleģējumu Ministru kabinetam noteikt šaujamo ieroču, to būtisko sastāvdaļu un munīcijas, lielas enerģijas pneimatisko ieroču un gāzes ieroču un signālieroču marķēšanas kārtību [6]. Pamatojoties uz minēto deleģējumu, Ministru kabinets pieņēma 2019. gada 30. aprīļa noteikumus Nr. 182 “Šaujamo ieroču, to būtisko sastāvdaļu un munīcijas, lielas enerģijas pneimatisko ieroču un gāzes ieroču un signālieroču marķēšanas kārtība” [9]. Vienlaikus Ieroču aprites likuma 12. panta 3. punktā noteikts, ka Latvijā ir aizliegta tādu šaujamo ieroču un to būtisko sastāvdaļu un munīcijas aprite, kuri nav marķēti saskaņā ar normatīvajos aktos noteikto marķēšanas kārtību [6].

Neskatoties uz Ieroču aprites likumā ietverto Direktīvai (ES) 2017/853 un Direktīvai (ES) 2019/68 atbilstošo tiesisko regulējumu attiecībā uz marķēšanas institūta reglamentēšanu ieroču aprites jomā, Ieroču aprites likumā un tam pakārtotajos Ministru kabineta noteikumos nevar iekļaut krimināltiesību normu, kas noteiktu nelikumīgas šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamo ieroču munīcijas izgatavošanas noziedzīga nodarījuma sastāva pazīmes, ka arī noteiktu atbildību par minēta noziedzīga nodarījuma izdarīšanu. Latvijas Krimināllikuma 233. pantā noteikta kriminālatbildība par šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu, šaujamo ieroču munīcijas neatļautu izgatavošanu [5]. Izvērtējot Latvijas Krimināllikuma 233. pantu, var konstatēt, ka Latvijas Krimināllikuma 233. panta otrā daļa un trešā daļa atzīst par kriminālsodāmu neatļautu šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamo ieroču munīcijas izgatavošanu tikai bez attiecīgās atļaujas [5]. No minētā izriet, ka Latvijas Krimināllikuma 233. panta otrā daļa un trešā daļa tikai daļēji atbilst Direktīvas (ES) 2017/853 1. panta 11. punktam, jo par neatļautu šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamo ieroču munīcijas izgatavošanu, ir jāuzskata arī izgatavošanas laikā šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamo ieroču munīcijas nemarķēšana, un par minētām darbībām ir jābūt paredzētai līdzvērtīgai kriminālatbildībai, kāda ir paredzēta par šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu un šaujamo ieroču munīcijas neatļautu izgatavošanu bez attiecīgās atļaujas.

## KOPSAVILKUMS / ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Latvijas likumdevējs ir pilnvērtīgi pārņēmis Direktīvas (ES) 2017/853 un Direktīvas (ES) 2019/68 prasības Latvijas nacionālā ieroču aprites tiesiskā regulējumā, bet nav pārņēmis pilnā apjomā Direktīvas (ES) 2017/853 prasības Latvijas nacionālās krimināltiesībās. Saskaņā ar Direktīvas (ES) 2017/853 1. panta 11. punkta c) apakšpunkta jēdziena “nelikumīga izgatavošana” skaidrojuma iekļauto norādi, ka minēta direktīva par nelikumīgu izgatavošanu uzskata šaujamo ieroču, to būtisko sastāvdaļu un munīcijas izgatavošanu vai montāžu, izgatavošanas laikā nemarķējot šaujamo ieročus saskaņā ar Direktīvas (ES) 2017/853 prasībām [2]. Direktīvas (ES) 2017/853 1. panta 11. punkta c) apakšpunkts nav pārņemts Latvijas Krimināllikuma 233. pantā, kas nosaka kriminālatbildību par šaujamo ieroču, šaujamo ieroču būtisko sastāvdaļu, šaujamo ieroču munīcijas neatļautu izgatavošanu. Tās ir būtisks izlaidums, kuru nepieciešams novērst, lai harmonizētu Latvijas Krimināllikuma tiesību normas ar Direktīvas (ES) 2017/853 prasībām. Šāds izlaidums Latvijas Krimināllikumā var veicināt Latvijas ieroču komersantus iesaistīt aizdomīgajos darījumos ar šaujamo ieročiem, šaujamo ieroču būtiskām sastāvdaļām vai šaujamo ieroču munīciju. Piemēram, piegādājot legāli izgatavoto šaujamo ieroču partiju, vienlaikus minētās partijas ietvaros piegādāt tajā pašā rūpnīcā legāli izgatavoto, bet “nejauši” nemarķētu šaujamo ieroči. Vienlaikus autors vēlas pievērst uzmanību, ka, pilnveidojot Krimināllikuma 233. pantu, būtu nepieciešams izvērtēt iespēju kriminalizēt arī citas iespējamās prettiesiskās darbības ar marķējumu. Piemēram, tīšu marķējuma bojāšanu vai iznīcināšanu vai arī marķējuma pārveidošanu.



## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS / СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Eiropas Komisijas Īstenošanas Direktīva (ES) 2019/68 (2019. gada 16. janvāris), ar ko nosaka šaujamo ieroču un to būtisko daļu marķējumu tehniskās specifikācijas saskaņā ar Padomes Direktīvu 91/477/EEK par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli. Pieejams <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0068&from=LV> [aplūkots 09.12.2017.]
2. Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (ES) 2017/853 (2017. gada 17. maijs), ar ko groza Padomes Direktīvu 91/477/EEK par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?qid=1497272159766&uri=CELEX:32017L0853> [aplūkots 09.12.2017.]
3. Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2008/51/EK (2008. gada 21. maijs), ar ko groza Padomes Direktīvu 91/477/EEK par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli. Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX%3A32008L0051> [aplūkots 09.12.2019.]
4. Padomes Direktīva (1991. gada 18. jūnijs) par ieroču iegādes un glabāšanas kontroli (91/477/EEK) Pieejams: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?qid=1497271769936&uri=CELEX:01991L0477-20080728> [aplūkots 09.12.2019.]
5. Krimināllikums: pieņemts 17.06.1998. (spēkā no 01.04.1999) // Latvijas Vēstnesis, 08.07.1998., Nr. 199/200. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/88966-kriminallikums> [aplūkots 09.12.2019.]
6. Ieroču aprites likums: pieņemts 14.03.2019. (spēkā no 10.04.2019.) // Latvijas Vēstnesis, 27.03.2019., Nr. 61 (6400). Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/305818-ierocu-aprites-likums> [aplūkots 09.12.2019.]
7. Ieroču un speciālo līdzekļu aprites likums: pieņemts 28.10.2010. (zaudēja spēku 10.04.2019.) // Latvijas Vēstnesis, 17.11.2010., Nr. 183. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/221384-ierocu-un-specialo-lidzeklu-aprites-likums> [aplūkots 09.12.2019.]
8. Ieroču aprites likums: pieņemts 06.06.2002. (zaudēja spēku 01.01.2011.) // Latvijas Vēstnesis, 26.06.2002., Nr. 95. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/63632-ierocu-aprites-likums> [aplūkots 09.12.2019.]
9. Ministru kabineta 2019. gada 30. aprīļa noteikumi Nr. 182 “Šaujamo ieroču, to būtisko sastāvdaļu un municijas, lielas enerģijas pneimatisko ieroču un gāzes ieroču un signālieroču marķēšanas kārtība: 30.04.2019. (spēkā no 03.05.2019.) // Latvijas Vēstnesis, 02.05.2019., Nr. 87 (6426). Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/306562-saujamerocu-to-butisko-sastavdalu-un-municijas-lielas-energijas-pneimatisko-ierocu-gazes-ierocu-un-signalierocu-markesanas-kar...> [aplūkots 09.12.2019.]
10. Small Arms Survey Issue Brief Number 3, December 2011 <http://www.smallarmssurvey.org/fileadmin/docs/G-Issue-briefs/SAS-IB3-Ammunition-Marking.pdf> [aplūkots 09.12.2019.]
11. Iekšlietu ministrijas Informācijas centra interneta mājaslapa. Pieejams: <https://www.ic.iem.gov.lv/lv/node/638> [aplūkots 09.12.2019.]

# PAGaidu AIZSARDZĪBA PRET VARDARBĪBU

**Liāna Purvinska**

Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija, Jēkabpils filiāle

Privāttiesības

[lianapurvinska@inbox.lv](mailto:lianapurvinska@inbox.lv)

zinātniskais vadītājs:

Mg.iur.Solvita Bērziņa

## ANOTĀCIJA

Vardarbība ģimenē apzīmē visus fiziskas, seksuālas, psiholoģiskas vai ekonomiskas vardarbības aktus, kas notiek ģimenē vai mājās, vai starp bijušajiem vai esošajiem laulātajiem vai partneriem neatkarīgi no tā, vai vardarbības izdarītājs dzīvo vai ir dzīvojis vienā dzīvesvietā ar vardarbības upuri. Vardarbība ir darbības, kas rada fizisku, seksuālu, psiholoģisku vai ekonomisku kaitējumu. Jāsecina, ka vardarbība, jo īpaši psiholoģiska, var pastāvēt un pastāvēt arī citās vidēs. Pagaidu aizsardzības pret vardarbību kā institūts Latvijā ieviests nesen. Tiesiskā aizsardzībā iesaistītās personas apzinās savas tiesības un pienākumus, kā arī ar tiesību aktiem noteikta atbildība par pieņemto Valsts policijas lēmuma par nošķiršanu un Tiesas lēmuma par pagaidu aizsardzību pret vardarbību pārkāpšanu. Arī Bāriņtiesai ir tiesisks pamats iesniegt pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību. Pagaidu aizsardzības pret vardarbību normatīvajam regulējumam nepieciešami uzlabojumi jomā, kas skar jautājumu par personu, kas veic vardarbību, par lēmuma nepildīšanu un pārkāpšanu, kā arī atsevišķos gadījumos, kas skar jautājumus par Valsts policijas un Tiesas kompetenci gan pirms, gan pēc lēmuma pieņemšanas, lēmumu izpildi.

**Atslēgas vārdi:** pagaidu aizsardzība pret vardarbību, tiesa, policija, bāriņtiesa

## ABSTRACT

Domestic violence refers to all acts of physical, sexual, psychological or economic violence that occurs within a family or at home, or between former or existing spouses or partners regardless of whether the abuser lives or has formerly lived at the same place as the victim of the abuse. Violence is the act of causing physical, sexual, psychological or economic harm. It has to be concluded that violence, especially the psychological kind, can and does exist in other settings. The temporary protection against violence as an institute in Latvia has only recently been introduced. The persons involved in legal protection are aware of their rights and obligations, as well as statutory liability has been established for the violation of the State Police's separation decision and the abuse of the Court's judgment on temporary protection against violence. The Orphan's Court also has a legal basis for filing an application for temporary protection against violence. The regulatory framework on the temporary protection against violence requires improvements in the area that has regard to the person, which has committed violence, in terms of the non-compliance and infringement of a judgment, as well as in certain circumstances concerning issues about the competence of the State Police and the Court, both before and after the adoption of judgments and the enforcement of judgments.

**Key terms:** temporary protection against violence, court, police, Orphan's court

## IEVADS/ВВЕДЕНИЕ/INTRODUCTION

Pagaidu aizsardzības pret vardarbību institūts Latvijā ir radījis jaunas tiesības personām, proti tiesības saņemt ne tikai kriminālprocesuālo, bet arī civiltiesisko aizsardzību pret vardarbību. Likumu grozījumu

rezultātā kopš 2014.gada 31.marta Latvijā ir iespējama vardarbībā cietušo aizsardzība civilprocesuālā un policejiskā kārtā.

Visaptverošākais ir Pasaules veselības organizācijas vardarbības definējums - *tīša iedomāta vai reāla fiziska spēka, vai varas apzināta lietošana pret sevi, citu personu, grupu vai kopienu, kas izraisa vai spēj izraisīt ievainojumu, nāvi, psiholoģisku kaitējumu, attīstības traucējumus vai zaudējumus.*

Lai mazinātu vardarbību ģimenē, Latvijā tika pieņemts jauns regulējums par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, proti, kopš 2014.gada 31.marta ir iespējama vardarbībā cietušo personu aizsardzība civilprocesuālā un policejiskā kārtībā. Lai nodrošinātu kompleksu vardarbībā cietušo personu aizsardzības mehānismu, spēkā stājās grozījumi vairākos normatīvajos aktos - grozījumi „Civilprocesa likumā”, (turpmāk – CPL) grozījumi likumā "Par policiju", grozījumi „Bērnu tiesību aizsardzības likumā” (turpmāk – BTAL), grozījumi „Krimināllikumā” (turpmāk – KL) un grozījumi „Bāriņtiesu likumā”. [1]

Kopš likuma grozījumi stājās spēkā ir vērojamas tiesiskā regulējuma nepilnībām un trūkumiem tiesību normu piemērošanā. Autore kā pamatojumu izvēlētajai tēmai vēlas uzsvērt šā brīža situāciju valstī, kad pētāmais jautājums nav pietiekami izpētīts un ņemot vērā to, ka jaunā civiltiesiskā aizsardzība Latvijā ir ieviesta nesen, praksē nākas saskarties ar dažādām tiesību normu piemērošanas un izpratnes nepilnībām. Kā aktualitāti autore vēlas uzsvērt situāciju, kas izveidojusies saistībā ar normatīvajos aktos noteikto atbildību par tiesiskās aizsardzības pārkāpšanu, piemērojot piespiedu naudu, kas līdz šim praksē tiek piemērota reti, jo valstī nav izveidota piespiedu naudas piemērošanas kārtība, līdz ar ko Valsts policija konstatējot, ka tiek nepildīts Policijas lēmums par nošķiršanu fiziski spēj veikt pārrunas ar pārkāpēju un, izmantojot fizisku piespiešanu, atkārtoti personu izlikt no dzīves vietas. Par to cik šāda vai citāda veida rīcība motivē pārkāpēju atkārtoti nepārkāpt lēmumu un citas ar jaunās civiltiesiskās aizsardzības īstenošanas kārtību konstatētās nepilnības. Bāriņtiesas rīcība, problēmas iesniedzot pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, neizpratni rada tas, kādu gan bāriņtiesa varētu norādīt nākotnes prasījumu, kas ir viens no galvenajiem nosacījumiem iesniedzot pieteikumu.

Kā aktualitāti autore vēlas uzsvērt situāciju, kas izveidojusies saistībā ar normatīvajos aktos noteikto atbildību par tiesiskās aizsardzības pārkāpšanu, piemērojot piespiedu naudu, kas līdz šim praksē tiek piemērota reti, jo valstī nav izveidota piespiedu naudas piemērošanas kārtība, līdz ar ko Valsts policija konstatējot, ka tiek nepildīts Policijas lēmums par nošķiršanu fiziski spēj veikt pārrunas ar pārkāpēju un, izmantojot fizisku piespiešanu, atkārtoti personu izlikt no dzīves vietas. Par to cik šāda vai citāda veida rīcība motivē pārkāpēju atkārtoti nepārkāpt lēmumu un citas ar jaunās civiltiesiskās aizsardzības īstenošanas kārtību konstatētās nepilnības. Bāriņtiesas rīcība, problēmas iesniedzot pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, neizpratni rada tas, kādu gan bāriņtiesa varētu norādīt nākotnes prasījumu, kas ir viens no galvenajiem nosacījumiem iesniedzot pieteikumu.

## **PAGAIDU AIZSARDZĪBAS PRET VARDARBĪBU IESPĒJA PASARGĀT CIETUŠO/ ВРЕМЕННАЯ ЗАЩИТЫ ОТ НАСИЛИЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАЩИТЫПОТЕРПЕВШЕВА/ THE POSSIBILITY OF TEMPORARY PROTECTION AGAINST VIOLENCE**

Vardarbība ir pastāvējusi laikā, kopš pastāv cilvēce, taču pasaulē tikai salīdzinoši nesen tā ir atzīta par nozīmīgu sabiedrības veselības problēmu. Četrdesmit devītajā Pasaules Veselības asamblejā tika pieņemta rezolūcija, kas atzina, ka vardarbība ir svarīga un pieaugoša sabiedrības veselības problēma visā pasaulē. Pasaulē katru gadu vardarbības dēļ dzīvību zaudē aptuveni 53 tūkstoši bērnu, un vidēji 3,3 līdz 10 miljoni bērnu dzīvo vardarbīgās ģimenēs. (1996.g.). [2]

Cilvēka dzīvība ir demokrātiskas sabiedrības augstākā vērtība, savukārt tiesības uz dzīvību, kas kā vienas no pirmajām ievietotas pamattiesību katalogā, ir nostiprinātas starptautiskajos dokumentos, tādējādi iegūstot īpašu statusu cilvēktiesību ietvaros un kļūstot par *ius cogens* normām. [3] Tiesības uz dzīvību nav pakļautas nekādiem ierobežojumiem. Valsts, piešķirot dabiskajām tiesībām uz dzīvību konstitucionālo tiesību

raksturu, uzņemas pozitīvu pienākumu "aizsargāt dzīvību", proti, nepieļaut patvaļīgu kādas personas dzīvības apdraudējumu no savu pārstāvju vai privātpersonu puses.[4]

Tiesiskais regulējums nosaka, ka tiesa vai tiesnesis pēc personas motivēta pieteikuma vai pieteikuma, kas iesniegts ar policijas starpniecību, var pieņemt lēmumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, piemērojot pagaidu aizsardzības pret vardarbības līdzekļus, gadījumos ja pret personu ir vērsta jebkāda fiziska, seksuāla, psiholoģiska vai ekonomiska vardarbība, kas notiek starp bijušajiem vai esošajiem laulātajiem vai citām savstarpēji saistītām personām neatkarīgi no tā, vai aizskārējs dzīvo vai ir dzīvojis vienā mājsaimniecībā ar aizskarto personu.[5]

Vardarbība ģimenē pavisam noteikti ir problemātikas jautājums arī Latvijas kontekstā, kā arī ir zināms, kādas ir šīs parādības sekas un ietekme uz bērnu uzvedību, arvien aktuālāks kļūst jautājums par to, kā uz konkrētām uzvedības izmaiņām reaģēt. Zināmā mērā tā ir izšķiršanās starp reakciju un sekām vai reakciju un cēloņiem.

Sabiedrībā valda uzskats, ka indivīda drošība visvairāk tiek apdraudēta uz ielas, taču sievietes biežāk cieš no vardarbības, tostarp izvarošanas, vai tiek noslepkavotas pašas savās mājās. Varmākas bieži ir cietušie vīri, partneri, ģimenes locekļi, draugi un paziņas, nevis nejauši svešinieki. Ir nācies dzirdēt tādu apgalvojumu, ja partneris kādreiz iesistu, tūlīt ietu prom un pārtrauktu attiecības. Taču nereti, nonākot vardarbīgā situācijā, nav nemaz tik vienkārši to izdarīt, un tad rodas jautājam, kādēļ palieku; kādēļ negāju prom; kas vēl tur šajās attiecībās.

Ņemot vērā šā brīža situāciju Latvijā, kad ieviests jauns tiesiskais institūts – pagaidu aizsardzība pret vardarbību, darba autors vēlas norādīt, ka normatīvajos aktos nepieciešams veikt vairākus papildinājumus un labojumus, lai spētu pilnvērtīgāk aizsargāt personas, kas cieš no vardarbības draudiem, jo tiesiskā institūta ieviešanas mērķis ir mazināt vardarbību ģimenē.

Tāpat par vardarbības veidiem un valsts rīcību vardarbības novēršanā ļauj spriest kvalitatīvie pētījumi, kas analizē gan tiesisko regulējumu, gan tiesu praksi, gan vardarbības tēlu sabiedrībā. Vardarbības problēmas aktualizācija lielākoties pakļauta starptautisko organizāciju darba kārtībai un atspoguļo laika un satura ziņā fragmentāru skatījumu uz vardarbību ģimenē, kā galveno aktualitāti izceļot vardarbību pret sievieti un bērnu.

Gadījumos, ja persona, kurai nepieciešama aizsardzība no vardarbības brīdī, kad tiek pieņemts Policijas lēmums par nošķiršanu, izsaka vēlmi, lai jautājumu izskata arī tiesa, ko paredz Ministru kabineta noteikumu Nr.161 „Kārtība, kādā novērš vardarbības draudus un nodrošina pagaidu aizsardzību pret vardarbību” izstrādātā veidlapa, tad ar Valsts policijas starpniecību, tiesa savas kompetences ietvaros papildus jau pieņemtajam Policijas lēmumam par nošķiršanu, lemj jautājumu par lēmuma par pagaidu aizsardzību pret vardarbību pieņemšanu. Lēmumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību var pieņemt tiesa. Civilprocesa likumā ir paredzēta iespēja personai, kura cieš no vardarbības vērsties tiesā ar pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību bez Valsts policijas starpniecības. Gadījumos, kad tiek apdraudētas bērna intereses un tiesības, iesaistās arī Bāriņtiesa.

Vardarbību kā darbību katrs var izprast savādāk, daži uztver to kā fizisku izrēķināšanos, turklāt citi zem tās redz daudzus citus vardarbības veidus, kas sevī ietver morālu, seksuālu, finansiālu un fizisku vardarbību. Autore prāt, uztveres ir dažādas, cits vardarbību neredz pat tur, kur tā ir skaidri redzama. Pastāv uzskats, ka vardarbība notiek tikai nelabvēlīgās ģimenēs, bet tā nebūt nav un dažkārt cilvēki to saprot tikai tad, kad paši saskarās ar vardarbību. Pastāv arī uzskats, ka lielākās briesmas un apdraudējums pastāv uz ielas, taču lielākoties sievietes cieš no vardarbības savās mājās. Tāpat arī pastāv viedoklis, ka tas, kas notiek ģimenē, jārisina arī ģimenes lokā, to varētu attiecināt uz sadzīviskām lietām, bet ne uz vardarbību.

Gadījumos, kad pastāv tūlītēji vardarbības draudi, cietušajām personām nav nedz laika, nedz iespējas lūgt tiesai noteikt pagaidu aizsardzību pret vardarbību, no vardarbības cietušajai personai jālūdz policijas palīdzība. Cietušajam telefoniski, vai ierodoties policijas darbiniekiem, jālūdz policijas darbiniekam noteikt pagaidu aizsardzību pret vardarbību.

Pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību tiesa vai tiesnesis izlemj ne vēlāk kā nākamajā darb dienā pēc pieteikuma saņemšanas, ja nav nepieciešams pieprasīt papildus pierādījumus vai kavēšanās

varētu radīt būtisku prasītāja tiesību aizskārumu. Minēto pieteikumu tiesa vai tiesnesis izlemj, iepriekš par to nepaziņojot lietas dalībniekiem.

Ja pierādījumi nav pietiekami vai tie jāpieprasa no pieteikumā norādītajām valsts vai pašvaldību iestādēm vai citām fiziskajām vai juridiskajām personām, tiesa vai tiesnesis pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību izlemj 20 dienu laikā pēc pieteikuma saņemšanas.

Tiesa vai tiesnesis, izlemjot pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību, ņem vērā samērīgumu starp tiesību aizskārumu vai iespējamo aizskārumu un piemērojamo pagaidu aizsardzības pret vardarbību līdzekli, kā arī tiesa vai tiesnesis pēc sava ieskata var noteikt arī citu pagaidu aizsardzības pret vardarbību līdzekli, kas nav norādīts pieteikumā.

Saskaņā ar Civilprocesa likuma 250.<sup>47</sup> pants tiesa var piemērot sekojošus pagaidu aizsardzības pret vardarbību līdzekļus

(1) Pagaidu aizsardzības pret vardarbību līdzekļi ir:

- 1) pienākums atbildētājam atstāt mājokli, kurā pastāvīgi dzīvo prasītājs, un aizliegums atgriezties un uzturēties tajā;
- 2) aizliegums atbildētājam atrasties mājoklim, kurā pastāvīgi dzīvo prasītājs, tuvāk par tiesas lēmumā par pagaidu aizsardzību pret vardarbību minēto attālumu;
- 3) aizliegums atbildētājam uzturēties noteiktās vietās;
- 4) aizliegums atbildētājam satikties ar prasītāju un uzturēt ar to fizisku vai vizuālu saskari;
- 5) aizliegums atbildētājam jebkurā veidā sazināties ar prasītāju;
- 6) aizliegums atbildētājam, izmantojot citu personu starpniecību, organizēt satikšanos vai jebkāda veida sazināšanos ar prasītāju;
- 7) aizliegums atbildētājam izmantot prasītāja personas datus;
- 8) citi aizliegumi un pienākumi, kurus tiesa vai tiesnesis noteicis atbildētājam un kuru mērķis ir nodrošināt prasītāja pagaidu aizsardzību pret vardarbību.

Pagaidu aizsardzības pret vardarbību lēmuma pieņemšanā atbildība ir paredzēta arī prasītājam, gadījumos, ja tiesai sniegta nepatiesas ziņas par faktiem ir nepatiesas. Tiesas lielākoties savos lēmumos norāda, ka nav pamats apšaubīt pieteikumā norādītos apstākļus, jo prasītāja ar savu parakstu ir apliecinājusi, ka viņas sniegtās ziņas ir patiesas, pilnīgas un sniegtas pēc labākās sirdsapziņas, kā arī viņai ir zināms, ka par apzināti nepatiesu ziņu sniegšanu viņu var saukt pie kriminālatbildības saskaņā ar Krimināllikumu.

Tiesu praksē nav tādu gadījumu, kad par nepatiesu ziņu sniegšanu pieteicēja būtu saukta pie kriminālatbildības, jo aizpildot pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību pieteicēja parakstās, ka sniedz patiesas ziņas. Taču neskatoties uz to, ja atbildētājs iesniedz pamatotu lūgumu atcelt piemēroto pagaidu aizsardzību, tiesa bieži atceļ.

Noskaidrojot kādas tiesību aizsardzības iestādes kompetentas izskatīt un lemt par pagaidu aizsardzības pret vardarbību noteikšanu rodas pamatots jautājums kādas iestādes aizsargā to bērnu intereses, kas cieta no vardarbības, jo valsts ir apņēmusies ne tikai aizsargāt personu pret jebkāda veida vardarbības, bet arī īpaši palīdzēt tiem bērniem kas cietuši no varmācības.

Bērnu tiesību aizsardzības likuma 51.panta trešajā daļā noteikts, ka katrai personai ir pienākums ziņot policijai vai citai kompetentai iestādei par vardarbību vai citu pret bērnu vērstu noziedzīgu nodarījumu. Par neziņošanu vainīgās personas saucamas pie likumā noteiktās atbildības. Savukārt minētā likuma 73.panta pirmajā daļā precizēts, ka katra iedzīvotāja pienākums ir sargāt savu un citu bērnu drošību, ne vēlāk kā tajā pašā dienā ziņot policijai, bāriņtiesai vai citai bērnu tiesību aizsardzības institūcijai par jebkādu vardarbību un noziedzīgu nodarījumu vai administratīvu pārkāpumu pret bērnu, par viņa tiesību pārkāpumu vai citādu apdraudējumu.

Vardarbības sekas, ja tā netiek savlaicīgi atklāta un pārtraukta, ir ne tikai tā fiziskā vai emocionālā trauma, ko bērns iegūst. Bērībā pārdzīvotās vardarbības sekas var izpausties arī vēlāk, bērnam kļūstot pieaugušam, kā nespēja pilnvērtīgi sociāli funkcionēt, un bieži vien kļūstot par vardarbības izdarītāju pret saviem bērniem. Bāriņtiesu darbību regulējošie normatīvie akti paredz bāriņtiesas pienākumu reaģēt visos

gadījumos, kad bāriņtiesas rīcībā ir informācija par iespējamu vardarbību ģimenē, kas vērsta pret bērnu. Saņemot šāda satura informāciju, bāriņtiesai ikvienā ģimenes gadījumā jāizvērtē, vai nepieciešama tūlītēja bērna šķiršana no ģimenes. Tāpēc ir ļoti svarīgi rūpīgi izvērtēt visus gadījumus, kad bāriņtiesai tiek ziņots par iespējamu vardarbību pret bērnu un nekavējoties veikt visus nepieciešamos pasākumus, lai vardarbību novērstu un bērns saņemtu nepieciešamo palīdzību.

Ar Bāriņtiesu likuma grozījumu stāšanās spēkā pieteikumu par pagaidu aizsardzību pret vardarbību iesniedz tā bāriņtiesa, kuras darbības teritorijā konstatēts kāds no šā panta pirmajā daļā minētajiem apstākļiem vai kuras darbības teritorijā bērns dzīvo. Bāriņtiesai nav jālemj par pieteikuma iesniegšanu tiesai bāriņtiesas sēdē, pieteikums tiesai sagatavojams vēstules veidā, parakstot to bāriņtiesas priekšsēdētājam.

Bāriņtiesas uzdevums arī ir pārliecināties, vai vecāki veikuši visas nepieciešamās darbības, lai bērns saņemtu palīdzību- aizveduši bērnu pie psihologa vai sociālā darbinieka atzinuma sniegšanai un tālāk griezušies sociālajā dienestā, iesnieguši tur nepieciešamos dokumentus, lai bērns saņemtu no valsts budžeta finansētos sociālās rehabilitācijas pakalpojumus dzīvesvietā vai īpašā rehabilitācijas institūcijā.

Kopš 2014.gada, kad tika ieviesti grozījumi “Bāriņtiesu likumā, bāriņtiesas īsti nemācīja pielietot ar likumu dotās tiesības. Analizējot Bāriņtiesu ikgadējās atskaites Bērnu tiesību aizsardzības inspekcijai redzams, ka līdz 2017.gadam “Pārskatos par bāriņtiesu darbu” nemaz nebija iestrādāta tāds punkts, kā “Pieteikumu skaits, ko bērna interesēs iesniegusi bāriņtiesa ar lūgumu tiesai nodrošināt pagaidu aizsardzības pret vardarbību “. No pārskatiem redzams, ka 2017.gadā tika iesniegti 10 pieteikumi: 4 par fizisko vardarbību, 1 par seksuālo vardarbību, 5 pieteikumos norādīti vairāki vardarbības veidi. 2018.gada pārskatā norādīts, ka 9 pieteikumi: 3 par fizisko vardarbību, 1 par psiholoģisko vardarbību, 5 pieteikumos norādīti vairāki vardarbības veidi. [6]

Bāriņtiesu pieteikumu tiesai salīdzinoši ar tiesa un policijas lēmumiem ir ļoti maz. Bāriņtiesas kūtri izmanto ar likumu dotās tiesības. Iespējams, ka bāriņtiesām būtu nepieciešams vairāk skaidrot par gadījumiem par kādiem tā ir tiesīga vērsties tiesā ar pieteikumu. Sniedzot pieteikumu tiesā par pagaidu aizsardzību pret vardarbību pieteikumā ir jānorāda nākotnes prasījums, bāriņtiesai tāds noteikti nebūs. Tāpēc ir jāsaprot un jānorāda bērna likumiskā pārstāvja iespējamā prasība, ko tiesa arī vērtē kopsakarā ar iesniegtajiem dokumentiem.

## **STAMBULAS KONVENCIJA EIROPAS SAVIENĪBAS MECHANISMS CĪŅĀ AR VARDARBĪBU/ СТЕМБЛЕЙНАЯ КОНВЕНЦИЯ МЕХАНИЗМ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА ПРОТИВ НАСИЛИЯ/ STAMBLE CONVENTION EUROPEAN UNION AGAINST VIOLENCE**

Stambulas konvencijas, oficiālais nosaukums –Eiropas Padomes Konvencija par vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršanu un apkarošanu, (tekstā Konvencija) definētais nolūks ir vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē novēršana. Autores prāt jāstiprina starp valstu sadarbība un jābūt saskaņotam regulējumam Konvencijas darbības jomā, kas skar: krimināltiesību jomu; kriminālprocesu; civilprocesu; migrāciju un patvērumu; izpratnes veidošanu un izglītību. Dzimumu līdztiesība ir galvenais nosacījums, lai nebūtu vardarbība. Konvencija paredz, ka dalībvalstis pieņem un īsteno efektīvu, vispusīgu un saskaņotu valsts politiku, kura ietver pasākumus, lai novērstu un apkarotu jebkādu vardarbību. Konvencija attiecas šādās jomās: novēršana, tostarp izpratnes veidošana, izglītošana un attiecīgo profesiju pārstāvju apmācība; aizsardzība un atbalsts; materiālās tiesības, tostarp sodi; izmeklēšana, apsūdzība, procesuālās tiesības un aizsardzības pasākumi; migrācija un patvērumi; starptautiskā sadarbība un Konvencijas īstenošanas uzraudzība. Ja ģimenē notiek vardarbība, Konvencija paredz, ka vardarbības veicējam ir jāsaņem sods, bet cietušajam –aizsardzība un palīdzība.

Latvija parakstot Konvenciju ir ieviesusi izmaiņas nacionālajos likumos, kas tieši attiecas uz varmākas un cietušā rehabilitāciju. Saskaņā ar Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likumam un Ministru kabineta 23.12.2014. noteikumiem Nr. 790 „Sociālās rehabilitācijas pakalpojumu sniegšanas kārtība no vardarbības cietušām un vardarbību veikušām pilngadīgām personām” Latvija no 2015.gada 1.janvāra

nodrošina no vardarbības cietušo pilngadīgo cilvēku un vardarbības veicēju sociālās rehabilitācijas pakalpojumus. Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likuma 13. panta pirmās daļas 3.<sup>1</sup> un 11.punkts paredz sociālo rehabilitāciju vardarbību veikušai personai un personai, kura cietusi no vardarbības, šo rehabilitāciju finansē valsts, ja ir pieņemts tiesas vai tiesneša lēmums par pagaidu aizsardzību pret vardarbību vai policijas lēmums par nošķiršanu.

Konvencija regulē četrus vardarbības veidus: fizisko, seksuālo, psiholoģisko un ekonomisko, bet divus no tiem – psiholoģisko un ekonomisko vardarbību nedefinē. Jēdzieni psiholoģiskā vardarbība un ekonomiskā vardarbība jau ir iestrādāti Latvijas normatīvajā regulējumā (Grozījumi CPL (2014. gada marts)). KL Latvijā paredz iespēju saukt personu pie atbildības par psiholoģisku vardarbību. Nacionālā līmenī problēma nav jēdziena izpratne, bet pierādīšana, taču starptautiskā skatījumā var rasties nesaskaņa starp šo jēdzienu izpratni nacionālā un Konvencijas aspektā.

Stambulas konvencija ir pirmais Eiropas tiesību akts vispusīga tiesiskā regulējuma radīšanai, lai aizsargātu personas, it īpaši sievietes un meitenes, pret jebkāda veida vardarbību, t.sk., ģimenē. Stambulas konvencija papildina un paplašina standartus, ko šajā jomā noteikušas citas reģionālās cilvēktiesību organizācijas. Stambulas konvencija, salīdzinot ar citiem līdzīgiem starptautiskajiem dokumentiem, ir starptautisks līgums ar vistālejošākajām sekām, lai apkarotu šo nopietnu cilvēktiesību pārkāpumu.[7] Šis ir pirmais starptautiskais dokuments, kas veltīts vardarbības ģimenē jautājumiem. Konvencijas dalībvalstis apņemas aizsargāt sievietes pret jebkāda veida vardarbību, vienlaikus tās tiek mudinātas piemērot aizsargājošo sistēmu arī attiecībā uz bērniem, vīriešiem un veciem cilvēkiem, kas ir pakļauti vardarbībai ģimenē. Šī ir būtiska Stambulas konvencijas atšķirība no citiem starptautiskajiem un reģionālajiem līgumiem, kas veltīti tikai vardarbības pret sievietēm problemātikai.

Daudzas valstis neapmierina Konvencijas 12.pants, tas nosaka, ka Konvencijas dalībvalstis veic visus vajadzīgos pasākumus, lai veicinātu izmaiņas sociālās vides un kultūras noteiktajos sieviešu un vīriešu uzvedības modeļos nolūkā izskaust aizspriedumus, paražas, tradīcijas un jebkādu citu praksi, kurai pamatā ir ideja[..] par sieviešu un vīriešu lomām, kas padarītas par stereotipiem.

Dažādās diskusijās Latvijas lielāko baznīcu bīskapi pauduši satraukumu, ka iesīkstējušās paražas un tradīcijas tiek saistītas ar reliģiskajiem aizspriedumiem, nevis skaidri pateikts, ka vardarbības cēlonis ir cilvēku netikumi, kļūdas, vājības.

Kopš Eiropas Padome pieņēma Stambulas konvenciju, tās principi un piedāvātie risinājumi konsekventi tika ņemti vērā, lai arī Latvijā nodrošinātu labāku aizsardzību no vardarbības cietušajiem un sodītu vardarbības veicēju. Cietušajam un vardarbības veicējam ir ieviesti rehabilitācijas pasākumi. Ir ieviesti instrumenti, kas ļauj nošķirt vardarbības veicēju un cietušo, lai mazinātu atkārtotas vardarbības gadījumus.

Vardarbību veicējam ir pašam nepieciešama palīdzība, jo viņš neizprot vardarbības sekas, iespējams, tās viņš pats piedzīvojis bērnībā vai jaunībā. Viņam tā ir dzīvs norma kādu pazemot, būt vardarbīgam. Nenoliedzami par šādu rīcību ir jāsaņem sods, bet autora prāt paralēli sodam, vardarbības vaicājam ir jāsaņem arī sociālā rehabilitācija, jo viņš nemāk dzīvot citādi. Izglābjot no vardarbības veicēja vienu upuri un nesākot nekādu sociālo rehabilitāciju viņš izvēlēsies nākamo upuri. Kā prakse rāda arī upuri ir kādreiz jaunībā vai bērnībā piedzīvojuši vardarbību ģimenē un bez citu līdzcilvēku palīdzības izklūt no šī cietēja apla. Upurim ir pašam jāvēlas pārtraukt vardarbību, kas vērtā pret viņu un saņemot rehabilitāciju, līdzcilvēku atbalstu jāturpina kvalitatīvi dzīvot tālāk.

Konvencijas nodoms ir svarīgs ikvienai sabiedrībai. Starptautiski pētījumi liecina, ka Latvijā vardarbība pret sievieti gadās bieži. Pēc konsilija masu medijos publicēta ziņa par Eiropas Dzimumu līdztiesības institūta (EIGE) [8] pētījumu, kas atklāj, ka kopš 15 gadu vecuma fizisku vai seksuālu vardarbību piedzīvojušas 38,6% sievietes. Šis rādītājs ir augstāks kā ES vidēji, kur kopš 15 gadu vecuma fizisku vai seksuālu vardarbību ir piedzīvojušas 33% sievietes. Latvijā vardarbība ir smagāka. Latvijas sievietes visbiežāk ir cietušas no dzīvesbiedru puses. Vairāki rādītāji Latvijā ir sliktāki kā ES vidēji, Eiropas Dzimumu līdztiesības indekss ir zemāks (sliktāks) kā ES vidēji un vardarbības pret sievieti analīzes rezultāts ir augstāks (sliktāks) kā ES vidēji.[9] Pētījums liecina, ka vardarbība pret sievieti Latvijā izmaksā 915 miljonus eiro

gadā, vardarbība, kuru veic cietušā cilvēka intīmais partneris – vairāk nekā 495 miljonus eiro, no tiem vairāk nekā 442 miljonus eiro zaudējumi saistīti ar vardarbību pret sievieti (daudz, bet mazāk kā Igaunijā un Lietuvā).[10]

Stambulas konvencijā iekļautais regulējums ievieš jaunu attieksmi pret vardarbību pret sievieti un vardarbību ģimenē, aizsargājot sievietes un bērnus – to nodrošina vairāki nosacījumi: īpašs ieviešanas uzraudzības mehānisms, prasība pēc aktīvas sabiedrības iesaistes un agras izglītošanas vardarbības jautājumos.

Konvencijā liela nozīme ir prevences pasākumiem. Vardarbības pret sievietēm un vardarbības ģimenē prevencija var palīdzēt glābt dzīvi un mazināt cilvēku ciešanas. Tādēļ profilakses jomā ir būtiski attīstīt preventīvo kultūru - mainīt attieksmi, dzimumu lomas un stereotipus, kas padara vardarbību pret sievieti pieņemamu; veicināt izpratni par vardarbības dažādām formām un to traumējošo raksturu; sadarboties ar NVO, plašsaziņas līdzekļiem un privāto sektoru, lai sasniegtu sabiedrību.

Lai uzrunātu sabiedrību un pievērtu vairāk uzmanības vardarbības gadījumiem pasaules valstis rīko īpašas kampaņas godinot cietušos. Tā piemēram Itālija, katru gadu 25.novembrī pilsētu skvēros izvieto simtiem tūkstoši sarkanu kurpju pāru, kas ir simbols “Starptautiskā diena vardarbības pret sievietēm izskaušanai “. Kurpes, noteiktā situācijā, attēlo ceļu ko katra sievietei veic, ejot pretī brīvībai pret vardarbību.[11]

1981.gadā Latīņamerikas un Karību feministe 25.novembri lūdza, atzīt, kā starptautisko piemiņas dienu sievietēm kas, cietušas no vardarbības. 1999.gada 17.decembrī Apvienoto Nāciju organizācija (ANO) apstiprināja 25.novembri, kā dienu “Starptautiskā diena vardarbības pret sievietēm izskaušanai “. [12]

Turcijā atklāt memoriālā sienu, uz kuras ir izvietoti melni sieviešu kurpju pāri, kas simbolizē sieviešu ciešanas. Turcijā apmēram 40% sieviešu cieš no vardarbības ģimenē un dažkārt tas beidzas traģiski un tā ir piemiņa 440 sievietēm, kuras 2018.gadā nogalinājuši vīrieši.[13]

Eiropas Savienības Pamattiesību aģentūra (turpmāk tekstā FRA) ir veikusi apjomīgu pētījumu visās 28 Eiropas Savienības dalībvalstīs, tika intervētas apmēram 42 000 sieviešu, aptaujā tika norādīti tādi vardarbības veidi, kā izsekošana, seksuāla uzmākšanās, vardarbība izmantojot sociālos tīklos. Aptaujas liecina, ka 33% t.i. 62 miljoni sieviešu kopš 15 gadu vecuma ir piedzīvojušas fizisko un /vai seksuālo vardarbību; 22% sieviešu piedzīvojušas partnera fizisko un /vai seksuālo vardarbību; 5% no visām aptaujātajām sievietēm ir bijušas izvarotas; 43% sieviešu pieredzējušas psiholoģisko vardarbību, kas izpaužas, kā publiska pazemošana, brīvā laika ierobežošana, piespiedu kārtā pornogrāfisku materiālu skatīšanās un vardarbības draudus. 33% bērnu piedzīvojuši fizisko vai seksuālo vardarbību bērnībā no pieaugušajiem. 18% sieviešu kopš 15gadiem ir piedzīvojušas izsekošanu, kas ilgusi vairāk kā 2 gadus. 11% sieviešu ir saņēmušas seksuāla rakstura īsziņas, rakstus e-pastā. 20% sieviešu vecumā no 18-29 gadiem ir cietušas no kiberuzmākšanās. 67% no aptaujātajām sievietēm nav ziņojušas par vardarbības gadījumiem. Pētījums rāda, ka daudzām atbalsta nozarēm ir jādarbojas, lai palīdzētu sievietēm, kuras cietušas no vardarbības, iesaistot darba devējus, veselības aprūpes speciālistus, interneta pakalpojuma sniedzējus. FRA atzīst, ka Eiropas Savienības valstīm ir jāratificē Eiropas Padomes Konvencija par vardarbību pret sievietēm un vardarbību ģimenē novēršanu un apkarošanu.[14]

## KOPSAVILKUMS/ВЫВОДЫ/CONCLUSION

Pagaidu aizsardzība pret vardarbību Latvija ir ieviests nesen. Latvija parakstīja Stambulas konvencijas, kas iestājas pret vardarbību.

Normatīvajos aktos noteiktā kompetence ir apjomīga un spēj nodrošināt ātru un rezultatīvu aizsardzību personai, kura cieš no vardarbības ģimenē, tādos gadījumos, ja šī persona izsaka rakstisku vēlmi pēc aizsardzības no vardarbības draudiem.



Latvijā ieviestais regulējums pagaidu aizsardzībai pret vardarbību ir efektīvs, jo, novērojams, ka likumdevēji groza un maina aizsardzības pret vardarbību piemērošanas kārtību, kas ļauj pieņemt, ka regulējuma piemērošana Civilprocesā ir ātrākais veids, kā aizsargāt cietušās personas tiesības.

Latvijā tiesības pieņemt Policijas lēmumu par nošķiršanu un lemt jautājumu par nepieciešamību aizsargāt personu no vardarbības ir Valsts policijai, pašvaldības policijas darbiniekam un tiesai.

Izveidojusies lielāka policijas darbinieku pieredze attiecīgajā jomā un apmeklējot apmācības kursus par pagaidu aizsardzību pret vardarbību ir uzlabojušās zināšanas par to kā pareizi konstatēt un rīkoties gadījumos, kad tiek pārkāpts Policijas lēmums par nošķiršanu.

Zinot citu iesaistīto institūciju darba uzdevumus un izprotot to vajadzības savu uzdevumu veikšanā, kā arī nodrošinot un sniedzot pēc iespējas kvalitatīvāk sagatavotu, lietderīgu informāciju, ir iespējams sasniegt labāku rezultātu un kopējo mērķi – mazināt un novērst vardarbību un vardarbības riskus pēc iespējas agrīnākā stadijā. Izstrādājot koordinētu starpinstitutionālās sadarbības plānu, iepazīstot un izprotot citu iesaistīto institūciju vajadzības to kompetencē esošo uzdevumu veikšanai, tiek veicināta un nodrošināta kvalitatīvāka informācijas apmaiņa, tādā veidā ātrāk un labāk sasniedzot tos rezultātus, kas vērsti uz vardarbības un vardarbības risku mazināšanu un novēršanu.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS/ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ/ REFERENCES

1. Mierīņa, A. Aizsardzības pret vardarbību ģimenē starptautisko un nacionālo tiesību skatījumā // Jurista Vārds Nr.32
2. LR Veselības ministrija. Pētījums par Latvijas jauniešu bērnībā gūto nelabvēlīgo pieredzi. Rīga. 2011. [file:///C:/Users/ILZE~1.LAP/AppData/Local/Temp/Petijums\\_par\\_Latvijas\\_jauniesu\\_berniba\\_guto\\_va\\_rdarbibas\\_pieredzi\\_2011\\_zinojums\\_kopsavilkums\[1\].pdf](file:///C:/Users/ILZE~1.LAP/AppData/Local/Temp/Petijums_par_Latvijas_jauniesu_berniba_guto_va_rdarbibas_pieredzi_2011_zinojums_kopsavilkums[1].pdf)
3. Ziemele, I. Cilvēktiesības pasaulē un Latvijā. Rīga, Izglītības soli, 2000.
4. Autoru kolektīvs. Latvijas Republikas Satversmes komentāri VIII nodaļa Cilvēka pamattiesības. Rīga, Latvijas Vēstnesis, 2011.
5. Civilprocesa likums. <https://likumi.lv/ta/id/50500-civilprocesa-likums>
6. Bērnu tiesību aizsardzības inspekcija. “Pārskatos par bāriņtiesu darbu” <http://bti.gov.lv/lat/barintiesas/statistika/?doc=4788&PAGE=>
7. Āfrikas Cilvēktiesību hartas Protokolā par Āfrikas sieviešu tiesībām. <https://enciklopedija.lv/skirklis/7465>
8. European Institute for Gender Equality. <http://eige.europa.eu>
9. Latvijas Zinātņu akadēmijas Humanitāro un sociālo zinātņu nodaļas rīkotā ekspertu konsīlija „Par Stambulas konvenciju” slēdziens, sadaļa- Vai Stambulas konvencijas mērķis un ietekmētās jomas ir Latvijas sabiedrībai svarīgas? [http://www.lza.lv/images/stories/nodalas/Stambulas\\_konvencija\\_LZA.pdf](http://www.lza.lv/images/stories/nodalas/Stambulas_konvencija_LZA.pdf)
10. Latvijas Zinātņu akadēmijas Humanitāro un sociālo zinātņu nodaļas rīkotā ekspertu konsīlija „Par Stambulas konvenciju” slēdziens, sadaļa- Vai Stambulas konvencijas mērķis un ietekmētās jomas ir Latvijas sabiedrībai svarīgas? [http://www.lza.lv/images/stories/nodalas/Stambulas\\_konvencija\\_LZA.pdf](http://www.lza.lv/images/stories/nodalas/Stambulas_konvencija_LZA.pdf)
11. Tās nav tikai sarkanās kurpes. <http://www.canguro.it/en/theyre-not-just-red-shoes/>
12. Vikipēdija. [https://en.wikipedia.org/wiki/International\\_Day\\_for\\_the\\_Elimination\\_of\\_Violence\\_against\\_Women#targetText=In%201981%2C%20activists%20at%20the,United%20Nations%20\(UN\)%20resolution.](https://en.wikipedia.org/wiki/International_Day_for_the_Elimination_of_Violence_against_Women#targetText=In%201981%2C%20activists%20at%20the,United%20Nations%20(UN)%20resolution.)
13. Theres A Haunting Memorial In Turkey To Commemorate 44 Women killed to their own husbands last year. <http://www.boredpanda.com/440-shoes-in-turkey-memorial-for-women-killed-by-men/>
14. Violence against women – our response. <https://WWW.norway.no/en/missions/coe/en-coe/violence-against-women--our-response/>

# NEPILNGADĪGAS PERSONAS KRIMINĀLATBILDĪBA PAR AUDZINOŠA RAKSTURA PIESPIEDU LĪDZEKLI

**Solvita Gertnere**

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Liepāja  
profesionālā maģistrantūra Krimināltiesības,

solvita40@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs:

Asoc. prof. Dr.iur. Dainis Mežulis

## ANOTĀCIJA

Raksta mērķis ir, noskaidrot kāda ir soda noteikšana nepilngadīgajiem, cik bieži piemēro audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus nepilngadīgajiem, ko mainīt Krimināllikumā un sistēmā, lai nodrošināt nepilngadīgo interešu aizsardzību, iespēju attīstīties un kļūt par pilnvērtīgiem sabiedrības locekļiem. Rakstā tiek apskatīti kādi ir paredzēti soda veidi nepilngadīgajiem, un analizēti audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanas sistēma Latvijā, kādi soda veidi tiek piemēroti visbiežāk. Pamatojoties uz paveikto pētījumu, autore izdarīja secinājumus un izstrādāja priekšlikumu.

**Atslēgas vārdi:** Krimināllikums, nepilngadīgais, audzinošs rakstura piespiedu līdzeklis.

## АНОТАЦИЯ

Цель данной статьи - выяснить, как наказывают несовершеннолетних, как часто применяются принудительные меры несовершеннолетнего характера, которые модифицированы Уголовным законом и системой для обеспечения защиты интересов несовершеннолетних, возможностей для развития и становления полноправными членами общества. В статье рассматриваются виды наказания для несовершеннолетних и анализируется система карательных мер исправительного характера в Латвии, какие виды наказания применяются чаще всего. На основании проведенного исследования автор сделал выводы и сделал предложение.

**Ключевые слова:** Уголовное право, несовершеннолетние, принудительные меры исправительного характера.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Pētījuma problēma – audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošana bērniem (nepilngadīgiem), ja izdarījis tādu nodarījumu vai pārkāpumu, par kuru normatīvajos aktos paredzētā kriminālatbildība. Pētījuma mērķis ir, analizējot cik bieži tiek piemērots audzinošu raksturu piespiedu līdzeklis, izvirzīt priekšlikumus situācijas uzlabošanai.

Krimināllikuma 35. panta pirmā daļa nosaka, ka paredzētais sods ir piespiedu līdzeklis, ko personai, kura ir vainīga noziedzīga nodarījuma izdarīšanā, Krimināllikuma ietvaros valsts vārdā piespriež tiesa, vai likumā paredzētajos gadījumos nosaka prokurors, sastādot priekšrakstu par sodu. Soda mērķis saskaņā ar Krimināllikuma 35. panta otro daļu ir - aizsargāt sabiedrības drošību, atjaunot taisnīgumu, sodīt vainīgo personu par izdarīto noziedzīgo nodarījumu, resocializēt sodīto personu, panākt, lai notiesātais un citas personas pildītu likumus un atturētos no noziedzīgu nodarījumu izdarīšanas. Mišels Fuko savā grāmatā “Uzraudzīt un sodīt” norāda, ka likuma pārkāpumiem ir jābūt labi definētiem un noteikti jātiek sodītiem, tāpat autors savā grāmatā norāda, ka ir ļoti svarīgi sakārtot sodīšanu un pielāgotus tai rezultātus.[1] Bet Dr.iur.Vitolds Zahars norāda, ka citu cilvēku atturēšana no noziedzīgu nodarījumu izdarīšanas ir svarīgs

kriminālsoda mērķis, tomēr tā sasniegšanai nedrīkst piemērot likumpārkāpējiem pārāk bargus sodus – kriminālsodus nedrīkst izmantot, lai iebiedētu sabiedrību.[2] Latvijas sodu izpildes kodekss paredz, ka kriminālsodu izpildes uzdevums ir izpildīt kriminālsodu saskaņā ar Latvijas sodu izpildes kodeksā noteiktajiem kriminālsodu izpildes pamatprincipiem, piemērojot notiesātajam Latvijas sodu izpildes kodeksā noteiktos resocializācijas līdzekļus, kā arī panākt, lai notiesātais un citas personas pildītu likumus un atturētos no noziedzīgu nodarījumu izdarīšanas. Latvijas sodu izpildes kodekss reglamentē kriminālsodu izpildes noteikumus un kārtību, notiesāto tiesisko statusu, valsts un pašvaldību iestāžu kompetenci sodu izpildē.[3] Tātad saskaņā ar Krimināllikumu kriminālsodu var atzīt par valsts piespiedu līdzekli. To piespriež valsts vārdā, un tam ir publisks raksturs, tādēļ spēkā stāties tiesas spriedums ir obligāts ne vien notiesātajam, bet arī visiem citiem valsts iedzīvotājiem, turklāt valsts realizē atbilstošus pasākumus, lai nodrošinātu sprieduma izpildi.[4] Tāpēc kriminālsodu kā valsts piespiedu līdzekli piespriež, stingri ievērojot Krimināllikuma norādījumus. Krimināllikuma mērķis ir vainīgās personas sodīšana, taču reizēm tā neatbilst nepilngadīgo personu interesēm.

Krimināltiesību sistēma bieži nav atbilstoša tiesvedības procesos iesaistītajiem bērniem un nereti pakļauj viņus sekundārās viktimizācijas riskam. Nepilngadīgie savas nenobriedušās personības dēļ ir pakļauti lielākam viktimizācijas riskam nekā pieaugušie. Taisnīguma atjaunošanas principus var uzskatīt par holistisku pieeju nepilngadīgo noziedzības jomā, jo tiek ņemtas vērā gan likumpārkāpēja, gan cietušā vajadzības. Tāpat arī jāsabalansē valsts jeb sabiedrības intereses un nepilngadīgās personas intereses. Vairākumam nepilngadīgo problemātiska uzvedība ir pārejoša, tādēļ sods bez resocializācijas var potenciāli negatīvi ietekmēt nepilngadīgā identitāti un pašapziņu.

Krimināllikuma VII nodaļa noteikts nepilngadīgo kriminālatbildības īpatnības Krimināllikuma 64.pants līdz 66.pants. Noteikts, ka nodaļas nosacījumi attiecas uz personām, kas līdz noziedzīgā nodarījuma izdarīšanai nav sasniegušas astoņpadsmit gadu vecumu. Krimināllikuma 65.pants noteikts, ka soda piemērošana nepilngadīgajiem piemērojami šādi pamatsodu veidi, brīvības atņemšana, piespiedu darbs, naudas sods, kā arī šajā likumā paredzētie papildsodi.

Krimināllikuma 66.pantā noteikts, ka audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošana nepilngadīgajiem, ievērojot noziedzīgā nodarījuma izdarīšanas īpašus apstākļus un par vainīgā personību iegūtās ziņas, kas mīkstina viņa atbildību, tiesa var nepilngadīgo atbrīvot no piesprietā soda, piemērojot likumā noteiktos audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus. Sods izpildāms, ja nepilngadīgais, kas atbrīvots no tā, piesprietā soda laikā nepilda tiesas uzliktos pienākumus.

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Lai gan Krimināllikumā ir paredzēta iespēja noteiktā soda vietā piemērot audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus atbilstoši likumam “Par audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanu bērniem”, ik gadu vidēji tikai 3% nepilngadīgo, tiesa ir piemērojusi audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus. Pamatā pret nepilngadīgajiem tiek piemērota tradicionālā kriminālā taisnīguma sistēma, kas ir pretēja nepilngadīgo interesēm, kā arī neveicina un reizēm pat izslēdz nepilngadīgā resocializācijas iespēju. Pasaulē taisnīguma atjaunošanas pieejas ir apliecinājušas savu potenciālu sniegt pozitīvus rezultātus gan cietušajām personām, gan likumpārkāpējiem.

Valstij ir uzdevums ir realizēt aizsargājošo funkciju un reaģēt uz jebkuru izdarītu noziegumu. Bet nepilngadīgajam ir tiesības uz savu interešu aizsardzību. Tas ir, nepilngadīgo noziedzības problēmu risināšana pēc tradicionālajiem kriminālo tiesību principiem ir pretrunā arī ar valsts deklarēto apņēmību aizsargāt nepilngadīgo intereses. Krimināllikuma reformas mērķis ir panākt, lai nepilngadīgajam būtu tāds uzvedības modelis, kas atbilst vispārējām sabiedrības tikumības, morāles un likuma normām, kā arī nodrošināt, ka viņš, kļūstot pieaudzis, būtu pilnvērtīgs sabiedrības loceklis, proti, lai viņš studētu, strādātu, maksātu nodokļus, veidotu ģimeni un audzinātu bērnus.[5] Primāram soda mērķim ir jābūt nepilngadīgā resocializācijai, jo ir

pierādīts, ka vairākums nepilngadīgo, nobriestot personībai un kļūstot pieaugušiem, pārtrauc likumpārkāpjošo uzvedību. Speciālisti norāda, ka daudzos gadījumos nepilngadīgo problemātiska uzvedība ir pārejoša, tādēļ sods bez resocializācijas var potenciāli negatīvi ietekmēt nepilngadīgā identitāti un pašapziņu.

Likumā par audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanu bērniem 6.pants nosaka, ka bērniem var piemērot audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus. Izteikt brīdinājumu, uzlikt par pienākumu atvainoties cietušajām personām, ja tās piekrit tikt ar vainīgo, nodot bērnu galvojumā vecākiem vai aizbildņiem, kā arī citām personām, iestādēm vai organizācijām, uzlikt par pienākumu ar savu darbu novērst radītā kaitējuma sekas. Bērnam, kurš sasniedzis 15 gadu vecumu un kuram ir ienākumi, — uzlikt par pienākumu atlīdzināt nodarīto zaudējumu, noteikt uzvedības ierobežojumus, uzlikt par pienākumu veikt sabiedrisko darbu, ievietot bērnu sociālās korekcijas izglītības iestādē.

Audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošana bērniem nekādā gadījumā nav uzskatāma par sodu, drīzāk gan sniedz iespēju saukt pie atbildības, tā savlaicīgi reaģējot uz bērnu prettiesisku uzvedību un samazinot iespēju, ka bērns izdarīs atkārtotus likumpārkāpumus, bet praksē novērots, ka lielākā daļa iestādes nepiemēro audzinoša rakstura piespiedu līdzekļa sodu. 2017.gadā notiesāti nepilngadīgie 345, bet 22 ir piemēroti audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi. 2016. gadā notiesāti nepilngadīgie 389, bet 24 ir piemēroti audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi.[6] Situācijā, kad bērns ir izdarījis noziedzīgu nodarījumu un tiesa viņu ir atbrīvojusi no piespriedē soda, konstatējot izdarītā nodarījuma maznozīmīgumu, bērna vecumu, nodarījumu veicinošos un citus apstākļus 2017.gadā neviens nepilngadīgais nav atbrīvots no soda. Lielākai daļai nepilngadīgos notiesā pēc soda veida brīvības atņemšana 107 un citi soda veidi 238, no kā 234 ir piespiedu darbs, ja šie notiesātie nepilngadīgie neveic piespiedu darbu, tad tiek piespriedē brīvības atņemšana.[7] Autore uzskata, ka šie soda veidi neveicina nepilngadīgā prevenciju. Taču prevencijas nolūkā, lai koriģētu bērna uzvedību un nepieļautu atkārtotu prettiesisku rīcību, vajadzētu, piemēro audzinošu raksturu piespiedu līdzekli. Ja bērns, kas izdarījis nodarījumu vai pārkāpumu, ir noslēdzis izlīgumu un izpildījis tajā ietvertos nosacījumus, audzinoša rakstura piespiedu līdzekli viņam var nepiemērot. Audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus var piemērot kā pamata piespiedu līdzekli, kā arī papildus bērnam var uzlikt par pienākumu ārstēties no alkohola, narkotisko, psihotropo vai toksisko vielu vai citādas atkarības. Piemērojot audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus, ņem vērā nodarījuma un pārkāpuma motīvus, raksturu un cēloņus, bērna vecumu un dzīves apstākļus, viņa līdzdalības pakāpi nodarījumā, kā arī uzvedību izglītības iestādē vai darbavietā un sadzīvē. Lai piemērot audzinoša rakstura piespiedu līdzekli uzvedības ierobežojumus, bērnam uzliet par pienākumu veikt noteiktas darbības vai atturēties no noteiktu darbību veikšanas. Perioda ilgums ir no 30 dienām līdz vienam gadam. Aizliegt apmeklēt noteiktas sabiedriskās vietas, aizliegt satikties ar noteiktām personām, uzlikt par pienākumu noteiktā diennakts laikā atrasties savā dzīvesvietā, uzlikt par pienākumu periodiski ierasties uz reģistrāciju Valsts policijā, uzlikt par pienākumu piedalīties sociālās korekcijas un sociālās palīdzības programmās, uzlikt par pienākumu turpināt pamatizglītības iegūšanu, uzlikt par pienākumu ierasties uz konsultāciju pie psihologa, ārsta vai cita speciālista. Šāda veida uzlikti uzvedības ierobežojumi attur nepilngadīgo no noziedzīga nodarījuma.

Likums arī nosaka, ka var uzlikt bērnam par pienākumu veikt sabiedrisko darbu no 10 līdz 40 stundām. Sabiedriskais darbs ir bērna iesaistīšana sabiedrībai nepieciešamos darbos, ko bērns pilda bez atlīdzības savas dzīvesvietas apvidū no pamatdarba un mācībām brīvajā laikā. Sabiedrisko darbu kārtību nosaka Ministru kabinets. Ja sabiedrisko darbu izpildes laikā bērns sasniedz 18 gadu vecumu, sabiedriskā darba izpildi bērns turpina, kamēr audzinoša rakstura piespiedu līdzeklis izpildīts pilnā apmērā.

Nodot bērnu galvojumā vecākiem vai aizbildņiem, kā arī citai personai, iestādei vai organizācijai var uz laiku no sešiem mēnešiem līdz vienam gadam, bet ne ilgāk kā līdz 18 gadu vecuma sasniegšanai. Likumā tiek paredzēts, ka cita persona, iestāde vai organizācija piekrit audzināt un uzraudzīt bērnu, ja šīm personām nav nekādas negatīvas ietekmes uz bērnu. Tikai tad, ja bērns piekrit tam, ka viņu nodod galvojumā noteiktajai personai, iestādei vai organizācijai, apsola respektēt to viedokli un ievērot noteikto kārtību.

## KOPSAVILKUMS. PEZIOME. SUMMARY

Darba izpētes laikā autore nonāca pie secinājuma, ka audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanu bērniem (nepilngadīgajiem) par pirmo noziedzīgo nodarījumu būtu lietderīgāks. Bērnu tiesību aizsardzības likuma 2.pantā ir noteikts, ka bērna tiesības, brīvības un to aizsardzību, ņemot vērā, ka bērnam kā fiziski un intelektuāli nenobriedušai personai vajadzīga īpaša aizsardzība un gādība. Jo dzīvē bieži ir tā, ka vecāki par bērna uzvedību nereti sāk uztraukties tikai tad, kad saņēmuši administratīvā soda protokolu vai pavēsti, ka kopā ar bērnu jāierodas Valsts policijā par likumpārkāpumiem. Bērnu tiesību aizsardzības likuma 58.pantā ir noteikts, kā organizējams profilakses darbs nepilngadīgajiem. Likumpārkāpumu profilakses darbu ar bērniem veic pašvaldība sadarbībā ar bērnu vecākiem, izglītības iestādēm, Valsts policiju, Valsts probācijas dienestu, ja bērns ir probācijas klients, sabiedriskajām organizācijām un citām iestādēm. Valsts policija var ņemt profilaktiskajā uzskaitē bērnus, kuri izdarījis noziedzīgu nodarījumu un vairāk nekā divas reizes izdarījis Administratīvo pārkāpumu kodeksā paredzētās prettiesiskās darbības, kā arī citus bērnus, kuriem pašvaldībā iekārtota profilakses lieta, ja izstrādātā uzvedības sociālās korekcijas programma paredz policijas līdzdalību konkrētajā lietā.

Pēc satura audzinoša rakstura piespiedu līdzeklis sabiedriskais darbs ir līdzīgs kriminālsodam piespiedu darbs, jo arī šajā gadījumā bērns bez atlīdzības no mācībām un darba brīvajā laikā veic sabiedrībai derīgu darbu. Atšķirība no krimināllikuma, kas uzsver nepieciešamību sodīt par izdarīto likumpārkāpumu, audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu mērķis ir orientēt bērnu uz sabiedrības interesēm atbilstošām vērtībām, palīdzot viņam atturēties no pretlikumīgām darbībām, kā arī integrēt sabiedrībā bērnu ar sociālās uzvedības novirzēm. 2018.gadā no 5966 probācijas klientiem, 215 jeb 3.6% bija bērni (nepilngadīgie). No 215 nepilngadīgajiem probācijas klientiem 128 jeb 59.5% ir nonākuši Valsts probācijas dienesta redzeslokā pirmo reizi. Pēc kā var secināt, ka šos bērnus (nepilngadīgos) vēl ir iespēja orientēt bērnu uz sabiedrības interesēm atbilstošām vērtībām, palīdzot viņam atturēties no pretlikumīgām darbībām.

Pēc minēto secinājumu izdarīšanas tika izvirzīti sekojoši priekšlikumi:

66.pantā. Audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošana nepilngadīgajiem papildināt ar trešajā daļā, šādā redakcijā:

“3) ievērojot, ka noziedzīgai nodarījums izdarīt pirmo reizi, pakļaujoties sliktas sabiedrības, draugu vai piespiedu kārtā, tiesa var nepilngadīgo atbrīvot no piespriedē soda, piemērojot likumā noteiktos audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus piemērošana nepilngadīgajiem”.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.

### REFERENCES

1. Latvijas Republikas Satversme. 15.02.1922. likums/Valdības Vēstnesis, 141, 30.06.1922., LV, 43, 01.07.1993., Ziņotājs, 6, 31.03.1994.
2. Bērnu tiesību aizsardzības likums. 08.07.1998. likums/LV, 199/200 (1260/1261), 08.07.1998., Ziņotājs, 15, 04.08.1998.
3. Krimināllikums. 17.06.1998. likums/LV, 199/200 (1260/1261), 08.07.1998., Ziņotājs, 15, 04.08.1998.
4. Par audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanu bērniem. Pieņemts: 31.10.2002. Stājas spēkā: 01.01.2005. Publicēts: “Latvijas Vēstnesis”, 168, 19.11.2002. “Ziņotājs”, 23, 12.12.2002. (redakcijā no 2016.gada 28.aprīlī).
5. Valsts probācijas dienesta Publiskais pārskats 2018.gads.
6. Dr.iur. Zahars, V. Latvijas kriminālpolika noziedzības novēršanas un apkarošanas pozīcijās. - Daugavpils Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Tiesību katedras vadītājs, profesors.
7. Krastiņš, U. Liholaja, V. Niedre, A., (2001). Krimināltiesības vispārīgā un sevišķā daļa. Rīga:Tiesu namu aģentūra. – 89.lpp.

8. Fuko, M. (2001). Uzraudzīt un sodīt. Rīga: AGB.— 85. - 86. lpp.
9. Balode, L. (2017) LV portāls. Pieejams: <https://lvportals.lv/skaidrojumi/287883-nepilngadigo-personu-noziedziba-latvija-2017> [Apmeklēts 2019. gada 14. novembrī].
10. file:///C:/Users/Acer/Downloads/\_sites\_default\_files\_publication\_2019-08\_Nr\_6\_Berni\_Latvija\_2019\_%252819\_00%2529\_LV\_EN\_1.pdf

# STARPTAUTISKĀ SADARBĪBA NOZIEDZĪGU NODARĪJUMU IZMEKLĒŠANĀ. TĀS NOZĪME UN PROBLEMĀTIKA

**Kristīne Preisa**, Latvija,  
Baltijas Starptautiskā akadēmija Liepājas filiāle,  
Profesionālā maģistra studiju programma Krimināltiesības  
kristinepreisa@gmail.com  
Zinātniskais vadītājs: Vad. Pēt., Dr.iur. Sandra Kaija

## ANOTĀCIJA

Referāta darba tēma ir „Starptautiskā sadarbība noziedzīgu nodarījumu izmeklēšanā. Tās nozīme un problemātika”. Referāta tēma ir aktuāla, jo strauji attīstoties interneta resursiem tikpat strauji palielinās interneta vidē izdarīto noziedzīgo nodarījumu skaits. Šis apstāklis rada kolīziju starp tradicionālo teritoriālo jurisdikciju, kuras pamats ir teritorija un valsts piederīgo lojalitāte valsts likumiem. Aizvien biežāk policija veicot izmeklēšanu saskaras ar situācijām, kad pastrādātie noziegumi ir ar starptautisku raksturu, kas gan ievērojami apgrūtina gan dažkārt pat padara neiespējamu noziedzīgā nodarījuma atklāšanu, vainīgās personas noskaidrošanu un saukšanu pie likumā noteiktās atbildības.

Darba mērķis ir izpētīt problemātiku izvirzīt priekšlikumus tiesiskā regulējuma pilnveidošanai un birokrātijas mazināšanai.

Darbā tiek analizēts starptautiskās sadarbības jēdziens, izmeklēšanas darbības un sadarbības veidi. Tiek izpētīta tiesiskā regulējuma problemātika.

Nobeigumā tiek izvirzīti priekšlikumi īpaši aizsargājamu cietušo aizsardzības tiesiskā regulējuma pilnveidošanai.

**Atslēgas vārdi:** izmeklēšanas darbības, kriminālprocesa likums, kriminālprocess, starptautiskā sadarbība.

## ABSTRACT

The theme of the paper is “International Cooperation in Criminal Investigation. Its significance and problems”. The topic of the report is timely, as the rapid development of Internet resources increases the number of criminal offenses committed in the Internet environment. Increasingly, police investigations are confronted with situations where the crimes committed are transnational in nature, which both make it considerably more difficult and sometimes impossible to detect, identify and bring to justice the offender. The aim of the thesis is to investigate the problem of putting forward proposals to improve the legal framework and reduce bureaucracy. The thesis analyzes the concept of international cooperation, investigative activities and types

of cooperation. Problems of legal regulation are investigated. Finally, proposals are made to improve the legal framework for the protection of particularly vulnerable victims.

**Keywords:** criminal procedure, criminal procedure law, international cooperation, investigative activities.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Termins “jurisdikcija” cēlies no latīņu vārda *jurisdictio*. Romiešu tiesībās tas apzīmēja juridisku varu tiesības noteikt regulēt un piemērot likumus. Jurisdikcija ir juridiskas varas vai kompetences forma. Pasaulē valstis lai attaisnotu savu krimināltiesiskās jurisdikcijas piemērošanu, izmanto dažādas teorijas, arī nepieciešamības, metafizisko, teritoriālo, personālo, universālo, seku, aizsardzības u.c. [7]

Latvijas republikā starptautiskā sadarbība krimināltiesiskajā jomā notiek saskaņā ar Kriminālprocesa likuma C daļu, kas paredz trīs sadarbības formas:

- 1) tiesiskajā palīdzībā;
- 2) personas izdošanā;
- 3) kriminālprocesa nodošanā un pārņemšanā.

Starptautisko sadarbību krimināltiesiskajā jomā Latvija ārvalstij lūdz un nodrošina:

- 1) personas izdošanā kriminālvajāšanai, tiesāšanai vai sprieduma izpildei, vai medicīniska rakstura piespiedu līdzekļu noteikšanai;
- 2) kriminālprocesa nodošanā;
- 4) procesuālās darbības izpildē;
- 5) sprieduma atzīšanā un izpildē;
- 6) citos starptautiskajos līgumos paredzētajos gadījumos.

Krimināltiesiskā sadarbība ar starp- tautiskajām tiesām un starptautisko organizāciju izveidotajām tiesām un tribunāliem paredz personu nodošanu starptautiskajām tiesām, procesuālo palīdzību tām un starptautisko tiesu nolēmumu izpildi.

Ziņas par starptautiskās krimināltiesiskās sadarbības lūgumu saņemšanu, nosūtīšanu, izpildes gaitu un personām, kuras skar starptautiskās krimināltiesiskās sadarbības lūgums, reģistrē informācijas sistēmā. Ministru kabinets nosaka informācijas sistēmas uzturēšanas un izmantošanas kārtību, tajā iekļaujamo ziņu apjomu, ziņu iekļaušanas, izmantošanas un dzēšanas kārtību, ziņu glabāšanas termiņus, kā arī institūcijas, kurām piešķirama piekļuve informācijas sistēmā iekļautajām ziņām, un šīm institūcijām pieejamo ziņu apjomu.

Likums "Par Eiropas padomes konvenciju par savstarpējo palīdzību krimināllietās un tās papildu protokolu" [1], kas pieņemts 1997. gada 24.martā un patreiz ir spēkā, nosaka lūgumu par savstarpējo palīdzību krimināllietās atbildīgās institūcijas, pieprasījumu sagatavošanas kārtību, iesaistīto pušu atbildību, kā arī ratificē 1959.gada 20.aprīļa Eiropas padomes konvenciju nr. 30 [2] par savstarpējo palīdzību krimināllietās un tās 1978.gada 17.marta papildu protokolu nr. 99[3].

Konvencijas protokols Nr. 99 papildina konvenciju ar trīs elementiem:

- 1.konvencijas darbība tiek attiecināta arī uz finanšu noziegumiem;
- 2.ir paredzēta starptautiskā sadarbība spriedumu izpildē;
- 3.paredz savstarpēju informācijas apmaiņu par notiesātām personām, kas ir iekļautas Sodu reģistrā.

2001.gadā pieņemts Konvencijas par savstarpējo palīdzību otrais papildprotokols, kas nosaka dalībvalstīm pienākumu sniegt atbildes uz pieprasījumiem cik ātri vien iespējams, arī nosaka administratīvo pārkāpumu iekļaušanu starptautiskā sadarbībā, pieprasījumu attiecināšanu uz juridiskām personām, kā arī paredz ieviest progresīvākas sadarbības metodes, tādas kā videokonference, telefonu konference, sūtījumu kontrole un pārrobežu novērošana.

Savukārt vietējā tiesību norma - Kriminālprocesa likuma 2.pants[4] nosaka, ka krimināltiesisko sadarbību regulē KPL 2.pantā noteiktie kriminālprocesa tiesību avoti, kas ir Latvijas Republikas Satversme, starptautiskās tiesību normas un kriminālprocesa likums.

Piemērojot Eiropas Savienības tiesību normu, ņem vērā Eiropas Savienības Tiesas judikatūru, bet Latvijas Republikas tiesību normas piemērošanā ievēro Satversmes tiesas spriedumā sniegto attiecīgās normas interpretāciju. Citas valsts kriminālprocesa normas var piemērot tikai starptautiskajā sadarbībā uz ārvalsts motivēta lūguma pamata, ja tas nav pretrunā ar Latvijas kriminālprocesa pamatprincipiem.

Starptautiskās sadarbības lūgumam noteikta rakstveida forma, kurā norādāms iesniedzējas institūcijas nosaukums; lūguma priekšmets un būtība; noziedzīga nodarījuma apraksts un juridiskā kvalifikācija; informācija, kas var palīdzēt identificēt personu un cita informācija kas nepieciešama lūguma izpildei. [6]



## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION.**

Pēc autores domām starptautiskai noziedzībai ir augstāka bīstamība nekā tā tiek novērtēta. Strādājot izmeklēšanā nākas regulāri saskarties ar starptautiska rakstura noziedzīgiem nodarījumiem, kuri pārsteidz ar savu dažādību izdomā un izpildījumā. Šāda veida noziegumus ir grūti izmeklēt, jo neskatoties uz plašo ratificēto un ieviesto tiesību normu klāstu, ikdienas darbā izmeklētāji saskaras ar milzīgu birokrātijas slogu un bezgalīgiem atbildes sniegšanas termiņiem. Lielākā daļā situāciju kad tiek iesniegts starptautiskās sadarbības lūgums izmeklētājs nesaņem apstiprinājumu par pieprasījuma saņemšanu vai atbildi par informācijas sniegšanas termiņiem. Nereti izveidojas situācijas, kad kriminālprocesos, kuros iesniegti starptautiskās sadarbības pieprasījumi ātrāk iestājas noilgums nekā tiek saņemta atbilde uz pieprasījumu.

2002.gadā izveidota Eiropas savienības struktūra Eurojust, lai veicinātu un uzlabotu Eiropas savienības dalībvalstu kompetento tiesu iestāžu izmeklētāju un prokuroru sadarbību, apkarojot smagus pārrobežu noziegumus un organizēto noziedzību.

2011.gada Eurojust pārskatā norādīts, ka institūcijas palīdzība tikusi lūgta 1441 lietas izmeklēšanā. Kā viena no Eurojust prioritātēm tiek minēti kibernoziegumi. Ziņojumā minēts, ka Eurojust ieviesis jaunas sadarbības formas tostarp iepriekšēja neoficiāla sazināšanās ar iestādi kas sagatavo savstarpējās palīdzības lūgumus. Diemžēl jāatzīst ka uz doto brīdi šo sazināšanos par neefektīvu padarījis milzīgais pieprasījumu skaits - sazinoties ar iestādi tiek saņemta atbilde ka lielā pieprasījumu apjoma dēļ viņiem nav iespēju palīdzēt pieprasījumu sagatavošanā un tiek saņemts ieteikums pašu spēkiem pieprasījumu sagatavot un nosūtīt. Ņemot vērā ka iestāde nesniedz atbildi vai pieprasījums pieņemts un vai tajā sniegtā informācija ir pietiekama izmeklētājs var gadiem ilgi gaidīt atbildi un cerēt, ka to tiešām saņems. [7]

2003.gada 1.augusta "Latvijas vēstneša" izdevumā Nr. 110 Ģenerālprokuratūras Starptautiskās sadarbības nodaļas virsprokurors Gunārs Bundzis intervijā norāda, ka iepazinies ar "Eurojust" pārskatu par darbu 2002.gadā, kurā analizēta "Eurojust" kā koordinatora darbība starptautisko noziegumu izmeklēšanā un ar sadarbību saistītās problēmas. G.Bundzis norāda ka : "“Eurojust” vēl vairāk jāpievērš uzmanība starptautiskās tiesiskās palīdzības lūgumu izpildes paātrināšanai attiecīgu kategoriju lietās, jāuzlabo sadarbība ar Eiropu, Eiropas Tiesisko tīklu, OLAF, jāpilnveido Šengenas Informatīvās sistēmas izmantošana izmeklēšanas vajadzībām." [5]

2001.gada novembrī Budapeštā tika pieņemts Kibernoziegumu konvencija. Viens no konvencijā atrunātiem sadarbības mehānismiem ir "24/7 tīkls", kas paredz dalībvalstīs izveidot kontaktpunktu kas pieejams 24 stundas diennaktī septiņās dienas nedēļā lai nodrošinātu nekavējošu palīdzības sniegšanu. Kontaktpunkta uzdevums ir atbilstoši nacionālo tiesību normām nodrošināt tehniskās konsultācijas saglabāt datus pierādījumus nodrošināt juridisko informāciju un noteikt aizdomās turamo atrašanās vietu kā arī veikt saziņu ar citas valsts kontaktpunktu.

Pētījuma laikā konstatēts, ka gan Latvijas republikas normatīvajos aktos gan ratificētajās tiesību normās paredzētas plašas starptautiskās sadarbības iespējas.

## **PĒTĪJUMA REZULTĀTI UN TO IZVĒRTĒJUMS. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОЦЕНКА. RESULTS OF RESEARCH AND EVALUATION**

Izstrādājot darbu un analizējot pieejamo informāciju, darba autora izvirzītā hipotēze ir apstiprinājusies - tiesiskā sadarbība krimināllietās ir ieviesta, lai panāktu sadarbību dalībvalstu atbildīgo iestāžu starpā un novērstu šķēršļus, ko rada dalībvalstu atšķirīgais tiesiskais regulējums.

Tiesiskās sadarbības jautājums Latvijā atrunāts pirmām kārtām nacionālajos normatīvajos aktos, kā arī starptautiskajos līgumos un ratificētajos tiesību aktos. Taču jāņem vērā, ka Eiropas Savienībā šo jautājumu pamatā regulē sekundārie tiesību akti, lielākoties tās ir Eiropas Savienības regulas.

Par tiesisko palīdzību starptautiskajā praksē sauc vienas valsts iestādes vēršanos pie citas valsts iestādes ar lūgumu veikt procesuālās darbības otras valsts teritorijā. Starptautiskās sadarbības attīstības rezultātā izplatību ir ieguvusi tiesiskās palīdzības jēdziena plašāka izpratne, ar ko starptautisko tiesību jomā saprot ne tikai tiesas uzdevumu izpildi, bet arī sadarbību informācijas sniegšanā par ārvalstu likumiem, uzņēmumiem, iedzīvotājiem utt.

Pasākumi brīvības, drošības un tiesiskuma stiprināšanai Eiropas Savienībā, tiek rūpīgi plānoti ilgtermiņam, kas secināms iepazīstoties ar normatīviem aktiem, kas izdoti pagājušā gadsimtā un vēl joprojām tiek izmantoti papildinājumā ar jaunākām tiesību normām. Tiesvedības uzsākšana pret kādu personu vai uzņēmumu citā Eiropas savienības dalībvalstī var būt grūts uzdevums. Tomēr apstākļi, ka atbildētājs dzīvo ārvalstīs, nedrīkst ļaut viņam izvairīties no atbildības, tādējādi likumdevējam un izpildvarai jāmeklē risinājumi sadarbības vienkāršošanai un efektīvizēšanai.

Likumdevēja un izpildvaras uzdevums ir vienkāršot un veicināt saskarsmi, informācijas apmaiņu un savstarpējās attiecībās starp dalībvalstīm un to tiesu un administratīvajām iestādēm.

Lai uzlabotu tiesiskās sadarbības jautājumus, Eiropas Savienības ietvaros ir izveidots Eiropas Tiesiskās sadarbības tīkls, kura interneta lapā ir pieejama plaša informācija par tiesisko sadarbību, kā arī dažādiem tiesību jautājumiem Eiropas Savienības dalībvalstīs.

Tiesiskās sadarbības jomā praksē nākas saskarties ar vairākiem problēmjautājumiem, kuri būtu risināmi izstrādājot vienkāršotāku sadarbības modeli informācijas apmaiņā. Pēc referāta autores viedokļa, būtu ieteicams samazināt birokrātiju un vienkāršot starptautiskās sadarbības procesus, kā arī ieviest mehānismus iesniegtā sadarbības pieprasījuma izpildes gaitas izsekojamībai līdzīgi kā tas darbojas loģistikas jomā, kad pēc unikāla koda iespējams izsekot “sūtījumu”.

#### **LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES.**

1. Likums “Par Eiropas padomes konvenciju par savstarpējo palīdzību krimināllietās un tās papildu protokolu”
2. 1959.gada 20.aprīļa Eiropas padomes konvencija nr. 30
3. 1978.gada 17.marta papildu protokols nr. 99
4. Kriminālprocesa likums
5. 2003.gada 1.augusta “Latvijas vēstneša” izdevums Nr. 110
6. Ā.Meikališa, K.Strada Rozenberga, “Kriminālprocess shēmās”, “Latvijas vēstnesis”, 2009. -237.lpp.  
Uldis Ķinis, “Jurisdikcija un kibernoziģumi” Rīga, Jumava – 296.lpp

# VARDARBĪBA UN CIETSIRDĪBA PRET NEPILNGADĪGO

**Kristīne Družīna**

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Liepāja  
profesionālā maģistrantūra Krimināltiesības,

[kristine\\_druzina@inbox.lv](mailto:kristine_druzina@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:

Asoc. prof. Dr.iur. Dainis Mežulis

## ANOTĀCIJA

Raksta mērķis ir Krimināllikuma 174. pantā paredzētā noziedzīgā nodarījuma sastāva juridiskā analīze un tā piemērošanas izpēte. Vardarbīgas un cietsirdīgas apiešanās aizliegumu pret bērnu Latvijā regulē gan vairāki starptautiskie, gan Latvijas normatīvie akti.

Cietsirdība, kas pēc būtības ir nežēlīga attieksme, fiziska spēka pielietošana, fizisku un psihisku ciešanu sagādāšana, izpaužas vardarbībā. Vardarbīgi izturoties pret cietušo, paralēli tiek izmantota arī cietsirdība. Tāpēc, Krimināllikuma 174.pantā pirmās daļas dispozīcijā cietsirdību un vardarbību jāsaista kopā kā vienu aktīvu darbību, neizšķirot tos viens no otra.

**Atslēgas vārdi:** krimināllikums, nepilngadīgais, cietsirdība, vardarbība, fiziska vardarbība.

## ABSTRACT

The aim of the thesis is legal analysis of the criminal offense provided for in Article 174 of the Criminal Law of the Republic of Latvia and investigation of its application. The prohibition of violent and cruel treatment of a child in Latvia is regulated by several international and Latvian laws and regulations.

Cruelty, which is in the nature of cruel treatment, the use of physical force, causing physical and mental suffering, is manifested in violence. In parallel, cruelty is also used in the treatment of victims. Therefore, for the purposes of the first paragraph of Article 174 of the Criminal Code, cruelty and violence should be linked together as one active act without distinguishing between them.

**Keywords:** criminal law, juvenile, cruelty, violence, physical abuse.

## IEVADS / ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Vardarbība un cietsirdība pret nepilngadīgajiem ir viena no mūsdienu sabiedrības aktuālākām problēmām. Jebkura vardarbība nodara kaitējumu bērna normālajam augšanas un attīstības procesam.

Lai gan ar starptautiskiem līgumiem ir nostiprināts nepilngadīgo īpašais statuss, ģimenes un nepilngadīgo tiesības garantētas Satversmē, Bērnu tiesību aizsardzības likumā, Krimināllikumā, un Administratīvo pārkāpumu kodeksā paredzēta atbildība par vardarbīgu un cietsirdīgu apiešanos ar nepilngadīgo (bērnu). Joprojām vardarbīgas un cietsirdīgas apiešanās gadījumu skaits pret nepilngadīgo turpina pieaugt. Iekšlietu Ministrijas Informācijas centra publiskais gada pārskats par 2019.gada 6 mēnešiem, liecina par strauju, no noziedzīgiem nodarījumiem, tostarp arī no Krimināllikuma 174. pantā paredzētās cietsirdības un vardarbības, cietušo bērnu skaita pieaugumu.[10]

Šī pētījuma mērķis ir Krimināllikuma 174. pantā paredzētā noziedzīgā nodarījuma sastāva juridiskā analīze un tā piemērošanas izpēte. Lai sasniegtu izvirzīto mērķi tiek nosprausti šādi uzdevumi: Noskaidrot vardarbības pret bērnu tiesisko ietvaru. Analizēt Krimināllikuma 174.pantā paredzētā noziedzīgā nodarījuma sastāvu un tajā ietverto jēdzienu cietsirdība un vardarbība izpratni. Pētījumā pielietotas: Sistēmiskā metode – aplūkojot

tiesību starptautisko un Latvijas tiesību aktu savstarpējo sakarību bērnu tiesību aizsardzības jomā. Analītiskā metode – rakstot darbu tika analizēti vairāki Latvijas tiesas spriedumu par cietsirdību un vardarbību pret nepilngadīgo.

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Aplūkojot Latvijas regulējumu bērnu tiesību aizsardzības jomā, pirmām kārtām atzīmējams ir tas, ka cilvēka, tātad arī bērna, tiesības ir garantētas Satversmē.[1]

Attiecībā uz vardarbību pret bērnu, ANO Konvencijas 19.panta pirmajā daļā, īpaši uzsvērts valsts pienākums aizsargāt bērnu no to personu vardarbības un nolaidīgas vai nevērīgas izturēšanās, nepilngadīgais ir atkarīgs.[2]

Attiecībā uz soda noteikšanu vai saukšanas pie kriminālatbildības iespējamību, Krimināllikuma norāda uz divām “bērnu” grupām. Pirmkārt, mazgadīgais, saskaņā ar Krimināllikuma 11.pantu ir persona, kura nav sasniegusi 14 gadu vecumu un nav saucama pie kriminālatbildības un nepilngadīgais – atbilstoši Krimināllikuma 64.pantam ir persona, kas līdz noziedzīga nodarījuma izdarīšanai nav sasniegusi astoņpadsmit gadu vecumu.[5] Tātad no Krimināllikuma normām izriet, ka nepilngadīgas ir visas tās personas, kas nav sasniegušas 18 gadu vecumu, kas atbilst starptautiskajos tiesību aktos definētajam jēdzienam “Bērns”.

Vairāki Krimināllikuma Sevišķajā daļā paredzētie vardarbīgu noziedzīgu nodarījumu sastāvi paredz personas nepilngadību kā pamatsastāva vai kvalificētā sastāva pazīmi. Tā piemēram, Krimināllikuma 174.pantā ir paredzēta atbildība par vardarbīgu un cietsirdīgu apiešanos ar nepilngadīgo – šajā gadījumā personas nepilngadība ir pamatsastāva pazīme. Šī paša panta otrā daļa paredz pastiprinātu atbildību, ja cietsirdīga un vardarbīga apiešanās ir vērsta pret mazgadīgo – personas mazgadība kā kvalificētā sastāva pazīme.[5] Krimināllikuma 174. pantā paredzētā nodarījuma sastāvs formāls - nav nepieciešams, lai iestātos kādas objektīvi konstatējamas sekas ir pietiekoši konstatēt vardarbības faktu.

