

PROMOCIJAS DARBS
IZVIRZĪTS
EKONOMIKAS ZINĀTŅU DOKTORA GRĀDA IEGŪŠANAI
RĪGAS TEHNISKAJĀ UNIVERSITĀTĒ

Promocijas darbs izstrādāts RTU Inženierekonomikas un vadības fakultātes Ražošanas un uzņēmējdarbības institūtā. Promocijas darbs ekonomikas zinātņu doktora grāda iegūšanai tiek publiski aizstāvēts 2012. gada 17. septembrī RTU promocijas padomē „RTU P-09”, Rīgas Tehniskās universitātes Inženierekonomikas un vadības fakultātē, Meža ielā 1/7, 309. auditorijā, plkst. 13.00.

RECENZENTI

Remigijs Počs, Rīgas Tehniskās universitātes profesors, Dr.habil.oec.

Andrejs Čirjevķis, Rīgas Starptautiskās ekonomikas un biznesa administrācijas augstskolas profesors, Dr.oec.

Tatjana Polajeva, Tallinas Tehnoloģiskās universitātes profesore, Dr.oec.

APSTIPRINĀJUMS

Apstiprinu, ka esmu izstrādājusi doto promocijas darbu, kas ir iesniegts izskatīšanai Rīgas Tehniskajā universitātē ekonomikas doktora grāda iegūšanai. Promocijas darbs nav iesniegts nevienā citā universitātē zinātniskā grāda iegūšanai.

Jeļena Titko

2012. gada

Promocijas darbs ir uzrakstīts latviešu valodā un satur ievadu, 4 daļas, secinājumus un priekšlikumus, kā arī bibliogrāfisko sarakstu ar 217 literatūras avotiem. Darbā ir ievietoti 67 attēli, 65 tabulas un 17 formulas. Darba apjoms ir 180 lappuses, neskaitot 28 pielikumus.

Ar promocijas darbu un tā kopsavilkumu var iepazīties Rīgas Tehniskās universitātes Zinātniskajā bibliotēkā Ķīpsalas ielā 10.

Atsauksmes par promocijas darbu sūtīt: Promocijas padomes RTU P-09 sekretāram, profesoram Anatolijam Magidenko, Rīgas Tehniskā universitāte, Meža iela 1/7, Rīga, LV-1007, Latvija

E-pasts: rue@rtu.lv Fax: +37167089490 Tālr.: +37167089324

DARBA VISPĀRĒJS RAKSTUROJUMS

Bankas ir svarīgākā finanšu institūciju kategorija Eiropas Savienības jaunajās dalībvalstīs, tai skaitā Latvijā. Pēc Centrālās Statistikas pārvaldes datiem, 2010. gadā bankām piederēja 94% no visiem finanšu sistēmas aktīviem.

Globalizācijas procesi ievērojami ietekmē mūsdienu banku biznesu, galvenokārt stimulējot finanšu tirgus liberalizāciju. Tas nozīmē, ka vairs nepastāv ierobežojumi ārvalstu banku ienākšanai vietējos tirgos, kas savukārt pastiprina konkurenci un aktivizē banku kapitāla konsolidācijas procesus. Konkurences spiediens mudina finanšu iestādes izvēlēties diversifikācijas stratēģiju, kas bieži vien īstenojas kā reorganizācijas process, kas var notikt apvienošanas, sadalīšanas vai pārveidošanas ceļā (*M&A – mergers and acquisitions*). Rezultātā pēdējo 10 gadu laikā M&A aktivitāte paaugstinājās visā pasaulē. Protams, korporatīvo darījumu skaits un to lielums ievērojami samazinājās globālās finanšu krīzes dēļ, kas sākās ar ASV banku sistēmas kolapsu. Tomēr, neskatoties uz krīzes sekām, nesen veikto pētījumu rezultāti liecina par finanšu tirgus atveseļošanos un M&A aktivitāšu palielināšanos. Balstoties uz jauna KPMG pētījuma rezultātiem, finansisti izteica optimismu par tirgus turpmāko uzlabošanos. Turklāt respondenti sagaida lielāku aktivitāti tieši banku sektorā. Uzņēmuma vērtības noteikšanai ir galvenā loma jebkurā M&A darījumā, tāpēc bankas vērtēšana ir viens no aktuālākajiem jautājumiem mūsdienu finanšu biznesā.

Tomēr bankas vērtības noteikšana ir svarīga ne tikai bankas pirkšanas un pārdošanas darījumu veikšanas procesā. Vērtības pārvaldīšanas iemaņas ir viens no galvenajiem veiksmīgas biznesa vadīšanas priekšnosacījumiem.

Vairāki finanšu teorētiķi un praktiķi apgalvo, ka fokusēšana uz akcionāru vērtību ir labākais ceļš kompānijas ilgspējīga uzplaukuma sasniegšanai. Arvien lielāks skaits kompāniju kā galveno korporatīvo mērķi izvēlas vērtības radīšanu.

Vērtība ir svarīga ne tikai atsevišķu uzņēmumu, bet arī valsts līmenī. Valstīs, kuru ekonomika nav orientēta uz akcionāru vērtību, investori iegūst zemāku kapitāla atdevi nekā uz vērtību orientētās valstīs. Paaugstinoties tirgus globalizācijas līmenim, pirmās var zaudēt potenciālās investīcijas un atpaliks no konkurentiem. Tādēļ jebkura uzņēmuma galvenajam mērķim ir jābūt akcionāru vērtības maksimizēšanai. Tas attiecas arī uz bankām, kurām par dominējošo stratēģiskās vadīšanas mērķi kļūst bankas tirgus vērtības paaugstināšana. Turklāt vairākās pasaules valstīs nostiprinājās viedoklis, ka banku tirgus vērtības pieaugums garantē banku sabiedrisko funkciju izpildīšanu un darba vietu saglabāšanu, kas atbilst sabiedrības vajadzībām un ekonomiskās attīstības uzdevumiem.

Finanšu krīzes izraisītās sekas ietekmēja Baltijas valstu banku sektoru daudz vairāk nekā citu Eiropas Savienības valstu banku sektorus. Latvijā un tās kaimiņvalstīs pašu kapitāla atdeves rādītājs samazinājās ļoti strauji. Galvenie iemesli tam bija tīro procentu ienākumu samazināšanās slikto kredītu īpatsvara, kā arī uzkrājumu nedrošiem parādiem apjoma palielināšanās dēļ. Statistikas dati liecina par to, ka Latvijas banku biznesam piemīt augsta ienākumu volatilitāte un riska pakāpe. Ņemot vērā, ka 80% Latvijas banku aktīvu pieder ārvalstu akcionāriem, kapitāla aizplūšanas risks arvien paaugstinās. Tādējādi Latvijas banku augstākā līmeņa vadītājiem ir jādomā par to, kā nodrošināt vērtības palielināšanu saviem akcionāriem.