Normas sastāvs aptver visus tos vardarbības gadījumus, kad nepilngadīgajam vai mazgadīgajam nav nodarīti Krimināllikuma 125. pantā paredzētais smags miesas bojājums vai 126. pantā paredzētais vidēji smags miesas bojājums, tomēr, nepilngadīgā vai mazgadīgā fiziskā vai psiholoģiskā veselība ir apdraudēta no to personu puses, kuru apgādībā cietušais atrodas vai ar kurām cietušais dzīvo vienā mājāsaimniecībā.

Attiecībā uz miesas bojājumiem, kas paredzēti Krimināllikumā 130.pantā – viegls miesas bojājums, Krimināllikumā 174.pantā paredzētā nodarījuma sastāvs aptver tādas darbības kā vieglu miesas bojājumu nodarīšana. Minētā atziņa ir nostiprināta arī tiesu praksē. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Krimināllietu departaments 2007. gada 29. novembra lēmumā, lietā SKK - 634/2007 atzina, ka: “Krimināllikuma 174.pants ir speciālā norma, kas aizsargā tādu nepilngadīgo, kurš atrodas materiālā vai citādā atkarībā no kādas personas. Tā kā vieglu miesas bojājumu nodarīšana nepilngadīgajam cietušajam arī ir vardarbība un fizisku ciešanu radīšana, vainīgā darbību pret nepilngadīgo cietušo papildus kvalifikācija pēc Krimināllikuma 130.panta pirmās daļas nav nepieciešama”. [11]

Jebkura fiziskas vardarbības forma pret nepilngadīgu personu ir krimināli sodāma un vairumā gadījumu Krimināllikums paredz pastiprinātu atbildību par noziedzīgu nodarījumu, kas vērsts pret nepilngadīgu personu.[5]

Jēdzienu vardarbība ir jāsaprot: “fiziska vai psihiska cietušā ietekmēšana, kuras rezultātā cietušajam tiek nodarītas fiziskas sāpes vai morālas ciešanas” [7;339]

Analizējot Krimināllikuma 174.pantā paredzētā noziedzīgā nodarījuma objektīvo pusi, secināms, ka no objektīvās puses “nodarījumu raksturo gan aktīva darbība, gan bezdarbība, kas izpaužas, kā cietsirdīga apiešanās vai vardarbība pret cietušo.”[8;373]. Analizējot tiesu nolēmumus, redzams, ka Krimināllikuma 174.pantā paredzētā noziedzīga nodarījuma sastāva objektīvā puse visbiežāk izpaužas aktīvās darbībās, tādās kā fiziska spēka pielietošana - sišana ar rokām, kājām vai citiem priekšmetiem pa dažādām ķermeņa daļām,

grūstīšana, kas apvienota ar emocionāla iedarbību - lamāšanu, apsaukšanu rupjiem vārdiem un tamlīdzīgām darbībām.

Attiecībā uz cietsirdības un vardarbības izpausmes veidiem, jāpiekrīt profesores Valentijas Liholajas izteiktajam viedoklim, ka: “cietsirdība un vardarbība pret nepilngadīgo šajos gadījumos objektīvi izpaužas galvenokārt kā aktīva fiziska darbība, iedarbojoties uz cietušā ķermeni, sitot ar dūrēm vai ar kādiem priekšmetiem, “ieciēnītākie” no kuriem ir sikсна, josta nūja, koka gabals, sperot ar kājām, kas nereti tiek apvienots ar emocionālu (psihisku) vardarbību – draudiem, cieņas un goda pazemošanu.”[9;16]

Nepilngadīgā fiziskās un psihiskās veselības un normālas attīstības interese ir Krimināllikuma 174.pantā paredzētā noziedzīgā nodarījuma tiešais objekts. Šī interese var tikt aizskarta kā ar aktīvām darbībām tā arī ar bezdarbību, kas izpaužas kā vardarbība un cietsirdība.

Cietsirdība pret nepilngadīgo, kas jāsaprot, kā goda un cieņas aizskaršana, lamājot apsaukājot cietušo, ņirgāšanās, nepienācīga bērna aprūpes pienākuma pildīšana, atstāšana bez ēdiena, piemērota apģērba, nevērība pret bērna vajadzībām. Gadījumos, kad vardarbība, tiek vērsta pret kādu no nepilngadīgā tuviniekiem, viņa klātbūtnē, rada nepilngadīgajam emocionālas ciešanas un ir uzskatāma par vardarbības izpausmi. No aplūkotajiem tiesu nolēmumiem secināms, ka izriet, ka pārsvarā gadījumu līdztekus pastāv gan vardarbība, gan cietsirdīga apiešanās ar nepilngadīgo.

Krimināllikuma 174.panta subjektu var būt pieskaitāma, četrpadsmit gadu vecumu sasniegusi persona no kuras cietušais ir materiāli vai citādi atkarīgs. Visbiežāk tās ir personas ar kurām cietušais dzīvo vienā mājsaimniecībā, tādas kā tēvs, māte, patēvs, pamāte, brālis māsa, audžuvecāki, - personas, kurām būtu jā rūpējas par nepilngadīgo un jānodrošina tam vide normālai fiziskai un psiholoģiskai attīstībai. Var būt arī persona, kas nedzīvo vienotā mājsaimniecībā ar cietušo, tomēr starp cietušo un minēto personu ir emocionāla saikne, kas izriet no radniecības.

Ar materiālu atkarību jāsaprot dzīvošanu vienā mājsaimniecībā, uztura un pajumtes došanu, proti: “attiecības starp vainīgo un cietušo, kad vainīgajam ir bijis pienākums sniegt cietušajam būtisku materiālu palīdzību, vai arī cietušais atradies pilnīgā vainīgā apgādībā”[8;370], savukārt ar vārdiem, “kā citādi atkarīgs” būtu saprotama cietušā emocionāla atkarība, tā kā nepilngadīgai personai ir arī emocionāla saikne ar vecākiem un citiem ģimenes locekļiem.

Attiecībā uz noziedzīgā nodarījuma subjektīvo pusi, tad Krimināllikuma 174.pantā paredzētais nodarījums, cietsirdība un vardarbība pret nepilngadīgo, ir tīšs nodarījums ar tiešu nodomu, vainīgā persona ir apzinājusies, ka ar savu darbību nodara cietušajam fiziskas vai psihiskas ciešanas, ir tās vēlējusies vai apzināti pieļāvusi.

Savukārt no subjektīvās puses cietsirdība un vardarbība pret nepilngadīgo realizējama vienīgi tīši ar tiešu nodomu, personai apzinoties savu darbību prettiesiskumu un kaitīgumu un vēloties tā rīkoties, kā arī apzinoties kaitīgo fizisko vai psihisko seku iespējamību.

## **KOPSAVILKUMS / ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION**

Analizējot, gan starptautiskos, gan Latvijas tiesību aktus var izdarīt secinājumu, ka Starptautiskie dokumenti uzliek pienākumu dalībvalstīm, kas tos parakstījušas, īpaši gādāt par bērnu - personu līdz astoņpadsmit gadu vecuma sasniegšanai, interesēm, realizējot likumdošanas funkciju un valsts politiku bērnu tiesību aizsardzības jomā. Starptautiskajos tiesību aktos, kā arī bērnu tiesību aizsardzības likumā jēdziena bērns izpratne sakrīt ar Krimināllikumā definēto jēdzienu nepilngadīgais, proti, bērns ir persona, kas nav sasniegusi astoņpadsmit gadu vecumu.

Pašreizējā Krimināllikuma 174. panta redakcija, ļauj saukt vainīgo personu pie kriminālatbildības par cietsirdību un vardarbību pat tad, ja cietušajam objektīvi nav konstatētas nekādas fiziskas sekas.

Krimināllikumā nav ietverta vispārēja vardarbības definīcija, tomēr sevišķās daļas pantos aprakstīta liela vardarbības izpausmju dažādība, proti, vardarbība var izpausties kā dzīvības atņemšana, miesas bojājumu tīša nodarīšana, cietsirdīga apiešanās, personiskās cieņas pazemošana un citos veidos.

Analizējot tiesu praksi secināts, ka pārsvarā gadījumu Krimināllikuma 174.panatā paredzētā noziedzīgā nodarījuma subjektu loks dzīvo vienotā mājsaimniecībā ar cietušo. Visbiežāk tie ir patēvi, tēvi vai mātes. Tomēr ne vienmēr cietušā materiālā atkarība vai dzīvošana vienotā mājsaimniecībā nosaka noziedzīgā nodarījuma subjektu, kā rāda tiesu prakse, paredzētā noziedzīgā nodarījuma subjektu var būt arī persona, kam ir emocionāla saikne ar cietušo, kas izriet no radniecības.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS / СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ / REFERENCES

1. Latvijas Republikas Satversme: Latvijas Republikas likums. 01.07.1993. Latvijas Vēstnesis. 43.
2. Bērnu tiesību konvencija: starptautisks dokuments. 28.11.2014., Latvijas Vēstnesis Nr.237(5297)
3. Bērnu tiesību aizsardzības likums: Latvijas Republikas likums. 08.07.1998. Latvijas Vēstnesis, 199/200 (1260/1261)
4. Latvijas Republikas Augstākās Padomes deklarācija Par Latvijas Republikas pievienošanas starptautisko tiesību dokumentiem cilvēktiesību jautājumos. [Apmeklēts 2019.gada 29.novembrī]. <https://likumi.lv/ta/id/75668-par-latvijas-republikas-pievienosanos-starptautisko-tiesibudokumentiem-cilvektiesibu-jautajumos>
5. Krimināllikums: Latvijas Republikas likums. 08.07.1998. Latvijas Vēstnesis, 199/200 (1260/1261)
6. Krastiņš U. Noziedzīgs nodarījums. Rīga: Tiesu namu Aģentūra 2009, 36.-37.lpp.
7. Krastiņš, U., Liholaja, V., Niedre, A., (2007). Krimināllikuma zinātniski praktiskais komentārs 2. Sevišķā daļa. Rīga: Firma „AFS”. 339.lpp
8. Krastiņš U., Liholaja V., Niedre A. Krimināltiesības Sevišķā daļa Trešais papildinātais izdevums. Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2009, 373.lpp
9. Liholaja V. Cietsirdība un vardarbība pret nepilngadīgo. Nepilngadīgo drošība un tiesību aizsardzība. Starptautiskās zinātniski praktiskās konferences materiāli. Rīga: Latvijas Policijas akadēmija, 2008, 16.lpp
10. Iekšlietu ministrijas Informācijas centrs. Pārskats par nepilngadīgo noziedzības stāvokli, noziedzīgos nodarījumos cietušajiem bērniem un noziedzības novēršanas problēmām 2019.gada 6 mēnešos. [Apmeklēts 2019.gada 29.novembrī]. <http://www.vp.gov.lv/?id=305>
11. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Krimināllietu departaments 2007.gada 29.novembra lēmumā, lietā SKK-634/2007, Krimināllieta Nr. 11350076706. [Apmeklēts 2019.gada 29.novembrī]. <http://www.at.gov.lv/downloadlawfile/4162>
12. Ogres rajona tiesas 2013.gada 9.decembra sprieduma Lietas arhīva Nr. K24-0240-13/4, Lieta Nr. 11310052812 file:///C:/Users/W10%20User/Downloads/Anonimizets\_nolemums\_139651%20(1).pdf [29.11.2019.]
13. Rīgas Centra rajona tiesas 2014.gada 06.janvāra tiesas spriedums. Lietas arhīva Nr. K27-44-14/8, Lieta Nr. 11087031913 file:///C:/Users/W10%20User/Downloads/Anonimizets\_nolemums\_146112.pdf [29.11.2019.]
14. Madonas rajona tiesas 2013.gada 21.novembra spriedums. Lietas arhīva Nr. K23-0146-13 Lietas Nr. 11300024413file:///C:/Users/W10%20User/Downloads/Anonimizets\_nolemums\_135997.pdf [29.11.2019.]

# KRIMINĀLPROCESA UZSĀKŠANAS AKTUĀLĀS PROBLĒMAS

**Marita Oliņa**

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Jelgava

Maģistratūra, krimināltiesības

marita.pasts@gmail.com

Zinātniskais vadītājs:

Dr. iur. as. prof., Marina Sumbarova

## ANOTĀCIJA

Pētījuma mērķis ir padziļināti izpētīt kriminālprocesa uzsākšanas tiesisko regulējumu, teorijas atziņas un veikt prakses analīzi. Izdarīt secinājumus un sniegt priekšlikumus. Darba ietvaros autore norāda uz kriminālprocesa uzsākšanas aktuālām problēmām pamatojoties uz kriminālprocesa uzsākšanas kriminālprocesuālo reglamentāciju un praksi. Darbā iekļauta krimināltiesību teorijas, tiesību normu un prakses analīze.

**Atslēgas vārdi:** kriminālprocesa uzsākšana, tiesiskums, valsts amatpersonas kriminālatbildība

## ABSTRACT

The purpose of the research is to investigate in depth the legal framework for initiating criminal proceedings and insights of theory, perform the analysis of practice, draw conclusions and make proposals. Within the framework of the thesis the author points out the actual problems of commencement of criminal proceedings on the basis of the regulation and practice of commencement of criminal proceedings. The thesis includes analysis of criminal law theory, legal norms and practice.

**Keywords:** prosecution, rule of law, criminal liability of public official

## IEVADS. INTRODUCTION

Latvijā kā Eiropas Savienības dalībvalstī, tiesību normas regulē valsts un privātpersonu tiesiskās attiecības. Primāri tiesiskuma ievērošanas obligātumu nosaka tiesību normas.[9] Ja ir pārkāptas tiesību normas nav ievērots tiesiskuma princips. Ir likuma pārkāpums un, iespējams, izdarīts noziegums.

Profesors A. Vilks ir norādījis, ka noziedzība un citi likumpārkāpumi grauj jebkuras sabiedriskās iekārtas stabilitāti, nodarot nelabojamu ļaunumu gan atsevišķiem sabiedrības pārstāvjiem, gan arī sabiedrībai un civilizācijai kopumā.[11,5] Ir vitāli svarīgi pienācīgi izmeklēt ikvienu likuma pārkāpumu un noziegumu. Kriminālprocesa uzsākšanas institūts, personu un valsts tiesību un likumīgo interešu aizsardzībai, ir neatņemams tiesiskas valsts elements.

Kopumā 2018. gadā prokuratūra saņēmusi nedaudz vairāk kā 13 tūkstošus lietu.[8] Atbilstoši Latvijas Republikas Prokuratūras darba rezultātiem 2018.gadā prokuratūra sniegusi atbildes uz 10510 sūdzībām, pēc pārbaudes iesniegti 218 brīdinājumi, iesniegumi, prasības pieteikumi, pieteikumi un protesti.[10] Par problēmas aktualitāti liecina būtiski nozīmīgais iesniegumu un sūdzību skaits par iespējamiem likumpārkāpumiem un prokuratūras pārbaudes rezultāti.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Lai iestādes un tiesas rīcība būtu tiesiska, saskaņā ar Valsts pārvaldes iekārtas likuma [1] 10. panta pirmo daļu un Administratīvā procesa likuma [2] 7. pantu, iestādes un tiesas rīcībai jāatbilst tiesību normām. Iestāde un tiesa darbojas normatīvajos aktos noteikto pilnvaru ietvaros, bet savas pilnvaras var izmantot tikai atbilstoši pilnvarojuma jēgai un mērķim. Amatpersonu amata procesuālo darbību nosaka tiesiskā regulējumā algoritms. Likumdevējs ir nodrošinājis tiesisko regulējumu. Turklāt, viņš nav paļāvis uz amatpersonu godaprātu un ir paredzējis arī tiesiskuma ievērošanas kontroles mehānismu un iespējamā cietušā likumīgo interešu tiesisko aizsardzību. Atbilstoši Prokuratūras likuma 1.panta pirmajai daļai, prokuratūra - patstāvīgi veic uzraudzību pār likumības ievērošanu [3]. Minētās normas 16.panta pirmās daļas 1.punkts un trešā daļa, prokuroram uzliek pienākumu, citstarp, uz iespējamā cietušā iesnieguma pamata, likumā noteiktajā kārtībā izdarīt pārbaudi, ja, prokuratūra ir saņēmusi ziņas, kuras satur informāciju par likuma pārkāpumu vai noziegumu.

Ja iestādes darbā amatpersona neievēro likumu un likumdevēja tiesību normās iestrādāto attiecīgo darbības algoritmu, tad ir pamats vērsties tiesību sargājošās iestādēs un sniegt ziņas par valsts amatpersonas bezdarbību vai dienesta stāvokļa ļaunprātīgu izmantošanu, vai dienesta pilnvaru pārsniegšanu vai nelikumīga sprieduma un lēmuma taisīšanu.

Kriminālprocesa likuma [5] (turpmāk – KPL) 6.pantā ietverts viens no kriminālprocesa pamatprincipiem - kriminālprocesa obligātums. Minētā tiesību norma nosaka, ka amatpersonai, kura pilnvarota veikt kriminālprocesu, ikvienā gadījumā, kad kļuvis zināms kriminālprocesa uzsākšanas iemesls un pamats, ir pienākums savas kompetences ietvaros uzsākt kriminālprocesu un novest to līdz Krimināllikumā paredzētajam krimināltiesisko attiecību taisnīgam noregulējumam. Krimināllikuma [4] sevišķā daļa, citstarp, nosaka, ka valsts amatpersonas bezdarbība, dienesta stāvokļa ļaunprātīga izmantošana, dienesta pilnvaru pārsniegšana un nelikumīga sprieduma un lēmuma taisīšana ir krimināltiesību normu pārkāpums, par ko noteiktas soda sankcijas. Ziņas par šādiem iespējamiem pārkāpumiem prokuratūrai ir sniegtas, bet kriminālprocess nav uzsākts un motivēts lēmums nav saņemts.

Pētot tiesisko regulējumu un tādu izcilu profesionāļu kā U. Krastiņa, M. Sumbarovas, D. Podprigora, V. Liholajas, D. Hamkovas, A. Niedres, D. Mežuā, S. Kaijas un citu autoru darbus, konstatējams, pašreizējais tiesiskais regulējums kriminālprocesa uzsākšanai, citstarp, par iepriekš minētie noziegumiem tiesiskais regulējums šķēršļus nerada, tāpat kā motivēta lēmuma taisīšanai.

Saskaņā ar Kriminālprocesa likuma 369. panta pirmo daļu, kriminālprocesa uzsākšanas iemesls ir tādu ziņu iesniegšana izmeklēšanas iestādei, prokuratūrai vai tiesai (turpmāk — par kriminālprocesa norisi atbildīgā iestāde), kuras norāda uz iespējama noziedzīga nodarījuma izdarīšanu, vai šādu ziņu iegūšana par kriminālprocesa norisi atbildīgā iestādē. Savukārt, atbilstoši KPL 371.panta pirmajai daļai, saņemot vai iegūstot jebkuras ziņas, kuras norāda uz iespējama noziedzīga nodarījuma izdarīšanu, ir pienākums uzsākt kriminālprocesu.

KPL 369.panta otrā daļa nosaka personu loku, kuras var minētās ziņas sniegt, proti, noziedzīga nodarījuma rezultātā cietusī persona; kontrolējošās un uzraugošās iestādes; ārstniecība persona vai iestāde (par traumām, slimībām vai nāves gadījumiem, kuru cēlonis varētu būt noziedzīgs nodarījums); bērnu tiesību aizsardzības institūcijas un nevalstiskās organizācijas (par nepilngadīgo tiesību aizskārumiem, kuru cēlonis varētu būt noziedzīgs nodarījums); jebkura fiziskā vai juridiskā persona (par iespējamiem noziedzīgiem nodarījumiem, no kuriem pati tieši nav cietusi); jebkura persona (par pašas izdarītu noziedzīgu nodarījumu). Atbilstoši minētās normas trešajai daļai, ziņām, kuras norāda uz iespējama noziedzīga nodarījuma izdarīšanu, papildus ir jābūt informācijai par ziņu sniedzēju un (pēc pieprasījuma) jāatklāj informācijas avotu. Turklāt, KPL 373.panta otrā daļa nosaka, ka apstākļi, ka iesniegtās ziņas nesatur pietiekamu informāciju nodarījuma sākotnējai kvalifikācijai, nevar būt par pamatu procesa neuzsākšanai.

V.Jākobsone un K.Strada – Rozenberga norādījušas, ka procesa faktiskā uzsākšana ir brīdis, kad saņem ziņas par noziedzīgu nodarījumu un sāk pārbaudīt šīs ziņas [7, 3, 5]. Tādejādi, visas darbības, kas tiek veiktas



iepriekšminēto ziņu pārbaudē, tās ir procesuālās darbības kriminālprocesa ietvaros. Nav būtiski, kādas procesuālās darbības minēto ziņu pārbaudē tiek veiktas, pārbaude notiek kriminālprocesa ietvaros. Līdz ar to, par kriminālprocesa norisi atbildīgās iestādes lēmums neuzsākt kriminālprocesu ir juridiska fikcija. Eiropas Cilvēktiesību tiesā lietā Ilhans pret Turciju [6], tiesa atzinusi, ka ir pamats uzskatīt, ka ir noticis cilvēktiesību pārkāpums, jo valsts nav pienācīgi veikusi izmeklēšanu lietā. Secināms, ka kriminālprocesa neuzsākšanu, tātad arī sniegto ziņu izmeklēšanas neveikšana, ir cilvēktiesību pārkāpums.

Kriminālprocesa likuma 373.panta pirmā daļa pieļauj nemotivēt atteikšanos uzsākt kriminālprocesu. Minētā tiesību norma gan satur atrunu: „Ja pieņemts motivēts rakstveida lēmums, personai nosūta lēmuma kopiju.”[5]. Šī norma ir prokuratūras amatpersonu maz respektēta. Praksē plaši pielieto lēmumu par kriminālprocesa uzsākšanu vai neuzsākšanu fiksēt rezolūcijas veidā. Persona, kas sniegusi ziņas par noziedzīgu nodarījumu, parasti saņem kompetentās iestādes informāciju noformētu vēstulē, kas satur informāciju – kriminālprocesa uzsākšana atteikta. Motīvi nav vēstulē iekļauti. Līdz ar to, persona, kas cietusi no nozieguma un sniegusi par kriminālprocesa norisi atbildīgā iestādei ziņas, kuras norāda uz iespējama noziedzīga nodarījuma izdarīšanu, nezina kriminālprocesa uzsākšanas atteikuma par kriminālprocesa norisi atbildīgās iestādes amatpersonas motīvus. Līdz ar to, personai, kura sniegusi ziņas, kuras norāda uz iespējama noziedzīga nodarījuma izdarīšanu, ir problemātiski sagatavot un iesniegt atbilstoši motivētu sūdzību. Tādējādi, kaut lēmumu par atteikšanos uzsākt kriminālprocesu KPL 373. panta piektās – septītā nodaļā paredzētā kārtībā KPL 369. panta otrā daļā minētās personas var pārsūdzēt, to praktiski kvalitatīvi nav iespējams izdarīt, jo nav zināms atteikuma uzsākt kriminālprocesu motīvi.

## SECINĀJUMI. CONCLUSIONS

Ja persona ir vērsusies par kriminālprocesa norisi atbildīgā iestādē un atbilstoši tiesību normām, sniegusi ziņas par noziegumu, kriminālprocesa uzsākšanas atteikums ir nelegitīms.

Persona, kura iespējams ir cietusi no noziedzīga nodarījuma, ir vērsusies prokuratūrā kā tiesību sargājošās iestādē un par kriminālprocesa norisi atbildīgā iestādē nav uzsākusi kriminālprocesu, tad personai ir pamats vērsties Eiropas Cilvēktiesību tiesā.

Latvijas Republikā spēkā esošās tiesību normas nepieļauj lēmumu par atteikumu uzsākt kriminālprocesu noformēt rezolūcijas veidā un personai, kura sniegusi ziņas par noziedzīgu nodarījumu, sniegt informāciju par atteikumu uzsākt kriminālprocesu bez atbilstošas motivācijas.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. REFERENCES

1. Valsts pārvaldes iekārtas likums: Latvijas Republikas likums. 14.11.2001. Latvijas Vēstnesis, 164. Konsolidētā redakcijā [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv). Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=63545>.
2. Administratīvā procesa likums: Latvijas Republikas likums. 21.06.2002. Latvijas Vēstnesis, 94. Konsolidētā redakcijā [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv). Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/55567-administrativa-procesa-likums>.
3. Prokuratūras likums: Latvijas Republikas likums. 02.06.1994. Latvijas Vēstnesis, 65. Konsolidētā redakcijā [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv). Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/57276-prokuraturas-likums>.
4. Krimināllikums: Latvijas Republikas likums. 08.07.1998. Latvijas Vēstnesis, 199/200. Konsolidētā redakcijā [www.likumi.lv](http://www.likumi.lv). Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/88966-kriminallikums>.
5. Kriminālprocesa likums: Latvijas Republikas likums. 11.05.2005. Latvijas Vēstnesis, 74. Konsolidētā redakcijā [likumi.lv](http://www.likumi.lv). Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/107820-kriminalprocesa-likums>.
6. **European Court of Human Rights Case: Ilhan /Turkey. (2000) (Application no. 22277/93) § 101 - 103. Pieejams: HU – DOC datubāzē.**
7. Gailīte D., Plēpis J. Cik zems ir kriminālprocesa sliekšnis Latvijā. Skaidrojumi. Viedokļi. 24.10.2006. Jurista Vārds, 42 (445), 1. – 10.lpp.

8. Krūzkopa S. Prokuratūras gada pārskats: jauni izaicinājumi, prioritātes saglabājas. Pieejams: <https://lvportals.lv/tiesas/302202-prokuraturas-gada-parskats-jauni-izaicinajumi-prioritates-saglabajas-2019>
9. Levics, E. (2002) Valsts pārvaldes iekārtas likuma koncepcija. 26.06.2002. Latvijas Vēstnesis, 94. Pieejams: <https://www.vestnesis.lv/ta/id/63685>.
10. Latvijas Republikas Prokuratūras darba rezultātiem 2018.gadā. Pieejams: [file:///C:/Users/Marita/AppData/Local/Temp/Prokuraturas\\_darba\\_rezultati\\_2018-1.pdf](file:///C:/Users/Marita/AppData/Local/Temp/Prokuraturas_darba_rezultati_2018-1.pdf)
11. Vilks, A. (2013) Krimināltiesiskā politika: diskursa analīze un attīstības perspektīvas. Rīga, Drukātava, 5.lpp.

# NEATŅEMAMĀS DAĻAS INSTITŪTA PIEMĒROŠANAS PROBLĒMAS

**Ineta Vadze**

Latvija

Baltijas Starptautiskā Akadēmija, Daugavpils filiāle

Maģistrantūra, Privāttiesības

[ineta\\_nero@me.com](mailto:ineta_nero@me.com)

Zinātniskais vadītājs:

MBA, lekt. Ingrīda Nežberte

## ANOTĀCIJA

Mantošanas kārtības reglamentācijā ir nepilnības un pretrunas, kas rada personu mantisko tiesību un ar likumu aizsargāto interešu pārkāpumus. Savukārt, tiesu prakse liecina par to, ka ir nepieciešama Civillikuma Mantojuma tiesību daļas tiesību normu modernizācija.

Darbā ir izanalizēts neatņemamās daļas institūts, kā arī problēmas, kas saistītas ar neatņemamās daļas tiesīgo loku, neatņemamās daļas noteikšanu un lielumu, testamentāras mantošanas pamatu un tā ietekmi uz neatņemamās daļas tiesīgajiem.

**Atslēgas vārdi:** mantojums, neatņemamā daļa, neatņemamās daļas tiesīgie, testamentārā mantošana.

## ABSTRACT

The rules of the succession order contain loopholes and contradictions which result in violations of the property rights of persons and the interests protected by law. On the other hand, the case law shows that it is necessary to modernize the legal norms of the Civil Law Part of the Inheritance Law.

The paper analyzes the institute of the integral part, as well as the problems related to the legal circle of the integral part, determination and size of the integral part, the basis of testamentary inheritance and its influence on the entitled to the integral part.

**The key words:** an integral part, entitled to the integral part, inheritance, testamentary succession.

## IEVADS. INTRODUCTION

Kopš 2003.gada, nododot mantojuma lietas zvērinātu notāru kompetencē, Notariāta likums un Ministru kabineta noteikumi par mantojuma reģistra un mantojuma lietu vešanu apvienoja iepriekšesošas sistēmas, ļaujot testamentārajiem mantiniekiem un neatņemamās daļas tiesīgajiem vienoties, pēc kuras sistēmas viņi vēlas izdalīt neatņemamo daļu.

Ar minēto mantojuma lietas process nonāca pretrunā Civillikumā ietvertajam principam, ka neatņemamās daļas tiesīgie nevar apstrīdēt testamentu, šīs personas tikai separācijas ceļā var prasīt, lai viņām izdotu to, kas viņām pienākas, tādējādi neklūstot par mantiniekiem, neatbildot par mirušā parādiem utt.

Darba izstrādes gaitā autors iepazīs ar vairākiem normatīvajiem aktiem, juridisko literatūru un publikācijām, tiesu praksi, kas pētījuma gaitā ļāva pamatīgāk izklāstīt pētāmo tēmu.

Šī pētījuma mērķis ir izvirzīt neatņemamās daļas institūta piemērošanas problēmjautājumus un aplūkot iespējamās risinājumus, lai tos novērstu.

Pētījumu metodes: salīdzinošā, analītiskā, sistēmiskā.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Atbilstoši Civillikuma 424.pantam, neatņemamo daļu nosaka pēc tā mantinieku skaita, kāds palicis testatora nāves dienā, ieskaitot pārdzīvojošo laulāto un ar testamentu atstumtos mantiniekus, bet neskaitot līdzī atteikušos mantotāju. Tādējādi neatņemamās mantojuma daļas noteikšanai, saskaitāmi likumiskie mantinieki, tā it kā testamenta nemaz nebūtu. Likumiskajiem mantiniekiem jāpieskaita „gan tie, kuriem ir neatņemamās daļas tiesības, gan arī tie, kuriem tās nav, bet kuri mantotu, ja nebūtu testamentā”[6,55] – tie ir mantinieki, kurus testators savā testamentā ir atstūmis.

Nosakot neatņemamo daļu, likumisko mantinieku skaitā nav jāuzrāda tie mantinieki, kuri atteikušies no mantojuma, tātad tie mantotāji, kas atteikušies pirms mantojuma atklāšanās, noslēdzot mantotāja atteikšanās līgumu. Arī Latvijas Republikas Augstākās tiesas plēnuma 1995.gada 27.marta lēmuma Nr.1 „Par likumu piemērošanu mantojuma lietās” 42.punkta pirmajā daļā ir dots analogisks skaidrojums par atteikušos mantotāju.

Savukārt, neatņemamās daļas tiesīgais, kas atraida mantojumu pēc aicinājuma mantot, ir ieskaitāms to mantinieku skaitā, kas palicis uz testatora nāves dienu. Gadījumā, kad neatņemamās daļas tiesīgais atsakās no neatņemamās daļas pēc aicinājuma mantot, pārējo neatņemamās daļas tiesīgo daļas pieaugt nevar, jo „viņu dalība mantojumā aprobežota ar stingri noteiktu daļu. Nekad nevar dabūt vairāk par likumā noteikto daļu arī pēc pieauguma tiesības”[5,130].

Ja neatņemamās daļas tiesīgais atsakās no savas daļas, tad palielinās testamentārā mantinieka daļa, kuram novēlēts viss mantojums, nevis neatņemamās daļas tiesīgo daļas. Svarīgi ir arī tas, vai testamentārajam mantiniekam bija novēlēts viss īpašums vai arī tikai tā daļa, pie tam kāda daļa, jo „mantojot pēc testamentā, pieauguma tiesība ir tikai tiem mantiniekiem, kas aicināti mantot visu mantojumu, nenoteicot viņu daļas”[5,336].

Civillikuma 425.panta pirmā daļa nosaka, ka neatņemamā daļa ir puse no tās mantojuma daļas vērtības, kādu neatņemamās daļas tiesīgais manto pēc likuma. Šo daļu noteic pēc tā mantas sastāva un vērtības, kāds bijis testatora nāves dienā. Tādējādi „likumiskās mantošanas kārtība šajā gadījumā ir vajadzīga tikai tāpēc vien, lai noteiktu neatņemamo daļu”[7,57].

### Pētījuma rezultāti un to izvērtējums

Jāsaprot, ka neatņemamās daļas lielumu nevar ietekmēt ne mantas vērtības samazināšanās, ne arī mantas vērtības palielināšanās uz neatņemamās daļas izprasīšanas brīdi. Tādējādi, nosakot neatņemamās daļas lielumu jāņem vērā mantojuma vērtība, mantojumam atklājoties, un nav svarīgi, „ka kāds mantinieks vēlāk ir piepircis no pārējiem viņu domājamās daļas un tās korroborējis uz sava vārda, jo mantojums ir tas, ko mantinieki ir mantojuši, bet nevis tas, par ko šis mantojums pārvērties vēlāko darījumu rezultātā starp mantiniekiem”[5,131].

Starp mantojuma atstājēja mantinieku un neatņemamās daļas tiesīgo ir vairākas būtiskas nošķirtības:

1. ar mantojuma iegūšanu uz mantinieku pāriet arī visas mantojuma atstājēja saistības un pienākumi, t.sk. mantiniekam ir jāizpilda uzlikumi, nosacījumi, legāti. Turpretim neatņemamā daļa ir aprēķināma kā vērtība no skaidras mantas (mantojuma aktīva), t.i. pēc tam, kad no mantojuma atvilkti visi uz to gulošie parādi (CL 425.panta trešā daļa), neatņemamā daļa nav apgrūtināma ar termiņiem, uzlikumiem, nosacījumiem, tā izdodama pirms legatāru apmierināšanas (CL 581.pants);
2. testamentārajam mantiniekam ir nepieciešams aicinājums mantot un izteikt gribu mantot, turpretim neatņemamās daļas tiesīgo tiesības uz neatņemamo daļu ir ar likumu noteiktas;
3. testamentārais mantinieks saņem vai nu visu mantojumu, vai noteiktu tā daļu, turpretim neatņemamās daļas tiesīgajiem ir prasījuma tiesība par neatņemamās daļas (1/2 likumiskās mantojuma daļas vērtības naudas izteiksmē) izdošanu;

4. mantinieks, iestājoties mirušā mantisko attiecību kopībā, kļūst par mantojuma sastāvā esošo kustamo un nekustamo lietu īpašnieku, bet neatņemamās daļas tiesīgais iegūst prasījuma tiesības par neatņemamās daļas izsniegšanu, kas neizslēdz, ka neatņemamā daļa tiek izsniegta konkrētās lietās (CL 425.panta otrā daļa).

Papildus jānorāda, ka neatņemamās daļas tiesīgais pēc likuma jēgas drīkst pretendēt nevis uz noteiktu mantojuma daļu kā tādu, bet tikai uz sev pienākošās daļas vērtību (CL 425.panta pirmā daļa). Neatņemamās daļas tiesīgais tādā veidā nekļūst par līdzmantinieku.

Neatņemamās daļas tiesīgā tiesības uz neatņemamās daļas izdošanu īstenošana nav mantojuma prasība un tā nedrīkst atstāt ietekmi uz testamentā spēkā esamību un tas nav grozāms. Atbilstoši Civillikuma 670.panta mantojuma prasības mērķis ir atzīt prasītāju, vai nu par vienīgo mantinieku vai par līdzmantinieku. Neatņemamās daļas tiesīgais nevar tikt atzīts par mantinieku, kas pretendē uz visu mantojumu vai viņam pienākošos mantojuma daļu Civillikuma izpratnē, pretējā gadījumā tiek pārkāpta visa Civillikumā ietvertā materiāla neatņemamās daļas institūta būtība.

Tā kā neatņemamās daļas tiesīgais tiesību satura ziņā nav atzīstams par „mantinieku” Civillikuma izpratnē, viņa celtā prasība nebūs mantojuma prasība, bet gan mantiska prasība par viņam pienākošās neatņemamās daļas (puses no likumiskās mantojuma daļas vērtības) izdošanu (CL 788.pants). Civillikuma 688.pants paredz, ka mantojuma prasību var celt pret katru, kas apstrīd prasītāja mantojuma tiesību vienalga, vai apstrīdētājs valda mantojumu pilnīgi vai pa daļai un neraugoties uz to vai viņš uzskata sevi par mantinieku un uzdodas par tādu vai nē. Tiesības uz neatņemamās daļas izdošanu nav apstrīdamas, tā kā tās ir ar likumu noteiktas neatņemamās daļas tiesīgā tiesības, kuras pēdējam nav īpaši jāpamato (CL 422.pants).

Neatņemamās daļas tiesīgo tiesība uz neatraidāmo daļu ir ar likumu nostiprināta personas mantiska tiesība. Tiesības izlietošana ir saistāma ar tiesīgās personas rīcību, piesakot savu tiesību mantojuma lietā uzaicinājuma termiņa ietvaros. Izejot no šādas konstrukcijas, jānonāk pie secinājuma, ka neatņemamās daļas tiesīgā prasības pieteikšanai principiāli jāsakrīt ar mantojuma atstājēja kreditoru prasījumu pieteikšanas kārtību. Uzaicinājuma termiņa ietvaros neatņemamās daļas tiesīgo tiesības nepieteikšanas sekām būtu jānovēd pie personai piederošo tiesību zaudēšanas. Dažkārt testamentārajam mantiniekam var nebūt nekādas informācijas par mantojuma atstājēja neatņemamās daļas tiesīgajiem.

Lai novērstu neatbilstības likumos un atvieglotu materiālās neatņemamās daļas institūta praktisku piemērošanu ir izteikti atbilstoši priekšlikumi Civillikuma Mantojuma tiesību normu pilnveidošanai. No tiem, iekļaut CL 423.panta formulējumā viengadīgo termiņu no mantojuma atklāšanas dienas, kurā neatņemamās daļas tiesīgajam ir jāpiesaka sava tiesība uz neatņemamo daļu.

Lai nerastos pārpratumi un aizsargot visu mantinieku un neatņemamās daļas tiesīgo tiesības, papildināt CL ar 714.<sup>1</sup> pantu sekojošā redakcijā: „Noteikt šādu mantojuma apgrūtinājošo saistību apmierināšanas prioritāru secību: 1) mantojuma atstājēja apbedīšanas izdevumi, mantojuma inventāra sastādīšanas un citi notariālie izdevumi; 2) neatņemamās daļas tiesīgo prasījumi; 3) mantojuma noskaidrošanas, aizsardzības un pārvaldīšanas izdevumi; 4) legatāru prasījumi; 5) uz mantojuma masu gulošie parādi”.

## KOPSAVILKUMS. CONCLUSION

Apskatot publicētos Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Civillietu departamenta materiālus, ir konstatējams samērā liels lietu skaits, kurās testaments tiek apstrīdēts sakarā ar neatņemamās daļas tiesīgo tiesību aizskārums. Tādējādi testamenti tiek atzīti par spēkā neesošiem neatņemamās daļas apmērā.

Rezultātā Latvijā izveidojusies neviennozīmīga tiesu, šobrīd arī notāru prakse, jo ir mantojuma lietas, kurās neatņemamās mantojuma daļas izdalīšanas sakarā ticis apstrīdēts testaments, bet ir lietas, kurās panākta neatņemamai daļai atbilstošas ekonomiskas vērtības izmaksa; ir lietas, kurās testaments minētā sakarā stājies spēkā kopumā, bet citās – tikai daļā; savukārt ir lietas, kurās neatņemamās daļas tiesīgais pārvērsts par mantinieku klasiskā izpratnē, mantojuma apliecībā, tiesas spriedumā norādot viņu kā mantinieku ar visām no tā izrietošām sekām.

Ja vēsturiskie argumenti šķiet nepietiekami, problēmjautājums jāaplūko no cita skatu punkta, pārejot uz darbu ar tiesību normu vispārīgā plāksnē, izmantojot juridisko siloģismu, t.i., loģisku secinājumu izdarīšanas procesu, kas sastāv no divām premisām (lielās premisas un mazās premisas) un no secinājuma, kas ir saistošs, jo lielā premisa un mazā premisa satur kopēju starp jēdzienu, kas sniedz iespēju no lielās premisas un mazās premisas izdarīt vienotu secinājumu.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. REFERENCES

1. Civillikums: Latvijas Republikas likums. 28.01.1937. *Valdības Vēstnesis*, 41.
2. Notariāta likums: Latvijas Republikas likums. 01.06.1993. *Latvijas Vēstnesis*, 48.
3. Noteikumi par mantojuma reģistra un mantojuma lietu vešanu: Ministru kabineta noteikumi Nr.618. 04.08.2008. *Latvijas Vēstnesis*, 130.
4. Latvijas Republikas Augstākās tiesas plēnuma 1995.gada 27.marta lēmums Nr.1 „Par likumu piemērošanu mantojuma lietās”.
5. Gencs, Z. (2002). *Mantošana. Zinātniski praktisks komentārs*. Rīga: Tiesu namu aģentūra.
6. Krauze, R., Gencs, Z. (1997). *Latvijas Republikas Civillikuma komentāri. Mantojuma tiesības (382.-840.p.)*. Rīga: Mans īpašums.
7. Krauze, R. (1997). *Mantojuma tiesības. 2.papildinātais izdevums*. Rīga: KIF „Biznesa komplekss”.

# GALVOJUMA NOZĪME SAISTĪBU TIESĪBU PASTIPRINĀŠANĀ

**Artis Lelis**

Latvija

Baltijas Starptautiskā Akadēmija, Daugavpils filiāle

Maģistrantūra, Privāttiesības

[artis101992@inbox.lv](mailto:artis101992@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:

MBA, lekt. Ingrīda Nežberte

## ANOTĀCIJA

Civiltiesisko saistību izpildījumā liela nozīme ir parādnieka gribai, tādēļ civiltiesībās ir paredzēta vesela tiesisko līdzekļu sistēma, kuru pielietojot var iedarboties uz šo gribu un attieksmi, liekot parādniekam saistību neizpildījuma gadījumā ciest materiālus zaudējumus, panākot labāku saistību izpildes nodrošinājumu. Civillikumā tos sauc par saistību tiesību pastiprināšanas līdzekļiem un tie izpaužas kā papildsaistības pie pamata saistībām. Viens no būtiskiem ir galvojums, kas plaši tiek pielietots, izsniedzot aizdevumus.

**Atslēgas vārdi:** galvinieks, galvojums, kreditors, nodrošinājums, parādnieks.

## ABSTRACT

In the performance of civil liability, the debtor's will is of great importance, and civil law therefore provides for a whole legal framework which can act on this will and attitude by making the debtor suffer material damage in the event of a failure to fulfil his obligations by providing better assurance for the fulfilment of his obligations. In the Civil Law, its are called “means of reinforcing the rights of undertakings” and are expressed in the form of additional commitments to. One of the essentials is the guarantee, which is widely applied when loans are issued.

**The key words:** Collateral, Creditor, Debtor, Guarantee, Guarantor.

## IEVADS. INTRODUCTION

Latvijas Republikas Civillikuma 1.pants nosaka, ka tiesības izlietojamas un pienākumi pildāmi pēc labas ticības. Tā kā nevienu personu nevar (nedrīkst) piespiest ar varu pildīt saistības, likumā paredzēti līdzekļi, ar kuru palīdzību tiek nodrošināta saistību izpilde.

Saistību tiesības ir vispārējo civiltiesību apjomīgākā apakšnozare un galvojums ir svarīgs saistību tiesību pastiprināšanas veids, jo šajā gadījumā trešā personas uzņemas pienākumu atbildēt kreditoram par citas personas parādu, pēdējo tomēr neatsvabinot no viņas parāda.

Darba izstrādes gaitā autors iepazinās ar vairākiem normatīvajiem aktiem, juridisko literatūru un publikācijām, tiesu praksi, kas pētījuma gaitā ļāva pamatīgāk izklāstīt galvojuma būtības nozīmi un tā ietekmi saistību tiesību pastiprināšanā.

Šī darba mērķis ir analizēt galvojuma problemātiku saistību tiesību pastiprināšanā un rast šo problēmu risinājumus.

Pētījumu metodes: salīdzinošā, analītiskā, sistēmiskā.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Civillikuma 1692.panta normā sniegtā galvojuma definīcija norāda, ka galvojums ir līgums starp galvinieku un kreditoru. Tātad galvojums ir galvinieka uzņemta saistība, kas pret galveno parādnieka kreditoru nodrošina galvenās saistības izpildīšanu.

Arī tad, ja galvojuma līgums noformēts kā vienpusējs akts, kuru jāparaksta tikai galviniekam, ar šī akta parakstīšanu tiek nodibinātas līgumiskās attiecības starp kreditoru un galvinieku. Tādējādi Civillikuma 1512.pantā minētais „apsolījums” pārvēršas tiesiskā darījumā, kas saista abas puses un tāpēc neprasa īpašu apsolījuma „pieņemšanas” procedūru.[5]

Galvojuma mērķis ir saistību tiesību pastiprināšana. No Civillikuma 1692.panta izriet, ka galvojuma mērķis ir arī akcesoriskas jeb papildu saistības uzņemšanās ceļā nodrošināt kreditora prasījumu pret galveno parādnieku, respektīvi, nodrošināt šim galvenajam prasījumam atbilstošās galvenās saistības izpildīšanu.

Pamatojoties uz Civillikuma 1546.panta otrās daļas 1.punktu un privātautonomijas principu, persona var jebkurā brīdī uzņemties atbildēt par citas personas parādu kopīgi ar sākotnējo parādnieku. Šāds tiesību institūts – iestāšanās jau nodibinātās saistībās jeb parāda vēlāka uzņemšanās kopīgi ar sākotnējo parādnieku (kumulatīvā parāda uzņemšanās) – ir patstāvīgs saistību pastiprināšanas līdzeklis, un tas ir jānošķir gan no parāda pārvedes ar pārjaunojumu (privatīvās parāda uzņemšanās), gan no galvojuma.[4]

Galvojuma apjoms ir atkarīgs no tā, cik lielā apmērā galvinieks uzņemas pienākumu atbildēt par trešās personas parādu, jo saskaņā ar Civillikumu, galvinieka saistība nevar pārsniegt galvenā parādnieka saistību vai kļūt par beznosacījuma saistību, ja galvenā parādnieka saistība ir nosacīta.

Ja galvojuma līgums nav izteikts rakstveida formā, kas ir darījuma būtiska sastāvdaļa, tad darījums pirms attiecīgā akta taisīšanas nav spēkā.[3]

Galvojums ir jādod uz saistību izpildes laiku un to raksturo šādas īpatnības: nav ierobežojumu kreditora tiesību nodošanai tālāk; vienmēr pastāv regresa prasība pret parādnieku; to var atsaukt; dokuments, kas noformē galvojuma līgumu, nav vērtspapīrs.[7,56]

Ir divi galvojuma veidi – ekspromisoriskais un vienkāršais jeb neekspromisoriskais galvojums.

Saskaņā ar Civillikumu ekspromisoriskais galvojums ir galvojums, kad kreditors var prasīt parādu, no jebkuras iesaistītās personas, tas ir, vai nu no galvinieka, vai parādnieka. Galviniekam nav garantiju, ka kreditors vispirms neprasa parādu no viņa, jo kreditors var izvēlēties no kura, parādnieka vai galvinieka piedzīt parādu, šādas tiesības kreditoram dod ekspromisoriskā galvojuma esamība. Ja galvinieks uzņemas atbildību kā pats parādnieks, galviniekam nav tiesību atsaukties uz to, ka vispirms jāgriežas ar pretenzijām pret galveno parādnieku. Galvinieks uzņemies saistības kā pats parādnieks, pielīdzinot sevi galvenajam parādniekam, līdz ar to atsacījies no galvinieka privilēģijas prasījuma, lai kreditors vispirms griežas pie galvenā parādnieka.

Otrs, pazīstamākais galvojuma veids, kuru bieži sniedz galvinieks pēc kreditora pieprasījuma ir vienkāršais galvojums jeb neekspromisoriskais, un tas ir bieži sastopams dažādu civiltiesisku darījumu slēgšanā. Saskaņā ar CL 1702.pantu, vienkāršā galvojuma gadījumā, kad pret galvinieku ceļ prasību, viņš var prasīt, lai kreditors griežas ar to vispirms pie galvenā parādnieka, ja piedziņa no tā izdarāma tikpat sekmīgi un viegli. CL 1703.pants gan pieļauj izņēmumus, kad kreditors ir tiesīgs uzreiz griezties pie galvinieka, ja galvenais parādnieks atrodas ilgstošā prombūtnē vai galvinieks nevar uzdot viņa dzīves vietu.

Rakstā „Galvojuma mērķis ir saistību nodrošināšana” R.Neilands izsaka viedokli, ka galvenā parādnieka prombūtne parāda piedziņas kontekstā liecina, ka parādnieks izvairās no parādu saistību kārtošanas un parādu no viņa nevar piedzīt ne sekmīgi, ne arī viegli. Līdz ar to ir saprotama likumā iestrādātā kreditora aizsardzība šādā gadījumā.[9]

Otrs izņēmuma gadījums, kad kreditors ir tiesīgs uzreiz griezties pie galvinieka ir CL 1703. panta otrajā daļā noteiktais – ja ir pierādīta galvenā parādnieka faktiskā maksātnespēja vai par viņa mantu jau atklāts konkurss. Šādā gadījumā galvojuma mērķis ir dot kreditoram nodrošinājumu galvenā parādnieka



maksātnespējas gadījumam, t.i., kad galvenais parādnieks nav spējīgs izpildīt galveno saistību viņa paša mantas neesamības dēļ un kad saistības izpildījuma piedziņa no galvenā parādnieka nav iespējama.

Proti, galvojums jo īpaši kalpo galvenā prasījuma nodrošināšanai pret galvenā parādnieka maksātnespējas risku un tām negatīvajām sekām, kādas ir saistītas ar galvenā parādnieka maksātnespējas iestāšanos.[8,6-10]

Maksātnespējas process tiesā notiek sevišķās tiesāšanas, bet ne prasības kārtībā, tādēļ lēmums, ar kuru parādnieks atbrīvots no saistībām sakarā ar saistību dzēšanas procedūras pabeigšanu (Maksātnespējas likuma 165.pants), nav uzskatāms par kreditora prasījuma noraidīšanu Civillikuma 1892.panta izpratnē. Līdz ar to parādnieka atbrīvošana no saistībām tā maksātnespējas procesā nav uzskatāma par galvenā parādnieka atsvabināšanu no saistībām Civillikuma 1710. un 1712.panta izpratnē.[6]

## **Pētījuma rezultāti un to izvērtējums**

Apgūtais informācijas apjoms ļauj secināt, ka viens no būtiskiem saistību pastiprināšanas līdzekļiem saistību tiesībās ir galvojums – līgums, kam ir rakstiska forma, un tas izpaužas kā trešās personas mantiska saistība atbildēt kreditoram par parādnieka saistību.

Par galvinieku, saskaņā no civiltiesisko attiecību subjekta viedokļa, var būt jebkura rīcībspējīga persona – fiziska un juridiska. Tomēr pētījuma rezultātā darba autors atzīst, ka atsevišķām juridiskām personām pastāv ierobežojumi vai noteikta īpaša kārtība, kādā dodams galvojums. Ierobežojumi sniegt galvojumus un garantijas ir pašvaldībām, valsts un pašvaldību iestādēm, kapitālsabiedrībām. No tā izriet, ka tiesība sniegt galvojumu nav absolutizējama.

Saskaņā ar CL 1694.pantu, galvojumā ir nepieciešams spēkā esošs galvenais parāds, līdz ar to autors secina, ja nav spēkā esošs galvenais parāds, nav spēkā arī galvojuma līgums. Pēc būtības vairs nepastāv arī galvenā saistība un galvojums beidz pastāvēt, jo galvojums ir pakārtota saistība parādnieka uzņemtajai saistībai.

Normatīvajos aktos, publikācijās un pieejamajā literatūrā, netiek precīzi formulēts gadījums, kas notiek ar galvojuma saistību pēc maksātnespējīgas juridiskas personas izslēgšanas no Komercreģistra.

Normatīvajos aktos nav noteikts kas notiek pēc maksātnespējīgas fiziskas personas saistību dzēšanas procedūras termiņa beigām.

Ar akcesoritātes principu tiek nodrošināts tas, lai kreditors varētu prasīt un saņemt no galvinieka to, ko kreditors ir tiesīgs saņemt no galvenā parādnieka. Šis princips aizsargā galvinieku no pienākuma izpildīt vairāk, nekā būtu jāizpilda galvenajam parādniekam, jo galvinieka saistībai jāatbilst galvenā parādnieka saistībai un galvinieka atbildība nedrīkst pārsniegt galvenā parādnieka atbildību, ieskaitot kredīta apmēru, līgumsodu un citus izdevumus.

Autors secina, ka saskaņā ar CL 1698.pantu galvinieks atbild ne vien par galveno parādu, bet arī par tā blakus prasījumiem, parādnieka vainas vai nokavējuma dēļ nodarītiem zaudējumiem un tiesu izdevumiem. Tādēļ būs jāmaksā ne tikai parāds, bet arī kredītprocenti, ja kredītņēmējs nepildīs savas saistības. Ja galvinieks atteiksies maksāt un banka sniegs prasību tiesā, galviniekam nāksies segt arī tiesu izdevumus, ja tos nespēs segt kredītņēmējs.

Autors izsaka priekšlikumu, ka nepieciešams precizēt gadījumus, kad kreditors ir tiesīgs griezties uzreiz pie galvinieka, kā arī svarīgi ir nodefinēt ilgstošas prombūtnes termiņu, tāpēc izsaka priekšlikumu grozīt CL 1703.panta pirmo daļu uz šādu redakciju: 1) Kreditors ir tiesīgs uzreiz griezties pie galvinieka, ja galvenais parādnieks atrodas prombūtnē vai galvinieks nevar uzdot viņa dzīves vietu ilgāk par trīs mēnešiem un ir izdarījis visu iespējamo un veicis visus nepieciešamos pasākumus, lai atrastu pašu parādnieku. 2) Iekļaut CL 1703.pantā trešo daļu, paredzot tajā kreditora vēršanās kārtību pret galvinieku „ja galvenais parādnieks atrodas prombūtnē ilgāk par trīs mēnešiem un kreditors nespēj viņu atrast”.

Autors uzskata, ka efektīvi atgūstot parādu no galvinieka, atgūtie finanšu līdzekļi dod labumu gan kreditoram, gan pārējiem šo saistību dalībniekiem, tikai tad galviniekam ir jādomā par regresa prasības celšanu no parādnieka, kas ne vienmēr ir sekmīgs pasākums galviniekam.

Galvinieks nevar vienpusēji atteikties no galvojuma saistības. Lai galvojumu atceltu, nepieciešama arī kreditora (bankas) piekrišana, un tad parasti, ja šāds lēmums ir pieņemts, puses paraksta atcēlējīgumu. Kreditora lēmums būs saistīts ar kredīta kvalitāti – vai maksājumi tiek veikti laikus, kādi ir klienta ienākumi un nodrošinājums attiecībā pret kredītu, kā arī dažādi citi faktori atkarībā no kredīta struktūras. Kreditoram nav pienākums atcelt galvojuma līgumu, ja galvinieks izteicis tādu vēlmi. Galvojums izbeidzas tikai tad, ja ir izpildīta saistība, par kuru galvo, vai arī, ja puses vienojas un noslēdz galvojuma atcēlējīgumu.

Autors iesaka pievērst uzmanību CL 1710.pantam, kurā noteikts, ka „galvojums izbeidzas ar katru darbību, kas dzēš galveno saistību, atsvabinot no tās parādnieku” un piedāvā to grozīt uz šādu redakciju – „galvojums izbeidzas ar katru darbību, kas dzēš galveno saistību, atsvabinot no tās parādnieku un galvinieku”.

Ar regresa prasību pie galvenā parādnieka galvinieks saskaņā ar CL 1705.pantu var griezties tikai tad, kad tas nolīdzinājis parādu vai tā daļu, vai ar tiesas spriedumu viņam uzlikts pienākums to nolīdzināt. Kaut gan šī tiesība nemaz negarantē, ka parādnieks atdos šo naudu, jo ir daudz paņēmieni, kā parādniekam izvairīties no atbildības. Tāpēc autors uzskata, ka regresa prasība ļoti līdzinās nulles prasības vērtībai!

## KOPSAVILKUMS. CONCLUSION

Galvojuma pamatā ir blakus saistība, kuras uzdevums ir kalpot par citas parādu saistības nodrošinājumu un „galvinieka parāds nepastāv bez parādnieka parāda”. Galviniekam attiecīgā gadījumā jāpilda trešās personas saistība pilnā apmērā, ja nav līgts citādi. Tas nozīmē, ka jāapmierina arī blakus prasījumi, kas izriet no trešās personas saistības.

Galvojums ir svarīgs saistību tiesību pastiprināšanas veids, kam mūsdienās ir tikai mantiska saistība, kurā, lai nodrošinātu parāda samaksu, līdzās galvenajam parādniekam tiek nodibināta vēl viena atbildīga persona – galvinieks, kura raksturojums tika veikts no tiesiskā aspekta puses.

Autors noskaidroja, ka galvojuma mērķis faktiski ir nodrošināt kreditoru pret gadījumiem, kad parādnieks nevar nokārtot savas parāda saistības.

Būtiska galvojuma saistība ir banku sfērā, kas pēc autora domām, ir „bagātākā” nozare, kur dod un saņem galvojumus, kā rezultātā no aizņēmēja statusa viegli kļūst par parādnieku un no aizdevēja par kreditoru, kur šo saistību galvenais dalībnieks ir galvinieks. Bankas izsniegto galvojumu līgumu viena no lielākajām problēmām, pēc autora domām, ir tā, ka bankas izmanto „spēka” pozīcijas piedāvājot slēgt galvojuma līgumu.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. REFERENCES

1. Civillikums: Latvijas Republikas likums. 28.01.1937. *Valdības Vēstnesis*, 41.
2. Maksātspējas likums: Latvijas Republikas likums. 26.07.2010. *Latvijas Vēstnesis*, 124.
3. AT lēmums Nr.7 Par likumu piemērošanu, izšķirot strīdus par saistību izpildi. 1997.gada 22.decembris, spēkā no 22.12.1997., *Latvijas Vēstnesis*, Nr.7 (1068).
4. Latvijas Republikas Senāta Civillietu departamenta 2018.gada 18.decembra spriedums lietā Nr. SKC-150/2018.
5. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2017.gada 21.aprīļa spriedums lietā Nr. SKC-181/2017.
6. Latvijas Republikas Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2017.gada 3.marta spriedums lietā Nr. SKC-81/2017.
7. Joksts, O. (2003). *Saistību tiesības saimnieciskos darījumos*. Rīga: Biznesa augstskola Turība SIA. – 56.lpp.
8. Kalniņš, E. Galvojums kā akcesoriska saistība.//*Jurista Vārds*, 2011. Nr.19(666), 6.-10.lpp.
9. Neilands, R. Galvojuma mērķis ir saistību nodrošināšana.//*Jurista vārds*, Nr.40 (635), 05.10.2010.

# LIKUMA NORMU PIEMĒROŠANA CIVILLIETĀS PAR UZTURLĪDZEKĻU NOTEIKŠANU, APSTRĪDĒŠANU UN UZTURLĪDZEKĻU APMĒRA IZMAIŅĀM

**Alla Pankova**

Baltijas starptautiskā akadēmija, Rīga

Doktorantūra, Zinātņu tiesības

[pankovaalla9@gmail.com](mailto:pankovaalla9@gmail.com)

Zinātniskais vadītājs: Dr.jur. Tatjana Jurkeviča

## ANOTĀCIJA

Šī darba ietvaros autors salīdzināja trīs līdzīgas civillietas, pamatojoties uz tiesas lēmumiem un spriedumiem nosakot uzturlīdzekļu apmēru. Daļā par bērnu aizsardzību un uzturēšanas nodrošināšanu, izpētīt katra vecāka tiesības un pienākumus par uzturlīdzekļu apmēra apstrīdēšanu un taisnīga sprieduma pieņemšanu. Darba mērķis pamatojoties uz tiesas nolēmumiem maksimāli nodrošināt taisnīgu un vispusīgu pētījumu, kā pareizi rīkoties un kāda kārtība paredzēta strīdus gadījumos par uzturlīdzekļu palielināšanu vai samazināšanu tiesā.

**Atslēgas vārdi:** uzturlīdzekļi, piedziņa, lēmums.

## ABSTRACT

Within the framework of this abstract, the author compared similar civil proceedings, taking as the basis civil court decisions and judgments where determines the amount of child support. In terms of ensuring the maintenance and protection of children, one of the tasks of the author is to study the rights and obligations of each parent regarding challenge the amount of child support and making of a fair court decision. The aim of the abstract is on the basis of court decisions to ensure as much as possible a fair and comprehensive study of how to proceed correctly and what procedures shall be provided in disputable cases on the increase or reduction of maintenance in court.

## IEVADS / ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Nosakot uzturlīdzekļu apmēru, tiesai ir jāizvērtē katra bērna vajadzības, abu vecāku mantas stāvoklis un spēja bērna uzturam nepieciešamo summu maksāt, kā arī jāsadala nepieciešamā uzturlīdzekļu summa proporcionāli katra vecāka mantiskajam stāvoklim un ieguldījumam bērna uzturēšanā. Šī pētījuma mērķis ir veikt salīdzinājumu starp civillietās procesiem, pamatojoties uz lēmumiem un spriedumiem nosakot uzturlīdzekļu apmēru. Izpētīt prasības pamatojumus un lietas dalībnieku tiesības saskaņā, ar lietas apstākļiem palielināt vai samazināt uzturlīdzekļu apmēru tiesā.

Gadījumā, kad kāds no vecākiem bērnam nenodrošina uzturlīdzekļus un uzturlīdzekļu piedziņa no viņa nav iespējama vai arī tiesas nolēmumu par uzturlīdzekļu piedziņu pilda, bet nenodrošina minimālo uzturlīdzekļu apmēru, personai, kuras aprūpē atrodas bērns, ir jāaizpilda noteikta parauga iesniegums par uzturlīdzekļu izmaksu un jāiesniedz Uzturlīdzekļu garantiju fonda (turpmāk – UGF) administrācijai.

Agrāk minimālo uzturlīdzekļu apmēru, kuru bērnam nodrošināt ir pienākums katram no vecākiem neatkarīgi no viņa spējām uzturēt bērnu un mantas stāvokļa, nosaka Ministru kabinets, ņemot vērā valstī noteikto minimālo mēnešalgu un bērna vecumu. Pamatojoties uz to, ka 2019. gada 13. novembrī Latvijas Saeimā tika pieņemti grozījumi Uzturlīdzekļu garantiju fonda likumā (turpmāk Fonda likums), turpmāk no UGF izmaksājamo uzturlīdzekļu apmērs netiek piesaistīts minimālās algas apmēram. Ar 2020. gada 1. janvāra no UGF izmaksājamo par kalendāro mēnesi izmaksā uzturlīdzekļus sekojošā apmērā: 107,50 euro katram bērnam no viņa piedzimšanas līdz 7 gadu vecuma sasniegšanai; un 129,00 euro katram bērnam no 7 gadu

vecuma sasniegšanas līdz 18 gadu vecuma sasniegšanai un pilngadīgai personai no 18 gadu vecuma sasniegšanas līdz 21 gada vecuma sasniegšanai.

Saskaņā ar Bērnu tiesību aizsardzības likuma 10.pantu bērnam ir tiesības uz tādiem dzīves apstākļiem un labvēlīgu sociālo vidi, kas nodrošina pilnvērtīgu fizisko un intelektuālo attīstību. Apstākļos, kad no UGF izmaksājamo uzturlīdzekļus apmērs nenodrošina bērnam vajadzīgos apstākļus, un vecāki labprātīgi nevar vienoties par uzturlīdzekļu apmēru, strīdu izšķir tiesa, piemērojot tiesību normas un judikatūru.

Saskaņā ar Civillikuma 177. panta pirmās daļas, līdz pilngadības sasniegšanai (219.p.) bērns ir vecāku aizgādībā. Saskaņā ar Civillikuma 179.panta pirmās, piektās un sestās daļās, vecāku pienākums ir samērā ar viņu spējām un mantas stāvokli uzturēt bērnu. Šis pienākums gulstas uz tēvu un māti līdz laikam, kad bērns pats var sevi apgādāt.

Jēdziens bērna uzturēšana saistīts ar Civillikuma 177.panta ceturtajā daļā paredzētajiem kritērijiem, kas ņemami vērā, nosakot uzturlīdzekļu apmēru. Nosakot uzturlīdzekļu apmēru, tiesai ir jāizvērtē bērna vajadzības, abu vecāku mantas stāvoklis un spēja bērna uzturam nepieciešamo summu maksāt, kā arī jāsadala nepieciešamā uzturlīdzekļu summa proporcionāli katra vecāka mantiskajam stāvoklim un ieguldījumam bērna uzturēšanā.

### **Pētījuma rezultāti un to izvērtējums**

Pirmais piemērs. 2016.gada 15.martā laulāta pamatojoties uz Rīgas pilsētas Latgales priekšpilsētās tiesas paziņojumu un prasības pieteikumu par to, ka laulātais ir cēlis tiesā prasības pieteikumu par laulības šķiršanu iesniedzot pretprasību lūdza, piedzīt par labu bērnam katru mēnesī uzturlīdzekļus EUR 300,00 (trīs simts euro 00 centi) apmērā. Lietas materiāliem pievienoja uzturlīdzekļu aprēķinu: dzīves vietas nodrošinājums EUR 100,- (apsaimniekošana, elektrība, televizors, dators un interneta pakalpojumi, gāze un mēbeļu iekārtojums); mācības priekšmeti un mācību kursi EUR 50,-; pārtika EUR 150,-; apģērbs un personīgās mantas EUR 60,-; atpūta EUR 50,-; ārstniecība EUR 80,-. Pretprasībā noradot, ka minimāla summa nepieciešama mēnesī EUR 490,00. 2016.gada 11.martā ar Lēmumu bērnam (septiņi gadi) noteikta invaliditāti, jo bērns jau sen ir ļoti slims, kas būtiski pastiprina vecāku atbildību par bērna audzināšanu un rūpēšanu, laulāta spiesta būt blakus ar dēlu. Pie tādiem apstākļiem viņai ierobežota spēja mācīties, strādāt normālu darba laiku un iegūt pilnvērtīgu algotu darbu. Pirms laulības šķiršanas nekādus ienākumu viņai nebija, un viņas ir trūcīgo statusā.

Sakarā ar to, ka vecāku pienākums ir samērā ar viņu spējām un mantas stāvokli uzturēt bērnu, lietas materiāliem pievienota norēķinu konta izdruka no kuras redzams, ka Laulāta ienākumu apmērs vidēji sastāda EUR 33808,00 gadā. Ka laulātais ir uzņēmies kredītsaistības transportlīdzekļa EUR 22280,00 vērtības iegādei. Laulātais katru mēnesi maksā EUR 203,16 par transportlīdzeklī, kuru vienpersoniski lietoja un lieto, atstājot to sev.

2016.gada 23.novembrī tika pieņemts spriedums ar kuru piedzīti uzturlīdzekļi bērna uzturam 200,00 EUR mēnesī. Rīgas pilsētas Latgales priekšpilsētās tiesas tiesnese spriedumā norada, ka ar Veselības un darbaspēju ekspertīzes ārstu valsts komisijas /.../ lēmumu pušu dēls ir atzīts par bērnu invalidu līdz 2017.gada 2.martam. Saskaņā ar Ārstniecības likuma 17.panta ceturto daļu šā panta pirmajā daļā minēto personu bērniem no valsts pamatbudžetā un pakalpojumu saņēmēju līdzekļiem apmaksātos ārstniecības pakalpojumus ir tiesības saņemt bez maksas. Līdz ar ko, nekāda pamata palielināt bērnam uzturlīdzekļu apmēru tiesa nesaskatīja. Prasot uzturlīdzekļus, kuru apmērs ir lielāks par valstī noteikto minimālo uzturlīdzekļu apmēru, ir jāpierada tie tikai šī apmērā lietderīgums un pamatotība, bet arī, ka laulātai ir pietiekoši ienākumi, lai nodrošinātu tādu uzturlīdzekļu maksāšanu. Savukārt laulātai, iebilstot pret pieprasto uzturlīdzekļu apmēru, jāpierada summas nesamērīgums ar viņā mantisko stāvokli, vai nesamērīgums ar bērnam reālam vajadzībām, vai arī laulātais izvairīšanos no tai ar likumu noteikta pienākumā arī pašai uzturēt bērnu, uzliekot šādu pienākumu vienīgi bērna tēvam. {7}. Spriedumā norādīts, ka transportlīdzeklis atrodas kredītiestādes īpašumā, bet prasītājs noma šo transportlīdzeklī, ka prasītāja saņem bērnu pabalstu 118,00 euro apmērā.

2019.gada 22.augustā laulāta (turpmāk tekstā – I.Z.) saskaņā ar Civilprocesa likuma 203. panta ceturtais daļas iesniedza prasības pieteikumu par uzturlīdzekļu maksājumu apmēra palielināšanu. Lietas materiāliem

pievienoja maksājumu apliecinājumi, čeki un citi pierādījumi par bērna uzturēšanas izdevumiem uz 69.lapaspusēm, ar kopīgo aprēķinu par katru izdevumu pozīciju, un tie sastāda EUR 905,00 (deviņi simti pieci eiro, 00 centi) apmēra katru mēnesi. Pieteikumā iesniegšanas bērnam ir veiktas divas operācijas un neskatoties uz to, patoloģija turpina attīstīties, un pēc ārsta atzinuma, agrāk vai vēlāk tas novedīs pie akluma. I.Z. kopā ar dēlu pastāvīgi apmeklē ārstniecības iestādēs, dēls nevar pilnvērtīgi dzīvot un pārdzīvo pastāvīgas sāpes un neērtības. Papildus pie tā, ņemot vērā to, ka tēvs faktiski pameta dēlu, dēlam ir radušies psiholoģiskie traucējumi, un prasītāja bija spiesta vērsties pie psihologa. Par iepriekš norādīto liecināja ārsta izziņa, 2019.gada 5.martā lēmums par invaliditāti un 2019.gada 01.augustā ārsta izraksts, kur norādīts, ka “nepieciešamas nodarbības pie psihologa”.

Pamatojoties uz Civilprocesa likuma 128.panta otrās daļas 4. un 5.punktu, 129.panta pirmo daļu, 129.panta otrās daļas 3.punktu, 133.pantu, 229.pantu, 230.pantu tiesnese nolēma atstāt bez virzības I.Z. prasību par uzturlīdzekļu apmēra palielināšanu, nosakot termiņu līdz /datumā/ lēmumā norādīto trūkuma novēršanai. Lēmums pieņemts pamatojoties uz Civilprocesa likuma 128.panta otrās daļas 5.punkta, ka prasības pieteikumā norādāmi apstākļi, ar kuriem prasītājs pamato savu prasījumu, un pierādījumi, kas to apstiprina. No minētajām normām izriet, ja uzturlīdzekļu aprēķinā ir norādītās tādas pozīcijas, kuru summas nav vispārzināmi izdevumi, piemēram, par nodarbībām, izglītības iestādes maksa, medikamenti, dzīves vietas nodrošināšanas izdevumi, televīzijas, mobilo sakaru, un interneta pakalpojumi, elektrība, transports, speciālās aprūpes līdzekļi utt., (ja tādi ir), tad ir jāiesniedz tiesā dokumenti, kas konkrētās norādītās pozīcijas un summas apstiprina. Prasītāja prasībā ir ietvērusi ikmēneša uzturam nepieciešamo izdevumu apmēra aprēķinu, kurā iekļautas arī tādas pozīcijas, kuru norādītais apmērs nav vispārzināmi izdevumi – X-box 360, zobārsts, baseins, florbols, psihologs, LFK proc., zāles, vitamīni, pasniedzējs, ceļojumi, apkure, gāze, taču dokumentus, kas minētos izdevumus apliecina prasībai nav pievienojusi. Ņemot vērā minēto, prasītājai ir jāiesniedz tiesā dokumenti, kas apstiprina aprēķinā iekļautās pozīcijas, kuru norādītais apmērs nav vispār zināmi izdevumi.

Otrais piemērs. Pamatojoties uz prasības pieteikuma par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņu 2019.gada 8.janvārī Rīgas rajona tiesā tika pieņemts Lēmums par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņu, piedzīt no atbildētāja pagaidu uzturlīdzekļus bērna (trīs gadi) uzturam ik mēnesi, sākot no 2019.gada 8.janvāra, 300,00 euro mēnesī.

2019.gada 27.maijā atbildētājs lūdza tiesu grozīt pagaidu noregulējumu par uzturlīdzekļu apmēru no atbildētāja, par labu prasītājai un noteikt pagaidu uzturlīdzekļus bērna uzturam EUR 110,00 katru mēnesī, līdz cita nolēmuma pieņemšanai civillietā par laulības šķiršanu, laulāto kopīgās mantas sadali, bērna dzīvesvietas un atsevišķas aizgādības noteikšanu un uzturlīdzekļu piedziņu.

Savu lūgumu atbildētājs pamatoja sakarā ar to, ka atbildētāja ienākumi par 2018.gadu nepārsniedz EUR 793,00 mēnesī, un līdz 2019.gada jūnija mēnesim atbildētāja ienākumi sastāda EUR 412,60 mēnesī. Atbildētājs pievienoja lietas materiāliem: darba dēvēja norēķinu konta izdrukas, 2019.gada 15.janvārī VID paskaidrojumi par norēķiniem ar pašnodarbinātām personām, nodokļiem un par komandējuma naudas aprēķiniem; atbildētāja VID iesniegtie par 2018.gadu un 2017.gadu ienākumu deklarācijas; pilnu sarakstu par komandējumiem no 2018.gada 01.janvāra līdz 2019.gada aprīlim; VID izziņu un Dzīvojamās telpas īres līguma oriģinālu. Papildus atbildētājs pievienoja pierādījumus par saviem ienākumiem, ka arī lietās materiāliem papildus pievienots pilns aprēķins par atbildētāja ienākumiem un darba līgumiem. Atsaucoties uz to, ka judikatūrā vairākkārt izteikta atziņa, ka uzturlīdzekļu sniegšanas pienākums primāri saistīts ar vecāku mantas stāvokli un šim stāvoklim atbilstošu bērnu nodrošinājumu, lai, nosakot uzturlīdzekļu apmēru, maksimāli tiktu nodrošinātas bērnu intereses{1}.

2019.gada 26.jūnijā tiesa nolēma noraidīt atbildētāja pieteikumu par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņas grozīšanu. Lēmumā motīvu daļā norādīts, ka pieteikums par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņas grozīšanu ir noraidāms pamatojoties uz to, ka: Tiesa atzīst, ka atbildētāja pienākums ir uzturēt savu nepilngadīgo bērnu. Šis pienākums ir absolūts un neatkarīgs ne no kādiem apstākļiem; Pušu mantiskais stāvoklis un bērnam izmaksājamo uzturlīdzekļu apmērs tika izvērtēti ar Rīgas rajona tiesas 2019.gada 8.janvāra lēmumu, uz tajā brīdī iesniegto pierādījumu pamata; Tiesa uzskata, ka atbildētājs ir darbaspējīgā vecumā un spēj veikt visas nepieciešamās darbības, lai nodrošinātu savu bērnu ar nepieciešamo uzturu. Tāpat tiesa uzskata, ka bērna

vajadzības ir prioritāras un vecāku pienākums ir sniegt bērnam visu iespējamo atbalstu, tā ikdienas vajadzību apmierināšanai samērā ar katra vecāka mantas stāvokli un vecāku spējām. Tiesas rīcībā nav pierādījumu tam, ka bērna vajadzībām nepieciešamie uzturlīdzekļi būtu samazinājušies; Atbildētāja atsauces uz kontiem un tajā ieskaitīto darba samaksas apmēru laika posmā no 2019.gada 1.janvāra līdz 2019.gada maijam, tiesa uzskata, ka konkrētajā izskatīšanas stadijā ir vērtējamās kritiski, jo tiesa nav noskaidrojusi patiesos atbildētāja ienākumus, pieprasot ziņas un papildus pierādījumus. Tāpat ir nosūtīts lūgums par pierādījumu iegūšanu darba dēvējam, sakarā ar to, ka minētie pierādījumi uz lēmuma izskatīšanas dienu tiesā nav iesniegti.

Sakarā ar to, ka prasītāja kopā ar paskaidrojumiem pievienoja zvērināta tiesu izpildītāja aktu par fakta fiksēšanu, kurš sastāv no izdrukās <https://www.facebook.com>, tiesa konstatē, ka laika posmā no prasības iesniegšanas atbildētājs nav mainījis darba vietu - "...darba dēvēja...", ko apliecina lietā esošais darba līgums (lietas ...lapa) un iesniegtais /datums/ zvērināta tiesu izpildītāja akts Nr.... par fakta fiksēšanu. Ievērojot to, ka lietas izskatīšana pēc būtības vēl nav notikusi un tiesa nav saņēmusi visus nepieciešamos pierādījumus, tiesai nav tiesiska pamata šajā civilprocesuālajā stadijā veikt atkārtotu pušu mantiskā stāvokļa novērtēšanu un bērnam nepieciešamo izdevumu saraksta izvērtēšanu. Līdz ar to tiesa atzīst par nepamatotiem atbildētāja iebildumus par uzturlīdzekļu apmēra grozīšanu. Atbildētāja norādītie apstākļi nav pamats uzturlīdzekļu apmēra grozīšanai, kas noteikta ar Rīgas rajona tiesas 2019.gada 8.janvāra lēmumu, un atbildētāja pieteikums ir noraidāms.

Sakarā ar to, ka atbildētājam nav ienākumu, kas ļautu maksāt bērna uzturam EUR 300,00 katru mēnesī, novembrī 2019.gada atbildētājs atkārtoti lūdz samazināt uzturlīdzekļu apmēru līdz EUR 150,00 apmēram.

Atbildētājs uzskata, ka pieņemot 2019.gada 8.janvāra lēmumu, ka arī 2019.gada 26.jūnijā noraidot lūgumu par uzturlīdzekļu samazinājumu, tiesa rīkojas prettiesiski un nodeva priekšroku prasītājas viedoklim, ka arī darba algai tika pieskaitīta komandējuma nauda. Zvērināta tiesu izpildītāja akts Nr./.../ par fakta fiksēšanu nav saprotams un pilnīgi neattiecas uz atbildētāja ienākumiem, ka arī nepierāda to, ka uz to laika periodu starp atbildētāju un "darba dēvēju" pastāvēja darba attiecības. Vispār nav novērtēts fakts par to, ka atbildētājs pievienoja līgumu ar "darba dēvēju", kur nepārprotami redzams, ka pielikumā ir braucieni un kontraktu sistēma ar uzcenojumiem.

Atbildētājs norāda, ka prettiesiski Lēmumā norādīts, ka Pušu mantiskais stāvoklis un bērnam izmaksājamo uzturlīdzekļu apmērs tika izvērtēti ar Rīgas rajona tiesas 2019.gada 8.janvāra lēmumu, uz tajā brīdī iesniegto pierādījumu pamata. Prettiesiski tiesas lēmumā komandējuma nauda ir pieskaitīta kā atbildētāja ienākumi, pilnīgi ignorēti pierādījumi par nodokļu maksājumiem, vienlaikus atbildētājs nav vainīgs, ka pieprasot ziņas un papildus pierādījumus no "uzņēmuma", pierādījumi uz lēmuma izskatīšanas dienu tiesā nav iesniegti. Lietas materiāliem no prasītājas puses netika pievienots neviens dokuments kas varētu kalpot par pierādījumiem, ka bērna vajadzībām ir nepieciešami EUR 600,00 ikmēneša izdevumi, pievienotie ka pierādījumi čeki nav personalizēti, ka arī nav pievienoti lietas materiāliem dokumenti, kas apstiprina uz EUR 600,00 izdevumu pozīcijas.

Atbildētājs papildus pievienoja lietas materiāliem aizdevuma līguma izdruku, norēķinu konta izdruku, izdruku no Elektroniskās deklarēšanas sistēmas (EDS) atbildētāja darba vietas un nodarbinātības periodi, ka arī lēmumu par bezdarbnieka statusu, jo tas apliecina atbildētāja vārdu patiesumu un pamato prasību, ka arī atbilst Civilprocesa likuma 74.panta otrajai daļai. Atbildētāja vidējie ienākumi no septembra līdz oktobrim EUR 500,00 mēnesī. Sakarā ar pirms tam izklāstītiem argumentiem un faktiem, Civillikuma 179.pantu un Civilprocesa 244.<sup>10</sup> panta, atbildētājs lūdz tiesu grozīt pagaidu noregulējumu par uzturlīdzekļu apmēru un noteikt pagaidu uzturlīdzekļus bērna uzturam EUR 150,00 katru mēnesī, līdz cita nolēmuma pieņemšanai par uzturlīdzekļu piedziņu.

2019.gada 4.decembrī pamatojoties uz Civilprocesa likuma 5.panta piekto daļu, un 229., 230., 238.1 pantiem, tiesa nolēma atkārtoti noraidīt atbildētāja pieteikumu par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņas grozīšanu. Lēmumā norādīts, ka 2018.gadā atbildētāja ienākumi pēc lietā esošajiem pierādījumiem sastāda 8855,39 GBR Lielbritānijas mārciņas 10,021,13 euro un 10 440,50 euro uz Swedbank un darba devējiem. Iedzīvotāju ienākuma nodoklis 1996,74 euro apmērā Latvijā no 8443,76 euro kopējās summas aprēķināts neieskaitot

komandējumu naudu no 18 464,89 euro gadā : 12 mēn. = 1538,74 euro. Tiesas ieskatā, lietas materiālos ir norādītas diennakts normas komandējumiem saskaņā ar Ministra kabineta noteikumiem, bet šāds pierādījums nav vērtējams, jo Ministra kabineta noteikumi atteicas tikai uz Latvijas Republikā reģistrētajiem uzņēmumiem, kā arī šādu aprēķinu nav sagatavojis pats uzņēmums, kas noformēts ievērojot dokumentu izstrādāšanas noteikumus - ar atbilstošiem norīkojuma dokumentiem, rekvizītiem lai dokumentam būtu juridiskais spēks. Atbildētājs nevar pats sev izrakstīt komandējam naudas veikto darbību. Ja tomēr tā ir kompensācijas nauda par darba braucienu, tad atbildētājam ir jāpierāda tiesai ar juridiski pareiziem dokumentiem čekiem, kvītīm darba brauciena izdevumi uz summu 10 012,95 euro. VID konsultantes atbilde: Latvijas rezidenti, kuri ienākumus gūst valstīs, kas nav Eiropas Savienības dalībvalsts, ir jāiesniedz VID gada ienākumu deklarācija un jādeklarē visi ārvalstīs gūtie ienākumi. (Gērnsijas salas nav ES dalībvalsts, atbildētājs ienākumus gūst no Gērnsijas salām). No ārvalsts uzņēmuma atbildētājam 2018.gadā VID jādeklarē 20 067,95 euro (summa no iesniegtiem tiesā lietā dokumentiem no atbildētāja) par darba periodu 12 mēn., bet atbildētājs VID deklarācija iesniedza 10 050 euro (- 1,996.74 iedzīvotāju ienākuma nodoklis Latvijā) . Lēmumā norādīts, ka atbildētājs maldina tiesu sniedzot nepatiesas ziņas, sakarā ar ko, bērna nodrošināšana ar uzturlīdzekļiem vispirms ir vecāku pienākums. Tas ir absolūts un neapstrīdams - nekādi apstākļi, tajā skaitā maksātspēja, nevar atbrīvot vecākus no pienākuma dot uzturu savam bērnam.

Trešais piemērs. 2018.gada 6.decembrī prasītāja vērsusies Rīgas pilsētas Pārdaugavas tiesā ar prasību pret atbildētāju par uzturlīdzekļu piedziņu. Prasībā un tās precizējumos norādīts, ka pusēm ir divas meitas bet atbildētājs bērnu aprūpē un uzturēšanā nepiedalās. Kopš 2017.gada janvārī uzturlīdzekļus minimālajā apmērā prasītāja saņem no Uzturlīdzekļu garantiju fonda.

Prasības pieteikumā ietverts aprēķins, no kura izriet, ka uzturlīdzekļu apmēru meitu uzturam veido kopējie izdevumi par mājokļa īri 115,00 euro, komunālie maksājumi (gāze, elektrība, ūdens, atkritumu izvešana) 45,18 euro. Vecākās meitas uzturlīdzekļu aprēķinā prasītāja iekļāvusi sekojošas pozīcijas: skolai un mācību procesam nepieciešamais, kas tiek iegādāts par vecāku līdzekļiem gadā sastāda 360,00 euro jeb mēnesī 30,00 euro, skolas ekskursijas, kultūras pasākumi gadā vidēji 100,00 euro jeb 8,33 euro mēnesī, mobilais telefons, internets 19,33 euro, pārtikas, saimniecības preces 170,00 euro, apģērba iegādei 30,00 euro, medikamentu iegādei gadā vidēji 80,00 euro jeb 6,66, euro mēnesī, kabatas nauda 50,00 euro, citi neparedzēti izdevumi – dāvanas draugu dzimšanas dienās, ceļojumi, izbraucieni 25,00 euro, kino apmeklējumi ar draugiem 20,00 euro. Jaunākās meitas uzturlīdzekļu aprēķinā iekļautas sekojošas pozīcijas: ēdināšana pirmsskolas izglītības iestādē 45,00 euro, TV, interneta pakalpojumi 10,00 euro, pārtikas, higiēnas, saimniecības preču iegādei 150,00 euro, apģērba iegādei 25,00 euro, rotaļlietas, izglītojošie materiāli 20,83 euro, medikamenti 6,66, euro, citiem neparedzētiem izdevumiem 25,00 euro. Prasītāja arī norādījusi, ka meitām ģimenes ārsts ieteicis apmeklēt peldbaseinu, kur izmaksas katrai meitai būtu 40,00 euro mēnesī, bet finansiālā stāvokļa dēļ prasītāja to nevar atļauties. Kopumā .. uzturam mēnesī nepieciešami 509,50 euro, bet ... uzturam – 482,67 euro, kopā 900,00 euro mēnesī.

2019.gada 1.februārī Rīgas pilsētas Pārdaugavas tiesas tiesnese, rakstveida procesā izskatīja prasītājas lūgumu par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņu no atbildētāja, par uzturlīdzekļu piedziņu un lēmumā aprakstošā daļā noskaidroja, ka prasītāja pieteikusi lūgumu par pagaidu uzturlīdzekļu noteikšanu, lūdzot piedzīt no atbildētāja par labu prasītājai pagaidu uzturlīdzekļus meitas ... uzturam 250,00 euro apmērā, savukārt meitas ... uzturam 200,00 euro ik mēnesī, bet ne mazāk par Ministru kabineta noteiktajiem minimālajiem uzturlīdzekļiem bērniem, sākot no prasības iesniegšanas dienas līdz sprieduma spēkā stāšanās brīdim. Saskaņā ar Civilprocesa likuma 244.10 panta pirmo daļu pēc puses lūguma tiesa vai tiesnesis pieņem lēmumu, ar kuru uz laiku līdz sprieduma taisīšanai nosaka bērna dzīvesvietu, bērna aprūpes kārtību, saskarsmes tiesību izmantošanas kārtību, uzturlīdzekļus bērnam, aizliegumu bērna izvešanai no valsts. Savukārt Civilprocesa likuma 244.<sup>10</sup> panta otrajā daļā noteikts, ka lūgumu par uzturlīdzekļiem bērnam izskata rakstveida procesā. Motīvu daļā, pārbaudījusi lietā esošos rakstveida pierādījumus un izvērtējusi tos kopumā, ka paskaidrojumi no atbildētāja tiesā līdz šī lēmuma taisīšanas dienai netika saņemti, tiesnese atzīst, ka ir daļēji apmierināms prasītājas lūgums par pagaidu uzturlīdzekļu piedziņu bērnu uzturam, piedzīt par labu prasītājai, pagaidu

uzturlīdzekļus meitas .. uzturam 129,00 euro (viens simts divdesmit deviņi euro) mēnesī, un meitas .. uzturam 107,50 euro (viens simts septiņi euro 50 centi) mēnesī, sākot no iesniegšanas datuma, līdz galīgā nolēmuma pieņemšanai.

Savos paskaidrojumus atbildētājs lūdza atzīt, ka uzturlīdzekļu EUR 450,00 apmērs nav samērīgs ar viņa mantisko stāvokli, ka arī nav pierādījumu, ar kuriem prasītāja pamatojusi savus apgalvojumus par meitu uzturam reāli nepieciešamām izdevumu pozīcijām EUR 900,00 apmērā.

2019.gada 5.jūlijā tika pieņemts spriedums, un pamatojoties uz Civilprocesa likuma 42., 189.-193., 195., 204.1 pantu, tiesa nosprieda prasību apmierināt daļēji. Piedzīt uzturlīdzekļus meitas ... uzturam katru mēnesi 170,00 euro, meitas ... uzturam katru mēnesi 150,00 euro. Prasību daļā par uzturlīdzekļu 160,00 euro apmērā piedziņu ..meitas uzturam un uzturlīdzekļu 120,00 euro apmērā piedziņu ..meitas uzturam noraidīt. Prasība apmierināta daļēji pamatojoties uz to, ka prasītājas darba alga pirms nodokļu nomaksas sastāda vidēji 600,00 euro mēnesī, pēc nodokļu nomaksas – vidēji 500,00 euro mēnesī. Citu ienākumu prasītājai nav. Tā kā pušu vecākā meita tagad ir pusaudžu vecumā, nav šaubu, ka viņas pilnvērtīgam uzturam, fizisko un garīgo spēju attīstībai, kā arī izglītībai turpmāk, turpinot skolas gaitas, būs nepieciešami ievērojami lielāki līdzekļi, nekā šobrīd.

Atbilstoši lietas materiāliem pievienotajai Valsts sociālās apdrošināšanas aģentūras 2019.gada 22.maija izziņai atbildētājs reģistrēts, kā darba ņēmējs. Saskaņā ar minēto izziņu atbildētāja ienākumi no 2018.gada janvāra līdz 2019.gada martam sastādīja 5363,45 euro jeb vidēji 357,56 euro mēnesī. No bankas norēķinu konta izdrukām secināms, ka atbildētāja naudas līdzekļu apgrozījums kontā periodā no 2018.gada janvāra līdz 2018.gada 31.decembrim (ieskaitot) sasniedz 4569,68 euro apmērā, jeb vidēji 380,81 euro mēnesī, bet no 2019.gada 1.janvāra līdz 2019.gada 22.maijam – 1851,00 euro, jeb vidēji 370,20 euro mēnesī.

Par vispārzināmu tiesa arī atzīst, ka pušu jaunākā meita (četri gadi) ir vecumā, kad pilnvērtīgai attīstībai nepieciešams pilnvērtīgs un sabalansēts uzturs, kā arī, izdevumi, meitenei uzsākot skolu, pieaugs. Tiesa atzīst, ka prasībās par uzturlīdzekļu piedziņu pēc to prasījuma rakstura nav iespējams precīzi, balstoties uz lietā esošiem pierādījumiem, noteikt konstantu piedzenamo uzturlīdzekļu apmēru (medicīniskie izdevumi atšķiras atkarībā no tā, vai bērns slimo, izdevumi apģērba iegādei arī ir saistīti ar sezonālām vajadzībām un arī citiem apstākļiem (mājas, skolas apģērbs utt.)). Līdz ar to izdevumu pozīcijās, kuras ir mainīgas, tiesa nosaka uztura summu pēc sava taisnīga ieskata, kas pamatots uz visu apstākļu apsvērumu.

### **Secinājumi un priekšlikumi**

Pagaidu uzturlīdzekļu piedziņas mērķis ir garantēt bērna tiesības saņemt uzturlīdzekļus nepieciešamā apmērā līdz galīgā nolēmuma pieņemšanai lietā. Apstākli, ka nosakot pagaidu uzturlīdzekļu apmēru, tiesa Civillikuma 179.panta izpratnē nevērtē pušu mantisko stāvokli un ar bērna uzturēšanu saistīto izdevumu apmēra pamatotību, jo minētos jautājumus ir iespējams objektīvi un pilnīgi izvērtēt tikai izskatot lietu pēc būtības, sakarā ar ko, ja uz pagaidu uzturlīdzekļu noteikšanas brīdi lietā nav izvērtēts pušu mantiskais stāvoklis, tiesai nav tiesiska pamata prasības pieteikuma 300,00 euro apmierināšanai pilnā apmērā bērnam. Ievērojot minēto, pamatoti tikai daļēji apmierināt lūgumu par uzturlīdzekļu piedziņu līdz sprieduma pieņemšanai bērna uzturam Civillikuma 179.panta piektajā daļā noteiktajā minimālajā apmērā, bet ne mazāk kā Ministru kabineta noteiktajā apmērā. Ja lietas izskatīšanas gaitā mainās apstākļi abām pusēm ir neierobežotas tiesības lūgt tiesu grozīt noteikto pagaidu uzturlīdzekļu apmēru attiecīgi, lūgumu pamatojot.

Civilprocesa likuma 93.panta pirmā daļa noteic, ka katrai pusei jāpierāda tie fakti, uz kuriem tā pamato savus prasījumus vai iebildumus. Prasītājam jāpierāda savu prasījumu pamatotība. Atbildētājam jāpierāda savu iebildumu pamatotība. Pamatojoties uz pirms tam norādīto, ja netika iesniegti pierādījumi par bērna uzturēšanas izdevumu pozīcijām, izšķirot strīdu, uzmanība pirmām kārtām jāvelta tam, lai vislabāk nodrošinātu bērnu intereses, ņemot vērā abu vecāku mantas stāvoklis un spēja bērna uzturam nepieciešamo summu maksāt, kā arī jāsadala nepieciešamā uzturlīdzekļu summa proporcionāli katra vecāka mantiskajam stāvoklim un ieguldījumam bērna uzturēšanā {2} un saskarsmes tiesībām un uzturlīdzekļiem bērnam {3}.



Saskaņā ar Civilprocesa likuma 97.panta pirmo daļu, tiesa novērtē pierādījumus pēc savas iekšējās pārlicības, kas pamatota uz tiesas sēdē vispusīgi, pilnīgi un objektīvi pārbaudītiem pierādījumiem, vadoties no tiesiskās apziņas, kas balstīta uz loģikas likumiem, zinātnes atziņām un dzīvē gūtiem novērojumiem.

Izšķiroša nozīme ir nevis pierādījumu skaitam, to absolūti vai matemātiski precīzai atbilstībai pierādāmiem faktiem, bet gan tiesas pārlicībai par puses norādītā fakta esamību vai atbildētāja neesamību (...) pārlicībai jābūt pietiekošai, nevis iespējamības vai šaubas pieļaujošai {4}. Tādēļ jautājumā par to, pamatojoties uz kādiem pierādījumiem (tiešajiem vai netiešajiem), tiesa uzskata tos vai citus faktus par pierādītiem vai gluži pretēji – par nepierādītiem, likums pieļauj pilnīgu tiesas ieskata brīvību. Citiem vārdiem sakot, tā ir tikai un vienīgi tiesas prerogatīva {5}.

Tiesu praksē nostiprināts, ka tiesa var atbrīvot lietas dalībniekus no pierādījumu iesniegšanas, ja tā atzīst par vispārzināmu, ka bērnam uzturēšanas izdevumos iekļaujami izdevumi par ēdienu, apģērbu, mājokli, higiēnas piederumiem u.t.t. Tā kā šīm empīriskām patiesībām (uz pieredzi pamatotām patiesībām) nav faktisku apstākļu nozīmes, bet tās ir tikai secinājumi un loģiski slēdzieni no zināmiem faktiem, tad tās pusēm nav jāpierāda, bet pati tiesa izlieto empīriskās patiesības kā loģiska slēdziena locekļus {6}. Par vispārzināmu tiesa atzīst arī faktu, ka, pieaugot bērnam, pieaug arī viņa vajadzības.

No loģikas un dzīvē gūtiem novērojumiem saprotams, ka pilnīgi visus bērna izdevumus nevienā aprēķinā nav iespējams ietvert un bērna audzināšanas un aprūpes gaitā var rasties papildus neparedzēti izdevumi. Prasībās par uzturlīdzekļu piedziņu pēc to prasījuma rakstura nav iespējams precīzi, balstoties uz lietā esošiem pierādījumiem, noteikt konstantu piedzenamo uzturlīdzekļu apmēru (piemēram, medicīniskie izdevumi atšķiras atkarībā no tā, vai bērns slimo). Līdz ar to izdevumu pozīcijās, kuras ir mainīgas, tiesa var noteikt uztura summu pēc sava taisnīga ieskata, kas pamatots uz visu apstākļu apsvērumu. Vispārzināms ir fakts, ka bērnam ir nepieciešamas higiēnas preces, elementāri medikamenti “mājas aptieciņā”, līdz ar ko, šis fakts atsevišķi nav jāpierāda, taču tiesai ir jāvērtē šo izdevumu samērīgums.

Ņemot vērā to, ka uzturlīdzekļu apmērs tiesai jānosaka samērā ar vecāku mantas stāvokli, nevis jānosaka ar visām bērna vajadzībām, autora ieskatā ir iespējams samazināt izdevumus bērnu uzturam atbilstoši vecāku finansiālajam stāvoklim, rīkojoties ekonomiski un nopietni plānojot ģimenes budžetu, izdevumi var tikt samazināti. Piemēram, atzīst par bērnu interesēm atbilstošas tādas uzturlīdzekļu pozīcijas, kā kabatas nauda, nauda kino apmeklējumiem ar draugiem, dāvanu iegādei draugu dzimšanas dienām, ceļojumiem, izbraucieniem, tomēr norādāms, ka tās nav primārās nepieciešamības lietas un to izmaksas saskaņojamas ar vecāku mantas stāvokli.

Kā papildus iemesls tiek norādīts uz uzturlīdzekļu maksātāja kredītaistībām. Tiesai, nosakot bērna uzturam nepieciešamo piedzenamo uzturlīdzekļu apmēru, jāņem vērā, ka bērna intereses ir primāras, tāpēc vecākiem ir jāreķinās ar to, ka viņu personīgie izdevumi dzīves kvalitātes uzlabošanai samērojami ar bērna vajadzībām. Savukārt uzturlīdzekļu apmērs ir samērojams ar bērna vecāku mantisko stāvokli un ienākumu līmeni, nevis tikai ar bērna vajadzībām. Līdzīgi kā prasītāji var, plānojot savu ģimenes budžetu, saprātīgi samazināt atsevišķas bērnu uzturēšanas izmaksas, arī atbildētāji, kuri ir atbildīgi par nepilngadīgu bērnu uzturēšanu, var samazināt savus izdevumus.

Nosakot uzturlīdzekļu maksāšanas sākuma termiņu, tiesa, ievērojot Civilprocesa likuma 5.panta sesto daļu, ņem vērā Latvijas Republikas Augstākās tiesas judikatūru, prasībās par uzturlīdzekļu piedziņu bērnu uzturam, tie piedzenami no brīža, kad celta prasība tiesā, jo ar prasības celšanas brīdi attiecīgā persona uzskā savu ar likumu garantēto civilo tiesību aizsardzības realizāciju tiesā.

## KOPSAVILKUMS. CONCLUSION

Uzturlīdzekļu apmērs ir samērojams ar bērna vecāku mantisko stāvokli un ienākumu līmeni, nevis tikai ar bērna vajadzībām. Uz pagaidu uzturlīdzekļu noteikšanas brīdi lietā nav izvērtēts pušu mantiskais stāvoklis, sakarā ar ko, tiesai nav tiesiska pamata rakstveida procesā apmierināt prasības pieteikumu par pagaidu uzturlīdzekļu noteikšanu virs UGF norādītajā apmērā.

Autore uzskata, gadījumos, kad prasītājs pieteikusi lūgumu par pagaidu uzturlīdzekļu noteikšanu, nepieciešams ieviest grozījumi civilprocesā 149.pantā par tiesneša darbību, sagatavojot lietu iztiesāšanai, un papildināt ar (11) apakšpunktu, Lietās par uzturlīdzekļu prasījumiem, tiesas sēde nosakāma 60 dienu laikā pēc pieteikuma saņemšanas.

#### LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. REFERENCES

1. Augstākās tiesas Senāta 2011.gada 18.maija sprieduma lietā Nr. SKC-863/2011 (C33291008) 11.punktu, 2012.gada 25.oktobra sprieduma lietā Nr. SKC-1391/2012 (C30337707) 10.punktu).;
2. Tiesu prakses apkopojums strīdu izskatīšanā par aizgādības (kopīgas, atsevišķas, ikdienas);
3. Augstākā tiesa, 2012.gads, arī: Austākās tiesas Senāta 2012.gada 28.septembra spriedumu lietā Nr.SKC-1068, 2012.gada 28.septembra spriedumu lietā Nr.SKC-1024, 2012.gada 25.oktobra spriedumu lietā Nr.SKC-139, 2013.gada 8.februāra spriedumu lietā Nr.SKC-991/2013, Civillietu departamenta 2014.gada 28.februāra spriedumu lietā Nr.SKC-1403, Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2015.gada 15.janvāra spriedumu lietā Nr.SKC-1096/2015);
4. Līcis A. Prasības tiesvedība un pierādījumi, TNA, Rīga, 2003., 66. lpp.;
5. Civilprocesa likuma komentāri. Trešais papildinātais izdevums prof. K.Torgāna vispārīgā zinātniskā redakcijā, Rīga, 2006., 172. lpp.;
6. Bukovskis V. Civilprocesa mācības grāmata. Rīga: Autora izdevums, 1933., 333.–336. lpp.;
7. Augstākās tiesas Civillietu departamenta 2015.gada 7.oktobra sprieduma lietā Nr. SKC 2430/2015 8.4.apakšpunkts;
8. Civilprocesa likums, pieņemts 14.10.1998., stājas spēkā: 01.03.1999.;
9. Civillikums, pieņemts 28.01.1937., stājas spēkā: 01.09.1992.;
10. Uzturlīdzekļu garantiju fonda likums. pieņemts 01.12.2016., stājas spēkā: 01.02.2017.
11. Bērnu tiesību aizsardzības likums, pieņemts: 19.06.1998, stājas spēkā: 22.07.1998.

# TIESISKĀS PROBLĒMAS PALIATĪVAJĀ APRŪPĒ

**Jekaterina Boldavenko, Mg.iur.**

Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvija

Doktoru studiju programmas “Juridiskās zinātnes” doktorante, [et@gratisot.lv](mailto:et@gratisot.lv)

Zinātniskais vadītājs: Doc.Dr.iur Armen Gabrielyan

## ANOTĀCIJA

Rakstā ir pētīti paliatīvās aprūpes izpratne, mērķi un īpatnības tās tiesiskajā regulējumā, identificētas tās realizācijā esošās juridiskās problēmas, kā arī sniegti priekšlikumi to novēršanai. Tēma ir aktuāla, jo paliatīvās aprūpes attīstība nodrošina Pasaules Veselības organizācijas pamatprincipa ieviešanu – veselības aizsardzību un dzīves kvalitātes nodrošināšanu visā cilvēka dzīves laikā. Tieši paliatīvās aprūpes sniegšanas laikā visaktuālākie kļūst jautājumi par ceturtās pakāpes cilvēka tiesību realizāciju: tiesības uz dzīvību un tiesības uz cieņas pilnu nāvi.

**Atslēgas vārdi:** paliatīvā aprūpe; paliatīvās aprūpes tiesiskie aspekti; tiesības uz dzīvību; tiesības uz nāvi; iepriekšēja savas gribas paušana gadījumā, ja iestājas klīniska rīcības nespēja.

## ABSTRACT

The article investigates the concept, goals and features of legal regulation of palliative medical care, identifies legal problems existing in the sphere of its implementation, and proposes ways of their solution. The topic is relevant, as the development of palliative care ensures implementation of the basic principle of the World Health Organization — health protection and quality of life throughout the whole person's lifespan. It is at the stage of palliative care that the most urgent issue becomes regulation of the fourth generation of human rights — somatic rights, namely: the right to life and the right to a dignified death.

**Key words:** palliative care, legal problems of palliative care, right to life, right to death, preliminary directive in case of clinical incapacity.

## IEVADS

Jēdziens “paliatīvā aprūpe” ir cēlies no vārda “paliatīvs” (no latīņu “*palliativus*”), kas nozīmē “īslaicīgi atvieglojot slimību, bet neizārstējot”.

Paliatīvā aprūpe ir medicīnisko darbību komplekss, kas vērsts uz sāpju noņemšanu un citu slimības smago simptomu atvieglošanu, kā arī – ar mērķi uzlabot neārstējami slimo pacientu dzīves kvalitāti. [1]

Pašreiz paliatīvas aprūpes attīstības Eiropā ir sasniegusi tādu līmeni, ka atsevišķās valstīs tā ir jau kļuvusi, vai ir gatava kļūt – par patstāvīgu specialitāti. Rindā valstu valdības atzīst paliatīvās aprūpes dienestu izveides nepieciešamību, bet dažās valstīs šādi dienesti jau saņem pilnvērtīgu valsts finansējumu. Vēl lielāka nozīme ir tam, ka tiek atzīta šāda veida palīdzības sniegšanas aktualitāte arī cilvēkiem ar ne-onkoloģiskas dabas saslimšanām un stāvokļiem, kā arī paliatīvās pieejas agrīnas iekļaušanas lietderīgums pacientam sniegtās palīdzības kopējā procesā. [2]

Šī raksta mērķis ir norādīt esošās tiesiskās problēmas paliatīvās aprūpes jomā Latvijas Republikā.

### Svarīgākās atziņas teorijā un praksē.

Vispilnīgāko paliatīvās aprūpes definīciju ir sniegusi Eiropas Paliatīvās aprūpes asociācija (*European Association for Palliative Care - EAPC*): *Paliatīvā aprūpe – aktīva, visaptveroša palīdzība pacientam, kurš*

*sirgst ar nedziedināmu slimību. Paliatīvās aprūpes galvenais uzdevums ir sāpju un citu simptomu kupēšana, kā arī sociālo, psiholoģisko un garīgo problēmu risināšana.*

Paliatīvās aprūpes pamatā ir starpdisciplināra pieeja, palīdzības sniegšanas procesā tiek iesaistīts pats pacients, viņa radnieki un sabiedrība. Zināmā mērā paliatīvās aprūpes koncepcija ir – pacienta vajadzību apmierināšana jebkurā vietā, kur vien viņš saņem šādu palīdzību – gan mājās, gan slimnīcā. Paliatīvā aprūpe apliecina dzīvību un attieksmi pret nāvi kā dabiskiem procesiem, bez tieksmes attālināt vai tuvināt nāves iestāšanās brīdi. Tās uzdevums ir, cik vien iespējams, nodrošināt labāku dzīves kvalitāti pacientam līdz pat pēdējam brīdim. [3]

Paliatīvās aprūpes definīciju (ietvaru) nosaka tās galvenie aspekti, kā, piemēram:

1. Nodrošina sāpju un citu mokošu simptomu izraisītu ciešanu mazināšanu;
2. Apliecina dzīvību un apskata nāvi kā normālu, dabisku procesu;
3. Nav saistīta ar vēlmi paātrināt vai attālināt nāves iestāšanās brīdi;
4. Integrē pacienta psiholoģisko un garīgo atbalstu;
5. Piedāvā un īsteno atbalsta pasākumus, kuru mērķis ir nodrošināt pacientam pēc iespējas aktīvākas dzīves iespēju līdz pat nāves iestāšanās brīdim;
6. Piedāvā un īsteno atbalsta pasākumu kompleksu slimnieka ģimenei ar mērķi nodrošināt iespēju psiholoģiski pārdzīvot pacienta slimību un nāvi;
7. Īsteno kompleksu starpdisciplināru pieeju pacienta un viņa ģimenes vajadzību nodrošināšanai, tajā skaitā – nepieciešamības gadījumā, ietverot rituālu pakalpojumu organizāciju;
8. Ir vērsta uz pacienta dzīves kvalitātes uzlabošanu un ir saistīta ar pozitīvu ietekmi uz slimības norisi;
9. Tiek piemērota slimības agrīnās stadijās, apvienojumā ar citām ārstniecības metodēm, kas vērstas uz dzīves ilguma palielināšanu, un ietver negatīvo klīnisko sarežģījumu labākai izpratnei un vadībai nepieciešamos pētījumus. [4,5]

Paliatīvās aprūpes darbību un attīstības virzienus mūsdienās nosaka daudzi starptautiskie tiesību akti, kā, piemēram: Pasaules Veselības organizācijas (1982, 1990), Barselonas (1996), Korejas (2005) un Venēcijas (2006) deklarācijas, kā arī Eiropas vēža apvienību asociācijas Starptautiskā paliatīvās aprūpes attīstības programma (2004), kā arī Eiropas paliatīvās aprūpes asociācijas Budapeštas apņemšanās (2007). Ņemot vērā paliatīvās aprūpes sistēmas attīstības nozīmīgu Eiropas Padomes Ministru Kabineta ir izdevusi rekomendācijas (2003), kurās ir noteikti paliatīvās aprūpes 10 pamatprincipi.

Apskatāmā jautājuma aktualitāti un tās tiesiskā regulējuma nepieciešamību apstiprina fakts, ka šim jautājumam tika pievērsta īpaša uzmanība Pasaules Veselības organizācijas 67.Asamblejas rezolūcijā (WHA67.19, 24.05.2014.) “Paliatīvās aprūpes kā visaptverošas aprūpes sastāvdaļas stiprināšana visā dzīves laikā” (“*Strengthening of palliative care as a component of comprehensive care throughout the life course*”). No rezolūcijas izriet, ka pastāv asa nepieciešamība izstrādāt un ieviest politiku paliatīvās aprūpes sniegšanas jomā, pilnveidot šo jautājumu tiesisko regulējumu, kā arī nodrošināt pacientu sāpju mazināšanai nepieciešamo ārstniecisko preparātu pieejamību. Bez tam analogiski jautājumi vairākkārtīgi ir tikuši apspriesti Eiropas Padomes ministru komitejā, kas rekomendēja veikt politiskus, tiesiskus un cita veida pasākumus ar mērķi veikt koordinētu sadarbību paliatīvās aprūpes jomā.

Vairāku ārvalstu likumdošanā ir noteikts īpašs tiesiskais regulējums attiecībā uz paliatīvās aprūpes sniegšanu un sāpes mazinošas terapijas pieejamību. Tā, piemēram, viena no pirmajām Eiropas valstīm, kas ir pieņēmusi īpašu, šo jomu regulējošu, likumu, ir Itālija.

2010.gadā pieņemtajā Itālijas likumā ir nostiprinātas pilsoņa tiesības uz sāpju mazināšanu un atbrīvošanu no tām. Itālijas 2010.gada likuma Nr. 38/2010 “Par paliatīvās palīdzības un sāpju mazinošas terapijas pieejamību” 1.pantā, nosakot medicīniskās palīdzības sniegšanas mērķus – principus, cita starpā, ir noteikts: “cilvēka personības cieņas un autonomijas nodrošināšana; veselības vajadzību atzīšana; aprūpes pieejamība un kvalitatīvas medicīniskās palīdzības sniegšana”. [6] Ar šo likumu tiek garantētas Itālijas pilsoņu tiesības saņemt paliatīvo aprūpi speciālos centros, ja ir atbilstošas indikācijas.

ASV veselības aizsardzības joma, kas saistīta ar paliatīvās aprūpes sniegšanu un hospisu funkcionēšanu, ir viena no visstraujāk augošajām. Šobrīd ASV paliatīvās aprūpes traktējums ir balstīts koncepcijā “neārstējami slima cilvēka dzīves kvalitātes optimizācija novēršot ciešanas un ārstējot sāpes”. Pie tam ASV tiek izmantota plaša pieeja, kas paredz ne tikai medicīnisko, bet, atbilstoši EAPC principiem, arī psiho-sociālo un garīgo palīdzību.

Latvijā, līdzīgi kā citās valstīs, katra cilvēka tiesības uz dzīvību tiek aizsargātas ar likumu, kā noteikts Satversmes 93.pantā: “Ikvienaa tiesības uz dzīvību aizsargā likums”. [7] Atbilstoši šim principam tiek sniegti arī paliatīvās aprūpes pakalpojumi neārstējami slimu pacientu aprūpes uzlabošanai. Šo pasākumu kompleksu labākās dzīves kvalitātes uzturēšanai līdz pat nāvei regulē šādi normatīvie akti:

- Veselības aprūpes finansēšanas likums (spēkā no 15.12.2017.);
- MK noteikumi Nr.555 - Veselības aprūpes pakalpojumu organizēšanas un samaksas kārtība (spēkā no 28.08.2018.);
- MK noteikumi Nr.766 - Noteikumi par psihosociālās rehabilitācijas pakalpojumu paliatīvā aprūpē esošiem bērniem un viņu ģimenes locekļiem (spēkā no 01.01.2018.);
- Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums (spēkā no 01.01.2003.).

Latvijā paliatīvā aprūpe pacientiem tiek sniegta vairākos līmeņos – kā stacionārā, tā arī ambulatorā. Tomēr šobrīd Latvijas tiesiskie akti satur ļoti maz garantiju paliatīvās aprūpes sniegšanai neārstējami slimiem pacientiem, viņu radniekiem un tuviniekiem. Bez tam Latvijā nav neviena tiesiski – normatīvā akta, kas nosaka neārstējami slimu pacientu tiesības un pienākumus. Iepriekš norādītie tiesiskie akti galvenokārt nosaka paliatīvās aprūpes sniegšanas finansēšanas kārtību. Savukārt īpaša, minēto medicīnas jomu regulējoša, likuma trūkuma rezultātā pastāv vairākas tiesiskas problēmas un kolīzijas.

Būtiski ir atzīmēt, ka daudzu valstu tiesiskie akti balstās uz pacienta, kuram nepieciešama paliatīvā aprūpe, piekrišanas prezumpciju: viņiem ir pienākums rakstiski izteikt savu gribu/piekrišanu uzturošo procedūru piemērošanai, vai arī – noformēt atteikšanos no dzīvību uzturošas/nodrošinošas medicīniskās iejaukšanās. Tomēr ir jāņem vērā, ka bieži pacients, kuram nepieciešama paliatīvā aprūpe, vairs nav spējīgs patstāvīgi izteikt savu gribu klīniskās rīcībspējas zuduma rezultātā.

Klīniskā rīcībspēja – ir kvalificēta ārsta (psihiatra) medicīniskais slēdziens, kas sniedz vērtējumu par pacienta spēju saprast un novērtēt piedāvātās medicīniskās palīdzības priekšrocības un riskus, kā arī tās alternatīvos variantus. Šādā situācijā pacienta spēju novērtējumam jābūt balstītam uz šādiem parametriem:

1. Medicīniskie faktori (pacienta klīniskais stāvoklis, emocionālās un psiholoģiskās problēmas, u.c.);
2. Funkcionālās spējas (fiziskie, psiholoģiskie un kognitīvie faktori). [8]

Klīniskās rīcības nespējas iestāšanās gadījumā par noteicošo dokumentu var kļūt daudzās valstīs likumdošanā nostiprinātā Iepriekšēja savas gribas paušana gadījumā, ja iestājas klīniska rīcības nespēja (Dzīvības testaments). Dzīvības testamentā var tikt noteikta dzīvību uzturošo procedūru sniegšanas kārtība, kā arī atteikšanās no ārstēšanas.

Papildus “Dzīvības testamentam” ir jā sagatavo arī testamentāri norādījumi par ārstēšanu. Lai “Dzīvības testamentā” sniegti norādījumi tiktu pienācīgi izpildīti, ārstam ir cieši jā sadarbojas ar pilnvaroto personu. Ja šādas pilnvarotas personas nav, medicīnisko gadījumu regulē likums. [9]

## SECINĀJUMI

Ņemot vērā iepriekš teikto izriet, ka visrezultatīvākais risinājums būtu pieņemt Latvijā īpašu likumu, kas ļautu savlaicīgi noformēt iepriekšēju savas gribas paušanu gadījumā, ja iestājas klīniska rīcības nespēja, kā arī – veikt īpašus labojumus “Pacientu likumā”, kas regulē gan paliatīvās aprūpes sniegšanas pamatjautājumus, gan arī ar tiem saistītos jautājumus, to skaitā:

1. neārstējami slima pacienta tiesiskā statusa nostiprināšana, kā arī iespēja operatīvi atzīt terminālajā

stadijā esošu pacientu par klīniski rīcības nespējīgu;

2. sociālās aprūpes veikšanu, neārstējami slimu pacientu radnieku atbalstu, kā arī Veselības ministrijas un Labklājības ministrijas sadarbību principa - dzīves kvalitātes nodrošināšana visā dzīves garumā - maksimālai realizācijai.

Tādejādi veiktā analīze parāda, ka paliatīvā aprūpe Latvijā ir pieprasīta un tai nepieciešama aktīva attīstība. Paliatīvās aprūpes sniegšanas pilnveidošana ir viena no aktuālākajām tēmām mūsdienīgas valsts veselības aizsardzības jomā. Acīmredzams, ka bez šīs jomas attīstības nav iespējams realizēt Pasaules Veselības organizācijas pamatprincipu – “veselības aizsardzība un dzīves kvalitātes nodrošināšana visā dzīves garumā”. Jo tiesības nomirt cieņpilni, bez sāpēm – ir ikviena cilvēka tiesības.

## IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN CITU AVOTU SARAKSTS

1. Понкина А.А. Проблемы правового регулирования паллиативной медицинской помощи. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. 2011. С. 82-90.
2. Рекомендации Европейской ассоциации паллиативной помощи (ЕАПП) по разработке образовательных программ по паллиативной медицине в европейских медицинских ВУЗах. lpp. 3 <https://www.eapcnet.eu/Portals/0/adam/Content/70PKe-5EvkmDsBh1s1UWPA/Text/RUSSIAN-%20Рекомендации%20Европейской%20ассоциации%20паллиативной%20помощи%20....pdf>
3. White Paper on standards and norms for hospice and palliative care in Europe: part 1) lpp.7.
4. Palliative Care. Cancer Control. Knowledge into Action / WHO Guide for Effective Programmes. — Geneva: World Health Organization, 2007.
5. WHO Definition of Palliative Care. URL: <http://www.who.int/cancer/palliative/definition/en/#>
6. «О доступе к паллиативной помощи и болеутоляющей терапии» («Provisions for access to palliative care and Pain therapy») 2010 г. №38/2010 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21533718>
7. Latvijas Republikas Satversme. Pieņemts 15.02.1922. stājas spēkā 07.11.1922. ar grozījumiem, kas pieņemti līdz 19.12.2019. Latvijas Vēstnesis Nr.43, 01.07.1993.
8. Armen Gabrielyan “Provizoriskais rīkojums par uzturlīdzekļiem cilvēka dzīvības klīniskās rīcībnespējas gadījumā” BALTIJAS JURIDISKAIS ŽURNĀLS Nr.1, 2017 (lpp.14-23), lpp.15
9. Armen Gabrielyan Zinātnisko rakstu krājums pēc IV. Starptautiskās zinātniski praktiskās konferences „Transformācijas process tiesībās, reģionālajā ekonomikā un ekonomiskajā politikā: ekonomiski - politiski un tiesisko attiecību aktuālās problēmas” materiāliem. Rīga – 2016. Raksts Living Will. ISBN 978-9984-47-108-2, Nr.1, 2017 (lpp.361-366), lpp.365

# AIZBILDNĪBAS NODIBINĀŠANAS UN IZBEIGŠANAS TIESISKIE ASPEKTI

**Ligita Leiskina**

Latvija,

Baltijas starptautiskā akadēmija, Daugavpils filiāle

“Privāttiesības”, [bumbulitis1983@inbox.lv](mailto:bumbulitis1983@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs: Pēt.Dr.iur. J.Radionovs

## ANOTĀCIJA

Referāta tēma: „Aizbildnības nodibināšanas un izbeigšanas tiesiskie aspekti” aktuāla gan civillikumā gan civilprocesa likumā.

Referāta mērķis – ir apskatīt normatīvo aktu regulējumu Latvijā, izanalizēt likumdošanu, kas attiecas uz aizbildnības institūtu, izpētīt šo tiesisko normu praktisko pielietojumu, noskaidrot bāriņtiesas darba kompetenci bērnu tiesību aizsardzības jomā, kā arī teorētisko un praktisko pētījumu rezultātā izdarīt savus secinājumus un izteikt konkrētus priekšlikumus.

**Atslēgas vārdi:** Civillikums, aizbildnis, bāriņtiesa, aizbildnība, bērnu tiesības.

## ABSTRACT

The subject of the report “Legal aspects of the establishment and termination of guardianship” relevant both in civil law and civil procedure law.

The aim of the report is to review normative regulation in Latvia, to analyze the legislation related to the institution of guardianship, to study the practical application of these legal norms, to clarify the competence of the Orphan’s court in the field of protection of children’s rights, as well as to draw conclusions and make concrete proposals as a result of theoretical and practical research.

**Keys words:** civil law, guardian, Orphan’s court, guardianship, children`s rights.

## IEVADS. INTRODUCTION

Mūsdienās arvien lielāka loma tiek pievērsta bērnu tiesību aizsardzībai. Tiek risināti bērnu tiesību, sociālās drošības, izglītības, nodarbinātības u.c. jautājumi, tiek domāts ne tikai par ģimenēs augošajiem bērniem, bet arī par bāreņiem un bez vecāku gādības palikušajiem bērniem.

Aizbildnība - nepilngadīgo bērnu personīgo un mantisko interešu aizsardzības forma.[1]

Šīs tēmas dziļāka izpēte, autores skatījumā, ir vērtā tādeļ, ka nevienmēr ģimenē, sabiedrībā tiek ievērotas, nodrošinātas bērnu tiesības. Institūts - tiesību normu kopumu grupa, kura var tikt nosacīti izdalīta no vienas tiesību nozares vai apkopota no vairākām nozarēm un kura regulē vienu sabiedrisko attiecību vai cieši saistītu attiecību kopu.[2]

Civiltiesības – tiesību nozare, kas regulē mantiskās attiecības, ar tām sasaistītās, kā arī dažas citas nemantiskas attiecības starp fiziskām vai juridiskām personām, kuras šajās attiecībās piedalās kā neatkarīgi un pastāvīgi tiesību subjekti. Ka apakšnozares ietilpst ģimenes, mantojuma, lietu un saistību tiesības. To regulējums ir kodificēts Civillikumā, taču ir arī daudzi citi likumi, kas regulē civiltiesiskus jautājumus.[3]

Ar 2009.gada 29.maija Ministru kabineta rīkojumu Nr.359 „Par Bērnu, ģimenes un sabiedrības integrācijas lietu ministrijas reorganizāciju” no 2009.gada 1.jūlija Bērnu, ģimenes un sabiedrības integrācijas lietu ministrijas funkcijas pārņēma Labklājības ministrija, Tieslietu ministrija un Izglītības un zinātnes ministrija.

Bāriņtiesas darbību reglamentējošie tiesību avoti pilnveidojas ar katru gadu. Tomēr bāriņtiesas sekmīgai darbībai ir nepieciešams pilnveidot Latvijas Republikas likumdošanu tā, lai bāriņtiesas pilnvaras pilnībā atbilstu vajadzībām praksē.

Darba mērķis – ir apskatīt normatīvo aktu regulējumu Latvijā, izanalizēt likumdošanu, kas attiecas uz aizbildnības institūtu, izpētīt šo tiesisko normu praktisko pielietojumu, noskaidrot bāriņtiesas darba kompetenci bērnu tiesību aizsardzības jomā, kas saistās ar aizbildnības nodibināšanas un izbeigšanas tiesiskajiem aspektiem, kā arī teorētisko un praktisko pētījumu rezultāta izdarīt savus secinājumus un izteikt konkrētus priekšlikumus.

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Aizbildnības institūta vispārējais tiesiskais pamats ir atjaunotais Latvijas Republikas Civillikums. Bāriņtiesu likuma 2.panta pirmajā daļā noteiktajam, bāriņtiesa ir novada vai republikas pilsētas pašvaldības izveidota aizbildnības un aizgādības iestāde. Bāriņtiesa, kā pašvaldības izveidota aizbildnības un aizgādības iestāde, attiecīgas pašvaldības administratīvajā teritorijā veic Civillikumā, Bāriņtiesu likumā, Latvijai saistošajos starptautisko tiesību normās, Latvijas Republikas Ministru kabineta un citos normatīvajos aktos, ka arī pašvaldības apstiprinātājā nolikumā tai paredzētos uzdevumus.

Saskaņā ar Bāriņtiesu likuma 26.panta pirmās daļas 1.punkta noteikumiem, bāriņtiesa lemj par aizbildnības nodibināšanu un aizbildņa iecelšanu bērnam, ja bērns vecāki ir miruši vai izsludināti par mirušiem. Bez bāriņtiesas lēmuma par aizbildnības nodibināšanu un aizbildņa iecelšanu bērnam nevar tikt nodibinātas aizbildņa un aizbilstamā tiesiskās attiecības, kas nepieciešamas tiesību aktos paredzēto aizbildņa tiesību un pienākumu īstenošanai attiecībā pret aizbilstamo. Bāriņtiesu likumā noteikto uzdevumu veikšanai Tieslietu ministrija sniedz metodisko palīdzību bāriņtiesām, izstrādājot normatīvos aktus, pieņemot metodiskos ieteikumus un sniedzot konsultācijas (Bāriņtiesu likuma 5.panta otrā daļa).

Neskatoties uz to, ka bāriņtiesa ir pašvaldības izveidota iestāde un, ka pašvaldības dome finansē bāriņtiesu, kā arī iecel un atceļ bāriņtiesas priekšsēdētāju no amata, ne pašvaldība, ne arī kāda cita institūcija vai persona nav tiesīga iejaukties bāriņtiesu darbībā, jo pēc savas būtības bāriņtiesa savā darbībā ir neatkarīga un patstāvīga iestāde. Civillikuma 234.panta noteikts, ka, ja kādu iemeslu dēļ bērns paliek bez aizgādības, ikvienam, bet it īpaši tā tuvākajiem radniekiem, ir pienākums vērsties bāriņtiesā par aizbildņa iecelšanu. Aizbildnība par nepilngadīgajiem, izņemot šā likuma 229.pantā minēto gadījumu, piekrīt vispirms viņu tuvākajiem radniekiem, bet tam ir nepieciešams bāriņtiesas apstiprinājums. Praksē bieži vien radnieki nevar izlemt un vienoties kurš ir tas piemērotākais - aizbildņa amatam, nonākot pat līdz tiesas procesam.

Par aizbildņiem bāriņtiesa izrauga no vienādi tuviem radniekiem piemērotākos, bet ja tuvākie izrādītos nepiemēroti, tad tālākos.[4] Bāriņtiesas pienākums ir nekavējoties, negaidot radnieku vai citu piederīgo lūgumu, iecelt nepilngadīgajiem aizbildni, tiklīdz pārtraukta vai izbeigta vecāku vara, abi vecāki miruši vai nepilngadīgais palicis bez vecāku gādības, vai arī, ja bērna māte ir nepilngadīga un nav laulībā. Diemžēl praksē realizēt šīs normas ir diezgan grūti, jo var runāt par informācijas apmaiņas grūtībām. Bāriņtiesai nav problēmu iecelt aizbildni tūlīt pēc vecāku varas pārtraukšanas, tomēr pārējos gadījumos ir nepieciešams informācijas avots.

Bāriņtiesas priekšsēdētājs vienīgi var vienpersoniski pieņemt lēmumu par bērna izņemšanu no ģimenes, ja bērns atrodas viņa veselībai un dzīvībai bīstamos apstākļos, ko konstatē apsekojot nelabvēlīgās ģimenes. Pēc tā septiņu dienu laikā sasauc sēdi, kurā lemj par vecāku varas pārtraukšanu un aizbildnības nodibināšanu. Visbiežāk aizbildnību uztic bērna radniekiem. Civillikuma 199.pantā teikts, ka ar tiesas spriedumu atņemas aizgādības tiesības (200.p) var atjaunot ar tiesas spriedumu.[5]



## Pētījuma rezultāti un to izvērtējums

Analizējot bāriņtiesu darbību, autore secina, ka lēmumu pieņemšana ir viens no atbildīgākajiem, svarīgākajiem bāriņtiesas uzdevumiem tai noteikto pienākumu īstenošanai – aprūpes tiesību atņemšanai, aizbildnības nodibināšanai. Iepazīstoties ar bāriņtiesu pārskatu par darbu autore pārlicinās, ka dati liecina, ka lielākā daļa ārpusģimenes aprūpē esošo bērnu bija ievietoti aprūpē aizbildņū ģimenēs. Izvēloties aizbildni nedrīkst aizmirst noskaidrot paša bērna viedokli par iespējamo aizbildni. Jāatceras, ka arī uz aizbildnības lietām attiecināms Bāriņtiesu darbības noteikumu 78.punktā noteiktais bāriņtiesas pienākums, lemjot par ārpusģimenes aprūpi, izskaidrot bērnam iespējamās ārpusģimenes aprūpes veidus un noskaidrot bērna viedokli par viņam piemērotāko ārpusģimenes aprūpes veidu, ja bērns spēj formulēt savu viedokli. Bērna viedoklis gan par vēlamo ārpusģimenes aprūpes veidu, gan par iespējamo aizbildni fiksējams dzīves apstākļu pārbaudes aktā vai sarunas protokolā. Analizējot bāriņtiesu apkopotos datus par 2017. un 2018.gadu, noskaidrots, ka paskata gadā samazinājies to bērnu skaits, kuri ievietoti aizbildņā ģimenē (2018.gadā - 536, bet 2017.gadā – 554 bērni).[6]. Ievērojot bāriņtiesu likumā noteikto kārtību un ņemot vērā iepriekšminētās Administratīvā procesa likuma normas, bāriņtiesas lēmumi nav apstrīdami, bet ir pārsūdzami Administratīvajā rajona tiesā Administratīvā procesa likumā noteiktajā kārtībā. Kas attiecās uz aizbildņiem, kas kopā ar aizbilstamajiem ir izbraukuši no Latvijas, tad šados gadījumos aizbildnības pārraudzība notiek pamatojoties uz starptautiskajiem tiesību aktiem. Paredzēto pasākumu piemērošanu nodrošina iestādes bērna pilsonības valstī.[7] Nepilngadīgo personu interešu aizsardzību īsteno vairāki starptautiskie tiesību akti. Atteikties no starptautisko tiesību aktu piemērošanas var vienīgi tad, ja šāda piemērošana viennozīmīgi būtu pretrunā valsts politikai, ņemot vērā bērnu intereses.[8] Atbilstoši bāriņtiesu likuma 32.panta otrajai daļai noteiktajam, ja aizbildņā rīcība radījusi aizbilstamajam zaudējumus, par kuriem aizbildnis ir atbildīgs, bāriņtiesa ceļ tiesā attiecīgu prasību. Gadījumā, kad bērna aizbildnis ir izdarījis tiesībpārkāpumu, ar savu rīcību radījis aizbilstamajam zaudējumus, bāriņtiesa piemēro tiesību normu, ceļot tiesā attiecīgu prasību.

Saskaņā ar Bāriņtiesu likumu bāriņtiesa ir novada vai republikas pilsētas pašvaldības izveidota aizbildnības un aizgādības iestāde, kuras darbību attiecībā bērna un aizgādībā esošās personas tiesību un interešu aizsardzību uzrauga un sniedz metodisko palīdzību Valsts bērnu tiesību aizsardzības inspekcija, bet Tieslietu ministrija sniedz bāriņtiesām metodisko palīdzību Bāriņtiesu likuma VII nodaļā (Apliecinājumu izdarīšana un citu uzdevumu pildīšana) un VIII nodaļā (Palīdzība mantojuma lietu kārtīšanā un mantojuma apsardzība) noteikto uzdevumu izpildē.[9]

Bāriņtiesu likumā noteikto uzdevumu veikšanai Tieslietu ministrija sniedz palīdzību bāriņtiesām, izstrādājot normatīvos aktus, pieņemot metodiskos ieteikumus un sniedzot konsultācijas. Kamēr vecāki nav sasnieguši pilngadību, izņemot gadījumus, kad viņi stājušies laulībā, viņi nevar pārstāvēt bērnu viņa personīgajās vai mantiskajās attiecībās. Šādam bērnam tiek iecelts aizbildnis.

Bāriņtiesu likuma 26.panta 6.punkts nosaka, ka aizbildnība dibināma arī tad, ja abi bērna vecāki ir nepilngadīgi. Tātad, ja bērna vecāki nesastāv laulība, bērnu māte ir nepilngadīga, bet bērna tēvs ir pilngadīgs un noteicis paternitāti, aizbildnību dibināt nav nepieciešams, jo tēvs var realizēt aizgādību. Šādā gadījumā pamats aizbildnībai var būt tikai tad, ja tēvs nespēj realizēt aprūpi, tāda gadījumā bāriņtiesai vispirms jālemj par aprūpes tiesību atņemšanu tēvam, pēc tam - par aizbildnības nodibināšanu un aizbildņa iecelšanu.

Tajos gadījumos, kad aizbildnība nepieciešama bērnam, kurš ir citas valsts pilsonis, svarīgi atcerēties, ka Latvija noslēgusi starptautiskus līgumus ar Igauniju, Lietuvu, Krievijas Federāciju, Baltkrieviju, Ukrainu, Moldovu, Uzbekistānu un Poliju par tiesisko palīdzību un tiesiskajām attiecībām civiltiesībās, ģimenes un krimināllietās. Šie līgumi nosaka, ka aizbildnības lietās kompetenta ir tā valsts aizbildnības iestāde, kuras pilsonis ir aizbilstamais. Ja Latvijā bāriņtiesa konstatē, ka bērns - citas valsts pilsonis bez vecāku gādības, tās pienākums ir par to nekavējoties informēt bērna pilsonības valsts aizbildnības iestādi, lai varētu pieņemt atbilstošu lēmumu.

Izvēloties aizbildni nedrīkst aizmirst noskaidrot paša bērna viedokli par iespējamo aizbildni. Jāatceras, ka arī uz aizbildnības lietām attiecināms Bāriņtiesu darbības noteikumu 80.punktā noteiktais

bāriņtiesas pienākums, lemjot par ārpusģimenes aprūpi, izskaidrot bērnam iespējamās ārpusģimenes aprūpes veidus un noskaidrot bērna viedokli par viņam piemērotāko ārpusģimenes aprūpes veidu. Bērna viedoklis gan par vēlamo ārpusģimenes aprūpes veidu, gan par iespējamo aizbildni fiksējams dzīves apstākļu pārbaudes aktā vai sarunas protokolā. Lielāks bērns savu viedokli var uzrakstīt pats. Ņemot vērā, ka aizbildnība lielākoties nepieciešama nepilngadīgiem no nelabvēlīgām ģimenēm, grūti runāt par īpašumiem vai kapitālu.

Līdzšinējā prakse liecina, ka lielākā daļa vecāku, kuru bērns atrodas ārpusģimenes aprūpē pie aizbildņa labprātīgi nemaksā vai arī dažādu apstākļu dēļ nav spējīgi samaksāt uzturlīdzekļus tiesas spriedumā noteiktajā apmērā. Civillikuma 300.pants nosaka, ka aizbildnim ik gadus jādod attiecīgajai bāriņtiesai norēķins par savu aizbildņa pārvaldību.

Bāriņtiesas pienākums ir pārbaudīt iesniegto norēķinu. Ja atskaites gada laikā aizbildnis aizbilstamā vajadzībām izlietojis arī savus līdzekļus un vēlas saņemt tos atpakaļ, izlietotā summa jānorāda gada pārskatā un aizbildnim ir tiesības saņemt to atpakaļ no nepilngadīga mantas.

Ja nodibinot aizbildnību bērnam nekāda manta nav piederējusi jeb arī gada laikā bērns nekādu mantu nav ieguvis (nav saņēmis dāvinājumu vai mantojumu, uz bērna vārda nav atvērts konts bankā, uz bērna vārda nav privatizēts dzīvoklis vai cits īpašums sniedzot gada pārskatu, aizbildnis tajā norāda, ka gada laikā bērnam nekāda manta klāt nav nākusi. Pārbaudot gada norēķinu, ja aizbilstamajam pieder kāds īpašums, rūpīgi jāpārlicinās vai aizbildnis to apsaimnieko pietiekami rūpīgi, tā lai īpašums nestu ienākumus. Piemēram, ja bērnam pieder privatizēts dzīvoklis, kurā viņš pats nedzīvo, jānoskaidro vai laikus veikti visi maksājumi par to, vai dzīvokli nav iespējams izīrēt, tādejādi gūstot ienākumus. Ja dzīvoklis ticis izīrēts, pārskatā jānorāda, kāda summa gada laikā ieņemta par izīrēšanu un sīki jāatskaitās par šīs summas izlietojumu, ja iespējams, pievienojot čekus.

Bāriņtiesas pienākums ir vismaz reizi gadā pārbaudīt aizbilstamā dzīves apstākļus aizbildņa ģimenē. Pārbaudes laikā jādod iespēja bērnam bez aizbildņa klātbūtnes izteikt savu viedokli par attiecībām aizbildņa ģimenē, par iespējamām problēmām. Ja nepieciešams jāapjautā pedagogi, mediķi, lai pārlicinātos, ka aizbildnis pietiekoši rūpējas par bērnu. Par pārbaudi sastādāms dzīves apstākļu pārbaudes akts.

## KOPSAVILKUMS. CONCLUSION

No Latvijas Republikas Labklājības Ministrijas sociālā ziņojuma un ziņojuma par bērnu stāvokli Latvijā rodas mūsu valsts ģimeņu un bērnu stāvokļa raksturojums, kurš parāda ka valstī kopējais iedzīvotāju skaits samazinās, līdz ar to samazinājies arī dzimstības īpatsvars. Iedzīvotāju vidējais dzīves līmenis ir pazeminājies, ģimenes, kuras audzina trīs un vairāk bērnu, kā arī nepilnās ģimenes (kurās bērnu audzina viens no vecākiem) ir sociāli neaizsargātas. Par galveno iemeslu bērnu un ģimeņu sarežģītam sociālam stāvoklim ir vecāku bezdarbs. Kā sekas bezdarbam ir nabadzība, pārmērīga alkohola lietošana, personības degradācija, tas rada bērniem psiholoģisko vardarbību, vecāku nespēju nodrošināt bērniem normālus dzīves apstākļus.

Autore savā darbā centās atspoguļot, ka aizbildnības nodibināšanas un izbeigšanas tiesiskajos jautājumos ir izstrādāta diezgan pilnīga juridiskā bāze, kas vērsta uz nepilngadīgo bērnu personisko un mantisko interešu aizstāvību. Aizbildnības jautājumu risināšana ir pilnīgi nodota pašvaldības iestādēm – bāriņtiesām.

Darba rezultātā autore izdarīja secinājumus un izvirzīja priekšlikumus.

### **Secinājumi:**

Bāriņtiesu darbības joma ir plaša to reglamentē virkne normatīvo aktu. Analizējot bāriņtiesas lēmumus, autore pārlicinās, ka iecerot aizbildni nepilngadīgai personai ļoti bieži iecerļ vecvecākus neņemot vērā Civillikuma 179.panta 4.daļu, bet atsaucas uz Civillikuma 234.pantu un 235.pantu.

Izpētot Bērnu tiesību aizsardzības inspekcijas sniegtos statistikas pārskatu datus, aizbildnībā esošo bērnu skaita samazināšanās skaidrojama arī ar aizbilstamo pilngadības sasniegšanu, kā arī katru gadu pieaug audžuģimenēs ievietoto bērnu skaits.

### **Priekšlikumi:**

Nepieciešama bāriņtiesu darbinieku juridiskā izglītošana, jo iegūtās zināšanas ļautu sekmīgāk risināt bāriņtiesas darbu, kā arī apkopot bāriņtiesas darbinieku praktisko darba pieredzi. Tas ļautu piedāvāt izmaiņas likumdošanā, kuras atbilstu mūsdienu situācijai. Piemēram, varbūt varētu pie Civillikuma normām noteikt sankcijas aizbildņiem par nolaidību, nevīžīgu, vienaldzīgu attieksmi pret darbu. Tas uzliktu par pienākumu potenciāliem aizbildņiem nopietnāk apdomāt iespējas un savu vēlmi ieņemt šo statusu.

Pēc autores domām, pašvaldībai, izvēloties cilvēku darbam par bāriņtiesas priekšsēdētāju, būtu jāņem vērā arī specializācija tiesību jomā, starp pretendentiem prioritāti nosakot personām ar pieredzi Civiltiesībās.

Autore uzskata, ka Iekšlietu ministrijas Informācijas centra izveidotā nepilngadīgo personu atbalsts informācijas sistēma iecerēta kā centralizēts risinājums, ar kuru varēs digitalizēt savus reģistrus un piekļūt valsts informācijas sistēmām, kuras uzturēšanu un apkalpošanu jāveic būtu no valsts līdzekļiem.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS/REFERENCES

1. Valsts un tiesību vēsture. Jēdzienos un terminos. Sia Divergens, Rīga, 2001. ,216. lpp.
2. Juridisko terminu vārdnīca. Rīga: Nordik, 1998.-87.lpp.
3. Juridisko terminu vārdnīca. Rīga: Nordik, 1998.- 48.lpp.
4. Latvijas Republikas Civillikuma 235.pants
5. Latvijas Republikas Civillikuma 199.pants
6. Bāriņtiesu pārskats par darbu 2018, [file:///C:/Users/user/Downloads/BTstat.kopsav\\_2018.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/BTstat.kopsav_2018.pdf)
7. Par Hāgas 1961.gada 5.oktobra Konvenciju par iestāžu pilnvarām un tiesību aktiem, kas piemērojami attiecībā uz bērnu aizsardzību. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=13743>
8. Par Hāgas konvenciju par jurisdikciju, piemērojamiem tiesību aktiem, atzīšanu, izpildi un sadarbību attiecībā uz vecāku atbildību un bērnu aizsardzības pasākumiem. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=67818&from=off>
9. LR TM Metodiskie ieteikumi bāriņtiesām apliecinājumu un citu likumā noteikto uzdevumu veikšanai. ,Rīga 2017.g. marts.,3.lpp.

# PROBLEMĀTIKA AUDZINOŠA RAKSTURA PIESPIEDU LĪDZEKĻU PIEMĒROŠANĀ NEPILNGADĪGAJIEM KRIMINĀLPROCESĀ

**Santa Morovska**

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Rīga

Maģistrantūra, Krimināltiesības

[santa.morovska@gmail.com](mailto:santa.morovska@gmail.com)

Zinātniskais vadītājs:

Asoc.prof., Dr.iur. M.Sumbarova

## ANOTĀCIJA

Šī darba ietvaros autore norāda uz likuma "Par audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanu bērniem" piemērošanas un izmantošanas problēmām, tiek noskaidrotas būtiskākās problēmas audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanā pamatojoties uz statistikas datiem un tiesu praksi. Darba autore izvirza priekšlikumus audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanas institūta uzlabošanai Latvijā.

**Atslēgas vārdi:** audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi, piemērošana, bērns, likuma pārkāpumi, nepilngadīgais, prevencija

## ABSTRACT

Within the framework of this work the author points out the problems of application of the "Law On Application of Compulsory Measures of a Correctional Nature to Children", the most important problems in the application of educational coercive measures based on statistical data and case law. The author of the thesis makes proposals for improvement of educational institution of coercive measures in Latvia.

**Keywords:** Compulsory Measures of a Correctional Nature to Children, Application, children, violations of the law, minor, prevention

## IEVADS. INTRODUCTION

Nepilngadīgo likumpārkāpumu novēršana ir visas sabiedrības kopīgs uzdevums, to jāveic maksimāli izvairoties izmantot represīvos līdzekļus. Audzinošo pasākumu raksturam jābūt tikpat skaidram kā prasībai, lai likumpārkāpējs tajos piedalās. Līdz ar to, audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu mērķis, līdzīgi kā pedagogijā, ir personības attīstība. Ja soda mērķis ir vainīgo sodīt par izdarīto noziedzīgo nodarījumu, panākt, lai notiesātais un citas personas pildītu likumu un atturētos no pārkāpuma izdarīšanas, tad nepilngadīgā sodīšanas priekšplānā izvirzās audzināšanas mērķis. Kriminālpolitikai attiecībā uz nepilngadīgajiem jābūt vispirms saudzējošai. Sods var būt un drīkst būt tikai pēdējais posms šajā ķēdē.

Balstoties uz Latvijas Valsts policijas (turpmāk tekstā -VP) sniegto informāciju 2019.gada pārskatā par nepilngadīgo noziedzības stāvokli Latvijā[5], secināms, ka salīdzinājumā ar 2018. gadā analizēto analogo periodu, reģistrēto nepilngadīgo izdarīto noziedzīgo nodarījumu skaits ir pieaudzis, kas liek domāt, ka esošā sistēma nepilngadīgo audzināšanā nav pietiekoši efektīva.

Ņemot vērā, ka Saeimas Juridiskajai komisijai nodoti grozījumi Krimināllikumā, kas turpmāk paredz, ka nepilngadīgai personai kriminālatbildību piemēros tikai noteiktos gadījumos[1], ir būtiski izprast, vai šobrīd spēkā esošā sistēma nepilngadīgo piespiedu audzināšanā Latvijā darbojas virzienā, lai preventīvie pasākumi sasniegtu galveno mērķi – panākt, lai nepilngadīgais likumpārkāpējs atkārtoti neatgriežas uz likumpārkāpēja ceļa tādā veidā novēršot likumpārkāpumu izdarīšanu.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Tradicionālās kriminālās justīcijas mērķis ir vainīgās personas sodīšana, taču tā neatbilst nepilngadīgo personu interesēm, pat ja tās ir izdarījušas noziegumu.

Viens no veidiem kā tiek apkarota nepilngadīgo noziedzība, ir nepilngadīgo brīvības atņemšana. Taču tā tiek izmantota galējās nepieciešamības gadījumos. Prakse rāda, ka gan Latvijā, gan ārzemēs nepilngadīgo ievietošana brīvības atņemšanas iestādēs nevis pāraudzina un labo jaunieci, bet gan tieši otrādi, tā ievēd jaunieci kriminālā pasaulē un dažos gadījumos pat stimulē jaunieci veikt jaunus noziedzīgus nodarījumus.

Tāpēc, pēc autores domām, efektīvāk ir piemērot audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus, jo sabiedrībā izciešamie audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi ir vairāk pamācoši, nekā ievietošana brīvības atņemšanas iestādēs. Iespēja izciest sodu bez izolēšanas no sabiedrības, veicina pilsoniskas sabiedrības veidošanos. Ja nepilngadīgajam ir pienākums un iespēja atlīdzināt nodarītos zaudējumus, kā arī, piemēram, pienākums atvainoties vai ar darbu sabiedrības labā izpirkt savu vainu iespējams efektīvāk veido nepilngadīgā atbildīgāku attieksmi un attur tos no līdzīgu vai smagāku nodarījumu veikšanas nākotnē.

Analizējot pieejamo informāciju par nepilngadīgo personu izdarītajiem noziedzīgajiem nodarījumiem, vērojamas vairākas raksturīgas iezīmes nepilngadīgo noziedzībā.

Apkopojot datus no VP pārskatiem par nepilngadīgo noziedzības stāvokli Latvijā par periodu no 2017.gada līdz 2019.gada jūlijam [3,4,5] (turpmāk tekstā – Pārskats), redzams, ka visbiežāk nepilngadīgo pastrādātie noziegumi ir saistīti ar zādzību, krāpšanu vai piesavināšanos nelielā apmērā (Krimināllikuma 180.pants) un zādzību (Krimināllikuma 175.pants). Liels skaits noziegumu ir saistīts arī ar mantas tīšu iznīcināšanu un bojāšanu (Krimināllikuma 185.pants).

Nepilngadīgie, neskatoties uz viņu nenobriedušo vecumu, nereti pastrādā arī smagus un sevišķi smagus noziegumus – laupīšanu (Krimināllikuma 176.pants), izvarošana (Krimināllikuma 159.pants), vardarbīga dzimumtieksmes apmierināšana (Krimināllikuma 160.pants).

2019.gadā konstatēta viena slepkavība (Krimināllikuma 116.pants), ko izdarījusi nepilngadīga persona.

Nepilngadīgo noziedznieku vidū, tāpat kā pieaugušo vidū, izteikts noziegumu pastrādājošo vairākums ir starp zēniem, piemēram, 2018.gadā 84% noziedzīgus nodarījumus ir izdarījuši zēni, savukārt meitenes tikai 16%. [4]

Visbiežāk noziedzīgus nodarījumus izdara tieši tie nepilngadīgie, kuri nekur nemācās vai nestrādā, ka arī ja nāk no nelabvēlīgām ģimenēm. Nepilngadīgie samērā bieži noziedzīgus nodarījumus veic grupās, kā arī atkārtoti. Ļoti svarīgi ir atzīmēt to, ka nepilngadīgie bieži izdara noziegumus atrodoties alkohola, narkotiku vai cita veida toksisko vielu reibuma ietekmē.

Veicot statistikas datu analīzi, redzams, ka Latvijā pastāvošais tiesiskais regulējums bērnu tiesību jomā ir nepilnīgs un nenodrošina ne vispārējo, ne speciālo prevenciju. Likumpārkāpumus izdarījušo nepilngadīgo skaits ir milzīgs.

2017.gadā 758 nepilngadīgie izdarījuši 767 noziedzīgus nodarījumus[3], 2018.gadā 740 nepilngadīgie izdarījuši 870 noziedzīgus nodarījumus[4], bet 2019.gada sešos mēnešos 464 nepilngadīgie izdarījuši 431 noziedzīgus nodarījumus[5].

Ievērojamais likumpārkāpumus izdarījušo bērnu skaits liecina, ka Latvijā pastāvošā bērnu likumpārkāpumu prevencijas sistēma nedarbojas apmierinoši. Statistikas dati par izdarītajiem noziegumiem uzrāda tendenci saglabāties nemainīgā līmenī, vai pat palielināties.

Analizējot pieejamos datus par nepilngadīgajiem piemērotajiem audzinoša rakstura piespiedu līdzekļiem attiecībā pret izdarītajiem noziegumiem, secināms, ka tikai neliela daļa no nepilngadīgajiem likumpārkāpējiem netiek sodīta saskaņā ar Krimināllikumā noteikto kriminālsodu.

2017.gadā kopā nepilngadīgajiem piemēroti tikai 58 audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi (24 lietas izbeigtas), 2018.gadā – 36 (6 lietas izbeigtas) un 2019.gadā (periodā no 1.janvāra līdz 21.novembrim) 20 (2 lietas izbeigtas). [6]

Tabula 1.

**Audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi, kuri piemēroti pirmās instances tiesās periodā no 2017.gadam līdz 2019.gada novembrim [6]**

| Piespiedu līdzekļu veidi                                    | 2017.gads | 2018.gads | 2019.gads |
|-------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Izteikt brīdinājumu                                         | 22        | 16        | 5         |
| Uzlikt par pienākumu atvainoties cietušajam                 | 0         | 0         | 0         |
| Nodot bērnu galvojumā                                       | 4         | 2         | 2         |
| Uzlikt par pienākumu novērst radītā kaitējuma sekas         | 0         | 0         | 0         |
| Uzlikt par pienākumu atlīdzināt nodarīto zaudējumu          | 0         | 0         | 0         |
| Noteikt uzvedības ierobežojumus                             | 15        | 12        | 3         |
| Uzlikt par pienākumu veikt sabiedrisko darbu                | 10        | 5         | 9         |
| Ievietot bērnu sociālās korekcijas izglītības iestādē       | 7         | 1         | 1         |
| Lēmumu skaits, kuros piemērots papildus piespiedu līdzeklis | 0         | 0         | 0         |

Kā redzams no *Tabulā 2.2.* norādītās informācijas, daži no likumā paredzētajiem audzinoša rakstura piespiedu līdzekļiem tiesu praksē tiek piemēroti ļoti reti jeb netiek piemēroti vispār. Būtiski ir pievērst uzmanību tam, vai likumā ir lietderīgi saglabāt normas, kuras praksē netiek izmantotas.

Kriminālprocesa 522. pants paredz audzinoša rakstura piespiedu līdzekli piemērot tad, ja tas iespējams tieši noziedzīgā nodarījuma rakstura, bīstamības un izdarīšanas apstākļu dēļ. Jautājums par noziedzīgo nodarījumu izdarījušā bērna personību un apstākļiem ir pavisam sekundārs. Tātad šajos gadījumos galvenokārt tiek vērtēts, ko bērns izdarījis, nevis, kāpēc bērns noziedzīgo nodarījumu ir izdarījis.

Lai arī bērna fizioloģiskās attīstības pakāpe bieži vien ir pielīdzināma pieauguša cilvēka fizioloģiskās attīstības pakāpe, bērna psiholoģiskās attīstības pakāpe un emocionālais briedums nav pielīdzināms pieauguša cilvēka emocionālajam briedumam. Līdz ar to bērns nav spējīgs izprast nedz kriminālsoda sodošo dabu, nedz kriminālprocesa ietvaros veikto procesuālo darbību būtību.

Lai arī Audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu likums kopumā liek vērtēt arī bērna personību un sadzīves apstākļus, veids, kādā šī informācija tiek vākta, nevar nodrošināt to, ka savāktā informācija patiesi uzrāda bērna antisociālās uzvedības cēloņus.

Šādas atsevišķi savāktas ziņas var gan norādīt uz kādu no cēloņiem, kādēļ bērna uzvedība ir sabiedrībai nepieņemama, taču tikpat iespējams, ka šajās izziņas nozīmīgi fakti neparādās.

2017.gada 11.janvāra Tieslietu ministrijas sagatavotajā sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojumā (anotācijā) par likumprojektu „Bērnu antisociālās uzvedības prevencijas likums” norādīti četri būtiskākie trūkumi audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu sistēmā. Pirmkārt, tā reagē novēloti, jo tiesībsargājošo iestāžu redzeslokā bērns nonāk 14 gadu vecumā, pavisam reti – 11 gadu vecumā – parasti šādā vecumā antisociālā uzvedība ir jau diezgan izteikta.

Otrkārt, audzinoša rakstura piespiedu līdzeklis korespondē bērna izdarītajam likumpārkāpumam, tā juridiskajai kvalifikācijai, izdarīšanas laikam, veidam un apstākļiem. Šāda reakcija nevar būt vērsta uz likumpārkāpumu izraisīto faktoru novēršanu. Tādejādi tas ir jāvērtē drīzāk kā sods, nevis palīdzība tādām bērnam, kas nonācis sociāli riskantos apstākļos.

Treškārt, informācija, kas tiek vākta par bērna personību un sadzīvi raksturojošiem apstākļiem ir fragmentāra, šāda pierādījumu vākšana nenodrošina to, ka tiek noskaidroti bērna rīcības patiesie, visbiežāk ārpusēji neredzamie un dziļi slēptie iemesli.

Ceturtkārt, audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi tiek piemēroti tikai bērniem, kas izdarījuši administratīvu pārkāpumu vai noziedzīgu nodarījumu, savukārt ja likumpārkāpums oficiāli netiek fiksēts, vai

bērna antisociālajai uzvedībai ir izteikti pasīvs raksturs (neēšana, nemācīšanās, aizbēgšana no mājām, pašsakropļošanās) tiesībsargājošo iestāžu redzeslokā šāds bērns nenonāk un arī audzinoša rakstura piespiedu līdzekļus nesaņem. [2]

### **Pētījuma rezultāti un to izvērtējums**

Apkopojot izpētītos datus, secināts, ka šobrīd Latvijā pastāvošā sistēma nenodrošina to, lai laikus tiktu identificēti riski, kas norādītu uz to, ka bērns nākotnē varētu izdarīt kādu likumpārkāpumu, un tādējādi netiek nodrošināta šiem bērniem nepieciešamā pastiprinātā uzmanība. Šobrīd valsts iestāžu uzmanības lokā pamatā nonāk tie bērni, kuru uzvedība jau ir rezultējiesies ar likumpārkāpumu, lai arī Bērnu tiesību aizsardzības likuma 58.panta otrajā daļā ir noteikts, ka pašvaldība profilakses lietu iekārto un uzvedības sociālās korekcijas programmu izstrādā katram bērnam, kurš veic darbības, kas var novest pie prettiesiskas rīcības.[2]

Lai novērstu problēmas, kuras ir saistītas ar jaunatnes noziedzību un sociālajām problēmām, svarīga ir šāda veida problēmu profilakse, proti, mērķtiecīgu pasākumu kopums, kas tiek veikts lai samazinātu iespējas veikt likuma pārkāpumu, kā arī novērstu vai samazinātu tos faktoros un apstākļus, kas pamudina cilvēku uz prettiesisku rīcību.

Apzinot minētās psiholoģiskās un emocionālās nepilngadīgo īpatnības, gan sabiedrībai, gan varas institūcijām ir jāpielieto īpaša pieeja šā vecuma kategorijas likumpārkāpējiem, proti, nepilngadīgās personas nedrīkst tikt audzinātas likumpaklausīgai rīcībai ar tādiem pašiem līdzekļiem kā tiek audzinātas pilngadīgas personas.

### **KOPSAVILKUMS. CONCLUSION**

Apkopojot visus izpētītos avotus un iegūto informāciju, secināts, ka audzinoša rakstura piespiedu līdzekļu piemērošanas institūtam Latvijā nepieciešami uzlabojumi un papildinājumi, tādējādi efektīvāk virzoties uz galvenā mērķa sasniegšanu attiecībā uz nepilngadīgajiem likumpārkāpējiem – atgriezt viņus likum paklausīgā dzīvē un atturēt no turpmākas likumpārkāpumu izdarīšanas.

Autoresprāt, šobrīd pastāvošās sistēmas ietvaros netiek meklēts cēlonis, kāpēc bērns izdarīja likumpārkāpumu, kas viņu uz to pamudināja, un netiek spriests, ko darīt, lai bērns mainītu savu uzvedību un turpmāk spētu iekļauties sabiedrībā, atkārtoti neizdarot likumpārkāpumus.

Saeimas Juridiskajai komisijai nodoti grozījumi Krimināllikumā, kas turpmāk paredz nodrošināt nepilngadīgo interešu aizsardzību, iespēju attīstīties un kļūt par pilnvērtīgiem sabiedrības locekļiem.

Izmaiņas likumā paredz īstenot nepilngadīgo kriminālatbildības sistēmas reformu, kas balstīta uz taisnīguma atjaunošanas (*restorative justice*) principiem. Likumprojekts “Grozījumi Krimināllikumā” paredz, ka turpmāk nepilngadīgai personai kriminālatbildību piemēros tikai noteiktos gadījumos.[1]

Šobrīd pastāvošā prakse liecina, ka audzinoša rakstura piespiedu līdzekļi nepilngadīgajiem tiek piemēroti tikai izņēmuma gadījumos, bet nākotnē jātiecas uz to, lai izņēmuma gadījumos nepilngadīgie likumpārkāpēji tiktu sodīti ar Krimināllikumā noteiktajiem kriminālsodiem.

### **LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS . REFERENCES**

1. Likumprojekts “Grozījumi Krimināllikumā”, Pieejams:  
<http://titania.saeima.lv/LIVS13/saeimalivs13.nsf/0/DE025229C1591133C225842700427684?>
2. Likumprojekta „Bērnu antisociālas uzvedības prevencijas likums” sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija)

3. “VP Pārskats par nepilngadīgo noziedzības stāvokli, noziedzīgos nodarījumos cietušajiem bērniem un noziedzības novēršanas problēmām 2017. gada 12 mēnešos” Pieejams:  
<http://www.vp.gov.lv/?id=305&said=305&docid=13018>
4. “VP Pārskats par nepilngadīgo noziedzības stāvokli, noziedzīgos nodarījumos cietušajiem bērniem un noziedzības novēršanas problēmām 2018. gada 12 mēnešos” Pieejams:  
<http://www.vp.gov.lv/?id=305&said=305&docid=13018>
5. “VP Pārskats par nepilngadīgo noziedzības stāvokli, noziedzīgos nodarījumos cietušajiem bērniem un noziedzības novēršanas problēmām 2019. gada 6 mēnešos” Pieejams:  
<http://www.vp.gov.lv/?id=305&said=305&docid=13018>
6. Tiesu informatīvās sistēmas datu bāze <http://tis.ta.gov.lv>



# TIESAS SPRIEDUMA PASLUDINĀŠANA CIVILPROCESĀ

**Tatjana Jurkeviča**

Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija, Rīga,  
Dr.iur., as.prof., zvērināts advokāts; advokatu.birojs@inbox.lv

## ANOTĀCIJA

Rakstā tiek aplūkoti aktuālie aspekti par sprieduma pasludināšanu izspriežot tiesu civillietās Latvijas civilprocesuālo tiesību ietvaros, akcentējot uzmanību uz pēdējiem tiesiskā regulējuma grozījumiem, kuri skara izskatāmo jautājumu. Tiek analizēti spēkā esošā tiesiskā regulējuma pozitīvie un iespējamie negatīvie aspekti. Rakstā tiek pētīta tiesas sprieduma pasludināšanas nozīmīgums un atbilstība starptautiskām prasībām. **Atslēgvārdi:** civilprocess, tiesas spriedums, sprieduma pasludināšana.

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются актуальные аспекты провозглашения судебных решений по гражданским делам в рамках гражданского процессуального права Латвии, акцентируя внимание на недавних изменениях правового регулирования, касающихся рассматриваемого вопроса. Анализируются позитивные и потенциальные негативные аспекты вступившего в силу правового регулирования. В статье рассматривается значимость процедуры провозглашения судебного решения и соответствие международным требованиям.

**Ключевые слова:** гражданский процесс, судебное решение, провозглашение решения.

## IEVADS. ВВЕДЕНИЕ

Viena no demokrātiskas valsts pamatpazīmēm ir iespēja ikvienam aizstāvēt savas tiesības un likumīgās intereses taisnīgā tiesā atbilstoši Latvijas Republikas Satversmes 92. pantam [9]. Savukārt likuma “Par tiesu varu” 3. pants, kas nosaka, ka katrai personai ir garantētas tiesības, lai uz pilnīgas līdztiesības pamata, atklāti izskatot lietu neatkarīgā un objektīvā tiesā, tiktu noteiktas šīs personas tiesības un pienākumi vai pret to vērstās apsūdzības pamatotība, ievērojot visas taisnīguma prasības [12]. Gan Satversmes, gan likuma “Par tiesu varu” normas atbilst katra cilvēka tiesībām uz taisnīgu tiesu, kas noteiktas Eiropas “Cilvēka tiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas” 6. pantā [2] un “Eiropas Savienības pamattiesību hartas” 47. pantā [7]. Tāpēc Satversmes tiesa 2010. gada 30. marta sprieduma Nr. 2009-85-01 secinājumu daļas 10. punktā pamatoti konstatē, ka “civilprocess, kas nodrošina lietas taisnīgu un objektīvu izskatīšanu, ir taisnīgas tiesas elements un ietilpst Satversmes 92. panta saturā.”[10]

Savukārt jebkuras lietas izskatīšanā svarīgs ir tās rezultāts – taisnīgs, pamatots, tiesību normām atbilstošs tiesas spriedums. Tiesas spriedums civilprocesā pirmkārt ir vērsts uz to subjektu interešu aizsardzību, kuri vērsušies tiesā. Ar tiesas spriedumu beidzas noteiktu attiecību juridiskais noregulējums, tāpēc sprieduma kvalitāte ir būtisks tiesu varas uzticības kritērijs. Tajā pašā laikā, ir jāvērtē ne tikai tiesas sprieduma kā tiesību normu piemērošanas akta nozīmi, bet arī tiesas sprieduma taisīšanas un pasludināšanas kārtības ievērošanas nozīmīgums. Atbalstot rakstveida procesa elementu ieviešanu civilprocesā, likumdevējam ir rūpīgi jāizvērtē katra jaunieveduma nozīmi, pieļaujamību un robežas. Pašlaik spēkā esošā Civilprocesa likuma 187.panta otrās daļas un 199.panta pirmās daļas redakcijas ir vērtējamas kritiski, jo ļauj tiesai, neievērot prasību par sprieduma pasludināšanu civillietās, kas veido teorētisku problemātiku.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

**Teorētiskais un praktiskais pētījums.** Ar 2017.gada 14.decembra grozījumiem Civilprocesa likumā, kas stājas spēkā 2018.gada 15.janvārī, spriedumu pasludina tiesas sēdē pēc tā parakstīšanas. Savukārt, ja tiesa atzīst, ka šajā tiesas sēdē nav iespējams taisīt spriedumu, tā nosaka datumu, kad tuvāko 30 dienu laikā spriedums būs pieejams tiesas kancelejā (Civilprocesa likuma 187.panta otrā daļa, 199.panta pirmā daļa)[8]. Sprieduma pieejamības datumu tiesa norāda sprieduma rezolutīvajā daļā. Pirms minēto grozījumu ieviešanas, sprieduma pasludināšana tiesas sēdē bija obligāta visas civillietās. Sarežģītās lietās tiesa nozīmēja tiesas sēdi, kurā tiks pasludināts spriedums. Sprieduma pasludināšanai uz tiesas sēdi tika aicināti lietas dalībnieki, par tiesas sēdi bija jānoformē tiesas sēdes protokols. Gadījumā, ja kāds no lietas dalībniekiem neieradās uz sprieduma pasludināšanu, tiesas darbiniekam bija pienākums spriedumu nosūtīt pa pastu. Tagad saskaņā ar Civilprocesa likuma 199. un 187.panta noteikumiem, visos gadījumos, kad tiesa nonāk pie secinājuma, ka konkrētajā tiesas sēdē nav iespējams taisīt spriedumu, tiesa nosaka datumu tuvāko 30 dienu laikā, kad spriedums būs sastādīts un pieejams [5]. Tad spriedums paliek nepasludināts.

Jāatzīst, ka ar šiem grozījumiem Civilprocesa likumā ir atvieglots gan tiesnešu, gan tiesu darbinieku darbs. Bet vai šāda atvieglošana vienmēr būtu pareizais ceļš – ir strīdīgs jautājums.

Tieslietu ministrijas ieskatā šie grozījumi, kas paredz sprieduma pasludināšanas kārtības izmaiņas, ir nepieciešami, lai nodrošinātu tiesvedības procesa atbilstību mūsdienīgai izpratnei par ātru, kvalitatīvu un efektīvu tiesas procesu, to samērojot ar tiesībām uz taisnīgu tiesu [11].

Grozījumi Civilprocesa likuma 187.panta otrajā daļā, pretstatā līdz 2018.gada 15.janvāra spēkā esošajam regulējumam, paredz atteikties no sprieduma pasludināšanas tiesas sēdē, ja vien tiesas sēdē uzreiz nav iespējams taisīt spriedumu. Likumdevēja ieskatā šajos gadījumos tomēr ir konstatējama tiesas sprieduma pasludināšana, bet tā it sprieduma pasludināšanu, tiesai nosakot datumu, kad spriedums būs sastādīts un pieejams kancelejā. Tomēr šāda pieejam ir pretrunā ar civilprocesa teorijā pausti uzskatiem un esošiem priekšstatiem.

Tiesībzinātnieki Jānis Rozenbergs un Kalvis Torgāns norāda, ka *“tiesas sprieduma pasludināšana ir ...nolasīšana tiesas sēdē”* [3,540]. Bet par tiesas sprieduma formu Jānis Rozenbergs skaidro, ka *tiesas sprieduma formu veido divi elementi - rakstiskums un mutiskums, kuru ievērošana ir vienlīdz nozīmīga. Jebkura no tiem trūkums rada nopietnas negatīvas procesuālas sekas* [4,287]. *Tāpat par pārkāpumu, kas noved vai varēja novest pie lietas nepareizas izspriešanas, atzīstama arī sprieduma mutiska nepasludināšana* [3,530].

**Pētījuma pamatrezultāti un to nevērtēšana.** Analizējot izklāstītas definīcijas un salīdzinot to būtību ar likumdevēja viedokli, secināms, ka spēkā esošā procesuālā kārtība, kad tiesas sprieduma pasludināšana izpaužas, tiesai nosakot datumu, kad spriedums būs sastādīts un pieejams kancelejā, ir sprieduma paziņošanas kārtība, nevis pasludināšana. Juridiskajā izpratnē tiesas paziņojums par sprieduma sastādīšanas datumu būtu jāvērtē kā solījums taisīt spriedumu noteiktā laikā [6]. Arī pats likumdevējs, regulējot citas civilprocesa procedūras, piemēram, vienkāršotās procedūras, paredzot taisīta sprieduma paziņošanu lietas dalībniekiem, nesauc šo darbību par sprieduma pasludināšanu un izmanto vārdu “paziņošana”. Līdz ar to secināms, ka būtu neparīzi vienādot sprieduma pasludināšanu un sprieduma paziņošanu.

Tāpat grozījumi paredz izmaiņas Civilprocesa likuma 199. pantā, tādējādi dodot tiesai tiesības noteikt sprieduma sastādīšanas datumu tuvāko 30 dienu laikā, nosakot, kad spriedums būs pieejams tiesas kancelejā, ja vien tiesas sēdē lēmumu pasludināt nebūs iespējams. Pats par sevi, priekšlikums aizstāt sprieduma pasludināšanu tiesas sēdē ar sprieduma pieejamības dienas noteikšanu tiesas kancelejā, tā saucamā alternatīvā sprieduma pasludināšana, vairākkārtīgi ticis apspriests un diskutēts Tieslietu ministrijas pastāvīgajā darba grupā grozījumu Civilprocesa likumā izstrādei. Bet gūstot atbalstu piedāvātajiem grozījumiem, kuri arī tika pieņemti, vērā netika ņemts tas, ka spēkā esošā redakcija neizvirza nekādus kritērijus un prasības tam, kā tiesa var nonākt pie atzinuma, ka konkrētā tiesas sēdē nav iespējams taisīt spriedumu. Šāds regulējums ir pārāk

plašs un praktiskajā dzīvē tas izpaužas tā, ka tas, ko likumdevējs bija iecerējis paredzēt kā izņēmumu, pārvēršas par regulāro praksi. Proti, tiesneši praktiski visās lietās izmanto Civilprocesa likuma 199. un 187.panta noteikumus, kuri arī neprasa informēt lietas dalībniekus par apstākļiem uz kuru pamata tiesa nonāca pie atzinuma par neiespējamību taisīt spriedumu pēdējā tiesas sēdē. Un faktiskās prakses realitāte ir tāda, ka lielākajā daļā no civillietām, spriedums vairs netiek pasludināts.

Faktiskā atteikšanās no sprieduma pasludināšanas zināmā mērā sašaurina mutiskuma principa piemērošanu, kas ir cieši sasaistīts ar publiskuma principu. Abiem principiem ir ievērojamā loma civilprocesā ne tikai atbilstoši Latvijas nacionālās tiesību sistēmas prasībām, bet arī no starptautiskā viedokļa, uz ko norāda, piemēram, Eiropas Padomes Ministru Komitejas 1981. gada 14. maija rekomendācija Nr. R(81)7 "Par justīcijas pieejamības veicināšanas pasākumiem", kā arī Eiropas Padomes Ministru Komitejas 1995. gada 11. septembra rekomendācija Nr. R (9)12.

## KOPSAVILKUMS. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Secinājumi.** Tiesību aizsardzības sacīkstes forma ir visai efektīva, jo pusēm ir iespēja plaši paskaidrot un ar pierādījumiem pamatot savu viedokli, kas ļauj tiesai, ņemot vērā argumentus, kurus ir izteikušas puses ar pretējām juridiskām interesēm, taisīt likumīgu, pamatotu un patiesu spriedumu. Pušu iespējas tiek vienādotas ne tikai ar patiesības noskaidrošanas principu, bet arī ar tiesas aktivitātes principu.

Apkopojot izklāstīto secināms, ka tiesa turpina saglabāt aktīva pierādīšanas subjekta statusu. Tiesas darbību pierādīšanā var raksturot kā mēreni aktīvu, un šis aktivitātes mērķis ir pareizi ievērot pušu sacīkstes principu. Aktivitāte jāizmanto, lai vienādotu pušu iespējas, kur tas objektīvi būtu nepieciešams, kā arī lai noskaidrotu patiesību lietā. Patiesības noskaidrošanas princips ir tieši tiesai adresēta prasība, baltoties uz kuru tiesas spriedumiem pilnībā jāatbilst lietas faktiskajiem apstākļiem.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. Bukovskis, V. Civilprocesa mācības grāmata. Rīga: Autora izdevums. 1933.
2. Cilvēka tiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencija: Eiropas Padomes konvencija. Pieņemta: 04.11.1950. Stājas spēkā: 27.06.1997. Pievienošanās: 27.06.1997. Publicēts: "Latvijas Vēstnesis", 143/144, 13.06.1997. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/lv/starptautiskie-ligumi/id/649> (Apmeklēts 01.12.2019.).
3. Civilprocesa likuma komentāri. I.daļa (1.-28.nodaļa). Otrais papildinātais izdevums. Autoru kolektīva. Prof. K.Torgāna zinred. Rīga. TNA. 2016.
4. Civilprocesa likuma komentāri.Trešais papildinātais izdevums. Autpru kolektīva. Prof. K.Tirgāna vispārīgā zinātniskā refakcijā. Rīga. TNA. 2006.g.
5. Civilprocesa likums. Latvijas Republikas likums. Pieņemts: 14.10.1998.Stājas spēkā: 01.03.1999. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 326/330, 03.11.1998.; Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs, 23, 03.12.1998. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/50500-civilprocesa-likums> (Apmeklēts 01.12.2019.).
6. Disciplinārkolēģija ierosina atcelt no amata Daugavpils tiesnesis Jokstu. Pieejams: <http://at.gov.lv/disciplinary/reviews-2009/>- (Apmeklēts 01.12.2019.).
7. Eiropas Savienības pamattiesību harta: Eiropas Parlamenta, Padomes un Komisijas harta. (2000). 26.10.2012. *Eiropas Savienības oficiālais Vēstnesis* Nr. C 362/391. Pieejams: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX%3A12012P%2FTXT> (Apmeklēts 01.12.2019.).
8. Grozījumi Civilprocesa likumā. Latvijas Republikas likums. Pieņemts: 14.12.2017. Stājas spēkā: 15.01.2018. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 259, 31.12.2017.OP numurs: 2017/259.3.
9. Latvijas Republikas Satversme. Latvijas Republikas likums. Pieņemts: 15.02.1922. Atjaunots spēkā: 07.11.1922. Publicēts: Latvijas Vēstnesis, 43, 01.07.1993.; Latvijas Republikas Saeimas un Ministru Kabineta Ziņotājs, 6, 31.03.1994.; Valdības Vēstnesis, 141, 30.06.1922.; Diena, 81, 29.04.1993. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/57980-latvijas-republikas-satversme> (Apmeklēts 01.12.2019.).

10. Latvijas Republikas Satversmes tiesas 2010. gada 30. marta spriedums lietā Nr. 2009-85-01. Pieejams:  
[http://www.satv.tiesa.gov.lv/web/viewer.html?file=http://www.satv.tiesa.gov.lv/wp-content/uploads/2016/02/2009-85-01\\_Spriedums.pdf#search=](http://www.satv.tiesa.gov.lv/web/viewer.html?file=http://www.satv.tiesa.gov.lv/wp-content/uploads/2016/02/2009-85-01_Spriedums.pdf#search=) (Apmeklēts 01.12.2019.).
11. Likumprojekta “Grozījumi Civilprocesa likumā” anotācija, 2017. gada 23.maijā Nr. 111.9/3-47-12/17, pieejams:  
<http://titania.saeima.lv/LIVS12/SaeimaLIVS12.nsf/0/F85B230E3B40EAFFC2258129003D6EF9?OpenDocument> (Apmeklēts 01.12.2019.).
12. Par tiesu varu. Latvijas Republikas likums. Pieņemts: 15.12.1992.Stājas spēkā: 01.01.1993. Publicēts: Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, 1/2, 14.01.1993.; Diena, 9, 15.01.1993. <https://likumi.lv/ta/id/62847-par-tiesu-varu> Pieejams: (Apmeklēts 01.12.2019.).

# ПОСЛЕДСТВИЯ ЦЕССИИ И СРЕДСТВА ЗАЩИТЫ ДОЛЖНИКА

Артур Авакьян

Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija  
Profesionālā maģistrantūra “Privāttiesības”  
[artur.avakjan@icloud.com](mailto:artur.avakjan@icloud.com)

Zinātniskais vadītājs:

Dr.iur.Armen Gabrielyan  
Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija

## АННОТАЦИЯ

Уступка права требования кредитора или цессия является классическим правовым институтом. При перемене лица в обязательстве путем заключения сделки цессии затрагиваются права должника, поскольку для него меняется лицо, которому должно быть произведено исполнение обязательства - от cedenta к цессионеру. Целью статьи является оценить последствия уступки права требования для должника с точки зрения соблюдения и защиты его прав, выявить существующие недостатки правового регулирования и сделать соответствующие выводы и предложения.

**Ключевые слова:** должник, уступка права требования, cedent, цессионер, цессия.

## ABSTRACT

Assignment of a creditor's claim or cession is a classic legal institution. When a person changes the obligation by concluding a cession transaction, the rights of the debtor are affected, since the person who is to fulfill the obligation changes from the assignor to the assignee. The aim of the article is to assess the consequences of the assignment of the right of claim for the debtor in terms of compliance with and protection of his rights, to identify existing deficiencies in legal regulation and draw relevant conclusions and proposals.

**Keywords:** debtor, concession of the right of the requirement, assignor, cession.

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время право требования - подобно движимому и недвижимому имуществу - рассматривается как самостоятельный имущественный объект. Проблема практического применения цессии и несоответствия правового регулирования Латвии современным потребностям общества подтверждается значительным количеством споров и наличием противоречивой судебной практики Латвии, в разрешении возникающих вопросов о переходе прав требования от кредитора как cedenta к цессионеру, а также связанные с этим права и обязанности должника.

Для решения указанной проблемы необходимо определить пути решения существующих теоретических и практических проблем, а также предупредить сложности, которые могут возникнуть при дальнейшем применении цессии, что обуславливает актуальность статьи.

Целью статьи является оценка последствий уступки требования для должника, а также выявить существующие недостатки правового регулирования цессии в Латвии.

В качестве методов в статье использовались метод системного анализа, грамматический метод, а также сравнительно-правовой метод для сопоставления различных достижений в области правового регулирования цессионных отношений и практических решений.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Главным результатом цессии является переход права требования от цедента к цессионарию, обозначаемое в юридической литературе термином сингулярное правопреемство. С момента вступления в силу цессии, уступленное требование, как объект гражданского оборота, перестает быть частью имущества цедента и становится частью имущества цессионария [1]. Однако, должник вправе не исполнять обязательство новому кредитору до предоставления ему доказательств перехода требования к этому лицу.

В правовой науке указано, что защита прав должника является основной проблемой правового регулирования цессии [2]. Цедент и после вступления в силу сделки цессии сохраняет свое положение кредитора в правоотношениях, являющихся основой уступленного обязательственного требования. Согласно статье 1807 Гражданского закона (ГЗ) Латвии случае недействительности цессии, цедент сам может реализовать свое право требования [3].

В отношениях, возникающих при перемене лица в обязательстве путем заключения сделки цессии, выделяются отношения между собственно сторонами данной сделки - первоначальным и новым кредиторами. Должник стороной этой сделки не является. Тем не менее, последствия сделки затрагивают и должника, поскольку для него меняется лицо, которому должно быть произведено исполнение. Поэтому обязательным условием для цессии, является условие о сохранении неизменным положения должника при перемене кредитора.

Обеспечивая интересы должника при уступке, большинство правовых систем определяют те средства правовой защиты, к которым должник может прибегнуть в отношении цессионария. Одним из важнейших средств правовой защиты, является право должника на сохранение возражений, включая право на зачет.

Различные правовые системы содержат положения, направленные на обеспечение права должника заявлять против требования нового кредитора те возражения, которые у него имелись в отношении первоначального кредитора.

В латвийском гражданском законодательстве условием, ограничивающим право кредитора на уступку требований в целях защиты должника, также является условие, предусмотренное статьей 1807 ГЗ о том, что положение должника в результате уступки требования не должно ухудшаться, поэтому цессионарий, если ему лично принадлежат какие-либо преимущества в отношении должника, не должен ими пользоваться. В свою очередь, согласно статье ст. 1808 ГЗ должнику закон предоставляет возможность воспользоваться правом на возражения.

Возражения должника не однородны по своей природе и последствиям. Возражения могут быть, во-первых, «техническими», например, возражение о сроке давности, право остановить исполнение обязательства и т.д. Во-вторых, возражениями могут быть и такие фактические обстоятельства, которые препятствуют появлению передаваемого требования или вызывают его прекращение, например, недействительность сделки, из которой вытекает уступаемое требование, или прекращение требования путем исполнения.

Такое разграничение возможных возражений должника имеет значение, особенно в решении вопроса, является ли необходимым заявление должника о соответствующих обстоятельствах, чтобы суд их учел и отказал цессионарию в требовании [1].

Существенным вопросом для четкого понимания того, какие возражения должника могут быть им действительно предъявлены новому кредитору, является вопрос об определении момента времени, до которого, все имевшие место со стороны должника возражения к предыдущему кредитору, могут быть использованы должником.