Veicot pētījumus bankas vērtības pārvaldīšanas jomā, uzmanība tika koncentrēta tieši uz komercbankas darbību (*retail banking*). Mūsdienā nestabilajā finanšu situācijā bankas ir spiestas aktivizēt operācijas, kas ir saistītas ar privātpersonu un mazo un vidējo komersantu apkalpošanu, jo pašlaik tas ir galvenais banku ienākumu avots. Turklāt darbā tika akcentēta bankas filiāļu un klientu apkalpošanas centru loma, jo ir pierādīts, ka filiāles ir svarīgākās ieguldītājas bankas kopējos darbības rezultātos.

Pētījuma aktualitāti pamato vairākas problēmas, saistītas ar bankas vērtības noteikšanas un pārvaldīšanas jautājumiem, kas pašlaik pastāv Latvijā:

- Zinātniskajā literatūrā termins „bankas vērtība” nav precīzi definēts, kā arī bankas vērtības koncepcija nav pietiekami izpētīta;
- Latvijas banku vērtības noteikšanā pastāv vairāki ierobežojumi, kas traucē izmantot uzņēmuma vērtības noteikšanas metodes;
- Bankas vērtības pārvaldīšanas procesa zema efektivitāte, kas traucē vērtības maksimizēšanas mērķa sasniegšanu.

Lai atrisinātu pētījuma problēmas, promocijas darba ietvaros autore atbild uz šādiem jautājumiem:

- Kas ir bankas vērtība? Kādi elementi ietilpst bankas vērtības koncepcijā?
- Kā noteikt bankas vērtību? Vai ir iespējams pielāgot uzņēmuma vērtības noteikšanas metodes Latvijas banku vērtības noteikšanai?
- Kā pārvaldīt bankas vērtību tās palielināšanas nolūkā? Kādi faktori ietekmē bankas vērtību? Kādus instrumentus var pielietot bankas vērtības palielināšanai?

Promocijas darba mērķis ir, balstoties uz Latvijas komercbanku darbības analīzes un bankas vērtības koncepcijas izpēti rezultātiem, izstrādāt alternatīvu modeli bankas vērtības noteikšanai, kā arī piedāvāt risinājumus bankas vērtības pārvaldības pilnveidošanai tās maksimizēšanas nolūkā.

Promocijas darba mērķa sasniegšanai ir nepieciešams izpildīt šādus **uzdevumus**:

1. Noteikt bankas vērtību ietekmējošos faktoros un izstrādāt bankas vērtības koncepcijas modeli, pamatojoties uz zinātniskās literatūras analīzi.
2. Izanalizēt esošo uzņēmuma vērtības noteikšanas metožu pielietojamas iespējamību Latvijas banku vērtības noteikšanai.
3. Teorētiski pamatot un izstrādāt Latvijas banku vērtības noteikšanai piemērotu modeli.
4. Teorētiski pamatot un izstrādāt Latvijas banku klientu apkalpošanas struktūrvienībai piemērotu darbības rezultātu novērtēšanas rādītāju sistēmu.
5. Teorētiski pamatot un izstrādāt bankas privāto klientu apmierinātības līmeņa vērtēšanas instrumentu.
6. Noteikt un izvērtēt bankas vērtību ietekmējošos faktoros privāto klientu vērtējumā, kā arī noteikt atšķirības bankas privāto klientu un darbinieku to uztverē.
7. Teorētiski pamatot un izstrādāt bankas servisa kvalitātes faktoru modeli, balstoties uz Latvijas banku privāto klientu aptaujas rezultātiem.

Promocijas darba objekts, priekšmets un ierobežojumi

Promocijas darba **objekts** ir Latvijas un ārvalstu bankas.

Promocijas darba **priekšmets** ir bankas vērtību ietekmējošie faktori un vērtības pārvaldības pilnveidošanas instrumenti.

Promocijas darba **ierobežojumi**. Izstrādājot modeli Latvijas banku vērtības noteikšanai, tika analizēti banku darbības rezultāti periodā kopš 2006. gada. Respondenti pētījumā „Bankas vērtība privāto klientu un darbinieku skatījumā” ir tikai privātpersonas un klientu apkalpošanas struktūrvienību darbinieki. Izstrādātie bankas vērtības pārvaldīšanas instrumenti ir paredzēti izmantošanai Latvijas banku klientu apkalpošanas struktūrvienības vērtības palielināšanai. Citu bankas struktūrvienību vērtības pārvaldīšanas jautājumi netika apskatīti. Apskatot diskontētās naudas plūsmas metodes pielietojamas iespējas Latvijas banku vērtības noteikšanai, tika izstrādātas rekomendācijas par diskonta likmes noteikšanu. Ar naudas plūsmas prognozes sastādīšanu saistīti jautājumi nebija apskatīti.

Darba teorētiskais un metodoloģiskais pamats

Darba teorētisko un metodoloģisko pamatu veido Latvijas, Lielbritānijas, ASV, Krievijas un citu valstu autoru (I. Briede, S. Saksonova, I. Arhipova, S. Bāliņa, V. Jansons, E. Zelgalve, S. Praļa, M. Kudinska, A. Damodarans (*A. Damodaran*), T. Kouplends (*T. Copeland*), Dž. Marins

(*J. Murrin*), T. Kolars (*T. Koller*), Dž. Heskets (*J. Heskett*), G. Arnolds (*G. Arnold*), E. Helferts (*E. Helfert*), S. Hefernans (*S. Heffernan*), N. Avkirans (*N. Avkiran*), A. Bhaidis (*A. Bhide*), H. Kroksfords (*H. Croxford*), L. Gitmans (*L. Gitman*), A. Peins (*A. Payne*), M. Jensens (*M. Jensen*), O. Lavrušins (*O. Лаврушин*), I. Nikonova (*И. Никонова*), A. Grjaznova (*А. Грязнова*), R. Šamgunovs (*Р. Шамгунов*), S. Valdaicevs (*С. Валдайцев*) u. c.) teorētiskās un praktiskās atziņas banku darbības, uzņēmumu vērtības noteikšanas un pārvaldības jautājumos.

Promocijas darba izstrādāšanas procesā tika izmantota statistikas informācija, kuras galvenie avoti ir Eiropas un Latvijas banku interneta mājas lapas, Finanšu un kapitāla tirgus komisijas dati, Latvijas Komercbanku asociācijas statistikas dati, Eiropas Centrālās bankas konsolidētie Eiropas valstu banku sektora dati, kā arī starptautisko informācijas un finanšu aģentūru Reuters, Morningstar, Bloomberg un Financial Times statistikas dati.

Pētījumu veikšanai promocijas darba ietvaros tika izmantotas dažādas kvantitatīvās un kvalitatīvās **metodes**: aptauja, kvalitatīvā kontentanalīze, ekspertu novērtējuma metode, relatīvo un vidējo rādītāju analīze, grafiskā analīze, kvalitatīvā datu apstrāde ar AQUAD 6.0 programmu, korelācijas un regresijas analīze, kā arī faktoranalīze ar SPSS 19.0 programmu.

Zinātniskā novitāte

Promocijas darba zinātniskās **novitātes** ir šādas:

1. Izstrādāts bankas vērtības koncepcijas modelis, kas balstās uz vairākām finanšu un vadīšanas zinātņu koncepcijām – tādām kā mūsdienu banku darbības koncepcija, attiecību vērtības vadīšanas koncepcija, uz vērtību orientēta vadīšana, ilgtspējīga ietekmes auditoriju vadīšanas teorija – un ļauj noteikt bankas vērtību ietekmējošus faktoros.
2. Izanalizētas uzņēmuma vērtēšanas metožu pielietošanas iespējas Latvijas banku vērtības noteikšanai. Tika izstrādātas rekomendācijas par diskonta likmes (bankas pašu kapitāla cenas) noteikšanu diskontētās naudas plūsmas metodes ietvaros, izmantojot ilgtermiņa aktīvu novērtēšanas metodi (CAPM).
3. Izstrādāts kumulatīvās konstruēšanas modelis Latvijas banku pašu kapitāla cenas noteikšanai.
4. Izstrādāts lineārās regresijas modelis, kas ir piemērots Latvijas banku vērtības noteikšanai.
5. Izstrādāta bankas klientu apkalpošanas struktūrvienības darbības efektivitātes novērtēšanas rādītāju sistēma.
6. Izstrādāti bankas privāto klientu apmierinātības un lojalitātes novērtēšanas instrumenti.
7. Izstrādāta bankas servisa kvalitātes vērtēšanas metodoloģija, kas ietver sevī autores rekomendācijas par servisa kvalitātes vērtēšanas skalas izstrādi un skalas elementu kodēšanu

datu statistiskās apstrādes mērķim, servisa kvalitātes vērtēšanas skalas ticamības pārbaudes algoritma aprakstu, servisa kvalitātes elementu nozīmīguma un respondentu kopējā vērtējuma kvantitatīvā rādītāja aprēķināšanas algoritmu, kā arī autores rekomendācijas par faktoru analīzes veikšanu, lai noteiktu bankas klientiem svarīgākos servisa kvalitātes faktoros.

8. Izstrādāts bankas servisa kvalitātes faktoru modelis.

Promocijas darba izstrādes procesā tika veikti vairāki pētījumi, saistīti ar bankas vērtības noteikšanas un pārvaldīšanas jautājumiem. Pētījumu ietvaros tika izstrādātas hipotēzes par dažādu zinātnieku pieeju bankas vērtības definējumam, atšķirībām klientu un darbinieku bankas vērtības uztverē, kā arī faktoriem, kas ietekmē bankas servisa kvalitāti bankas klientu skatījumā. Hipotēžu formulējums un to pārbaudes process ir aprakstīts atsevišķu sadaļu ietvaros.

Aizstāvēšanai izvirzītās tēzes

1. Mūsdienu bankas vērtības koncepcijā ir jāiekļauj ilgtspējīgas ietekmes auditoriju vadīšanas (*sustainable stakeholder management*) teorijas elementi.
2. Ir iespējams bankas vērtības noteikšanai izstrādāt lineārās regresijas modeli, kura izmantošana vienkāršo vērtēšanas procedūru un ļauj izvairīties no citu vērtības noteikšanas metožu trūkumiem.
3. Banku darbības efektivitātes novērtēšanas sistēma ir jāpilnveido, līdzsvarojot finansiāla un nefinansiāla rakstura rādītājus.
4. Bankas vērtības radīšanas procesa galvenais virzītājspēks ir tās klienti un viņu apmierinātība ar bankas piedāvāto servisa līmeni.

Pētījuma rezultātu aprobācija un praktiskais pielietojums

Pētījuma rezultāti ir apspriesti zinātniskajās diskusijās Latvijā, Lietuvā, Igaunijā, Baltkrievijā, Polijā, Čehijā, Bulgārijā, Itālijā, ASV un Ķīnā, par ko liecina zinātniskos izdevumos publicētie materiāli.

Pētniecības procesā gūtās prasmes izmantotas, piedaloties projektā „Apmācību metodikas izstrāde ilgtspējīgas attīstības īstenošanai mazos un vidējos uzņēmumos, balstoties uz uzņēmuma dzīves ciklu” FLPP-2011/29 (01.02.2011. – 31.12.2011).

Daļa veikto pētījumu rezultātu ir izmantota RTU IEVF lekcijuursos „Banku darbības ekonomika” un „Banku darbības aktuālās problēmas”.

Zinātniskās publikācijas

Pētījumu rezultātus autore ir atspoguļojusi 26 publikācijās, tai skaitā 10 rakstos **vispāratzītos recenzējamos zinātniskajos izdevumos:**

Publikācijas, kas ir iekļautas ISI Web of Science un EBSCO datu bāzēs:

1. Titko, J., Lace, N. Valuation Model for Latvian Banks // The 7th International Scientific Conference “Business and Management 2012”. – Selected Papers, May 10 – 11, 2012. – Vilnius: VGTU Publishing House “Technika”, 2012. – pp. 241-247. – ISSN 2029-4441, (ISI Web of Science)
2. Titko, J., Lāce, N. Service Quality Evaluation in Latvian Banking // Economics & Management, No. 17 (1) – Kaunas: Technologija, 2012. – pp. 304-310 . – ISSN 1822-6515 (EBSCO)
3. Titko, J., Lace, N. Interpretation of Customers’ and Employees’ Perception of Bank Value // The 17th IBIMA conference. – Proceedings of the 17th International Business Information Management Association “Creating Global Competitive Economies: A 360-degree Approach”, November 14 – 15, 2011. – Milan: IBIMA Publishing, 2011. – pp. 510-520. – CD ISBN 978-0-9821489-6-9 (ISI Web of Science)
4. Titko J., Lāce N. Bank Customers' and Employees' Perceptions of Value // RTU zinātniskie raksti „Ekonomika un uzņēmējdarbība”, 3. sēr., 21.sēj. – Rīga: RTU Izdevniecība, 2011. – pp. 85-90. – ISSN 1407-7337 (EBSCO)
5. Titko, J., Kozlovskis, K. Development of Bank Value Model // The 15th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics: WMSCI 2011, July 19 – 22, 2011. – Orlando: International Institute of Informatics and Systemics. – pp. 143-148. – ISBN 978-1-936338-29-0 (ISI Web of Science)
6. Titko, J., Lāce, N. Riskiness of Latvian Banks and Incorporation of Risk Index into the Model for Estimations of Risk Premiums // International Conference on Social Sciences and Society (ICSSS 2011), October 14 – 15, 2011. – Shanghai, China. – pp. 112-117. – ISBN 978-0-9831693-4-5 (CPCI-SSH, Thomson Reuters)
7. Titko, J., Lāce, N. Triangulation Research Design for Studying of the Concept of Bank Value // Economics & Management [Ekonomika ir vadyba], No. 16 – Kaunas: Technologija, 2011. – pp. 974-980 . – ISSN 1822-6515 (EBSCO)