По данному критерию, возражения должника можно разделить на две группы:

1. Возражения, основание для которых возникли до перехода права требования к цессионарию.

Статья 1808 ГЗ устанавливает, что должник может предъявить цессионарию не только все свои возражения против него самого, но и те возражения, которые имели место еще до цессии или в момент ее совершения, против цедента. Об этом в юридической литературе сделан вывод о том, что если против цедента должник мог использовать возражения о недействительности самого требования в связи с дефектом воли ответчика, заблуждением, при заключении договора, а также хитростью или принуждением, то такие же возражения им могут быть выдвинуты и против цессионария [5].

2. Возражения, основания для которых возникли уже после совершения цессии, но до того, как должнику было сообщено об этом.

В статье 1808 ГЗ указаны два временных критерия – это «возражения должника, которые имели место во время цессии» и возражения «которые имели место на момент, когда должнику было сообщено о цессии». Таким образом, существование второй группы возражений напрямую связано с тем обстоятельством, что информирование должника не является обязательным для действительности цессии. Вместе с тем, такое мнение нельзя назвать однозначно общепринятым.

При рассмотрении вопроса о том, следует ли требовать согласия должника для любого изменения страны платежа, даже на страну, в которой находится сам должник, отмечалось, что рассмотренное положение в достаточной степени охватывает подавляющее большинство случаев, когда приемлемым для должника является платеж в стране, где он находится, а не в стране иностранного цедента. Этот подход наилучшим образом соответствует той позитивной практике, которая существует в этих отношениях.

В.Неменова в своей промоционной работе указывает на необходимость изменений в статье 1802 ГЗ в следующей редакции:

(1) Обязанность цессионера в надлежащем порядке (заказным письмом) сообщить должнику о цессии.

(2) Должник имеет право потребовать у цессионера предъявить доказательства перехода права требования (договор цессии).

(3) Факт о цессии требования может относиться к третьим лицам и должнику с момента, когда должник ее акцептировал или получил копию документа, который подтверждает факт перехода цессии требования или же любое другое подтверждение факта цессии требования [6].

Упомянутая позиция является верной и обоснованной, так как права должника должнф быть защищены в более полном объеме. В настоящий момент он уведомляется о цессии на усмотрение цессионера простым сообщением, а также не имеет права ознакомиться с самим цессионным договором.

Особое внимание необходимо обратить на обеспечение защиты должников-потребителей, поскольку они, как правило, не обладают достаточно весомой позицией для защиты собственных интересов. Поэтому обеспечить защиту этих интересов призвано соответствующее законодательство о защите потребителей, которое является отражением публичного порядка как на национальном, так и на наднациональном уровнях.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В Гражданском законе Латвии в случае уступки права требования защита должника представлена в виде права на возражения и зачёт, которые определены статьей 1808 ГЗ. Данная статья требует некоторой коррекции относительно содержащихся в ней указаний на времени возникновения у должника тех или иных возражений, которые могут быть использованы им впоследствии для защиты своих интересов.

Большее значение, следует придавать и факту уведомления должника об уступке. Получение уведомления, имеет важное значение для обеспечения защиты должника, поскольку должны быть

устранены любые сомнения в вопросе том, кому должник должен произвести платеж в целях освобождения от ответственности.

Должник должен иметь право потребовать у цессионера предъявить доказательства перехода права требования по договору цессии.

Факт о цессии требования может относиться к третьим лицам и должнику с момента, когда должник ее акцептировал или получил копию документа, который подтверждает факт перехода цессии требования или же любое другое подтверждение факта цессии требования.

Возникновение у должника обязанности произвести платеж цессионарию должно быть обусловлено исключительно получением уведомления об уступке. Такой подход соответствовал бы принципу, согласно которому правовое положение должника в результате уступки не изменяется.

Особое внимание необходимо обратить на обеспечение защиты интересов должников-потребителей, дополнив соответствующими нормами Закон о защите прав потребителей.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

12. Torgāns, K. (2006). *Saistību tiesības. I daļa*. Macību grāmata. Rīga: TNA, lpp.168, 170
13. Цвайгерт, К., Кетц, Х. (1998), *Введение в сравнительное правоведение в сфере частного права*. Т. 2. Пер. с нем. М. Международные отношения, с. 166
14. Civillikums. Pieņemts 28.01.1937., stājas spēkā 01.09. 1993., publicēts "Valdības Vēstnesis", 41, 20.02.1937, ar grozījumiem līdz 01.01.2017.
15. Морандьер, Ж. (1960). *Гражданское право Франции*. Т.2., М.: Изд-во иностр. лит., с.603.
16. Nemenova V. (2015). *Cesijas tiesiskā regulējuma modernizācijas virzieni Latvijā*. Promocijas darbs. Rīga: RSU, lpp.418



# КАЗАХСТАНСКАЯ МОДЕЛЬ ЮВЕНАЛЬНОЙ ЮСТИЦИИ: ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Тайторина Б.А., Богатырева Л.Б.<sup>2</sup>, Бейсенбаева М.Т.<sup>3</sup>

д.ю.н., профессор Казахского национального медицинского университета имени  
С.Д.Асфендиярова, Казахстан, г. Алматы, e-mail: [binur.a@mail.ru](mailto:binur.a@mail.ru)

<sup>2</sup>м.ю.н., зав.кафедрой Медицинского права Казахского национального медицинского  
университета имени С.Д.Асфендиярова, Казахстан, г. Алматы, e-mail: [lida110@inbox.ru](mailto:lida110@inbox.ru)

<sup>3</sup>к.ю.н., ассоц.профессор Казахского национального аграрного университета, Казахстан, г.  
Алматы, e-mail: [manshuk.beisenbaeva@mail.ru](mailto:manshuk.beisenbaeva@mail.ru)

## АННОТАЦИЯ

В статье проанализирован процесс создания современной системы ювенальной юстиции в Республике Казахстан. Международные стандарты прав несовершеннолетних имплементированы в Конституцию и законодательство Республики Казахстан. В статье актуализируется проблема модернизации существующей структуры ювенальной юстиции с целью расширения их полномочий с учетом гарантий и обязательств государства, а также придания каждому из органов системы самостоятельного правового статуса с целью наилучшего обеспечения интересов и прав ребенка. Актуализируется проблема приведения национального законодательства Республики Казахстан в соответствие с международными стандартами. Предлагается принятие пакета нового ювенального законодательства, создание полноценного комплекса специализированных органов ювенальной юстиции. Обосновывается необходимость принять мер для формирования достаточного бюджета для реорганизации и финансирования деятельности всех органов системы, а также привлечения негосударственных инвестиций в государственные программы и проекты по социальной реабилитации несовершеннолетних.

Авторами моделируется качественно новая, единая система ювенальной юстиции, акцентируется внимание на наиболее слабом звене данной системы - учреждениях социальной службы.

**Ключевые слова:** несовершеннолетний, права, правовой статус, правосудие, ювенальная юстиция, ювенальный суд, ювенальная прокуратура, ювенальная адвокатура, Конвенция о правах ребенка, законодательство, модернизация.

## ABSTRACT

The article analyzes the process of creating a modern juvenile justice system in the Republic of Kazakhstan. International standards for the rights of minors are implemented in the Constitution and legislation of the Republic of Kazakhstan. The article actualizes the problem of modernizing the existing structure of juvenile justice in order to expand their powers, taking into account guarantees and obligations of the state, as well as giving each of the authorities a system of independent legal status in order to best ensure the interests and rights of the child. The problem of bringing the national legislation of the Republic of Kazakhstan in line with international standards is being updated. The adoption of a package of new juvenile legislation, the creation of a full-fledged complex of specialized bodies of juvenile justice is proposed. It justifies the need to take measures to form a sufficient budget for the reorganization and financing of the activities of all bodies of the system, as well as attracting non-state investments in state programs and projects for the social rehabilitation of minors.

The authors model a qualitatively new, unified system of juvenile justice, focuses on the weakest link in this system - social service institutions.

**Keywords:** juvenile, rights, legal status, justice, juvenile justice, juvenile court, juvenile prosecutor's office, juvenile advocacy, Convention on the Rights of the Child, legislation, modernization.

## ВВЕДЕНИЕ

Минимальные стандартные правила ООН, касающиеся отправления правосудия в отношении несовершеннолетних, определяют ювенальную юстицию как особую систему правосудия, при которой цент-

ральным звеном выступает специализированный суд, тесно взаимодействующий с органами социальными службами [1, 17].

Концепция правовой политики на период с 2010 по 2020 год определила развитие ювенальных судов основным вектором в судебной-правовой системе страны [2]. Казахская модель ювенального правосудия, сформировавшаяся в течение 10 лет, – это комплексная форма судопроизводства с заложенным в ней профилактическим потенциалом.

В юридической литературе отмечается, что в Республике Казахстан «актуальна проблема защиты прав, свобод и законных интересов несовершеннолетних как особого стратегического ресурса для дальнейшего развития государства и дальнейшей модернизации казахстанской государственности» [3, 97].

Динамично развивается законодательство Республики Казахстан, регулирующее вопросы защиты прав, свобод и законных интересов несовершеннолетних. Статья 27 Конституции РК провозглашает: «Брак и семья, материнство, отцовство и детство находятся под защитой государства» [4]. Указом Президента Республики Казахстан от 10 февраля 2016 года № 192 «О создании института Уполномоченного по правам ребенка в Республике Казахстан» утверждены институциональные основы детского омбудсмена в Республике Казахстан [5].

Закон РК «О правах ребёнка» является базовым документом, основанным на Конвенции ООН о правах ребёнка, регулирует отношения, связанные с обеспечением правового статуса детей, гарантированных Конституцией.

Мировая практика охраны и защиты прав ребенка современных развитых государств основывается на конструктивной деятельности государства по обеспечению защиты прав подрастающего поколения. В Комментариях к Указу Президента Республики Казахстан «О Концепции развития системы ювенальной юстиции в Республике Казахстан на 2009-2011 годы» от 19 августа 2008 года № 646 заявлено, что «поэтапное развитие ювенальной юстиции в Республике Казахстан позволит повысить эффективность и качество отправления правосудия в отношении несовершеннолетних на всех его этапах» [6].

Историческим фактом является то, что ювенальные суды в Казахстане появились первыми на постсоветском пространстве. ЮНИСЕФ и ПРООН дали положительную оценку процессу создания в республике ювенальных судов – в соответствии с заключениями международных экспертов, казахстанский вариант ювенального правосудия соответствует положениям ООН в данной сфере [4]. Профильный Комитет ООН по итогам периодического доклада РК о выполнении положений Конвенции о правах ребенка приветствовал осуществляемые в республике меры по работе судов по делам несовершеннолетних. Среди конкретных результатов работы ювенальных судов – факт, что с 2015 года в республике закрыты три из четырех воспитательных колоний для несовершеннолетних.

Современные тенденции в сфере правовой защиты прав, свобод и законных интересов несовершеннолетних, профилактики противоправного поведения, социализации, социальной реабилитации, образования и задачи, стоящие перед его различными уровнями государственного управления, требуют выработки новых подходов в определении направлений дальнейшего развития системы ювенальных органов, разработки новых механизмов организации профилактической работы, адресной социальной помощи детям и поддержки семьи с целью предотвращения их социальной изоляции [7, 8].

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

В Казахстане ведется работа по имплементации в правовую сферу и применению на практике положений международных правовых документов: ратифицировано около 60 международных документов, касающихся прав человека, из них более 15 касаются защиты прав детей.

Первый отчет по осуществлению Конвенции о правах ребенка был представлен Республикой Казахстан в Комитет по защите прав детей в 2001 году и рассмотрен комитетом в 2003 году; объединенные второй и третий отчеты представлены в 2006 году и рассмотрены в 2007 году, четвертый отчет представлен

в 2011 году и рассмотрен в 2014 году, в соответствии с рекомендациями комитета объединенные пятый и шестой отчеты должны быть представлены в 2021 году.

В Казахстане функционируют ювенальная полиция, ювенальная адвокатура, в каждой региональной прокуратуре работает специальный помощник, надзирающий за соблюдением прав несовершеннолетних во всех сферах жизнедеятельности, сформирован институт детского омбудсмена. Отмечая позитивные тенденции в процессе формирования системы ювенальной юстиции, следует констатировать, что названные службы далеки от аналогичных служб зарубежных странах по всем параметрам: принципам формирования, уровню правового регулирования, количественному и качественному составу кадров, содержанию деятельности, уровню финансового и материально-технического обеспечения, оплаты труда, уровню взаимодействия и т.д..

В последние десятилетия XX века мировое сообщество обратило более пристальное внимание на необходимость в специализированной правовой защите несовершеннолетних. В литературе отмечается, что «государствами мирового сообщества был принят ряд основополагающих международных и национальных нормативных правовых актов, обеспечивающих специализацию законодательства в сфере защиты и охраны прав, свобод и законных интересов несовершеннолетних и в создании специализированных государственных и негосударственных ювенальных органов, занимающихся решением проблем детей и подростков» [8; с.8]. Существенным прорывом в деле достижения намеченных идеалов мирового сообщества явился факт принятия от 20 ноября 1989 года на 44-ой сессии Генеральной ассамблеи ООН Конвенции о правах ребенка, которая в соответствии со статьей 49 этой же Конвенции вступила в законную силу 2 сентября 1990 года. Принятие Конвенции о правах ребенка явилось итоговым результатом международной правотворческой деятельности прогрессивного мирового сообщества, направленного на специализацию защиты прав, свобод и законных интересов несовершеннолетних и обеспечения им достойного уровня жизни. К Конвенции о правах ребенка присоединилась и Республика Казахстан, а в дальнейшем, реализуя нормативные положения Конвенции о правах ребенка, Республика Казахстан 8 августа 2002 года приняла свой национальный Закон Республики Казахстан «О правах ребенка».

В Казахстане, единственной стране в СНГ, был реализован проект по выполнению нормы проведения ювенальных судов: запущен и осуществлен инициированный Фондом Сорос-Казахстан пилотный проект «Ювенальная юстиция в Казахстане» (2001 – 2006г.г.). После реализации пилотного проекта на основе Концепции развития ювенальной юстиции на 2009-2011 г.г. на конституционно-правовом уровне осуществлен ряд мероприятий. В настоящее время в республике на основе целого комплекса нормативно-правовых актов функционирует система органов ювенальной юстиции. В областях и городах республиканского значения функционируют 19 ювенальных судов. Положительным в практике ювенальных судов является включение в штат вошли квалифицированных инспекторов – психологов, которые принимают непосредственное участие при рассмотрении судебных дел с участием несовершеннолетних. В каждой региональной прокуратуре работает специальный помощник, надзирающий за соблюдением прав несовершеннолетних во всех сферах жизнедеятельности. В некоторых городах в органах прокуратуры имеются специализированные отделы или подразделения ювенальной юстиции. В ноябре 2015 в Казахстане законодательно закреплена норма о создании местной полицейской службы, в состав которой вошло подразделение ювенальной полиции.

С переходом Центров адаптации несовершеннолетних (ЦАН) под юрисдикцию Министерства образования и науки, основная часть поддержки, оказываемая несовершеннолетним ЦАН, представляет собой розыск родителей (семьи) ребёнка, проведение работы с документами, необходимыми для выпуска ребенка из ЦАН. Конституция и Уголовно-процессуальный кодекс Республики Казахстан содержат нормы, устанавливающие обязательное участие адвоката в уголовном процессе в отношении несовершеннолетних.

При акиматах всех уровней действуют 123 региональные комиссии по правам несовершеннолетних. В составе профильных министерств, акиматов есть специальные отраслевые управления, отделы, непосредственно занимающиеся вопросами охраны прав детей. В систему государственных органов Республики Казахстан входят специфические органы, деятельность которых носит профилактическую

направленность в работе с несовершеннолетними. Центральное место в данной системе занимают Комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав как важное, значимое и функционально необходимое звено действующей в Казахстане совокупности органов профилактики беспризорности, безнадзорности детей и пресечения правонарушений несовершеннолетних. В настоящее время в Казахстане осуществляют работу 214 комиссий. В их числе 14 комиссий областного уровня, 39 - городского, 161 - районного. Межведомственная комиссия по делам несовершеннолетних и защите их прав при Правительстве Республики Казахстан рассматривает широкий диапазон вопросов в отношении правового положения несовершеннолетних в Республике Казахстан.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

К сожалению, сегодня Казахстаном хотя и признаны, но не ратифицированы Минимальные стандартные правила ООН, касающиеся отправления правосудия в отношении несовершеннолетних (Пекинские правила); Руководящие принципы ООН для предупреждения преступности среди несовершеннолетних (Эр-Риядские руководящие принципы); Минимальные стандартные правила ООН в отношении мер, не связанных с тюремным заключением (Токийские правила), Конвенция о юрисдикции, применимом праве, признании, исполнении и сотрудничестве в отношении родительской ответственности и мер по защите детей 19 октября 1996 года и другие, в то время как названные документы специально сформулированы таким образом, чтобы они могли применяться в рамках различных правовых систем и в то же время устанавливать некоторые минимальные стандарты в обращении с несовершеннолетними правонарушителями при любом существующем определении несовершеннолетнего и при любой системе обращения с несовершеннолетними правонарушителями.

Современная ситуация, связанная с развитием процесса создания системы ювенальной юстиции в Республике Казахстан характеризуется тем, что преобразования имеют не только позитивный, но и негативный характер. Ученые связывают данный фактор с резким снижением функциональных возможностей всех институтов социализации несовершеннолетних [9]. Как свидетельствует современная уголовная статистика, преступность несовершеннолетних выражена большим количеством совершенных ими корыстных и корыстно-насильственных преступлений. Одним из основных направлений деятельности ювенальной юстиции должна являться деятельность по профилактике, предупреждению и борьбе с преступностью несовершеннолетних и воспитанию подрастающего поколения в духе соблюдения требований норм действующего законодательства [10].

В целях дальнейшего законодательного обеспечения ювенальной политики Республики Казахстан необходимо принятие пакета ювенального законодательства, включающего в себя: Национальную стратегию защиты прав детей; новую Концепцию ювенальной политики Республики Казахстан; Закон Республики Казахстан «О государственной ювенальной политике»; Закон Республики Казахстан «Об органах ювенальной юстиции»; Закон Республики Казахстан «О ювенальных судах (судьях); Закон Республики Казахстан «О ювенальной полиции»; Закон Республики Казахстан «О социальных службах по защите прав и свобод несовершеннолетних»; Закон РК «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и др.

Модернизация современной модели ювенальной юстиции Республики Казахстан должна сопровождаться восприятием наиболее эффективных тенденций развития системы ювенальных органов зарубежных государств. В целях всестороннего обеспечения гарантий защиты прав детей в Республике Казахстан необходимо разработать и принять Национальную Стратегию в области защиты прав и интересов ребенка. При разработке Национальной стратегии защиты прав детей необходимо учесть Замечания Общего Порядка Комитета ООН по правам ребенка № 5, с целью очертить обязательства по разработке «Общих мер по осуществлению», Замечания Общего порядка № 14, о праве ребенка на уделение первоочередного внимания наилучшему обеспечению его интересов (ст.3. по. 1 Конвенции). Данный пункт устанавливает

неоспоримое обязательство государства, т.е. является нормой прямого применения (не нуждается в принятии соответствующих законов), и на него можно ссылаться в судах [11].

Назрела необходимость создать качественно новую, единую систему ювенальной юстиции, акцентируя внимание на наиболее слабом звене данной системы - учреждениях социальной службы. Одной из причин неэффективности системы ювенальной юстиции являются пробелы в организации специальной подготовки ювенальных адвокатов, прокуроров, следователей. В Национальной стратегии защиты прав детей необходимо предусмотреть положения о качественно новой модели образования в парадигме подготовки кадров для всех служб системы ювенальной юстиции.

Отмечая положительные тенденции в процессе приведения национального законодательства Республики Казахстан в соответствие с международными стандартами, международные и национальные эксперты выявляют проблемы адекватности реализации законодательных актов и рекомендуют в качестве приоритета разработать детальные стратегии по выполнению законодательных реформ [12]. В связи с этим представляется необходимым проведение институциональных реформ: привести в полное соответствие с Парижскими принципами институт Уполномоченного по правам ребенка, учредить Уполномоченных по правам ребенка в областях, столице и городах республиканского значения; привести в соответствие с международными стандартами и действенными образцами правоприменительной практики зарубежных государств институты ювенальной полиции, ювенальной прокуратуры, ювенальной адвокатуры, службы пробации, специальные организации образования для детей с девиантным поведением, учреждения для содержания несовершеннолетних, осужденных к лишению свободы; привести в соответствие с требованиями Статьи 18 ФПКПП и Парижских Принципов модель финансирования деятельности Национального превентивного механизма и компенсации расходов отдельных ее членов, позволяющие НПМ иметь финансовую независимость; привести в соответствие с международными стандартами институт пробации в контексте законодательной регламентации статуса социальных служб; принять меры для повышения статуса и обеспечения независимости ОНК.

В современный период актуализируется проблема модернизации брачно-семейного законодательства, которое является основой защиты прав и интересов детей, родителей и семьи в целом, регулирует споры, вытекающие из брачно-семейных отношений [13].

В контексте совершенствования правового регулирования реализации прав несовершеннолетних, находящихся в конфликте с законом, необходимо:

- определить исчерпывающий перечень оснований для направления несовершеннолетних в специальные организации образования; нормативно проработать вопрос о дальнейшей судьбе несовершеннолетнего по окончании специальной организации образования;
- принять меры по разработке стандартов оказания специальных социальных услуг несовершеннолетним, оказавшимся в конфликте с законом;
- разработать и принять специальную программу по трудоустройству несовершеннолетних, оказавшихся в сложной жизненной ситуации либо освобожденных из мест лишения свободы (с достаточным финансированием программы);
- разработать правовой механизм оказания психолого-педагогической, медико-социальной, юридической помощи несовершеннолетним, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, вернувшимся из специальных организаций образования и организаций образования с особым режимом содержания.

## **ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Учитывая фактологию, свидетельствующую об отсутствии должного финансирования всех служб системы ювенальной юстиции, государству необходимо принять меры для формирования достаточного бюджета для реорганизации и финансирования деятельности всех органов системы, а также привлечения негосударственных инвестиций в государственные программы и проекты по социальной реабилитации граждан. В Республике Казахстан сравнительно небольшое количество неправительственных организаций

вовлечено в работу специальных организаций образования, в то время как зачастую неправительственные организации имеют проекты по поддержке таких учреждений, и могут проводить на постоянной основе обучающие семинары для детей [14]. Важное значение имеет решение вопроса о внедрении обязательной досудебной медиации для всех дел, касающихся ребенка, с обязательностью учета мнения ребенка при заключении медиативного соглашения [15].

Сотрудники службы пробации остро ощущают потребность в помощи со стороны психологов, педагогов, социальных работников. Целесообразно внесение в Уголовно-исполнительный кодекс Республики Казахстан поправок о возложении на органы службы пробации и их персонал обязанности осуществлять контроль за поведением несовершеннолетних, которым судом назначены принудительные меры воспитательного воздействия, а также иные нормы в целях повышения эффективности воспитательного воздействия на несовершеннолетних службы пробации при органах службы пробации. Кроме того, необходимо предусмотреть комплекс мер по защите, реабилитации потерпевших жертв преступлений, введение элементов ресоциализации в отношении несовершеннолетних, отбывших наказание в местах изоляции от общества.

Необходимо уточнить редакцию статей Уголовного Кодекса Республики Казахстан и Кодекса Республики Казахстан об административных правонарушениях по вопросам наказания за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей по воспитанию и (или) защите прав и законных интересов несовершеннолетнего, дополнить КоАП РК статьей о наказании за неисполнение требования о сообщении сведений о факте нарушения прав и законных интересов несовершеннолетнего; дополнить Уголовно-процессуальный кодекс Республики Казахстан статьей о надзоре ювенального суда за исполнением наказания и принудительных мер воспитательного воздействия, Гражданский процессуальный кодекс - о надзоре суда за исполнением решения по заявлению о помещении несовершеннолетнего в специальную организацию образования или организацию с особым режимом содержания.

Институты ювенальной прокуратуры и ювенальной адвокатуры Республики Казахстан в контексте ювенальной политики должны быть приведены в соответствие с международными стандартами по ряду параметров: правовой регламентации, кадровой политике, материально-техническому обеспечению, подготовки специалистов прокуратуры в области ювенального правосудия, обеспечения взаимодействия с органами в системе органов ювенальной юстиции. Коллегиям адвокатов необходимо обеспечить финансовую поддержку государства: материально-техническое оснащение, обучение (специализацию) адвокатов и социальных психологов, введение новых штатных единиц заведующего консультацией, психологов, систему оплаты труда.

Таким образом, в современный период основными направлениями совершенствования системы ювенальной юстиции в соответствии с общенациональной стратегией Республики Казахстан являются:

- поэтапное реформирование и модернизация действующего законодательства Республики Казахстан в области правового регулирования общественных отношений в сфере ювенальной юстиции на основе международных стандартов и фундаментальных принципов международного права в области прав несовершеннолетних;
- создание эффективной нормативно-правовой базы деятельности органов ювенальной юстиции на основе принципов юридической определенности и предсказуемости и пропорциональности ограничений;
- реформирование государственных и общественных институтов в области обеспечения и защиты прав и свобод ребенка в сфере ювенальной юстиции для приведения их в соответствие с международными обязательствами Республики Казахстан, передовой зарубежной практикой для повышения их эффективности;
- создание эффективных средств правовой защиты и процедур, регламентирующих взаимоотношения государства и человека на основе международно признанных концепций и принципов международного права в области прав несовершеннолетних;

- содействие правовому просвещению и формированию правовой культуры на основе уважения человеческого достоинства и приоритета обеспечения и защиты прав и свобод несовершеннолетних в Республике Казахстан.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Минимальные стандартные правила Организации Объединенных Наций, касающиеся отправления правосудия в отношении несовершеннолетних (Пекинские правила) // Сборник стандартов и норм Организации Объединенных Наций в области предупреждения преступности и уголовного правосудия. – ООН. – Нью-Йорк. – 2007. – 397 с.
2. Концепция правовой политики Республики Казахстан на период с 2010 до 2020 года, утвержденную Указом Президента Республики Казахстан от 24 августа 2009 года № 858 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://online.zakon.kz/document/?doc\\_id=30463139](https://online.zakon.kz/document/?doc_id=30463139)
3. Куттыгалиева А.Р. Возрастные периоды развития, как основания для определения и формирования конституционно-правового статуса несовершеннолетних // Вестник КазНУ. - 2011. - №5. - С. 96 - 103.
4. Конституция Республики Казахстан (принята на республиканском референдуме 30 августа 1995 года) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 23.03.2019 г.) . – [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://online.zakon.kz/document/?doc\\_id=1005029](https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1005029)
5. Отчет о деятельности уполномоченного по правам ребенка и ситуации по соблюдению прав детей в Республике Казахстан в 2016 году. – [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://balaombudsman.kz/wp-content/uploads/2018/02/>
6. Комментарий к Указу Президента Республики Казахстан «О Концепции развития системы ювенальной юстиции в Республике Казахстан на 2009-2011 годы» от 19 августа 2008 года № 646 / Казахстанская правда. - 28. 08. 2008. - С 3.
7. Опыт деятельности пилотных ювенальных судов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.inform.kz/ru/opyt-deyatel-nosti-pilotnyh-yuvenal-nyh-sudov\\_a2835872](https://www.inform.kz/ru/opyt-deyatel-nosti-pilotnyh-yuvenal-nyh-sudov_a2835872)
8. Баймахан Р.М. Ювенальная юстиция: уголовно-процессуальные аспекты: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук: Бишкек. – 2011. - 21 с.
9. Запесоцкий А.С. молодежь в современном мире: проблемы индивидуализации и социально-культурной интеграции [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.gup.ru/uni/rektor/molod\\_1996.pdf](https://www.gup.ru/uni/rektor/molod_1996.pdf)
10. Об утверждении второго и третьего сводного периодического доклада о реализации Республикой Казахстан Конвенции о правах ребенка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.adilet.gov.kz/ru/node/23775>
11. Конвенция о правах ребенка Принята резолюцией 44/25 Генеральной Ассамблеи от 20 ноября 1989 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/childcon.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/childcon.shtml)
12. Оценка достижений реформы системы ювенальной юстиции в Республике Казахстан. Региональное представительство ЮНИСЕФ в странах Центральной и Восточной Европы/ Союза независимых государств [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docplayer.ru/26758423>
13. Mutubayeva D.M., Kozhakhmetov G.Z. The legislation regulating the activities of juvenile courts in Kazakhstan // Вестник Карагандинского университета. Серия «Право». - 2019. - №1(93). – С.66-74.
14. Жетписбаев Б.А., Баймахан Р.М., Куттыгалиева А.Р. Система ювенальной юстиции Республики Казахстан / Под ред. д.ю.н., проф. Б.А.Жетписбаева. – Алматы: Издательство «NURPRESS», 2013. – 344 с.
15. Сулейменова Г. О перспективах создания системы ювенальной юстиции в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.zakon.kz/4757912-o-perspektivakh-sozdaniya-sistemy.html>

## REFERENCES

1. United Nations Standard Minimum Rules for the Administration of Juvenile Justice (Beijing Rules) // United Nations Crime Prevention and Criminal Justice Handbook. - UN. - New York. - 2007. -- 397 p.

2. The concept of the legal policy of the Republic of Kazakhstan for the period from 2010 to 2020, approved by Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated August 24, 2009 No. 858 [Electronic resource]. - Access mode: [https://online.zakon.kz/document/?doc\\_id=30463139](https://online.zakon.kz/document/?doc_id=30463139)
3. Kuttygalieva A.R. Age periods of development, as the basis for determining and forming the constitutional status of minors // Vestnik KazNU. - 2011.-№5. – P. 96 - 103.
4. The Constitution of the Republic of Kazakhstan (adopted at the republican referendum on August 30, 1995) (with amendments and additions as of March 23, 2019). - [Electronic resource]. - Access mode: [https://online.zakon.kz/document/?doc\\_id=1005029](https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1005029)
5. Report on the activities of the Commissioner for the Rights of the Child and the situation in respect of the rights of children in the Republic of Kazakhstan in 2016. - [Electronic resource]. - Access mode: <http://balaombudsman.kz/wp-content/uploads/2018/02//>
6. Commentary on the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan “On the Concept of Development of the Juvenile Justice System in the Republic of Kazakhstan for 2009-2011” dated August 19, 2008 No. 646 / Kazakhstanskaya Pravda. - 28. 08. 2008. - C 3.
7. Experience in the operation of pilot juvenile courts [Electronic resource]. - Access mode: [https://www.inform.kz/ru/opyt-deyatel-nosti-pilotnyh-yuvenal-nyh-sudov\\_a2835872](https://www.inform.kz/ru/opyt-deyatel-nosti-pilotnyh-yuvenal-nyh-sudov_a2835872)
8. Baymakhan R.M. Juvenile justice: criminal procedural aspects: abstract of the dissertation for the degree of candidate of legal sciences: Bishkek. - 2011. - 21 p.
9. Zapesotsky A.S. youth in the modern world: problems of individualization and socio-cultural integration [Electronic resource]. - Access mode: [https://www.gup.ru/uni/rektor/molod\\_1996.pdf](https://www.gup.ru/uni/rektor/molod_1996.pdf)
10. On approval of the second and third combined periodic report on the implementation by the Republic of Kazakhstan of the Convention on the Rights of the Child [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.adilet.gov.kz/ru/node/23775>
11. Convention on the Rights of the Child Adopted by General Assembly resolution 44/25 of November 20, 1989 [Electronic resource]. - Access mode: [https://www.un.org/en/documents/decl\\_conv/conventions/childcon.shtml](https://www.un.org/en/documents/decl_conv/conventions/childcon.shtml)
12. Assessment of the achievements of the reform of the juvenile justice system in the Republic of Kazakhstan. UNICEF Regional Office in Central and Eastern Europe / Union of Independent States [Electronic resource]. - Access mode: <http://docplayer.ru/26758423>
13. Mutubayeva D.M., Kozhakhmetov G.Z. The legislation regulating the activities of juvenile courts in Kazakhstan // Bulletin of the Karaganda University. Series “Law” .- 2019. –№1 (93). - P.66-74.
14. Jetpisbaev B.A., Baymakhan R.M., Kuttygalieva A.R. The juvenile justice system of the Republic of Kazakhstan / Under the editorship of a doctor of legal sciences, prof. B.A. Zhetpisbaeva. - Almaty: NURPRESS Publishing House, 2013. - 344 p.
15. Suleimenova G. On the prospects of creating a juvenile justice system in the Republic of Kazakhstan [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.zakon.kz/4757912-o-perspektivakh-sozdaniya-sistemy.html>



# МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ОХРАНЫ АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА ОТ ЗАГРЯЗНЕНИЯ

Тусупбекова С.К., Байсалова Г.Т.<sup>2</sup>, Мауяева С.Т.<sup>3</sup>

м.ю.н., руководитель Департамента по академической работе  
Казахского национального медицинского университета имени

С.Д.Асфендиярова, Казахстан, г. Алматы, e-mail: s.tussupbekova@kaznmu.kz

<sup>2</sup>к.ю.н., профессор Евразийской юридической академии имени Д.А.Кунаева, Казахстан, г.  
Алматы, e-mail: gulzira\_06041967@mail.ru

<sup>3</sup>м.ю.н., ст.преподаватель Казахского национального аграрного университета, Казахстан, г.  
Алматы, e-mail: sandugash\_01\_83@list.ru

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы концептуализации атмосферного воздуха как объекта правовой охраны. Под международно-правовой охраной атмосферного воздуха от загрязнения понимается осуществление субъектами международного права совместных мероприятий на основе норм международного и внутригосударственного права, регулирующих взаимные права и обязанности, вопросы ответственности участников международных договоров. Существующая ситуация неконтролируемого изменения состояния атмосферного воздуха обуславливает необходимость и срочность принятия практических мер по его защите, эффективной национальной и международно-правовой регламентации использования и охраны атмосферного воздуха от загрязнения.

**Ключевые слова:** атмосфера, воздух, право, охрана, механизм.

## ABSTRACT

This article discusses the conceptualization of atmospheric air as an object of legal protection. The international legal protection of atmospheric air from pollution is the implementation of joint activities by subjects of international law on the basis of international and domestic law governing mutual rights and obligations, issues of liability of parties to international treaties. The present situation of uncontrolled changes in atmospheric air makes it necessary and urgent to take practical measures to protect it, effective national and international legal regulation of the use and protection of atmospheric air from pollution.

**Keywords:** atmosphere, air, law, protection, mechanism.

## ВВЕДЕНИЕ

5 июня 2019 года представители правительств, промышленности, общественности и отдельные граждане по всему миру отметили Всемирный день окружающей среды, – крупнейшую в году платформу Организации Объединенных Наций для положительных действий на благо окружающей среды, содействуя глобальной информированности и принятию обязательств по охране нашей планеты (Ханчжоу, Китай) [1]. Девиз мероприятий - бой загрязнению воздуха. Актуальность Всемирного дня окружающей среды обусловлен рядом факторов. Ежегодно вследствие загрязнения воздуха в мире преждевременно умирает около 7 миллионов людей, из которых около 4 миллионов – в Азиатско-тихоокеанском регионе. Фактология о загрязнении воздуха содержит более чем тревожные аспекты: 92 % населения мира не дышат чистым воздухом; загрязнение воздуха ежегодно обходится глобальной экономике 5 триллионов долл. США в расходах на социальные нужды; согласно прогнозам, до 2030 года загрязнение приземным озоном приведет

к сокращению урожайности основных сельскохозяйственных культур на 26 %. В связи с этим актуализируется проблема правового регулирования охраны атмосферного воздуха от загрязнения. К всемирно известной кампании «Вдохнём Жизнь» – совместной инициативе ООН - Окружающая среда, Всемирной организации здравоохранения, коалиции "Климат и чистый воздух" и Всемирного банка, присоединились девять новых правительств национальных и городских уровней и взяли на себя обязательства по улучшению качества воздуха до безопасных стандартов до 2030 года. Вместе с новыми сторонами, принявшими обязательства, общее количество городов, регионов и стран, участвующих в кампании составляет 63 и охватывает 271,4 миллиона граждан по всему миру[1]. Данными обстоятельствами обуславливается актуальность исследования проблемы международно-правовой охраны атмосферного воздуха от загрязнения.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Правовой режим охраны атмосферного воздуха от загрязнения основывается на концептуальных подходах к рассмотрению юридического механизма охраны окружающей среды. Учитывая, что сама дефиниция - правовая охрана – не закреплена в законодательстве, в научной литературе предлагается множество вариантов понятия правовой охраны определенных объектов. По отношению к такому объекту как атмосферный воздух, определение правовой охраны имеет собственную специфику и представляет собой совокупность определенных средств и методов правовой регламентации и юридической защиты. Под международно-правовой охраной атмосферного воздуха от загрязнения понимается осуществление субъектами международного права совместных мероприятий на основе норм международного и внутригосударственного права, регулирующих взаимные права и обязанности, вопросы ответственности участников международных договоров. Правовой механизм охраны атмосферного воздуха от загрязнения рассматривается как комплексное юридическое средство достижения цели его сохранения и восстановления, предотвращения загрязнения, разрушения и иного вредного воздействия хозяйственной и иной деятельности и ликвидации ее последствий. Представляет интерес позиция, предлагающая в целом «под охраной (защитой) окружающей среды понимать комплекс международных, государственных, региональных и локальных административно-хозяйственных, технологических, политических и общественных мер по обеспечению социально-экономического, культурно-исторического, физического, химического и биологического комфорта, необходимого для сохранения здоровья человека» (Дискусар, [2, 23]).

В области международного сотрудничества воздушное пространство в ипостаси объекта правовой охраны позиционировано в качестве единого целого, поскольку источники загрязнения атмосферного воздуха носят трансграничный характер, нанося ущерб не какой-либо определенной территории одного государства, но и за его пределами. Соответственно первостепенное значение приобретают вопросы консолидации совместных мер планетарного масштаба в целях борьбы с загрязнениями атмосферного воздуха.

Предпосылкой для формирования института международно-правовой охраны атмосферного воздуха от загрязнения явилось принятие законов, предусматривающих защиту воздуха от загрязнения предприятиями в европейских странах: в Великобритании (1863г.), Нидерландах (1875 г.), Германии (1900 г.) и др.. Что касается мировой практики, то первым международно-правовым актом в области охраны атмосферного воздуха от загрязнения является Женевская конвенция о трансграничном загрязнении воздуха на большие расстояния 1979 года как результат деятельности Европейской экономической комиссии ООН. Именно этот документ концептуализировал основные понятия института правовой охраны атмосферного воздуха: «загрязнение воздуха», «трансграничное загрязнение воздуха на большие расстояния», определил основные цель и задачи, главные способы и средства достижения цели и выполнения задач. В рамках Женевской конвенции разработана и реализуется совместная программа действий, создан исполнительный и рабочие органы. Важное значение имеют принятые в последующие годы протоколы к конвенции, регламентирующие проблемы сокращения выбросов серы или их трансграничных потоков по

меньшей мере на 30 процентов (Хельсинки, 1985 г.); ограничения выбросов окислов азота или их трансграничных потоков (София, 1988 г.); по тяжелым металлам (Орхус, 1998 г.) и др.

Значительную роль в правовом регулировании вопросов защиты озонового слоя как важнейшей составной части воздушной среды на международном уровне выполняют на международном уровне Венская конвенция об охране озонового слоя 1985 г., Монреальский Протокол 1987 г., с учетом внесенных в них впоследствии изменений и дополнений. По сути, эти международно-правовые акты на протяжении многих лет являются основой правового механизма международно-правового регулирования защиты человека, атмосферного воздуха и в целом окружающей среды от разрушительных для озонового слоя аспектов его деятельности.

С проблемой международно-правовой охраны атмосферного воздуха напрямую связаны вопросы глобального потепления и парникового эффекта, оказывающих пагубное влияние на состояние озонового слоя. В связи с данной проблемой 9 мая 1992 г. в Нью-Йорке была принята Рамочная Конвенция ООН об изменении климата (вступила в силу 21 марта 1994 года). Высший орган конвенции – Конференция сторон – проводит периодический обзор обязательств Сторон и организационных механизмов, предусмотренных в Конвенции.

11 декабря 1997 года принят Киотский протокол к Рамочной конвенции ООН об изменении климата, ознаменовавший новую веху в деле защиты атмосферного воздуха: осуществлена первая попытка применения рыночных механизмов в международно-правовой регламентации охраны окружающей среды (торговля квотами на выброс парниковых газов). Положения конвенции и протоколов к ним императивны, оговорки не допускаются.

18-я Конференция ООН в 2012 году принимает протокол, продлевающий действие Киотского протокола (Катар, Доха), именуемый Дохинской поправкой 2012 года. В соответствии с Дохинской поправкой действие Киотского протокола продлено на второй период обязательств, а также зафиксированы обязательства государств по снижению уровня выбросов газов для определенного Киотским протоколом списка государств.

12 декабря 2015 года в Париже состоялась 21-я Конференция ООН: результатом работы конференции стало подписание 196 участниками нового международно-правового акта, заменяющего с 2020 года Киотский протокол (Парижское соглашение в соответствии с содержащимися в нем положениями предусматривает исполнение обязательств участников с 2021 года) [3].

В литературе встречаются противоречивые суждения об уровне эффективности Киотского протокола [4-13], однако неоспоримыми являются достижения мирового сообщества в период его действия: по данным на 2014 год, с момента вступления в силу этого протокола уровень содержания парниковых газов в атмосфере снизился на 22,6% (в сравнении с 1990 г.) [14]. В период действия Киотского протокола государства активизировали деятельность, что обуславливалось эффективным внедрением альтернативных источников энергии, оказанием содействия развивающимся странам в мерах по снижению выбросов парниковых газов. Анализ выявил положительные тенденции в процессе исполнения пунктов Киотского протокола, определяющей является тенденция добросовестного исполнения обязательств его участниками. Такие государства, как Япония, Норвегия, Испания, Швейцария, Австрия, Дания, Исландия, Лихтенштейн, Люксембург представили результаты, предвосхитившие установленные Киотским протоколом нормы снижения выбросов парниковых газов [15]. Киотский протокол по праву характеризуется как первое соглашение глобального уровня, касающееся проблем изменения климата [16].

Следует признать обоснованной позицию о том, «Парижское соглашение со структурной и институциональной точек зрения представляет новый тип соглашения, призванный закрепить инклюзивный, многосторонний подход к защите климата. ... Парижское соглашение несет признаки преемственности с более ранними инструментами глобальной климатической политики» [17]. В контексте Парижского соглашения предусмотрен новый международный экономический инструмент – механизм для содействия сокращению выбросов парниковых газов и поддержки устойчивого развития, так называемый механизм устойчивого развития (МУР). Механизм устойчивого развития является альтернативой механизма чистого

развития (МЧР) и инструментария совместного осуществления (СО), действовавших в рамках Киотского протокола. Характерная черта МУР - возможность участия в нем всех стран-членов Парижского соглашения вне зависимости от уровня их экономического развития. Государства участвуют в соглашении на условиях добровольности, необходимости одобрения проекта, невозможности двойного учета единиц снижения выбросов. Правовые механизмы реализации Парижского соглашения представлены более гибким инструментарием хотя бы с позиции возможности варьирования объемов обязательств в зависимости от обстоятельств [18].

Среди кардинально отличающихся положений Парижского соглашения от Киотского протокола – отсутствие квот на выброс вредных газов. Отныне в соответствии с принципами действия МУР альтернативой рыночным основам становятся усилия в направлении взаимовыгодной многосторонней кооперации. Характер контроля в рамках Парижского соглашения является «мягким», следовательно, данный фактор возможно отметить одновременно как преимущество (в части привлекательности для государств – подписано 197 государствами, ратифицировано 170 государствами) и как недостаток (отсутствие принуждения).

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

В исследовании обосновывается авторская систематизация международно-правовых мер охраны атмосферного воздуха от загрязнения, позволяющая проанализировать содержание правовой охраны атмосферного воздуха от загрязнения с позиции сущности и предназначения международного права. Выявлены основные тенденции международно-правового обеспечения охраны атмосферного воздуха от загрязнения. Проблема международно-правовой охраны атмосферного воздуха от загрязнения имеет солидный потенциал формирования и совершенствования международно-правовой базы. Парижское соглашение, разработанное и принятое большинством государств, последовательно развивает закономерности международного сотрудничества в борьбе за сохранение атмосферного воздуха от загрязнения.

## **ВЫВОДЫ**

Существующая ситуация неконтролируемого изменения состояния атмосферного воздуха обуславливает необходимость и срочность принятия практических мер по его защите, эффективной национальной и международно-правовой регламентации использования и охраны атмосферного воздуха от загрязнения. Проблема охраны атмосферного воздуха от загрязнения актуализируется на политико-программном уровне. Концептуальную основу правового механизма охраны атмосферного воздуха от загрязнения составляет применение экосистемного метода, что позволяет: осуществлять правовую охрану атмосферного воздуха от загрязнения исходя из приоритетного значения компонента воздуха; подойти к правовой охране атмосферного воздуха от загрязнения с точки зрения потребностей охраны среды жизнедеятельности человека и общества; определить правовые меры, необходимые и достаточные для устойчивого сохранения потенциала атмосферного воздуха для жизнедеятельности человека.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Во Всемирный день окружающей среды мир обращает внимание на проблему загрязнения воздуха. URL: <https://www.worldenvironmentday.global/ru/press-release/vo-vsemirnyy-den-okrzhayuschey-sredy-mir-obraschaet-vnimanie-na-problemu>.
2. Дикусар В.М. Международно-правовые проблемы охраны окружающей среды: дисс.докт.юрид.наук. – Москва, 2007. – 327 с.
3. Road-map for Talanoa Dialogue // GKToday. - URL: <https://currentaffairs.gktoday.in/tags/kyoto-protocol>

4. Victor D.G. The Collapse of Kyoto protocol: And struggle to slow global warming. New Jersey : Princeton University Press, 2001. 178 p.
5. Weiler R. Reading the Kyoto Protocol: Ethical Aspects of the Convention on Climate Change. Delft : Eburon, 2005. 224 p.
- 6 Massai L. The Kyoto Protocol in the EU: European Community and Member States under International and European Law. Berlin : Springer Science & Business Media, 2011. 431 p.
7. Kutney G. Carbon Politics and the Failure of the Kyoto Protocol. New York : Routledge, 2014. 248 p.
8. Brohe A. The Handbook of Carbon Accounting. Yorkshire: Greenleaf Publishing, 2016. 195 p.
9. Blau J. The Paris Agreement: Climate Change, Solidarity, and Human Rights. Berlin : Springer, 2017. 119 p.
10. Averchenkova A., Fankhauser S., Nachmany M. Trends in Climate Change Legislation. Northampton: Edward Elgar Publishing, 2017. 232 p.
11. Hanusch F. Democracy and Climate Change. London : Routledge, 2017. 288 p.
12. Kouchakji K. From Kyoto to Paris. San Francisco : BLURB Incorporated, 2018. 66 p.
13. Kameyama Y. Climate Change Policy in Japan: From the 1980s to 2015. London : Taylor & Francis, 2016. 218 p.
14. Kyoto Protocol 10th Anniversary // The UNFCCC secretariat. 2015. 13 February. - URL: <https://unfccc.int/news/kyoto-protocol-10th-anniversary-timely-reminder-climate-agreements-work>
15. Final Kyoto analysis shows 100% compliance // Sciencedaily. 2016. June 10. - URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2016/06/160610095034.htm>
16. Васильева Г.М. Киотский протокол в глобальном историческом контексте // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 439. С. 120-127. DOI: 10.17223/15617793/439/15 - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiotskiy-protokol-v-globalnom-istoricheskom-kontekste>
17. Вирт Д.А. Парижское соглашение: новый компонент климатического режима ООН // Вестник международных организаций. 2017. Т. 12. № 4. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnoe-upravlenie-v-sfere-izmeneniya-klimata-parizhskoe-soglashenie-novy-komponent-klimaticheskogo-rezhima-oon>
18. Maljean-Dubois S, Spencer Th, Wemaere M. The Legal Form of the Paris Climate Agreement: A Comprehensive Assessment of Options // CCLR. 2015. Vol. 68. P. 73.
19. Paris Agreement - Status of Ratification // URL: [http://unfccc.int/paris\\_agreement/items/9444.php](http://unfccc.int/paris_agreement/items/9444.php)

# ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ПЕШЕХОДОВ В УСЛОВИЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА В ГОРОДАХ

Денис Владимирович Ирошников,  
кандидат юридических наук, доцент, Россия, Российский университет транспорта,  
dv-iroshnikov@mail.ru

## АННОТАЦИЯ

В статье анализируются правовые основы обеспечения безопасности пешеходов в условиях использования таких транспортных средств, как сегвей, гироскутер, электросамокат, моноколесо и т.п. Повсеместное использование таких транспортных средств, особенно в крупных городах при движении преимущественно по тротуарам создает угрозу безопасности пешеходов.

На сегодняшний день в России пока еще законодательно не урегулировано применение таких транспортных средств, а судебная практика весьма противоречива. В этой связи необходимо комплексное правовое исследование данной проблемы.

На основе анализа нормативных и научных источников автором предлагаются направления изменения действующего российского законодательства в части регулирования вопросов использования индивидуального электротранспорта.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта № 19-011-00658 «Транспортная безопасность: теоретико-правовые основы, административно-правовые и уголовно-правовые средства обеспечения в Российской Федерации»

**Ключевые слова:** безопасность пешехода; безопасность дорожного движения; индивидуальный электротранспорт; электросамокат.

## ABSTRACT

The article analyzes the legal basis of pedestrian safety in the use of vehicles such as Segway, gyroscope, electric scooter, monowheel, etc. the Widespread use of such vehicles, especially in large cities when driving mainly on sidewalks poses a threat to pedestrian safety.

To date, Russia has not yet legislatively regulated the use of such vehicles, and judicial practice is very controversial. In this regard, a comprehensive legal study of this problem is necessary.

On the basis of the analysis of normative and scientific sources, the author suggests the directions of changing the current Russian legislation in terms of regulating the use of individual electric transport.

The research was carried out with the financial support of The Russian Foundation for basic research in the framework of the scientific project No. 19-011-00658 "Transport security: theoretical and legal foundations, administrative and criminal legal means of ensuring in the Russian Federation".

**Key words:** pedestrian safety, traffic safety, individual electric transport, electric scooter

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня в крупных городах мира активно используются такие транспортные средства, как сегвей, гироскутер, электросамокат, моноколесо и т.п.

При таком массовом использовании индивидуального электротранспорта в городах (с преимущественным движением по тротуарам) остро встает вопрос о безопасности других участников

дорожного движения, в частности – пешеходов. И уже зафиксированы случаи наезда на пешеходов, повлекшие вред здоровью разной степени тяжести.

На сегодняшний день правовой статус индивидуального электротранспорта определен в России и в мире весьма неоднозначно. Действующие российские правила дорожного движения специально не относят данные транспортные средства к какому-то отдельному виду транспорта.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В легальном определении пешехода, закрепленном в Правилах дорожного движения, фигурирует фраза, что «к пешеходам приравниваются лица... использующие для передвижения роликовые коньки, самокаты и иные аналогичные средства» [2]. Это дало основание Государственной инспекции безопасности дорожного движения занять позицию по признанию лиц, управляющих электросамокатами и иными аналогичными транспортными средствами пешеходами.

Однако на практике все не так однозначно. Как показывает анализ сложившейся судебной практики, на определение правового статуса лица, управляющего таким транспортным средством, влияют технические характеристики транспортного средства и в частности – мощность электродвигателя. То есть при определенных условиях электросамокат может быть признан мопедом. Однако и в данном отношении российская судебная практика не всегда однозначна. В одних судебных решениях электросамокат признается транспортным средством, а лицо, управляющее им, соответственно, водителем транспортного средства и привлекается к административной ответственности, другие же судебные решения идут по пути признания лиц, управляющих ими пешеходами.

При этом исходя из мощности данных транспортных средств, при определенных ее показателях (выше 0,25 кВт), данное транспортное средство теоретически можно отнести к мопедам, как и делают некоторые судьи. Под определение мопеда из Правил дорожного движения России теоретически могут попадать такие типы индивидуального электротранспорта, как сегвей, гироскутер и электросамокат. Однако, за скобками данного определения остается моноколесо, которое не подпадает под данное определение по количеству колес (поскольку мопед – это двух- или трехколесное транспортное средство). При этом моноколесо сегодня также весьма распространено в качестве индивидуального электротранспорта.

Безусловное признание, например, электросамокатов с двигателем, мощностью более 0,25 кВт мопедами влечет за собой то обстоятельство, что использование таких транспортных средств для движения по тротуарам и пешеходным дорожкам запрещено.

При этом нам представляется, что здравый смысл не позволяет обязать водителя электросамоката передвигаться по краю проезжей части. Малый диаметр колеса, неглубокий рисунок протектора покрышки, малый вес электросамоката, на наш взгляд, не позволяют безопасно эксплуатировать такое транспортное средство на дорогах общего пользования. Так, разлитое масло, грязь и слякоть на обочине дороги, камень или иные посторонние предметы на проезжей части, выбоины и неровности дорожного полотна, могут привести к опрокидыванию электросамоката, и наезду на его водителя других транспортных средств. Такая правоприменительная позиция скажется на безопасности водителей электросамокатов и подобных транспортных средств.

Авторы научной статьи «Разнообразие "пешеходов на колесах", новой проблемы для городов в 21 веке» отмечают, что быстрое распространение и растущая тенденция новых моделей пешеходной мобильности в городах наряду со слабой правовой ситуацией с точки зрения регулирования вызывает определенные проблемы. По их мнению, мобильные электронные транспортные средства наделяют

эксплуатирующего их человека промежуточным статусом между пешеходами и автомобилями [3, р. 360].

Исследователи предложили классификацию данных средств на основе их максимальной скорости, дистанции, веса и наличия опасных углов, которые могут нанести вред людям в случае аварии. В зависимости от этого планируется определить разрешенную зону их использования (тротуар, велосипедная дорожка, автомобильная дорога). В заключение научной статьи ученые предлагают законодательно урегулировать обучение лиц, управляющих данными транспортными средствами, в том числе получения водительских прав для управления некоторыми их типами, а также урегулировать их использование в зависимости от различных типов, в том числе место их использования (выделенная полоса движения, проезжая часть или тротуар) и максимальную скорости движения [3, р. 367].

Необходимо обратить внимание на опубликованный в 2017 году исследовательский отчет на тему «Правила и безопасность для электрических велосипедов и других маломощных транспортных средств», подготовленный компанией ViaStrada Limited, которая была нанята транспортным агентством Новой Зеландии для проведения данного исследования. Документ состоит из 182 страниц, включая графики, таблицы, схемы и диаграммы [5].

Относительно безопасности пешеходов комиссия приходит к выводу, о возможности улучшить дизайн пешеходных дорожек и улиц, чтобы свести к минимуму травмы из-за конфликтов с пешеходами или подъездными путями, опрокидывания, препятствий или плохого качества поверхности [5, р. 164].

В пояснительном меморандуме к Директиве Европейского Парламента о внесении поправок в Директиву по страхованию гражданской ответственности за использование механических транспортных средств, и исполнение обязательства по обеспечению от такой ответственности говорится следующее: «Новые виды транспортных средств, такие как электрические велосипеды, сегвеи, электрические скутеры, уже подпадают под действие Директивы. Использование этих новых типов электромобилей в дорожном движении может привести к несчастным случаям, жертвы которых должны быть быстро защищены и возмещены. Однако действующая Директива также предоставляет государствам-членам право освобождать такие транспортные средства от страхования гражданской ответственности транспортных средств, если они сочтут это необходимым» [1]. Таким образом, государства Евросоюза самостоятельно решают вопрос о необходимости страхования гражданской ответственности водителей индивидуального электротранспорта.

Сравнительно-правовой анализ зарубежных нормативных правовых актов и иных официальных документов показал, что общемировая тенденция, направленная на распространение использования индивидуального электротранспорта, заставляет государства принимать меры относительно правового регулирования такого использования. При этом решается данный вопрос в разных странах по-разному, общемировой практики пока не сложилось.

Особенно следует остановиться на вопросе проката индивидуального электротранспорта посредством мобильного приложения. Ведь когда лицо приобретает для себя электротранспорт, предполагается, что оно так или иначе ознакомится с его техническими характеристиками, с требованиями по его эксплуатации и нормами безопасности. Но взяв такое транспортное средство в прокат, на информирование потребителя уйдет гораздо меньше времени. В Москве такой прокат электросамокатов появился в 2018 году и сейчас он только набирает обороты. В качестве сравнительного анализа можно рассмотреть вопросы организации краткосрочной аренды самокатов в Хельсинки. В настоящее время в столице Финляндии эта услуга весьма распространена и ее масштабы значительно превышают аналогичные предложения в Москве.

По информации одного из крупнейших фирм, предоставляющих услуги такой аренды, пользователи арендованных самокатов в Хельсинки должны быть совершеннолетними в соответствии с инструкциями производителя. Компания отслеживает возраст арендатора, в том числе и через



платежи по банковским картам она принимает. На сегодняшний день рассматривается необходимость для пользователя отсканировать свои водительские права перед началом поездки на электросамокате, но такая практика еще не вступила в силу [4].

Министерство транспорта России подготовило проект изменений в действующее российское законодательство по вопросам использования индивидуального электротранспорта. Пока рано давать оценку проекту, так как он пока еще находится в самом первоначальном виде. Сегодня этот проект на общественном обсуждении и как раз в этот момент он нуждается в научной доработке.

## ВЫВОДЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день в России правовой статус индивидуального электротранспорта однозначно не определен, соответствующая правовая база его использования отсутствует, сложившаяся по данному вопросу судебная практика весьма противоречива, а в зарубежных исследованиях и законодательстве также не наблюдается единого подхода.

В этой связи представляется целесообразным внести соответствующие изменения в Правила дорожного движения, Федеральный закон «О безопасности дорожного движения» и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, в рамках которых детально урегулировать общественные отношения, связанные с использованием индивидуального электротранспорта, а именно:

1. Закрепить обобщающее понятие для таких видов транспорта, как электросамокат, сегвей, гироскутер, моноколесо и др. В этой связи предлагается понятие «индивидуальный электротранспорт». Нам представляется, что данное понятие с одной стороны – обобщит его виды (сегвей, моноколесо, электросамокат) и с другой – разграничит с иными транспортными средствами (автомобилями, мотоциклами и пр.).

2. Установить классификацию данных транспортных средств в зависимости от их типа, мощности электродвигателя, максимальной скорости и иных оснований. Такая классификация позволит приравнять по своему правовому статусу одни транспортные средства к велосипедам, другие – к мопедам, а третьи – к механическому самокату или роликовым конькам (то есть не признавать их транспортными средствами), а лицо, управляющее ими – к пешеходу.

3. Нормативно определить минимальный возраст для управления индивидуальным электротранспортом в зависимости от его типа.

4. Определить разрешенную территорию использования в зависимости от типа индивидуального электротранспорта (тротуары, велосипедные дорожки, парки, скверы и пр.). Нам представляется, что не следует допускать их использование на дорогах общего пользования в целях обеспечения безопасности водителей таких транспортных средств. Можно также предусмотреть ограничение максимальной скорости движения (например, при движении по тротуару).

4. Зафиксировать требования к производителям и поставщикам индивидуального электротранспорта об обязательном указании на транспортном средстве его мощности двигателя и (или) типа, а также возможно предусмотреть требования к минимальной комплектации (фонарь, отражатели и пр.).

5. Предусмотреть различные виды юридической ответственности на различных этапах приобретения, аренды и эксплуатации индивидуального электротранспорта, начиная от ответственности производителей и поставщиков таких транспортных средств, и организаций их проката, заканчивая ответственностью лиц, управляющих такими транспортными средствами как источниками повышенной опасности.

6. Для водителей некоторых категорий индивидуального электротранспорта возможно предусмотреть добровольное страхование гражданской ответственности путем внесения соответствующих изменений в законодательство о страховании.

Такие изменения законодательства должны стать основой правового обеспечения безопасности личности при использовании индивидуального электротранспорта, причем как водителей таких транспортных средств, так и пешеходов и иных участников дорожного движения, а также третьих лиц. Только комплексное правовое регулирование, основанное на детальном анализе возможных рисков, может предотвратить угрозы безопасности личности при использовании индивидуального электротранспорта.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Proposal for a Directive of the European parliament and of the council amending Directive 2009/103/EC of the European Parliament and the Council of 16 September 2009 relating to insurance against civil liability in respect of the use of motor vehicles, and the enforcement of the obligation to ensure against such liability. Brussels, 24.05.2018 COM (2018). 336 final. 2018/0168 (COD) // URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0008:FIN:EN:PDF>
2. Постановление Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 «О Правилах дорожного движения» // СПС «КонсультантПлюс»
3. Delfín Jiménez, Yolanda de la Fuente, Jesús Hernández-Galán. Diversity of "Pedestrians on Wheels", New Challenges for Cities in 21st Century // Studies in Health Technology and Informatics. 2018. Volume 256: Transforming our World Through Design, Diversity and Education.
4. Erika Åkman. Sähköpotkulaudat tulevat tänään kaikkien käyttöön Helsingissä – ja sen voi jättää melkein minne tahansa // Taloussanomat. 18.03.2019 г. URL: <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000006038969.html>
5. Lieswyn, J, M Fowler, G Koorey, A Wilke and S Crimp (2017) Regulations and safety for electric bicycles and other low-powered vehicles. NZ Transport Agency research report 621. New Zeland, 2017. 182 pp.

# LEGAL ASPECTS OF REFORMING THE PUBLIC SERVICE OF UKRAINE ACCORDING TO THE EUROPEAN STANDARDS

Vitalii Vasyliiev, Yulia Pazynich, Ukraine  
Dnipro University of Technology, Law Faculty  
[nataly.pozdn26@gmail.com](mailto:nataly.pozdn26@gmail.com)

Associated Professor, candidate of political sciences, Yulia Pazynich

## АННОТАЦИЯ

Целью данной статьи является системный анализ правовых проблем, возникших в процессе реформирования украинской государственной службы в соответствии с европейскими стандартами. Тема актуальна, новизна заключается именно в системном анализе правовых аспектов смены стандартов украинской государственной службы с бюрократически-распределительных на европейские. Сделаны выводы о настоящем состоянии реформ и выделены перспективные направления правовой доработки обеспечения процесса реформирования.

**Ключевые слова:** государственная служба, европейские стандарты, реформирование.

## ABSTRACT

The purpose of the article is to carry out the systemic analysis of legal issues which appeared in the process of reforming Ukrainian public service in accordance with the European standards. The theme is actual, the novelty is the systemic analysis of legal aspects for changing standards of Ukrainian public service from bureaucratic-distributing to the European ones. Conclusions have been drawn about the current condition of reforms and prospective directions for legal completion of the reformation process have been determined.

**Key words:** the public service, the European standards, reforming.

## INTRODUCTION

The actuality of this issue is grounded by the process of systemic reformation of the Ukrainian public service within the frames of bringing it in line with the European standards. The main issue of the present research is the analysis of the public service conformity which is being reformed to the needs of the civil society in Ukraine. At that the purpose is to analyze legal aspects in convergence of the current acting Ukrainian legislation and new legislative initiatives in accordance with the European standards. The methods of systematic analysis, content analysis of the legislative framework have been used in the research.

## BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

The process of carrying out social-economic transformations in the developed countries has always started with strengthening the public service.

Political changes in Ukraine, course for the European integration provided new opportunities for systemic reformation of the public service institutions in Ukraine, bringing it in line with the standards of the European Union. “The main purpose of adaptation is the creation of such service which could function properly based on professionalism, stability and political neutrality, utilizing the principles of transparency and clarity to citizens” [5, 11]. By signing the Association Agreement in 2014 between Ukraine and the EU (hereinafter referred to as Agreement), the country developed significant legal background for influencing the public service and the status of a public servant in Ukraine. The rule of law analysis in part I makes possible to appeal

to the need for changing the system of government administration according to the European standards dominated by the rules of law, lack of corruption, priority of European values in the process of implementing and protecting the rights of own citizens [2, 3].

Contemporary condition of reforming the public service in Ukraine takes place in the context of the implementation of the Law of Ukraine “On Civil Service” [3]. Furthermore it is worth focusing attention on legal aspects of bringing the new Law in line with the European norms. For the proper implementation of the Law, 40 by-laws, 16 orders of the National Agency of Ukraine on Public Service Issues have been passed. The European approach considers constant monitoring over the implementation of the Law and constant assessment of public service reformation. According to the estimates done by the National Agency of Ukraine on Public Service Issues the indisputable achievement in reforming includes the following steps. First of all it is the implementation of open contests for all open positions in public service, in the process where personal competence of the candidate for the job is evaluated. The number of government public workers in Ukraine reaches 233,648 people. The number of job vacancies available at the moment is 34,367. National Agency of Ukraine on Public Service Issues succeeded in creating one portal of vacancies in public service which is fully functioning. It is an essential marker of bringing Ukrainian standards in line with the standards of public service in Europe. Per se each Ukrainian citizen has access at any time to vacancies in public service in any area or region. Remarkably that if the vacancy is not filled within a year, according to the new Law it is automatically closed [3, 5]. In our opinion it is the first component of the informational system for managing human resources.

Moreover, in terms of law it is reasonable and convenient to divide all positions into political and administrative ones. For this purpose the institutions of the General Secretary of the Cabinet of Ministers and State Secretaries of Ministers have been created; their main task is to reform the ministries to increase quality and efficiency of work and implementation of the newest innovative managerial technologies.

Another significant legal achievement on the way of bringing the public service in line with the European standards is the implementation of the new model for paying salaries to public servants. It has been considered that the share of the salary is 73% and the incentive payments provide 27% of the total fund. It makes possible to develop healthy competition in the public service workers and create certain motivation to improve their quality of work.

Implementation of the legal system of mandatory public reports for heads of government is worth considering. This rule of law corresponds to the European standards. According to the letter of the Law, in the manner approved by the Cabinet of Ministers, heads of the government authorities report not only to the government workers and colleagues but also to mass media and the public. Thus, heads of the government bodies inform the society about the work which they carried out. Such reports directly influence the evaluation by their linear managers and material bonuses.

It is worth paying special attention to the “pre-reformation” of the human resources department in human resources management institutions; it follows the experience of the most advanced European countries. Unlike the human resources department, the management institutions are structural units which are not only responsible for accounting and implementation of a number of standards, but also for creating “ideology of professionalism and prestige” of public service and its workers. Best international coaches from Germany, Austria, the Netherlands, Great Britain and Poland have been invited to train workers of such divisions.

One more essential legal aspect of reforming the public service in Ukraine is the system of protecting the rights and interests of state workers. It includes the two-stage appeal and pre-trial appeal system which gives a real opportunity to defend and protect one's rights and interests.

Among the legal aspects which are prospective in the process of developing the regulatory framework and bringing it in line with the corresponding European standards, in the process of the secondary analysis we can emphasize the following: implementation of the norms of the law which could minimize political influence on the subjects of public service, increase in qualification and competence of members of competitive commissions, complete reformation of the preparation system, retraining and advanced training of public service employees. At this stage there is a project of Standard Educational Activity on Skill Development for Government Workers and Officials as well as the Typical Order of Assessing Results of Public Servants Performance [4].

## **CONCLUSIONS**

Thus, it is possible to conclude that the modern condition of reforming the public service in Ukraine provides an opportunity to overcome the obsolete stereotypes and gradually bring the legislation base in line with the European standards. The following initiatives have been determined and implemented in the legal field:

- open competitions for all vacancies in the public service;
- division of political and administrative functions;
- new pay model for public servants;
- public reports of heads of public authorities;
- information system for human resources management;
- creation of the personnel management service corresponding to the European standards.

For a complete solution to the problem of bringing the Ukrainian public service which is being reformed in line with the European standards and needs of the Ukrainian society it is required to:

- create the synchronized system of retraining and refresher courses for public servants by the European standards;
- create and implement the government program of public servants internship in the European Union countries;
- implement the norms of the Law which could provide minimal political influence on public servants;
- utilize methods and tools of the comparative law for assessing and monitoring the level of bringing the legislative Ukrainian base in line with the European standards.

In any case nowadays the legal reformation of the public service sector can be considered as positive.

## **REFERENCES**

1. The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine (2015), Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine "On the Program of the Government of Ukraine", available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/26-19> (Accessed 11 December 2015)
2. The official website of the Cabinet of Ministers of Ukraine (2014), "The Agreement on Association between Ukraine, on the one hand, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their Member States, of the other part", available at: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00\\_UkraineEU\\_Association\\_Agreement\\_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_UkraineEU_Association_Agreement_(body).pdf) (Accessed 25 September 2015) .
3. "On Civil Service". The Law of Ukraine as of 10 December 2015 #889-VIII [Electronic source]. - Mode of access: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.

4. On Approving the Typical Order of Assessing Results of Public Servants Performance: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine as of 23 August 2017. # 640 [Electronic source].- Mode of access: [http://search.ligazakon.ua/I\\_doc2.nsf/linkI/KP170640.html](http://search.ligazakon.ua/I_doc2.nsf/linkI/KP170640.html).
5. Public Service in Ukraine: ways of reforming and staffing: Methodological materials // Edited by: PhD, Professor O.P. Yakubovskiy. – Odessa, 2005. – 28 p.

# GLOBAL LEGAL LINGUA FRANCA: ARE THERE ANY ALTERNATIVES

Dr. paed, **Irina Popova**, Mg. philol, **Karina Svikle**,  
BIA, Foreign Languages Department, Latvia  
irenepopova@hotmail.com

## ABSTRACT

The article reveals some criteria which a legal language needs to fulfil in order to be considered as legal *lingua franca* and analyses applicability of several optional languages that may serve as alternative replacement of the current global language of communication in the sphere of law. The article also provides particular reasons that support the necessity of *lingua franca*.

## АННОТАЦИЯ

В данной статье обуславливается необходимость в юридическом *lingua franca*, а также рассматриваются критерии, при которых юридический язык мог бы стать юридическим *lingua franca*. В статье также рассматриваются несколько вариантов языков, которые могли бы стать альтернативными языками глобальной коммуникации в сфере права.

**Key words:** alternative EU languages, criteria for a global legal *lingua franca*, legal English.

Legal *lingua franca* can be generally characterised as a common language that unites different legal orders and enhances essentially their functioning. Husa [2] sees legal *lingua franca* as a common non-territorial language with a shared epistemology or “legal grammar”, by latter meaning a set of rules applicable anywhere within the respective commune. In other words, *lingua franca* is considered as a form of language for special purpose which has to be developed artificially and is supposed to enforce certain set of standardised legal rules.

There have been many debates over the reasons for establishing legal *lingua franca* and possible benefits. For instance, the EU is positioning global legal *lingua franca* as a “vehicle of science and international disciplines (and guarantees people mobility)” [1] and claims that its main function is strengthening EU identity, facilitating EU citizenship and promoting Europeanisation. Moreover, establishing of official global legal *lingua franca* would allow for resolving language-related problems that might arise at the legal arena of the EU due to linguistic reasons. This would work effectively in cases of disputable interpretation legislative acts or in European Courts’ contexts: official global legal *lingua franca* would be given a higher priority, which would allow for elimination of misinterpretations, errors, vague provisions, etc. Besides, it would eliminate sensitive issues of “second division” languages, since official global legal *lingua franca* will become a primary working language of the EU [1].

However, there are 23 official languages in the EU and even more languages in the world. Therefore, the choice of a candidate for a global legal *lingua franca* is disputable and sensitive. Particular criteria have been forwarded to evaluate applicability of candidate languages for undertaking a role of global legal *lingua franca*. These criteria propose that a candidate language should be of pan-European character, namely, include something familiar for every European citizen; should have ethnic neutrality, namely, it cannot be tied by a single country; should be highly hybrid, namely, be highly tolerant to accept new words; should be a living, namely, a widely spoken language [1]. Moreover, simply acquirable morphology, namely, minimal inflectional morphology, non-tonal phonology, and a non-logographic script, is of essential importance; “sociocultural content and economic promise”, as well as uncontrolled development, and critical mass also matter [4].

The author of this article suggests paying attention also to the aspect of availability to public, namely, how comprehensible and understandable the language is; to the aspect of prerequisites for usage, namely, what preliminary skills and competences are needed to use this language; to the aspect of additional means that establishment and integration of a particular global legal *lingua franca* might demand for.

The candidates suggested by Gobbo [1] are English and Latin, as well as such auxiliary languages as Esperanto, Ido, Interlingua. General purpose of international auxiliary languages is to ensure effective international communication. However, the first cornerstone is that international auxiliary languages are not widely spoken languages. This argument makes Esperanto, Ido and Interlingua unsuitable for a role of global legal *lingua franca*. As Pym [8] claims, the current “pragmatic hierarchy” of global European languages is led by English, followed by French and then, increasingly, German. Thus, in addition to English, the author of this article proposes to put provisionally on the list of Gobbo several more European languages like German, French, Latvian, and analyse their suitability.

### **Latin**

Recently and in particular owing to the EU, the usage of Latin legal terms, e.g. *factum*, *pactum*, *ratio*, expressions, e.g. *ad hoc*, *a priori*, and abbreviations in legal context has significantly increased. The European Court of Justice can boast also of newly created Latin terms, e.g. *Societas Europaea*; *fumus boni iuris* [9]. Latin terms potentially eliminate risks of misinterpretation since they present a meaning which is fixed in the language. Thus, Latin facilitates understanding of legal concepts and eases communication. Moreover, the Latin language satisfies the requirement of pan-European character and hybridness [1], since Latin is a basis or a significantly influential catalyst nearly for every language of the EU. Moreover, it does not belong to a particular ethnos. That makes Latin a suitable candidate for a global legal *lingua franca*.

However, usage of Latin has also its drawbacks. First of all, only a limited group of users have a good command of Latin, because this language does not truly belong to a living ethnos and currently is used in particular domains only. Moreover, a clash of conceptual meaning exists also in Latin concepts. E.g. the term *exitus* comes from the Latin *exire*. In the civil law, it signifies “the death”; dictionaries of the common law define it as “the children, offspring; the rents, issues and profits of lands and tenements; an export duty; the conclusion of the pleading” [9]. Thus, based on the above, Latin does not have a sufficient potential to become a global legal *lingua franca*, since it does not comply with the formulated requirements. Latin would not be capable to provide the means which are necessary in order to adjust the supranational multilingual system of the EU to all its member states and to eliminate cultural differences between legal systems and consequential clash of conceptual meaning.

### **German**

Examining other suggested candidates, let's start with German. Historically, German used to be one of the languages spoken by the Holy Roman Empire. Later on, a status of legal German suffered several modifications, and until recently German was widely spoken in Eastern Europe and the Baltic region. Today it is one of the official working languages of the EU; however, “[i]n contrast to French and English, German is not an international language outside Europe” [6]; besides, its social prestige is declining [4]. These factors make German unsuitable as a global legal *lingua franca*.

Next, German *Bürgerliches Gesetzbuch* (Civil Code) is based on Roman law and was used as a basic for development of respective Nordic legal orders. Yet national trends towards usage of “Germanised” vocabulary [6] even for Latin-based terminology also obstruct potentials of German to function as a global legal *lingua franca*. Another distinctive feature of legal German is its tendency towards “conceptual hierarchisation” [6]. For instance, as Matilla exemplifies the concept of *Rechtsgeschäft* - this concept is not familiar to a common law, which understands this term as a mixture of different concepts like “legal act”, “act in law”, “legal transaction” [6]. German is viewed also as too conventionalized, in a way conservative and tradition-keeping language that opposes rapid and drastic changes [4]. Totality of all these aspects undermines German's potential for occupying a position of legal *lingua franca*.

### **French**



Another candidate language is French. French represents one of the biggest world ethnic groups, besides French is an official working language of the EU. Historically, French is a language of prior colonial regime in Africa and a language of Napoleon's Civil Code that served as a basic, as well as international means of legal communication during the Age of Enlightenment. Legal French utilises Roman law and Latin and Greek-based terminology - due to these reasons, French has also developed close relationships with legal languages of Romanian countries. Today, French is widely used by international organisations [6]. Besides, French has significantly impacted legal English: such French-origin terms as "agreement", "chattel", "guarantee", "tort", "trespass", are still actively used in legal English.

The attitude of French language specialists towards neologisms is "cautious" [6] and French is not as flexible and tolerant towards constantly updating lexis as a global legal *lingua franca* would need to be. Besides, the factor of popularity of language matters because "behind English, people are choosing to learn German and Russian. Knowledge of French as a foreign language is low" [12]. Finally, English-French legal false friends, e.g. "control" in English (meaning "to command") and *contrôler* in French (meaning "to check") [7], present particular difficulties for users and may give a rise to international misinterpretations in the multilingual environment like that of the EU; therefore, false friends demand for extreme caution while using.

### **Latvian**

Next, the Latvian language theoretically could opt for a position of global legal *lingua franca* because its linguistic structure is similar to that of German which is related to Latin; moreover, Latvian legal system "speaks" the language of the civil law, its terminology is Greek and Latin-based [10] and its concepts are majorly based on the German Civil Code. However, there are particular reasons which prevent Latvian language from taking a position of global legal *lingua franca*; those reasons are the following: ethnic-dependency, relatively small territory of usage and number of speakers; inflexibility towards new lexis and intolerance towards borrowings. Moreover, integration of Latvian as global legal *lingua franca* would demand for excessive amount of additional means and measures for ensuring the necessary level of proficiency of concerned target audience.

### **English**

Currently, English is functioning as *de facto* global language [3]. Its usage has obvious advantages. Particular advantage is demonstrated by ethnic independency - English, in a form it is used globally now, has seized belonging to one particular ethnos and has become a property of many non-native speakers. Moreover, it is available to non-native speakers via various study materials, tutorials, etc. Using of English does not have any particular pre-requisites; besides, if English is adopted as an official global *lingua franca* for law, further integration of this global legal *lingua franca* does not demand for extraordinary objectives or means. Also, English is very flexible and tolerant towards accepting new lexis from every contact culture. These factors suggest that English is a good choice for a global or so-called mediating language.

A global legal *lingua franca* must be highly functional, namely, it should try "not to "distort" original forms and not to introduce irregularities" [1]. This is another beneficial argument for English as a global legal *lingua franca*. In comparison to Latin, German, French, English is more capable of preserving untouched original forms due to its analytic structure. However, notwithstanding the above mentioned, there are still particular reasons which prevent English from successfully overtaking a position of global legal *lingua franca*. There are certain challenges that English as a global legal *lingua franca* presents. For instance, Ristikivi [ 9] points out that:

English is probably the most inadequate language to apply as a legal *lingua franca*, because legal English is a language of Common Law. (...) Neither English, nor legal translation can compensate for the lack of a neutral common ground for international legal communication in Europe.

These challenges are based on the lack of basic common legal cultures and result in differences of concepts. Besides, as claimed by Spichtinger [11], English is potentially "a medium and subject of global misunderstanding". There are several reasons for that. First of all, every language has a so-called "comfort

zone”, and for the English language it means using of English in Englishspeaking countries. Consequently, the further the language goes, the riskier and misleading its usage becomes. Language does not function as a standalone element; it is bound to culture, traditions, and other sociolinguistic factors. Usage of language is utmost effective and productive, when language is used in legally and linguistically natural environment. Another reason is a lack of supervising authority for language development. A language needs an authority supervising its development (foreignisation and domestication tendencies, overusage of loans, etc.). Although language is a living being and it is not advisable to impose strict control over it, particular efforts are needed to streamline its general development; otherwise, language develops chaotically. For instance, the Latvian language has an authority that supervises it (e.g. State Language Centre; Terminology Commission of the Latvian Academy of Science), yet there is no authority that would streamline and control the development of the English language. Considering that legal domain needs utmost precision and accuracy, the above mentioned reason makes us reconsider current and future potentials of effectiveness of usage of English as a global legal *lingua franca*.

Next reason why English currently cannot function effectively as a legal *lingua franca* is the absence of common European legal culture [5]. This factor significantly abstracts creation of a single language, since there is no unity of the grounds which could be used for the establishment of such *lingua franca*. The legal culture of the EU is established for accommodating all the legal systems of the EU member states’; however, this legal culture is still highly diverse. Preservation and respect for diversity might be seen as one of the priorities of the EU, yet it does not work effectively for the legal language. Since effective legal language needs to be associated with a legal culture, a challenge arises to establish a new and united legal culture of Europe.

Consequently, the question regarding possible alternatives for global legal *lingua franca* arises. Two possible alternatives come into mind: either to promote and popularise another language as a global legal *lingua franca* or, in order to avoid linguistic and political competition, to establish a new global legal *lingua franca*. The first alternative suggests choosing another legal *lingua franca* that would function more effectively at the legal arena of the continental and insular Europe. In theory, the German language or the Nordic language might function as alternative *lingua franca* for the continental civil law, because these languages “speak” respectively German law or Nordic law (originating from German law, which in its turn serves as a basis of the continental civil law). Besides, such choice would be highly favourable for Latvia, because German and Latvian are linguistically similar and both are based on codified Roman law; therefore, their concepts are also relatively similar. Yet German would not work as a global legal *lingua franca* for the common law countries of Europe.

In addition, establishment of effective global legal *lingua franca* demands for a period of practical validation and research. Candidate languages must also meet particular requirements regarding availability and suitability of language and its practical usage.

## BIBLIOGRAPHY. SOURCES

1. Gobbo, F., “May European Union adopt a Lingua Franca? English vs. International Auxiliary Languages (IALs) pros and cons”, paper presented at LGC Conference 2005, July 8, Cardiff, [https://www.academia.edu/316247/May\\_European\\_Union\\_adopt\\_a\\_Lingua\\_Franca\\_English\\_vs.\\_International\\_Auxiliary\\_Languages\\_IALs\\_pros\\_and\\_cons](https://www.academia.edu/316247/May_European_Union_adopt_a_Lingua_Franca_English_vs._International_Auxiliary_Languages_IALs_pros_and_cons) Last visited: December 10, 2019.
2. Husa, J., “Understanding Legal Languages - Concerns of the Comparative Lawyer”, *The Role of Legal Translation in Legal Harmonisation*, Amsterdam, 21 January 2011, conference paper. Available as unreleased publication, pp.8-9.
3. Kalinnikov, K. “Russian Should Have Status of Working Language in EU”, 4 November 2011. Available at: <http://rt.com/politics/status-working-language-eu-561/>. Last accessed: December 10, 2019.

4. Lengeling, D., "Common Law and Civil Law - Differences, Reciprocal Influences and Points of Intersection", Toronto / Siegen, 2008, <https://www.scribd.com/doc/73540513/Difference-Between-Civil-and-Common-Law>, Last visited: December 10, 2019.
5. Lopez-Rodriguez, A.M., "Towards a European Civil Code Without a Common European Legal Culture? The Link Between Law, Language and Culture", *BROOK. J. INT'L L*, Vol. 29:3, 2004, pp.1195-1220.
6. Mattila, H., *Comparative Legal Linguistics*, Aldershot, Ashgate Publishing Limited, 2006.
7. *Oxford Language Dictionaries Online*, "False friends (faux amis)". Available from: <http://www.oxfordlanguagedictionaries.com/>. Last visited: December 10, 2019.
8. Pym, A., "The European Union and Its Future Languages. Questions for Language Policies and Translation Theories", *Across Languages and Cultures* 1/1 (2000), pp.1- 17.
9. Ristikivi, M., "Latin: the Common Legal Language of Europe?" *Juridica International*, 2005, No. 1, pp.199-202, at p.201.
10. Skujina, V., "Vitality of Latin and Greek Word-Elements in the Modern Interlingual Term-Building Processes", Available at: <http://www.vvk.lv/index.php?sadala=216&id=735>. Last visited: December 10, 2019.
11. Spichtinger, D., *The Spread of English and its Appropriation*, Master Thesis. University of Vienna, 2000. Available from: <http://spichtinger.net/Uni/sp-dipl3.pdf>. Last visited: May 9, 2012.
12. The Telegraph, "English Becomes Europe's Second Language", 4 October 2010. Available at: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/8041916/English-becomes-Europes-second-language.html> Last visited: December 10, 2019.

**PSIHOLOGIJA**

**ПСИХОЛОГИЈА**

**ПСИХОЛОГИЈА**

---

# MŪSDIENU NEVERBĀLĀS KOMUNIKĀCIJAS PROBLĒMAS: ACIS KĀ GALVENAIS FAKTORS VEIKSMĪGA BIZNESA KOMUNIKĀCIJĀ

**Aija Rieksta, Latvija**, Baltijas Starptautiskā Akadēmija, Rīga,  
Cilvēku resursu vadīšana,  
e-pasts: [Aija.Rieksta@gmail.com](mailto:Aija.Rieksta@gmail.com)  
Darba vadītāja: Prof., Dr.paed. Anna Tatarinceva

## ANOTĀCIJA

Aijas Riekstas darbā „Mūsdienu neverbālās komunikācijas problēmas: acis kā galvenais faktors veiksmīga biznesa komunikācijā”, autore ir izvirzījusi mērķi pētīt neverbālās biznesa komunikācijas problēmas teorijā un praksē Baltijā, precīzāk: kādas zināšanas par neverbālo komunikāciju tiek izmantotas mūsdienu uzņēmējdarbības pārrunās, kā arī tiek pētīta acu skatienu valoda, kas ir galvenais faktors veiksmīgā neverbālā uzņēmējdarbības komunikācijā, jo komunikācijas izmaksas ir aprēķināmas.

## ABSTRACT

In Aija Rieksta's work “Contemporary Problems of Non-verbal Communication: Eyes as a Key Factor in Successful Business Communication”, the author has set the goal to study non-verbal business communication problems in theory and practice in the Baltics. the language of sight, which is the key to successful non-verbal business communication, according to the author, because the cost of communication is calculated by calculating how much money is spent on the communication process.

**Atslēgas vārdi** - acu skatiens, biznesa komunikācija, biznesa komunikācijas distance, Baltijas mentalitāte.

## IEVADS

Problēma – veiksmīgas komunikācijas veicināšana, jo noslēgtība Baltijas uzņēmējiem ir viens no būtiskākajiem faktoriem neveiksmīgas uzņēmējdarbības komunikācijā.

Aktualitāte – Baltijas mentalitāte kā būtiska problēma mūsdienu biznesa komunikācijā.

Mērķis – pierādīt, ka zināšanas par acīm un acu skatienu ietekmi biznesa komunikācijā, ir būtiskas, veiksmīgā mūsdienu uzņēmējdarbības komunikācijā Baltijas valstīs.

Pētījuma metodes –

- Reālas vides novērošana
- Veiksmīgu biznesmeņu intervijas
- Ekonomiska analīze ar kvalitatīvo pieeju (veiksmīgas neverbālās biznesa komunikācijas rezultāts ar neverbālās komunikācijas zināšanām - kursiem)
- Aptauja
- Tests
- Autores veiktie speciālie uzņēmēja apsekojumi ( fotogrāfijās: žurnālos, internetā) un uzņēmuma mārketinga pētījums;
- Monografiska metode: periodiskie izdevumi, internets;
- Uzņēmējdarbības reklāmas materiāli salīdzināšanai.

Darba pozīcijas – neverbālā biznesa komunikācija, Baltijas mentalitāte, acu žesti

Autores viedoklis ir, ka acu komunikācijas efektivitāti var aprēķināt. „Tiešās komunikācijas izmaksas aprēķināmas, izskaitļojot, cik naudas tiek iztērēts saziņas procesa nodrošināšanai: kancelejas precēm, dokumentu kopēšanai, printēšanai un skenēšanai, interneta izmantošanai, telekomunikācijām utt. Papildus tiek ņemts vērā laiks, kas nepieciešams informatīvo ziņojumu un dokumentu izstrādāšanai, prezentāciju sagatavošanai un realizēšanai, sarunu organizēšanai u.tml. Ja šīs darbības veiktas mērķtiecīgi un kvalitatīvi, ieguldītie līdzekļi atmaksājas. Cita situācija izveidojas, ja starp komunikācijas procesa dalībniekiem kaut kādu iemeslu dēļ rodas pārpratumi un nesaprašanās, kas noved pie papildu jeb t.s. neveiksmju izmaksām. Visai sarežģīti precīzi aprēķināt “neveiksmju” izmaksas komunikācijā, taču tas pastāv. Piemēram, ja strādnieks būs nepareizi sapratis pieļaujamo noviržu lielumus detaļu apstrādē, viņa kļūda tiks pamanīta daudz par vēlu. Iespējams, ka pat tajā brīdī, kad puse vajadzīgā pasūtījuma jau būs izpildīta. Tātad šis detaļu skaits jānoraksta zaudējumos. Ja vēl ņem vērā to, ka pasūtītājs vēlas saņemt piegādi paredzētajā laikā, izveidojusies situācija vienlaikus varētu nozīmēt termiņu nokavēšanu, tālāk – pakāpenisku reputācijas zaudēšanu. Arī neveiksmīga prezentācija var radīt gluži pretēju efektu – nevis samazināt distanci ar sadarbības partneriem, bet tiesi otrādi - to palielināt.” [Ilona Ezera. Lietišķā komunikācija. Multineo, 2007., lpp. 12.]

Biznesa komunikācijā acu žestiem ir liela nozīme. „Žestus un sejas izteiksmi, pozas un kustības mēdz tulkot dažādi, turklāt jāņem vērā tautības, kultūras un individuālas izturēšanās veida noteiktās atšķirības. Skeptiķi uzskata, ka ķermeņa valoda ir pārlietu sarežģīta, lai uz tās novērojumu pamata izdarītu drošus secinājumus. Īpaši sabiedrībā, kurā sajaukušās daudzas rases un kultūras. Kā piemēru šim apgalvojumam var izmatot tieša acu skatiena dažādo uztveri. Daudzi eiropieši uzskatīs par meli sarunu biedru, kurš izvairās raudzīties acīs; daži pieņems, ka viņš ir nervozs vai nekaunīgs. Savukart citas kultūras tiešs acu kontakts tiek uzskatīts par izaicinājumu, tāpēc tur pieklājīgs cilvēks raudzīsies sāņus, ja viņu uzrunās augstaka vai gados vecāka persona. Tātad šis ir viens no signāliem, kuru nedrīkst skaidrot vienādi visās situācijās. Nežēlojiet pūles, lai iemācītos lasīt mīmiku un žestus; klausieties ar acīm.” [Ričardss Denijs. Prasme sazināties un uzstāties. Jaņa Rozes apgāds, 2002, lpp. 56.]