8. Titko, J., Lāce, N. Customer Satisfaction and Loyalty in Latvian Retail Banking // Economics and Management [Ekonomika ir vadyba], No. 15 – Kaunas: Technologija, 2010. – pp. 1031-1038. – ISSN 1822-6515 (EBSCO)
9. Titko, J. Lāce, N. Performance Measures for a Business Unit in Latvian Retail Banking //The 6th International Scientific Conference “Business and Management 2010”. – Selected Papers, May 13 – 14, 2010. – Vilnius: VGTU Publishing House “Technika”, 2010. – pp. 255-262. – ISSN 2029-4441, CD ISSN 2029-428X (ISI Web of Science)
10. Titko, J., Lāce, N. Development of a Structural Model of the Concept of Bank Value // RTU zinātniskie raksti „Ekonomika un uzņēmējdarbība”, 3. sēr., 20.sēj. – Rīga: RTU Izdevniecība, 2010. – pp. 140-147. – ISSN 1407-7337 (EBSCO)

Citas publikācijas:

11. Titko, J., Lāce, N. Banking trends in new Member States of the European Union: case of Latvia // “Мировая экономика и бизнес-администрирование малых и средних предприятий”. - Материалы 8-ого Международного научно-практического семинара. – 27 – 29 января 2011 года. – Минск: БНТУ, 2011. – 287-292 с. – ISBN 978-985-525-578-0
12. Titko, J., Lāce, N. Customer Satisfaction and Loyalty in Latvian Retail Banking // Programme and Collected Abstracts of International Scientific Conference “Economics and Management 2010”, April 22 – 23, 2010. - Riga: RTU Publishing House, 2010. – pp. 85-86. – ISBN 978-9934-10-018-5
13. Titko, J., Lāce, N. Development of a Structural Model of the Concept of Bank Value // 51. Rīgas Tehniskās universitātes konference SCEE’2010 “Scientific conference on Economics and Entrepreneurship”. – Conference abstracts proceedings, October 15, 2010. – Riga: RTU Publishing, 2010. - pp. 58-59. – ISBN 978-9934-10-061-1
14. Titko, J., Lāce, N. Bank Value in the Framework of the Concept of Sustainable Development // XIII International Scientific conference „Management and Sustainable Development”. – Programme and Abstracts, March 25 – 27, 2011. – Yundola: University of Forestry, 2011. – p. 70.
15. Titko, J., Lāce, N. Triangulation Research Design for Studying of the Concept of Bank Value // 16th International Conference „Economics and Management” (ICEM 2011). – Program and Reviewed Abstract Book, April 27 – 29, 2011. – Brno: Brno University of Technology, 2011. – pp. 317-318. – ISBN 978-80-214-4279-5

16. Titko J., Lāce N. Customers' and Employees' Perceptions of a Bank Value // 52nd International Scientific Conference of Riga Technical University: Conference Abstracts Proceedings, Latvia, Riga, October 7, 2011. – pp. 100.-101.
17. Titko, J., Lāce, N. Bank Value in the Framework of the Concept of Sustainable Development // Management&Sustainable Development, Vol. 29. – Yundola: University of Forestry, 2011. – pp. 33-37. – ISSN 1311-4506
18. Titko, J. Komerbanku rezultātu prognozēšanas modelis // 52. RTU Studentu zinātniskā konference. – Konferences materiāli, aprīlis, 2011. – Rīga: RTU Izdevniecība, 2011. – pp. 83. lpp. – ISBN 978-9934-10-260-8
19. Titko, J., Lāce, N. The competency framework for the bank employee in Latvia // 50th International Scientific Conference of Riga Technical University „RTU FEEM Scientific conference on Economics and Entrepreneurship”. – Conference proceedings, October 15-16, 2009. – Riga: RTU Publishing, 2009. – 9 pages. (CD) - ISBN 978-9984-32-173-8
20. Titko, J., Lāce, N. Valuation of a Commercial Bank in Emerging Markets: Case of Latvia // Management and Engineering, Vol. 3 (113). – Sozopol: Technical University – Sofia, 2009. - pp. 364.-374. – ISSN 1310-3946
21. Titko, J., Lāce, N. The competency framework for the bank employee in Latvia // 50th International Scientific Conference of Riga Technical University „RTU FEEM Scientific conference on Economics and Entrepreneurship”. – Conference proceedings, October 15 – 16, 2009. – Riga: RTU Publishing, 2009. - pp. 40-41. – ISBN 978-9984-32-173-8
22. Лаце, Н., Титко, Е. Финансовый кризис: взгляд на банковский сектор Латвии // PRACE NAUKOWE: Aktualne problem funkcjonowania sektora bankowego v Polsce I Rosji, No.87 – Wroclaw: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroclawiu, 2009. – pp. 76-85. – ISSN 1899-3192
23. Titko, J., Lāce, N. Practical application of discount rate calculation models to valuation of Latvian commercial banks // 49th International Scientific Conference of Riga Technical University „The Problems of Development of National Economy and Entrepreneurship”. – Conference proceedings, October 9 – 13, 2008. – Riga: RTU Publishing, 2008. – (full paper) - ISBN 978-9984-32-567-5(CD)
24. Titko, J., Lāce, N. Practical application of discount rate calculation models to valuation of Latvian commercial banks // 49th International Scientific Conference of Riga Technical

University „The Problems of Development of National Economy and Entrepreneurship”. – Conference proceedings, October 9 – 13, 2008. – Riga: RTU Publishing, 2008. – pp. 153-155. – (abstract) - ISBN 978-9984-32-567-5

25. Titko, J. The problems of calculation of cost of capital of Latvian commercial banks and possible solutions // VI International Scientific Conference „Management, Economics and Business Development in the New European Conditions”. – Conference proceedings, May 23 – 24, 2008. - Brno: Brno University of Technology, 2008. – (full paper) – ISBN 978-80-7204-582-2 (CD)
26. Titko, J. The problems of calculation of cost of capital of Latvian commercial banks and possible solutions // VI International Scientific Conference „Management, Economics and Business Development in the New European Conditions”. – Conference proceedings, May 23 – 24, 2008. - Brno: Brno University of Technology, 2008. – p.114. - (abstract) – ISBN 978-80-7204-582-2

Promocijas darba rezultāti ir prezentēti šādās **starptautiskajās zinātniskajās konferencēs**:

1. VGTU 7. starptautiskajā zinātniskajā konferencē, Viļņā, Lietuvā, 2012. gada 10. – 11. maijā. Referāta tēma: “Valuation Model for Latvian Banks”.
2. 17. Starptautiskajā zinātniskajā konferencē, Tallinā, Igaunijā, 2012. gada 28. – 30. martā. Referāta tēma: “Service Quality Evaluation in Latvian Retail Banking”.
3. Zinātniskajā konferencē “Contemporary Issues in Business, Management and Education 2011”, Viļņā, Lietuvā, 2011. gada 17. novembrī. Referāta tēma: “Bank Value: Comparing Customer and Employee Perceptions”.
4. IBIMA 17. starptautiskajā konferencē “IBIMA 2011: Creating Global Competitive Economies: A 360-degree Approach”, Milānā, Itālijā, 2011. gada 14. – 15. novembrī. Referāta tēma: “Interpretation of Customers’ and Employees’ Perception of Bank Value”.
5. Starptautiskajā konferencē “ICSSS 2011”, Šanhajā, Ķīnā, 2011. gada 14. – 15. oktobrī. Referāta tēma: “Riskiness of Latvian Banks and Incorporation of Risk Index into the Model for Estimations of Risk Premiums”.
6. Rīgas Tehniskās universitātes 52. starptautiskajā zinātniskajā konferencē “Scientific conference on Economics and Entrepreneurship”, Rīgā, Latvijā, 2011. gada 7. oktobrī. Referāta tēma: “Customers’ and Employees’ Perceptions of a Bank Value”.