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ

### Pētījuma rezultāti:

2019. gada novembrī tika veikta Latvijas uzņēmēju aptauja klātienē/neklātienē ar mērķi novērtēt Latvijas uzņēmēju attieksmi pret neverbālo komunikāciju un saprast neverbālās komunikācijas iespējas un zināšanu nepieciešamību Latvijā. Aizpildot anketu respondenti atzīmēja savu saikni ar neverbālo komunikāciju. Sekojoši, respondenti tic neverbāliem signāliem - 77%. Neverbālās komunikācijas novērtējumam darba autore vēlējas izprast uzņēmēja vispārejo attieksmi pret neverbālo komunikāciju. Tādēļ respondenti varēja izvēlēties savu variantu, kas nosaka viņu attieksmi. Respondentiem tika doti vairāki atbilžu varianti, jo darba autore uzskata, ka uzskaitot visus neverbālās komunikācijas signāļus ir iespējams uzzināt svarīgāko.

Mīmika un žesti ir runas papildinājums, piekrīt 46% respondenti. Uzņēmēji tic neverbāliem signāliem – 69%. Sasveicinoties ar labiem draugiem, apķer viens otru 62%, bet rokasspiedienu nedominē, kas ir noteicošais tikai biznesa vidē. 50/50 respondenti atzīmē, ka sievietes sejas mīmikas ticamība ir tāda pati kā vīriešiem. Acu krāsa neko nenozīmē 77% respondentiem. Sejas mīmiku var kontrolēt, atzīmē 46% respondentu un 54% respondentu atzīst, ka mazliet iespējams kontrolēt sejas mīmiku. Stresa situācijā respondents „runā” ar vārdiem – 69%. Neverbālā komunikācija rodas vides ietekmē – 77%. Sarunājoties, iejūtas partnera „ādā” 38%, un modele sarunpartnera reakciju – 38%. Vizuālais kontakts palīdz regulēt sarunas gaitu, ja skatas acīs – 69%, ja novēršas – 23%. Ja sarunu partneris novērš acis, tas nozīmē, ka sarunu partneris ir nepārlicināts – 69%. Ņemot vērā, ka, uzņēmēju attieksme pret neverbālo komunikāciju ir augsti pozitīva, tad darba autore uzskata, ka tiek pierādīts neverbālās komunikācijas jautājums. Pētījuma ticamība ir ar konkrētiem uzņēmējiem veiktā aptauja, iespējams, cita auditorija atbildētu mainīgi, to arī pierāda šī aptauja, ka vide ietekmē uztveri.

Neverbālās komunikācijas novērtējumā darba autore vēlējās pārliecināties par visizteiksmīgāko ķermeņa daļu un 92% respondentu atzīst, ka tās ir acis. Arī pats respondents uzskata, ka, no viņa ķermeņa daļas, pēc paša vērtējuma, acis ir visizteiktākās – 69%. Vispirms uzmanība sarunbiedrā tiek pievērsta acīm, to atzīst 62% respondentu.

Darba autore uzskata, ka šī pētījuma ietvaros ir nepieciešams pētījums par acīm, kas tiek veikts ar anketu Nr.2.

Analizējot respondentu sniegtās atbildes uz šo jautājumu, darba autore secina, ka starp respondentiem lielāko daļu pārstāv cilvēki, kuri žestus izmanto kā runas papildinājumu. Pēc tam ierindojas signāli, kas nāk no pieredzes.

## SECINĀJUMI

1. Neverbālā komunikācija nav jaunvārds, bet tikai pēdējos gados cilvēki arvien vairāk tam pievērš uzmanību.
2. Attīstās tehnoloģijas un uzņēmējdarbībā komunikācija pārsvarā notiek elektroniski un telefoniski, bet nopietnie sadarbības līgumi tomēr tiek noslēgti klātienē: aci pret aci.
3. Saskarsmē, kad mērķis ir ietekmēt partnera uzvedību, Latvijas uzņēmējs skatās acīs biežāk.
4. Latvijas uzņēmējiem sarunas laikā vairāk dominē aizsardzības poza, bet arī uzbrukošā poza.
5. Komunikācijā Latvijas uzņēmēji neizmanto manipulāciju ar žestiem. Analizējot sīkāk respondentu iesniegtos datus, tika noskaidrots, ka stereotipus par atbalstu komunikācijas procesam izvēlējušies aptaujātie ar salīdzinoši zemāku izglītības līmeni.
6. Latvijas uzņēmēji komunikācijā paļaujas uz atmiņu un pieredzi, lielākā daļa, tie ir 50% procenti aptaujāto, kas minēja, ka paļautos uz savu pieredzi ir respondenti, kas ieguvuši augstāko izglītību. Respondentiem ar profesionālo izglītību un tiem, kas norādīja pie izglītības „cita”, atbilžu varianti ir dažādi, līdz ar to nav tik tendenciozi.
8. Kas attiecas uz dzimumu iedalījumu, tad sievietes vairāk nekā vīrieši izvēlētos komunikācijā paļauties uz citiem dalībniekiem. Savukārt vīrieši biežāk nekā sievietes izvēlētos žestu valodu.
9. Komunikācijas process ir nepārtraukts un sarežģīts, kuru ietekmē dažādi apstākļi, piemēram, vide, kurā atrodas komunikācijas dalībnieki, veids kā informācija tiek nodota, u.c.
10. Ikviena komunikācijas procesa komponenti ir ziņojuma sūtītājs, ziņojuma saņēmējs, ziņojums un veids, kādā ziņojums tiek nosūtīts. Līdz ar to, mērķtiecīgas komunikācijas gadījumā komunikācijas partneri apzinās cits cita klātbūtni un kontrolē sūtītos signālus.
11. Pavērojot cilvēkus, kas satiekas darījuma slēgšanas brīdī, pēc ķermeņa valodas ir noprotamas hierarhiskās attiecības. Tuvī draugi vai seni darba kolēģi izvēlas tuvas distances un viņu komunikācija ir nesaaspringta. Var novērot, kurš izskatās atbrīvoti un ērti, kurš izskatās sasprindzis un nemierīgs. Tāpat arī atšķiras mazu un lielu uzņēmumu personāžu komunikācija.
12. Skatoties acīs ilgi, var panākt vēlamu rezultātu, uzskata pārliecinoši uzņēmēji. Darba autore šim viedoklim nepiekrīt, jo tas tikai nogurdinās sarunu partneri un aizbaidīs no izvirzītās tēmas.
13. Kā arī darba autore neverbālās komunikācijas zināšanas uzskata par profesionalitātes papildspēku, kas dod lielāku peļņu uzņēmumam.

## PRIEKŠLIKUMI

1. Izzināt uzņēmējiem neverbālās komunikācijas būtību.
2. Organizēt vairāk apmācības par neverbālo komunikāciju uzņēmumiem darba vietās saviem darbiniekiem.
3. Izmantojot neverbālo komunikāciju, uzņēmumiem mainīsies saskarmes kultūra un tiks sasniegti arvien labāki rezultāti.
4. Uzņēmumu vadītājiem jāgūst plašāks priekšstats par acu komunikāciju, jo zināšanas palīdzēs iegūt un noturēt klientus.

5. Uzņēmumiem būtu jāiegulda laiks un nauda, lai pilnveidotu kolektīva zināšanas neverbālajā komunikācijā.
6. Bet valstī vispār būtu jau pamatskolās jāievieš tāds priekšmets kā komunikācija, neverbālā komunikācija, jo ļoti cilvēkiem pietrūkst zināšanu.
7. Uzņēmumiem nepieciešams vairāk iedziļināties neverbālās komunikācijas sniegtajās iespējās un ko tās var nest uzņēmumam.
8. Neverbālā komunikācija ir daļa no veiksmīgas uzņēmējdarbības, tātad jāmācās, lai gūtu plašāku priekšstatu un palielinātu savu tirgus daļu.
9. Izmantojot visus neverbālās komunikācijas instrumentus, iespējams palielināt uzmanību.
10. Viena no galvenajām uzņēmumu kļūdām ir slikta komunikācija vai vienvirziena komunikācija, neuztverot otra žestus vai mīmiku pareizi.
11. Vairāk ticēt zinātnei, bet ne mitoloģijai, vai liktenim. Dziesmu svētki ir jauki, bet praktiski un teorētiski sasniegti rezultāti vēl labāki.

## **LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS**

1. Ilona Ezera. Lietišķā komunikācija. Multineo, 2007.
2. Ričardss Denijs. Prasme sazināties un uzstāties. Jaņa Rozes apgāds, 2002.



# PSIHOSOCIĀLĀ ATBALSTA PAKALPOJUMA IZVEIDE JAUNIEŠIEM PĒC ĀRPUSĢIMENES APRŪPES OZOLNIEKU NOVADĀ

Līga Krūmiņa, Latvija,  
Baltijas Starptautiskā akadēmija, Jelgavas filiāle  
maģistra studiju programmas “Sociālais darbs”  
[liga\\_mazudre@inbox.lv](mailto:liga_mazudre@inbox.lv)  
Dr.paed, Mg.sc.soc., docente Āboltiņa Līga

## ANOTĀCIJA

Pētījumā analizēta aktuāla Sociālo dienestu problēma - psihosociālais darbs ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes. Beidzamos trīs gadus, arvien aktuālāk Latvijā, tiek meklēti dažādi risinājumi, lai veicinātu audžuģimeņu un specializēto audžuģimeņu izveidi. Gan Latvijas Tiesībsarga birojs, gan Valsts kontrole ir atklājuši problemātiskās jomas un sniedzot ieteikumus pakalpojumu pilnveidošanā taču līdz šim nav izveidotas ne vadlīnijas, ne veikti pētījumi par sociālo darbu ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes. Pētījuma mērķis ir izpētīt psihosociālo darbu ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes un izstrādāt priekšlikumus psihosociālā atbalsta pakalpojuma ieviešanai Ozolnieku novada sociālajā dienestā. Pielietojot kvalitatīvo pētniecības metodi, tika intervēti 5 jaunieši pēc ārpusģimenes aprūpes un 5 sociālie darbinieki novadā, kas ir potenciālie profesionāļi gadījuma vadīšanā darbā ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes. Pētījuma rezultāti apstiprina mērķtiecīgas psihosociālas atbalsta sistēmas nepieciešamību jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes, iekļaujot sociālā darbinieka informatīvu, emocionālu, instrumentālu un izglītojošu atbalstu. Izstrādātais psihosociālais atbalsta pakalpojums tiks virzīts uz jauniešu patstāvības un līdzdarbības veicināšanu Ozolnieku novadā.

**Atslēgas vārdi:** jaunieši, sociālais dienests, psihosociālā atbalsta pakalpojums.

## ABSTRACT

The study analyzes the current problem of Social Services - psychosocial work with youth after out-of-home care. During the last three years, increasingly important in Latvia, various solutions are being sought to reduce orphanages and promote the creation of foster families and specialized foster families. Both the Latvian Ombudsman's Office and the State Audit Office have audited long-term care and rehabilitation institutions, identifying problem areas and making recommendations for the improvement of services, but so far no guidelines or studies on social work with out-of-home care youth have been developed. The aim of the study is to investigate psychosocial work with youth after out-of-home care and to develop proposals for implementation of psychosocial support service in Ozolnieki County social service. Using the qualitative research method, 5 youth after care and 5 social workers were interviewed. The results of the study confirm the need for a targeted support system for out-of-home care for young people, including informative, emotional, instrumental and educational support from the social worker. The specialization of social workers would facilitate more professional work and mark the boundaries of competence, thus providing a service that meets the needs of young people.

**Keywords:** youth, social service, psychosocial support service.

## IEVADS. INTRODUCTION

Katram bērnam būtu nepieciešama pilnvērtīga ģimene, drošs mājoklis, rūpīgi un gādīgi vecāki, labvēlīga apkārtējā vide un stabils pašvērtējums. Realitātē - cilvēku savstarpējās attiecības, uzvedības modeļus ietekmē no paaudzes paaudzē piedzīvotā un nodotā pieredze, sociālā politika, pasaules mainīgā ekonomika un cilvēces attīstība.[15]

Ģimene, kurā bērns aug un attīstās, ir uzskatāma par dabisku sociālu vidi, kura būtiski ietekmē bērna turpmāko nākotni un līdz ar to, nākamo sabiedrības iedzīvotāju. No pētījumiem izriet jauna un šobrīd aktuāla problēma, ka ievērojama daļa jauniešu pēc ārpusģimenes aprūpes, kas uzsākuši patstāvīgu dzīvi, ir saskārušies ar tādām grūtībām kā bezdarbs, bezpajumtniecība, noziedzība, jo nav bijušas patstāvīgai dzīvei nepieciešamās prasmes.[8] Pēc ārpusģimenes aprūpes jaunieši nav pietiekami sagatavoti, jo viņu viedoklis nav uzklausīts, vajadzības nav izprastas vai ņemtas vērā. [16]

Radušās problēmas risināšanai, izvirzīts mērķis – izpētīt psihosociālā darba modeļa nepieciešamību darbā ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes un izstrādāt priekšlikumus psihosociālā atbalsta pakalpojuma ieviešanai Ozolnieku novada Sociālajā dienestā. Šajā modelī sociālajam darbiniekam galvenais uzdevums veicināt sociālo funkcionēšanu un sniegt nepieciešamo psihosociālo atbalstu. Iegūtie pētījuma rezultāti sniedz atbildi uz šo jautājumu tie ir: *Kāds atbalsts ir nepieciešams jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes uzsākot patstāvīgu dzīvi un kādam jābūt patstāvīgas dzīves uzsākšanas pakalpojuma modelim pēc ārpusģimenes aprūpes Ozolnieku novadā?*

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Psihosociālais atbalsts palīdz indivīdiem un sabiedrībai atjaunot sociālās struktūras pēc ārkārtas situācijām vai kritiskiem notikumiem. Tas var palīdzēt jauniešiem mainīties no pasīviem upuriem uz aktīviem iedzīvotājiem. Agrīns un adekvāts atbalsts var novērst distresu un ciešanu iespējamu pasliktināšanos, palīdz jauniešiem labāk tikt galā ar dažādām dzīves situācijām, apmierināt jauniešu identificētās vajadzības. [5]

Jaunieši pēc ārpusģimenes aprūpes visbiežāk saskaras ar dažādiem izaicinājumiem un grūtībām, jo strauji notiek pāreja no ikdienas dzīves ar nepārtrauktu atbalstu un pamatvajadzību nodrošināšanu uz patstāvīgu dzīvi, kur jauniešiem atbalsts sarūk. Jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes ir jāuzņemas pilnīga atbildība pašam par pamatvajadzību nodrošināšanu, lēmumu pieņemšanu un izdzīvošanas spējām. [2, 25]

Analizējot normatīvos aktus un relevanto informāciju par psihosociālo darbu ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes var apgalvot, ka šī problemātika ir aktuāla beidzamos trīs gadus, ko ietekmē gan deinstucionalizācijas projekts, gan Tiesībsarga aktīva darbība, gan Labklājības ministrijas izveidotās vadlīnijas un citi politiski nozīmīgi pasākumi.

Praksē, pētot ārvalstu pieredzi, viens no piemēriem ir Amerikas Savienotās valstis. Lai veicinātu problēmu risināšanu jauniešiem pēc ārpusģimenes ir izveidots fonds – “National foster youth institute” (turpmāk NFYI), kura galvenie mērķi ir aizstāvēt jauniešu tiesības pēc ārpusģimenes aprūpes sistēmas un labvēlīgāku nosacījumu veidošanu. [18]

Psihosociālā atbalsta pakalpojuma izveide palīdzēs veicināt jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes atrisināt vai mazināt sociālās problēmas attīstot pašu jauniešu resursus un iesaistot atbalsta sistēmas.

### Pētījuma rezultāti un to izvērtējums

Lai izpētītu pēc ārpusģimenes aprūpes jauniešu vajadzības un noskaidrotu viņu viedokli, tika veikta daļēji strukturēta intervija. Strukturētajā intervijā ir 12 jautājumi. Intervijas saturā ir piedāvāti atbilžu varianti, kā arī uz dažiem jautājumiem jauniešiem jāizsaka savs viedoklis. Aptaujā piedalījās 5 jaunieši pēc ārpusģimenes aprūpes izbeigšanās vecumā no 18 - 24 gadiem.

Analizējot pētījuma rezultātus atklāts, ka jaunieši pēc ārpusģimenes aprūpes, kā galvenos atbalsta veidus ir norādījuši:

1. palīdzība pārvākšanās un dzīvesvietas iekārtošanas procesā;
2. informatīva un konsultējoša palīdzība dokumentu kārtošanā;
3. palīdzība un instrumentāls atbalsts nodarbinātības, izglītības veicināšanā.

Ar Ozolnieku novada pašvaldības sociālā dienesta sociālajiem darbiniekiem tika veikta fokusa grupas intervija. Fokusa grupas intervijā - 9 jautājumi. Aptaujā piedalījās 5 sociālie darbinieki. Analizējot pētījuma rezultātus atklāts, ka sociālie darbinieki vēlas iegūt papildus zināšanas par:

1. darbinieku kompetences robežām, situācijām, kad, kurš sociālais darbinieks ir gadījuma vadītājs darbā ar jauniešu;
2. jauniešu vecumposmiem un emocionālo traumu seku mazināšanu;
3. informāciju par jauniešu apgūtajām prasmēm ārpusģimenes aprūpē;
4. atbalsta iespējām ar dažādām institūcijām un sadarbību ar tām.

Apkopojot pētījuma iegūtos rezultātus, tika izstrādāts psihosociālā atbalsta modelis darbā ar jauniešiem pēc ārpusģimenes pakalpojuma Ozolnieku novadā. Jāatceras, ka realizējot jebkuru ideju sociālajā darbā, ir svarīgs arī cilvēciskais faktors un ideāli izstrādāts pakalpojuma modelis, kas tiks virzīts uz jauniešu patstāvības un līdzdarbības veicināšanu Ozolnieku novadā.

## KOPSAVILKUMS. CONCLUSION

Līdz šim sociālajiem darbiniekiem darbā ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes Ozolnieku novadā nav izveidota metodika, ieteikumi, nav veikta mērķgrupas specializācija, darbs tiek balstīts uz ārējiem un iekšējiem normatīvajiem aktiem un darbinieka profesionalitāti.

Izstrādājot psihosociālā pakalpojuma modeli Ozolnieku novadā sociālais darbs ar jauniešiem pēc ārpusģimenes aprūpes būtu mērķtiecīgāks un balstīts uz viņu vajadzībām. Pakalpojuma ietvaros tiktu nodrošināts iespējama atbalsts ikdienas jautājumu risināšanā, t.i., sociālās garantijas, izglītības iespējas, dzīvesvietas jautājuma risināšanā, nepieciešama dzīves prasmju attīstīšana, kas jauniešiem veicinātu vai atjaunotu savu spēju sociāli funkcionēt, kā arī radīt šai funkcionēšanai labvēlīgus apstākļus.

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTU SARAKSTS / REFERENCES

1. Omārova, S. (2002). Cilvēks dzīvo grupā, Saskarsmes psiholoģija. Rīga: Kamene.
2. Kalvāns, Ē. (2018). Attīstības psiholoģija. Rēzekne: Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija.
3. Vorobjovs, A. (2002). Sociālā psiholoģija. Teorētiskie pamati. Rīga: Izglītības soli.
4. Stepčenko, A. (2019). Sociālā spēcīgāšana. Rīga: Latvijas universitātes Akadēmiskais apgāds.
5. Psihosociālā atbalsta definīcija. Pieejams: [https://www.unicef.org/tokyo/jp/Definition\\_of\\_psychosocial\\_supports.pdf](https://www.unicef.org/tokyo/jp/Definition_of_psychosocial_supports.pdf) [Apmeklēts 2019.gada 25.novembrī]
6. Bērziņa, B., Zeiza, S., Juhna, A. Psihosociālais darbs akūtas krīzes situācijā. Dzīves jautājumi.gads
7. Zemīte, Ē. (2001). Sociālā darba metodes. Rīga: SDSPA Attīstība.
8. Wade, J., & Dixon, J. (2006). Making a home, finding a job: Investigating early housing and employment outcomes for young people leaving care. *Child and Family Social Work*, 11, 199–208. doi:10.1111/j.1365-2206.2006.00428.x
9. Eriksons, Ē. (1998). Identitāte: jaunība un krīze. Rīga: Jumava.
10. Juhna, A., Lāss I., Kalniņa, A., Kovaļova, L., u.c. (2008). Rokasgrāmata sociālajiem darbiniekiem. Inovatīvi atbalsta pakalpojumi bez vecāku gādības palikušajiem bērniem un jauniešiem. Rīga: Jumi
11. Šteinberga, A., Tunne, I. (1999) Jauniešu pašizjūta un vērtības. Rīga: Raka.
12. Vienaudžu izpētes projekts. Patstāvīgas dzīves uzsākšana pēc ārpusģimenes aprūpes. Latvijas SOS Bērnu ciematu asociācija 2011.
13. Vilciņa, A. (2003) Rokasgrāmata jauniešiem aizejot pastāvīgā dzīvē. Mācību metodiskais līdzeklis, SDSPA Attīstība. Rīga. Jumi.
14. Apine, E. (2015), Psihosociālais sociālais darbs sistēmiskajā pieejā. Rokasgrāmata, Pieejams: [http://www.sif.gov.lv/nodevumi/nodevumi/5773/Rokasgramata\\_Psihosocialais\\_soc\\_darbs\\_sitematiskaja\\_pieeja.pdf](http://www.sif.gov.lv/nodevumi/nodevumi/5773/Rokasgramata_Psihosocialais_soc_darbs_sitematiskaja_pieeja.pdf) [Apmeklēts 2019.gada 20.novembrī]

15. Psihosociālais darbs ar ģimeni vardarbības pret bērnu novēršanai.(2015) Metodiskais materiāls. Nodibinājums. Latvijas Bērnu fonds.
16. Daly, F. (2012). What do Young People Need When They Leave Care? Views of Care-leavers and Aftercare Workers in North DublinChild Care in Practice. Oct2012, Vol. 18 Issue 4, p309-324. 16p. 2 Graphs. doi:10.1080/13575279.2012.713852
17. Vest, A.E. & Joseph L. M. 2017. The SAGE Encyclopedia of Out-of-School Learning Chapter Title:EcologicalSystemsTheory.Pieejams: [file:///C:/Users/Liga/Desktop/magistrantura/magistrs%20-%20tu%20to%20vari%20-%2010/avoti/teorijas/ekologiska\\_sist\\_teor.pdf](file:///C:/Users/Liga/Desktop/magistrantura/magistrs%20-%20tu%20to%20vari%20-%2010/avoti/teorijas/ekologiska_sist_teor.pdf),.... 239lpp - 241lpp [Apmeklēts 2019.gada 10.oktobrī]
18. Pieejams: <https://www.nfyi.org/51-useful-aging-out-of-foster-care-statistics-social-race-media/> [Apmeklēts 2019.gada 17.oktobrī]

# SOCIĀLO DARBINIEKU PROFESIONĀLĀ DARBA MOTIVĀCIJA

Natalja Pavlova,

Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija, Jelgavas filiāle  
maģistra studiju programmas “Sociālais darbs”

[njma@inbox.lv](mailto:njma@inbox.lv)

Mg.sc.soc., Zane Izkalna

## ANOTĀCIJA

Pētījums tika veikts ar mērķi izpētīt sociālo darbinieku profesionālo motivāciju un izpētīt vai pastāv atšķirības starp sociālo darbinieku darba motivāciju Rīgas sociālajā dienestā (turpmāk tekstā RSD) un Latvijas Samariešu apvienībā (turpmāk tekstā LSA). Lai izpētītu sociālo darbinieku darba motivācijas līmeni, tā ietekmējošos faktorus un atšķirības starp RSD un LSA sociālajā jomā strādājošo sociālo darbinieku darba motivāciju, autore veica empīrisku pētījumu. Pētījums tika veikts laika periodā no 2019. gada 1. septembra līdz 11. novembrim. Pētījumā kopumā piedalījās 68 respondenti - sociālie darbinieki. Pētījumā tika izmantotas: kvantitatīva metode- anketēšana, kvalitatīvā metode- intervija un statistikas pētījumu metode.

Pētījuma rezultāti rāda, ka lielākā daļa no respondentu skaita ir apmierināti ar profesionālo darba motivāciju, bet atzīmē, ka ir aktuāls jautājums par motivāciju.

**Atslēgas vārdi:** sociālais darbinieks, motivācija, Rīgas sociālais dienests, Latvijas Samariešu apvienība

## ABSTRACT

The study was carried out with the aim of investigating the professional motivation of social workers and examining whether there are differences between the motivation of social workers in the social service of Riga and the association of Samaritans of Latvia. An empirical study was carried out by the author to investigate the level of motivation for social workers, the factors affecting them and the differences between the motivation of social workers working in the municipality and NGOs. The study was conducted between 1 September and 11 November 2019. A total of 68 respondents – social workers – participated in the study. The study used: quantitative method - anketization, qualitative method - interview and statistical study method.

The results of the study show that the majority of respondents are satisfied with professional job motivation, but notes that there is a pressing issue about motivation.

**Keywords:** social workers, motivation, Riga social service, association of Samaritans of Latvia

## IEVADS / ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Sociālais darbs ir integratīvs sociālo pakalpojumu veids, ko veic profesionāļu komanda, kas veicina sociālo prasmju atjaunošanu un uzlabošanu, sociālā statusa atgūšanu un integrāciju sabiedrībā. [1] Sociālais darbs ir profesionāla darbība, lai palīdzētu personām, ģimenēm, personu grupām un sabiedrībai kopumā veicināt vai atjaunot savu spēju sociāli funkcionēt, ka arī radīt šai funkcionēšanai labvēlīgus apstākļus. [2] Sociālais darbs ir strauji augoša profesija un tiek paredzēts, ka tuvākā nākotnē pieprasījums pēc šīs profesijas pārstāvjiem tikai pieaugs. [5] Latvijas pašvaldību sociālajos dienestos strādā gandrīz 1300 sociālo darbinieku. [3] Tomēr sociālie darbinieki strādā ne tikai sociālajā dienestā, bet arī citās iestādēs, kā arī institūcijās, kas plāno, administrē un īsteno sociālā darba politiku un sociālos pakalpojumus. [8] Palīdzošajās profesijās

strādājošo darba motivācijas problēma mūsdienu apstākļos prasa vērīgu uzmanību ne tikai zinātniekiem, sabiedriski politiskajiem darbiniekiem, bet arī sociālo pakalpojumu sniedzējiem. [11]

Galvenie pētījuma uzdevumi bija teorētiski analizēt sociālā darbinieka profesionālo darbību un motivācijas lomu profesijas izvēlē un darba produktivitātē. Tika izvirzīts mērķis – izpētīt sociālo darbinieku profesionālo motivāciju un vai pastāv atšķirības starp sociālo darbinieku darba motivāciju RSD un LSA. Lai izpētītu sociālo darbinieku darba motivācijas līmeni, tā ietekmējošos faktoros un atšķirības starp RSD un LSA sociālajā jomā strādājošo sociālo darbinieku darba motivāciju, autore veica empīrisku pētījumu. Pētījumā tika izmantotas: kvantitatīva metode- anketēšana un iegūto dati analīze, kvalitatīvā metode- ekspertu intervija, intervijas analīze. Pētījums atspoguļo, ka ievērojama daļa sociālo darbinieku, kas strādā RSD un LSA, atzīst, ka jautājums par motivāciju viņiem ir ļoti aktuāls, bet tajā pašā laikā norāda, ka viņi ir motivēti darīt savu darbu ar prieku un atdevi.

## **SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ / ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ / BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Motivācija ir darbinieka apzināta ieinteresētība veikt noteiktu darbu jeb dinamisks process, kurš pielietojot psiholoģiskās, sociālās, ekonomiskās un tiesiskās metodes un līdzekļus, sekmē indivīda un organizācijas izvirzīto mērķu sasniegšanu. [9] Labas motivācijas būtība ir padarīt to ilgstošu. Ir radītas daudzas teorijas, kas cenšas izskaidrot darbinieku uzvedību un norāda, kā virzīt to vēlamajā virzienā. Katra motivēšanas teorija atklāj kādu motivēšanas šķautni, un neviena no tām nepateiks, kādu darbinieku motivēšanas sistēmu izvēlēties konkrētajā situācijā. Tas ir radošas domāšanas process. Cilvēki ir visvērtīgākie uzņēmuma resursi, bet tajā pašā laikā cilvēki ir vienīgie resursi, kā spēj rīkoties pret organizācijas mērķiem, tāpēc ir jāiegulda lielas pūles, lai viņu enerģiju izmantotu organizācijas labā. [7] Intensīva sociālo darbinieku darba motivācijas analīze no sociālās zinātnes viedokļa ļauj radīt labvēlīgu augsni gan teorētiskajām, gan praktiskajām izstrādēm, lai radītu labvēlīgus apstākļus pozitīvas darba motivācijas veidošanai, kas vērsta uz iekšējās motivācijas enerģētikas izaugsmi kā tiekšanos uz profesionālās sagatavošanas un profesionālās darbības subjekta profesionālās kultūras paaugstināšanu. [6]

Sociālā darba profesija veicina sociālās pārmaiņas, problēmu risināšanu attiecībās starp cilvēkiem, kā arī cilvēku atbrīvošanu un iespēju došanu viņiem, paaugstinot viņu labklājību. Izmantojot teorijas par cilvēka uzvedību un sociālajām sistēmām, sociālais darbs iejaucas tajos aspektos, kur notiek mijiedarbība starp cilvēkiem un viņu vidi. [4]

### **Pētījuma rezultāti un to izvērtējums**

Lai izpētītu sociālo darbinieku darba motivācijas līmeni, tā ietekmējošos faktoros un atšķirības starp RSD un LSA sociālajā jomā strādājošo sociālo darbinieku darba motivāciju, autore veica anketēšanu un ekspertu interviju.

Analizējot no anketām iegūtos datus tika secināts, ka lielākā daļa no respondentu skaita ir apmierināti ar profesionālo darba motivāciju, bet atzīmē, ka ir aktuāls jautājums par motivāciju. Rezultāti parāda, ka vēlme kalpot un palīdzēt cilvēkiem ir būtiskākais faktors sociālā darba profesijas izvēlē, kā arī misijas sajūtas apziņa ir galvenais profesijas izvēles arguments.

Lai padziļinātāk izpētītu sociālo darbinieku darba motivācijas aspektus no vadības viedokļa, autore veica ekspertu intervēšanu. Intervētie RSD un NVO sociālā darba jomas eksperti uzskatāmi iezīmēja gan sociālo darbinieku darba motivācijas stiprās un vājās puses. Intervētie eksperti sniedza ieskatu nepieciešamajos pilnveides virzienos, lai attīstītu sociālo darbinieku darba motivācijas sistēmas un koncepcijas pilnveidi. Ekspertu sniegtie viedokļi tika ņemti vērā izstrādājot darba motivācijas pilnveides vadlīnijas sociālajiem darbiniekiem.

## KOPSAVILKUMS. CONCLUSION

Personāls ir motivēts strādāt efektīvi tad, kad ir apmierinātas ne tikai dzīvības uzturēšanai būtiskas pamatvajadzības, bet nodrošināta arī sociālā un garīgā izaugsme, jo darbiniekam ir jābūt ieinteresētam veikt attiecīgo darbu, tāpēc tam lieliski noder motivēšana. [2]

RSD un LSA strādājošie sociālie darbinieki ir snieguši ieskatu ar darba motivāciju saistītos jautājumos un atspoguļojuši arī savu personīgo darba motivāciju gan sākot jau no profesijas izvēles laika perioda, gan tieši SD izvēles pamatojuma. Ir nepieciešamas vadlīnijas sociālo darbinieku darba motivācijas uzlabošanai un sekmēšanai, kas ietvertu ne tikai ar cilvēkresursu vadību saistītu komponentu iekļaušanu, bet arī personāla atlases, piemērotības/ atbilstības noteikšanu, izdegšanas un līdzjūtības noguruma preventīvo pasākumu kompleksu.

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTU SARAKSTS. REFERENCES

- 1) (2003) Biedrību un nodibinājumu likums: LV Latvijas Vēstnesis Nr. 161
- 2) (2004) Kehre M., Personālmenedžments uzņēmumā – Rīga: Turība.
- 3) Labklājības ministrija 2008-2018, Sociālais darbinieks mīti un patiesība
- 4) (1994) Par pašvaldībām likums: LV Latvijas Vēstnesis Nr. 61.
- 5) (2002) Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums. "Latvijas Vēstnesis", 168 (2743)
- 6) (2002) Sociālo pakalpojumu un socialās palīdzības likums: LV Latvijas Vēstnesis Nr. 168
- 7) (2010) Stamm B.H. The Concise ProQOL Manual, 2nd Ed. Pocatello, ID: The ProQOL.org
- 8) (2002) Sniedze J., Mazā biznesa kurss – Rīga: Jumava.
- 9) (2009) Valsts un pašvaldību institūciju amatpersonu un darbinieku atlīdzības likums: LV Latvijas Vēstnesis Nr. 199
- 10) (1999) Vīksna A., Personāla vadība – Rīga: Jumava
- 11) (2006) Максимова, С.Г. Особенности мотивации деятельности социальных работников в сфере социального обслуживания

# VADĪTĀJA PAŠNOVĒRTĒJUMA ATŠKIRĪBAS DAŽĀDOS VADĪBAS STILOS

Ingrīda Kalniņa

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Rīga

Maģistrantūra, Psiholoģija

[ingridakaln@inbox.lv](mailto:ingridakaln@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:

Mg.psych. Jeļena Kovzeļeva

## ANOTĀCIJA

Pētījuma hipotēze: Pastāv atšķirības personības pašnovērtējumā vadītājiem ar dažādiem vadības stiliem. Pētījumā piedalījās 140 privāto organizāciju un iestāžu vadītāji un speciālisti Latvijā, t.sk. 24 autoritārā, 84 demokrātiskā un 32 liberālā vadības stila dalībnieki un t.sk. 86 sievietes un 54 vīrieši ( $M = 44,5$ ,  $SD = 0,76$ ). Pētījuma metodikas: “Tests-aptauja pašnovērtējuma līmeņa noteikšanai” un “Vadības stila pašnovērtējums”. Rezultāts: vadītāji ar zemu pašnovērtējuma līmeni pārsvarā demonstrē liberālo vadības stilu; vadītāji ar vidēju un augstu pašnovērtējuma līmeni demonstrē demokrātisko vadības stilu.

**Atslēgas vārdi:** personības psiholoģiskās īpatnības, pašnovērtējums, vadītājs, līderis, vadības stils.

## ABSTRACT

The Thesis proposes a hypothesis: The psychological characteristics differ for managers with different management styles. The study took into account 140 private organizations and managers and specialists in Latvia, including 24 authoritarian, 84 democratic and 32 liberal leadership styles, including 86 women and 54 men ( $M = 44.5$ ,  $SD = 0.76$ ). Research methodology: “Test-questionnaire self-assessment level determination” and “Management style self-assessment”. Results: Managers with low self-esteem mostly demonstrate a liberal leadership style; managers with moderate and high self-esteem demonstrate a democratic style of leadership.

**Key Words:** psychological characteristics of personality, self-assessment, manager, leader, management style.

## IEVADS

Kā darba pētāmā problēma ir izvirzīta vadītāju pašvērtējums dažādos vadības stilos. Kā viens no zinātniski pazīstamiem personības pašvērtējuma novērtēšanas rīkiem ir S.Kovaļova metodika “Tests-aptauja pašnovērtējuma līmeņa noteikšanai” [38] un organizācijas vadītāja vadības stila noteikšanai tika izmantota J.Iļjina modifikācijā izstrādātā metodika “Vadības stila pašnovērtējums” [31]. Minētās metodes ir plaši pielietotas dažādos pētījumos, taču tās pielietošana Latvijas uzņēmumu vidū ir visai ierobežota. Pētījums demonstrē pašvērtējuma atšķirības dažādu vadības stilu vadītājiem Latvijas uzņēmumos privātajā sektorā.

Darbā tiek apskatītas vadības stilu un personības pašnovērtējuma teorētiskā bāze. Pētījuma dalībnieki 140 privāto organizāciju un iestāžu vadītāji un speciālisti Latvijā.

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ

Cilvēka personību veido bieži vien pretrunīgs dažādu iezīmju kopums, kas veido vienu vienotu veselumu. Tā pat kā nav vienotu personības viena definīcija, nav arī personības struktūras viena modeļa. Personības būtību nosaka indivīda psihiskās īpatnības, un to raksturo temperaments, raksturs, spējas, vajadzības, pašnovērtējuma, pretenziju līmenis u.c. [2].



Psiholoģiskās īpašības, kuras atšķirībā no temperamenta un rakstura nav tieši saistītas ar cilvēka psihe ģenētisko bioloģisko pamatu, ir īpašības, kuras cilvēks pakāpeniski iegūst savas dzīves gaitā, mijiedarbībā ar citiem cilvēkiem. Pie tādām pieder pašnovērtējums, pašcieņa, pretenziju līmenis un kontroles lokuss [19]. Pašnovērtējums ir sevi, savu īpašību, savas darbības, rīcības, sava nozīmīguma vērtējums; atzinums par sevi, sava darba, seviš darba, seviš padarītā vērtību, nozīmīgumu [4]. Rietumu sabiedrībā pašnovērtējumam ir pievērsta ļoti liela uzmanība, jo tieši pozitīvs pašnovērtējums (pašcieņa) tiek uzskatīts par galveno pamatu veiksmīgai mācīšanai, darbam, saskarsmei, attīstībai [1].

Ir veikti vairāki empīriski pētījumi vadītāja psiholoģisko īpatnību ietekmei uz vadības efektivitāti. R.Stogdils vadītāja individuālās personības īpatnības ir apvienojis sekojošās grupās: fiziskais raksturojums; sociālā izcelsme; spējas, zināšanas, intelekts; personības īpatnības; iniciatīva, motivācija, atbildības sajūta; sociālās prasmes un iemaņas. Pēc zinātnieka domām, tieša saikne starp atsevišķām personības iezīmēm un vadītāja amata ieņemšanu tiek apstiprināta diezgan reti, jo to nozīmi būtiski ietekmē katra konkrētā situācija [36].

Katrā vadības darba sastāvdaļā vadītājs var izpaust savu personību atšķirīgi. Viņa motīvi, mērķi, darbības būtība var dažādi atšķirties no organizācijas mērķiem un var būt ļoti atšķirīgi. Mironovas un Biļukinas pētījumā tika pētītas personības īpašības vadītājiem, kuriem ir dažādi kolektīvās vadības stili, lai noskaidrotu saistību starp vadības stilu un vadītāju personības īpatnībām tirdzniecības uzņēmumā. Pamatojoties uz pētījuma rezultātiem, tika izdarīti secinājumi attiecībā uz dažādu vadības stilu pārstāvju raksturīgākajām personības īpatnībām. Tajā pašā laikā netika atklāta būtiska korelācija starp vadības stila izpausmes pakāpi un vadītāju personības īpatnībām. Tādējādi pētījums atklāja nozīmīgu korelāciju starp līdera personības iezīmēm un (bieži vien neapzināti) izvēlēto vadības stilu, saprotot to kā autoritārā, liberārā un demokrātiskā vadības stila kombināciju dažādās proporcijās [34].

Cilvēka darbība vienmēr korelē ar viņa priekšstatiem par sevi. Tādējādi var teikt, ka pašnovērtējums regulē vadītāja uzvedību, nosaka, kā viņš rīkosies konkrētā situācijā, tas palīdz apzināties savu vietu dzīvē, savas spējas, izprast savu statusu grupā, regulēt saskarsmi ar cilvēkiem, interpretēt citu cilvēku darbību, tas nosaka viņa sociālās gaidas un ir pamats jebkura lēmuma pieņemšanai. Pašnovērtējums raksturo vadītāju kā nobriedušu personību, tāpēc būtiski ir adekvāta priekšstata par sevi veidošanās [16].

Citā pētījumā ir izsecināts, ka vadītāji ar augstu pašnovērtējuma līmeni pārsvarā demonstrē demokrātisko vadības stilu, mazāk autoritāro vadības stilu un liberāro vadības stilu, vadītāji ar vidēju pašnovērtējuma līmeni - demokrātisko vadības stilu, mazāk liberāro vadības stilu un vismazāk autoritāro vadības stilu, savukārt vadītāji ar zemu pašnovērtējuma līmeni pārsvarā demonstrē liberāro vadības stilu, mazāk demokrātisko un autoritāro vadības stilu [33].

Kā secināts V.Gorjačkinas pētījumā, līderim nav nosliece uz konkrētu vadības stilu, tas sevī apvieno stilu daudzveidību un izmanto to atkarībā no situācijas. Pie kam ir noskaidrota negatīva saikne starp autoritāro vadības stilu un vadības tipu, proti, jo lielāka nosliece uz līderību, jo mazāka nosliece uz autoritāro vadības stilu. Autoritārā stila vadītājs vadību īsteno ar nelokāmu prasīgu rīkojumu izpildi. Vadītājs, kuram dominē līderība, cenšas izmantot sociālpsiholoģiskas metodes un vadības mehānismus, balstoties uz personisko autoritāti un izmantojot formālu un neformālu cilvēku ietekmēšanu. Zinot un pielietojot abu vadītāju tipu raksturojumus, ar speciālu psihodiagnostikas metodiku palīdzību var izvēlēties, kurš vadītāja tips vislabāk ir piemērots organizācijai konkrētā brīdī [30].

## **PĒTĪJUMA REZULTĀTI UN TO IZVĒRTĒJUMS**

Pētījuma mērķis ir izpētīt vadītāja personības pašnovērtējumu dažādos vadības stilos. Pētījuma hipotēze "Pastāv atšķirības vadītāju personības pašnovērtējumā ar dažādiem vadības stiliem" tika izvirzīta, balstoties uz diviem pētījumiem: Menumerova, Grebņevas un Mišutočkina [33] pētījumu par vadītāju pašnovērtējumu un vadības stilu saistību un Mironovas un Biļukinas [34] pētījumā, kurā tika pētītas personības īpatnības

vadītājiem, kuriem ir dažādi vadības stili, lai noskaidrotu saistību starp vadības stilu un vadītāju personības īpatnībām organizācijā.

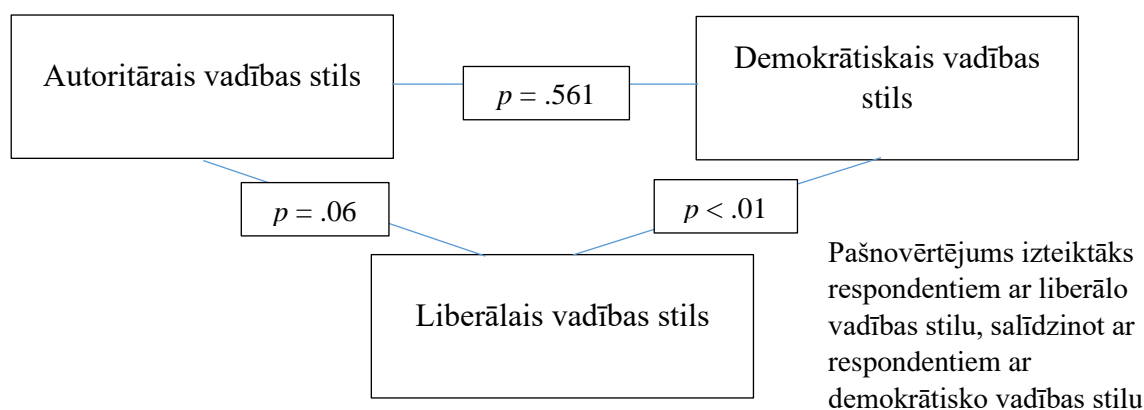
Pētījumā tika izmantota kvantitatīva pētījuma metode – anketēšana, izvēloties kvantitatīvu pieeju pētījuma datu interpretācijai. Pētījuma mērķa sasniegšanai tika izvēlētas divas metodikas:

- 1) Organizācijas vadītāja vadības stila noteikšanai tika izmantota J.Iļjina modifikācijā izstrādātā metodika “Vadības stila pašnovērtējums” [31]. Empīriskos skalos ticamības noteikšanai tika izmantots Kronbaha  $\alpha$  kritērijs, tā ir ļoti laba  $\alpha = .82$  ( $N = 33$ ).
- 2) Personības pašnovērtējuma līmeņa noteikšanai tika izmantota S.Kovaļova metodika “Tests-aptauja pašnovērtējuma līmeņa noteikšanai” [38]. Empīriskos skalos ticamība ir ļoti laba  $\alpha = .91$  ( $N = 32$ ).

Pētījuma veikšanai tika izmantota nevarbūtīgā izlase, ērtuma metode - pētījuma izlasi veidojot no pieejamiem pētījuma dalībniekiem. Iekļaušanas kritēriji: augstākā un vidējā līmeņa vadītāji, vīrieši un sievietes bez vecuma ierobežojumiem. Pētījumā piedalījās 140 respondenti, kas ir privāto uzņēmumu un iestāžu vadītāji: augstākā līmeņa vadītāji (uzņēmuma vadītāji),  $N = 25$ ; vidējā līmeņa vadītāji (strukturvienības, nodaļas vadītāji),  $N = 22$ ; vecākie speciālisti ar pakļautībā esošiem darbiniekiem,  $N = 93$ . Dalībnieku vecums no 25 gada līdz 67 gadu vecumam, ar vidējo vecumu 45 gadi, t.sk. 86 sievietes un 54 vīrieši.

Saskaņā ar iegūtiem datiem var secināt, ka vadītājiem ar liberālo vadības stilu ir visaugstākais pašnovērtējuma līmenis, vadītājiem ar demokrātisko vadības stilu ir viszemākais pašnovērtējuma līmenis. Vadītājiem ar autoritāro vadības stilu ir vidējais pašnovērtējuma līmenis. Visās grupās rādītājs ir lielāks 46. Saskaņā ar S.Kovaļova interpretāciju, punktu skaits norāda uz zemu pašnovērtējuma līmeni. Balstoties uz aprakstošās statistikas datiem nav iespējams secināt, vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības psiholoģiskajās īpatnībās vadītājiem ar dažādiem vadības stiliem.

Empīriskos datu analīzes rezultātā konstatētas statistiski nozīmīgas atšķirības psiholoģiskajās īpatnībās vadītājiem ar dažādiem vadības stiliem ar vidējo rangu 69.6 vadītājiem ar autoritāro vadības stilu, 65 vadītājiem ar demokrātisko vadības stilu un 85.7 vadītājiem ar liberālo vadības stilu. Konstatēts, ka psiholoģiskās īpatnības ir vairāk izteiktas vadītājiem ar liberālo stilu, salīdzinot ar vadītājiem ar demokrātisko stilu ar vidējo rangu 53.8 vadītājiem ar demokrātisko vadības stilu un 70.9 vadītājiem ar liberālo vadības stilu. Statistiski nozīmīgas atšķirības psiholoģiskajās īpatnībās starp vadītājiem ar autoritāro un demokrātisko vadības stiliem, ka arī starp vadītājiem ar autoritāro un liberālo vadības stiliem nav konstatētas. Pētījuma rezultāts ir ilustrēts attēlā 1.



Attēls 1. Pētījuma rezultāti par atšķirībām psiholoģiskajās īpatnībās vadītājiem ar dažādiem vadības stiliem.

## SECINĀJUMI, PRIEKŠLIKUMI

Pēc pētījumā iegūtiem rezultātiem tika konstatēts, ka kopumā pastāv atšķirības psiholoģiskajās īpatnībās vadītājiem ar dažādiem vadības stiliem, it īpaši izteiktas atšķirības liberālā vadības stilu vadītāju psiholoģiskajās īpatnībās. Pētījumā noskaidrots, ka pašnovērtējums dažādu vadības stilu vadītājiem,

lielākoties, ir zemā un vidējā līmenī, viszemākais pašnovērtējums ir liberālā vadības stila vadītājiem. Līdzīgus secinājumus guvuši arī Menumerovs, Grebņeva un Mišutočkins [33], kur noskaidrots, ka valsts iestādēs strādājoši vadītāji ar zemu pašnovērtējuma līmeni pārsvarā (68% gadījumu) pielieto liberālo vadības stilu, mazāk demokrātisko vadības stilu (27%) un vēl mazāk autoritāro vadības stilu (5%). Vadītāji ar vidēju pašnovērtējuma līmeni demonstrē demokrātisko vadības stilu (66%), mazāk liberāro un vēl mazāk – autoritāro vadības stilu. Vadītāji ar augstu pašnovērtējuma līmeni pārsvarā izmanto demokrātisko vadības stilu (80%), mazāk autoritāru un liberālo vadības stilu. No autora veiktā pētījuma izriet, ka Latvijā privātu organizācijas iestāžu vadītāji ar zemu pašnovērtējuma līmeni 53% izmanto demokrātisko vadības stilu, mazāk liberāro un autoritāro vadības stilu. Vadītāji ar vidēju pašnovērtējuma līmeni vairāk demonstrē demokrātisko (67%), mazāk autoritāro un liberāro vadības stilu. Vadītāji ar augstu pašnovērtējumu demonstrē demokrātisko vadības stilu.

Salīdzinot Menumerova, Grebņevas un Mišutočkina pētījumu un autora veikto pētījumu, var novērot vēl kādu būtisku atšķirību pašnovērtējuma līmeņos, proti, pēc autora pētījuma secināts, ka 57% aptaujātiem vadītājiem ir zems pašnovērtējuma līmenis, 39% vidējs pašnovērtējums, bet 4% - augsts līmenis. Salīdzinoši Menumerova, Grebņevas un Mišutočkina [33] pētījumā tikai 22% aptaujātiem vadītājiem ir zems pašnovērtējuma līmenis, 44% vidējs pašnovērtējums, bet 34% - augsts līmenis. Salīdzinot iegūtos datus var secināt, ka vidējs pašnovērtējuma līmenis ir līdzīgs abām izlasēm, tomēr būtiski atšķirīgs ir izlašu rezultāta salīdzinājums zema un augsta pašnovērtējuma līmeņos. Tas, iespējams, var norādīt uz to, ka jāveic plašāks pētījums, mērķtiecīgi veidojot izlasi ar līdzīgiem izlases parametriem, t.i. līdzīgu vecuma grupu, arī iestāžu klasifikāciju, arī vadītāju līmeņa klasifikāciju. Abos pētījumos vidējais vecums un mediāna atšķiras, kas varētu ietekmēt pētījuma rezultātu. Kā arī būtiski salīdzināt vienāda līmeņa vadītājus, kas var būt izskaidrojams ar pakļautībā esošā darbinieku skaitu, uzņēmuma struktūru, organizācijas klasifikāciju (valsts vai privāta iestāde).

Šāds skaidrojums ir kā viens no iespējamiem interpretācijas variantiem. Pēc iegūtiem rezultātiem var secināt, ka gaidītie rezultāti un hipotēze apstiprinājās, ņemot vērā izpētītos teorētiskos literatūras aspektus un autora veikto pētījumu kā arī iepriekš veiktos pētījumus.

Jāatzīmē, ka pētījums neveido cēloņsakarību starp personības iezīmēm un vadīšanas stiliem, kuru meklēšana var būt šīs pētniecības jomas tālāka attīstība. Un varbūt arī turpmākie pētījumi palīdzēs noskaidrot personisko iezīmju ietekmi uz vadības stila pievienojošo komponentu.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Aivars J., Aršavskis V., Breslavs G., Eglītis I., Igoņins D., Paņkova J., Reņģe V., Sebre S., Voitkāne V. (1999). Psiholoģijas vārdnīca G.Breslava redakcijā. Rīga: Apgāds „Mācību grāmata” SIA.
2. Auziņa R. (2008). Personības psiholoģija: lekciju kurss. Rīga: Banku augstskola.
3. Babre R. (2011). Kreativitātes psiholoģija. Rīga: RPIVA.
4. Beļickis I., Blūma D., Koķe T., Markus D., Skujiņa V., Šalme A. (2000). Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca. Termini latviešu, angļu, vācu, krievu valodā. Rīga: Zvaigzne ABC.
5. Costa P.T., Jr., McCrae R.R. (1992). Revised NEO Personality Inventory and Five-factor Inventory Professional Manual. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources
6. Fiedler F.E. (1971). Leadership. Morristown, NJ: General Learning Press
7. Forands I. (1999). Vadītājs un vadīšana. Rīga: SIA “Kamene”.
8. Goldberg L.R. (1990). An alternative “Description of personality”. The Big-Five Factor Structure. Journal of Personality and Social Psychology, 59 (6), 1216-1229.
9. Hains C.S., Hogg M.A., Duck J.M. (1997). Self-Categorization and Leadership: Effects of group Prototypicality and Leader Stereotypicality. Personality and Social Psychology Bulletin, 23 (10), 1087-1100.
10. Kamerāde D., Strika E., Rožcenkova A., Damberga I., Žermēna V., Biseniece M. (2015). Psiholoģija 3. Lietišķās jomas. Rīga: Zvaigzne ABC.

11. Karpova Ā. (1998). Personība. Teorijas un to rādītāji. Mācību līdzeklis. Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC.
12. Karpova Ā., Plotnieks I. (1984). Personība un saskarsme. Rīga: P.Stučkas LVU.
13. Leiendekers A. (2016). Konflikta vadība. Rīga: SIA "J.L.V."
14. Mārtinsone K., Pipere A., Kamerāde D. (2016). Pētniecība: teorija un prakse. Rīga: Raka.
15. Mārtinsone K., Perepjolkina V., Ludāne M., Mihailova S., Ļevina J., Škuškovnika D., Enģele I., Stokenberga I., Freimane G., Sudraba V., Bite I. Dragūns J. (2015). Psiholoģija 2. Personība, grupa, sabiedrība, kultūra. Rīga: Zvaigzne ABC.
16. Meikšāne Dz., Plotnieks I. (1998). Personības pašizjūta un identitāte. Rīga: LU Pedagoģijas un psiholoģijas institūts. Mācību apgāds NT.
17. Omārova S. (1996). Cilvēks dzīvo grupā (sociālā psiholoģija). Rīga: firma "Kamene".
18. Praude V., Beļčikovs J. (1997). Menedžments. Teorija un prakse. Rīga: Vaidelote.
19. Reņģe V. (1999). Psiholoģija. Personības psiholoģija. Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC.
20. Reņģe V. (2002). Sociālā psiholoģija. Rīga: Zvaigzne ABC.
21. Reņģe V. (2003). Organizāciju psiholoģija. Rīga: SIA "Kamene".
22. Reņģe V. (2007). Mūsdienu organizāciju psiholoģija. Rīga: Zvaigzne ABC.
23. Reņģe V., Lūsis K. (1988). Personības psiholoģiskā struktūra. Rīga: Zinātne.
24. Ruperte I. (2003). Uzņēmuma vadīšana. Rīga: Jumava.
25. Rosenberg M. (1986). Conceiving the self. Malabar, FL: Krieger.
26. Stone J. (2003). Self-Consistency for low self-esteem in dissonance process: The role of self standards. Personality and Social Psychology Bulletin, 29 (7), 846-858.
27. Vroom V.H., Jago A.G. (2007). The Role of the Situation in Leadership. American Psychologist, 62, (1), 17-24.
28. Бердыева, Д.Ш. (2014). Стили управления, их обусловленность особенностями личности руководителя. Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. Получено с <http://bulletinpp.esrae.ru>
29. Волкова М.Ю. (2012). Стил ь руководства и эфф ективность работы организации. Компетентность, 2 (93), 42-45.
30. Горячкина В.А. (2015). Психологические особенности управленческих лидеров в организации. Вестник ЮУрГУ. Серия "Психология", 8 (2), 71-77.
31. Ильин Е. П. (2009). Психология общения и межличностных отношений. Серия "Мастера психологии". СПб.: Питер.
32. Карвасарский Б. Д. (2004). Клиническая психология. Учебник для вузов. СПб.: Питер.
33. Менумеров А.В., Гребнева А.А., Мишуточкин С.Е. (2011). Самооценка и стиль управления у руководителей - государственных служащих. Научно-теоретический журнал "Ученые записки", 9 (79), 102-106.
34. Миронова М., Билюкина О. (2010). Исследование взаимосвязи личностных черт и стиля управления руководителя. Актуальные проблемы психологии личности: сб. ст. по матер. II Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы психологии личности» Часть II. Новосибирск: СибАК. Получено с <https://sibac.info/conf/psych/ii/35434>
35. Митина Л. (1999). Стил ь руководства: психологическая характеристика и методика изучения. Директор школы, 1, 15-18.
36. Столяренко Л. Д. (2005). Психология делового общения и управления. Ростов н/Д: Феникс.
37. Хьелл Л., Зиглер Д. (2006). Теории личности. Основные приложения, исследования и применение. СПб: Питер.
38. Шайгородский, Ю. Ж. (1992). Точка отсчета: методики личностной и социально-психологической диагностики учителей. Омск: Интеллектика.

# RĪGAS PATVERSMES MOBILĀS BRIGĀDES ATTĪSTĪBA UN VĪZIJA

Mārtiņš Stukovs - Ķīsis, Dana Stukova – Ķīse

Latvija

Baltijas starptautiskā akadēmija, Jelgava

Maģistratūra, Sociālā labklājība

[martinskisis2@inbox.lv](mailto:martinskisis2@inbox.lv)

Zinātniskais vadītājs:

Bak.soc.d. vieslekt. Dagnija Kamerovska

## ANOTĀCIJA

Zinātniskā rakstā trijās daļās tiek apskatīts bezpajumtniecības jēdziens Latvijas likumdošanā, līdzatbildības jēdziens, kā arī izvērtēts un analizēts mobilās brigādes sniegto pakalpojumu klāsts. Izvērtētā darba ietvarā tiks izstrādāta mobilās brigādes darbības vīzija.

**Atslēgas vārdi:** mobilās brigādes, bezpajumtnieki, līdzatbildība, darbības vīzija.

## ABSTRACT

The scientific article deals with the concept of homelessness in Latvian legislation, the concept of co-responsibility, as well as evaluating and analyzing the range of services provided by the mobile brigade in three parts. Within the framework of the evaluated work, a vision of the mobile brigade will be developed.

**Keywords:** Mobile Brigades, homeless, co-responsibility, activity vision.

## IEVADS. INTRODUCTION

Apvienoto Nāciju Organizācijas aprēķini liecina, ka aptuveni 100 miljoniem cilvēku visā pasaulē nav dzīves vietas.[1,6] Pēc šiem datiem sanāk, ka katrs sešdesmitais cilvēks uz zemes ir bez pajumtes, bez pastāvīgas dzīvesvietas. Precīzu bezpajumtnieku skaitu ir grūti noskaidrot, sakarā ar to mūsdienās pasaulē nav konkrētu statistikas datu par šo sociāli mazaizsargāto grupu un viņu sociālām problēmām. Daudzu valstu uzrādītā informācija ir neprecīza un neatspoguļo sociālās problēmas patiesos apjomus. Bezpajumtnieku skaita konstatāciju kavē bezpajumtnieku pārvietošanās un noslēgtība. Pieejamie pašvaldības dati atspoguļo tikai to bezpajumtnieku grupu, kas meklējuši bezpajumtnieku patversmju pakalpojumus, bet pastāv arī slēptā bezpajumtniecība, par šo cilvēku skaitu statistikas datu nav.

Latvija ir viena no tām valstīm, kur aktuālā sociālā problēma ir bezpajumtniecība – bezpajumtnieki ir viena no visneaizsargātākajām iedzīvotāju grupām. Uz bezpajumtniecības problēmas risināšanas vērsto pasākumu plānošanu apgrūtina apstākļi, ka nav precīzi konstatējams šo personu skaits. Rīgā ar katru gadu aktuālākas kļūst bezpajumtniecības un ubagošanas problēmas. Cilvēki, kuri nav spējuši piemēroties mūsdienu straujajam ritmam, bieži vien ubago, dzīvo nepiemērotos apstākļos vai arī kļūst par bezpajumtniekiem.[11, 42] Par bezpajumtniecības problēmas aktualitāti liecina naktspatversmes un patversmes pakalpojumus saņēmušo personu skaits.[11,44]

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Latvijā nav noteikts, kāda persona tiek uzskatīta par bezpajumtnieku un kas ir bezpajumtniecība. Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums nenosaka, kas ir bezpajumtnieks un bezpajumtniecība, bet nosaka, kas ir patversme, to personu loku, kuri var saņemt patversmes/naktspatversmes pakalpojumu un ko nodrošina

šis sociālais pakalpojums. Patversme – sociālā institūcija, kas personām bez noteiktas dzīvesvietas vai krīzes situācijā nonākušām personām nodrošina īslaicīgas uzturēšanās iespējas, uzturu, personiskās higiēnas iespējas un sociālā darba speciālistu pakalpojumus.[2] Bet Ministru kabineta noteikumos Nr.32 "Noteikumi par sociāli mazaizsargāto personu grupām" ir norādīts, ka bezpajumtnieki ir iekļauti sociāli mazaizsargāto personu grupā.[3] Patversmes pakalpojumu mērķa grupa ir personas, kas vēršas pēc palīdzības un gatavi sadarboties ar sociālo darbinieku, ir procesa laikā tiek atpazītas sociālās problēmas un meklēti risinājumi. Bet pastāv bezpajumtniecība, personas, kuras nevēršas institūcijās, dzīvo uz ielas. 2007. gada 15. novembrī darbu uzsāka Rīgas patversmes struktūrvienība – Mobilā brigāde ielu sociālajam darbam ar bezpajumtniekiem (turpmāk tekstā MB). Mērķa grupa ir pieaugušas personas – bezpajumtnieki. MB galvenie uzdevumi ir veikt apsekošanu daļēji noteiktā maršrutā Rīgas pilsētā, apzināt un regulāri apsekot bezpajumtnieku pulcēšanās vietas, apsekot konkrētas vietas pēc operatīvās informācijas, noskaidrot katra klienta situāciju, vajadzības un problēmas, informēt par iespējamo palīdzību un tās saņemšanas vietām un procedūru, motivēt klientu risināt savas sociālās problēmas un sniegt adekvātu atbalstu klienta situācijai un vajadzībām, iegūt un nostiprināt bezpajumtnieku uzticību MB darbiniekiem un sniegtajam atbalstam.

Ar Rīgas domes 30.01.2007.gada lēmumu Nr.2001 izstrādāts rīcības plānu „Palīdzības sniegšana bezpajumtniekiem nelabvēlīgos laika apstākļos Rīgā” saskaņā ar kuru notiek palīdzības sniegšana bezpajumtniekiem, kas tiek sadalīta līmeņos: 0 līmenis jeb pamatlīmenis (no 1.maija līdz 30.septembrim), pakalpojumi: -naktspatversme (no plkst. 20.00 līdz plkst.7.00) /patversme (visu diennakti); -Rīgas patversmes Dienas centrs (darba dienās no plkst. 9.00 līdz plkst.17.00); - MB (darba dienās no plkst. 9.00 līdz plkst.17.00); informatīvais materiāls par pakalpojumiem ir pieejama bukletos, mutisku informāciju sniedz pašvaldības policisti, kā arī RD informatīvie tālruņi. I līmenis (no 1.oktobra līdz 31.oktobrim un no 2.marta līdz 30.aprīlim). Pamatlīmenī minētie pakalpojumi -palielinās vietu skaits naktspatversmēs (no plkst.18.00 līdz plkst.8.00) / patversmēs (visu diennakti), zupas virtuves, pastiprināta namīpašumu, mazdārziņu un citu Rīgas teritoriju kontrole un nepieciešamības gadījumā bezpajumtnieku nogādāšana naktspatversmē/patversmē. II līmenis – (no 1. novembra līdz 1. martam); pakalpojumi: - I līmenī minētie pakalpojumi; - darba laika pagarināšana naktspatversmēs (no plkst. 17.00 līdz plkst. 9.00), izbraukuma zupas virtuves pakalpojumi papildus esošajām zupas virtuvēm Rīgā, kā arī siltu drēbju izsniegšana, Rīgas patversmes Dienas centrs (katru dienu no plkst. 9.00 līdz plkst. 17.00). III līmenis (no 1. oktobra līdz 30. aprīlim), ja pēc Latvijas Vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas centra sniegtās informācijas plkst. 8.00 āra gaisa temperatūra ir zemāka par -10°C vai ja āra gaisa temperatūra ir zemāka par 0°C un vēja ātrums ir lielāks par 10m/s; pakalpojumi: II līmenī minētie pakalpojumi naktspatversmju darba laiks visu diennakti, kā arī tiek nodrošinātas pusdienas; papildus naktspatversmēm/patversmēm tiek atvērtas pagaidu uzturēšanās vietas, ja nakts gaisa temperatūra ir zemāka par -15° priekšpilsētā/rajonā nav pietiekošs patversmju/naktspatversmju skaits; bezpajumtnieku pārvietošana no pagaidu uzturēšanās vietām uz naktspatversmēm; pastiprināta informācijas sniegšana par iespēju saņemt palīdzību; MB darba laiks pirmdienās, trešdienās, piektdienās no plkst. 9.00 līdz plkst. 17.00., otrdienās, ceturtdienās no plkst. 11.00 līdz plkst. 19.00., kā arī sestdienās no plkst. 9.00 līdz plkst. 17.00. [4] Apkopojot, Rīgas domes Labklājības departamenta „Sociālā sistēma un veselības aprūpe” gadagrāmatas, laika periodā no 2007. gada - 2018. gadam MB veica konsultācijas klātienē 20412, saņēmusi 9971 tālruņa zvanus pa tālruni 27023550, 7979 personas nogādātas uz patversmi vai ārstniecības iestādi. MB veic ielu sociālo darbu ar bezpajumtniekiem. Informē par iespējamo palīdzību un tās saņemšanas procedūru. Motivē klientu risināt savas sociālās problēmas. Sniedz klienta situācijai un vajadzībām adekvātu atbalstu. Informāciju Rīgas iedzīvotāji sniedz MB vadītājam pa tālruni, saņemto informāciju pārbauda un organizē apsekošanu. Sadarbībā ar ārstniecības iestādēm, saņem informāciju no uzņemšanas nodaļām un nogādā patversmes klientus no slimnīcām uz patversmi. Sadarbībā ar Patversmes Sociālās rehabilitācijas nodaļu, nogādā klientus ar pārvietošanās grūtībām uz nepieciešamajām institūcijām.[5] MB sociālā darbinieka darbs ar slēpto bezpajumtniecību notiek uz ielas, klienta ierastajā vidē. Ielas sociālais darbs ir definēts kā: uzmeklēt un bez aicinājuma veidot kontaktu ar bezpajumtniekiem, kuriem varētu būt vajadzīga palīdzība, lai izmainītu savu dzīves situāciju. Ielu sociālā darba pamatideja ir pieņēmums, ka ir tādi cilvēki, kuriem ir vajadzīga palīdzība

un atbalsts, bet kuri paši, savas iniciatīvas vadīti, nevēršas pēc palīdzības. Ielu sociālais darbs notiek vietās, apvidos vai vidēs, kur var sagaidīt, ka uzturēsies konkrētā ielu sociālā pasākuma mērķa grupa. Viens no ielu sociālā darba pamatprincipiem, jeb outreach works - "aktīvs darbs ar klientiem" ir tāds, ka sociālais darbinieks, sociālo pakalpojumu sniegti klientam pazīstamā vidē, tā teritorijā. Tiek uzskatīts, ka, aktīvi sniedzot informāciju, ievērojami palielinās pieprasījums pēc pakalpojumiem. Potenciālajiem klientiem ir tiesības vienoties vai atteikties no darbinieka pakalpojumiem, kas viņiem ir daudz pieejamāki, mazāk birokrātiski un "kuriem nav pievienotas tādas varas pazīmes kā biroja durvis un galdi".[14, 66] Tas ir, galvenais, informatīvā darba plus, kas samazina attālumu starp klientu un sociālo darbinieku.

Sabiedrības attieksme ir pasīva, reizēm indivīdi iesaistās, sazinoties ar visa veida organizācijām, bet ne ar mērķi palīdzēt, bet gan likvidēt pēkšņi radušos problēmu. Sabiedrība un ikkatrs sabiedrības indivīds nevēlas nest atbildību par slēptās bezpajumtniecības izpausmēm. Atbildība tiek definēta kā vērtība. Indivīds no subjektīvās vērtības orientācijas atvasina savas uzvedības normas. Indivīdam izprotot savu ciešo saistību ar apkārtējiem cilvēkiem, un dabu var veidoties atbildīga un līdzatbildīga attieksme. Balstoties uz psihologa G. Kraiga idejām, dzīves vērtības un pieredze veidojas nozīmīgu notikumu ietekmē. Kultūras un vēstures apstākļi, kuros nonākuši cilvēki dažādos savas dzīves momentos, ietekmējuši viņu uzstādījumus, dzīves vērtības un iespējas. Lai arī cik cilvēks būtu godprātīgs un bezkaislīgs, personiskie un kultūras uzstādījumi nopietni ietekmē pareizu cilvēku uzvedības izpratni. Kad tiek vērtēts, uz ko ir vai nav spējīgs cilvēks, kad mēģina pateikt, kā jāuzvedas, kad nosoda citu cilvēku uzvedību, tiek pārnestas indivīda pieņemtās vērtības un normas, kas formējušās katra individuālā pieredzē socializējoties apkārtējā kultūrā. G. Kraiga ir sacījis: „Cilvēkam ir grūti atteikties no subjektīviem vērtējumiem un vērtēt citus, izejot no viņu normām, vērtībām un dzīves nosacījumiem. Pilnīgu objektivitāti nekad nebūs iespējams sasniegt.”[15, 914] Filozofe M. Kūle uzskatīja, ka sabiedrība ir organisms, ko veido daudzi locekļi, sākot ar ģimeni un beidzot ar ekonomiskām, sociālām, politiskām un kulturālām vērtībām, kas pastāv kā dažādas starpnieka grupas, un bāzējas cilvēciskajā dabā.[6, 656] Indivīdi ir sociālu kopumu vienojoši elementi, kuri ir spējīgi uzņemties atbildību par sevi un citiem, savu darbu un rīcību. Atbildība ir personības psihisko funkciju integrācijas rezultāts, kuru veido attieksme pret pienākumiem, emocijas, subjektīvā uztvere, personisko attiecību izpausme, sadarbības formas un vērtību sistēma. A. Vorobjovs akcentē cilvēka rīcības tikumisko vērtējumu, kas balstās uz atbildības un pienākuma izjūtas.[13] Dz. Meikšāne uzskata, ka atbildība par savu dzīvi ir spēks, kas sekmē individuālā potenciāla aktualizēšanu, kuru apzināšanās un attīstība palīdz sevi atklāt.[8, 203] Pedagoģijā jēdziens „atbildība” tiek skaidrots ar apzinātu attieksmi par savu rīcību. Psiholoģijā jēdziens „atbildība” nozīmē spēju atbildēt vispirms par sevi, savas dzīves saturu, par citiem cilvēkiem, kuriem doti solījumi, par savu viedokli. Tā ir spēja izvēlēties noteiktu uzvedības stilu.[10, 216] Atbildības jēdziens tiek saistīts ar dažādiem saistošiem terminiem, piemēram, sociālā atbildība, pilsoniskā atbildība, tiesiskā atbildība, sociāli korporatīvā atbildība u.c. Jēdziens „sociālā atbildība” definē kā faktoru, kas atspoguļo rūpes, kas sniežas pāri personīgajām vajadzībām, vēlmēm un ieguvumiem. Ja līdzatbildības princips ir vāji attīstīts Latvijas sabiedrībā, tad sabiedrību līdzsadarboties, jeb būt sociāli atbildīgiem var motivēt pastarpināti, izmantojot digitālās ierīces. Latvijā, kas ir viena no mobilā interneta pieejamības un arī patēriņa lielvalstīm, iedzīvotāju dzīve nav iedomājama bez interneta un iespēja to izmantot neatkarīgi no atrašanās vietas. Ne velti mūsdienās dzīvesveids ir daudz dinamiskāks nekā, piemēram, pirms gadiem divdesmit.[7, 155] Mobilo internetu var uzskatīt par nākamo interneta paaudzi, kurš daudz efektīvāk apmierina mūsdienu cilvēka vēlmes un vajadzības. Latvijas informācijas, komunikācijas tehnoloģiju vide un sabiedrība attīstās strauji, liela daļa institūciju nespēj tām sekot, tāpēc izdzīvos tas, kurš vislabāk un ātrāk adaptēsies pārmaiņām.

## SECINĀJUMI. CONCLUSIONS

Bez sabiedrības līdzatbildības nav iespējams apzināt, atbalstīt un radīt nepieciešamos pakalpojumus slēptās bezpajumtniecības elementiem. Pamatojoties uz zemo Rīgas iedzīvotāju līdzatbildību, izstrādājot

digitalizētu resursus ar kuras palīdzību var pastarpināti motivēt sabiedrību līdzsadaboties slēptās bezpajumtniecības apzināšanā.

## LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Ekonomiskās, sociālās un kultūras tiesības. Apvienotās Nācijas Cilvēktiesību komisijas Sešdesmit pirmā sesija. (2005). Retrieved from <https://undocs.org/E/CN.4/2005/48>
2. Sociālo pakalpojumu un sociālās palīdzības likums: Latvijas Republikas likums. 19.11.2002. Latvijas Vēstnesis. 168.
3. Noteikumi par sociāli mazaizsargāto personu grupām: Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.32. 14.01.2005. Latvijas Vēstnesis. 8.
4. Rīcības plāns „Palīdzības sniegšana bezpajumtniekiem nelabvēlīgos laika apstākļos Rīgā” Nr.2001. Rīga 30.01.2007.
5. Rīgas patversmes Mobilās brigādes darbam ar bezpajumtniekiem reglaments. Nr.RP-17-3-rgs Rīga 06.02.2017.
6. Kūle, M., Kūlis, R. (1998). Filosofija. Zvaigzne ABC
7. Lapsiņš O. (2019) Produktivitātes celšana: tendences un nākotnes izaicinājumi Rīga: LU Akadēmiskais apgāds  
[https://www.apgads.lu.lv/fileadmin/user\\_upload/lu\\_portal/apgads/PDF/Monografijas/Produktivitates\\_celšana/Produktivitate.pdf](https://www.apgads.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/apgads/PDF/Monografijas/Produktivitates_celšana/Produktivitate.pdf)
8. Meikšāne, Dz., Plotnieks, I. (1998). Personības pašizjūta un identitāte. JUMI
9. Skujiņa V., Beļickis I., Blūma D., Koķe T., Blinkena A. (2000) Pedagoģijas terminu skaidrojošā vārdnīca. Rīga: Zvaigzne ABC
10. Svence, G. (2009). Pozitīvā psiholoģija. Zvaigzne ABC
11. Švekle, I. (2007) Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA „Sociālā sistēma un veselības aprūpe 2006. gadā” Rīga
12. Švekle, I. (2008) Rīgas domes Labklājības departamenta GADAGRĀMATA „Sociālā sistēma un veselības aprūpe 2007. gadā” Rīga
13. Vorobjovs, A. (1996). Psiholoģijas pamati. Mācību Apgāds
14. Outreach work among marinalised populations in Europe. Guidelines on providing integrated outreach services. Amsertdam, 2007. P. 21 <https://sid.usal.es › idocs › FDO20645 › outreach>
15. Крейг, Г. (2000). Психология развития. Санкт Peterburg, Питер.



# EMOCIONĀLĀ INTELEKTA UN PAŠEFEKTIVITĀTES SAKARĪBAS IZPĒTE PEDAGOGIEM

Ieva Sanita Kleimarāne

Latvija, Baltijas Starptautiskā akadēmija, Profesionālā maģistra studiju programma "Psiholoģija"  
e-pasts: sanita\_1978@inbox.lv

Zinātniskais vadītājs: Dr. psych., doc. **Aļona Korniseva**

Zinātniskais konsultants: Dr. psych., prof. **Irina Plotka**

## ANOTĀCIJA

Dotā pētījuma ietvaros emocionālais intelekts un pašefektivitāte tika pētīti kā nozīmīgi koncepti pedagogu profesionālās darbības kontekstā. Pētījuma mērķis ir izpētīt emocionālā intelekta un pašefektivitātes sakarību pedagogiem. Pētījuma hipotēze: pastāv sakarība starp emocionālo intelektu un pašefektivitāti pedagogiem. Metode: Bar-Ona emocionālā intelekta aptauja (EQ-i), Schwarzer & Jerusalem vispārējās pašefektivitātes skala (GSE), Tschannen-Moran un Woolfolk Hoy skolotāja efektivitātes izjūtas skala. Dalībnieki: 100. Vecums: no 23 līdz 64 gadiem (*Mdn* = 40 gadi). Rezultāti: emocionālā intelekta, vispārējās pašefektivitātes un skolotāja efektivitātes izjūtas mērījumi norāda uz vairākām pozitīvām sakarībām starp emocionālo intelektu un pašefektivitāti augstākajā nozīmības līmenī. Savukārt interpersonālā faktora ietekme uz pašefektivitāti atspoguļo pretrunīgu tendenci, saskaņā ar ko mūsdienu sociālā situācija negatīvi ietekmē pedagogu pašefektivitātes izjūtu un pārliecību par savu personisko un profesionālo kompetenci. Iesaistoties komunikācijā ar kritiski noskaņotu apkārtējo sabiedrību, tajā skaitā skolēnu vecākiem, pedagogs nejūtas emocionāli un garīgi drošs un aizsargāts, kas arī neveicina viņa pašefektivitāti. Kā rezultātā pedagogi izvairās no savstarpējās komunikācijas un konfliktu risināšanas, saglabājot savu profesionālo un personisko identitāti, un nevēlas iesaistīties ar pedagoģisko darbību saistītās diskusijās vai apspriedēs.

**Atslēgas vārdi:** efektivitātes izjūta, emocionālais intelekts, pašefektivitāte, pedagogi.

## ABSTRACT

Within this research, emotional intelligence and self-efficacy are studied as important concepts in the context of educators' professional work. The aim of the study is to investigate the relationship of emotional intelligence and self-efficacy of educators. Research hypothesis: there is a relationship between emotional intelligence and self-efficacy of educators. Method: Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-i), Schwarzer and Jerusalem General self-efficacy scale (GSE), Tschannen-Moran and Woolfolk Hoy Teacher sense of efficacy scale. Participants: 100. Age: 23 to 64 years (*Mdn* = 40 years). Results: measurements of emotional intelligence, general self-efficacy, and teacher sense of efficacy indicate that there are many positive relationships between emotional intelligence and self-efficacy at the highest significance level. In the group of participants with low emotional intelligence scores, positive relationship of emotional intelligence adaptation factor with all self-efficacy factors are revealed. In the group of participants with high emotional intelligence scores, positive relationship of emotional intelligence, intrapersonal and stress management factors with all self-efficacy factors are revealed. Significant predictors of emotional intelligence are efficacy in student engagement and general self-efficacy, while self-efficacy predictors are emotional intelligence and interpersonal factor. Conclusion: there is a correlation between emotional intelligence and self-efficacy for educators.

**Key words:** emotional intelligence, self-efficacy, sense of efficacy, educators.

## IEVADS. INTRODUCTION

Emocionālā intelekta un pašefektivitātes pētīšana pedagogiem ir viena no aktuālākajām problēmām mūsdienu psiholoģijas zinātnē un praksē. Izņemot profesionālās zināšanas, pedagogam jāpiemīt tādu prasmju kopumam, kā empātija, optimisms, tolerance pret stresu, pašcieņa, elastība, emocionālā izpratne u.c., ko nodrošina emocionālais intelekts. Emocionālo spēju attīstība pedagogiem ir tikpat svarīga kā kognitīvās spējas [6]. Savukārt pašefektivitāte attiecas uz pedagogu pārliecību par savu spēju radīt noteiktus akadēmiskās

darbības rezultātus, kas ietekmē un skar arī viņu dzīvi. Tā nosaka to, ka pedagogi jūtas, domā, motivē sevi un uzvedas [16;17]. Pedagogu pašefektivitāte un ticība sev kā skolotājam, gandarījums par sasniegto rezultātu un mācību procesa efektivitāte ir svarīgāki kognitīvie resursi, kas rada pozitīvu un vienojošu atmosfēru klasē [15;16].

Doto pētījumu rezultāti sasauca ar sociāli kognitīvajiem pieņēmumiem par pašefektivitāti kā spēcīgu izjūtu, kas veicina motivāciju, afektīvos, kognitīvos un izvēles procesus, kas nepieciešami, lai sasniegtu iecerētos mērķus [16]. Pedagogi veic savu profesionālo darbību strauju pārmaiņu un paaugstinātu prasību laikā. Pedagogiem ir grūti saglabāt veselību un efektivitāti sarežģītajos darba apstākļos, ja viņi neizmanto emociju pārvaldīšanas prasmes [10].

Pētījumā tika izvirzīti divi pētījuma jautājumi: Kādi no pašefektivitātes faktoriem ir labāki emocionālā intelekta prediktori? Kādi no emocionālā intelekta faktoriem ir labāki pašefektivitātes prediktori?

## SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Emocionālais intelekts un pašefektivitāte ir svarīgi psiholoģiski koncepti, kuru detalizēta izpēte ir nepieciešama, lai uzlabotu pedagogu profesionālo efektivitāti. Ir pierādīts, ka šiem konceptiem ir liela loma skolēnu akadēmisko rezultātu veicināšanā [11]. Efektīvi skolotāji attīsta emocionālās prasmes un regulāri demonstrē emocionāli saprātīgu uzvedību, kas ietekmē arī viņu profesionālo karjeru. Viņi veicina skolēnu sasniegumus, radot piemērotu mācību vidi [13]. Emocionāli intelektuālie un efektīvi pedagogi ir aktīvi savā orientācijā uz skolēniem un profesionālo darbību.

Sākot ar 1990. gadu tika veikti pētījumi, kuros noteikta cieša saikne starp intelektu un emocijām, līdz ar to doto emociju un prāta savienojumu zinātnieki apzīmēja par emocionālo intelektu, kas mūsdienās ir kļuvis par aktuālu tēmu gan psihologu, gan zinātnieku, gan visas sabiedrības vidū. Emocionālais intelekts apvieno divas iezīmes – emocijas un intelektu, kas piemīt ikvienam cilvēkam.

APA psiholoģijas vārdnīcā *emocionālais intelekts* (angļu valodā – *emotional intelligence*) tiek skaidrots kā intelekta veids, kas saistīts ar spēju apstrādāt emocionālo informāciju un izmantot to savos spriedumos un citās izziņas aktivitātēs [2].

Autori, kas pirmie sāka runāt par emocionālo intelektu kā atsevišķu sociāla intelekta veidu, bija Majers un Salovejs. Viņi arī sniedza pirmo emocionālā intelekta definīciju, apzīmējot to kā spēju adekvāti sajūst, uztvert, saprast, izpaust un vadīt emocijas, tātad emocionālais intelekts saistās ar spējām domāt un adekvāti tās izpaust un kontrolēt [9]. Laika gaitā Majers, Salovejs un Karuso papildināja savu emocionālā intelekta spēju modeli, saskaņā ar kuru emocijas satur informāciju par cilvēka saistību ar citiem cilvēkiem vai priekšmetiem. Tādējādi emocijas informē cilvēku par saistību raksturu, pie tam šīs saistības ir ne tikai aktuālās (kas notiek reāli), bet arī cilvēka iedomātās. Doto saistību izmainīšana ar cilvēkiem vai priekšmetiem noved arī pie emociju izmainīšanas, it īpaši, ja tās saistītas ar noteiktiem pārdzīvojumiem.

Savukārt Bar-Ona sociālā un emocionālā intelekta modelis (*Model of Emotional-Social Intelligence*) sniedz ļoti plašu traktējumu par emocionālo intelektu. Bar-Ons piedāvā dēvēt emocionālo intelektu kā visu nekognitīvo spēju kopumu, kas ļauj veiksmīgi risināt dažādas ikdienas situācijas. Emocionālā intelekta konceptā autors iekļāva intrapersonālās prasmes (pašapzināšanos, pašpārlicību, pašcieņu, pašaktualizāciju, neatkarīgumu); interpersonālās prasmes (empātiju, starppersonu attiecības, sociālo atbildību); adaptēšanos (problēmu risināšanu, realitātes pārbaudi, elastīgumu); stresa vadīšanu un vispārīgo noskaņojumu. Pēc Bar-Ona domām, emocionālais intelekts ir svarīgs faktors cilvēka dzīvē – veicinot efektīvu saskarsmi, tas ved pie sasniegumiem un uzlabo cilvēka labsajūtu [3].

Balstoties uz autoru atziņām, pedagogu emocionālais intelekts var tikt raksturots kā emociju izpratne un pārvaldīšana; pateicoties pieredzei pārvaldīt savas emocijas, viņš var regulēt savu uzvedību. Var pieņemt, ka spēja saprast emocijas un to vadīšana ir ļoti cieši saistītas ar kopējo personības virzību emocionālajā sfērā ar interesi par iekšējo pedagoga pasauli, ar noslieci izzināt psiholoģisko personības uzvedību, kas ietver vērtības, kuras saistītas ar emocionālajiem pārdzīvojumiem. Arī Lusins uzsver, ka emocionālo intelektu vajadzētu traktēt kā konstrukt, kam ir divas dabas: saistībā ar kognitīvajām spējām un personīgajām iezīmēm [7].

Pateicoties minētajām iemaņām, kas saistītas ar emocionālo intelektu, tiek veidotas pozitīvas attiecības starp pedagogu un skolēniem, kas ir būtisks kvalitātes izglītības elements, un klasē rodas stabila, droša un atbalstoša atmosfēra, kas stimulē attīstību un motivāciju mācīšanās procesā [5].

Pašefektivitātes koncepts zinātniskajā analīzē tika noteikts, pamatojoties uz divām teorijām: Rotera lokusa kontroles teoriju [12] un Banduras sociāli kognitīvo teoriju [4].

APA psiholoģijas vārdnīcā *pašefektivitāte* (angļu valodā – *self-efficacy*) tiek definēta kā indivīda subjektīvā uztvere par viņa vai viņas spēju darboties noteiktā vidē vai sasniegt vēlamos rezultātus [2].

Pašefektivitātes jēdzienu 1977. gadā ir izvirzījis Bandura kā psiholoģisko konstrukt, kas tiek aplūkots kā nozīmīgs personības resurss, kas veido pamatu cilvēka motivācijai, psiholoģiskai labklājībai un sasniegumiem visdažādākās dzīves jomās. Pēc autora domām, pašefektivitāte ir indivīda kognitīvs priekšstats vai pārliecība par savām spējām veikt noteiktas darbības, lai sasniegtu noteiktu rezultātu vai izpildes līmeni [2].

Tschannen-Moran un Hoy (1998) aprakstīja pašefektivitāti kā pedagoga pārliecību par savu spēju mācīt, panākt skolēnu iesaistīšanos mācīšanās un panākt vēlamos rezultātus [17]. Skolotāja pašnoteikšanās pamatā ir trīs faktori: sevis efektivitāte mācību stratēģijās, vadībā un studentu iesaistīšanās mācību procesā.

Apkopojot augstākminēto, var secināt, ka pedagogu pašefektivitāte nav vispārīga, bet saistīta ar konkrētām situācijām. Pedagoģs var spriest, ka viņš ir ļoti kompetents kādā konkrētā jomā un mazāk kompetents citā jomā. Tas nozīmē, ka pašefektivitāte ir saistīta ar konkrētām situācijām un uzdevumiem, ko nevar attiecināt uz tādiem saistītiem jēdzieniem kā pašvērtējums, pašapziņa un kontroles lokuss [8]. Tādējādi pašefektivitāte ir cieši saistīta ar situāciju un uzdevumiem.

Pedagogu pašefektivitāte ir pakāpe, kādā pedagogi uzskata sevi par spējīgiem sasniegt noteiktus mācību mērķus, subjektīvā ticība savām spējām tikt galā ar noteiktām aktivitātēm un uzdevumiem. Šis koncepts tiek izmantots kā subjektīvs rādītājs tam, cik labi pedagoģs spēj veikt noteiktas darbības, lai sasniegtu mācību mērķus. Pašefektivitāte ietekmē pedagoga uzvedību un izpaužas kā fakts, ka pedagogi mēdz izvirzīt sev sarežģītākus mērķus, jo uzskata, ka viņiem ir spējas sasniegt noteiktus rezultātus un būt veiksmīgiem. Augsts skolotāju pašefektivitātes līmenis (gan profesionālās darbības jomā, gan komunikācijā) pozitīvi korelē ar skolēnu patiesajiem panākumiem.

## **Pētījuma metodoloģija**

Dalībnieki: Pētījuma piedalījās 100 vispārīzglītojošo skolu pedagogi vecumā no 23 līdz 64 gadiem ( $Mdn = 40$  gadi), no viņiem 93 sievietes un 7 vīrieši.

Instrumentārijs: pētījumā tika izmantota aptaujas metode pēc pētījumā izdalīto konstrukt metodikām.

Bar-Ona emocionālā intelekta aptauja (Bar-On Emotional Quotient Inventory (EQ-i); Bar-On, 1999) A. Gaitnieces-Putānes un M. Raščevskas adaptācijā (Gaitniece-Putāne & Raščevska, 2006). Aptauja sastāv no 132 apgalvojumiem, kas veido 5 skalas un 15 apakšskalas: 1) *intrapersonālais faktors*; 2) *interpersonālais faktors*; 3) *adaptācija*; 4) *stresa pārvaldīšana*; 5) *vispārējais garastāvoklis*.

Vispārējās pašefektivitātes skala (General Self-Efficacy Scale (GSE); Schwarzer & Jerusalem, 2010) S.Kleimarānes un A. Korniševas lingvistiskā adaptācijā. Aptauja sastāv no 10 apgalvojumiem. Pamatojoties uz dalībnieku atbildēm, tiek iegūts vispārējās pašefektivitātes rādītājs.

Skolotāja efektivitātes izjūtas skala (Teacher Sense of Efficacy Scale; Tschannen-Moran & Woolfolk Hoy, 2001) S. Kleimarānes un A. Korniševas lingvistiskā adaptācijā. Aptauja sastāv no 24 apgalvojumiem, kas veido 3 apakšskalas: 1) *efektivitāte skolēnu iesaistīšanās*; 2) *efektivitāte mācību praksē*; 3) *efektivitāte klases vadībā*. Metodika atspoguļo subjektīvo skolotāju efektivitātes izjūtu.

Pētījuma procedūra: pētījums tika vadīts vispārīzglītojošās Latvijas skolās, kurās pētījuma datu ievākšana tika saskaņota ar skolu administrāciju. Pētījuma dalībnieki tika informēti par pētījuma nozīmību, ētikas normu ievērošanu un datu konfidencialitāti.

## **PĒTĪJUMA REZULTĀTI. RESULTS**

Dotā pētījuma rezultātā tika atklātas nozīmīgas pozitīvās sakarības starp emocionālo intelektu un pašefektivitātes faktoriem, kas apstiprina, ka emocionāli inteligenti pedagogi spēj pielietot savā darbā skolēnu vajadzībām atbilstošās diferencētās mācību metodes, kuras veicina skolēnu mācīšanos, un ir efektīvi līderi klases vadībā.

Pētījuma gaitā tika apstiprināta izvirzītā hipotēze par sakarības pastāvēšanu starp emocionālo intelektu un pašefektivitāti dotās izlases pedagogiem.

Atbildot uz pirmo pētījuma jautājumu, kādi no pašefektivitātes faktoriem ir labākie emocionālā intelekta prediktori (tika izmantota daudzfaktoru regresijas analīze), kur tika atklāts, ka emocionālo intelektu vairāk ietekmē efektivitāte skolēnu iesaistīšanās ESE ( $\beta_1 = .34, p = .002$ ) un kopējā pašefektivitāte GSE ( $\beta_2 =$

.19,  $p = .062$ ), kas atspoguļo pedagoģu emocionālo kompetenci – identificēt, izprast un vadīt emocijas pozitīvā veidā, iesaistot un motivējot skolēnus mācīties, kā arī apzinoties un novērtējot savu personīgo un profesionālo kompetenci konkrētā kontekstā.

Atbildot uz otro pētījuma jautājumu, kādi no emocionālā intelekta rādītājiem ir labākie pašefektivitātes prediktori, tika secināts, ka pašefektivitāti visvairāk ietekmē kopējais emocionālais intelekts EI ( $\beta_1 = .75$ ,  $p < .001$ ) un interpersonālais faktors InterF ( $\beta_2 = -.51$ ,  $p < .001$ ). Interpersonālā faktora ietekme uz pašefektivitāti atspoguļo pretrunīgu tendenci, saskaņā ar ko pedagogi izvairās no savstarpējās komunikācijas, saglabājot savu profesionālo un personisko identitāti, un tādējādi paaugstinot savu pašefektivitāti. Atklātā interpersonālā faktora negatīva ietekme uz pašefektivitāti mūsdienu izglītības apstākļos aktualizē un skaidri parāda mūsu sabiedrībā saskatāmo tendenci ar zināmu negāciju uztvert un novērtēt pedagoģu darbu un tā rezultātus, kā arī izglītības sistēmu kopumā, kas veicina pedagoģu pašefektivitātes izjūtas un pārliecības par savu profesionālo kompetenci pazemināšanos.

Pētījuma rezultātiem ir svarīga empīriskā un praktiskā nozīme un tie varētu būt izmantojami pedagoģijas, skolvadības, klasvadības sistēmu ietvaros, realizējot metodiskās aktivitātes un mērķtiecīgi veicinot emocionālā intelekta aktualitātes apzināšanos pedagoģu darbā.

## SECINĀJUMI. CONCLUSIONS

Pētījuma gaitā tika īstenots pētījuma mērķis, kas tika vērsts uz emocionālā intelekta un pašefektivitātes sakarības izpēti pedagoģiem, un realizēti pētījuma uzdevumi.

Pētījuma gaitā konstatēts, ka pedagogi ar augstu emocionālo intelektu cenšas aktīvi iesaistīt skolēnu mācību procesā un spēj pielietot savā darbā skolēnu vajadzībām atbilstošās diferencētās mācību metodes, kas veicina pedagoģu vispārējo pašefektivitāti un profesionālo efektivitāti.

Pētījuma rezultāti atbilst kopumā gaidītajiem rezultātiem emocionāla intelekta un pašefektivitātes sakarības kontekstā.

Atklāta emocionālā intelekta interpersonālā faktora negatīva ietekmē uz pašefektivitāti, kas aktualizē mūsdienu sabiedrībā saskatāmo tendenci ar zināmu negāciju uztvert un novērtēt pedagoģu darbu.

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA. REFERENCES

1. Gaitniece-Putāne, A. (2008). Agresijas, emocionālā intelekta un stoicisma saistība 20-25 un 30-35 gadus veciem vīriešiem un sievietēm. Nēpublicēts promocijas darbs.
2. American psychological association (2009). APA concise dictionary of psychology, wachinston, DC: American psychological association.
3. Bar-On, R. (1999). The Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Technical manual. Toronto, Canada: Multi-Health Systems, Inc.
4. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York, NY: Freeman and Company.
5. Brackett, M. A., & Katulak, N. A. (2006). Emotional intelligence in the classroom: A skill-based training for teachers and students. In J. Ciarrochi & J.D. Mayer (Eds.), *Improving Emotional Intelligence: A Practitioner's Guide* (pp.1.27). New York: Psychology Press.
6. Hall, P. C., & West, J. H. (2011). Potential predictors of student teaching performance: Considering emotional intelligence. *Issues in Educational Research*, 21(2), 145-161.
7. Lyusin, D. B. (2006). Emotional intelligence as mixed construct. *Journal of Russian and East European Psychology*, 44,(6), 54-68.
8. Maibach, E. & Murphy, D.A. (1995). Self-efficacy in health promotion research and practice: conceptualization and measurement. *Health Education Research*, 10(1), 37-50.
9. Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. (2000). Models of Emotional Intelligence. R. Sternberg (Ed.). *Handbook of Intelligence*. (pp. 396–420). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
10. Perry, C., & Ball, I. (2007). Dealing constructively with negatively evaluated emotional situations: The key to understanding the different reactions of teachers with high and low levels of emotional intelligence. *Social Psychology of Education*, 10(4), 443-454.
11. Pell, A. W., Iqbal, H. M., & Sohail, S. (2010). Introducing science experiments into rote learning classes in Pakistani middle school classrooms. *Evaluation & Research in Education*, 23(3), 191-212.
12. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.

13. Shaukat, S., & Iqbal, M. H. (2012). Teacher Self-Efficacy as a Function of Student Engagement, Instructional Strategies and Classroom Management. *Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology*, 10(2), 82-86.
14. Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (2010). The General Self-Efficacy Scale (GSE). *Anxiety, Stress, and Coping*, 12, 329-345.
15. Tschannen-Moran, M. (2014). *Trust matters: leadership for successful schools* (2nd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
16. Tschannen-Moran, M., & Hoy, A. (2007). The differential antecedents of self-efficacy beliefs of novice and experienced teachers. *Teaching and Teacher Education*, 23, 944-956.
17. Tschannen-Moran, M., & Woolfolk Hoy, A. (2001). Teacher efficacy: Capturing and elusive construct. *Teaching and Teacher Education*, 17, 783-805.

# МОТИВАЦИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСПЕШНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ЛАТВИЙСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА

Алиев Тимур, Латвия,  
БМА, факультет: «Управление человеческими ресурсами»,  
[timaaliyevn1@gmail.com](mailto:timaaliyevn1@gmail.com)  
Dr. Paed., проф. О. Л. Филина

## АННОТАЦИЯ

Статья описывает влияние мотивации на успешность предпринимателя. Цель статьи – показать важность мотивации для достижения успешности в предпринимательской деятельности.

В ходе анализа научных источников получено подтверждение важности мотивации для достижения успеха в предпринимательской деятельности.

Результатом исследования станет разработка модели, основанной на адекватной мотивации достижения успеха в предпринимательской деятельности.

**Ключевые слова:** предприниматель, предпринимательская деятельность, малый бизнес, успешность, мотивация.

## ABSTRACT

The article describes the impact of motivation on the success of an entrepreneur. The purpose of the article is to show the importance of motivation to achieve success in business.

An analysis of scientific sources confirms the importance of motivation for achieving success in business.

The result of the study will be the development of a model based on adequate motivation to achieve success in business.

**Keywords:** entrepreneur, entrepreneurial activity, small business, success, motivation.

## ВВЕДЕНИЕ

Проблема исследования связана с тем, что многие современные предприниматели, не обладая психологической компетентностью, не умеют адекватно оценивать свои психологические возможности, и возможности окружающих их людей, что отрицательно влияет на успешность их деятельности. Это, в свою очередь, мешает развиваться малому бизнесу в государстве, так как очень много предприятий приходит к банкротству. Представляется актуальным проанализировать психологические особенности личности мотивации успешных и неуспешных представителей латвийского малого бизнеса.

Актуальность выбранной для магистерского исследования темы определяется тем, что в современных условиях развития общества, всех сторон и сфер его деятельности остро стоит проблема поиска факторов успешности предпринимательской деятельности.

Предпринимательство – такой тип профессиональной деятельности эффективность которого напрямую зависит от активности и успешности личности. Важнейшими факторами успешности предпринимательской деятельности являются психологические особенности личности предпринимателя.

Традиционно в предпринимательстве выделяется три основных уровня - малое предпринимательство, среднее предпринимательство и крупный бизнес. Но, значительную часть бизнеса составляют именно представители малого бизнеса, во многом оказывающие воздействие на экономическое развитие всей страны. Это очень актуально для Латвии, рынок которой в значительной степени состоит из малых предприятий. Следует отметить, что в современных исследованиях

ощущается недостаток знаний о психологических факторах успешности малого бизнеса, что определяет актуальность выбранной для исследования темы.

Цель исследования: на основе анализа психологических качеств личности предпринимателей показать необходимость мотивации для достижения успешности в предпринимательской деятельности.

Методы и методики исследования. В соответствии с поставленной целью, задачами и гипотезой исследования в статье использовался метод анализа теоретической литературы по исследуемой проблеме.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В ходе теоретического исследования было выявлено, что условия малого бизнеса в Латвии, по мнению большинства предпринимателей, не благоприятны. Также было исследовано влияние мотивационной сферы на успешность, выявлены факторы личности, влияющие положительно и отрицательно на успешность в предпринимательской деятельности.

В статье определено, что малое и среднее предпринимательство играют значительную роль в экономике, развитие этих видов предпринимательства влияет на экономический рост, ускорение научно-технического прогресса, насыщение рынка товарами необходимого качества, создание новых дополнительных рабочих мест, составление позитивной альтернативы криминальному бизнесу. Развитие малого предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя среднего класса, самостоятельно обеспечивающего собственное благосостояние и достойный уровень жизни, что является основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества. Занятие малым бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности. То есть малый бизнес решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы [1]. В странах ЕС МСП остаются первичной основой рыночной экономики. Их работа ориентирована на клиента, они стараются работать индивидуально и гибко реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка. Во всех развитых странах МСП обеспечивают основную долю рабочих мест [2].

В связи с этим за основу исследования была взята именно эта категория предпринимательской деятельности.

В Латвии программы государственной поддержки уделяют основное внимание трем сферам, одна из которых предназначена для повышения конкурентоспособности малых и средних предприятий (SME) – включая бизнес-инкубаторы, законодательные инициативы, предоставляющие финансирование, развитие промышленных зон и парков, поддержка, стимулирующая туризм и экспорт конкурентоспособности, и программы обучения сотрудников [3].

Но, к сожалению, проведенный экспертами SEB банка анализ 2017 года, основанный на опросе предпринимателей, показывает, что лишь 39 латвийских предприятий считает, что у них хорошие перспективы для развития своего бизнеса. Кроме того, было выявлено, что латвийские предприниматели не готовы внедрять инновационные продукты или услуги. Как правило, по признанию экспертов, такая ситуация связана с недостаточно сформированными у современных предпринимателей психологическими качествами, профессиональными компетенциями и низкой мотивацией [4].

Общепризнанный факт, что мотивация является главным двигателем предпринимателя и предпринимательской деятельности [5,6,7]. Немотивированной, так же, как и нецеленаправленной, деятельности не существует. Мотивы и цель образуют "вектор" деятельности, определяющий ее направление и выступает в роли системообразующего фактора, который организует всю систему психических процессов и состояний, формирующихся в ходе деятельности [7].

Все же, стремление стать самому себе хозяином, является главным мотивом, все остальные вспомогательные. У людей, у которых выбор предпринимательской деятельности основан на

позитивной мотивации, больше шансов достичь успехов, чем у тех, у кого выбор носит вынужденный характер. Наиболее высокий уровень указанного показателя имел место в странах с высоким уровнем доходов у населения. Созданные предпринимателями с вынужденным типом характера предприятия, имеют низкие показатели выживаемости [8].

В осознании мотивации как процесса ключевое место занимает выявление мотивов. Среди побудителей предпринимательской деятельности можно выделить осознанные и неосознанные мотивы. По способу самореализации предсказуемые мотивы предпринимательской деятельности разделяют на три основные группы: материальный интерес, самореализация в форме потребностей в достижениях и чувство удовольствия от ведения собственного дела, ощущение радости творчества.

Потребность в успехе (мотивация достижений) является общей потребностью для большинства предпринимателей. Для людей с сильной мотивацией достижения характерно стремление к успеху, а для людей с низкой мотивацией достижения – стремление избегать неудачи (неуспеха). Согласно этой теории, мотивация достижений и мотивация избегания неудачи определяют приемлемый для человека уровень рискованного поведения [9].

Одной из весомых теорий в предпринимательстве, является теория Й. Шумпетера, который связывал получение предпринимательского дохода с инновациями, поэтому определяющей чертой мотивации предпринимателя он считал постоянное стремление и способность к новаторству [10].

Самооценка личности является основным фактором развития предпринимательской мотивации. Люди с низкой самооценкой ставят перед собой более низкие цели, чем те, которых могут достичь, преувеличивают значение неудач. Люди с завышенной самооценкой ставят перед собой более высокие цели, чем те, которых они могут достичь. Уровень их притязаний превышает их реальные возможности.

Адекватная самооценка личности своих способностей и возможностей, обеспечивает и соответствующий адекватный уровень притязаний, трезвое отношение к успехам и неудачам, одобрению и неодобрению. Исходя из этой логики, предприниматели с низкой самооценкой и предприниматели с чересчур завышенной самооценкой с большей вероятностью терпят неудачи [7].

## ВЫВОДЫ

На основе теоретических исследований, выявлена модель успешного предпринимателя, основанная на адекватной мотивации достижения успеха. Здоровая мотивация присуща тому предпринимателю, у которого в первую очередь есть стремление ни от кого не зависеть, у кого выбор предпринимательской деятельности основан на добровольной мотивации, имеет высокий уровень потребности в достижении, у предпринимателя должно быть постоянное стремление к новаторству, а также обладание нужного уровня самооценки. Все эти мотивационные качества влияют положительно на успешность предпринимателя.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Шамбарас, О. А. Роль малого бизнеса в социально-экономической системе регионов России [Электронный ресурс] // Журн. науч. публикаций аспирантов и докторантов. URL: <http://www.jurnal.org>. 2010
- 2) Виктор Морохин. Организационные и правовые основы предпринимательской деятельности. Курс-конспект. Рига. 2008
- 3) [http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/rus\\_liaa\\_lvbusinessguide.pdf](http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/rus_liaa_lvbusinessguide.pdf)
- 4) <https://rus.tvnet.lv/4658148/malyy-biznes-baltii-esli-vse-tak-horoshho-to-pochemu-vsem-ploho>
- 5) Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982
- 6) Хакхаузен Х. Мотивация и деятельность. Т. 2. М., 1986
- 7) А.В. Батаршев. Личность делового человека. Москва, 2003. Стр. 382



- 8) Global Entrepreneurship Monitor 2018–2019. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), 2019. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213>
- 9) Хакхаузен Х. Мотивация и деятельность. Т. 2. М., 1986
- 10) Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982

# ВЗАИМОСВЯЗЬ Я-КОНЦЕПЦИИ И ЛИЧНОСТНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ В РАННЕЙ ЮНОСТИ

Сергей Панкин,

Латвия, Балтийская Международная Академия, Рига, магистратура психологии,

[Sergey.At.SLGmusic@inbox.lv](mailto:Sergey.At.SLGmusic@inbox.lv)

Научный руководитель: доктор психологии, профессор Павел Тюрин

## АННОТАЦИЯ

Цель: изучение динамики изменений в характере становления и структуре Я-концепции подростков и конкретизация связи между Я-концепцией и личностным самоопределением в ранней юности. Участники: 106. Возраст: 15-16 лет. Метод: “Личностный дифференциал”, “Полярные профили”, “Тип психологического совершенствования”; опросник социально-психологической адаптированности; тест смысложизненных ориентаций; методики Т.Лири, М.Рокича. Результаты: установлены отличия между юношами и девушками в содержательных характеристиках Я-концепции, оказывающих влияние на их личностное самоопределение в степени значимости группы позитивных, социально желательных личностных свойств.

**Ключевые слова:** Я-концепция, личностное самоопределение, ранняя юность, отличия.

## ABSTRACT

The aim: study the dynamics of changes in the nature of the formation and structure of the self-concept of adolescents and to specify the relationship between the self-concept and personal self-determination in early adolescence. Participants: 106. Age: 15-16 years. Method: “Personal differential”, “Polar profiles”, “Type of psychological improvement”; questionnaire of socio-psychological adaptation; test of meaningful life orientations; methods of T. Leary, M. Rokich. Results: the differences between boys and girls in the substantive characteristics of the self-concept, affecting their personal self-determination in the degree of importance of the group of positive, socially desirable personality traits, were established.

**Key words:** self-concept, personal self-determination, early youth, differences.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Способность к самосознанию и самопознанию - исключительное достояние человека, который в своем самосознании осознает себя как субъекта сознания, общения и действия, становясь в непосредственное отношение к самому себе. Практически все психологи указывают на раннюю юность как на критический период формирования самосознания и рассматривают развитие самосознания как центральный психический процесс переходного возраста. Сложность и многогранность личностных изменений в раннем юношеском возрасте, его определяющая роль на ход дальнейшего развития личности обуславливает актуальность выбранной темы. Целью данного исследования является изучение динамики изменений в характере становления и структуре Я-концепции подростков и конкретизация связи между Я-концепцией и личностным самоопределением в ранней юности. Гипотеза исследования: существует корреляционная связь между содержательными характеристиками Я-концепции и личностным самоопределением в ранней юности. В качестве эмпирического исследования использованы методики “Личностный дифференциал”, “Полярные

профили”, “Тип психологического совершенствования”; опросник социально-психологической адаптированности; тест смысложизненных ориентаций; методики Т.Лири, М.Рокича.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION. SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJĀ UN PRAKSĒ**

В современной психологической литературе есть несколько подходов к исследованию проблемы самосознания. Один из них опирается на анализ тех итоговых продуктов самопознания, которые выражаются в строении представлений человека о самом себе или “Я-концепции”.

Я-концепция образует важный компонент самосознания человека, она соучаствует в процессах саморегуляции и самоорганизации личности, поскольку определяет интерпретацию опыта и служит источником ожиданий человека.

Периодом возникновения сознательного” я”, как бы постепенно ни формировались отдельные его компоненты, издавна считается подростковый и юношеский возраст. Развитие самосознания - центральный психический процесс переходного возраста.

Я-концепция, как динамическая система представлений о самом себе, сопряженная с их оценкой, является фактором процесса личностного самоопределения. Именно в этом качестве мы и рассматриваем Я-концепцию в практической части данного исследования.

Практическая значимость нашего исследования в том, что: а) выделенные нами показатели личностного самоопределения могут быть использованы как тестовые в дальнейших исследованиях движущих сил развития личности в ранней юности; б) конкретизация связи между Я-концепцией и личностным самоопределением в ранней юности позволяет выявить те характеристики системы представлений о себе, динамика которых может повлиять на успешность личностного самоопределения юношей и девушек на этом возрастном этапе развития личности и, следовательно формировать более адекватные и эффективные воспитательные программы.

### **Методология исследования**

Участники. 106 человек (44 юноши и 62 девушки), учащиеся 10 классов средней школы. Возраст участников: 15-16 лет. Такой возраст был выбран, так как именно в 15-16 лет в рамках становления нового уровня самосознания происходит становление относительно устойчивого представления о себе, Я-концепции. К 16-17 годам возникает особое личностное новообразование - самоопределение.

Метод. В нашем исследовании мы применяли следующие методики: “Личностный дифференциал” (ЛД); “Полярные профили” (ПП); “Тип психологического совершенствования” (ТПС); методика Т.Лири; опросник социально-психологической адаптированности (СПА); тест смысложизненных ориентаций (СЖО); методика ценностных ориентаций М.Рокича.

Процедура. Учитывая важное значение мотивации к участию в данном исследовании для получения достоверных результатов, мы заинтересовали юношей и девушек тем, что: а) участие в исследовании могло быть анонимным (в этом случае указывались только инициалы испытуемого); б) после обработки данных результаты были доведены до сведения каждого участника исследования (каждому мы раздавали листочки с его результатами и проводили групповую консультацию по их интерпретации).

Все методики проводились в один день, что позволяло исключить влияние временных ситуационных факторов. Эти организационные мероприятия позволили повысить достоверность полученных результатов.

## РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS. REZULTĀTI

В результате практического исследования Я-концепции как фактора личностного самоопределения в ранней юности, с целью выявления взаимосвязи этих двух психологических феноменов в реальной практике, на основе факторного анализа движущих сил развития личности в ранней юности, были определены показатели личностного самоопределения в этом возрасте, которые могут быть использованы как тестовые для измерения характеристик этого явления: 1) наличие целей в жизни; 2) общее мировоззренческое убеждение в том, что человеку дано контролировать свою жизнь, свободно принимать решения и воплощать их в реальность (локус контроля - жизнь); 3) вера в собственную возможность осуществить такой контроль (локус контроля-Я); 4) принятие себя как личности, одобрение себя в целом и позитивная самооценка (самопрятие). Причем для юношей наиболее значимым для личностного самоопределения является общее мировоззренческое убеждение в том, что человеку дана возможность контролировать свою жизнь, а для девушек наиболее значимым для успешности личностного самоопределения является наличие в своей жизни целей в будущем. Корреляционный анализ показал устойчивую взаимосвязь важных содержательных характеристик Я-концепции с показателями личностного самоопределения. Таким образом, основная гипотеза о том, что существует корреляционная взаимосвязь между содержанием Я-концепции и процессом личностного самоопределения подтвердилась.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS. SECINĀJUMI

Полученные данные исследования позволяют выделить определенный набор личностных характеристик, от особенности самовосприятия которых зависит успешность личностного самоопределения девушек и юношей. По данным нашего исследования, на успешность личностного самоопределения девушек в раннем юношеском возрасте значимое влияние оказывает осознание себя как самостоятельной, независимой от мнения окружающих, а также важна самооценка развития волевых сторон своей личности, своей привлекательности и интеллектуального развития. Успешность личностного самоопределения девушек предполагает приписывание себе определенных эгоистических черт характера, направленности на себя, склонности к соперничеству и стремления к доминированию и успеху. Для юношей успешность личностного самоопределения связана с осознанием себя как уверенного в себе человека, энергичного, деятельного, обладающего определенными деловыми качествами: смелость, склонность к риску, предприимчивость, сдержанность, рассудительность, дипломатичность, расчетливость. Также имеет место значимость развития эмоционально-волевых сторон своей личности - самоконтроль и самодисциплина, эмоциональная устойчивость.

Отличия между юношами и девушками в содержательных характеристиках Я-концепции, оказывающих влияние на их личностное самоопределение обнаруживается в степени значимости группы позитивных, социально желательных личностных свойств: для юношей, большую значимость, чем для девушек, в личностном самоопределении, оказывает осознание себя как носителя таких позитивных характеристик как справедливость, отзывчивость, доброта.

Таким образом, рабочая гипотеза данного исследования о том, что содержательные характеристики Я-концепции, оказывающие влияние на личностное самоопределение в ранней юности будут иметь различия для юношей и девушек подтвердилась.

Реализуемый в данном исследовании подход к практическому изучению характеристик личностного самоопределения в ранней юности через показатели осмысленности жизни личности представляется нам достаточно перспективным для дальнейших разработок программ исследований по этой проблеме.

Полученные результаты нашего исследования позволяют определить взаимосвязь содержательных характеристик Я-концепции и успешности личностного самоопределения в ранней юности, поэтому они могут быть использованы в работе практического психолога по оказанию психолого-педагогической помощи юношам и девушкам этого возраста.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS**

1. Абульханова-Славская К.А. Деятельность и психология личности. М.,1989.
- 1а. Алексеев В.А. Самосознание и мотивация деятельности на рубеже подросткового и старшего школьного возраста // Проблемы мотивации общественно полезной деятельности школьников. М., 1984. с. 103-107.
2. Алексина Т.А., Донченко А.П. Нравственный смысл жизни в аспекте личностного времени // Научные доклады высшей школы. Философские науки, 1985, №3. с.43-52.
3. Алешина Ю.Е., Гозман Л.Я., Дубровская Е.С. Социально-психологические методы исследования. М., 1987. с. 91-114.
4. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. С-П.,1968.
5. Ананьев Б.Г. К постановке проблемы развития детского самосознания. М.,1948.
- 5а. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.,1979.
6. Бахур В.Т. Это неповторимое “Я”. М.,1982.
7. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М.,1986.
8. Битянова Н.Р. Психология личностного роста. М.,1995.
9. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.,1982.
10. Божович Л.И. Личность и ее формирование в детском возрасте. М.,1968.
11. Божович Л.И. Этапы формирования личности в онтогенезе // Вопросы психологии. 1979. №4. с. 23-24.
12. Божович Л.И., Славина Л.С. Психическое развитие школьника и его воспитание. М.,1979.
13. Бороздина Л.В. Притязания личности и самооценка. М.,1986.
14. Братусь Б.С. О механизмах целеполагания // Вопросы психологии. 1977. №2. с.121-124.
15. Братусь Б.С., Сидоров П.И. Психологическая клиника и профилактика раннего алкоголизма. М.,1984.
16. Визгин А.В., Столин Т.В. Внутренний диалог и самоотношение // Психологический журнал, 1989. №6.
17. Возрастная и педагогическая психология / под ред. А.В.Петровского. М.,1979.
18. Выготский Л.С. Педагогика подростка: проблемы возраста // Собр.соч.: Т.4. с. 5-220. С-П.,1983.
19. Выготский Л.С. Педагогика подростка: проблемы возраста // Собр.соч.: Т.5. с. 244-269. С-П.,1985.
20. Гегель Г. Философия духа. - Соч., Т.3, М.,1956.
21. Гинзбург М.Р. Личностное самоопределение как психологическая проблема // Вопросы психологии, 1988, №2.
22. Гинзбург М.Р. Психологическое содержание личностного самоопределения // Вопросы психологии, 1994, №3.
23. Гозман Л.Я., Кроз М.В. Измерение уровня самоактуализации личности. М., 1992.
24. Джеймс У. Психология. М.,1991.
25. Дубровина И.В., Круглов Б.С. Психологические аспекты формирования ценностных ориентаций и интересов учащихся. // Ценностные ориентации и интересы школьников. М.,1983, с. 27-36.
26. Дубровина И.В. Школьная психологическая служба. М.,1991.
27. Журавлев В.И. Вопросы жизненного самоопределения выпускников средней школы. Ростов н/Д, 1972.

- 27а. Захарова А.В. Психология обучения старшеклассников. М.,1976.
28. Зейгарник Б.В., Братусь Б.С. Очерки по психологии аномального развития личности. М.,1980.
29. Иванова Н.Я. Смысл жизни личности как ее практический способ бытия. Вологда, 1987.
30. Кенкманн П.О. Роль системы образования в жизненном самоопределении молодежи. Тарту.,1985.
31. Кон И.С. Открытие “Я”. М.,1978.
32. Кон И.С. Категория “Я” в психологии // Психологический журнал. 1981. Т.2. №3.
33. Кон И.С. Психология ранней юности. М.,1989.
34. Кон И.С. Какими они себя видят? М.,1975.
35. Круглов Б.С. Роль ценностных ориентаций в формировании личности школьника // Психологические особенности формирования личности школьника. М.,1983. с. 4-5.
36. Крягжде С.П. Психология формирования профессиональных интересов. Вильнюс, 1981.
- 36а. Кузнецова И.К. Проблема психологического консультирования старшеклассников в школе // Научно-практические проблемы школьной психологической службы. М.,1987.
37. Кухарчук А.М., Ценципер А.Б. Профессиональное самоопределение учащихся. Минск, 1976.
38. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.,1975.
39. Леонтьев Д.А., Калашников М.О., Калашникова О.Э. Факторная структура теста СЖО // Психологический журнал, 1993, №1.
40. Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентаций. М.,1996.
41. Липкина А.И. Самооценка школьника. М.,1986.
42. Личко А.Е. Подростковая психиатрия. Л.,1985.
43. Мерлин В.С. Психология индивидуальности. М.,1996.
44. Мерлин В.С. Проблемы экспериментальной психологии личности. Пермь, 1970., с. 8-12.
45. Мудрик А.В. Время поисков и решений. М.,1990.
46. Мудрик А.В. В поисках своего “Я” // Семья и школа. М., 1998. №10.
47. Мудрик А.В. Современный старшеклассник: проблемы самоопределения. М.,1977.
48. Новопреходько А.К. К проблеме соотношения образа Я и самосознания // Вопросы психологии, 1992, № 1, 2.
- 48а. Обуховский К. Психология влечений человека. М.,1972.
49. Осницкий А.К. Определние характеристик социальной адаптации // Журнал практического психолога, 1998, №1.
50. Осницкий А.К. Умения саморегуляции в профессиональном самоопределении учащихся // Вопросы психологии, 1992, № 1, 2.
51. Петровский А.В. К проблеме самоопределения личности в группе. М.,1972. с.149-154.
52. Петровский А.В. Психологическая теория коллектива. М.,1979.
53. Платонов К.К. К теории личности. М.,1978.
54. Прихожан А.М. К анализу генезиса самосознания в подростковом и раннем юношеском возрасте // Воспитание, обучение и психическое развитие. М.,1984. с.76-88.
55. Прихожан А.М. Школьная тревожность и самооценка в старшем подростковом возрасте // Психологические проблемы повышения качества обучения и воспитания. М.,1984. С.76-88.
56. Психология личности. Тексты / под ред. Ю.Б.Гиппенрейтер, А.Н.Пузыряя. М.,1982.
57. Психология современного подростка / под ред. Д.И.Фельдштейна. М.,1987.
58. Психологические тесты. М.,1996.
59. Психология формирования и развития личности. М.,1981.
60. Психология юношеского возраста. М.,1989.
61. Рабочая книга школьного психолога / под ред. И.В. Дубровиной. М.,1991.
62. Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст: проблемы становления личности. М.,1994.
63. Рейковский Я. Просоциальная деятельность и понятие собственного “Я”. М.,1981. с. 14-22.

64. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М.,1994.
65. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. М.,1957.
66. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. М.,1989.
67. Рубинштейн С.Л. Проблемы общей психологии. М.,1973.
68. Руткевич М.Н. Социально-профессиональная ориентация молодого поколения. М.,1988.
69. Савонько Е.И. Возрастные особенности соотношения ориентации на самооценку и оценку другими людьми. М.,1972.
70. Сафин В.Ф., Ников Г.П. Психологический аспект самоопределения // Психологический журнал, 1984, №4. с. 65-74.
71. Сафин В.Ф. Устойчивость самооценки и механизм ее сохранения // Вопросы психологии, 1975, №3.
72. Сафин В.Ф. Динамика оценочных эталонов в подростковом и юношеском возрасте // Вопросы психологии, 1982. №1. с. 69-75.
73. Сафин В.Ф. Профессиональные намерения учащихся и устойчивость их самооценки. Пермь, 1976.
74. Снеткова М.В. Локус контроля в структуре жизненной позиции. М.,1988.
75. Соколова Е.Т. Самосознание и самооценка при аномалиях личности. М.,1989.
76. Социальная и профессиональная ориентация молодежи. Таллин, 1977. с.18-25.
77. Спиркин А.Г. Сознание и самосознание. М.,1972.
78. Столин В.В. Самосознание личности. М.,1983.
79. Толстых Н.Н. Жизненные планы подростков и юношей // Вопросы психологии, 1984. №3.
80. Трусов В.П. Социально-психологические исследования когнитивных процессов. С-П.,1980.
81. Чамата П.Р. К вопросу о генезисе самосознания личности. М.,1968.
82. Фельдштейн Д.И. Психологические закономерности социального развития личности в онтогенезе // Вопросы психологии, 1985. №6.
83. Филиппов А.А., Кондратьева Л.Л. Профессиональная ориентация и профессиональное самоопределение личности. М.,1976. с.65-76.
84. Филиппов Ф.Р. Социальная ориентация и жизненные планы молодежи. М.,1969.
85. Формирование личности в переходный период от подросткового к юношескому возрасту / под ред. И.В.Дубровиной. М.,1983.
86. Формирование личности старшеклассника / под ред. И.В.Дубровиной. М.,1989.
87. Франкл В. Человек в поисках смысла. М.,1990.
88. Фрейд З. Я и Оно. М, 1991.
89. Фромм Э. Душа человека. М.,1992.
90. Чавчавадзе Н.З. Культура и ценности. Тбилиси, 1984.
91. Чамата П.Р. К вопросу о генезисе самосознания личности. М., 1968.
92. Чеснокова И.И. Проблема самосознания в психологии. М.,1977.
93. Чеснокова И.И. Психологическое исследование самосознания // Вопросы психологии, 1984. №5.
94. Шibaева М.М. Самоопределение личности в культуре как мировоззренческая проблема. М.,1981.
95. Шибутани Т. Я-концепция как персонификация. Ростов н/Д.,1988. с. 193-212.
96. Шумилин Е.А. Психологические особенности личности старшеклассника. М.,1979.
97. Шорохова Е.В. Проблема “Я” и самосознания. М.,1966.
98. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / под ред. Толстых А.В. М.,1996.

# ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ

**Юлия Воронина,**

Латвия, Балтийская Международная академия (Рига),

магистратура психология, [julia@bezvests.lv](mailto:julia@bezvests.lv)

Научный консультант: доктор психологии, профессор, И. Плотка

## АННОТАЦИЯ

**Цель:** теоретический анализ концепта эмоционального интеллекта и личностных особенностей. **Задачи:** рассмотреть основные модели эмоционального интеллекта; проанализировать исследования взаимосвязи эмоционального интеллекта и его психических переменных. **Выводы:** связь эмоционального интеллекта и психических переменных подтверждена, но зависит от способа оценки эмоционального интеллекта, измеряющего разные способности.

**Ключевые слова:** личностные переменные, модели интеллекта, социальный, эмоциональный интеллект.

## ABSTRACT

The aim: theoretical analysis of the concept of emotional intelligence and personal characteristics.

Tasks: consider basic models of emotional intelligence; analyze correlation researches of emotional intelligence and its mental variables. Conclusions: connection between emotional intelligence and mental variables confirmed, but depended on the evaluation method of emotional intelligence, measuring different capabilities.

**Key words:** personality variables, models of intelligence, social, emotional intelligence.

## ВВЕДЕНИЕ. IEVADS. INTRODUCTION

На мировом экономическом форуме, прошедшем в январе 2018 года в Давосе (Швейцария), был представлен перечень десяти критических компетенций человека на рынке труда, которые будут востребованы к 2020 году и, по данным прогнозам, шестое место за эмоциональным интеллектом. Надо отметить, что в 2015 году эмоциональный интеллект (далее ЭИ) вовсе не значился в «критической» десятке [14]. На сегодняшний день это одно из популярных направлений развития во многих крупных организациях мира, в которое вкладываются инвестиции. Личный успех человека и его эффективность взаимодействия в рамках любой деятельности, во многом определяется его личностными характеристиками. Целью данной работы является теоретическое исследование феноменов ЭИ и личностных особенностей.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL PROVISION. SVARĪGĀKĀS ATZIŅAS TEORIJA

На сегодняшний день в психологии существует ряд подходов в исследовании феномена эмоционального интеллекта (далее ЭИ), но нет единого понимания его сущности, также, как нет единого понимания природы общего интеллекта.

Определение интеллекту дает Д. Векслер, характеризуя его как глобальную способность индивидуума целеустремленно действовать, рационально думать и эффективно взаимодействовать с окружающей средой [11]



Подтверждая глобальность феномена интеллекта, М.А. Холодная выделяет восемь концептуальных подходов трактовки его природы, как умственных способностей: феноменологический, генетический, социо-культурный, процессуально-деятельностный, образовательный, информационный, функционально-уровневый, регуляционный [13]

В один ряд с другими видами интеллекта ставят и социальный интеллект. Разработкой проблематики данного вида интеллекта занимались исследователи Дж. Гилфорд, Х. Гарднер, Г. Айзенк. В свою очередь, идея ЭИ выросла именно из понятия социального, однако, чаще социальный интеллект связывают с возможностью управления поведением, а не эмоциями. [10, 11].

В современной психологии исследования ЭИ относятся к самостоятельному направлению. Существует ряд подходов в понимании термина «ЭИ», как способности, как черты и как совокупности когнитивных, эмоциональных, социальных навыков и личностных черт. В зарубежной психологии концепции ЭИ представлены когнитивными и смешанными моделями.

Представления об ЭИ Дж. Майера и П. Саловея относятся к когнитивной модели или модели способностей. Термин «эмоциональный интеллект» введен авторами и рассматривается как набор навыков, которые объясняют, насколько точно изменяется эмоциональное восприятие и понимание других [11]

Анализ способностей переработки эмоциональной информации, позволяет исследователям выделить четыре группы, которые выстраиваются в определенную иерархию. Освоение иерархических уровней человеком происходит постепенно в онтогенезе. Важно отметить, что способности делятся по своей направленности на эмоции — на свои и на чужие [10]. К первой группе относятся способности, связанные с восприятием, с обобщением и генерализацией эмоций. Определяются физическим состоянием, чувствами, и мыслями. Способности другой группы «используют» эмоции для повышения эффективности мышления и деятельности. Именно они запускают умственный процесс сравнения эмоций между собой и с другими представлениями, понятиями. Следующая группа способностей относится к пониманию эмоций, знанию их динамики и рассуждению об эмоциях. Четвертая группа представлена способностями к управлению эмоциями и их регулированию, как в себе, так и в других. Навыки этой группы способствуют достижению целей, личностному росту и улучшению межличностных отношений. В иерархии модели Дж. Майера и П. Саловея этот уровень способностей является высшим в развитии эмоционального интеллекта. [3,10, 11].

К смешанным моделям относятся представления об ЭИ Д. Гоулмана, как о совокупности ментальных способностей и личностных переменных. ЭИ в данной концепции рассматривается как способность адекватно оценивать собственные эмоции и эмоциональные состояния других людей, использовать их в сложившейся ситуации. Автор дополнил модель Дж. Майера и П. Саловея некогнитивными компонентами, таким как энтузиазм, настойчивость и социальные навыки. Таким образом, модель ЭИ Д.Гоулмана включает следующие компоненты: знания собственных эмоций, управление эмоциями, использование эмоций для достижения цели, распознавание эмоций в других и поддержание взаимоотношений. В своей модели Д. Гоулман связывает интраперсональные и интерперсональные качества, а также взаимодействия эмоций и их познание. [5, 11].

По мнению Д.Векслера, эмоциональные и мотивационные способности, являясь неинтеллектуальными, все же могут предсказывать интеллектуальное поведение и предполагать достижения [11].

Подход в исследовании ЭИ Р. Бар-Оном рассматривает феномен как эмоционально-социальный интеллект. Модель автора, как и предыдущая, является смешанной. Р. Бар-Он определяет ЭИ как совокупность некогнитивных способностей, знаний и компетентностей, помогающих человеку решать жизненные ситуации, взаимодействовать с окружающими, понимать и успешно реализовывать себя [1,9] Исследователь выделяет пять сфер компетентности, которые соотносит с пятью компонентами ЭИ. Каждый из этих компонентов состоит из нескольких субкомпонентов: внутриличностные навыки

(отношения, социальная ответственность, эмпатия, способность к адаптации), межличностные навыки (эмоциональное самосознание, уверенность в себе, чувство собственного достоинства, самоактуализация, независимость, эмпатия), адаптируемость (решение проблем, проверка решительности, гибкость), управление стрессовыми ситуациями (устойчивость к стрессу, контроль над импульсивностью), общее настроение (счастье, оптимизм) [1, 9,11].

В российской психологии одна из моделей ЭИ была представлена Д.В. Люсиным. Автор дает трактовку ЭИ как способности к пониманию и управлению эмоциями, с направленностью как на собственные эмоции, так и на эмоции других людей [10]. Исследователь выделяет два варианта ЭИ — внутриличностный (понимание и управление своими эмоциями) и межличностный (понимание и управление чужими эмоциями). По утверждению Д.В. Люсина, оба варианта интеллекта указывают на актуализацию разных когнитивных процессов и навыков, но автор не относит ЭИ к чисто когнитивной способности. Подчеркивает ее направленность на эмоциональную сферу, с интересом к внутреннему миру окружающих и к своему собственному, со склонностью к психологическому анализу поведения [10]. Автор отмечает три фактора, влияющие на формирование ЭИ: когнитивные способности, представления об эмоциях, особенности эмоциональности [9,10].

Наряду с разделением на когнитивные и смешанные модели, существует деление по способу измерения ЭИ: методами тестов и опросников. Задачный метод представлен тестом MSCEIT (the Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test). Создателями теста являются авторы когнитивной модели ЭИ Дж. Майера, П. Саловея и Д.Карузо. Тест представлен заданиями, разделенными на восемь секций по две на каждую группу способностей, соответственно четыре «ветви». По данным мета-анализа, тесты коррелируют с общим интеллектом. Опросниковые методы характерны для всех смешанных моделей ЭИ, как например, Д.Гоулмана, Р.Бар-Она. Опросники основаны на методе самоотчета. К ним относятся методики EQ-i (Emotional Quotient Inventory) Р.Бар-Она, тест Н.Холла, опросник ЭИин Л.Д.Люсина и др. Согласно данным, мета-анализа, методы оценки ЭИ опросником, имеют очень слабые корреляции с общим интеллектом, но значительные связи с личностными чертами. Закономерность подтверждается тем, что смешанные модели ЭИ, использующие опросниковые методы, включают и личностные факторы в конструкт ЭИ. [11].

В этой связи представляет интерес исследование направленные на изучение взаимосвязи ЭИ с другими психологическими переменными при помощи тестов и опросников.

Так, например, В.С. Собкиным и Т.А. Лыковой было проведено исследование на выявление взаимосвязи ЭИ с коммуникативными, интеллектуальными, эмоциональными и регуляторными свойствами личности студентов-актеров (N=66). Использовались: тест MSCEIT для оценки компонентов ЭИ и многофакторный личностный опросник Р. Кеттелла 16PF для выявления свойств личности. В результате исследования были выявлены высокие корреляционные связи ЭИ между способностью к идентификации эмоций и способностью к использованию эмоций для принятия решений. Более того, именно эти шкалы оказались связаны с показателем общего эмоционального интеллекта у участников. Также были обнаружены выраженные связи показателей ЭИ, направленных на понимание и анализ эмоций с факторами общего интеллекта участников исследования. Показатели компонентов ЭИ как управление эмоциями, высоко коррелируют с фактором чувствительности, свидетельствующего о развитой эмоциональности, утонченности, склонности к эмпатии, сочувствию и сопереживанию. Однако, связей показателей ЭИ, направленных на идентификацию эмоций и использование эмоций при решении проблем, с личностными особенностями выявлено не было [12].

В свою очередь, А.А. Лёшенко с соавторами было проведено исследование на выявление взаимосвязи ЭИ личности с различными индивидуально-типологическими особенностями личности студентов (N=164). В данном случае, измерение ЭИ проводилось при помощи опросникового метода Н.Холла. Авторы, используя также различные самооценочные методики выявили связи ЭИ личности с такими особенностями, как экстраверсия - интроверсия, привязанность - обособленность, самоконтроль - импульсивность, экспрессивность - практичность, уровень самооценки, уровень

самоактуализации, ситуативная и личностная тревожность, самоуважение, самоинтерес, ожидаемое отношение других. Результаты показали, что в целом, рост индивидуально-психологических особенностей способствует повышению ЭИ. Показатели уровня ЭИ отрицательно коррелируют только с высокими показателями ситуативной и личностной тревожности. [8].

В исследованиях Л.Г. Десфонтейнес рассматривались различия в ЭИ и эмоциональности, основанном на свойствах нервной системы, а также интернальности, как индикатора ответственности за собственные действия у менеджеров (руководители среднего звена) и бухгалтеров (N=42). Были использованы методики для оценки ЭИ - тест Н. Холла, на определение типа темперамента - тест Г. Айзенка, для оценки интернальности - тест Дж. Роттера «Локус контроля». В результате исследования были выявлены значимые различия по показателям нейротизма и эмоциональной возбудимости, как более высоких, у бухгалтеров. Также обнаружены различия в сторону высоких, непосредственно по показателям ЭИ управления эмоциями, самомотивации и эмпатии у менеджеров. Автор делает вывод, что именно руководителям необходимы эмоциональная гибкость, способность регулировать собственные эмоции и управлять ими и, высокий показатель эмпатии у менеджеров может свидетельствовать о большей ценности для них позитивных межличностных отношений. Показатель по общей интернальности, не отличается у респондентов обеих групп, что свидетельствует о том, что и менеджеры, и бухгалтеры готовы отвечать за свои решения [7].

По мнению Л.Г. Десфонтейнес, результаты сравнительного анализа психологических особенностей руководителей и специалистов показали отличия в структуре ЭИ, которые можно объяснить не только особенностями деятельности, но и индивидуальными особенностями, которые приводят к выбору сферы деятельности. [7].

## **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS. SECINĀJUMI**

В результате проведенного теоретического обзора были реализованы основная цель и задачи. Были рассмотрены модели и способы измерения ЭИ и выявлены их принципиальные различия. Проанализированы примеры исследований, направленных на изучение связи ЭИ с другими психологическими переменными, при помощи задачного метода (теста) и метода опросника.

Можно утверждать, что когнитивная модель Дж. Майера и П. Саловея наиболее приближена к пониманию интеллекта по эмпирическим критериям: 1) мыслительные задачи имеют правильные или неправильные решения и оцениваются совпадением альтернативных методов; 2) измерения отдельных умственных способностей коррелирует друг с другом, но все же являются самостоятельными; 3) ЭИ интеллект можно развивать и уровень интеллектуальных способностей повышается с возрастом [11]. У смешанных моделей, как например, Д.Гоулмена и Р.Бар-Она идет переход к усилению роли личностных характеристик в ЭИ [10]. Модель Р.Бар-Она позволяет спрогнозировать возможное поведение человека.

При рассмотрении взаимосвязи ЭИ и личностных особенностей выявлено, что при условии измерения ЭИ при помощи теста, взаимосвязь ЭИ и личностным свойств выявлена лишь структурно, с некоторыми компонентами ЭИ связи нет. Однако, выявлена высокая корреляция между компонентами структуры ЭИ. Измерение ЭИ опросным методом, напротив, свидетельствуют о многочисленных и значимых связях между показателями ЭИ и индивидуально-психологических особенностей личности. Таким образом, отличия в способе измерения ЭИ подтверждают, что разные модели ЭИ измеряют разные способности, соответственно и личностные особенности.

Ценность обзора исследований, дает основание утверждать, что своеобразие эмоционального мышления представителей разных профессий показывает отличия в структуре ЭИ, которые можно объяснить как индивидуальными особенностями, так и особенностями деятельности.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES. LĪTERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS

1. Bar-On R. The Bar-On model of emotional-social intelligence // Psico-thema. 2006. Vol. 18. P. 13—25. URL: <http://www.redalyc.org/html/727/72709503/>
2. John D. Mayer University of New Hampshire Peter Salovey and David R. Caruso Yale University September 2008 Emotional Intelligence New Ability or Eclectic Traits? Yale University September 2008 //American Psychologist URL: <https://www.psychologytoday.com/sites/default/files/attachments/1575/rp2008-mayersaloveycarusob.pdf>
3. Андреева И.Н. Концептуальное поле понятия «эмоциональный интеллект» / И.Н. Андреева // Вопросы психологии. - 2009. - № 4. С. 131, 4. Говард Гарднер. Структура разума: теория множественного интеллекта. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 512 с.
4. Гарднер Говард. Структура разума: теория множественного интеллекта. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 512 с., Howard Gardner, 1983,2004. Introduction to second paper edition (tenth-anniversary edition), Howard Gardner, 1993 URL: [file:///C:/Users/Home/Downloads/frames\\_of\\_mind.pdf](file:///C:/Users/Home/Downloads/frames_of_mind.pdf)
5. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Д.Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 301 с.
6. Дегтярев А. В. «Эмоциональный интеллект»: становление понятия в психологии /А.В. Дегтярев // Психологическая наука и образование. — 2012. — №. 2 — С. 1—13.
7. Десфонтейнес Л.Г. Значение ЭИ для формирования профессиональной направленности личности руководителей и специалистов торговых предприятий. <https://doi.org/10.24158/spp.2017.3.8>
8. Лёшенко А. А. Связь эмоционального интеллекта с индивидуально-психологическими особенностями личности // Альманах современной науки и образования. / 2013. №1. С.- 104-107 URL: ISSN 1993-5552 Альманах современной науки и образования, № 2 (69) 2013 URL: [http://cyberleninka.ru/\(23.10.2016\)](http://cyberleninka.ru/(23.10.2016))
9. Люсин Д.В. Новая методика измерения эмоционального интеллекта: опросник ЭИИ / Д.В. Люсин // Психол. диагностика. - 2006. - № 4. - С. 3-22.
10. Люсин Д.В. Современные представления об эмоциональном интеллекте / Социальный интеллект: Теория, измерение, исследования / Под ред. Д.В.Люсина, Д.В. Ушакова - М.: Изд-во Института психологии РАН, 2004. - С. 29-36..
11. Сергиенко Е.А., Ветрова И. И.С 32 Тест Дж. Мэйера, П. Сэловея, Д. Карузо «Эмоциональный интеллект» (MSCEIT v. 2.0): Руководство. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. - 176 с. (Методы психологии) URL:<http://psystudy.ru/index.php/num/2009n6-8/243-sergienko-vetrova8.pdf?tmpl=component&format=pdf>
12. Собкин В.С., Лыкова Т.А. – Центр социологии образования Института управления образованием РАО, Москва, Россия Национальный психологический журнал №2(18)/2015, 56–65 УДК: 159.923, 159.922.1 URL:<https://cyberleninka.ru/article/v/vzaimosvyaz-emotsionalnogo-intellekta-i-lichnostnyh-osobennostey-po-materialam-obsledovaniya-studentov-teatralnogo-kolledzha>
13. Холодная М.А. Психология интеллекта: Парадоксы исследования 2-ое изд, перераб. и доп. СПб.: Питер, 2002. – 272 с.
14. The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution World economic forum. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>

# ИЗУЧЕНИЕ СВЯЗИ ЛИЧНОСТНЫХ ЧЕРТ С СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТЬЮ У ОСУЖДЕННЫХ И НЕСУДИМЫХ МУЖЧИН

Алена Иванова,

Латвия, Балтийская Международная Академия,  
Программа высшего профессионального обучения

«Психология» магистратура 1 курс

aljenai@inbox.lv

Научный руководитель: Маг. психологии Лаура Шимане-Виганте

## АНОТАЦИЯ

В современной психологической литературе существует множество неисследованных вопросов и противоречий, затрагивающих исследование связи личностных черт и идентичности заключенных. Исследования данных факторов могут способствовать решению проблемы реинтеграции человека в общество после отбывания наказания, что имеет огромное значение в формировании здорового общества. Мировая практика коррекционной работы с правонарушителями, доказывает, что психологическое состояние и личностные черты каждого правонарушителя важны для выбора применения наиболее подходящего типа коррекции [7], а личностные характеристики являются содержанием социальных идентификаций личности и формируют позитивный или негативный образ своей группы в зависимости от места, занимаемого в обществе, а также от типа общества, из-за разницы оценки социальных групп. Цель данной статьи: проверка исследовательского вопроса: «Существует ли связь социальной идентичности с переменными «Нейротизм» и «Экстраверсия» у осужденных?». Участники: «Осужденные» совершеннолетние мужчины (n = 44) в возрасте 22-55 лет (M = 35.93); и «Несудимые» - совершеннолетние мужчины, не имеющие судимостей, чей род деятельности не связан с насилием (n = 44), в возрасте 18-49 лет (M = 33.00). Для исследования персональных черт использован личностный опросник Айзенка (Eysenck Personality Inventory, или EPI) [2] адаптированный Русаловым [14]. Для исследования социальной идентичности - методика изучения социальной идентичности МИСИ [16].

**Ключевые слова:** Личность, личностные черты, идентичность, социальная идентичность.

## ABSTRACT

There are many unexplored issues and contradictions associated with the study of personality traits and identities of convicted in modern psychological literature. Studies of these factors can help solve the problem of human reintegration in society after serving a sentence, which is of great importance in the formation of a healthy society. The world practice of correctional work with offenders proves that the psychological state and personality traits of each offender are important for choosing the most appropriate type of correction [7]. As personality characteristics content of social identities and form of positive or negative image of their group depending on the place occupied in society, as well as the type of society, due to the difference in assessment of social groups. The purpose of this article is to test the research question: "Is there a connection between social identity and the variables "Neuroticism" and "Extraversion" among convicts?" Participants: "Convicted" adult men (n = 44) aged 22-55 years (M = 35.93); and "Accused" - adult men who have no criminal record, whose occupation is not related to violence (n = 44), aged 18-49 years (M = 33.00). To study personal traits, the Eysenck Personality Inventory, or EPI [2] adapted by Rusalov [14] was used. For the study of social identity - a methodology for studying social identity at IISS [16].

**Key words:** Personality, personality traits, identity, social identity.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION.

Данные базы Центрального статистического управления указывают на уменьшение числа уголовных преступлений в Латвии, хотя количество особо серьезных преступлений по-прежнему является критически высоким (около 30,11% от общего числа совершенных преступлений). Возросла актуальность поиска альтернативы лишения свободы, как вида наказания, а также поиска достаточно эффективных методов, применимых для коррекции поведения в работе с правонарушителями. Исследования таких факторов, как социальная идентичность и личностные черты, могут способствовать выявлению личностных качеств индивида, с учетом внешних факторов, определяющих успешную возможность человека эффективно включиться в процесс социализации для реинтеграции его в общество после отбывания наказания. Цель данной работы: исследовать связь личностных черт с социальной идентичностью у осужденных и несудимых мужчин. Исследовательский вопрос: «Существует ли связь социальной идентичности с переменными «Нейротизм» и «Экстраверсия» у осужденных?». Для исследования персональных черт использован личностный опросник Айзенка (Eysenck Personality Inventory, или EPI) [2] адаптированный Русаловым [14]. Для исследования социальной идентичности - методика изучения социальной идентичности МИСИ [16].

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Изучение личности направлено на психологические процессы и на то, как эти процессы взаимодействуя между собой, формируют целое. Личность человека является уникальным набором его черт [5], которые определяют основные тенденции действовать определенным образом в особых ситуациях [6]. Сторонниками факторной теории черт личности стали Раймонд Кэттелл (Raymond Cattell), Ганс Айзенк (Hans Eysenck) и Гордон Оллпорт (Gordon Allport). Уолтер Мишел утверждает [8] использовал черты в качестве предпосылок поведения не по их нестабильности во времени, а по непоследовательности их проявления в разных ситуациях.

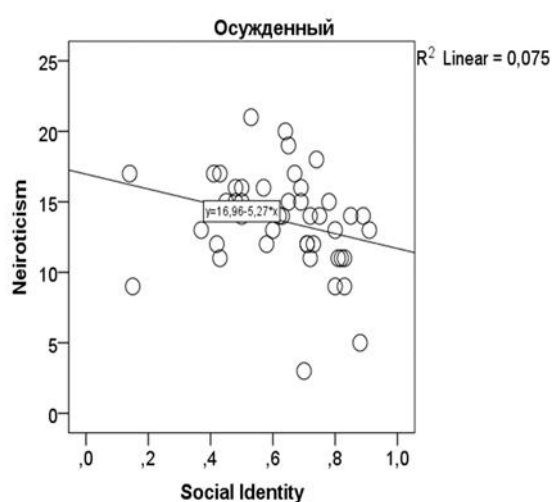
Идентичность возникает на основании осознании личностью своей принадлежности к разнообразным социальным группам, к которым человек причисляет себя в ходе своей жизнедеятельности. Личная идентичность включает вопросы значимости личных ценностей и норм, чувств, планов и жизненной перспективы, а также общей оценки своей личности с точки зрения ее самоидентичности, отличия от других. Социальная идентичность отражает значение социальной оценки и включает вопросы, отражающие восприятие человека своей оценки в глазах других людей: репутацию, привлекательность внешности и особенностей поведения [11].

Уивер и Вуттон (Weaver & Wootton), изучая Я-концепцию осужденных, выявили, что у делинквентов недостаточно развито чувство «Я» - интеграции, и они не ощущают ответственности перед группой (или семьей), к которой принадлежат. Дж.Ф.Йенсен сопоставил параметры самооценки, самоконтроля и принятия моральных убеждений с самоотчетами о делинквентном поведении и пришел к заключению о том, что элементы внутреннего ограничения, возможно, не столь значимы для делинквентности, как параметры, отражающие социальную среду [16]. Дж. Р. Адамс (1979), заложил модель статусного строения Дж. Марсиа в основу опросника объективного измерения статуса эго-идентичности идентичности (*Objective Measure of Status Ego-Identity – OMEIS*), вторая часть которого, в свою очередь была адаптирована Е. В. Глушак и Т. А. Гавриловой [12].

Латвийские ученые (Šīmane-Vīgante, Chuzhuyeva, Plotka & Blumenau), в 2016 году для исследования, направленное на изучение связи криминальных аттитюдов к насилию и личностных особенностей у мужчин применили «Личностный опросник Айзенка, сокращенно-исправленный» (The Eysenck Personality Questionnaire Revised-Abbreviated, EPQR-A; Francis, Brown, & Philipchalk,

1992). В результате исследования для всей выборки была выявлена слабая корреляционная связь между нейротизмом и выраженностью аттитюда к криминальному физическому насилию. В 2018. году автор работы на базе курсовой работы проводила исследования для выявления связи социальной идентичности с личностными особенностями у осужденных мужчин. Для измерения личностных особенностей был применен «Личностный опросник Айзенка, сокращенно-исправленный» (The Eysenck Personality Questionnaire Revised-Abbreviated, EPQR-A; Francis, Brown, & Philipchalk, 1992) и методика изучения социальной идентичности МИСИ [18]. В данной работе для измерения личностных особенностей применить опросник Айзенка (*Eysenck Personality Inventory*).

Результаты исследования показали, что существует статистически значимая отрицательная связь переменной «Социальная идентичность» с показателями переменной «Нейротизм» у осужденных.



Выявлена значимая отрицательная связь социальной идентичности с нейротизмом у группы «Осужденные»  
 $SI \text{ и } N r_s (44) = -.01 (p = .05)$

Рисунок 1. Корреляционная диаграмма шкал «Социальная идентичность» и «Нейротизм» в группе «Осужденные»

Данное исследование основывается на теорию Айзенка и его исследования, которые утверждают, что все описывающие человека черты можно представить с помощью двух главных факторов: экстраверсии (интроверсии) и нейротизма. Теоретический анализ позволил прийти к выводу, что личностные характеристики, являясь содержанием социальных идентификаций личности, определяют предрасположенность действовать в определенных ситуациях определенным образом [3]. Согласно теории Айзенка, агрессивное поведение связано с низким возбуждением коры (высокий E), потому что человек с относительно реактивной нервной системой не учится правилам поведения и ограничениям так же легко, как люди с более высоким базальным уровнем возбуждением коры. Кроме того, когда такой индивидуум имеет высокие показатели по N-признаку, как это добавляет эмоциональный и иррациональный характер поведения при определенных обстоятельствах, соответственно, такие люди будут предрасположены к развитию антисоциального поведения [4]. Поведение определяется не глобальными чертами личности, а тем, как человек воспринимает себя в конкретной ситуации. Люди не реагируют на ситуации рефлексивно, а формулируют и разрабатывают план достижения цели, и отчасти создают ситуации, в которые попадают [8].

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS.

В результате теоретического анализа можно отметить, что идентичность выполняет важные регуляторные функции в социально-психологической адаптации личности, самоидентификация

занимает ключевое место в системе, осознанной саморегуляции [14], а статусу псевдоидентичности характерны стабильное отрицание своей уникальности, нарушение механизмов идентификации, болезненное неприятие критики в свой адрес, низкая рефлексия, может проявляться как гиперидентичность вследствие поглощения статусом, ролью, другим объектом или субъектом при высоко положительном оценивании собственных качеств и нарушении доверительных, гибких связей с социумом, стремлении достичь цели любыми средствами [17].

Невротическая личность характеризуется неадекватно сильными реакциями по отношению к вызывающим их стимулам. Нейротизму соответствует эмоциональность, импульсивность, неровность в контактах с людьми, изменчивость интересов, неуверенность в себе, выраженная чувствительность, впечатлительность, склонность к раздражительности.

Полученные в ходе исследования результаты показывают, у испытуемых из группы «Осужденные», с высокими показателями по шкале «Нейротизм», показатели социальной идентичности значительно ниже, чем у участников с более низкими показателями по данной шкале. Соответственно, чем стабильнее нервная система у заключенных (ниже показатели по шкале «Нейротизм»), тем легче индивидууму интегрироваться в социальную группу (выше показатель социальной идентичности).

Теоретический анализ подтверждает полученный результат: у индивидов с высокими показателями по шкале «Нейротизм» может быть затруднена адаптация в группе (социальная идентичность), с которой индивид себя не отождествляет.

Результаты согласуются с предыдущим исследованием автора, показавшим, что люди с высоким уровнем нейротизма реагируют на непривычные, вызывающие беспокойство стимулы (например, незнакомое окружение) быстрее, чем более стабильные личности [3], а значит может быть затруднено удовлетворение его потребности быть принятым другими людьми (причислить себя к определенной группе) [10].

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Cattell R., (1990), Advances in Cattellian Personality Theory // Pervin, L.A. (Ed.). *Handbook of personality: Theory and research*. New York: Guilford Press, pp. 101 —111.
2. Eysenck H. J., (1964). *Crime and personality*, Boston: Houghton Mifflin.
3. Eysenck H. J., (1982). *Personality, genetics and behavior: Selected papers*. New York: Praeger.
4. Eysenck H. J., (1997), Personality and the biosocial model of anti-social and criminal behavior. In A. Raine, P. Brennan, D. Farrington, & S. Mednick (Eds.), *Biosocial bases of violence* (pp. 21–37). New York: Plenum Press.
5. Guilford J.P. (1959). *Personality*. New York, McGraw-Hill.
6. Farrington, D. P., Jolliffe, D., Hawkins, J. D., Catalano, R, E, Hill, K. G. & Kosterman, R. (2003). Comparing delinquency careers in court records and self-reports. *Criminology*, 41, 933-958.
7. Megargee E. I. (2006). Use of the MMP-2 in correctional settings. In J. N. Butcher (Ed), *MMPI-2: a practitioner`s guide*. Washington, DC: APA.
8. Mischel H. N. & Mischel W., (Eds.) (1973). *Readings of personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
9. Mischel W. & Mischel H. N, A cognitive social learning approach to morality and self regulation. In T. Lickona (Ed.), *Moral, development and behavior: Theory, research, and social issues*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1976.
10. Turner, J.C. (1987). A self-categorization theory. *Rediscovering the Social Group: A Self – Categorization theory*. Oxford: Basil Blackwell, 42–67.
11. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. *Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование. Журнал Высшей школы экономики*, 2013, 10(2), 98–121.



12. Гаврилова А., Глушак Е. В. Психометрическое исследование Шкалы интерперсональной идентичности методики объективного измерения статуса эго-идентичности Дж. Р. Адамса // *Психологическая диагностика*. 2011. № 3. С. 318.
13. Румянцева Т.В., (2008). Идентичность как основа саморегуляции в процессе социально-психологической адаптации студентов вуза // *Личность и бытие: субъективный подход / Материалы научной конференции, посвященной 75-летию со дня рождения члена – корреспондента РАН А.К.Брушлинского, 15-16 окт.2008 г.* – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», –С. 485-488.
14. Русалов, В.М. (1992). Опросник структуры темперамента. Методический учебник [А Temperament Structure Questionnaire. Methodological manual]. Москва: Smysl.
15. Чернышева Е.В. Особенности представлений осужденных к лишению свободы о себе // *Пасхи: научный психологический журнал /Урал.гос.пед.ун-т. Екатеринбург, 2005. -№ 2 (12). –С.210-218.*
16. Чернышева Е.В. Подходы к пониманию Я-концепции // *Проблемы личностно-ориентированного образования /ПМТ; Первоуральск, 2005, с. 56- 61.*
17. Шнейдер, Л.Б. (2007). Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. Москва: Московский психолого-социальный институт.
18. Шнейдер, Л.Б., & Хрусталева, В.В. (2014). Ассоциативный тест как основа конструирования методики изучения социальной идентичности. *Педагогика профессионального образования, УДК 37.013.42.*

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ АКАДЕМИЧЕСКОГО УСПЕХА С РАЦИОНАЛЬНЫМ И ИНТУИТИВНЫМ СТИЛЯМИ МЫШЛЕНИЯ У СТУДЕНТОВ

Инга Семенова,

Латвия, Балтийская Международная Академия

Профессиональная магистерская программа «Психология», [ingagera1@gmail.com](mailto:ingagera1@gmail.com)

Научный руководитель: Dr. psych., доцент **Алена Корнышева**

## АННОТАЦИЯ

Академический успех и факторы, оказывающие влияние на академическую успешность студентов, являются важными аспектами исследования в психологии. Данный конструкт был рассмотрен и определен в рамках модели Prevatt, Li и Welles (2011). Целью данного исследования является изучение связи академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления у студентов. Гипотеза исследования: существует связь академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления у студентов. Исследовательский вопрос: Какие из факторов рационального и интуитивного стилей мышления являются значимыми предикторами академического успеха у студентов данной выборки? Метод: рационально-опытный опросник Epstein и Pacini (1999), опросник академического успеха для студентов Prevatt, Li и Welles (2011). Участники: 100. Возраст: от 18 до 53 лет (Mdn = 28). Результаты: измерения академического успеха и рационального и интуитивного стилей мышления указывают на наличие множества положительных связей между академическим успехом и рациональным и интуитивным стилями мышления и их субшкалами. В группе участников с низкими показателями академического успеха значимых связей общего академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления не выявлено; выявлены статистически значимые положительные связи между отдельными субшкалами. В группе участников с высокими показателями академического успеха выявлены статистически значимые положительные связи академического успеха с интуитивным стилем мышления, и интуитивной вовлеченностью; и многочисленные связи между отдельными субшкалами. Значимым предиктором академического успеха является рациональная вовлеченность и интуитивная способность. Вывод: существует связь академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления у студентов.

**Ключевые слова:** академический успех, рациональный стиль мышления, интуитивный стиль мышления, студенты.

## ABSTRACT

The academic success and factors influencing the academic success of students are important aspects of research in psychology. This construct was considered and defined by the Prevatt, Li, & Welles (2011) framework' models. The aim of the research is to study the relationship of academic success among rational and intuitive thinking styles of students. The hypothesis of the research: there is a relationship of academic success with rational and intuitive thinking styles of students. Research Question: Which of the factors of rational and intuitive thinking styles are significant predictors of academic success of students of this sample? Method: Rational-experiential inventory by Epstein and Pacini (1999), Academic success questionnaire for students by Prevatt, Li and Welles (2011). Participants: 100. Age: 18 to 53 years old (Mdn = 28). Results: measurements of academic success and rational and intuitive thinking styles indicate that there are many positive relationship of academic success with rational and intuitive thinking styles and their subscales. In the

group of participants with low scores of academic success, no significant relationship of general academic success with rational and intuitive thinking styles were revealed; revealed statistically significant positive relationships between individual subscales. In the group of participants with high scores of academic success, statistically significant positive relationship of academic success with an intuitive thinking style and intuitive involvement were revealed; and numerous relationship between individual subscales. A significant predictor of academic success is rational engagement and intuitive ability. Conclusion: there is a relationship of academic success with rational and intuitive thinking styles of students.

**Key words:** academic success, rational thinking style, intuitive thinking style, students.

## ВВЕДЕНИЕ

Исследование академического успеха у студентов является одним из актуальных направлений психологии, что определяется востребованностью интеллектуально развитых личностей с различным уровнем и стилем познавательной деятельности. Данный конструкт рассматривался специалистами в сфере образования с давних времен, и в этой связи проводится много исследований. Результаты исследований разных авторов (Emami Pour & Seif, 2003; Fan & Zhang, 2009; etc.) показывают, что в дополнение к структуре и образовательному содержанию различных академических программ, имеются и другие факторы, которые включают в себя когнитивные способности, личностные качества, а также различные стили мышления, которые играют важную роль в академической успешности студентов. Epstein, Rosemary, Denes, и Harriet (1996) утверждают два стиля мышления, которые в основном отличаются, но взаимодействуют друг с другом: интуитивный или эмпирический; и концептуально-рациональный, аналитический стиль мышления. Sternberg и Grigorenko (1993, 1997) изучили роль стилей мышления в успеваемости студентов, и показали, что логический стиль мышления положительно коррелирует с академическим успехом у студентов, в то время как стиль интуитивного мышления – отрицательно. Исходя из того, что в настоящее время в психологии в недостаточной степени проводятся исследования психологических детерминант академической успешности, отсутствует прогнозирование успешности обучения и эффективности деятельности студентов, это и определило выбор темы исследования.

*Целью исследования* является изучение связи академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления у студентов.

### Основные теоретические положения

#### *Определение понятия академического успеха*

Тема успешности, в той или иной степени, присутствует во многих исследованиях, касающихся проблемы личности (Assagioli, 1909; Rogers, 1970; Bundler, 1976; Glaser, 1976; Atkinson, 1978; Maslow, 1954, 1970, 1987; Walberg, 1981; etc.).

Понятие академического успеха (англ. – academic success) имеет много значений. В разных словарях, академическая успеваемость – это степень, в которой учащийся, преподаватель или учреждение достигли своих краткосрочных или долгосрочных образовательных целей (The Concise Oxford Dictionary, 2002); это заметные успехи, которые относятся к работе, проделанной в школах, колледжах и университетах, особенно к той, которая включает в себя изучение и рассуждение, а не практические или технические навыки (Collins English Dictionary, 2014). Американская психологическая ассоциация (APA) трактует академический успех как любой определенный успех в области науки или отдельной дисциплины в образовании (APA Dictionary of Psychology, 2015). В Оксфордском психологическом словаре академический успех определяется как достижение цели или задачи, процесс или факт достижения чего-либо в образовательном или научном учреждении или среде (Oxford Dictionary of Psychology, 2006). Академический успех в трактовке разных авторов рассматривается как комплексный процесс, регулирующий множество социальных целей и идей (Prevatt et al., 2011). Психологи и

исследователи не пришли к однозначному определению академического успеха, что говорит о разных подходах к исследованию и теориях происхождения данного феномена.

### ***Теоретические подходы к исследованию академического успеха у студентов***

Академический успех рассматривается многими психологами (Castiglia, 2010; Lai, 2011; Nedeljković, 2012; Reid, 2007; Sakač, 2008; etc.) и процесс его теоретического осмысления далек от завершения. Академический успех является частью иерархической модели в *теории потребностей Maslow* (1943), а также рассматривался McClelland (1953) в *теории мотивации достижения*, основанной на потребности человека в достижении успеха, власти и принадлежности.

Наиболее цитируемой является *интеграционная модель Tinto* (1975), согласно которой история семьи учащегося (например, уровень образования родителей, родительские ожидания и социально-экономический статус), индивидуальные характеристики (способности, личность, пол), прошлый образовательный опыт (успеваемость в средней школе) и приверженность цели завершения ВУЗа важны для академического успеха. Теоретическое обоснование концепта академического успеха основано на *теории академического успеха Walberg* (1980), которая пытается объяснить, что психологические характеристики отдельных учащихся и их непосредственное психологическое окружение влияют на результаты обучения (когнитивные, поведенческие и относительные).

*Модель истощения студентов Bean's* (1980) использовала текучесть кадров для объяснения истощения студентов. В соответствии с концептом академического успеха, опыт и организационные факторы влияют на удовлетворенность и целеустремленность студента.

*Модель входа-среды-выхода I-E-O Astin* (1991) рассматривает академический успех как функцию трех факторов: фактора входных данных или характеристик студента при поступлении в учебное учреждение (демографические характеристики, семейное положение, академический и социальный опыт, который студенты приносят в ВУЗ); факторов окружающей среды (проживание в студенческом общежитии, связь с другими студентами, преподавателями, персоналом, образовательный опыт и внеклассная деятельность) и факторов выхода или результата (характеристики студента после столкновения с окружающей средой ВУЗа, когнитивно-интеллектуальные особенности, знания, навыки, отношения, ценности, убеждения и поведение), как они существуют после окончания ВУЗа.

Sabrera, Nora и Casteñada (1993) разработали *комплексную модель академического успеха*, которая включала в себя некоторые переменные моделей интеграции и истощения студентов и добавляла больше переменных самостоятельно. Данная модель включает следующие переменные: поощрение со стороны друзей и семьи наряду с финансовыми факторами, академическую интеграцию и успеваемость, социальную интеграцию, целеустремленность, а также их влияние на академический успех студента и на его фактическую настойчивость. Согласно *теории самоопределения Ryan и Deci* (2000) индивидуальные факторы и внутренняя мотивация влияют более позитивно на мотивацию обучения и академического успеха, чем социальные факторы и внешняя мотивация.

По *теории когнитивной оценки Deci и Ryan* (2002), потребности человека делятся на три широкие области: автономность, родство и компетентность, что помогает объяснить изменчивость внутренне мотивированного поведения (Ryan & Deci, 2000).

### ***Две модальности мышления***

В психологическом словаре APA *стиль мышления* определяется как характерный способ восприятия, мышления, запоминания и решения проблем человека (APA Dictionary of Psychology, 2015). Исследователи Epstein и Pacini (1999) утверждают два стиля мышления, которые отличаются друг от друга, но и взаимодействуют друг с другом. Это *интуитивный* или опытный, и *рациональный* или аналитический стили мышления.

Интуитивный стиль понимается Epstein и Pacini (1999) как устойчивое предпочтение опираться на интуитивное познание в качестве основы для решений и действий, а рациональный - как предпочтение развернутого логического рассуждения и анализа.

Norris и Epstein (2011) предположили, что рациональный стиль является сознательной системой

рассуждений, которая позволяет людям решать проблемы с помощью логических принципов и оценки доказательств. С другой стороны, интуитивный стиль представляет собой автоматическую систему обучения, которая реализует три формы ассоциативного обучения: классическое, оперантное и наблюдение.

Согласно Epstein и Curtis (1991), рациональный стиль более логичен, аналитичен, требует более медленной обработки, имеет высокую степень интеграции и требует обоснования посредством логики и доказательств. Интуитивный стиль мышления более целостен, ассоциативен, аффективен, включает в себя более быструю обработку и действителен. В то время как интуитивный стиль может быть связан с созданием новых и инновационных идей, стиль рационального мышления может быть более связан с уже существующим знанием или мышлением.

### ***Когнитивно-опытная теория личности***

Epstein (1994, 2003) разработал социально-когнитивную теорию личности, известную как «когнитивно-опытная теория» (Cognitive-experiential selftheory). Данная теория является единственной теорией двойного процесса, которая устанавливает два способа обработки информации [11; 12]. Основопологающим положением теории является наличие двух независимых параллельных концептуальных систем обработки информации, которые совместно способствуют тому, что человек думает, чувствует и делает [16]. Рациональная система работает с использованием правил логики и доказательств, кодирующих реальность в символах, словах и числах, которые передаются культурно (например, через образование). Она требует более высоких уровней когнитивных ресурсов и считается медленной, аналитической и преднамеренной. Эта система опосредует поведение сознательной оценкой событий. Интуитивная или опытная система врожденная и адаптивная, позволяющая нам учиться на опыте. Она опосредует поведение, кодируя предыдущие результаты, особенно те, которые связаны с опытом аффекта, что приводит к предотвращению негативных и облегчению позитивных эмоций [14; 15].

Как утверждает Epstein (2003), если люди обрабатывают информацию двумя способами, то разумно подозревать, что существуют различия в эффективности, с которой люди используют каждую систему. Чтобы оценить эти различия, Racini и Epstein (1999) разработали опросник самоотчета «Rational-Experiential Inventory» (REI), включивший шкалы рационального и интуитивного стиля, заданные двумя субшкалами - вовлеченности и способностей.

### ***Связь академического успеха с рациональным и интуитивным стилями мышления у студентов***

Специалисты в области образования всегда уделяли особое внимание академическому успеху и факторам, влияющим на него. Наиболее значимым предиктором успеха у студентов является их способность к обучению, однако она одна не может предсказать успех в учебе. Поэтому исследователи пытались измерить роль необразовательных факторов в академическом прогрессе, и нашли, что к этим факторам относятся также и рациональный и интуитивный стили мышления.

Reyna (2006) было отмечено, что студенты, которые имеют высокий уровень знаний и навыков в данной области, в большей степени полагаются на интуитивные суждения. Система интуитивного мышления может также превосходить рационально-аналитическую систему в некоторых видах сложной обработки информации (Dijksterhuis, 2004). Эти результаты поднимают вопрос о том, существуют ли задачи, в которых интуитивный стиль предсказывает лучший успех в обучении, чем стиль рационального мышления.

Стиль интуитивного мышления может превосходить стиль рационального мышления с точки зрения инноваций. Новые идеи (креативность) могут стать инновационными и внести вклад в научную деятельность (Lepak, 2002). В дополнение к повышению эффективности академического обучения в целом креативные студенты превосходят логиков - рационалов по количеству идей и успеху (Hall & Mairesse, 1995).

По Epstein (2008), студенты, которые предпочитают обрабатывать информацию объективно и логически, могут быть более заинтересованы в науке, а интуитивная обработка информации может

способствовать выполнению задач (в том числе познавательных), которые требуют творчества и инноваций. Эти результаты согласуются с теорией когнитивного континуума Hammond (1996), которая утверждает, что поскольку стили мышления можно описать относительно рационального или интуитивного, задачи могут быть описаны как индуцирующие рациональность или интуитивность в континууме задачи.

Различные исследования для изучения связи академического успеха с рациональным мышлением показали значительную корреляцию (Fong et al., 2017; Ghanizadeh, 2017; Ross, Leoffler, Schipper логический фактор играет свою определенную роль в обучении студентов.

Таким образом, эффективность академической деятельности может повышаться посредством знания того, какой стиль мышления студенты используют, изменяя неэффективный стиль мышления до более функционального и становясь более гибким в отношении решения академических задач (Bernardo, Zhang, & Callueng, 2002). При этом академический успех зависит от степени, в которой студенты полагаются на рациональность и интуицию.

## ВЫВОДЫ

Стиль мышления является важным и необходимым показателем академической эффективности и индивидуальных успехов в образовательной области, поэтому представляется важным, что в ВУЗах должны быть спланированы действия по улучшению мышления каждого студента. Это приведет к лучшей успеваемости с более низкой затратой энергии, времени и высокой мотивацией. Изучение регуляции когнитивных и эмоциональных функций с целью определения индивидуальных особенностей предпочтения рационального или интуитивного стиля мышления выявляет потребность в практическом изучении взаимосвязей между данными психологическими переменными.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ

1. APA Dictionary of Psychology (2015). Washington, DC: American Psychological Association, XVI.
2. Astin, A. W. (1991). *Assessment for excellence: The philosophy and practice of assessment and evaluation in higher education*. New York: Macmillan.
3. Baiocco, R., Laghi, F., D'Alessio, M. (2009). Decision-making style among adolescents: Relationship with sensation seeking and locus of control. *Journal of Adolescence*, 32(4), 963-976.
4. Bernardo, A. B. I., Zhang, L. F., & Callueng, C. M. (2002). Thinking styles and academic achievement among Filipino students. *The Journal of Genetic Psychology*, 163(2), 149-163.
5. Bond, M. J. (2010). Age and gender differences in preferences for rational and experiential thinking. *Personality and Individual Differences*, 49(8), 907-911.
6. Bulus, M. (2000). *Examination of Attributional Complexity, Thinking Styles and Cognitive Consistency Preferences In Terms of Some Psychological Features and Academic Success*, Unpublished Doctoral Dissertation. Dokuz Eylül University. The Institute of Educational Sciences. İzmir.
7. Castiglia, (2010). Individual and social factors related to students' academic achievement and motivation for learning. *Suvremena psihologija*. 17 (2014), 1, 63-79
8. Denes-Raj, V., & Epstein, S. (1994). Conflict between intuitive and rational processing: when people behave against their better judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 819-829.
9. Dijksterhuis, A. (2004). Think different: The merits of unconscious thought in preference development and decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 586-598.
10. Duru, E. (2002). *The Tendency on Helping-Behavior, Empathy and Thinking Styles Relationship on Teacher Candidates in the Context of Person-Case Approach and Examination of this Variables in Terms of Some Psychosocial Variables*. Dokuz Eylül University. The Institute of Educational Sciences. The Department of Psychological Services on Education Doctoral Dissertation. İzmir.

11. Epstein, S. (1994). Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. *American Psychologist*, *49*, 709-724.
12. Epstein, S. (2003). Cognitive-experiential self theory of personality. In T. Millon & M.J. Lerner (Eds.), *Handbook of psychology: Vol. 5. Personality and social psychology* (pp. 159-184). Hoboken, NJ: Wiley.
13. Epstein, S. (2008). Intuition from the perspective of cognitive-experiential self-theory. In H. Plessner, C. Betsch, & T. Betsch (Eds.), *Intuition in judgment and decision making* (pp. 23-37). New York, NY: Lawrence Erlbaum.
14. Epstein, S., & Curtis, R. (1991). Cognitive-experiential self-theory: An integrative theory of personality. In S. Epstein & R. Curtis, *The relational self: Theoretical convergences in psychoanalysis and social psychology*. New York, NY, US: Guilford Press.
15. Epstein, S., Pacini, R., Denes-Raj, V., & Heier, H. (1996). Individual differences in Intuitive-Experiential and Analytical-Rational Thinking Styles. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*(2), 390-405.
16. Epstein, S., Rosemary, P., Denes, V. R., & Harriet, H. (1996). Individual Differences in Intuitive Experiential and Analytical Rational Thinking Styles. *Journal of Personality and Social Psychology*, *63*(4), 553-554.
17. Frederick, S. (2002). Automated choice heuristics. In T. Gilovich, D. Griffin, & D. Kahneman (Eds.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment* 548–558. New York.
18. Gilovich & D. Kahneman (Eds.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment* (pp. 49-81). Cambridge: Cambridge University Press.
19. Hogarth, R.M. (2005). Deciding analytically or trusting your intuition? The advantages and disadvantages of analytic and intuitive thought. In T. Betsch & S. Haberstroh (Eds.), *The routines of decision making* (pp. 67–82). Mahwah, NJ: Erlbaum.
20. Inbar, Y., Cone, J., & Gilovich, T. (2010). People's intuitions about intuitive insight and intuitive choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, *99*, 232-247.
21. Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American Psychologist*, *58*, 697-720.
22. Kustubayeva, A., Matthews, G., Tolegenova, A., & Jakupov, S. (2009). EEG brain activity and intuitive-experiential and analytical-rational systems. *Proceedings of the Thirteenth International Conference on Cognitive and Neural Systems*, *40*.
23. Loo, R. (2000). A psychometric evaluation of the General Decision-Making Style Inventory. *Personality and Individual Differences*, *29*(5), 895-905.
24. Norris, P., & Epstein, S. (2011). An experiential thinking style: Its facets and relations with objective and subjective criterion measures. *Journal of Personality*, *79*, 1043-1079.
25. Pacini, R. & Epstein, S. (1999). The Relation of Rational and Experiential Information Processing Styles to Personality, Basic Beliefs, and the Ratio-Bias Phenomenon. *Personality and Individual Differences*, *76*, 972-987.
26. Reyna, V. F. (2004). How people make decisions that involve risk: A dual-processes approach. *Current Directions in Psychological Science*, *13*, 60-66.
27. Saideh, M., Omid, R., Nazanin, N., Hadis, H., & Katayoun T. (2014). The Relationship between Thinking Style and Gender in High School Students. *International Research Journal of Biological Sciences*, *3*(12).
28. Sadler-Smith, E. (2011). The intuitive style: Relationships with local/global and verbal/visual styles, gender, and superstitious reasoning. *Learning and Individual Differences*, *21*(3), 263-270.
29. Sinclair, M., & Ashkanasy, N. M. (2005). Intuition: Myth or a decision-making tool? *Management and Learning*, *36*, 353-370.
30. Spicer, D. P., Sadler-Smith, E. (2005). An examination of the general decision-making style questionnaire in two UK samples. *Journal of Managerial Psychology*, *20*(2), 137-149.

31. Sternberg, R. J. (1997). *Thinking Styles*. New York: Cambridge University Press. Zalizan, M. J., Khadijah, R. M. Y., Hazadiah, M. D. & Ma'rof, R. (2003). Girls out-performed boys in most subjects. *The New Strait Time*, 31, 12.
32. Zhang, L. F. (1999.). Further Cross-Cultural Validation Of The Mental Self-Goverment. *The Journal of Psychology*, 133, 165-181.
33. Zhang, L. F., & Sternberg, R. J. (2006). *The nature of intellectual styles*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
34. Zwick, R., & Sklar, J. (2005). Predicting college grades and degree completion using high school grades and SAT scores: The role of student ethnicity and first language. *American Educational Research Journal*, 42, 439-464.



# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ АЛЕКСИТИМИИ И СЕПАРАЦИОННОЙ ТРЕВОГИ У УЧИТЕЛЕЙ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ

Татьяна Нижникова,

Латвия, Балтийская Международная академия, Рига, магистратура психология,  
tatjana.niznikova@gmail.com

Научный руководитель: доцент, доктор биологии Ирина Казановская

## АННОТАЦИЯ

Цель: исследование связи алекситимии и сепарационной тревоги у учителей. Метод: Торонтская Алекситимическая Шкала; тест сепарационной тревоги взрослых. Участники: 104 женщины. Возраст: 24-69 лет (Mdn=50). Результаты: найдена положительная связь сложного характера между алекситимией и сепарационной тревогой. Вывод: проявления алекситимии у учителей, их нарастающая сдержанность в проявлении эмоций выступают как формирующийся механизм защиты. **Ключевые слова:** алекситимия, сепарационная тревога, учителя.

## ABSTRACT

The aim: research of the relationship of alexithymia and separation anxiety among teachers. Method: Toronto Alexithymic Scale; Adult Separation Anxiety Questionnaire test. Participants: 104 women. Age: 24-69 years (Mdn=50). Results: found the positive connection with the complex nature between alexithymia and separation anxiety. Conclusion: manifestations of alexithymia in teachers, their growing restraint in the expression of emotions appear as an emerging defense mechanism.

**Key words:** alexithymia, separation anxiety, teachers.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Профессия учитель относится к группе профессий повышенного риска по частоте психосоматических заболеваний. Решение проблемы формирования психической дезадаптации современного учителя, в контексте выраженности алекситимических черт его личности, имеют большое значение для поддержания нормального функционирования психики. Целью данной работы является исследование связи алекситимии и сепарационной тревоги у учителей. Исследовательский вопрос: «существует ли связь между алекситимией и сепарационной тревогой у учителей?». В качестве эмпирического исследования алекситимии использовалась Торонтская Алекситимическая Шкала TAS-26 (Toronto Alexithymia Scale-26) [3], разработанная Грэмом Тейлором с соавторами (Graeme J. Taylor, D. Ryan, R. Michael Bagby) и адаптирована в НИИ им. Бехтерева, для эмпирического исследования сепарационной тревоги был использован тест сепарационной тревоги взрослых (Adult Separation Anxiety Questionnaire ASA-27) В. Маникавасагера, в адаптации Дитюка А.А. [5].

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

Одним из факторов качественного образования рассматривается психическое здоровье педагога, поскольку от психологического и соматического здоровья педагога в огромной степени зависит состояние здоровья подрастающего поколения. Формирование психической дезадаптации современного учителя в контексте выраженности алекситимических черт личности представляется

актуальной проблемой. Исследование алекситимии и сепарационной тревоги представляется важным условием для понимания, сохранения и профилактики психического здоровья учителей [4, 7].

По данным Американской Ассоциации Психологов (АРА), алекситимия определяется как неспособность выражать, описывать или различать эмоции свои или другого. Это может происходить при множестве расстройств (например, депрессии), особенно психосоматических и некоторых расстройствах, связанных с употреблением психоактивных веществ, или при повторном воздействии травматического стрессора [1].

Выделяют первичную (врожденную) и вторичную алекситимию, имеющую приобретенный, то есть временный характер. Вторичная алекситимия может развиваться в результате психотравм и стать проявлением скрытой депрессии, повышенной тревожности, посттравматического стрессового расстройства. [8]. Как состояние вследствие пережитого стресса, как защитная реакция организма на агрессию внешнего мира, которая определяется как дефектный коммуникативный стиль, основанный на расстройстве переживания эмоций [3].

Проявления алекситимии у учителей, их нарастающая сдержанность в проявлении эмоций, показанная в исследованиях Янсона и Казановской, выступают как формирующийся механизм защиты (сдержанность, актуализированная требованиями педагогической деятельности) [6, 7].

Сепарационная тревога определяется как тревожное расстройство, неуместное и чрезмерное ощущение страха и горя в ситуациях, связанных с разлукой с домом или объектом эмоционального контакта. При этом тревога считается нетипичной для ожидаемого уровня развития и возраста. Тревожное расстройство может оказывать значительное отрицательное воздействие на повседневную жизнь. Это воздействие может быть обнаружено в социальной и эмоциональной сфере, семейной жизни, физическом здоровье и в школьной среде. [1].

Качество жизни, субъективное ощущение благополучия находится в неразрывной связи с уровнем социальной адаптации личности. Виктор Ананьев называет способность человека оптимально адаптироваться к социальным условиям одним из потенциалов психического здоровья, социальным аспектом здоровья личности [4].

Многие исследователи пришли к выводу, что, дебютировав в юношеском возрасте, сепарационная тревога может развиваться в сепарационное расстройство во взрослом возрасте, которое затруднит социальную адаптацию личности [2].

Алекситимия и сепарационная тревога все чаще рассматриваются в аспекте процессов адаптации/дезадаптации, однако отмечается дефицит исследований связи данных концептов.

### **Методология исследования**

Участники. 104 человека (женщины), учителя. Возраст участников от 24-69 лет.