7. 5. Starptautiskajā konferencē “WMSCI 2011”, Orlando, ASV, 2011. gada 21. jūlijā. Referāta tēma: “Development of Bank Value Model”.
8. Rīgas Tehniskās universitātes studentu 52. zinātniskajā un tehniskajā konferencē, Rīgā, Latvijā, 2011. gada 9. maijā. Referāta tēma: “Komerbankas rezultātu prognozēšanas modelis”.
9. 16. Starptautiskajā konferencē „Economics and Management” (ICEM 2011), Brno, Čehijas Republikā, 2011. gada 27. – 29. aprīlī. Referāta tēma: „Triangulation Research Design for Studying of the Concept of Bank Value”.
10. Starptautiskajā zinātniskajā konferencē “Current Problems of Banking Sector in the East European Countries”, Kudowa-Zdroj, Polijā, 2011. gada 26. – 28.aprīlī. Referāta tēma: “Conceptual Framework of Bank Value”.
11. 13. Starptautiskajā zinātniskajā konferencē „Management and Sustainable Development”, Yundolā, Bulgārijā, 2011. gada 26. martā. Referāta tēma: “Bank Value in the Framework of the Concept of Sustainable Development”.
12. Starptautiskajā zinātniski-praktiskajā seminārā “Мировая экономика и бизнес-администрирование малых и средних предприятий”, Minskā, Baltkrievijā, 2011. gada 27. janvārī. Referāta tēma: “Banking Trends in New Member States of the European Union: Case of Latvia”.
13. Rīgas Tehniskās universitātes 51. starptautiskajā zinātniskajā konferencē SCEE’2010 “Scientific conference on Economics and Entrepreneurship”, 2010. gada 15.oktobrī, Rīgā, Latvijā. Referāta tēma: “Development of a Structural Model of the Concept of Bank Value”.
14. VGTU 6. starptautiskajā zinātniskajā konferencē „Business and Management 2010”, Viļņā, Lietuvā, 2010.gada 13. – 14.maijā. Referāta tēma: „Performance Measures for a Business Unit in Latvian Retail Banking”.
15. Starptautiskajā zinātniskajā konferencē „Economics and Management 2010”, Rīgā, Latvijā, 2010. gada 22. aprīlī. Referāta tēma: „Customer Satisfaction and Loyalty in Latvian Retail Banking”.
16. Rīgas Tehniskās universitātes 50. starptautiskajā zinātniskajā konferencē „RTU FEEM Scientific conference on Economics and Entrepreneurship”, Rīgā, Latvijā, 2009. gada 15. – 16.oktobrī. Referāta tēma: “The competency framework for the bank employee in Latvia”.

17. VII Starptautiskajā zinātniskajā konferencē “MANAGEMENT AND ENGINEERING’ 09”, Sozopolē, Bulgārijā, 2009. gada 22. – 24. jūnijā. Referāta tēma: „Valuation of a Commercial Bank in Emerging Markets: Case of Latvia”.

Darba struktūra un apjoms

IEVADS

1. **BANKAS VĒRTĪBAS KONCEPTUĀLAIS IETVARIS**
 - 1.1. Latvijas banku sektora attīstības un investīciju lietderības analīze
 - 1.1.1. Latvijas banku sektora attīstības posmi
 - 1.1.2. Latvijas banku sektora investīciju lietderības analīze
 - 1.2. Vērtības koncepcijas attīstības apskats
 - 1.3. Bankas un banku darbības īpatnības
 - 1.4. Bankas vērtības koncepcijas izpēte
 - 1.4.1. Bankas vērtības koncepcijas izpētes procesa izklāsts
 - 1.4.2. Terminu „banka” un „uzņēmuma vērtība” kvalitatīvā analīze
 - 1.4.3. Bankas vērtības koncepcija ilgspējīgas attīstības koncepcijas ietvaros
 - 1.4.4. Bankas vērtības koncepcijas modeļa ticamības pārbaude
2. **BANKAS VĒRTĪBAS NOTEIKŠANAS ĪPATNĪBAS UN PROBLĒMAS**
 - 2.1. Uzņēmuma vērtības noteikšanas metožu analīze
 - 2.2. Bankas vērtības noteikšanas nepieciešamība un īpatnības
 - 2.3. Kapitāla cenas noteikšanas metožu analīze
 - 2.3.1. CAPM izmantošanas specifika Latvijas banku pašu kapitāla cenas noteikšanā
 - 2.3.2. Kumulatīvas konstruēšanas modelis Latvijas banku pašu kapitāla cenas noteikšanai
 - 2.3.3. Latvijas banku darbības risks un riska indeksa izmantošana pašu kapitāla cenas noteikšanā
3. **BANKAS VĒRTĪBAS NOTEIKŠANAS MODELIS**
 - 3.1. Bankas vērtības modeļa izstrādes procesa apraksts
 - 3.2. Bankas vērtības noteikšana ar regresijas modeli, izmantojot tirgus kapitalizāciju
 - 3.3. Bankas vērtības noteikšana ar regresijas modeli, izmantojot tirgus multiplikatorus
4. **BANKAS VĒRTĪBAS PĀRVALDĪBAS PILNVEIDOŠANAS IZPĒTE**
 - 4.1. Vērtības pārvaldības teorētiskie aspekti
 - 4.2. Bankas darbinieku kompetenču modelis

4.3. Darbības efektivitātes rādītāju sistēmas izstrādāšana Latvijas bankas klientu apkalpošanas struktūrvienībai

4.4. Latvijas banku privāto klientu apmierinātības un lojalitātes līmeņa novērtēšana

4.5. Bankas vērtība privāto klientu un darbinieku skatījumā: pētījuma metodoloģija un rezultāti

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

LITERATŪRAS SARAKSTS

PIELIKUMI

Promocijas darba pirmajā daļā “Bankas vērtības konceptuālais ietvars” darba autore, balstoties uz Latvijas banku sektora attīstības un investīciju pievilcības analīzes rezultātiem, pamato vērtības pārvaldīšanas jautājuma aktualitāti Latvijas banku sfērā. Lai noteiktu bankas vērtību ietekmējošos faktoros, tika veikts pētījums, kura rezultātā tika izstrādāts bankas vērtības koncepcijas modelis.

Otrajā daļā „Bankas vērtības noteikšanas īpatnības un problēmas” darba autore apskata bankas vērtības noteikšanas procesa īpatnības un izvērtē esošo uzņēmuma vērtēšanas metožu pielietojamas iespējamību Latvijas banku vērtības noteikšanai. Īpaša uzmanība tika pievērsta pašu kapitāla cenas noteikšanas specifikai Latvijas tirgus apstākļos. Daļas ietvaros tika vērtēts Latvijas banku biznesam piemītošais risks, izmantojot tādus rādītājus kā aktīvu atdeves volatilitāte un riska indekss. Šie rādītāji ir iekļauti autores izstrādātajā pašu kapitāla cenas noteikšanas modelī kā riska vērtēšanas kritēriji.

Trešajā daļā „Bankas vērtības noteikšanas modelis” ir atspoguļoti divu empīrisku pētījumu rezultāti. Pamatojoties uz Eiropas un Latvijas banku darbību raksturojošo rezultātu analīzi, tika izstrādāti lineārās regresijas modeļi bankas vērtības noteikšanai. Šajā daļā izstrādātie modeļi tika aprobēti, nosakot Eiropas un Latvijas banku vērtību.

Ceturtajā daļā „Bankas vērtības pārvaldības pilnveidošanas izpēte” darba autore veic padziļinātu pētījumu par bankas vērtību ietekmējošiem faktoriem. Tajā darba autore piedāvā praktiski pielietojamus instrumentus, ar kuru palīdzību bankas vadītāji var pārvaldīt vērtību un maksimizēt to bankas akcionāru interesēs. Akcents tiek likts uz bankas privāto klientu apmierinātības līmeņa noteikšanas un paaugstināšanas, kā arī bankas darbības rezultātu vērtēšanas sistēmas pilnveidošanas iespējām.

Darba noslēgumā ir apkopoti pētījuma rezultātā autores izdarītie galvenie secinājumi un sniegti priekšlikumi par pētījuma tēmas turpmākās attīstības iespējām.

Promocijas darba izvirzītais mērķis ir sasniegts.

Darbs ir izpildīts atbilstoši Rīgas Tehniskās universitātes Inženierekonomikas un vadības fakultātes Ražošanas un uzņēmējdarbības institūtā atbilstoši likuma „Zinātniskās darbības likums” prasībām, ievērojot MK noteikumus Nr. 1001 no 27.12.2005., Latvijas Zinātnes Padomes prasības un Rīgas Tehniskās universitātes nolikumu no 29.06.2009. Darbs ir izstrādāts ar Eiropas Sociālā fonda atbalstu projektā „Atbalsts RTU doktora studiju īstenošanai”.

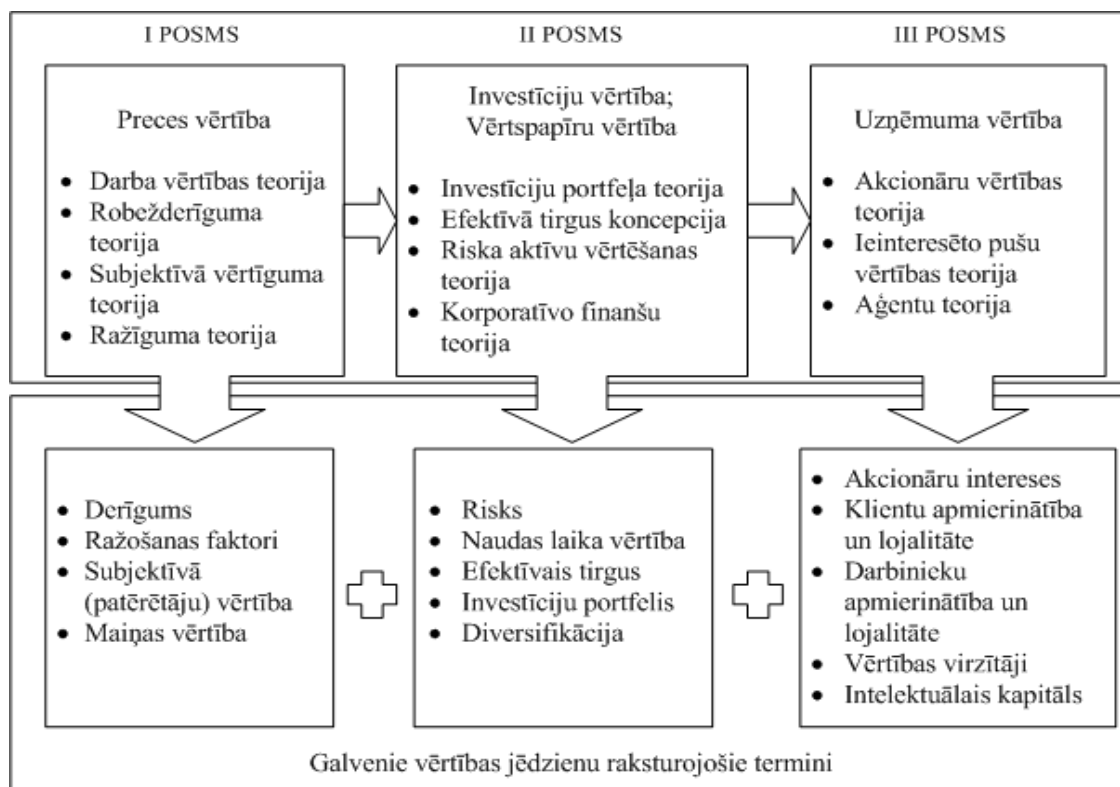
DARBA GALVENĀS ZINĀTNISKĀS IZSTRĀDNES

1. BANKAS VĒRTĪBAS KONCEPTUĀLAIS IETVARIS

Daļas apjoms ir 37 lappuses, tajā ir iekļauts 21 attēls un 10 tabulas.

Bankas vērtības jēdziena būtības izpratnei un to ietekmējošo faktoru noteikšanai darba autore veic pētījumu, kas balstās uz vairāku finanšu teorētiķu un praktiķu zinātniskajām atziņām (Briede 2000, Saksonova 2003, Copeland et al. 2002, Jensen 2001, Sinkey 2007, Horne 2002, Mankiw 1999, Damodaran 2007, Rutterford et al. 2006, Gitman 2006, Lee 2009, Arnold 2005 u. c.) banku darbības un uzņēmuma vērtības pārvaldīšanas jomā un sastāv no vairākiem posmiem.

Sākuma posmā autore aplūko vērtības koncepcijas attīstību ekonomikas zinātnē. Interese par vērtību un tās noteikšanu parādījās kopā ar idejas rašanos par naturālo maiņu. Pašu terminu „vērtība” ekonomikas literatūrā 17. gadsimtā ieviesa angļu ekonomists Viljams Petijs (*William Petty*). Sākotnēji vērtības koncepcija ietvēra sevī tikai preces vērtības kategoriju. Parādoties jaunām ekonomikas un finanšu vadīšanas teorijām, vērtības jēdziens paplašinājās un kļuva sarežģītāks. Autore vērtības koncepcijas attīstības posmus, tajos izstrādātās ekonomikas un finanšu teorijas, kā arī galvenos terminus, kas raksturo šīs teorijas, ir atspoguļojusi 1. attēlā.