Метод. В опросник были включены две методики. Опросник Торонтская Алекситимическая Шкала TAS-26 (Toronto Alexithymia Scale-26), разработанный Грэмом Тейлором с соавторами (Graeme J. Taylor, D. Ryan, R. Michael Bagby) и адаптированный в НИИ им. Бехтерева использовалась в качестве эмпирического исследования алекситимии [3]. Методика состоит из 26 вопросов, из которых ряд интерпретируется в прямых значениях, а ряд - в противоположных, что позволяет снизить установочность ответов испытуемого. Каждый пункт опросника оценивается по пятибалльной шкале от 1 до 5. Вторая методика - тест сепарационной тревоги взрослых (Adult Separation Anxiety Questionnaire ASA-27) В.Маникавасагера был использован для эмпирического исследования сепарационной тревоги, в адаптации А.А. Дитюка [5]. Методика содержит 27 вопросов, феноменологически схожих с некоторыми критериями сепарационного расстройства детского возраста, описанными в Международной классификации болезней (МКБ-10) и в американском руководстве по диагностике и статистике психических расстройств DSM-IV. Каждый пункт опросника оценивается по четырехбалльной шкале от 0 до 3, где 0 соответствует утверждению «это никогда не случается», а 3 соответствует утверждению «это случается очень часто».

Процедура. Исследование проводилось в четырех школах города Риги, где участники анонимно заполняли анкеты, не указывая свое имя и фамилию. Процедура заполнения опросников проводилась в исследовательских целях и занимала 45 минут. Язык опросников – русский.

## РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS

В результате проведенного исследования найдена положительная связь между показателями алекситимии и сепарационной тревоги, которая имеет сложный характер. Для участников исследования «алекситимичного» и «неалекситимичного» типа личности найдена положительная, статистически значимая связь с сепарационной тревогой. Для «алекситимичного» типа личности связь сильная, с большим размером эффекта ( $r_s = .54, p < 0.05$ ). Для «неалекситимичного» типа личности выраженность связи с небольшим, ближе к среднему размеру эффекта ( $r_s = .26, p < 0.05$ ).

Таким результатам могла способствовать специфика профессиональной деятельности учителя. Нарастающая сдержанность в проявлении эмоций (сдержанность, актуализированная требованиями самой педагогической деятельности) скорее всего, выступает как формирующийся механизм защиты [7, 9]. Вместе с тем, алекситимия очень тесно связана с тревогой. Исследователь Макс Пестов, отмечает, что чем больше груз алекситимии, тем трудно переносимей становится тревога, доходя в своем проявлении до уровня панической атаки.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

В результате осуществленного исследования была реализована её основная цель, которая, заключалась в исследовании связи алекситимии и сепарационной тревоги у учителей.

Было показано, что алекситимия и сепарационная тревога все чаще рассматриваются в аспекте процессов адаптации/дезадаптации, однако отмечается дефицит исследований связи данных концептов. Проявления алекситимии у учителей, их нарастающая сдержанность в проявлении эмоций выступают как формирующийся механизм защиты [7].

Измерение шкалы Торонтская Алекситимическая Шкала (TAS-26) [3] и тест сепарационной тревоги взрослых (ASA-27) [5] показало положительную связь между показателями алекситимии и сепарационной тревоги, для участников исследования «алекситимичного» и «неалекситимичного» типа личности, которая имеет сложный характер.

Связь феномена алекситимии с сепарационной тревогой и роль алекситимии и сепарационной тревоги в процессах саморегуляции и преодоления трудных ситуаций, не столь однозначна и исследования связи данных феноменов требуют своего продолжения. Исследования заявленной проблемы могут способствовать повышению адаптивности и реабилитации учителей.

Показанные в данном исследовании закономерности можно учитывать в практической деятельности учителей. Психокоррекционная работа будет способствовать их более продуктивной работе, сохранению их личностных ресурсов и дальнейшей эффективной профессиональной деятельности.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. American psychological association (2009). APA concise dictionary of psychology, wachinston, DC: *American psychological association*.
2. Manicavasagar V., Silove D., Wagner R., Drobny J. A self-report questionnaire for measuring separation anxiety in adulthood. *Comprehensive Psychiatry Journal*, 2003
3. Taylor G.J. Alexithymia: concept, measurement and implications for treatment. *Psychotherapy and Psychosomatic*. // *American Journal of Psychiatry*. 1984. Vol.141.N6 P.725-732.
4. Ананьев В.А. Основы психологии здоровья. Концептуальные основы психологии здоровья. СПб.: Речь, 2006.

5. Дитюк А.А., (2016). Адаптация теста сепарационной тревоги взрослых ASA-27 (Adult Separation Anxiety Questionnaire) на российской выборке. *«Психологические исследования»*.
6. Казановская И.А., Румянцева Л., Янсон В. (2010). Исследование связи психологически защит и стратегий преодолевающего поведения у педагогов. // *Theory and practice*. (7), P.62-69. Siauliai College, Lithuania.
7. Казановская И.А., Янсон В.Н. (2016) Защитные механизмы психики в контексте алекситимических черт личности педагогов. Психология стресса и совладающего поведения: ресурсы, здоровье, развитие. Т.2. (с.162-165) *Сб. материалов VVV Междунар. научн. конф., 22-24 сент. 2016. Кострома КГУ им. Н.А. Некрасова.*
8. Кристал Дж., (2006). Интеграция и самоисцеление. М.: *Институт общегуманитарных исследований*, 445 с.
9. Пестов М. (2016). Исследование неполноты идентичности. *Институт общегуманитарных исследований*. Москва

# ВЗАИМОСВЯЗЬ АКЦЕНТУАЦИЙ ХАРАКТЕРА С ВИДАМИ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ВЗРОСЛЫХ ЛЮДЕЙ В ВОЗРАСТЕ ОТ 30 ДО 40 ЛЕТ

Елена Богданова

Латвия, Балтийская Международная Академия,  
профессиональная магистерская программа «Психология»

e-mail: [mblena@inbox.lv](mailto:mblena@inbox.lv)

научный руководитель:

профессор, доктор психологических наук Ирина Плотка,

e-mail: [irinaplotka@inbox.lv](mailto:irinaplotka@inbox.lv)

## АННОТАЦИЯ

Исследование направленно на выявление зависимости проявлений агрессии от акцентуаций характера у людей в период средней зрелости. Цель исследования - выявить взаимосвязь между типом акцентуации характера и видами агрессивного поведения взрослых людей в возрасте от 30 до 40 лет.

Методология исследования. *Участники исследования:* 90 человек (45 мужчин и 45 женщин) в возрасте от 30 до 40 лет ( $Mdn=32$ ), проживающих в г. Резекне. *Измерения:* Шкалы акцентуаций характера (опросник определения акцентуаций характера Леонгарда – Шмишека, в адаптации В.М. Блейхера); шкалы агрессивности (опросник уровня агрессивности А. Басса- А. Дарки, в модификации А.А. Хвана, Ю.А. Зайцева, Ю.А. Кузнецовой).

*Результаты.* Анализ корреляционных связей показал, что существуют взаимосвязи между типом акцентуации характера и видами агрессивного поведения. Результаты подтверждают взаимосвязь застревающего типа и обиды, как вида агрессивного поведения и агрессивностью, возбудимого типа и физической, косвенной агрессией и раздражением, тревожного, эмотивного типа и чувством вины как видом агрессивного поведения. Взаимосвязи между дистимным типом и чувством вины, циклотимным, эмотивным типами и негативизмом как видом агрессивного поведения, подтверждены не были. Результаты исследования показали, что выявленные связи соответствуют психологическим описаниям характера личности, несмотря на то что в зрелом возрасте ярко не выражены акцентуации.

**Ключевые слова:** акцентуации, характер, проявление, агрессия, средняя зрелость.

## ABSTRACT

The theme of this work – The correlation of character accentuation and aggressive behaviours in adults aged 30 to 40 years.

The aim of this work is to – identify the relationship between the type of character accentuation and types of aggressive behavior in adults aged 30 to 40 years.

**The methodology of the research.** Take part in this research 90 people (45 men and 45 women) in the age of 30 to 40 years ( $Mdn = 32$ ), living in Rezekne

The measurements of the research:

- Method of research level of aggressiveness. A. Bassa- A. Dark (1957), modified by A.A Hwan, Y.A. Zaitsev and Y.A. Kuznetsova;

- method of diagnosis of character accentuation G. Shmisheka in V.M. Bleicher's adaptation.

*Results* of this research – analysis of correlations showed that there is a link between the type of character accentuation and types of aggressive behavior. The results confirm the relationship stuck type and resentment, as a form of aggressive behavior and aggressive, excitable type and physical, and indirect aggression, irritation, anxiety, emotive type, and a sense of guilt as a kind of aggressive behavior. Links between distimnym type and guilt, cyclothymic, emotive types and negativism as a kind of aggressive behavior, were not confirmed. The results showed that the identified communication correspond to a psychological description of the nature of the person, despite the fact that in adulthood is not clearly marked accentuation.

**Keywords:** accentuations, character, aggressive behavior, aggression, middle adulthood.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Имеющиеся на сегодняшний день исследования зависимости проявлений агрессии от акцентуаций характера охватывают лишь подростковый возраст, и на настоящий момент отсутствуют какие-либо широко известные исследовательские данные в период средней взрослости.

Выбранная возрастная периодизация, средняя взрослость, является продуктивным, трудоёмким и содержательным периодом, когда человек прочно связывает себя с определенным родом занятий, он деятелен, имеет семью и его дети становятся подростками.

Развитие личности, раскрытие её потенциала не может рассматриваться в отрыве от социума, в котором она взаимодействует. Во взаимодействии проявляются как сугубо индивидуальные качества личности – её эмоциональные и волевые свойства, интеллектуальные возможности, так и усвоенные личностью нормы и ценности общества. Трудности, которые возникают в процессе межличностных отношений, обусловлены, в том числе, и характерологическими особенностями индивида [11]. Речь идет о так называемых акцентуациях характера, проявляющихся в поведении человека.

Акцентуации характера — это крайний вариант нормы, когда отдельная черта чрезмерно усилена, отчего и возникает избирательная уязвимость индивида в отношении определенных психогенных воздействий. Поэтому, некоторые закреплённые патологические черты характера мешают человеку адаптироваться к окружающей среде и могут стать одной из причин его неадекватного и агрессивного поведения [4].

Теоретической основой данного исследования явились работы К. Леонгарда, Г. Шмишека, А.Е. Личко, посвященные проблеме акцентуаций характера и Р. Бэрона, А. Басса, Д. Ричардсона, А.А. Реана, отражающие проблему агрессивности в психологии [1,3,5,6,7,10].

Проблема агрессивного поведения является актуальной для современного общества. Основной целью всех проводимых по данной проблеме исследований являются поиски причин проявления агрессии и наиболее эффективных средств контроля над ней.

Каждый человек обладает уникальной внутренней психической организацией. Благодаря этой уникальности вырисовывается неповторимый узор взаимодействия человека с окружающим его миром вообще и в конфликтной ситуации в частности.

Взаимодействие с другими людьми создаёт предпосылки для возникновения конфликтности и проявления агрессивности, как результата внутренней деятельности человека, порождаемого внутренними обстоятельствами. Вследствие чего возникает вопрос о наличии взаимосвязи личностных особенностей, таких как акцентуации характера, с агрессивностью и формами её проявления.

Цель исследования. Выявить взаимосвязь между типом акцентуации характера и видами агрессивного поведения взрослых людей в возрасте от 30 до 40 лет.

**Гипотеза исследования.** Существует взаимосвязь между типом акцентуации характера и видами агрессивного поведения.

Информация о чертах человеческого характера, обуславливающих склонность к агрессии, может иметь большое практическое значение для прогнозирования тенденций к прямой агрессии и выработки мер по предотвращению или контролю агрессии.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

**Участники исследования.** Выборку составили 90 человек (45 мужчин и 45 женщин) в возрасте от 30 до 40 лет ( $Mdn=32$ ), проживающих в г. Резекне. Возраст – от 30 до 40 лет соответствует возрасту средней зрелости. Объем выборки является достаточным для того, чтобы обеспечить статистическую надёжность и достоверность полученных данных.

Методики. Для выявления акцентуированных свойств характера и темперамента использовался «Опросник определения акцентуаций характера Леонгарда – Шмишека», в адаптации В.М. Блейхера [2]. Данный опросник содержит 10 шкал акцентуаций личности и предназначен для диагностики типа акцентуации личности. Акцентуации характера (accentuation of character) — это крайние варианты нормы, при которых отдельные черты характера чрезмерно усилены, отчего обнаруживается избирательная уязвимость в отношении определенного рода психогенных воздействий при хорошей и даже повышенной устойчивости к другим [8].

Для определения уровня агрессивности использовался «Опросник уровня агрессивности А. Басса- А. Дарки», в модификации А.А. Хвана, Ю.А. Зайцева, Ю.А. Кузнецовой [12]. Данный опросник предназначен для исследования агрессивности и состоит из 75 утверждений.

**Процедура исследования.** Исследование проходило в феврале – марте 2016 года среди жителей г. Резекне. Исследование проходило индивидуально или в небольших группах по 3 – 4 человека. Каждый из участников исследования получал бланки опросников с инструкцией в письменной форме. По словам участников исследования, инструкция была понятна и сложностей в процессе заполнения опросника ни у кого не возникало. Надёжность результатов исследования гарантировалась стандартностью процедуры исследования для всех участников, а также конфиденциальностью и анонимностью полученных данных. Участники были информированы о использовании полученных результатов исследования исключительно в научных целях.

### Результаты

Обработка данных проводилась с помощью статистической программы SPSS 17. В результате проведенного исследования взаимосвязи между типом акцентуации характера и видами агрессивного поведения у взрослых людей в возрасте от 30 до 40 лет были получены статистически значимые результаты.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем демонстративности и косвенной агрессией ( $r_s= 0,288$ ,  $p=0,006<0,01$ ).

Чем выше уровень демонстративности, тем чаще человек показывает демонстративные черты характера, такие как живость, подвижность, легкость в установлении контактов, склонность к фантазерству, лживости и притворству, направленного на приукрашивание своей персоны, авантюризму, артистизму, к позерству.

Чем чаще проявляются демонстративные черты характера, тем чаще агрессия может проявляться окольным путем: через сплетни за спиной, эмоциональными срывами на других предметах или людях, через грубые шутки, обиды, вспышки гнева.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем демонстративности и вербальной агрессией ( $r_s= 0,371$ ,  $p=0,000<0,001$ ).

Чем чаще проявляются демонстративные черты характера, тем чаще агрессия может проявляться выражением негативных чувств как через форму (крик, визг, повышение голоса), так и через содержание словесных ответов (проклятия, угрозы, «сильные выражения»).

Существует положительная корреляционная связь между уровнем застревания и обидой ( $r_s=0,224$ ,  $\rho=0,034<0,05$ ).

Чем выше уровень застревания, тем чаще человек показывает такие черты характера как умеренная общительность, занудливость, склонность к нравоучениям, неразговорчивость. Часто страдает от мнимой несправедливости по отношению к нему.

Уровень застревания связан с обидой как видом агрессивного поведения. Чем чаще человек проявляет застревающие черты характера, тем чаще человек использует обиду, как агрессивный вид поведения, который заключается в зависти и ненависти к окружающим за действительные и вымышленные действия.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем возбудимости и физической агрессией ( $r_s=0,473$ ,  $\rho=0,000<0,001$ ).

Чем выше уровень возбудимости, тем чаще человек показывает такие черты характера как недостаточная управляемость, ослабление контроля над влечениями и побуждениями сочетаются у людей такого типа с властью физиологических влечений.

Чем чаще человек проявляет возбудимые черты характера, тем чаще он использует физическую агрессию, как применение физической силы против другого лица.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем возбудимости и косвенной агрессией ( $r_s=0,345$ ,  $\rho=0,001$ ).

Чем чаще проявляются возбудимые черты характера, тем чаще агрессия может проявляться: эмоциональными срывами на предметах или людях, через сплетни, грубые шутки, обиды, вспышки гнева.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем возбудимости и раздражением ( $r_s=0,222$ ,  $\rho=0,035<0,05$ ).

Уровень возбуждения связан с раздражением как видом агрессивного поведения, которое заключается в готовности к проявлению негативных чувств при малейшем возбуждении (вспыльчивость, грубость).

Существует положительная корреляционная связь между уровнем дистимичности и чувством вины ( $r_s=0,499$ ,  $\rho=0,000<0,001$ ).

Чем выше уровень дистимичности, тем чаще человек показывает такие черты характера как серьезность, даже подавленность настроения, медлительность, слабость волевых усилий.

Уровень дистимичности связан с чувством вины как видом агрессивного поведения, направленного на себя. Проявление чувства вины заключается в убеждение человека в том, что он является плохим человеком, что поступает зло, а также часто ощущает угрызения совести.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем тревожности и чувством вины ( $r_s=0,217$ ,  $\rho=0,040<0,05$ ).

Чем выше уровень тревожности, тем чаще человек показывает такие черты характера как низкая контактность, минорное настроение, робость, пугливость, неуверенность в себе.

Уровень тревожности связан с чувством вины как видом агрессивного поведения, направленного на себя. Проявление чувства вины заключается в убеждение человека в том, что он является плохим, что поступает зло, а также часто ощущает угрызения совести.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем циклотимности и негативизмом ( $r_s=0,234$ ,  $\rho=0,011<0,05$ ).



Чем выше уровень циклотимичности, тем чаще человек показывает такие черты характера как сменой гипертимных и дистимных состояний. Им свойственны частые периодические смены настроения, а также зависимость от внешних событий.

Уровень циклотимичности связан с негативизмом как видом агрессивного поведения. Проявление негативизма заключается в оппозиционной манере в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем аффективности и косвенной агрессией ( $r_s = 0,217$ ,  $\rho = 0,040 < 0,05$ ).

Чем выше уровень аффективности, тем чаще человек показывает такие черты характера как способность восторгаться, восхищаться, а также — улыбочивость, ощущение счастья, радости, наслаждения.

Чем чаще проявляются аффективные черты характера, тем чаще агрессия может проявляться окольным путем: через сплетни за спиной, эмоциональными срывами на других предметах или людях, через грубые шутки, обиды, вспышки гнева.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем эмотивности и негативизмом ( $r_s = 0,312$ ,  $\rho = 0,003 < 0,01$ ).

Чем выше уровень эмотивности, тем чаще человек показывает такие черты характера как эмоциональность, чувствительность, тревожность, болтливость, боязливость, глубокие реакции в области тонких чувств.

Проявление негативизма заключается в оппозиционной манере в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов.

Существует положительная корреляционная связь между уровнем эмотивности и чувством вины ( $r_s = 0,682$ ,  $\rho = 0,000 < 0,001$ ).

Уровень эмотивности связан с чувством вины как видом агрессивного поведения, направленного на себя. Проявление чувства вины заключается в убеждение человека в том, что он является плохим, что поступает зло.

Результаты исследования показали, что выявленные связи соответствуют психологическим описаниям характера личности, несмотря на то что в зрелом возрасте ярко не выражены акцентуации. Тем не менее, сохраняются общие черты характера.

### **Обсуждение результатов**

В ходе исследования было выявлено, что в данной выборке преобладает средней уровень выраженности акцентуации характера, что соответствует среднему возрасту зрелости. Были выявлены респонденты с акцентуацией характера: 4 человека с тревожностью, 3 человек с циклотимичностью и 7 человек с эмотивностью. В данной выборке наиболее выраженной была косвенная агрессия, которая не носит прямого характера. На втором месте – раздражимость, как вид агрессивного поведения. Раздражимостью является готовность к проявлению негативных чувств при малейшем неудовольствии. На третьем месте – вербальная агрессия, которая проявляется как через форму (крик, визг), так и через содержание словесных ответов (проклятия, угрозы). В выборке была больше выражена агрессивность, чем враждебность.

Исследование показало, что существуют значимые взаимосвязи между шкалами акцентуации характера и видами агрессивного поведения. Демонстративный тип связан с косвенной агрессией, вербальной агрессией, агрессивностью. Застревающий тип связан с обидой, как видом агрессии и агрессивностью, враждебностью. Возбудимый тип связан с физической, косвенной агрессией, раздражением, агрессивностью. Дистимный, тревожный и эмотивный тип связаны с чувством вины как видом агрессивного поведения, направленного на себя. Циклотимный и эмотивный тип связаны с негативизмом как видом агрессивного поведения. Аффективный тип связан с косвенной агрессией и

агрессивностью. Связей между педантичностью, гипертимностью и видами агрессивного поведения не выявлено.

Полученные результаты согласуются с исследованиями В.П. Михайловой, М.В. Трофимовой (2009) «Взаимосвязь агрессии и акцентуации характера с разным типом девиантного поведения» [9]. Несмотря на то, что в выборке не было людей с девиантным поведением, результаты подтверждают взаимосвязь застревающего типа и обиды, как вида агрессивного поведения и агрессивностью, возбудимого типа и физической, косвенной агрессией и раздражением, тревожного, эмотивного типа и чувством вины как видом агрессивного поведения. Взаимосвязи между дистимным типом и чувством вины, циклотимным, эмотивным типами и негативизмом как видом агрессивного поведения, подтверждены не были.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

Проведенное исследование позволило прийти к следующему выводу: существуют взаимосвязи между типом акцентуации характера и видами агрессивного поведения у людей в период средней зрелости. Исследование показало, что наличие определенных акцентуированных черт характера даже на среднем уровне в структуре личности может усиливать агрессивное поведение, в том числе направленное против себя. В современном обществе открытое проявление гнева социально не одобряемо. С детства человек приучается сдерживать свой гнев и ярко выраженную агрессию. Поэтому чаще всего агрессия бывает направлена на себя или вытеснена в бессознательное. Человек часто не осознает свое проявление агрессивного поведения, которое может проявляться в разных скрытых формах – зависти, обиды, чувстве вины, угрызения совести, раздражения, распускания сплетен и т.п. Скрытые формы агрессивного поведения могут действовать разрушительно как для самого человека, так и в межличностных отношениях.

Результаты исследования могут быть использованы в консультативно-коррекционной работе практического психолога, направленной на привлечение внимания клиента на осознание форм агрессивного поведения и нахождение конструктивного выхода для трансформации гнева и обид.

Перспектива исследования. Проведенное исследование не решает всех вопросов, связанных с изучением взаимосвязи между акцентуацией характера и видами агрессивного поведения. В дальнейшем можно расширить исследование введя третью переменную, связанную с изучением защитных механизмов психики.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Buss A. (1961). The psychology of aggression. N.Y.— <http://psychlib.ru/mgppu>
2. Бурлачук Л. Ф., Морозов С. М. (2001). Словарь-справочник по психодиагностике. Серия: Мастера психологии. СПб.: Питер -528 с.
3. Бэрон Р., Ричардсон Д. (2000). Агрессия. СПб.: Питер, -352 с.
4. Карпенко Л.А., Петровский А.В., Ярошевский М. Г. (1998). Краткий психологический словарь. Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС». -512 с.
5. Кортнева Ю.В. (2004). Диагностика актуальных проблем: Методика Леонгарда – Шмишека. М.: Институт Общегуманитарных исследований. – 240 с.
6. Леонгард, К. (2000). Акцентуированные личности. – Ростов.: «Феникс», – 544 с.
7. Личко, А.Е. (1999). Клиническая и психологическая диагностика типов психопатий и акцентуаций характера / Личко А.Е. Типы акцентуаций характера и психопатий у подростков. – М.: Апрель-Пресс, ЭКСМО-ПРЕСС,– С. 111–241.

8. Личко, А. Е. (1982) Психопатии и акцентуации характера у подростков. Психология индивидуальных различий. Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Я. Романова. М.: Изд-во МГУ, С. 288-318.
9. Михайлова В. П., Трофимова М. В. (2009). Взаимосвязь агрессии и акцентуации характера у осуждённых с разным типом девиантного поведения. / Вестник КемГУ. Психология, 2009, № 3, - с.71 -78. <http://cyberleninka.ru/journal>
10. Реан А.А. (2003). Агрессия и агрессивность личности. //Психологический журнал. №5. <http://cyberleninka.ru/journal>
11. Реан. А.А. (2006). Психология человека от рождения до смерти. СПб: прайм-ЕВРОЗНАК. 656 с.
12. Хван, А.А., Зайцев, Ю.А., Кузнецова, Ю.А. (2008). Стандартизация опросника А. Басса и А. Дарки./Психологическая диагностика, 2008, № 1, — с. 35-58. <http://psychlib.ru/mgppu/periodica>

# СВЯЗЬ САМООЦЕНКИ И ТРЕВОЖНОСТИ В СРЕДНЕМ ВОЗРАСТЕ

Лариса Михайлова, Латвия,  
Балтийская Международная Академия,  
Профессиональная магистрская программа «Психология»,  
e-mail: [milama@inbox.lv](mailto:milama@inbox.lv)  
научный руководитель:  
профессор, доктор психологических наук Ирина Плотка,  
e-mail: [irinaplotka@inbox.lv](mailto:irinaplotka@inbox.lv)

## АННОТАЦИЯ

Исследование связи самооценки и тревожности у людей среднего возраста связана с актуальностью этой темы на современном этапе. Исследований в период среднего возраста мало. Результаты исследования могут послужить основой для дальнейших исследований, а также помочь в работе практического психолога. Целью исследования явилось изучение связи самооценки и тревожности в среднем возрасте. Была выдвинута гипотеза исследования: существует связь между самооценкой и тревожностью в среднем возрасте. Основанием для выдвижения гипотезы явились исследования Дж. Тан, П. Ло, Н. Ге и С. Чу (Tan, Lo, Ge, N., & Chu, 2016); К. Пападопулос, Т. Параликас, М. Бароути и Е. Чронопоулоу (Papadopoulos, Paralikas, Barouti & Chronopoulou, 2014); Н. Хулме, С. Хирш и Л. Стопа (Hulme, Hirsch & Stopa, 2012); М.К. Расмуссен и А.М. Пегион (Rasmussen & Pidgeon, 2011); Дж. Лонгвист, М. Веркасало, С. Мэкиннен и М. Хенрикссон (Lonnqvist, Verkasalo, Makinen, & Henriksson, 2009); С.А. Риггс и Г. Хан (Riggs & Han, 2009). Результаты и выводы: выдвинутая гипотеза о том, что существуют связь между тревожностью и самооценкой подтвердилась. Выявлена отрицательная связь между ситуативной, личностной тревожностью и актуальной, идеальной и реальной самооценкой. Ситуативная тревожность имеет отрицательную связь с актуальной, идеальной самооценкой ума, актуальной, идеальной, реальной самооценкой характера, актуальной самооценкой счастья, актуальной, реальной самооценкой удовлетворенностью жизнью, актуальной самооценкой оптимизма. Личностная тревожность имеет отрицательную связь с актуальной, идеальной самооценкой ума, актуальной самооценкой характера, актуальной самооценкой оптимизма.

**Ключевые слова:** тревожность, ситуативная тревожность, личностная тревожность, самооценка, идеальная самооценка, реальная самооценка, актуальная самооценка.

## ABSTRACT

The research of the connection between of self-esteem and anxiety in middle-aged people is connected to the relevance of this topic nowadays. There are few studies on the middle age. The results of the work will be the basis for further research, as well as help in the work of a practical psychologist. The aim of the study is to explore the relationship between self-esteem and anxiety in middle age. The research hypothesis was defined: there is a correlation between self-esteem and anxiety in middle age.

The basis for the hypothesis were the following researches: G. Tan, P. Lo, N. Ge and S. Chu (Tan, Lo, Ge, N., & Chu, 2016); K. Papadopoulos, T. Paralikas, M. Barouti un E. Chronopoulou (Papadopoulos, Paralikas, Barouti & Chronopoulou, 2014); N. Hulme, S. Hirsch un L. Stopa (Hulme, Hirsch & Stopa, 2012); M.K. Rasmussen un A.M. Pidgeon (Rasmussen & Pidgeon, 2011); G.Lonnqvist, M.Verkasalo, S.Mekinen un M.Henrikson (Lonnqvist, Verkasalo, Makinen, & Henriksson, 2009); S.A.Riggs un G. Han (Riggs & Han, 2009).The results and conclusions: the hypothesis that there is a correlation between anxiety and self-esteem

has been confirmed. There is a negative correlation between situational, personal anxiety and actual, ideal and real self-esteem. Situational anxiety has a negative correlation with the actual, ideal self-esteem of the mind, actual, ideal, real self-esteem of the character, actual self-esteem of happiness, actual, real self-esteem of satisfaction with life, actual self-esteem of optimism. Personal anxiety has a negative correlation with the actual, ideal self-assessment of the mind, an actual self-evaluation of the character, an actual self-evaluation of optimism.

**Key words:** anxiety, situational anxiety, personality anxiety, self-esteem, ideal self-esteem, real self-esteem, actual self-esteem.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Самооценка как глобальное самоуважение личности является устойчивым компонентом самосознания, включающая оценку самого себя, своих значимых ценностей, относительно которых определяется оценка. Самооценка своим влиянием пронизывает все аспекты человеческого существования [Branden, 1994]. Адекватная самооценка обеспечивает позитивное эмоциональное состояние, стимулирует деятельность, вселяет в человека уверенность в достижении намеченных целей и, как следствие, влияет на уровень тревожности в различных кризисных ситуациях.

Самооценка является значимой переменной, влияющей на познавательные способности, мотивацию, эмоции, поведение, развитие личности, кроме того, самоуважение играет важную роль в процессе адаптации и сохранения психического здоровья. Если возникающая тревожность не адекватна сложившейся ситуации, или она вызвана постоянным напряжением вследствие социальных и личностных факторов, то она начинает разрушать адаптационные процессы человека, и приводит к развитию психических, психологических и соматических негативных симптомов.

Поведение человека обусловлено личностными качествами, важным из которых является тревожность. Каждому человеку присущ оптимальный уровень тревожности, который необходим для адаптации человека к действительности. Наличие повышенной тревожности как устойчивого личностного образования указывает на проблемы в развитии личности. Она мешает нормальной жизнедеятельности и межличностному общению. Тревожность с сопутствующими расстройствами является на сегодняшний день самым распространенным из официально классифицированных психических заболеваний, опережая в этом отношении депрессию и другие аффективные расстройства [Стоссел, 2016].

Современная жизнь взрослого человека насыщена сложными, конфликтными ситуациями, связанными, прежде всего, с условиями экономического кризиса в Латвии (уменьшение заработной платы, сокращения рабочих мест и увеличения объёмов труда), а также социально-психологическими проблемами, которые свойственны данному периоду жизни (трудностями по воспитанию детей, взаимоотношениями в семье и т.п.).

**Целью исследования** является изучение связи самооценки и тревожности в среднем возрасте.

**Методики исследования:** Методика исследование самооценки Дембо-Рубинштейн (1970) в модификации П.В. Яньшина (2004) [Яньшин, 2007]; методика оценки тревожности Ч.Д. Спилбергера (1976), адаптированная Ю.Л. Ханиным (1978) [Фугелова, 2008].

В исследовании приняло участие 90 человек в возрасте 30-40 лет (60 женщин и 30 мужчин). Медиана возраста – 35 лет.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL PROVISIONS

Самооценка – это позитивная степень отношения к оценке собственного тела, истории, психических процессов и поведения. Самооценка связана со многими аспектами мысли, эмоций и поведения и часто считается центральной частью понимания человека [The Cambridge dictionary of Psychology, 2009: 473].

Самооценка проявляется как степень качеств и характеристик своей собственной концепции, которые воспринимаются как положительные. Степень отражает физическую самооценку человека, уровень своих достижений и возможностей, ценности и воспринимается как успех в жизни, а также рассматривается как способы реагирования человека на жизненные процессы. Чем больше положительных восприятий качеств и характеристик, тем выше самооценка. Достаточно высокая степень самооценки считается важным компонентом психического здоровья, в то время как низкое чувство собственного достоинства и чувства бесполезности являются общим депрессивным симптомом [APA Dictionary of Psychology, 2015]. Самооценка может быть высокой и низкой. При высокой самооценке человек чувствует себя «достаточно хорошим», ощущает себя достойной личностью, уважает себя за то, какой он есть. Низкая самооценка означает самонеприятие, недовольство, неудовлетворенность собой, чувство собственной бесполезности, никчемности [Rosenberg, 1965].

Самооценка является свойством интеллекта человека, поэтому выполняет регуляторную и защитную функцию поведения. Самооценка регулирует поведение, отражая степень удовлетворенности или неудовлетворенности собой, и тем самым создает основу для восприятия собственного успеха и неуспеха, постановки целей определенного уровня, т. е. уровня притязаний личности. Защитная функция самооценки может обеспечивать относительную стабильность и независимость личности, а также, если защитные механизмы психики очень сильно выражены (интеллектуализации, вытеснения, проекции и др.) может привести к развитию невротизации личности. Так невротическая личность может замечать за собой только положительную самооценку поведения и не принимать во внимание (вытеснять) негативные стороны личности [Хорни, 2005].

Исследование самооценки рассматривается в рамках четырех теоретических подходов: теоретической концепции У. Джеймса, теории символического интеракционизма, психодинамическом и гуманистическом направлении.

В выделенных теоретических подходах самооценка представляет собой глобальное самоуважение личности. Согласно У. Джеймсу, самоуважение проявляется как самодовольство и недовольство собой. Самоуважение определяется отношением действительных способностей, которые обеспечивают успех, к уровню притязаний. Психодинамическое направление рассматривает инстанцию Сверх-Я как процесс формирования самоуважения личности. Данный процесс включает в себя способность к критике самого себя – соотнесению собственных помыслов и поведения с родительскими предписаниями или усвоенной системой ценностей, обуславливая чувство вины или, наоборот, чувство самоуважения и гордости. Т.е. самоуважение есть результат идентификации с эго-идеалом. Интеракционистский подход рассматривает самооценку в процессе взаимодействия с другими людьми. Гуманистический подход уделяет большое значение уровню самооценки как критерию позитивного принятия себя – принятию своей сущности со всеми присущими ей изъянами и недостатками [Маслоу, 1991]. Позитивная, адекватная самооценка существует тогда, когда Я-структура хорошо организована, т. е. достаточно устойчива, и в то же время обладает гибкостью, когда нет большого разрыва между реальным и идеальным «Я» [Роджерс, 1994].

На исследование тревоги в психологии впервые обратил внимание З. Фрейд. Он назвал тревожность «тайной, решение которой должно пролить свет на всю нашу душевную жизнь» [Фрейд, 1925: 347]. Автор полагал, что разгадав загадку тревоги мы сделаем огромный шаг к проникновению в тайны разума-сознания, эго, личности, интеллекта, воображения, творчества, не говоря уже о боли,

страданиях, надежде и сожалении. «Постичь тревожность – значит, в определенном смысле, постичь человеческую натуру как таковую» [Стоссел, 2016: 30]. Тревожность определяется как эмоция, характеризующаяся чувством опасности и соматическими симптомами напряжения, в которой физическое лицо предвидит надвигающиеся опасности, катастрофы или несчастье. Тело часто мобилизует себя для удовлетворения предполагаемой угрозы: мышцы напрягаются, дыхание становится быстрее, и сердце бьется чаще. Тревожность отличается от переживания страха, как концептуально, так и физиологически, хотя два термина часто используются как синонимы. Тревожность считается ориентированной на будущее, пролонгированным ответом на диффузную, неясную угрозу, в то время как страх ориентирован на настоящую ситуацию и недолговечен, так как четко идентифицируется с конкретной угрозой [APA Dictionary of Psychology, 2015].

Различают ситуативную тревогу, характеризующую состояние субъекта в определенный момент, и тревожность как относительно устойчивое образование, личностное свойство [Спилбергер, 1976; Ханин, 1978].

Причины возникновения тревожности до сих пор точно не определены. По мнению одних авторов, повышенная тревожность является врожденным свойством нервной системы, которая присуща меланхоликам или холерикам. К. Хорни считала, что некий уровень «базальной тревожности» присущ каждому человеку, а за развитие тревожности в зрелом возрасте ответственно ближайшее социальное окружение ребёнка. Воспитание в родительской семье может развить уровень «базальной тревожности», если родители либо жестоко относятся к своему ребёнку, либо чрезмерно им восхищаются и эти чрезмерно высокие оценки не подтверждаются в социальной среде среди сверстников. Воспитание в родительской семье может отложиться на всю жизнь, и сформировать тревожный тип характера. Родители могут уменьшить «базальную тревожность» ребёнка, если они принимают ребёнка таким, каков он есть и создают благоприятные условия воспитания [Хорни, 2005]. В зрелом возрасте тревожность может возникнуть в кризисных, конфликтных ситуациях. Тревожность может возникать благодаря внутриличностным конфликтам в ситуации угрозы самооценки личности. На психологическом уровне причиной развития тревоги могут быть следствием внутреннего конфликта, связанного с неверным представлением о собственном образе «Я»; неадекватным уровнем притязаний; недостаточным обоснованием цели; предчувствием объективных трудностей; необходимостью выбора между различными образами действия.

На психофизиологическом уровне причинами развития тревожности являются болезни; действие на организм психофармакологических препаратов, провоцирующие возникновение неадекватной тревожности.

В целом причины возникновения тревожности связаны с особенностями строения и функционирования центральной нервной системы (ЦНС). Слабость нервной системы определяет повышенный уровень тревожности.

В данной статье рамки среднего возраста определены периодом от 30 до 40 лет. Данный возрастной диапазон начинается с «кризиса» 30 лет. Этот период Г. Шихи назвала попыткой «осознать свои тридцать». В это время нередко происходит осознание того, что выбор в двадцатые годы оказался неудачным и желание обвинить в этом «всех и вся». Часто возникает стремление «начать все сначала». Появляются серьезные намерения «создать семью, построить дом» [Шихи, 2007]. Происходит выработка индивидуальности, осознание нереальности юношеских мечтаний. Более конкретные представления о будущей жизни. Встреча с будущим супругом, брак, переход к «оседлости», специализация в выбранной профессии [Моргун, Ткачева, 1981].

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

В результате проведенного исследования была реализована проверка гипотезы исследования. Основой настоящей работы явился анализ результатов исследований зарубежных ученых Дж. Тан, П. Ло, Н. Ге

и С. Чу (Tan, Lo, Ge, N., & Chu, 2016); К. Пападопулос, Т. Параликас, М. Бароути и Е. Чронопоулоу (Papadopoulos, Paralikas, Barouti & Chronopoulou, 2014); Н. Хулме, С. Хирш и Л. Стопа (Hulme, Hirsch & Stora, 2012); М.К. Расмуссен и А.М. Пегион (Rasmussen & Pidgeon, 2011); Дж. Лонгвист, М. Веркасало, С. Мэкиннен и М. Хенриксон (Lonnqvist, Verkasalo, Makinen, & Henriksson, 2009); С.А. Ригс и Г. Хан (Riggs & Han, 2009).

Выдвинутая гипотеза о том, что существуют связь между тревожностью и самооценкой подтвердилась. Результаты исследования можно представить в виде схемы:

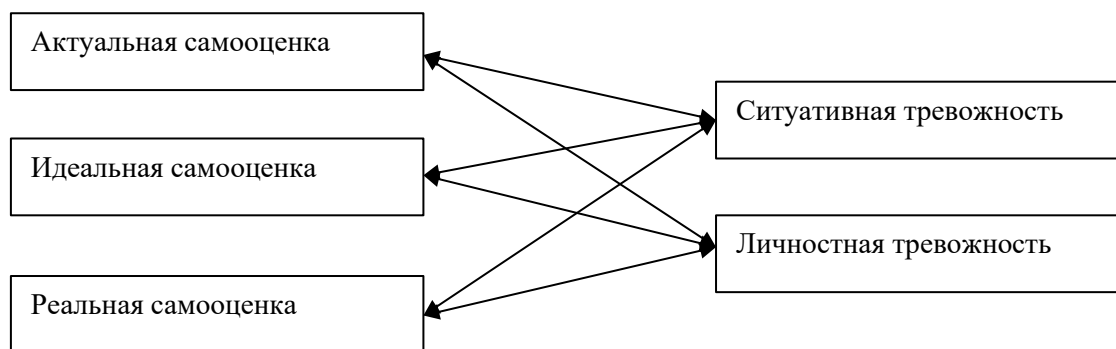


Рис. 1. Схема корреляционного анализа участников исследования.

В результате исследования выявлена отрицательная связь между ситуативной, личностной тревожностью и актуальной, идеальной и реальной самооценкой. Ситуативная тревожность имеет отрицательную связь с актуальной, идеальной самооценкой ума, актуальной, идеальной, реальной самооценкой характера, актуальной самооценкой счастья, актуальной, реальной самооценкой удовлетворенностью жизнью, актуальной самооценкой оптимизма. Личностная тревожность имеет отрицательную связь с актуальной, идеальной самооценкой ума, актуальной самооценкой характера, актуальной самооценкой оптимизма.

**Практическая значимость работы и рекомендации.** Результаты исследования показали, что существует связь между тревожностью и самооценкой. Коррекционная работа может быть направлена на повышение самооценки, снижение уровня тревожности и развитие саморегуляции у клиентов среднего возраста.

В работе психолога с тревожными клиентами рекомендуется использовать следующие методы: *«Переинтерпритация» симптомов тревожности.* Во многих случаях полезно информировать клиентов, объяснить им, что повышенный уровень тревожности указывает на готовность человека действовать, и их испытывают большинство людей перед значимыми ситуациями.

*«Настройка на определенное эмоциональное состояние».* Предлагается клиенту мысленно связать взволнованное, тревожное эмоциональное состояние с одной мелодией, цветом, пейзажем, каким либо характерным жестом; спокойное, расслабленное – с другим, а уверенное, «побеждающее» – с третьим. При сильном волнении сначала вспомнить первое, затем второе, затем переходить к третьему, повторяя последнее несколько раз.

*«Приятное воспоминание».* Предлагается клиенту представить себе ситуацию, в которой он испытывал полный покой, расслабление, и как можно ярче, стараясь вспомнить все ощущения, представлять эту ситуацию.

*«Контроль голоса и жестов».* Объясняется клиенту, как по голосу и жестам можно определить эмоциональное состояние человека. Информировается о том, что уверенный голос и спокойные жесты могут иметь обратное влияние – успокаивать, придавать уверенность. Указывают на необходимость тренировки перед зеркалом и «зрителями».



Психологу рекомендуется обучение клиентов следующим навыкам саморегуляции: «дыхание», «мысленная тренировка», «доведение до абсурда», «переформулировка задачи» и другие.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. APA Dictionary of Psychology (2015). Washington, DC: American Psychological Association, 0XVI, 1204.
2. Baumeister, R.F. (1993). *Self-esteem: The Puzzle of low self-regard*. N.Y. London.
3. Foster, J.D., Kernis, M.H., Goldman, B.M. (2007). Linking Adult Attachment to Self-Esteem Stability. *Self and Identity*, 6: 64 – 73.
4. Hulme, N., Hirsch, C., & Stopa, L. (2012). Images of the Self and Self-Esteem: Do Positive Self-Images Improve Self-Esteem in Social Anxiety? *Cognitive Behaviour Therapy*. Vol 41, No 2, pp. 163–173. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3898634/>
5. Kernis, M.H., Grannemann, B.D., & Barclay, L.C. (1992). Stability of Self-Esteem: assessment, correlates, and excuse making. *Journal of Personality*. 1992. V. 60. P. 621–644.
6. Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1993). The Interaction Anxiousness Scale: Construct and criterionrelated validity. *Journal of Personality Assessment*, 61, 136–146.
7. Lonqvist, J., Verkasalo, M., Makinen, S. & Henriksson, M. (2009). High Neuroticism at Age 20 Predicts History of Mental Disorders and Low Self-Esteem at Age 35. *Journal of Clinical Psychology*, Vol. 65(7), 781—790.
8. Matsumoto, D. (2009). *The Cambridge dictionary of psychology*. Cambridge University Press. 9. Published in the United States of America by Cambridge University Press, New York 589.
9. Mead G.H., (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago, 1934.
10. Papadopoulos, K., Paralikas, T., Barouti, M., & Chronopoulou, E. (2014). Self-esteem, Locus of Control and Various Aspects of Psychopathology of Adults with Visual Impairments. *International Journal of Disability, Development and Education*, Vol. 61, No. 4, 403–415.
11. Rasmussen, M.K. & Pidgeon, A.M. (2011). The direct and indirect benefits of dispositional mindfulness on self-esteem and social anxiety. *Anxiety, Stress, & Coping*. Vol. 24, No. 2, March 2011, 227-233.
12. Riggs, S.A., Han, G. (2009). *Predictors of Anxiety and Depression in Emerging Adulthood*. *J Adult Dev* (2009) 16:39–52.
13. Robins, R.W., Trzesniewski, K. H., Tracy, J.L., Gosling, S.D., & Potter, J., (2002). Global SelfEsteem. Across the Life Span. *Psychology and Aging*. 2002. Vol. 17, № 3. 423–434.
14. Rosenberg, M. (1972). *Self-Esteem Scale. Measures of Social Psychological Attitudes* Ed. Robinson J.P., Shaver P.R. Ann Arbor: *Institute for Social Research*, 1972. P. 98-101.
15. Sedikides, K., & Gregg, A. (2002). *Portraits of self. Sage handbook of social psychology*. London: Sage Publications, P. 110–138.
16. Tan, J., Lo, P., Ge, N., & Chu, C. (2016). Self-esteem mediates the Relationship between mindfulness and social anxiety among Chinese undergraduate students. *Social behavior and personality*, 2016, 44(8), 1297–1304.
17. Бороздина, Л. В. (1992). Что такое самооценка? *Психологический журнал*. – 1992. - № 4. – С. 33. - 38., 99-100.
18. Джеймс, У. (2000). *Психология*. М.: Педагогика, 368.
19. Капрара, Дж, & Сервон, Д. (2003). *Психология личности*. СПб.: Питер, 288 с.
20. Мещеряков, Б.Г., & Зинченко, В.П. (2003). *Большой психологический словарь*. СПб: прайм-ЕВРОзнак. 672.
21. Молчанова, О.Н. (2010). *Самооценка. Теоретические проблемы и эмпирические исследования*. М: Флинта, 392.

22. Полетти, Р., Доббс, Б. (2008). *Самоуважение. Основное благо*. М: Изд. Мещерякова, 128.
23. Роджерс, К. (1994). *Взгляд на психотерапию. Становление человека*. М: Прогресс, 480.
24. Собчик, Л.Н. (2003). *Стандартизированный многофакторный метод исследования личности*. СПб: Речь, 219.
25. Стоссел, С. (2016). *Век тревожности. Страхи, надежды, невроты и поиски душевного покоя*. М.: Альпина нон-фикшн, 464.
26. Пряжников, Н.С., Пряжникова, Е.Ю. (2009). *Психология труда*. М.: Издательский центр «Академия», 480.
27. Фугелова, Т. А., (2008). *Практикум по инженерной психологии*. Тюмень: ТюмГНГУ, 104.
28. Хорни, К. (2005). *Собрание сочинений*. В 3 т. Т. 3. *Наши внутренние конфликты; Невроз и 33. развитие личности*. М: «Смысл», 696.
29. Шихи, Г. (2007). *Возрастные кризисы*. СПб, Речь. 560.
30. Яньшин, П. В., (2004). Исследование самооценки по Дембо-Рубинштейн с элементами клинической беседы. *Практикум по клинической психологии. Методы исследования личности*. СПб. 336.

Интернет – ресурсы:

31. Branden, N. (1994). What Self-Esteem Is and Is Not. <http://www.self-esteem-international.org/isnot.htm>.
32. Каплан, Г.И. (1994) Клиническая психиатрия. Уровни тревожности. <http://azps.ru/hrest/36/1255149.html>.
33. Плотка, И., Блюменау, Н., Игонин, Д., Симане, Л. (2012). ИмPLICITные методы изучения социальных установок используются как исследовательский инструментарий в магистерских и докторских работах. [http://fdo.mgppu.ru/\\_site\\_fdomgppu/conference/2013/presentation/PlotkaI.pdf](http://fdo.mgppu.ru/_site_fdomgppu/conference/2013/presentation/PlotkaI.pdf)
34. [www.bsa.edu.lv](http://www.bsa.edu.lv)
35. <http://search.ebscohost.com>

# ИССЛЕДОВАНИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ И ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ В ЛАТВИЙСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Остапенко Карина

магистр психологии, докторант

Даугавпилский университет

[ashk@inbox.lv](mailto:ashk@inbox.lv)

Научный руководитель: доктор психологии, профессор Плотка Ирина Даниловна

## АННОТАЦИЯ

Доклад посвящен описанию исследований этнической и гражданской идентичностей, проведенных и проводимых в Латвийской республике. Трансмиссия аккультурационных ценностей понимается автором как процесс передачи и трансформации представлений гражданской и этнической идентичности и реализация той или иной стратегии аккультурации представителями разных поколений. Описаны результаты проведенных исследований.

### Ключевые слова:

трансмиссия ценностей, этническая идентичность, гражданская идентичность, аккультурационная стратегия.

## ANOTĀCIJA

Ziņojums veltīts Latvijas Republikas etniskās un pilsoniskās identitātes pētījumu aprakstam. Akkulturācijas vērtību transmisija tiek saprasta kā pilsoniskās un etniskās identitātes pārraides un transformācijas process un tās vai citas akkulturācijas stratēģijas realizācija dažādu paaudžu pārstāvjiem. Aprakstīti veikto pētījumu rezultāti.

**Atslēgvārdi:** vērtību transmisija, etniskā identitāte, pilsoniskā identitāte, akkulturālā stratēģija.

## ABSTRACT

The report is devoted to the description of ethnic and civil identity studies conducted and conducted in the Republic of Latvia. Transmission of acculturation values is understood by the author as a process of transfer and transformation of ideas of civil and ethnic identity and implementation of this or that strategy of acculturation by representatives of different generations. The results of the research are described.

**Keyword:** transmission of values, ethnic identity, civic identity, acculturation strategy.

## ВВЕДЕНИЕ

Гражданская и этническая идентичность всегда считались отражением изменений в обществе. Гражданская идентичность – «барометр» консолидации общества, солидарности общественных сил, определенное условие целостности государства. Жители Латвии всегда считали себя гражданами не только СССР, но и своей союзной республики. Однако, как показывают события последних лет, для населения Латвии весьма значима и этническая идентичность. Исследование психических механизмов взаимодействия этнической и гражданской идентичности, их социально приемлемый баланс представляется весьма актуально для совершенствования национальной политики.

Формирование гражданской и этнической идентичности детерминирует миграционное поведение граждан. Представляется весьма вероятным, что миграционная политика Евросоюза, план

которой представил 13 мая 2015 года председатель Еврокомиссии Жан-Клод Юнкер, приведет Латвию как членов ЕС, к необходимости принимать беженцев из стран третьего мира, ментальность которых существенно отличается от ментальности этносов, традиционно населяющих эти страны. Как показала пока еще непродолжительная практика приема Латвией беженцев, исследования формирования гражданской идентичности, выбора аккультурационной стратегии и трансмиссии ценностей у новых жителей республики являются весьма актуальными.

## ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Принято считать, что интеграция как включение в культуру большого общества наряду с сохранением собственной.- это наиболее эффективный способ межкультурного взаимодействия, в котором члены этнических групп полностью справляются с трудностями принятия другого образа жизни, другой «картины мира» и даже находят положительные моменты в такой разности и подобном взаимном существовании. (Лебедева 1999, 2003). Этническая толерантность способствует пониманию и принятию другой культуры, т.к. основывается на уважении к иной культуре (ее позитивном образе) при сохранении позитивного восприятия собственной культуры.

Социальная идентичность и, в частности, такие ее составляющие как гражданская и этническая идентичность лежат в основе межличностных взаимоотношений в поликультурных сообществах, к которым, бесспорно, относится и латвийское общество. Это особенно актуально применительно к самой многочисленной общине Латвии – русской, вносящей на протяжении многих столетий существенный вклад в развитие экономики, науки и культуры латвийского общества.

Актуальности данной проблематики подтверждает и факт финансирования и проведения исследования «Мотивация к этнокультурной преемственности и стратегии аккультурации в двух поколениях русских в Латвии», проводимого в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ «Высшая школа экономики» силами ученых России и Латвии (руководитель латвийской исследовательской группы проф. Плотка И.Д.).

Представляется, что рост экономического благосостояния и социального обеспечения населения Латвийской республики при выгодном географическом положении, низкой плотности населения, умеренном климате, высоком уровне бытовой культуры и членстве в Европейском союзе с необходимостью приведет к существенному увеличению объемов и темпов иммиграционных процессов в Латвию в обозримом будущем. Следовательно, процессы иммиграции будут, по-прежнему, уступать процессам эмиграции, то механизмы этнической и гражданской идентичности и аккультурационных стратегий, имеющие общий и универсальный характер, также сохранят свою социальную значимость, а их исследование не станет менее актуальным.

К настоящему времени в мировой научной литературе имеется достаточно большое число публикаций по проблемам социальной идентичности и аккультурации в недоминирующих группах (Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986); Aron, A., Aron, E. N. & Smollan, D. (1992); Mishra R.C., Sinha D. & Berry J.W. E (1996); Berry J.W. Phinney J.S., Sam D.L. & Vedder P. (2006); Pisarenko, O. (2006); Лебедева Н.М. и Татарко А.Н. (2009); Barni, D. (2009); Plotka I. (2010); Vambulyaka, M., Plotka, I., Blumenau, N., Igonin, D., Ozola, E. (2012); Кожанов И. В. (2013); Рябиченко Т. А. (2014); Smeekes, A. & Verkuyten, M. (2014); Plotka, I., Ostapenko K. (2014); Остапенко, К.Д., Плотка И.Д. (2015); Ostapenko K.D.(2015); Lebedeva, N. , Tatarko, A., & Plotka, I. (2015); Рябченко Т.А., Лебедева Н.М., Плотка И.Д. (2015); Остапенко, К.Д. (2016). Остапенко, К.Д. (2019); Ostapenko K.D. (2019) и др.

В последние десятилетия миграционные процессы, а следовательно, и проблемы социальной идентификации и аккультурации стали особенно масштабными и социально значимыми в странах Западной Европы. В большинстве исследований, проведенных западными психологами, интеграция оказалась самой предпочтительной, а маргинализация – наименее желательной стратегией. Однако, в других исследованиях, проведенных в Германии и в Канаде применительно к турецким диаспорам,

имеющим низкий социально-экономический статус, было выявлено предпочтение стратегии сепарации другим стратегиям аккультурации (Piontkowski et al., 2000, Ataca & Berry, 2002). В большинстве случаев стратегия интеграции оказывается наиболее предпочтительной (Mishra, Sinha & Berry, 1996). Недавние исследования (Berry, Phinney, Sam & Vedder, 2006) молодых иммигрантов в тринадцати странах мира показали, что четыре типа аккультурационных установок соответствуют определенным типам поведения в процессе аккультурации, типам формирования культурной идентичности и уровням владения языком. Исследования последнего времени показали, что наибольшую дискриминацию испытывают на себе индивиды, избравшие стратегии сепарации и маргинализации (Berry, Phinney, Sam & Vedder, 2006). Трансмиссия ценностей исследована как интерактивный процесс, предполагающий, что родители и дети выступают в качестве как субъектов, так и объектов процесса социализации (Kuczynski, Navara, 2006; Roest et al., 2009). Д. Барни установила, что, по мнению подростков, родители стремятся поддерживать в них в первую очередь консервативные ценности, в то время как они более открыты новому опыту и вызовам, поэтому подростки отказываются принимать ценности блока *Сохранение* (Barni, 2009). Ценностный разрыв между поколениями, и гетерогенность в ценностных ориентациях жителей городов и сел изучались такими исследователями как А. Fuligni, У. Zhang (Fuligni, Zhang, 2004) и С. Swader (Swader, 2013).

Латвийскими психологами также был проведен ряд исследований этнических ценностей, их трансмиссии и выбору аккультурационных стратегий: Рябченко Т.А., Плотка И.Д. Мотивация к этнокультурной преемственности и стратегии аккультурации в двух поколениях русских в Латвии, 2014; Рябченко Т. А. Ценности как предикторы аккультурационных предпочтений русской молодежи Литвы, 2014; Остапенко К.Д. Исследование связи этнической идентичности и аккультурационных стратегий, 2015; Остапенко К.Д. Исследование личностных ценностей, 2018; Остапенко К.Д. Эмпирическое исследование выбора аккультурационных стратегий, 2019. Следует отметить, что перечисленные исследования были осуществлены на основе разработанной латвийскими исследователями имплицитной методологии (Plotka, 2010; Bambulyaka, M., Plotka, I., Blumenau, N., Igonin, D., Ozola, E., & Shimane, L. 2012).

В 2014-17 годах коллективом преподавателей и магистрантов Балтийской Международной академии проведено два смежных исследования: «Трансмиссия ценностей в трех поколениях латышских семей» и «Этническая и гражданская идентичность и выбор стратегий аккультурации русскими Латвии в трех поколениях». Исследование «Трансмиссия ценностей в трех поколениях латышских сепоказало, что у старшего поколение (матери и бабушки) преобладают социальные ценности, а у младшего поколения – индивидуальные. Для молодых людей являются важными такие ценности, как самореализация, открытость к изменениям, что говорит о личностной направленности (I.Plotka, N. Blumenau, G.Šaše, 2014). Объектом исследования «Этническая и гражданская идентичность и выбор стратегий аккультурации русскими Латвии в трех поколениях» явились 336 респондентов, проживающих в Риге (82 семьи) и Лиепе (30 семей). Выборка в себя включает представителей трех поколений: 1) ученики старших классов - девушки и юноши в возрасте 16-20 лет (младшее поколение); 2) их матери 40-50 лет (среднее поколение); 3) их бабушки по материнской линии- 60-75 лет (старшее поколение). Целями данного исследования явились: 1) количественная оценка выраженности и позитивности этнической и гражданской идентичности; 2) выявление, описание и количественная оценка преобладающих аккультурационных стратегий русских Латвии; 3) исследование взаимосвязи процессов формирования этнической и гражданской идентичности и аккультурационных процессов.

В результате проведения этих двух смежных исследований было установлено: 1) существует связь между этнической и гражданской идентичностью и аккультурационными стратегиями у русских в Латвии в трех поколениях; 2) выраженность гражданской идентичности и позитивность этнической идентичности в наибольшей мере способствует полноценной интеграции; 3) позитивность этнической идентичности способствует установкам на интеграцию и препятствует установкам на их ассимиляцию

и маргинализацию, а выраженность гражданской идентичности позитивно связана с установками на интеграцию и негативно – с установками на сепарацию и ассимиляцию; 4) позитивность этнической идентичности позитивно связана с удовлетворенностью собой и с социокультурной дезадаптацией, а выраженность гражданской идентичности негативно связана с удовлетворенностью жизнью и социокультурной дезадаптацией; 5) позитивность гражданской идентичности положительно связана с установками на ассимиляцию (Плотика И.Д., Остапенко К.Д., 2015; Ostapenko K., 2014; Остапенко К.Д., 2016).

## ВЫВОДЫ

Результаты проведенных в Латвийской республике исследований трансмиссии аккультурационных ценностей актуальны, т.е. социально значимы для: 1) более полного понимания закономерностей этнической и гражданской идентификации национальных общин Латвии и 2) повышения эффективности их аккультурации.

В современной Латвии социально-психологические проблемы этнических миграций и аккультурации разработаны недостаточно несмотря на то, что потребность в продуманной, научно-обоснованной государственно миграционной политике чрезвычайно велика, и нужда в них чувствуется с каждым годом все острее.

В настоящее время продолжают исследования процессов трансмиссии ценностей национальных меньшинств Латвии посредством формирования этнической и гражданской идентичности и выбора стратегий аккультурации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aron, A., Aron, E. N. & Smollan, D. (1992). Inclusion of other in the self scale and the structure of interpersonal closeness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 596–612.
2. Barni, D. (2009). *Trasmettere valori. Tre generazioni familiari a confronto*. Transmitting values. A comparison between three family generations//. Milano: Unicopli.
3. Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1173–1182.
4. Bambulyaka, M., Plotka, I., Blumenau, N., Igonin, D., Ozola, E., & Shimane, L. (2012). The Measurement Of Latvian And Russian Ethnic Attitudes, Using Evaluative Priming Task And Self-Report Methods. *World Academy of Science, Engineering and Technology* 71 (87). 497-508.
5. Berry J.W. Phinney J.S., Sam D.L. & Vedder P. (2006a). *Immigrant youth in cultural transition: Acculturation, identity and adaptation across national contexts*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
6. Mishra R.C., Sinha D. & Berry J.W. Ecology (1996). *Acculturation and psychological adaptation among Adivasi in India*. – Delhi: Sage Publications.
7. Ostapenko K.D.(2015) A Stude of Correlation between the Ethnic identity and Acculturation strategies of the Russians in Latvia across three generations // The materials of the International Scientific Conference «Social Sciences for Regional Development 2015». Daugavpils Universitates, 2016. p. 47-60. ISBN 978-9984-14-782-6. ISSN 2255-8853.
8. Ostapenko K.D. (2019) An empirical study on choice of acculturation strategies by Russian ethnic minority representatives of Latvia \\ Social Sciences for Regional Development 2019». Daugavpils Universitates, 2019. p. 33-34. ISBN 978-9984-14-885-4.
9. Pisarenko, O. (2006) 'The Acculturation Modes of Russian Speaking Adolescents in Latvia: Perceived Discrimination and Knowledge of the Latvian Language', *Europe-Asia Studies*, 58, (5). 751–73

10. Smeekes, A. & Verkuyten, M. (2014) When national culture is disrupted: cultural continuity and resistance to Muslim immigrants. *Group Processes and Intergroup Relations*. 17(1), 45-66.
11. Plotka, I., Ostapenko K. (2014). Values transmission and social attitudes in Russian and Latvian families in three generations. V International scientific and practical student conference "Scientific and professional identity of a student". Riga.
12. Plotka, I. (2010). Jauniešu etniskā identitāte un sociālā adaptācija dažādās kultūrvidēs. *Latvijas Universitātes raksti*, 747, 154-169.
13. Кожанов, И. В. (2013). Мигранты и принимающее общество: культурный аспект межэтнических отношений в городской среде. *Политика*, 1
14. Лебедева, Н.М., & Татарко, А.Н. (2009). Стратегии межкультурного взаимодействия мигрантов и населения России: *Сборник научных статей* М.: РУДН.
15. Лебедева, Н.М. (1999). *Введение в этническую и кросс-культурную психологию*. М.: Смысл
16. Остапенко, К.Д. (2016). Концепция этнической и гражданской идентичности. *Проблемы и перспективы современной науки. Сборник статей*. М.: ISI-journal, 192-195.

# ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ОТНОШЕНИЯХ С РОДИТЕЛЯМИ У ПОДРОСТКОВ РАЗНОГО ПОЛА

**Галина Сокотущенко**

Латвия, Балтийская Международная Академия,  
профессиональная магистерская программа «Психология»

e-mail: bezborodko@live.com

научный руководитель:

профессор, доктор психологических наук Ирина Плотка,

e-mail: [irinaplotka@inbox.lv](mailto:irinaplotka@inbox.lv)

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования – детско-родительские отношения.

Цель исследования – выявить различия в представлениях об отношениях с родителями у подростков разного пола.

Метод проведения работы: сравнение представлений об отношениях с родителями девочек и мальчиков.

Методология исследования. Участники исследования: в исследовании приняли участие 80 подростков (40 мальчиков и 40 девочек) в возрасте 13-14 лет, проживающие в городе Таллинн.

Методика «подростки о родителях». Опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним»,

проективная методика “Рисунок семьи”.

Результаты: проведённый анализ психолого – педагогической литературы по проблеме материнства и отцовства в психологии позволил выявить особенности материнства и отцовства как психологических феноменов, а также определить влияние матери и отца на развитие и воспитание ребенка. Проведенное исследование выявило сходство и различия в представлениях об отношениях с родителями у подростков разного пола. Практическая значимость работы состоит в том, что материалы данного исследования могут быть использованы в работе психолога с подростками и их родителями с целью оптимизации детско-родительских отношений.

**Ключевые слова:** материнство, отцовство, детско-родительские отношения, подросток, позитивный интерес, директивность, автономность, враждебность, непоследовательность, конфликтность.

## ABSTRACT

Object of research: the relationship between parents and their children.

Aim of work: to identify the differences in perception of the relationship with parents among the teenagers of different gender.

Method of the research: the comparison of teenage boys' and girls' perceptions concerning the relationship with parents.

In the framework of the research the analysis of psycho-pedagogical literature concerning the problems related to the psychological essence of mother- and fatherhood are performed. It is aimed to identify the influence of mothers and fathers on the development and education of children. The findings of the research reveal some similarities and differences in the teenagers' perceptions of the relationship with parents depending on gender factor. The practical implication of current paper is supported by the fact that the research



results can be implemented in any psychological work with teenagers and their parents in order to optimize their relationship with each other.

**Keywords:** motherhood, fatherhood, children-parents relationship, teenager, positive interest, directivity, autonomy, hostility, incoherence, conflict.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

В настоящее время проблемы семьи, вопросы семейного воспитания, влияния семьи на развитие личности ребенка становятся все более актуальными. Существует большое количество исследований роли матери, влияния материнства на развитие личности женщины и ребенка. Роль отца в развитии ребенка, его воспитании и социализации изучена недостаточно, хотя этот вопрос актуален и практически значим при подготовке в области семейной психологии, а также при составлении программ психологического сопровождения семьи.

Как материнство, так и отцовство являются составляющими такого феномена как родительство. Так как эти два понятия разделены, следовательно, необходимы исследования чтобы разобраться, в их различии. В литературе уделяется недостаточно внимания проблеме отношения и оценке родителей самими детьми. Без этого невозможно изменить подчас утрированно негативное отношение подростка к родителям - отцу или матери, трудно его скорректировать, приблизить членов родительской семьи к гармонизации внутрисемейных отношений. Следствиями ускоренного темпа современной жизни часто являются родительская неподготовленность, непонимание особенностей переходного возраста, неготовность принять происходящие изменения, научиться правильно на них реагировать и помочь тем самым подростку пережить этот и для него тоже нелёгкий период. В литературе уделяется недостаточно внимания проблеме отношения и оценке родителей самими детьми. Без этого невозможно изменить подчас утрированно негативное отношение подростка к родителям - отцу или матери, трудно его скорректировать, приблизить членов родительской семьи к гармонизации внутрисемейных отношений.

Семейные условия, включая социальное положение, род занятий, материальное обеспечение и уровень образования родителей, в большой мере определяют жизненный путь ребенка. Помимо сознательного, полноценного и целенаправленного воспитания, которое дают ему родители, на ребенка воздействует вся внутрисемейная атмосфера, причем эффект этого воздействия с возрастом накапливается, преломляясь в структуре личности. Таким образом, участие обоих родителей в воспитании ребенка, при условии четкого различения родительских ролей, оказывает положительное влияние на развитие детей, однако отец должен выполнять свою функцию, а не выступать в роли заместителя матери.

В подростковом возрасте происходит перестройка в самосознании, интересах, деятельности, нравственных позициях ребёнка. Происходят изменения и во взаимоотношениях подростка со взрослыми. Подросток стремится освободиться от опеки родителей, возникает потребность проявлять самостоятельность, независимость. Недостаток внимания со стороны родителей, неготовность пойти навстречу подростку нередко становится причиной серьёзного эмоционального кризиса и препятствием для становления его "Я". Исторически сложилось, что отцы и матери выполняли в семье разные функции, соответственно отцовское воспитание отличалось от материнского. Традиционно отец являлся главой семьи, что не могло не наложить свой отпечаток на его взаимоотношения с детьми. Именно непререкаемый авторитет отца в семье был главной силой, самым действенным средством мужского воспитания.

Мать являлась хранительницей домашнего очага и эмоциональным ядром семьи, передавала и прививала своим детям те качества, которые поэт Н. Заболоцкий прекрасно назвал «грацией души». Дети, находясь в отчем доме и под материнским кровом в одинаковой степени вбирали в себя то доброе и светлое, что старались им дать отец и мать. Своеобразный синтез материнского и отцовского

воспитания был (и остается) важнейшим условием нормального развития в семье. Как не существует полноценного дома без отца или матери, так не может быть сформирована полноценная личность ребенка без гармоничного сочетания мужского и женского воспитания в семье. (Абрамов Г.С.[1]).

Для нормального развития человека любого возраста необходимы постоянные, строящиеся на положительной эмоциональной основе, открытые и доверительные взаимоотношения с окружающими людьми. Для детей это - взаимоотношения с родителями, учителями, сверстниками. И тем более только с их помощью подросток может успешно решить сложные внутренние проблемы, волнующие его во время кризиса подросткового возраста, переживаемый в период от 13 до 15 лет, - один из самых болезненных и острых. Именно в это время происходит процесс становления социального «Я» - социализация. Она охватывает все формы приобщения индивида к культуре, обучения и воспитания, с помощью которых индивид приобретает социальную природу. Одним из основных звеньев социализации детей и подростков является семья, хотя и отмечается некоторое падение ее воспитательной роли в связи с происходящими в семье коренными изменениями.

Таким образом, окружающая социальная микросреда, психологический климат в семье, условия воспитания, взаимоотношения с родителями и личность самих родителей в обязательном порядке отражаются на ребенке и, в первую очередь, на особенностях его характера. Если семейная атмосфера неблагоприятна для психического развития ребенка, то вполне вероятно, что и сформированные черты его личности тоже будут патологичны.

Становление личности подростка процесс сложный и неоднозначный: наряду с педагогическим воздействием происходит процесс самовоспитания. Поэтому, строя взаимоотношения с подростками, чрезвычайно важно знать и учитывать, образцы и ценности, на которые они ориентируются, что для них является важным и значимым. Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена потребностями психологической практики. Психологам-консультантам часто приходится сталкиваться с нарушениями в сфере детско-родительского эмоционального взаимодействия, что не может ни сказываться на ребенке. Позитивное отношение является важнейшим условием гармоничного развития ребенка (А.Я.Варга, О.А.Карabanова, Э.Г.Эйдемиллер, Е.И.Захарcва, Е.О.Смирнова). Благоприятным для его развития является отношение безусловного принятия.

Цель исследования – выявить различия в представлениях об отношениях с родителями у подростков разного пола.

Объект исследования – детско-родительские отношения.

Предмет исследования – представления об отношениях с отцом и матерью у подростков разного пола.

Задачи исследования:

1. Определить структуру и теоретические подходы в исследовании феноменов отцовства и материнства.
2. Установить специфику влияния матери и отца на развитие подростков.
3. Определить особенности представлений подростков разного пола об отношениях с отцом.
4. Выявить особенности представлений подростков разного пола об отношениях с матерью.

**Гипотеза:** Подростки разного пола имеют различные представления об отношениях с отцом и матерью. Предполагается, что существуют половые различия в представлениях об отношениях с родителями у подростков по показателям позитивный интерес, директивность, враждебность, автономность и непоследовательность.

Методология и методика исследования: методологическую основу исследования составили концепции материнства (Г.Г. Филиппова) и отцовства (Ю.В. Борисенко), раскрывающие структуру данных психологических феноменов.

В работе использовались методика ADOR (подростки о родителях), проективная методика “Рисунок семьи”. Статистические методы: t-критерий Стьюдента, U-критерий Манна — Уитни.

Достоверность и обоснованность полученных результатов и сделанных на их основе выводов обеспечивались исходными теоретико-методологическими позициями, использованием методик, адекватных предмету, целям и гипотезе исследования, корректным применением методов статистической обработки данных, проведением содержательного анализа результатов.

Научная новизна и практическая значимость полученных результатов. Научная новизна выражается в том, что проведенные ранее исследования изучили феномен материнства и отцовства отдельно, и в основном с позиции родителя, а не с позиции подростка.

Практическая значимость работы состоит в том, что материалы данного исследования могут быть использованы в работе психолога с подростками и их родителями с целью оптимизации детско-родительских отношений.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

**Участники исследования.** Выборку составили 80 подростков (40 мальчиков и 40 девочек) в возрасте 13-14 лет.

Для проведения исследования мы использовали следующие методики:

1) Методика «подростки о родителях». Опросник «Поведение родителей и отношение подростков к ним» изучает установки, поведение и методы воспитания родителей так, как видят их дети в подростковом возрасте, позволяет описать отношения с родителем по наиболее общим проявлениям: доброжелательность, враждебность, автономия, директивность и непоследовательность родителя (Приложение А) [19].

Эта методика базируется на положении Шафера о том, что воспитательное воздействие родителей (так, как это описывают дети) можно охарактеризовать при помощи трех факторных переменных: принятие-эмоциональное отвержение; психологический контроль-психологическая автономия; скрытый контроль-открытый контроль.

Анализ результатов опросника ADOR позволяет описать отношения с родителем по наиболее общим проявлениям: доброжелательность, враждебность, автономия, директивность и непоследовательность родителя.

Для исследования представлений о межличностных отношениях в семье использовалась проективная методика «Рисунок семьи» [34].

**Процедура исследования.** Подростку предлагается лист бумаги, карандаш. Ставится условие: необходимо нарисовать свою семью так как он хочет. Формативными особенностями считается качество изображения: тщательность прорисовки или небрежность в рисовании отдельных членов семьи, положение объектов на листе, заштрихованность, размеры, стирание.

Содержательными характеристиками рисунка являются: взаимное расположение членов семьи по отношению друг к другу и к ребенку, присутствие или отсутствие членов семьи и самого подростка, а также соотношение людей и вещей на рисунке.

### **Результаты**

Таким образом, характерные различия в оценках воспитательной практики матерей и отцов девочками-подростками выглядят следующим образом. При позитивном интересе и психологическом принятии у матерей, в отличие от отцов, на первый план выступают доверие и подчиняемость. У отцов же доминируют уверенность в себе и отсутствие жесткости, авторитарности в отношениях с дочерью, что исключает воспитание посредством силового давления. Директивность матерей основана исключительно на амбициозных претензиях к власти и жесткому контролю над поведением дочери, а директивность отцов наряду с этим выражается еще и в зависимости от мнения окружающих и самовлюбленности. При враждебности, эмоциональном отвержении у матерей выявляются упрямый

конформизм и слабовольная зависимость от мнения окружающих, что выходит, в отличие от характеристик отца, на ведущие позиции. У отцов же при враждебной воспитательной практике по отношению к дочери-подростку на первый план выступают жестокость и самоутверждение властью и силой. Автономность со стороны матерей отличается отсутствием добрых человеческих отношений и отгороженностью от проблем и интересов дочери, а у отца автономность выражается в его безоговорочном лидерстве в семье и в недоступности общения с ним для дочери. При непоследовательной воспитательной практике в контексте противоречивости проявлений характеристики отцов и матерей представляются одинаковыми. Различие лишь в таких тенденциях, как самодовлеющее самоутверждение с враждебной непримиримостью у отцов и подчиненностью и недоверием – у матерей.

При сравнении представлений матерей и отцов мальчиками-подростками выявляются следующие характерные различия. При психологическом принятии родителями сына у отцов по сравнению с матерями доминирует отсутствие тенденции к лидерству, поскольку они стремятся достичь расположения и почитания их авторитета, не прибегая к силе, в отличие от матерей, которые в исключительных случаях позволяют себе авторитаризм в межличностных отношениях «ради блага» ребенка. В то же время, у матерей в качестве позитивного интереса мальчики отмечают критический подход к ним и сверхопеку, тогда как у отцов более выражены независимость и твердость позиций. По шкале директивности у матерей по сравнению с отцами на первый план выступает тенденция к покровительству, поскольку матери более склонны воздействовать на детей индуктивной техникой. Также матери готовы пойти на компромисс ради достижения своей цели, тогда как отцы предпочитают авторитет силы. Враждебность матерей отличается от соответствующей характеристики отцов тем, что у матерей она проявляется в результате борьбы за свою независимость, а у отцов это скорее тенденция к конформности по отношению к окружающим. Автономность матерей и отцов основана на деспотической «слепой» власти, не терпящей потворствования, однако у матерей замечен акцент на отсутствии требований-запретов в отношении подростков, а у отцов – отгороженность. И у тех и у других отсутствует даже тенденция к покровительству, хотя отцы могут в виде исключения оторваться от дел и внять просьбам подростка. Непоследовательность же в проведении линии воспитания у обоих родителей одинаково оценивается подростками как тенденция к экстремально-противоречивым формам поведения с максимальной амплитудой выражения. Причем у матерей противоположностью силе и недоверию является уступчивость и гиперпроективность, а у отцов – доверчивость и конформизм.

На основании интерпретации теста «Рисунок семьи» выявили наличие враждебности и конфликтности в семейных отношениях.

Таблица 2.1 – Наличие враждебности и конфликтности в семейной ситуации

|          | Враждебность |      | Конфликтность |      |
|----------|--------------|------|---------------|------|
|          | мать         | отец | мать          | отец |
| Девочки  | 26%          | 33%  | 24%           | 28%  |
| Мальчики | 40%          | 45%  | 27%           | 34%  |

Таким образом, было доказано, что существуют различия в представлениях об отношениях с родителями у подростков разного пола.

В ходе анализа был выбран к t-критерий Стьюдента, U-критерий Манна — Уитни (Приложение Г).

Проведенные исследования позволили провести статистический сравнительный анализ представлений взаимоотношений с матерью и отцом у подростков разного пола.

Анализ показал следующие результаты:

- по критерию непоследовательность выявлены достоверные различия в оценке отца между мальчиками ( $t=2,075$ ) и девочками ( $t=2,053$ );

- по критериям автономность выявлены достоверные различия в оценке и матери ( $p < 0,001$ ) и отца ( $p < 0,05$ ).

Таким образом, можно сделать вывод, что у испытуемых достоверные различия присутствуют по двум шкалам – между автономностью отца и матери в оценке девочками и мальчиками и непоследовательностью в оценке отца между мальчиками и девочками.

Установлено, что девочки видят свои отношения с матерью как директивные (32.5%), враждебные (30%), непоследовательные (25%), с позитивным интересом (25%) и автономные (7.5%). Выявлено, что мальчики представляют свои отношения с матерью как автономные (42.5%), враждебные (30%), директивные (25%), непоследовательные (20%) и с выраженным позитивным интересом (17.5%). Таким образом, автономность матери девочки ставят на последнее место, а мальчики на первое.

Отношения с отцом девочки видят, как директивные (45%), враждебные (22.5%), автономные (22.5%), с позитивным интересом (22.5%) и непоследовательные (20%). Отношения с отцом мальчики представляют как автономные (42.5%), враждебные (25%), непоследовательные (25%), с позитивным интересом (25%), директивные (22.5%). Таким образом, было выявлено что, подростки - девочки на первое место выносят взаимоотношения директивности с отцом. Подростки-мальчики больше всего выделяют отношения, в которых присутствует автономность отца.

## **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS**

1. Анализ психолого – педагогической литературы по проблеме материнства и отцовства в психологии позволил выявить особенности материнства и отцовства как психологического феномена, а также определить влияние матери и отца на развитие и воспитание ребенка.

2. Материнство (вместе с отцовством) наиболее полно удовлетворяет сенсорные, когнитивные, эмоциональные и социальные потребности ребенка, обеспечивает его постепенное включение в систему социальных отношений, облегчает усвоение социальных ролей. Материнство – свойственное женщине осознание постоянной родственной, духовной и моральной связи с детьми, забота об их выращивании и воспитании, смысл личного существования, показатель общечеловеческой и гражданской позиции.

3. «Отцовство» можно определить как категорию психология личности, характеризующую комплекс интегральных, социальных и индивидуальных характеристик личности, проявляющихся на всех уровнях жизнедеятельности человека: эмотивно-аксеологическом, когнитивном и операциональном. Модель отцовства состоит из четырех компонентов: потребностно-эмоциональный, операциональный, ценностно-смысловой, оценочный.

4. Установлено, что девочки в представлениях об отношениях с матерью выделяют директивные и враждебные отношения. Мальчики представляют свои отношения с матерью как автономные и враждебные.

5. Выявлено, что в отношениях с отцом девочки выделяют директивность и враждебность своих отцов. Отношения с отцом мальчики представляют как автономные и враждебные. Директивность мальчики ставят на последнее место.

6. Таким образом, было выявлено что, и мальчики и девочки выделяют враждебность и матерей и отцов. Но, подростки - девочки на первое место выносят взаимоотношения директивности и с матерью и с отцом. Подростки-мальчики больше всего выделяют отношения, в которых присутствует автономность и отца и матери.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Авдеева, Н.Н. Психология отцовства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.portal-slovo.ru>. – Дата доступа: 22.09.2014.
2. Архипова, Т.В., Полевая, Е.В. Мотивация к отцовству как детерминанта отношения отца к ребенку // Семейная психология и семейная терапия, 2006. – №1. – С.32–36.
3. Афанасьева, Т. М. Семья / Т. М. Афанасьева. – М. : Пр., 2007. – 285с.
4. Бернс, Р. Развитие Я – концепции и воспитании Р. Бернс. – М. : Прогресс, 2006. – 432 с.
5. Борисенко, Ю.В. Модель взаимосвязи факторов, определяющих специфику отцовства , // Семейная психология и семейная терапия, 2006. – №2. – С.44–45
6. Борисенко, Ю.В. Психология отцовства/ Ю.В. Борисенко - Москва-Обнинск: «ИГ-СОЦИН», 2007. – 220 с.
7. Вассерман Л.И., Горьковая И.А., Ромицына Е.Е. Родители глазами подростка: Психологическая диагностика в медико-педагогической практике // Учебное пособие для вузов. СПб.: Речь, 2004. – 256 с.
8. Венгер, А. Л. Психологические рисуночные тесты: иллюстрированное руководство / А. Л. Венгер. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 160 с.
9. Головин, С. Ю. Словарь практического психолога / С. Ю. Головин. – Мн.: Харвест, 1998. – 800 с.
10. Грицай, Л.А. Отцовство и материнство как составляющие феномена родительства: социально-психологический аспект // Интернет-журнал «Эйдос». – №8. – 2011.
11. Демиденко М. В., Ключева А. И. // Педагогическая психология: Методики и тесты. Самара: ИД БАХРАХ-М, 2004.–144с.
12. Есин, А.Б. Введение в культурологию: основные понятия / А.Б. Есин. –М.: Academia, 1999. – 167 с.
13. Захарова, А. В. Структурно-динамическая модель самооценки А. В. Захарова // Вопросы психологии. – 1989. – №1. – С. 3–8.
14. Зиммель, Г. Женская культура // Избранное: в 2-х т. / Г. Зиммель. - М.:Наука, 1996.– 213 с.
15. Калина, О.Г. Влияние образа отца на эмоциональное благополучие и полоролевую идентичность подростков: автореферат диссертация кандидата психологических наук, М,2007
16. Клецина И.С. Влияние маскулинных и фемининных характеристик на самоотношение мужчин и женщин//Конструирование маскулинности на Западе и в России. Межвузовский сборник научно-методических материалов. Иваново, 2006. с. 83–99.
17. Кульчицкая, Е. И. Воспитание чувств детей в семье //Е. И. Кульчицкая. – Киев :Рад.школа, 2003. – 120 с.
18. Леонтьева, А. В. Подготовка будущих социальных педагогов к деятельности по оптимизации детско-родительских отношений: автореф. дисс. ... канд. педагог.наук / А. В. Леонтьева. – Майкоп, 2007. – 110 с.
19. Матвеева, А. Практическая психология для родителей или – Что я могу узнать о своём ребёнке / А. Матвеева, И. Выбойщик, Д. Мякушкин. – М. : АСТ-Прасс, 2007. – 570 с
20. Морган Л.Г. Древнее общество или исследование линий человеческого прогресса от дикости через варварство к цивилизации. Л.: Ин-т народов Севера, 2004.. – с. 187
21. Овчарова, Р.В., Демчук, Н.А. Влияние структуры родительской семьи на психологическую готовность юношей к отцовству // II Межрегиональная конференция «Вызовы эпохи в аспекте психологической и психотерапевтической науки и практики». – Казань, 2011. – С. 56.

22. Овчарова, Р.В., Психологическое сопровождение родительства. – М, 2013. – 431 с.
23. Овчарова, Р.В., Токарева, Ю.А. Научные предпосылки к анализу проблемы отцовства как воспитательной деятельности // Наука и образование Зауралья. – Курган, 2008.– №1. – С. 32-36.
24. Отцовство как психологический феномен // Сборник «Сибирская психология сегодня: Сборник научных трудов». –Вып. 2. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2010. – 410 с.
25. Петровский, А. В. Личность. Деятельность. Коллектив / А. В. Петровский. – М.: Просвещение, 1982. – 310 с.
26. Помощь родителям в воспитании детей / под ред. В. Я. Пилиповского. – М.: Высшая школа, 1992. – 165 с.
27. Прокофьева Л.А., Валетас, М.Ф. Отцы и дети после развода // Население и общество. – № 50. – 2000. – С. 34.
28. Протопов, С.С. Теоретические основы изучения феномена отцовства // Вопросы психологии. – № 12. – 2009. – С. 46–49.
29. Родители и дети: Психология взаимоотношений / Под ред. Е. А. Савиной, Е. О. Смирновой. – М.: Когито-Центр, 2009. – 230 с.
30. Berns B. The Different Faces of Motherhood. N.J.; L., 1988.
31. Реан, А. А. Развитие и социализация личности в семье / А. А. Реан. – СПб: Питер, 1998. – 180 с.
32. Филиппова Г. Г. Психология материнства /Учебное пособие. —
33. М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002. –240с.

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ШОПИНГА И ТРЕВОЖНОСТИ У ЖЕНЩИН

**Наталия Чеканова**

Латвия, Балтийская Международная Академия, Рига  
Профессиональная магистерская программа «Психология»

sekanova@mail.ru

Научный руководитель: доктор психологии, доцент **Алена Корнышева**

## АННОТАЦИЯ

В рамках данного исследования рассматривается зависимость от шопинга в контексте связи с тревожностью у женщин. Целью исследования является изучение связи зависимости от шопинга и тревожности у женщин. Участники: 150 женщин в возрасте 20-58 лет (Mdn = 39). Метод исследования: Бергенская шкала зависимости от шопинга (Andreassen, Griffiths, Pallesen, Bilder, Torsheim, & Aboujaoude, 2015); опросник состояния-свойства тревожности для взрослых (Spielberger, 2012). Результат: измерения зависимости от шопинга и тревожности выявили статистически значимые положительные связи между зависимостью от шопинга, субшкалами модификации настроения, конфликта, рецидива и проблем с общей тревожностью; модификации настроения со свойством тревожности, и большинства субшкал зависимости с состоянием тревожности. Вывод: в результате исследования подтвердилась связь между зависимостью от шопинга и тревожностью у женщин.

**Ключевые слова:** зависимость от шопинга, тревожность, женщины.

## ABSTRACT

This study examines the shopping addiction in the context of a relationship with anxiety in women. The aim of the research is to study the relationship of shopping addiction and anxiety in women. Participants: 150 women aged 20-58 years (Mdn = 39). Research method: Bergen Shopping Addiction scale (Andreassen, Griffiths, Pallesen, Bilder, Torsheim, & Aboujaoude, 2015); State-Trait Anxiety Inventory for adults (Spielberger, 2012). Result: measurements of shopping addiction and anxiety revealed statistically significant positive relationships between shopping addiction, subscales for mood modification, conflict, relapse, and problems with general anxiety; mood modifications with the trait of anxiety, and most subscales are addiction on the state of anxiety.

**Keywords:** shopping addiction, anxiety, women.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Исследование зависимости от шопинга у женщин является актуальным направлением исследования в психологии зависимого поведения. Исследование потребительского поведения широко использует достижения психологии, социологии, статистики, экономики, антропологии и других дисциплин. При этом тревога является значимой переменной связанной с зависимостью от шопинга у женщин. Социальная тревога и страх перед отрицательной оценкой являются теми факторами риска которые могут приводит к неадаптивному поведению, включая депрессию и тревожность [15].



Основанием данного исследования явились работы Miltenberger и коллег [7], Maraz, Van den Brink, и Demetrovics [8], Shehzadi [13] и др. Несмотря на очевидную актуальность проблемы, исследований по данной проблематике в Латвии недостаточно, что побудило обратиться к данной теме исследования.

Целью исследования является изучение связи зависимости от шопинга и тревожности у женщин.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Термин «зависимость от шопинга» относится более конкретно к критериям, по которым данный вид зависимости был диагностирован, и которые включают в себя толерантность, изъятие, потерю контроля, компульсивное использование и др. Данный концепт анализируется также в контексте «расстройства компульсивных покупок», «ониомании», «навязчивых покупок», «навязчивого потребления», «импульсивных покупок», хотя в данных терминах применяется больше клинический подход, связанный с индивидуальным психологическим расстройством импульсивного контроля. В свою очередь понятие зависимости от шопинга, как правило, имеет больше психосоциальный характер и помещено среди нехимических зависимостей, таких как зависимость от азартных игр, интернета, видеоигр и др.

Модель зависимости от шопинга Andreassen и коллег [2] рассматривает данный вид зависимости в контексте поведенческой парадигмы и актуализирует тенденции, по которым люди развивают зависимость от покупок. Авторы актуализируют тенденции, по которым люди развивают зависимость от покупок, и отмечают, что захватывающие покупки происходят более регулярно среди определенных демографических групп. Они чаще преобладают у женщин и, как правило, инициируются в позднем подростковом возрасте и в зрелом возрасте, и, с возрастом уменьшаются. Авторы отмечают, что зависимость от покупок связана с ключевыми чертами личности. Хотя теории не могут объяснить всех факторов, по которым зависимость развивается у одних групп людей, и не развивается у других, авторы актуализируют основные тенденции развития аддиктивного поведения.

Рассматривая тревожность как один факторов риска развития зависимости от шопинга, авторы исследований показывают, что зависимость от шопинга положительно связана с показателями тревожности [12]. Так, шопинг может функционировать как сценарий снижения дисфорических чувств тревоги и депрессии [4], или, наоборот, чрезмерные покупки могут привести к повышению тревоги.

Как отмечают Andreassen и коллеги [3], современные технологии сделали покупки чрезвычайно доступными и удобными, что может привести к чрезмерному увеличению проблемных покупок, особенно в сочетании с такими личными особенностями, как тревога и депрессия [2]. Было обнаружено, что пристрастие к покупкам связано с симптомами тревоги, депрессии и низкой самооценки, а шопинг может служить механизмом преодоления неприятных ощущений, хотя пристрастие к покупкам также может приводить к таким симптомам [2]. Исследования показывают, что чрезвычайная озабоченность покупками у женщин приводит к повторным покупкам в основном ненужных для потребления товаров, которые затем редко используются или никогда не используются [9].

С одной стороны перерасход средств служит способом управления состояниями негативного настроения, помогая человеку избежать от беспокойства, напряжения и повышает самооценку [5]. С другой стороны неправильное поведение приводит к серьезным страданиям, финансовым трудностям, вмешательству в социальную или профессиональную деятельность, включая банкротство, а иногда и к правонарушениям. При этом женщины более часто обращающиеся за лечением тревожных и депрессивных расстройств [10].

Исследования также показывают, что некоторые женщины совершают чрезмерные покупки (например, связанные с приобретением предметов с высоким статусом) для получения более высокой самооценки, что, в свою очередь, уменьшает уровень тревоги [11].

Также было выявлено, что власть-престиж и беспокойство также являются мотивами, которые в конечном итоге приводили к растрате кредитных средств, и могли являться фактором финансового дефолта.