1. att. Vērtības koncepcijas attīstības posmi.

Nemateriālie vērtības elementi ir neatņemama mūsdienu vērtības koncepcijas sastāvdaļa. Ir pierādīts, ka vairāk nekā 70% uzņēmuma vērtības sastāda tieši nemateriālie aktīvi (Kaplan, Norton 2003).

Mūsdienu izpratnē vērtība ir uzņēmuma darbības efektivitātes mērīšanas rādītājs un stratēģiskās vadīšanas mērķiem nepieciešams instruments, kas atspoguļo (1) uzņēmuma pašreizējo stāvokli un nākotnes perspektīvas no tā īpašnieku viedokļa, (2) tirgus pozīcijas potenciālo investoru skatījumā, (3) uzņēmuma rīcībā esošo materiālo un nemateriālo aktīvu lielumu, (4) ar biznesa realizēšanu saistītus riskus un iespējas.

Tomēr, ņemot vērā atšķirības finanšu un nefinanšu sektora uzņēmumu darbībā, ir jāprecizē termina „bankas vērtība” būtība un jānosaka šīs koncepcijas galvenie elementi. Jēdziena izpēte veidos pamatu izpratnei par bankas vērtības rašanās faktoriem. Šim nolūkam tika veikts pētījums, kas sastāv no diviem posmiem.

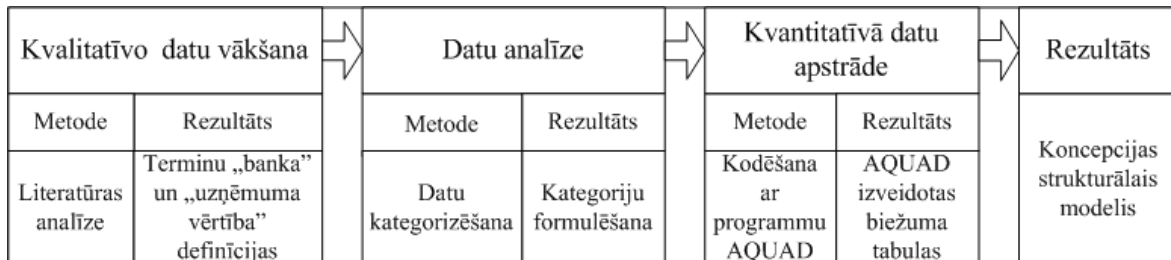
Pētījuma pirmajā posmā tika veikta terminu „banka” un „uzņēmuma vērtība” definīciju analīze, kas sākās ar kvalitatīvo datu vākšanu. Tālāk tika veikta sākotnējās informācijas bāzes apjoma samazināšana. Šim mērķim tika izmantota datu kategorizēšanas metode, lai izdalītu tā saucamās satura vienības (*units of meaning*).

Analizējot termina „banka” definīcijas, par pamatu kategoriju formulēšanai tika izmantotas finanšu sistēmas funkcijas. Ņemot vērā, ka analizējamās definīcijas ietvēra sevī satura vienības, kuras nevar sasaistīt ar finanšu sistēmas funkciju kategorijām, tika izveidotas papildu kategorijas: transakciju un informācijas izdevumu samazināšana, inovāciju stimulēšana un finanšu pakalpojumu sniegšana.

Datu kvantitatīvā apstrāde tika veikta ar programmas AQUAD palīdzību. Izmantojot izdalītās kategorijas, darba autore veica datu kodēšanas procedūru. Izvēlēto definīciju analīze tika veikta, izmantojot klasisko un interpretējošo kontentanalīzi, t. i., teksta informācijas pārveidošanu kvantitatīvajos rādītājos ar tam sekojošu statistisko apstrādi. Tādējādi pirmajā posmā tika veikts secīgi jauktais pētījums.

Kodu skaitīšanas procesa rezultātā tika iegūtas biežuma tabulas, kurās tika atspoguļots, cik reizes izvēlētajās definīcijās atkārtojas viens un tas pats kods. Visbiežāk sastopamos kodus darba autore izmantoja bankas vērtības koncepcijas modeļa konstruēšanai.

Pētījuma pirmais posms shematiski tiek attēlots 2. attēlā.

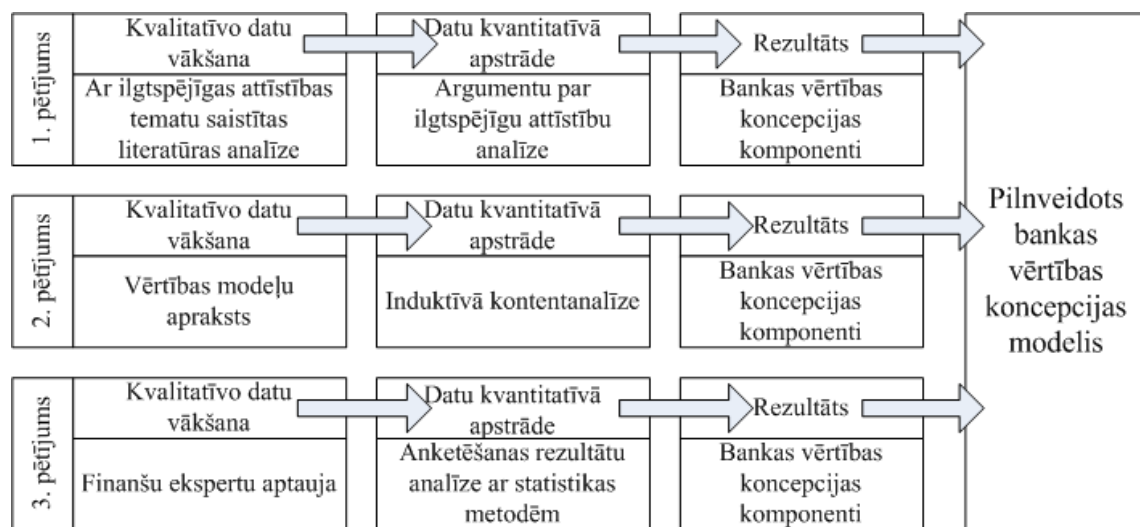


2. att. Pētījuma „Bankas vērtības koncepcijas izpēte” pirmais posms.