В исследованиях женщины имели более сильные компульсивные покупательские тенденции по сравнению с мужчинами [6]. Были обнаружены также связи зависимости с многими социодемографическими переменными, такими, как семейное положение, партнерство, занятость, школьное образование и др. Интересно, что участники в возрасте от 25 до 34 лет, как сообщается, имеют самую высокую склонность к покупкам.

#### **Методология исследования.**

Участники исследования: 150 женщин в возрасте от 20 до 58 лет ( $Mdn = 39$  лет). Инструментарий: Бергенская шкала зависимости от шопинга (Andreassen, Griffiths, Pallesen, Bilder, Torsheim, & Aboujaoude, 2015) [1]; опросник состояния-свойства тревожности для взрослых (Spielberger, 2012); [14] в лингвистической адаптации Н. Чекановой и А. Корнышевой.

### **РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS**

В группе участников с низкими показателями зависимости выявлены статистически значимые положительные связи зависимости от шопинга ( $r_s = .29, p = .011$ ) и субшкал модификации настроения ( $r_s = .28, p = .013$ ), конфликта ( $r_s = .30, p = .008$ ) и проблем ( $r_s = .23, p = .041$ ) с общей тревожностью; положительные связи зависимости от шопинга ( $r_s = .29, p = .010$ ), субшкал конфликта ( $r_s = .33, p = .004$ ) и проблем ( $r_s = .26, p = .020$ ) с состоянием тревожности; и положительные связи зависимости от шопинга ( $r_s = .28, p = .012$ ) и субшкалы модификации настроения ( $r_s = .38, p = .001$ ) со свойством тревожности.

В группе участников с высокими показателями зависимости выявлены статистически значимые отрицательные связи зависимости от шопинга ( $r_s = -.50, p < .001$ ) и субшкал значимости ( $r_s = -.28, p = .017$ ), толерантности ( $r_s = -.44, p < .001$ ), рецидива ( $r_s = -.29, p = .014$ ), отмены ( $r_s = -.49, p < .001$ ) и проблем ( $r_s = -.33, p = .004$ ) с общей тревожностью; отрицательные связи зависимости от шопинга ( $r_s = -.33, p = .004$ ), субшкал толерантности ( $r_s = -.33, p = .004$ ) и отмены ( $r_s = -.44, p < .001$ ) с состоянием тревожности; отрицательные связи зависимости от шопинга ( $r_s = -.60, p < .001$ ), субшкал значимости ( $r_s = -.38, p < .001$ ), толерантности ( $r_s = -.47, p < .001$ ), конфликта ( $r_s = -.29, p = .014$ ), рецидива ( $r_s = -.44, p < .011$ ), отмены ( $r_s = -.45, p < .011$ ) и проблем ( $r_s = -.44, p < .011$ ) со свойством тревожности.

### **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS**

Как показывают исследования, шопинг выступает как способ управления состояниями негативного настроения, избавления от тревоги и напряжения и повышения низкой самооценки. В тоже время зависимые от покупок женщины сталкиваются с различными межличностными проблемами в семье и на работе, перерасходуя денежные средства, а также часто сталкиваются с невозможностью выполнить взятые на себя кредитные обязательства. Шопоголизм по данным исследований редко является единственной проблемой женщин, данной проблеме могут сопутствовать другие зависимости, такие как алкоголизм, депрессия, и сложные клинические заболевания.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

- Andreassen, C.S., Griffiths, M.D., Gjertsen, S.R., Krossbakken, E., Kvam, S., & Pallesen, S. (2013). The relationship between behavioral addictions and the five-factor model of personality. *Journal of Behavior Addiction*, 2, 90-99.
1. Andreassen, C.S., Griffiths, M.D., Hetland, J., Kravina, L., Jensen, F., & Pallesen, S. (2014). The prevalence of workaholism: a survey study in a nationally representative sample of Norwegian employees. *PLoS ONE* 9:e102446.
  2. Andreassen, C.S., Griffiths, M.D., Pallesen, S., Bilder, R.M., Torsheim, T., & Aboujaoude, E. (2015). The Bergen Shopping Addiction Scale: reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology*, 17(6), 1374.
  3. DeSarbo, W.S., & Edwards, E.A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: a constrained clusterwise regression approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5, 231-262.
  4. Faber, R.J., & O'Guinn, T.C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459-469.
  5. Koran, L.M., Faber, R.J., Aboujaoude E., Large M.D., & Serpe, R.T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806-1812.
  6. Miltenberger, R.G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R., & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 34, 1-9.
  7. Maraz, A., Van den Brink, W., & Demetrovics, Z. (2015). Prevalence and construct validity of compulsive buying disorder in (shopping) mall visitors. *Psychiatry Research*, 228, 918-924.
  8. McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H., Smith, J., & Strakowski, S. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
  9. Mueller, A., Mitchell, J.E., Crosby, R.D., Gefeller, O., Faber, R.J., & Martin, A. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 180(2-3), 137-142.
  10. McQueen, P., Moulding, R., & Kyrios, M. (2014). Experimental evidence for the influence of cognitions on compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 45, 496-501.
  11. Otero-López, J.M., & Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: across sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry*, 14, 101-107.
  12. Shehzadi, K., (2016). Impact of Personality Traits on Compulsive Buying Behavior: Mediating Role of Impulsive Buying. *Journal of Service Science and Management*, 9, 416-432.
  13. Spielberger, C. D. (2012). State-trait anxiety inventory for adults. Published by Mind Garden, Inc.
  14. Stein, M.B, Tancer, M.E, Gelernter, C.S, Vittone, B.J, & Uhde T. (1990). Major depression in patients with social phobia. *American Journal of Psychiatry*, 4(2), 128-136.

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОТИВАЦИИ И САМОЭФФЕКТИВНОСТИ У СТУДЕНТОВ

Оксана Дыкина

Латвия, Балтийская Международная академия, Рига,  
Профессиональная магистерская программа «Психология»  
oksana.dikina@gmail.com

Научный руководитель: доцент, доктор психологии Алёна Корнышева

## АННОТАЦИЯ

Целью исследования является изучение связи академической мотивации и самоэффективности у студентов. Участники: 200 студентов в возрасте 21-52 лет ( $Mdn = 33$ ). Метод: шкала академической мотивации (Vallerand et al., 1992); шкала общей самоэффективности (Schwarzer & Jerusalem, 2010). В результате исследования выявлена положительная связь между самоэффективностью и академической мотивацией и ее факторами: внутренней мотивацией к знаниям, внутренней мотивацией к достижениям, внутренней мотивацией к стимуляции опыта, внешней идентифицированной мотивацией, внешней интроецированной мотивацией, внешней экстерналино-регулируемой мотивацией и отрицательная связь с амотивацией.

**Ключевые слова:** академическая мотивация, самоэффективность, студенты.

## ABSTRACT

The aim of the research is to study the relationship of academic motivation and self-efficacy in students. Participants: 200 students aged 21-52 years ( $Mdn = 33$ ). Method: Academic motivation scale (Vallerand et al., 1992); General self-efficacy scale (Schwarzer & Jerusalem, 2010). The study revealed a positive relationship between self-efficacy and academic motivation and its factors: intrinsic motivation to know, intrinsic motivation to accomplishment, intrinsic motivation to experience stimulation, extrinsic motivation identified, extrinsic motivation introjected, extrinsic motivation external regulation and negative relationship with amotivation.

**Key words:** academic motivation, self-efficacy, students.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Этап студенчества является одним из важнейших этапов жизни человека, который связан с его профессиональным выбором, будущим планированием и реализуется в его академической деятельности. Мотивация является движущей силой, которая способна стимулировать и побуждать студентов наиболее эффективным способом улучшить процесс академического обучения. Целью данной работы является исследование связи академической мотивации и самоэффективности у студентов.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

В контексте общей и академической эффективности академическая мотивация рассматривается как профессионально важная характеристика личности, основной критерий эффективности и успешности будущего профессионала; как внутреннее желание, которое уже присутствует в человеке

или отражается в нем при получении новой информации к обучению. В качестве важной детерминанты эмоциональных и мотивационных состояний и изменений в поведении человека выступает самооффективность, которая проявляется как вера в эффективность своих действий, как оценка своей компетентности в определенной области поведения [9, 5].

По данным Американской ассоциации психологов (АРА), самооффективность рассматривается как субъективное восприятие способности человека достичь желаемых результатов [1].

Согласно Bandura, уверенность человека способствует контролю своей мотивации, поведения и также социальной среды. Самооффективность влияет на опыт человека, включая цели, которые он стремится достичь, а также количество энергии, которое он тратит на достижение намеченных задач. В отличие от традиционных психологических конструкторов, гипотезы о самооэффективности варьируются в зависимости от области функционирования и обстоятельств, связанных с конкретными поведенческими паттернами. По мнению Bandura, самооэффективность является продуктом сложного процесса самоубеждения, в основании которого лежит когнитивная обработка, оценка (сопоставления) и интеграция различных источников информации об эффективности [2].

Убеждения в самооэффективности влияют на причинно-следственные связи, которые влияют на мотивацию, производительность и эмоциональные реакции. Любой фактор, который влияет на поведение, может оказать существенное влияние на направление развития личности, поскольку социальное воздействие, которое работает в выбранной среде, продолжает продвигать определенные компетенции, ценности и интересы в течение длительного времени [2].

В психологическом словаре АРА *академическая мотивация* (англ. *academic motivation*) рассматривается в связи с академической успеваемостью (*academic achievement*) и обозначает самоопределение в достижении цели обучения. Данный концепт основан на индивидуальных различиях в мотивации, включая внутреннюю и внешнюю мотивацию, а также ориентацию на обучение и конкурентоспособность [1].

Выделяют внешнюю мотивацию, внутреннюю мотивацию и амотивацию. Амотивация тесно и отрицательно связана с результатами обучения и подразумевает отсутствие мотивов для действий. Амотивация возникает, когда человек воспринимает себя как некомпетентного для достижения намеченных результатов [4]. Внутренняя мотивация является источником, который является центральным в природе организма. Внутренняя мотивация зависит от врожденной потребности в компетентности и самоопределении. Это обеспечивает ресурс для различных форм поведения и психологических процессов. Внутренние потребности отличаются от первичных стимулов, потому что они не основаны на дефиците и не функционируют циклически. Внешняя мотивация подразделяется на четыре категории: внешнее регулирование, интроецированное регулирование, выявленная мотивация и комплексное регулирование. Внешнее регулирование происходит, когда поведение формируется извне и результаты связываются со внешними факторами, чтобы контролировать функцию времени и вознаграждения, приписываемых изученным действиям. Наименее независимым типом внешней мотивации является внешнее регулирование, которое включает в себя мотивацию для получения вознаграждений или избежания наказаний [4].

Предыдущие исследования показали, что мотивация имеет важное влияние на успеваемость студентов. Некоторые исследователи обнаружили, что учащиеся используют разные мотивационные стратегии в разных ситуациях обучения [6, 7, 2]. Ученные утверждают, что убеждения как в мотивации, так и в самооэффективности, вносят существенный вклад в уровень производительности [3, 12].

Desi и соавторы определили самооэффективность как тип мотивационной переменной обучения и показали, что мотивация достижения и самооэффективность возрастают с успехом в академической среде, тогда как промедление уменьшает академическую успеваемость студентов и влияет на производительность [4].

В исследовании Walker, Greene и Mansell подтвердили значимую положительную корреляцию между самооффективностью и внутренней мотивацией у студентов колледжа. Между переменными самооффективностью и амотивацией была обнаружена значимая отрицательная корреляция [11].

Исследование Zajacova, Lynch и Espenshade показало, что академическая самооффективность была лучшим предиктором академического успеха, чем стресс у первокурсников колледжа [13].

Исследования авторов показывают, что для успеха в образовательной сфере важна и необходима как мотивация, так и самооффективность. Тем более, если мотивация отсутствует, то и самооффективность самих студентов не обеспечит им успеха. Анализируя проведенные исследования, можно утверждать, что самооффективность связана с мотивацией, которая, в свою очередь, повышает успеваемость студентов.

### **Методология исследования**

Участники исследования: 200 студентов в возрасте от 21 до 52 лет ( $Mdn = 33$  года), из них 147 женщин и 53 мужчины.

Метод: в исследовании были использованы Шкала академической мотивации (AMS-C; Vallerand, Pelletier, Blais, Brière, Sénécal, & Vallières) [10], в лингвистической адаптации О. Дыкиной и А. Корнышевой, которая включает 28 утверждений, образующие 7 субшкал и оценивающие три типа внутренней мотивации: внутренняя мотивация к знаниям, внутренняя мотивация к достижениям, внутренняя мотивация к стимуляции опыта; три типа внешней мотивации: внешняя мотивация, внешняя интроецированная мотивация, внешняя идентифицированная мотивация; и амотивация. Для исследования самооффективности была применена Шкала общей самооффективности (GSES; Schwarzer & Jerusalem, 2010) [8], в лингвистической адаптации О. Дыкиной и А. Корнышевой. Опросник направлен на оценку общей самооффективности взрослых участников. Опросник состоит из 10 утверждений, которые образуют 1 субшкалу общей самооффективности.

Процедура: исследование проводилось в высших учебных заведениях города Риги. Участники исследования были проинформированы о важности исследования, соблюдении этических норм и конфиденциальности данных.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS**

По результатам исследования выявлена положительная связь между самооффективностью и академической мотивацией ( $rs = .48; p < .001$ ), внутренней мотивацией к знаниям ( $rs = .60; p < .001$ ), внутренней мотивацией к достижениям ( $rs = .45; p < .001$ ), внутренней мотивацией к стимуляции опыта ( $rs = .25; p < .001$ ), внешней идентифицированной мотивацией ( $rs = .51; p < .001$ ), внешней интроецированной мотивацией ( $rs = .20; p = .004$ ), внешней экстерналино-регулируемой мотивацией ( $rs = .34; p < .001$ ) и отрицательная связь между самооффективностью и амотивацией ( $rs = -.35; p < .001$ ).

Данные результаты согласуются с результатами исследований многих авторов, которые утверждают, что убеждения в мотивации, как стимула к выполнению задач, так и в самооффективности, вносят существенный вклад в эффективность обучения студентов [3, 12].

## **ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS**

В результате осуществленного исследования была реализована основная цель, которая заключалась в исследовании связи академической мотивации и самооффективности у студентов.

Было показано, что академическая мотивация рассматривается как профессионально важная характеристика личности как основной критерий эффективности и успешности будущего профессионала. Убеждения в самооффективности влияют на причинно-следственные связи, которые в свою очередь влияют на мотивацию, производительность и эмоциональные реакции [2].

В результате исследования выдвинутая гипотеза о существовании связи академической мотивации и самооффективности у студентов подтвердилась.

Результаты данного исследования соответствуют ожидаемым результатам в контексте связи академической мотивации и самооффективности. Основываясь на теоретических и эмпирических данных исследования, возможно интерпретировать полученные результаты, определяя выявленную многими авторами предыдущих исследований связь академической мотивации и самооффективности как восприятие студентом своего поведения и выбор отношения в учебной сфере и в жизни в целом [3, 6, 13].

Результаты исследования могут иметь практическую значимость в учебных курсах и лекциях по психологии личности и педагогической психологии.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. American psychological association (2009). APA concise dictionary of psychology, Washington, DC: American psychological association.
2. Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York, NY: Freeman and Company.
3. Close, W., & Solberg, S. (2008). Predicting achievement, distress, and retention among lower-income Latino youth. *Journal of Vocational Behavior*, 72(1), 31–42.
4. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York, NY: Plenum Press.
5. Hakan, K., & Münire, E. (2014). Academic motivation: Gender, domain and grade differences. *Social Behavior Science*, 143, 708-715.
6. Pintrich, P. R., & Schunk, D. H. (1996). *Motivation in education: Theory, research and applications*. Englewood Cliffs, NJ: Merrill Prentice-Hall.
7. Pintrich, P. R., & Schunk, D. H. (2002). *Motivation in Education: Theory, Research and Application*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
8. Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (2010). The General Self-Efficacy Scale (GSE). *Anxiety, Stress, and Coping*, 12, 329-345.
9. Vallerand, R. J., & Bissonnette, R. (1992). Intrinsic, extrinsic, and amotivational styles as predictors of behavior: A prospective study. *Journal of Personality*, 60, 599-620.
10. Vallerand, R. J., Peleletier, L. G., Blais M. R., Briere, N. M., Senegal, C., & Valleries, E. F. (1992). The academic motivation scale: a measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 52, 1003-1017.
11. Walker C., Greene B., & Mansell R., (2006). Identification with academics, intrinsic/extrinsic motivation, and self-efficacy as predictors of cognitive engagement. *Learning and Individual Differences*, 16(1), 1-12.
12. Wang, Y., Peng, H., Huang, R., Hou, Y., & Wang, J. (2008). Characteristics of distance learners: research on relationships of learning motivation, learning strategy, self-efficacy, attribution, and learning results. *Open Learning*, 23(1), 17–28.
13. Zajacova, A., Lynch, S. M., & Espenshade, T. J. (2005). Self-efficacy, stress, and academic success in college. *Research in Higher Education*, 46(6), 677-706.

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ ЗАВИСИМОСТИ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА И ТЕМПЕРАМЕНТА У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ 16-19 ЛЕТ

Анна Гнатченко,

Латвия, Балтийская Международная академия, Рига,

магистратура психология,

agrobaltic@ml.lv

Научный руководитель: доктор психологии, доцент **Алёна Корнышева**

## АННОТАЦИЯ

Исследование зависимости от социальных медиа является значимым аспектом изучения поведенческой зависимости, связанной с использованием информационных технологий молодыми людьми. Данный конструкт был рассмотрен и определен в рамках модели Andreassen и коллег (2016). Целью исследования является изучение связи зависимости от социальных медиа и темперамента у молодых людей 16-19 лет. Исследовательские вопросы: существует ли связь зависимости от социальных медиа и темперамента у молодых людей 16-19 лет? Какие из факторов темперамента являются значимыми предикторами зависимости от социальных медиа у молодых людей 16-19 лет? Участники: 200. Возраст: от 16 до 19 лет (*Mdn* = 17). Метод: Бергенская шкала зависимости от социальных медиа (Andreassen et al., 2016); опросник темперамента для взрослых (Rothbart, 2006). Результаты: измерения зависимости от социальных медиа и темперамента выявили наличие положительной связи между зависимостью от социальных медиа и негативным аффектом, и отрицательной связи между зависимостью и произвольным контролем. В группе участников с высокими показателями зависимости выявлены положительные связи зависимости с негативным аффектом и страхом, и отрицательные связи зависимости с контролем торможения, нейтральной чувствительностью восприятия и ассоциативной чувствительностью. В группе участников с низкими показателями зависимости выявлены положительные связи зависимости от социальных медиа с негативным аффектом, страхом и фрустрацией, а также отрицательные связи с контролем торможения и нейтральной чувствительностью восприятия. Значимым предиктором зависимости от социальных медиа являются контроль торможения, фрустрация и социальность. Вывод: существует связь между зависимостью от социальных медиа и темпераментом у молодых людей 16-19 лет.

**Ключевые слова:** зависимость от социальных медиа, темперамент, молодые люди.

## ABSTRACT

The study of social media addiction is a significant aspect of the study of behavioral addiction associated with the use of information technology by young people. This construct was considered and defined in the framework of the model by Andreassen and colleagues (2016). The aim of the study is to study the relationship of social media addiction and temperament of young people aged 16-19. Research questions: Research questions: Is there a relationship between social media addiction and temperament of young people 16-19 years? Which of the temperament factors are significant predictors of social media addiction of young people 16-19 years? Participants: 200. Age: from 16 to 19 years old (*Mdn* = 17). Method: Bergen social media addiction scale (Andreassen et al., 2016); Adult temperament questionnaire (Rothbart, 2006). Results: measurements of social media addiction and temperament indicate a positive relationship between social media addiction and negative affect, and a negative relationship between addiction and effortful control. In the group of participants with high addiction scores, positive relationships of addiction were identified with negative affect and fear, and negative relationships of addiction with inhibitory control, neutral perceptual



sensitivity and associative sensitivity were revealed. In the group of participants with low addiction scores, positive relationships of addiction were identified with negative affect, fear and frustration, as well as negative relationships with inhibitory control and neutral perception sensitivity. A significant predictor of social media addiction is the inhibitory control, frustration and sociability. Conclusion: there is a relationship between social media addiction and temperament of young people aged 16-19.

**Key words:** social media addiction, temperament, young people.

## **ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION**

В связи с ростом распространения и использования Интернета, подростковая интернет-зависимость стала серьезной проблемой общественного здравоохранения во всем мире.

Зависимость от социальных медиа можно определить как неспособность контролировать использование Интернета и посещение социальных платформ, которое приводит к психологическим, социальным сложностям в жизни человека, а также трудностям в учёбе и / или на работе [26].

Исследования показывают, что подростковая зависимость от социальных медиа связана с различными неадаптивными последствиями, включая физические проблемы со здоровьем, неудачи в учёбе, а также эмоциональные и поведенческие проблемы. Поэтому важно определить факторы риска и механизмы, которые повышают риск развития зависимости от социальных медиа у подростков.

Несмотря на то, что многие факторы могут способствовать развитию зависимости от социальных медиа, особенности личности могут иметь особенно важное значение в уменьшении риска развития зависимости. Многие ученые предположили, что черты личности тесно связаны с аддиктивным поведением [15, 16].

На сегодняшний день, нет ни одного исследования на предмет взаимосвязи темперамента и зависимости от социальных медиа, которые были бы проведены в русле психобиологического подхода Rothbart и с использованием «Бергенской шкалы зависимости от социальных медиа». Многие ученые исследовали связь личностных факторов темперамента и характера на основе «Модели Большой Пятерки» (Big Five) и зависимости от социальных медиа. И лишь несколько исследований изучали взаимосвязь между «Большой пятеркой» и интернет-зависимостью среди подростков.

В Латвии проводились исследования об отношениях индивидов в онлайн социальных сетях [5], об использовании социальных медиа в корпоративной коммуникации Латвии [13], о дигитальном портрете как конструировании самости молодежи в социальных медиа [4] и др.

Несмотря на очевидную актуальность проблемы, исследований по данной проблематике недостаточно, что побудило обратиться к данной теме исследования.

Целью исследования является изучение связи зависимости от социальных медиа и темперамента у молодых людей 16-19 лет.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Исследование зависимости от социальных медиа и темперамента является одним из актуальных направлений современных исследований в психологии. Зависимость от социальных медиа – относительно молодая проблема в психологической науке и обществе. История ее изучения с момента постановки и начала изучения насчитывает чуть более 20 лет. Несмотря на это психологи накопили уже достаточно теоретического и практического опыта для того, чтобы предпринять попытку для ее операционализации и систематизации.

Различные взгляды ученых на проблему зависимости от социальных медиа обнаруживают существенные противоречия, а иногда и ставят под сомнение сам факт ее существования. Тем не менее

в исследовательских работах последнего времени прослеживаются определенные тенденции, которым нельзя не уделить внимание.

В психологическом словаре АРА *социальные медиа* (англ. *social media*) определяются как сеть взаимосвязанных людей, которые взаимодействуют с использованием компьютерных технологий, а не посредством непосредственного взаимодействия. В свою очередь зависимость от социальных медиа (англ. *social media addiction*) описывается как состояние психологической или физической зависимости от использования социальных сетей [3]. В Оксфордском психологическом словаре социальные медиа определяются как онлайн и мобильные технологии или платформы, которые люди используют для взаимодействия и обмена контентом [18].

Анализ концепта зависимости в трактовке разных авторов показал, что не существует единых критериев для определения зависимости от социальных медиа. Однако, ученые (в том числе Норвежские учёные из Бергенского университета под руководством доктора психологии Cecilie Schou Andreassen, которые первыми ввели специальный термин: FAD или Facebook Addiction Disorder) сходятся во мнении, что зависимость от социальных медиа является чрезмерным и навязчивым желанием, движимым неконтролируемой мотивацией для входа или использования социальных сетей, а также желанием посвящать так много времени и усилий социальным сетям, что это мешает другим важным областям жизни [1].

В психологическом словаре *темперамент* (с латинск. *temperamentum* – соответствующее сочетание) характеризуется как динамическая характеристика психических процессов и состояний человека (скорость, ритм, интенсивность), постоянная психодинамическая структура [19]. В психологическом словаре АРА *темперамент* (англ. – *temperament*) определяется как базовая основа личности, обычно биологически детерминированная и присутствующая на ранних этапах жизни, и включающая такие характеристики, как уровень энергии, эмоциональная стабильность, поведение, настроение, темп реакции, торможение поведения и др. [3]. В Оксфордском психологическом словаре *темперамент* определяется как характер человека, который влияет на его поведение; тенденция вести себя агрессивно или эмоционально [18].

Rothbart и Bates определили *темперамент* как естественно-основанные индивидуальные различия в эмоциональной, моторной и относящейся к вниманию саморегуляции и в способности реагировать [23].

На сегодняшний день авторами выделяется множество различных подходов к исследованию темперамента. Несмотря на это, большинство исследователей определяют темперамент как биологический фундамент, на котором формируется личность, а свойства личности, обусловленные темпераментом, устойчивыми и долговременными [31].

В настоящее время можно считать, что понятие «темперамент» вполне определилось. Под темпераментом понимаются индивидуальные свойства психики, определяющие динамику психической деятельности человека, особенности поведения и степень уравновешенности реакций на жизненные воздействия [30].

Современные исследования темперамента фокусируются на изучении того, как внутренние (биологические и когнитивные) и внешние процессы, взаимодействуют, формируя непрерывность развития темперамента, и влияют на связь между ранним темпераментом и последующим социально-эмоциональным регулированием.

Считается, что особенности личности являются фактором, имеющим важное влияние среди факторов, связанных с зависимостью от социальных медиа. Другими словами, личные качества могут значительно повлиять на поведение пользователей социальных медиа и интернета. В данном контексте исследователи сосредоточили внимание на том, что основным предметом исследования является выяснение вероятного влияния личностных качеств на зависимость от социальных медиа, а не исследование связи между чрезмерным использованием социальных медиа (зависимость, патологическое использование и т.д.) и поведением пользователей [17, 24].

На сегодняшний день лишь несколько исследований изучали связь между личностными факторами темперамента и характера на основе «Модели Большой Пятерки» и интернет-зависимостью среди подростков [14, 29]. Например, Kuss et al. [16] обнаружили, что сильный нейротизм, низкий уровень сотрудничества и добросовестности и высокая степень открытости восприятию были положительно связаны с зависимостью от социальных медиа, в то время как экстраверсия не была связана с интернет-зависимостью.

Анализ данного материала позволяет выдвинуть исследовательский вопрос - существует ли связь между зависимостью от социальных медиа и темпераментом у молодых людей 16-19 лет.

### **Методология исследования**

Участники исследования: 200 молодых людей в возрасте от 16 до 19 лет ( $Mdn = 17$  лет), из них 82 юноши и 118 девушек.

Метод: в исследовании была использована Бергенская шкала зависимости от социальных медиа (Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS); Andreassen, Billieux, Griffiths, Kuss, Demetrovics, Mazzoni, & Pallesen, 2016) в лингвистической адаптации А. Гнатченко и А. Корнышевой. Шкала направлена на оценку риска зависимости от социальных медиа в Интернете. Шкала состоит из 6 утверждений, которые образуют одну субшкалу – зависимость от социальных медиа.

Для исследования темперамента был использован опросник темперамента для взрослых (Adult Temperament Questionnaire - Short Form (ATQ); Rothbart, 2006) в лингвистической адаптации А. Гнатченко и А. Корнышевой. Опросник направлен на оценку темперамента по четырем факторам: негативного аффекта, экстраверсии/сургенсии, произвольного контроля и ориентировочной сензитивности. Опросник состоит из 77 утверждений, которые образуют четыре шкалы и 13 субшкал: 1) Негативный аффект: страх, грусть, дискомфорт, фрустрация; 2) Экстраверсия/сургенсия: социабельность, позитивный аффект, удовольствие высокой интенсивности; 3) Произвольный контроль: контроль внимания, контроль торможения, контроль активации; 4) Ориентировочная сензитивность: нейтральная чувствительность восприятия, аффективная чувствительность восприятия, ассоциативная чувствительность

Обработка данных проводилась с использованием SPSS-22 (Statistical Package for the Social Sciences). В анализе данных были использованы описательный статистический анализ, корреляционный анализ, анализ групп, множественный регрессионный анализ.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS**

Анализ данных проводился на основании полученных данных описательной статистики. Средние показатели общей зависимости от социальных медиа составили ( $M = 18$ ,  $SD = 6,71$ ), что соответствует показателям зависимости от социальных медиа выше среднего. По показателям описательной статистики темперамента самые высокие показатели были получены по субшкале негативного аффекта ( $M = 105,31$ ;  $SD = 27,85$ ), а самые низкие – по субшкалам социабельности ( $M = 20,34$ ;  $SD = 7,81$ ) и позитивный аффекта ( $M = 20,11$ ;  $SD = 7,99$ ).

Результаты исследования выявили следующие статистически значимые связи зависимости от социальных медиа с факторами темперамента:

- максимально значимую положительную связь между зависимостью от социальных медиа и негативным эффектом ( $r_s = .265$ ;  $p < 0,001$ );
- очень значимую отрицательную связь между зависимостью от социальных медиа и произвольным контролем ( $r_s = .217$ ;  $p < 0,01$ ).

Также были выявлены корреляционные связи разного уровня значимости между зависимостью от социальных медиа и субшкалами темперамента:

- максимально значимая положительная связь между зависимостью от социальных медиа и страхом ( $r_s = .228$ ;  $p < 0,001$ );

- значимая положительная связь между зависимостью от социальных медиа и дискомфортом ( $rs = .167$ ;  $p < 0,05$ );

- максимально значимая положительная связь между зависимостью от социальных медиа и фрустрацией ( $rs = .265$ ;  $p < 0,001$ );

- значимая отрицательная связь между зависимостью от социальных медиа и социальностью ( $rs = .148$ ;  $p < 0,05$ );

- максимально значимая отрицательная связь между зависимостью от социальных медиа и контролем торможения ( $rs = .342$ ;  $p < 0,001$ );

- значимая отрицательная связь между зависимостью от социальных медиа и ассоциативной чувствительностью ( $rs = .166$ ;  $p < 0,05$ ).

В группе участников с низкими показателями зависимости выявлены положительные связи зависимости от социальных медиа с негативным эффектом ( $rs = .273$ ;  $p < .01$ ), со страхом ( $rs = .264$ ;  $p < .01$ ) и фрустрацией ( $rs = .238$ ;  $p < .05$ ), а также отрицательные связи зависимости от социальных медиа с контролем торможения ( $rs = .266$ ;  $p < .01$ ) и нейтральной чувствительностью восприятия ( $rs = .196$ ;  $p < .05$ ). В группе участников с высокими показателями зависимости выявлены значимые положительные связи зависимости от социальных медиа с негативным эффектом ( $rk = .154$ ;  $p < .05$ ) и страхом ( $rs = .207$ ;  $p < .05$ ); значимые отрицательные связи зависимости от социальных медиа и контролем торможения ( $rs = .214$ ;  $p < .05$ ), нейтральной чувствительностью восприятия ( $rs = .234$ ;  $p < .05$ ) и ассоциативной чувствительностью ( $rs = .206$ ;  $p < .05$ ).

Множественный регрессионный анализ показал, что основным вклад в зависимость от социальных медиа вносят переменные контроль торможения ( $\beta_1 = -.307$ ,  $p < .001$ ), фрустрация ( $\beta_2 = .300$ ,  $p < .001$ ) и социальность ( $\beta_3 = -.190$ ,  $p = .006$ ). Вклад остальных переменных статистически незначим.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

В результате проведенного исследования осуществлена цель исследования, которая была направлена на изучение связи зависимости от социальных медиа и темперамента у молодых людей 16-19 лет, и реализованы основные задачи.

Выявлено, что основным вклад в зависимость от социальных медиа вносят переменные контроль торможения, фрустрация и социальность.

Отвечая на выдвинутый в исследовании вопрос о существовании связи между зависимостью от социальных медиа и темпераментом, может быть дан положительный ответ, который указывает на существование как положительных, так и отрицательных связей разного уровня значимости между данными переменными.

Значимым предиктором зависимости от социальных медиа являются переменные контроль торможения, фрустрация и социальность. Основным вклад в зависимость от социальных медиа (высокие значения) вносят переменные фрустрация и нейтральная чувствительность восприятия. Основным вклад в зависимость от социальных медиа (низкие значения) вносят переменные контроль торможения, страх и контроль активации.

Результаты данного исследования соответствуют ожидаемым результатам в контексте связи зависимости от социальных медиа и темперамента и согласуются со многими предыдущими исследованиями.

Полученные результаты настоящего исследования позволяют наиболее полно концептуализировать феномен зависимости от социальных медиа и проанализировать факторы, влияющие на зависимость у молодых людей. Результаты исследования могут иметь практическую значимость для специалистов, работающих в сфере разработки программ профилактики зависимости, а также психологов и педагогов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction – An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–4061.
2. Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 178-186.
3. *APA Dictionary of Psychology* (2015). Washington, DC: American Psychological Association, XVI.
4. Brice, L. (2016). *Digitālais portrets kā Latvijas jauniešu (18-25) patības konstruēšana sociālajos medijos*. Promocijas darbs. Npublicēts materiāls.
5. Buholcs, J. (2013). *Indivīdu attiecības tiešsaistes sociālajos tīklos*. Promocijas darbs. Npublicēts materiāls.
6. Buss, A. H. & Plomin, R. (1975). *A temperament theory of personality development*. New York: Wiley-Interscience..
7. Cloninger, C.R. (1993). A psychobiological model of temperament and character. *Arch. Gen. Psychiatry*, 50, 975-990.
8. Davis, R. A. (2001). A cognitive behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195.
9. Durak, M., & Senol-Durak, E. (2014). Which personality traits are associated with cognitions related to problematic Internet use? *Asian Journal of Social Psychology* 17(3), 206-218.
10. Goldberg, I. (1996) Internet addiction disorder. *CyberPsychol. Behavior*, 3(4), 403–412.
11. Gray, J.A. (1991). *Learning theory, the conceptual nervous system and personality. The biological basis of individual behavior*. New York: Academic Press.
12. Grohol, J. (1999) *Internet Addiction Guide*. <http://psychcentral.com/netaddiction>.
13. Kazaka, O. (2014). *Sociālo mediju lietošana korporatīvajā komunikācijā Latvijā (2009-2011)*. Promocijas darbs. Npublicēts materiāls.
14. Kuss, D. J., van Rooij, A. J., Shorter, G. W., Griffiths, M. D., & van de Mheen, D. (2013). Internet addiction in adolescents: prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 30, 1987 - 1996.
15. Kuss, D. J., Shorter, G.W., van Rooij, A. J., van de Mheen, D., & Griffiths, M. D. (2014). The Internet addiction componentsmodel and personality: Establishing construct validity via a nomological network. *Computers in Human Behavior*, 39, 312–321.
16. Kuss, D. J., Griffiths, M. D., Karila, L., & Billieux, J. (2014). Internet addiction: A systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4026–4052.
17. Landers, R. N., & Lounsbury, J. W. (2006). An investigation of big five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22, 283 - 293.
18. *Oxford Dictionary of Psychology*. (2006). Second edition. An2.drew M. Colmen. Oxford Press.
19. *Psiholoģijas vārdnīca* (1999). G. Breslava redakcijā. Rīga: Mācību grāmata. 157. lpp.
20. Rahmani, S., & Lavasani, M. G. (2011). The relationship between internet dependency with sensation seeking and personality. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 272 - 277.
21. Randler, C., Horzum, M. B., & Vollmer, C. (2014). Internet addiction and its relationship to chronotype and personality in a Turkish university student sample. *Social Science Computer Review*, 32(4), 484 - 485.
22. Rothbart, M.K. (1989). *Temperament in Childhood: A Framework*. N.Y.: John and Sons.
23. Rothbart, M. K., & Bates, J. E. (1998). *Temperament*. New York: Wiley.
24. Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the big five, shyness, narcissism, loneliness, and facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658 - 1664.

25. Servidio, R. (2014). Exploring the effects of demographic factors, Internet usage and personality traits on Internet addiction in a sample of Italian university students. *Computers in Human Behavior*, 35, 85 - 92.
26. Spada, M. M. (2014). An overview of problematic Internet use. *Addictive Behaviors*, 39, 3–6.
27. Thomas, A. & Chess, S. (1997). *Temperament and development*. New York: Brunner/Mazel.
28. Young, K. S. (1998). Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.
29. Zamani, B. E., Abedini, Y., & Kheradmand, A. (2011). Internet addiction based on personality characteristics of high school students in Kerman, Iran. *Addiction and Health*, 3, 85–91.
30. Батаршев, А.В., (2001). *Темперамент и характер: Психологическая диагностика*. Москва: ИСИ
31. Маклаков, А.Г., (2001). *Общая психология*. СПб: Питер. Владос-Пресс.
32. Стреляу Я., (1982). Роль темперамента в психологическом развитии / Пер. с пол. под общ ред. И. В.Равич-Щербо. Москва: Прогресс.

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ ПРОКРАСТИНАЦИИ И ПЕРФЕКЦИОНИЗМА

Марина Ботош

Латвия, Международная Балтийская академия, Рига, профессиональная магистерская программа  
«Психология», [marina.botosa@gmail.com](mailto:marina.botosa@gmail.com)

Научный руководитель: Dr. psych., doc. Е. Шаплавская

Консультант: Prof., Dr. psych. И. Плотка

## АННОТАЦИЯ

Цель: исследование связи прокрастинации и перфекционизма у женщин в разные периоды взрослости. Гипотеза: существует связь между прокрастинацией и перфекционизмом у женщин. Метод: участники - 99 женщин трёх возрастных групп 18-25 лет; 26-39 лет; 40-59 лет. Методики: Procrastination Scale (Lay, 1986);

Almost Perfect Scale - Revised Short form (APS - R; Slaney, Mobley, Trippi, Ashby, & Johnson, 1996). Выявлены корреляционные связи прокрастинации со шкалами опросника перфекционизма.

**Ключевые слова:** несоответствие, перфекционизм, порядок, прокрастинация, стандарты.

## ABSTRACT

The aim: explore the linkage between procrastination and perfectionism in women at different periods of adulthood. Hypothesis: there is a linkage between procrastination and perfectionism in women. Method: participants 99 women in three age groups: 18-25 years; 26-39 years; 40-59 years. Procrastination scale (Lay, 1986); Almost Perfect Scale - Revised Short form (APS - R; Slaney, Mobley, Trippi, Ashby, & Johnson, 1996). Results: found the correlations between the procrastination with perfectionism scales.

**Keywords:** discrepancy, order, perfectionisms, procrastination, standards.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

В последнее десятилетие феномен «перфекционизма» (лат. *perfectio*—совершенство, англ. *perfectionism*) как комбинация исключительно высоких личностных стандартов и чрезмерно критических самооценок [5] стал предметом интенсивных эмпирических исследований. Согласно исследователям [4, 8, 14], определенные аспекты перфекционизма имеют неблагоприятные последствия для психического здоровья, межличностных отношений, успехов в учебе или работе. К таким аспектам относятся чрезмерная озабоченность по поводу ошибок, резкая самокритика, невероятно высокие стандарты или ожидания в отношении собственных результатов, а также выраженная тенденция оценивать свою работу, как не соответствующую уровню собственным или чужим ожиданиям.

Тревога невозможности достижения собственных завышенных стандартов может проявляться в избегающем поведении или прокрастинации (англ. *procrastination* от лат. слов *pro* - впереди и *crastinus* - завтрашний, в русском варианте наиболее соответствующая понятию «откладывание» или «промедление»), представляющей собой адаптивную характеристику личности [8].

Актуальность настоящей статьи, с одной стороны, заключается в попытке преодолеть разногласия о связи перфекционизма и прокрастинации, с другой - важностью исследования данной темы в Латвии, где прокрастинация также имеет широкое распространение, приводя к негативным последствиям, как психологического, так и социального характера.

Целью исследования является изучение связи прокрастинации и перфекционизма у женщин в разные периоды взрослости. В качестве эмпирического исследования перфекционизма использована методика - Almost Perfect Scale - Revised Short form (APS-R), в адаптации R. Buliņa [2]; для исследования прокрастинации методика - Procrastination Scale [7], в адаптации R. Buliņa [1].

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

В настоящее время накоплен достаточно обширный эмпирический материал исследования связи между перфекционизмом и прокрастинацией [8,15,16]. Перфекционизм часто идентифицируются как общий коррелят и возможная причина прокрастинации [4]. Флетт с коллегами предположили, что общее мнение о природе прокрастинаторного поведения состоит в том, что оно связано с чрезмерно высокими стандартами [3]. Однако в целом результаты исследований носят противоречивый характер, что авторы объясняют различными концептуальными подходами и пониманием перфекционизма, лежащими в основе эмпирических исследований. В одном из наиболее ранних исследований [14] было обнаружено, что тревожность, перфекционизм и низкая уверенность в себе являются доминирующими факторами возникновения прокрастинации. Согласно Райс с коллегами [8], перфекционизм лишь в определенных контекстах создает основу для формирования и проявления такой адаптационной черты характера как прокрастинация. К такому же заключению в более раннем исследовании приходит Сео [11]. Согласно его результатам, выявлены слабые или умеренные корреляции между неадаптивными аспектами перфекционизма и различными показателями прокрастинации, тогда как адаптивный перфекционизм таких связей не демонстрирует. Английский психолог Н. Фьоре, опровергает утверждение о связи перфекционизма и прокрастинации. Он утверждает, что перфекционисты откладывают дела значительно реже, чем другие люди [19].

На основе проведенного обзора эмпирических исследований, можно сделать вывод о том, что лишь определенные неадаптивные аспекты перфекционизма имеют связь с прокрастинацией. Социально предписанный перфекционизм коррелирует с общей тенденцией прокрастинации, в то время как позитивный перфекционизм (самоориентированный) не показывает такой связи [3].

Следует отметить, что большая часть исследований, посвященных феномену прокрастинации и ее связи с перфекционизмом, проводилась на выборках студентов. Как правило, она более доступна для исследования. Прокрастинация в более взрослом возрасте исследована в меньшей степени и чаще рассматривается в рамках профессиональной деятельности [20].

### Методология исследования

Участники. 99 женщин. В соответствии с периодизацией взрослости по Ананьеву [17], были выделены три возрастные группы: Группа 1: возраст с 18 до 25 лет, Группа 2: возраст с 26 до 39 лет, Группа 3: возраст с 40 до 59 лет.

Метод. В исследовании используются две методики. Опросник «Almost Perfect Scale-Revised Short form, APS-R» американского автора Р. Слэйни [13], в адаптации Булыни [2]. Структура опросника состоит из 23 вопросов и трех шкал: Стандарты (Standards), Порядок (Order) и Несоответствие (расхождение) (Discrepancy). *Несоответствие* [13] определяется как ощущение неспособности соответствовать установленным для себя высоким критериям, чувством несоответствия между высокими стандартами и качеством реально выполняемой деятельности. *Порядок* - стремление к порядку и организованности [11]. *Стандарты* - личные эталоны достижений, или позитивный фактор перфекционизма. Вторая методика - «Шкала прокрастинации» (Procrastination Scale) К. Лэя [7], в адаптации Р. Булыни [1], включает 20 вопросов, создана для измерения выраженности показателя прокрастинации. Показатель прокрастинации определяется суммированием баллов каждого вопроса для получения единой оценки. В качестве шкалы ответов предлагается 5-бальная шкала Лайкерта (от 1 - совершенно не характерно до 5 - абсолютно характерно).



Процедура. Исследование проводилось в два этапа: создание онлайн-опросов и размещение их в социальной сети с возможностью автоматической обработки данных (в последствии полученные данные были переведены в баллы, в соответствии с ключами методик).

## РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS

Полученные данные подвергались статистической обработке с помощью программы SPSS 20.0 и Excel - 2010. Проверялась надёжность опросников методом вычисления коэффициента Альфа - Кронбаха ( $\alpha$ ). Для опросника прокрастинации, состоящего из 20 утверждений (пунктов-items) Альфа - Кронбаха составил -  $\alpha = .82$ . Для теста перфекционизма по всем 23 вопросам (пунктов-items) Альфа - Кронбаха составил ( $\alpha = .89$ ). Альфа-Кронбаха отдельно для 3 шкал находится в пределах от  $\alpha = .77$  до  $\alpha = .92$ .

Для исследования связи между переменными был использован корреляционный анализ с применением коэффициента корреляции Спирмена ( $r_s$ ).

Результаты исследования показали, что существует положительная корреляционная связь прокрастинации со шкалой перфекционизма – Несоответствие ( $r_s = .68$ ;  $p < .05$ ) в возрастной группе 18-25 лет, и отрицательная связь прокрастинации со шкалами перфекционизма – Стандарты ( $r_s = -.27$ ;  $p < .05$ ) и Порядок ( $r_s = -.43$ ,  $p < .001$ ) в возрастной группе 26-39 лет (Рис. 1).



Рисунок 1. Схема корреляционных связей.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

Гипотеза о существовании связи прокрастинации и перфекционизма у женщин подтвердилась.

Полученные результаты согласуются с ранее проведенными исследованиями, согласно которым определенные аспекты перфекционизма имеют неблагоприятные последствия для психического здоровья, межличностных отношений, успехов в учебе или работе. К таким аспектам относятся чрезмерная озабоченность по поводу ошибок, резкая самокритика, невероятно высокие стандарты или ожидания в отношении собственных результатов, а также выраженная тенденция

оценивать свою работу, как не соответствующую уровню собственным или чужим ожиданиям. Выраженный дезадаптивный перфекционизм, когда личность стремится к недостижимым стандартам выполнения деятельности, испытывая при этом страх неуспеха и боязнь разочаровать других, может обуславливать проявление прокрастинации.

Прокрастинация обычно проявляется в деятельности, результат которой очень важен для личности. Повышенную значимость результата, определяющую ситуацию его оценки как стрессовую, могут обусловить такие явления, как перфекционизм.

Люди с высоким уровнем перфекционизма склонны либо выполнять дело хорошо, либо откладывать его реализацию до тех пор, пока не достигнут идеального результата [10].

Результаты исследования позволяют предложить способы работы по борьбе с прокрастинацией и перфекционизмом. Борьба с перфекционизмом включает ослабление завышенных стандартов и изменение перфекционистских убеждений, т.е. рассматривать свои стандарты как «возможности» при реализации каких-либо видов деятельности. Для снижения уровня прокрастинации необходимо правильное распределения дел по степени их важности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ДРУГИХ ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. Buliņa, R. (2011). Prokrastinācijas aptauja. Rīga: Latvijas Universitāte. Npublicēts pilotpētījums.
2. Buliņa, R. (2014). Relations Between Adaptive and Maladaptive Perfectionism, Self-Efficacy, and Subjective Well-Being. *Psychology Research*, 4(10), 835-842.
3. Flett, G. L., Blankstein, K. R., Hewitt, P. L., & Koledin, S. (1991). Components of perfectionism and procrastination in college students. *Social Behavior and Personality*, 20, 85-94. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.2224/sbp.1992.20.2.85>
4. Flett, G., Hewitt, P., Davis, R., & Sherry, S. (2004). Description and counseling of the perfectionistic procrastinator. In H.Schouwenberg, C.Lay, J. R.Ferrari, & T. Pychyl (Ed.), *Counseling the procrastinator in academic settings* (pp. 181-194). Washington, DC: American Psychological Association. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1037/10808-013>
5. Frost, R. O., Marten, P., Lahart, C., & Rosenblate, R. (1990). The dimensions of perfectionism. *Cognitive Therapy and Research*, 14, 449-468. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1007/BF01172967>
6. Hewitt, P. L., & Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 45-470. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.60.3.456>
7. Lay, C. H. (1986). At last, my research article on procrastination. *Journal of Research in Personality*, 20(4), 474-495. Retrieved from [http://dx.doi.org/10.1016/0092-6566\(86\)90127-3](http://dx.doi.org/10.1016/0092-6566(86)90127-3)
8. Rice, K. G., Richardson, C. M. E., & Clark, D. (2012). Perfectionism, procrastination, and psychological distress. *Journal of Counseling Psychology*, 59(2), 288-302.
9. Rice, K. G., Richardson, C. M., & Tueller, S. (2014). The short form of the revised almost perfect scale. *Journal of Personality Assessment*, 96(3), 368-379. Retrieved from [doi: 10.1080/00223891.2013.838172](https://doi.org/10.1080/00223891.2013.838172)
10. Saplavska, J., & Jerkunkova, A. (2018). Academic procrastination and anxiety among students. *Proceedings 17<sup>th</sup> International Scientific Conference Engineering for Rural Development, Jelgava, Latvia, 23.-25.05.2018*. V.17 (pp.1192-1197).
11. Seo, E. H. (2008). Self-efficacy as a mediator in the relationship between self-oriented perfectionism and academic procrastination. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 36(6), 753-764. Retrieved from <https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.6.753>
12. Slaney, R. B., & Johnson, D. G. (1992). *The Almost Perfect Scale*. Unpublished manuscript, Pennsylvania State University, State College.

13. Slaney, R. B., Mobley, M., Trippi, J., Ashby, J. S., & Johnson, D. (1996). *Almost Perfect Scale - Revised*. Unpublished manuscript, Pennsylvania State University, State College
14. Slaney, R. B., Rice, K. G., Mobley, M., Trippi, J., & Ashby, J. S. (2001). The Revised Almost Perfect Scale. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 34, 130-145.
15. Solomon, L. J., & Rothblum, E. D. (1984). Academic procrastination: Frequency and cognitive-behavioral correlates. *Journal of Counseling Psychology*, 31, 503-509. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0022-0167.31.4.503>
16. Steel, P. (2007). The nature of procrastination: A meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological Bulletin*, 133, 65-94. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.1.65>
17. Ананьев, Б. Г. (1980). *Избранные психологические труды*. М.: Педагогика, 188-189.
18. Реан, А. А. (2002). *Психология человека от рождения до смерти*. С-Пб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 425-431.
19. Фьоре, Н. (2013). *Лёгкий способ перестать откладывать дела на потом*. М.: Манн, Иванов и Фербер, с. 288.
20. Шемякина, О. (2013). Влияние прокрастинации на уровень стресса у студентов. *Психология и право*, 4, с. 24. Retrieved from <http://psyjournals.ru/psyandlaw/2013/n4/66242.shtml>

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ ЗАВИСИМОСТИ ОТ СМАРТФОНА И ОДИНОЧЕСТВА У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ 16-19 ЛЕТ

Александр Мартыненко,

Латвия, Балтийская Международная академия, Рига,  
Профессиональная магистерская программа «Психология»  
alexmart379@gmail.com

Научный руководитель: доктор психологии,  
доцент Алёна Корнышёва

## АННОТАЦИЯ

В данном исследовании зависимость от смартфона изучается как значимый конструкт в связи с одиночеством. Гипотеза исследования: существует связь между зависимостью от смартфона и субъективным чувством одиночества у молодых людей 16-19 лет. Участники 145 человек в возрасте от 16 до 19 лет ( $Mdn = 17$ ). Метод: шкала зависимости от смартфона (Smartphone Addiction Scale (SAS); Kwon et al., 2013); шкала одиночества (UCLA Loneliness Scale Version 3; Russell, 1996). Результаты: в группе участников с высокими показателями зависимости выявлены положительные связи зависимости от смартфона, субшкал изъятие и чрезмерное использование с одиночеством. Значимым предиктором одиночества являются нарушение повседневной жизни, чрезмерное использование и отношения, ориентированные на киберпространство. Вывод: выявленные положительные связи одиночества с зависимостью от смартфона указывают на то, что молодые люди, испытывая негативные эмоции в связи с затруднением формирования непосредственных социальных отношений, будут стремиться компенсировать их, уходя в виртуальную среду и постепенно увеличивая частоту использования.

**Ключевые слова:** зависимость от смартфона, одиночество, молодые люди, чрезмерное использование смартфона.

## ABSTRACT

In this research, smartphone addiction is studied as a significant construct in relationship with loneliness. Research hypothesis: there is a relationship between smartphone addiction and the subjective feeling of loneliness in young people aged 16-19. Participants: 145 young people aged 16 to 19 years ( $Mdn = 17$ ). Method: Smartphone Addiction Scale (SAS); Kwon et al., 2013); Loneliness Scale (UCLA Loneliness Scale Version 3; Russell, 1996). Results: in the group of participants with high addiction rates, positive relationships were revealed for smartphone addiction, subscale withdrawal and excessive use with loneliness. A significant predictor of loneliness is daily-life disturbance, overuse, cyberspace-oriented relationship. Conclusion: the identified positive relationship of loneliness with smartphone addiction indicate that young people, experiencing negative emotions due to the difficulty in forming direct social relationships, will seek to compensate for them by going into a virtual environment and gradually increasing the frequency of use.

**Key words:** smartphone addiction, loneliness, young people, excessive use of a smartphone.

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Исследование зависимости от смартфона является актуальным и значимым направлением в области социальной психологии при изучении механизмов возникновения и развития различного рода зависимостей индивида, в том числе поведенческого типа. Результаты исследований многих авторов показывают, что чрезмерное использование смартфона может вызывать у индивида различные физические и психические негативные последствия, такие как, поведенческая зависимость [5, 11], а также умственную перегрузку [14], нарушения сна, пищевые расстройства [22], дисфункциональное социальное поведение [23], боли в запястье и шее, ухудшение зрения [14], головные боли [2] и др., при этом оказывая особое влияние на возрастную группу подростков и молодых людей [4]. Одним из значимых факторов, способствующих развитию зависимости, по результатам различных исследований является одиночество [2, 17, 3].

Цель работы - изучение связи зависимости от смартфона и субъективного чувства одиночества у молодых людей 16-19 лет. Гипотеза: существует связь зависимости от смартфона и субъективного чувства одиночества у молодых людей 16-19 лет.

Метод исследования: методика изучения зависимости от смартфона (Smartphone Addiction Scale (SAS); Kwon, Lee, Won, Park, Min, Hahn, Gu, Choi, & Kim, 2013) [15] в лингвистической адаптации Л. Рудик и А. Корнышевой и методика изучения субъективного чувства одиночества (UCLA Loneliness Scale Version 3; Russell, 1996) [20] в адаптации И. Ишмухаметова (2006) [24].

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION

В психологии под зависимостью традиционно понималось психическое и физическое влечение к физическим веществам. С появлением и распространением IT технологий психологами были выявлены новые виды поведенческой зависимости, которая вызывается конкретными моделями поведения. К ним относят такие виды зависимости как, интернет и игровая зависимость, зависимость от социальных сетей, а также новый вид зависимости от смартфона.

В психологическом словаре APA зависимость от смартфона (англ. smartphone addiction) рассматривается как вид поведенческой зависимости, которая может быть определена как расстройство, в котором поведение функционирует для получения удовольствия или облегчения чувства боли и стресса, и при котором человеку не удается контролировать свое поведение, в результате чего он продолжает зависимое поведение, несмотря на значительные негативные последствия [1].

Perlman и Peplau [18] в 1981 году стали первыми, кто попытался изучить данную проблематику. Им удалось выявить, что электронные технологии влияют на межличностную коммуникацию и вызывают социальный стресс.

Griffiths [10] в 1996 году создал концепцию технологической зависимости, которую начал рассматривать как вид нехимической поведенческой зависимости, и которая включала расстройство импульсного контроля, связанного с нехимическим взаимодействием человека и машины.

В своих исследованиях Whang, Lee и Chang [23] в 2003 году расширили определение Griffiths, определив смартфон-зависимость как расстройство импульсного контроля без участия вещества, схожее с патологической азартной игрой.

Kwon, Lee, Won, Park, Min, Hahn, Gu, Choi, и Kim [15] в 2013 году определили зависимость от смартфона как вид Интернет-зависимости и выделили шесть факторов зависимости: нарушение повседневной жизни; позитивное ожидание; изъятие; отношения, ориентированные на киберпространство, чрезмерное использование и толерантность.

В психологическом словаре APA одиночество (англ. loneliness) описывается как аффективный и когнитивный дискомфорт или беспокойство от бытия или восприятия себя одиноким [1].

Изучая феномен одиночества, психологи выявили его различия с такими понятиями, как «уединение» и «изоляция», полагая, что одиночество имеет особый негативный внутренний психический контекст. Perla [18] отмечает, что уединение не обязательно может быть связано с одиночеством (как негативным эмоциональным состоянием) и что люди могут быть субъективно счастливы и в затворничестве.

В процессе изучения феномена одиночества различными исследователями были предприняты попытки определить причины возникновения и развития одиночества. Так, Horney [12] рассматривала одиночество как следствие негативного проявления идеологии рыночных отношений, конкурентности человека с человеком. Rogers [19] определял одиночество как проявление слабой приспособляемости личности, а причиной его – феноменологическое несоответствие представлений индивида о собственном «Я». Frankl [9] предполагал, что человек попадает в состояние одиночества, утратив определенные ценности и смысл жизни. Russell [20] определил одиночество как субъективное ощущение социальной изоляции, отметив, что одиночество является результатом неудовлетворенности важными аспектами отношений, в частности, качеством отношений или отсутствием определенного типа отношений.

В настоящее время отсутствуют исследования, которые бы полностью доказывали связь между зависимостью от смартфона и одиночеством. Это связано, как со сложностью изучения каждого конструкта в отдельности, так и с тем, что феномен зависимости от смартфона является достаточно молодым, поэтому для его изучения, диагностики и профилактики необходимы теории и методики только формируются и проверяются на практике. Так же нет возможности проверить влияния зависимости от смартфона на популяцию в длительном временном отрезке. Но все же в большинстве исследований, которые будут представлены ниже, при исследовании зависимости от смартфона и одиночества авторы подтверждают связь между данными конструктами.

Tan и коллеги [21] в 2013 году провели исследование одиночества и смартфона, в котором проверялась связь между данными переменными. Результаты исследования показали, что одиночество было в значительной степени связано с чрезмерным использованием смартфона.

Durak [8] в 2018 было проведено исследование, направленное на определение у молодых людей уровня номофобии (Dixit et al. [7]), а также проверки ее связи с такими переменными как локус контроля и одиночество. В результате была выявлена существенная связь между номофобией и одиночеством.

Dikeç с коллегами [6] в 2017 провели исследование, в котором они попытались узнать может ли зависимость от смартфона коррелировать с одиночеством у учащихся старших классов. В результате ими была выявлена значительная положительная связь между данными переменными.

Анализ данного материала позволяет выдвинуть гипотезу о том, что существует связь между зависимостью от смартфона и субъективным чувством одиночеством у молодых людей от 16 до 19 лет.

### **Методология исследования**

Участники: 145 молодых людей в возрасте от 16 до 19 лет (*Mdn* = 17 лет), из них 75 девушек и 70 юношей. Такой возрастной диапазон был выбран исходя из исследований, проведенных Park, Hyun, Kim, & Lee [17] в 2014 году, в котором было выявлено, что молодые люди более уязвимы к побочным эффектам смартфонов, чем представители более старших возрастных групп.

Метод: для исследования были применены методика «Шкала зависимости от смартфона» (Smartphone Addiction Scale (SAS); Kwon, Lee, Won, Park, Min, Hahn, Gu, Choi, & Kim, 2013) [15] в лингвистической адаптации Л. Рудик и А. Корнышевой. Методика направлена на исследование зависимости от смартфона подростков и взрослых. Она состоит из 33 утверждений, которые образуют шесть субшкал: нарушение повседневной жизни; позитивное ожидание; изъятие; отношения,

ориентированные на киберпространство; чрезмерное использование; толерантность. Для исследования была так же применена методика «Шкала одиночества» (UCLA Loneliness Scale Version 3; Russell, 1996) [20] в адаптации Ишмухаметова (2006) [24]. Данная методика направлена на измерение и оценку субъективного чувства одиночества. Шкала состоит из 20 утверждений, которые образуют одну субшкалу, которая измеряет субъективное чувство одиночества.

## РЕЗУЛЬТАТЫ. REZULTĀTI

Результаты корреляционного анализа  $r_s$  между зависимостью от смартфона и одиночеством для всей выборки ( $n = 145$ ) показали, что субшкала «Зависимость от смартфона» коррелирует с субшкалой «Субъективного чувства одиночества» ( $r(145) = .29, p = .001$ ) Данный результат указывает на то, что индивид, испытывая негативные чувства от одиночества, пытается их компенсировать, начиная более активно использовать свой смартфон, что в свою очередь еще больше усиливает зависимость от него.

Выявленная связь субшкалы «Нарушение повседневной жизни» с субшкалой «Одиночества» ( $r(145) = .26, p = .002$ ) указывает на то, что одиночество может не только вызывать глубокие эмоциональные страдания, но также, влиять на психическое и физическое состояние молодых людей, соответственно вызывая у них психические и физические нарушения.

Связь субшкалы «Изыятие» с субшкалой «Одиночества» ( $r(145) = .25, p = .001$ ) показывает, что молодые люди, испытывающие чувство одиночества, будут острее переживать нетерпеливые, раздражительные и невыносимые ощущения, когда смартфон недоступен.

Выявленная связь субшкалы «Отношения, ориентированные на киберпространство» с субшкалой «Одиночества» ( $r(145) = .18, p = .033$ ) отражает более близкие отношения молодых людей данной выборки с друзьями в социальных сетях, чем в реальной жизни.

В свою очередь связь субшкалы «Чрезмерное использование» с субшкалой «Одиночества» ( $r(145) = .33, p = .001$ ) указывает на то, что молодые люди, с высоким уровнем одиночества больше времени в день проводят, используя свой смартфон, чтобы компенсировать негативное влияние одиночества.

Корреляционный анализ  $r_s$  между зависимостью от смартфона и одиночеством для группы участников с высокими показателями зависимости ( $n = 71$ ) показал, что значимыми факторами связи с одиночеством являются изыятие ( $r(71) = .25, p = .001$ ) и чрезмерное использование ( $r(71) = .28, p = .02$ ), что проявляется в постоянном, часто беспричинном использовании смартфона, а также в негативных ощущениях, когда смартфон недоступен.

В результате корреляционного анализа не было выявлено значимых связей между шкалой одиночества и зависимостью от смартфона, а также ее субшкалами у группы испытуемых с низкими показателями зависимости от смартфона ( $n = 74$ ).

По результатам множественного регрессионного анализа ( $n = 145$ ), было выявлено, что основной вклад в зависимость от смартфона вносят переменные нарушение повседневной жизни ( $\beta(145) = .18, p = .03$ ), чрезмерное использование ( $\beta(145) = .18, p = .05$ ) и отношения, ориентированные на киберпространство ( $\beta(145) = .17, p = .05$ ). Постоянное, многочасовое нахождение в виртуальном пространстве и общение в нем, может серьезно сказываться на качестве реальной социальной жизни индивида, а также на его психическом и физическом состоянии, что в свою очередь может вызывать и увеличивать показатели субъективного чувства одиночества.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

В результате проведенного исследования осуществлена цель исследования, которая была направлена на изучение связи зависимости от смартфона и субъективного чувства одиночества у молодых людей 16-19 лет, и реализованы основные задачи.

В ходе исследования констатировано, что показатели зависимости от смартфона отражают общую тенденцию выбора определенной модели поведения, цель которой может заключаться в попытке избегания проблем в реальной жизни, а также компенсации дисфорических влияний, что в свою очередь, может приводить к развитию паталогического использования смартфона.

Результаты данного исследования соответствуют ожидаемым результатам в контексте связи зависимости от смартфона и субъективного чувства одиночества.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. *APA Dictionary of Psychology* (2015). Washington, DC: American Psychological Association, XVI.
2. Balikci, K., Cem Ozcan, I., Turgut-Balik, D., & Balik, H. (2005). A survey study on some neurological symptoms and sensations experienced by long term users of mobile phones. *Pathologie Biologie*, 53(1), 30-34.
3. Bian, M. & Leung, L. (2014). Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Patterns of Smartphone Use to Social Capital. *Social Science Computer Review*, 33(1), 61-79.
4. Carbonell, X., Oberst, U., & Beranuy, M. (2013). The cell phone in the twenty-first century: A risk for addiction or a necessary tool? *Principles of addiction*, 1, 901-909.
5. Choi, H., Lee, H., & Ha, J. (2012). The influence of smartphone addiction on mental health, campus life and personal relations - Focusing on K university students. *Journal of the Korean Data and Information Science Society*, 23(5), 1005-1015.
6. Dikeç, G., Yalınz, T., Bektaş, B., Turhan, A., & Çevik, S. (2017). Relationship between Smartphone Addiction and Loneliness among Adolescents. *Journal of Dependence*, 18(4), 103-111
7. Dixit, S., Shukla, H., Bhagwat, A., Bindal, A., Goyal, A., Zaidi, A., & Shrivastava, A. (2010). A study to evaluate mobile phone dependence among students of a medical college and associated hospital of central India. *Indian Journal of Community Medicine*, 35(2), 339-341.
8. Durak, H.Y. (2018). What Would You Do Without Your Smartphone? Adolescents' Social Media Usage, Locus of Control, and Loneliness as a Predictor of Nomophobia. *Turkish Green Crescent Society*, 5(2), 1-15
9. Frankl, V.E. (1978). *The unheard cry for meaning*. New York: Simon & Schuster
10. Griffiths, M.D. (1996). Internet addiction: An issue for clinical psychology? *Clinical Psychology Forum*, 97, 32-36.
11. Haverlag, D. (2013). *Compulsief gebruik van sociale media op de smartphone*. University of Utrecht, Utrecht.
12. Horney, K. (1937). *The neurotic pezsonality of our time*. New Jork: Norton.
13. Kim, D., Lee, Y., Lee, J., Nam, J. K., & Chung, Y. (2014). Development of Korean Smartphone Addiction Proneness Scale for Youth. *PLoS One*, 9(5), e97920.
14. Kwon, M., Kim, D.-J., Cho, H., Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a Short Version for Adolescents. *PLoS One*, 8(12), e83558.
15. Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., Gu, X., Choi, J. H., & Kim, D. J. (2013). Development and validation of a smartphone addiction scale (SAS). *PloS One*, 8, e56936.
16. Mok, J. Y., Choi, S. W., Kim, D. J., Choi, J. S., Lee, J., Ahn, H., Choi, E. J. & Song, W. Y. (2014). Latent class analysis on internet and smartphone addiction in college students. *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 10, 817–828.
17. Park, N., & Lee, H. (2012). Social Implications of Smartphone Use: Korean College Students' Smartphone Use and Psychological Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(9),491-497.
18. Perlman, D. & Peplau, L.A. (1981). *Toward a social psychology of loneliness*. Personal relationships 3: Personal relationships in disorder. In: S.Duck & R.Gilmour (Eds.). London.



19. Rogers, C.R. (1973). *The lonely person and his experiences in an encounter group*. New York: Harper & Row
20. Russell, D. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66, 20-40.
21. Tan, G., Pamuk, M., & Donder, A. (2013). Loneliness and Mobile Phone. *Social and Behavioral Sciences*, 103, 606-611.
22. Thomée, S., Eklöf, M., Gustafsson, E., Nilsson, R., & Hagberg, M. (2007). Prevalence of perceived stress, symptoms of depression and sleep disturbances in relation to information and communication technology (ICT) use among young adults - an explorative prospective study. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1300-1321.
23. Whang, L.S.M., Lee, S., & Chang, G. (2003). Internet Over-Users' Psychological Profiles: A Behavior Sampling Analysis on Internet Addiction. *CyberPsychology & Behavior*, 6(2), 143-150.
24. Ишмухаметов, И. (2006). Психометрические характеристики шкалы одиночества UNCLA (версия 3): Изучения студентов вуза. *Computer Modelling and New Technologies*, 10(3).

# ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ АЛЕКСИТИМИИ И БАЗОВЫХ ЧЕРТ ЛИЧНОСТИ УЧИТЕЛЕЙ

Павел Плюхин

Латвия, Балтийская Международная академия,  
Рига, магистратура психология,  
pavels.pluhins@inbox.lv

Научный руководитель: Dr. psych., prof. Irina Plotka

## АННОТАЦИЯ

Проблема идентификации и вербализации собственных эмоциональных переживаний и понимания чувств других людей в различных профессиональных группах является актуальной. Гипотеза: существует связь алекситимии с базовыми чертами личности у учителей. Методология исследования: Участники: 102 учителя средних школ, женщины, возраст испытуемых от 24 до 68, (Mdn =50); самооценочные измерения: Пятифакторный опросник личности (5PFQ) Tsuji H. (1996) в адаптации Хромова (2010); Торонтская Алекситимическая Шкала (TAS) Taylor G. в адаптации Ерьсько Д, Исурина Г, Кайдановская Е, Карвасарский Б, Карпова Э, Корепанова Т & Крылова Г. (2005). Результаты: выявлены статистически значимые отрицательные связи выраженности алекситимии с такими личностными факторами как естественность  $r(102)=-.267, p=.007$ ; эмоциональная сдержанность  $r(102)=-.214, p=.031$  и практичность  $r(102)=-.239, p=.016$ . Результаты исследования могут быть применены для создания программ повышения эмоционального интеллекта учителей.

**Ключевые слова:** алекситимия, эмоции, учителя, черты личности

## ABSTRACT

Problem of identification and verbalization of own emotional experiences and understanding of feelings of other people, in various professional groups is relevant. Hypothesis: There is links of alexithymia and basic personal traits of teachers. Participants: 102 teachers secondary schools, female (Mdn = 50). Self-assessments measures: Five-Factor Personality Questionnaire (5PFQ) by Tsuji H.; Toronto Alexithymia Scale (TAS) by Taylor J. Results: significant negative link between expressiveness of alexithymia and factors such as naturalness  $r(102) = -.267, p = .007$ , emotional restraint  $r(102) = -.214, p = .031$  pragmatism  $r(102) = -.239, p = .016$ . The results of the study can be applied to create programs to increase the emotional intelligence of teachers.

**Keywords:** alexithymia, emotions, teachers, personality traits

## ВВЕДЕНИЕ. INTRODUCTION

Личностные особенности учителя, его способность находить верные подходы к ученикам в процессе обучения влияют на психическое здоровье подрастающего поколения. Интерес представляет анализ работ, направленных на изучение алекситимии с личностными чертами [5, 15, 13, 14]. Алекситимия — неспособность выражать, описывать или различать эмоции и является важным фактором психологического здоровья учителя, которое влияет и на психологическое здоровье учеников. Функция учителя состоит не только в передаче свои специальные знания ученикам, но и обучать пониманию эмоциональных состояний, рефлексии. Вышеперечисленные аргументы позволили выдвинуть гипотезу о существовании связи алекситимии и базовых черт личности у учителей. Знание закономерностей связи между вышеупомянутыми переменными позволит

проводить профилактические мероприятия, направленные на повышение эмоционального интеллекта учителей.

## **ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ. BASIC THEORETICAL AND PRACTICAL PROVISION**

Специфика деятельности учителя требует владения ситуациями, которые связаны с проявлением эмоций. Проявление эмоций – необходимая составляющая целостности личности, а блокировка эмоций приводит к риску возникновения психосоматических расстройств [8].

Согласно Американской психологической ассоциации (АРА) под алекситимией понимают неспособность выражать, описывать или различать эмоции. [1]. Алекситимию принято разделять на первичную и вторичную. Первичная или врожденная алекситимия является конституциональной особенностью личности и имеет выявляемый органический субстрат [17, 4, 19]. Истоками происхождения первичной алекситимии, плохо поддающейся коррекции [20], могут являться особенности внутриутробного развития, последствия родовых травм, или при родах, перенесённые в раннем возрасте заболевания. На развитие вторичной алекситимии определенным образом влияют последствия различных расстройств [2] (например, депрессия, некоторые хронические заболевания, эмоционально-волевые нарушения), неправильное воспитание ребенка, процесс преодоления человеком стрессовых состояний [3], а также рассматривается как своеобразный защитный механизм. Учителя с выраженной алекситимией демонстрируют затруднительное общение с учениками, предпочитают деструктивные стратегии преодолевающего поведения, блокируют проявление эмоций. [18]. Ранее проведённые исследования, показывают, что факторы личности в различных комбинациях, и с различной силой связи коррелируют с показателями алекситимии. При алекситимии, чаще проявляется внешне ориентированный тип мышления, и наблюдается тенденция к проявлению внешнего локуса контроля [9]. Было установлено, что алекситимия может являться предиктором таких черт личности как Экстраверсия, Открытость, Нейротизм [15]. Другие исследователи установили связь показателей алекситимии с такими качествами как Нейротизм, Враждебность, Фантазия, Открытость, Экстраверсия, Доброжелательность. [14]. Одно из исследований [13] показало, что алекситимия имеет позитивную связь с невротическим состоянием, а также обратную зависимость с экстравертированностью и открытостью. Для изучения черт личности учителей в работе использовалась пятифакторная модель личности Tsiuji [11] в русскоязычной адаптации Хромова [21], которая включает в себя пять измерений Экстраверсия, Нейротизм, Добросовестность, Доброжелательность и Открытость опыту [1]. Базируясь на вышеупомянутых умозаключениях, была выдвинута цель и гипотеза настоящего исследования о существовании связи алекситимии и базовых черт личности у учителей.

### **Методология исследования.**

Участники исследования: 102 учителя средних школ, женщины, возраст испытуемых от 24 до 68, (Mdn =50). Стратегия метода выборки: целевая, по возможности. Самооценочные методики: Торонтская Алекситимическая Шкала (TAS) создана Taylor (1984) в русскоязычной адаптации Ерьско Д, Исурина Г, Кайдановская Е, Карвасарский Б, Карпова Э, Корепанова Т & Крылова Г. 2005 [16] которая выявляет наличие алекситимии, промежуточную степень (группу риска) и отсутствие алекситимии. Пятифакторный опросник личности Tsiuji Н. (1996) в русскоязычной адаптации Хромова (2010) [21], описывающая биполярные черты личности, которые представлены высокими значениями факторов такими как: Экстраверсия, Привязанность, Контролирование, Эмоциональность и Экспрессивность и низкими значениями факторов: Интроверсия, Отделенность, Естественность Эмоциональная сдержанность и Практичность. Для обработки результатов применялся ранговый критерий Пирсона.

## РЕЗУЛЬТАТЫ. RESULTS

В результате исследования были обнаружены отрицательные связи уровня алекситимии с факторами «Контролирование – Естественность»  $r(102) = -.267, p = .007$ . «Эмоциональность – Эмоциональная сдержанность»  $r(102) = -.214, p = .031$  «Экспрессивность – Практичность»  $r(102) = -.239, p = .016$ .

Низкие значения фактора «Контролирование – Естественность» определяют человека, который редко проявляет в своей жизни волевые качества, характерным является отсутствие упорства. При решении трудных задач предпочитают стандартные решения, стараясь все продумать и предусмотреть, чаще выбирается путь наименьшего сопротивления, иногда менее значимый для решения проблемы, при этом человек может опасаться своих поступков, сделанных под влиянием эмоций. [22] Эта личностная черта соотносится с теми признаками, которые отмечают и исследователи алекситимии. Поиск стандартных путей может вступать в противоречие с проявлением гибкости при работе с учениками.

Низкие значения фактора «Эмоциональность – Эмоциональная сдержанность» свойственны эмоционально устойчивым людям, сохраняющим спокойствие и уравновешенность в неблагоприятных ситуациях. Проявляя свою эмоциональность, учитель может опасаться, что она будет трактоваться как «слабость», и, тем самым он лишит себя основного преимущества перед учениками – своего авторитета. [22]

Возможно, учитель, контролируя и сдерживая свои эмоции, пытается защитить свою позицию. Однако, использование такого рода стратегии, постоянного вуалирования своих эмоций и чувств, может способствовать развитию у учителя вторичной алекситимии [19]

Фактор «Экспрессивность – Практичность» характеризует адаптацию к различным жизненным ситуациям. Низким значениям соответствуют такие личностные особенности как реалистичность во взглядах на жизнь, отсутствие гибкости, избегание излишних социальных контактов, поиск рациональных объяснений. [22]. Люди с алекситимичным типом личности лишены самосознания [6], понимания своих чувств, когда внутри бушуют эмоции. В аспекте вышесказанного, выявленная связь алекситимии с практичностью – личностной характеристикой, отражающей неоткликаемость на чужие эмоции и соответственно негибкость поведения, представляется закономерной. Итогом такого отношения может стать недостаточное психологическое сопровождение ученика учителем. Что касается отмечаемой негибкости поведения, в профессии учителя эта характеристика является не только нежелательной, но и несет в себе определенные риски.

## ВЫВОДЫ. CONCLUSIONS

В результате исследования была реализована цель и подтверждена гипотеза Теоретический анализ указывает, что алекситимия – комплексный конструкт, связанный с проявлением соответствующих черт личности. Было проведено эмпирическое исследование, подобран адекватный инструментарий для измерения переменных - алекситимии и базовых черт личности. Корреляционный анализ указал на наличие статистически значимых связей между алекситимией и факторами «Естественность», «Эмоциональная сдержанность» и «Практичность». Данные тенденции подтверждаются результатами исследований других ученых. Перспектива дальнейших исследований связана с изучением влияния профессионального выгорания на проявление алекситимичности учителей [10, 12]

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ. REFERENCES

1. American Psychological Association. (2009) APA Concise Dictionary of Psychology, Washington, DC. American Psychological Association.
2. Apfel, R. (1979) Alexithymia: Concept and measurement. «Psychotherapy and

- Psychosomatics». Vol. 32, № 1. – P. 180–191.
3. Connelly M., & Denney DR. (2007). Regulation of emotions during experimental stress in alexithymia. *Journal of psychosomatic research*.
  4. Heiberg An. & Heiberg A. (1978) A possible genetic contribution to the alexithymia trait. *Psychotherapy Psychosomatic*. ;30 (3-4):205-10.
  5. Heshmati R., Azmoodeh S. (2017) Study of alexithymia trait based on Big-Five Personality Dimensions. *Mediterranean Journal of Clinical Psychology MJCP*
  6. Goleman D. (1996). *Emotional Intelligence*. New York, NY: Bantam Book.
  7. Koustelios, A. & Tsigilis, N. (2005). The relationship between burnout and job satisfaction among physical education teachers: A multivariate approach. „*European Physical Education Review*”.. 11, 189–203.
  8. Luminet O., Bagby R., Wagner H., Taylor G., & Parker J. (1999) Relation between alexithymia and the five-factor model of personality: a facet-level analysis. *Journal of Personal Assess*. Dec; 73(3):345-58.
  9. Marty, P., & Debray, R. (1989). Current concepts of character disturbances. *Psychosomatic medicine: Theory, physiology, and practice*, 159–184.
  10. Mattila A. Ahola K. Honkonen T & Salminen J. 2007. Alexithymia and occupational burnout are strongly associated in working population. *Journal of Psychosomatic Research*
  11. Tsuji, X. (1996). Standardization of the Five-Factor Personality Questionnaire. XXVI International Congress of Psychology, Montreal, Canada
  12. Parker J, Taylor G. & Bagby M. (2001). The relationship between emotional intelligence and alexithymia. . *Personality and Individual Differences*
  13. Yekta M., Besharat M, & Roknoldini E. (2011).Explanation of alexithymia in terms of personality dimensions in a sample of general population. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
  14. Zimmermann G, Rossier J, Meyer de Stadelhofen F. & Gaillard F. (2005). Alexithymia Assessment and Relations with Dimensions of Personality. *European Journal of Psychological Assessment*.
  15. Wise T, Mann L & Shay L (1992). Alexithymia and the five-factor model of personality. *Comprehensive Psychiatry*. May-Jun; 33(3):147-51.
  16. Ересъко Д, Исурина Г, Кайдановская Е, Карвасарский Б, Карпова Э, Корепанова Т & Крылова Г. (2005) Алекситимия и методы её определения при пограничных психосоматических расстройствах. Пособие для врачей и медицинских психологов. НИПНИ им. Бехтерева. и др.–СПб.: Издательский центр отделения научно-медицинской информации.
  17. Калинин. В. (1995) Алекситимия, мозговая латеритизация и эффективность терапии ксанаксом у больных паническим расстройством. *Социальная клиническая психиатрия* .
  18. Казановская И., & Янсон В. (2016) Защитные механизмы психики в контексте алекситимических черт личности педагогов. *Материалы V Международной научной конференции*. Кострома
  19. Кристал Г. & Кристал Д. (2006.) *Интеграция и самоисцеление. Аффект — травма — алекситимия*. «Институт общегуманитарных исследований».
  20. Провоторов В., Крутько В. & Будневский А. (2000) Особенности психологического статуса больных бронхиальной астмой с алекситимией. *Пульмонология*. № 3. –С. 30-35
  21. Хромов А. (2010). *Пятифакторный опросник личности: Учебно-методическое пособие*. Издательство Курганского государственного Университета.

# TRANSFORMATION OF STUDENT SUBJECTIVITY: HUMANITARIAN COMPONENT OF LEGAL EDUCATION AND INTERNAL MOTIVATION OF THE STUDENT

Sergey Gorin, Russia,

Siberian University of consumer cooperation, e-mail: info@gem.nsk.ru

## ABSTRACT

The article deals with the processes of transformation of student subjectivity as they acquire academic experience and professional knowledge. Some reasons of decrease in activity in educational process, lack of interest to individual educational trajectories and misunderstanding of competence - oriented educational model are noted.

As an empirical basis, the article uses the data of a sociological survey of students of legal specialties in comparison with the opinions of graduates of various training profiles of four Novosibirsk and Altai universities and three educational institutions of additional education, as well as expert assessments of almost a hundred teachers of higher education in the Siberian region.

**Keywords:** social subject, transformation of the educational system, legal education, student mentality and subjectivity, individual educational trajectories, educational standards, competence-oriented model of education, methodical "foaming", motivation for choosing a profession.

## INTRODUCTION

The interests and motivations of students are undergoing significant changes as they gain experience in university life and learn from educational disciplines. The usage of sociological kit in the article and analysis of the widest range of opinions of the expert community implies identification for the causes of the following negative transformation tendencies: a decrease in creative activity in the education process, formal subordination to the changing rules of its methodical provision, passivity in the choice of individual educational paths and conformity to a competently-based educational model. According to the study, some student motivations are quite stable: for example, desire to work in the state structure and law enforcement agencies and the absence of such in engineering and teaching fields and even in small businesses.

The article uses data from a sociological study of more than 200 students of legal specialties from I to IV courses of the Siberian University of Consumer Cooperation in comparison with the opinions of graduates of different departments of four Novosibirsk and Altai universities and three educational organizations of additional education, as well as expert ratings of almost a hundred teachers of the higher school of the Siberian region.

### **The opinions of law students about the choice of the future profession**

Sociological studies have shown that the majority of law students are focused on future work in the state structure and law enforcement agencies regardless of the course of study. The fact that the majority of students have chosen this specialty due to the advice of parents and senior comrades associated with the civil service and law enforcement, the desire to become government officials and police officers is predictable. This is due primarily to the decent social status with high salaries and a stable social package of this professional category.

Most of the students agree with the thesis "there are many lawyers in the country, but there are not enough good ones", but they are sure that this is indirectly related to them. This choice is understandable for future lawyers but it is characteristic that such opinions have a large number of young people entering other specialties. They choose their favorite division but in the future, they want to become officials or make their efforts in the technical units of law enforcement agencies. Among the law students 80 percent of them are such and among other specialties nearly two-thirds. The study indirectly confirmed that the number of young

people willing to go to the scientific field or small business, become engineers or teachers grows slowly, although the state is constantly increasing the number of budget places for these specialties, which is supposed to be a significant motive for choice. Presumably, some reasons for that can be identified, such as the low social status of these professions, humiliating salaries, primitively organized nature of work and others.

### **Student subjectivity in the educational process and attitude to the choice of individual educational trajectories**

The dynamics of the changing mentality and subjectivity of the student community is considered in the monograph of the Siberian researcher E.M. Dumnova "Mentality and mentalité in the structure of socio-spatial identity", in which the systemic analysis of the problem on the extensive empirical material of the universities in Novosibirsk and the region is given [1]. According to the author, destructive changes in mentality and a decrease in student activity, which is noted by researchers, are caused by negative tendencies in the transformation of higher education. Many of the author's conclusions can be agreed upon.

*On the one hand*, successful and self-sufficient students by the third year of study are express a desire to change their own educational trajectory in the direction of reducing the time of study because of its high fee and dissatisfaction with educational programs and also due to the fact of the methodical impermanence, the ordinariness of the educational process and its detachment from life. According to the results of our research, in the second half of education at university, the majority of students begin to think about the individual educational trajectory, while in the first half of the year respondents relied on general conditions or even considered it's redundant.

This tendency is typical for many Siberian universities. Almost half of the freshmen believe they can choose an independent program of study in the higher courses, but then this desire surprisingly weakens. The majority of undergraduates decide to accept a state of affairs that does not require much change in the structure and nature of the educational sessions offered by universities, formally fulfilling the requirements and demonstrating a decrease in activity. Noting the conservatism and stagnation of modern education, advanced students find sources of their development outside their native alma mater, forming their own informational and professional space.

Palliative attempts of universities itself to change anything in this direction are blocked by primitive educational standards and do not cause interest among the students. There is also no noticeable interest in the suggested elective courses, which, as shown below, is a federal education problem.

*On the other hand*, there is a process of increasing the passivity of ordinary students the number of which is stably increasing as they approach the protection of graduation qualifications partly because of its boring, formalized procedure. As some experts note, in the conditions of "methodical foaming" and increasing bureaucracy, "students from subjects of educational action (in the system of interaction "professor-student") turn into an object of influence and manipulation by sprawling bureaucratic structures" and practices with dynamic requirements. The situation provokes graduates to be forced to formalize their activities, to the detriment of the content side. This is one of the reasons for the passivity and conformity of student youth [2, p.72].

Elements of total passivity of Russian students compared to their foreign peers (the USA, EU countries) were analyzed by Sochi experts G.M. Romanova, V.P. Erdakova, M.A. Maznichenko [3, pp.34-45]. St. Petersburg researcher I.Y. Belova gives the following quite revealing numbers: the right to choose optional elective disciplines de facto implement by only 11% of the students, the right to master the academic disciplines in other universities - 12% , the right to participate in the management of the university(!) - 8%, the right to study the educational disciplines taught at the university in other educational programs - 25%. It can be assumed that in provincial universities these figures are even lower [3, p.37].

In modern educational practice, enough examples are confirming the tendency to reform student subjectivity its variability and sometimes destructiveness [4-7].

## **A modern student on the academic disciplines of the humanities cycle and the formation of general cultural competencies**

The low level of general cultural and humanities training of the majority of applicants for higher education is constantly noted by experts. This trend is difficult to reverse for various reasons, although in the polls students believe that the subjects of the humanities cycle should be from 20 to 30 percent in the educational programs of legal specialties. At the same time, two-thirds of those interviewed in the elementary courses did not get acquainted with educational programs in detail, relying on the dean, experience and knowledge of professors, and a third of the respondents never were interested. Moreover, students are almost unaware of the directive policy implementation of competency-based learning programs, perhaps because that educational model is not fully understood and accepted by the faculty and the expert community itself, not only in the domestic education [8-9]. A significant place in this model belongs to the formation of general cultural competencies, which are mainly given by humanities subjects.

The results of sociological studies and especially the analysis of the conclusions of the expert community reveal the existence of significant problems in the implementation of the competency educational model, in our opinion, because of its methodological lack of development. The wording of general cultural competencies in educational standards is very abstract and uncertain, and the competency-based learning model itself is not finally developed (or understood by most professors). The system of concrete and objective evaluations of formed competencies is particularly untenable. Experts note that this is a federal problem of educational practices. It is from the "macro" level is explicated to the level of specific university, department and the educational process. It can be assumed that in these circumstances the current situation clearly does not contribute to improving the quality of student training, productivity and efficiency of the entire educational process and stimulates student passivity in the educational process accordingly. "Competency" work programs of disciplines "live their life" and the real learning process is their own. The absolute majority of university professors say that such educational programs are completely unrelated to real educational practice. The question arises as to whether this reform is necessary if it does not produce positive results and has a destructive effect on student subjectivity.

### **CONCLUSIONS**

The influence of educational realities on the dynamics of student subjectivity is non-linear but even at the level of problem staging (and its discussion from different points of view, which is quite justified) can be distinguished the following patterns.

*Firstly*, as students gain experience and understanding of university specifics their creative activity in the educational process decreases, elements of academic passivity appear, loss of interest in educational practices, which all are manifested by the universities. Destructive tendencies such as conformism, "disengagement" from the educational process, search for professional interests outside the native Alma Mater, are increasing.

*Secondly*, there is a lack of understanding by undergraduates (and university graduates) of a competently-based learning model of higher education, especially the "shapelessness" of objective criteria for assessing the acquired competencies and the system of its confirmation. This is due to the methodological and methodical "vulnerability" of this model of education, the attitude to which, both in the Russian academic environment and in European universities is far from clear.

*Thirdly*, the reasons for the destructive change in student subjectivity also is the growing processes of bureaucracy and formalization not only of the educational process but also of the entire university life which is recognized by the expert community and the government. The principles of a student-centered approach in education and the practice of implementing the academic rights of students are distorted. The



principle of a differentiated approach to different categories with its changing mentality, interests, and motivations caused by the contradictions of educational reality is not fully implemented.

## REFERENCES

1. E.M. Dumnova *Mentality and mentalité in the structure of socio-spatial identity*. Novosibirsk, 2013, - 286 p.
2. S.G. Gorin *How the monitoring results influence the growth of bureaucratization and the dynamics of teacher's and student's subjectness*. 2016. №1 (197),p.72
3. G.M. Romanova, V.P. Erdakova, M. A. Maznichenko *Realization of Students' Academic Rights: Russia in the Bologna Process*. 2019. Т. 28.№ 1. p. 34-45.
4. E.M. Dumnova *Individual mentality as a factor of the subject's integration into the educational space. Professional education in the modern world*. 2014. №1 (12). С.161-167.
5. М. А. Иванова *The Bologna Process and Learner Autonomy: Russian Specifics*. 2018. Т.27. № 3. p.48-58.
6. V.V. Molodin, S.G. Gorin *Educational reform and students' subjectivity prospects // Высшее образование в России*.2014. № 10. p. 158-163.
7. В.Е. Fishman *About Subjectivity of a University Student in Educational Activity // Высшее образование в России*. 2019. Т.28. № 5. p.145-154.
8. S.G. Gorin *Introducing competency-based approach in the Russian higher education: arguments for and against // News of Science and Education, NR 6 (6) 2014. Sheffield. Science and education LTD, 2014. P.38-42.*
9. S.G. Gorin *Teachers' salaries, grants, scientific protectionism: postnonclassical approach // Высшее образование в России*. 2017. № 6 (213). pp.68-75.