Pētījuma otrajā posmā tika pārbaudīta modeļa ticamība, izmantojot dažādu kvalitatīvo un kvantitatīvo metožu kombināciju, t. i., triangulāciju. Tātad tika veikts paralēli secīgais jauktais pētījums, kas sastāv no trim pētījumiem:

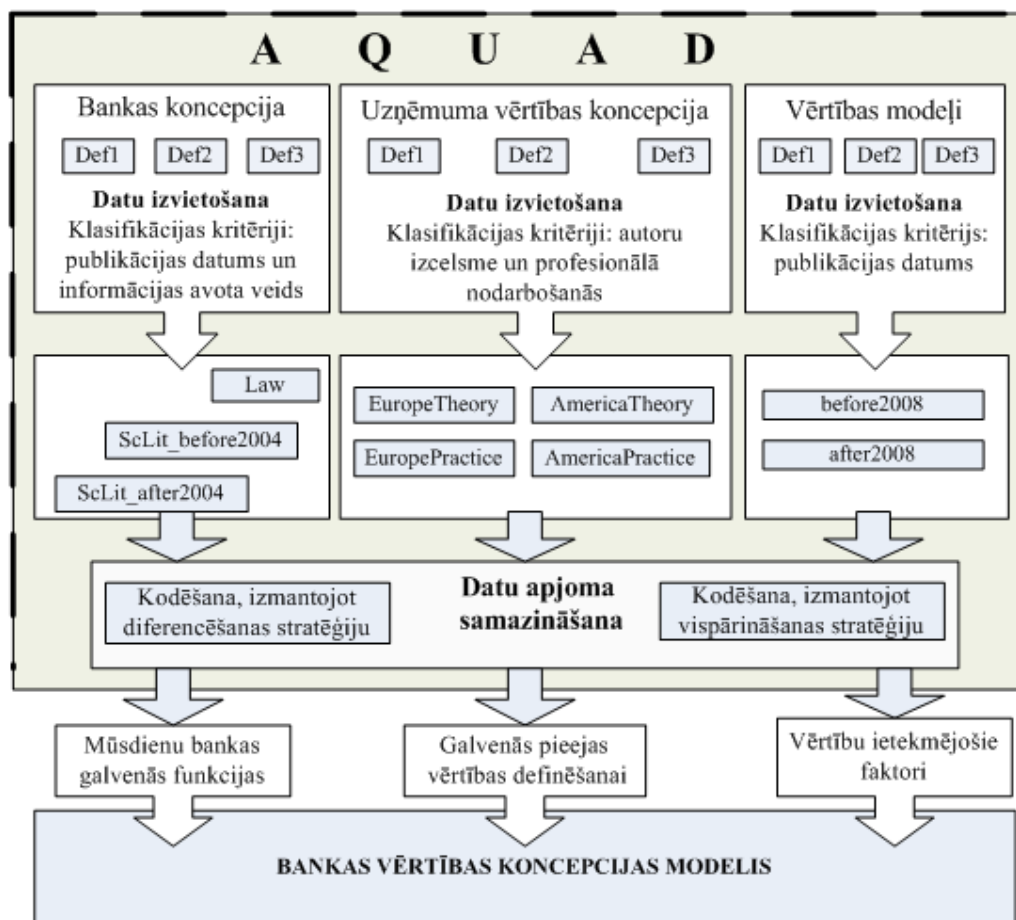
1. Kvalitatīvs pētījums ar mērķi pierādīt, ka mūsdienu banku vērtības koncepcijā ir jāiekļauj ilgtspējīgas attīstības koncepcijas (*sustainable development*) elementi.
2. Teksta segmentu, kas satur dažādu vērtības modeļu aprakstus, kontentanalīze pēc analogijas ar pirmo posmu. Šajā pētījumā par datu bāzi tika izmantoti dažādu vērtības rašanās modeļu apraksti.
3. Finanšu ekspertu aptauja ar anketēšanas metodes palīdzību.

Pētījuma otrais posms shematiski tiek atspoguļots 3. attēlā.



3. att. Pētījuma „Bankas vērtības koncepcijas izpēte” otrais posms.

Pētījuma veikšanai autore izmantoja AQUAD programmu, ar kuras palīdzību tika veikta kvalitatīvās informācijas pārveidošana kvantitatīvajos rādītājos, t. i., tika veikta teksta kontentanalīze. AQUAD pielietošanas process shematiski ir atspoguļots 4. attēlā.

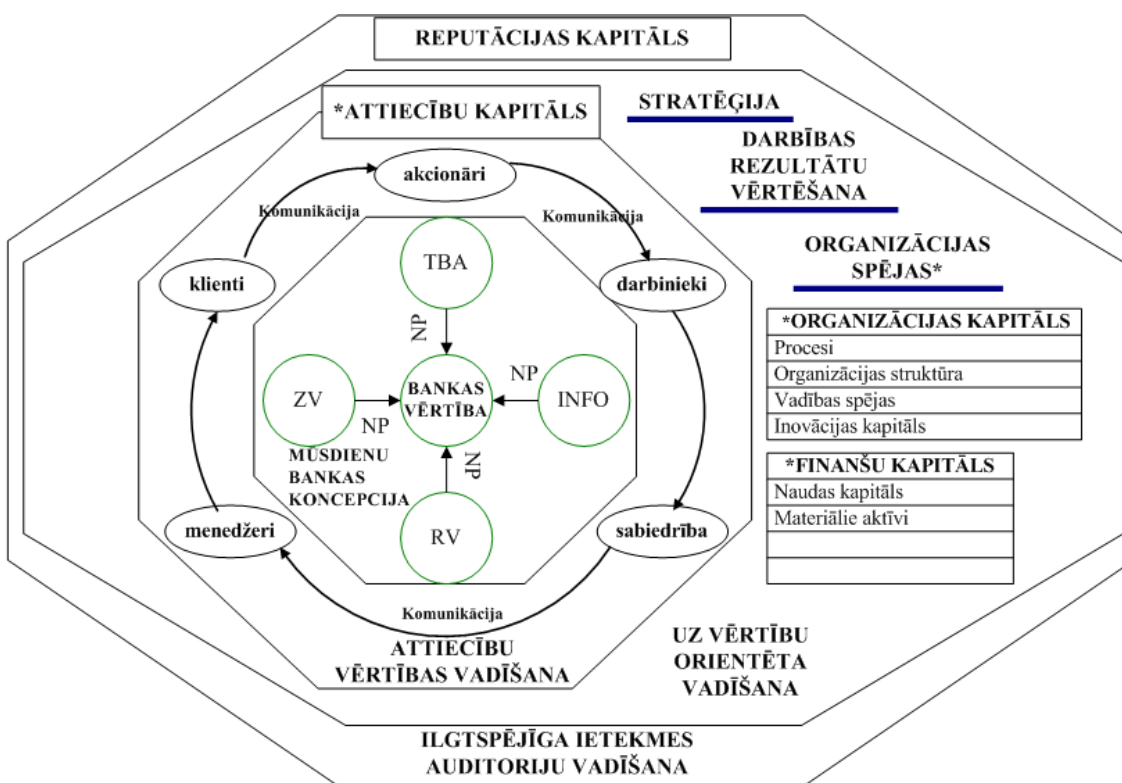


4. att. AQUAD programmas pielietošana pētījumā „Bankas vērtības koncepcijas izpēte”.

Pētījuma rezultātā tika izstrādāts bankas vērtības koncepcijas modelis, kas balstās uz vairākām finanšu un vadības zinātņu koncepcijām – tādām kā mūsdienu banku darbības koncepcija, attiecību vērtības vadīšanas koncepcija, uz vērtību orientēta vadīšana, ilgtspējīga ietekmes auditoriju vadīšanas teorija (sk. 5. att.).

Modeļa centrā ir mūsdienu bankas koncepcija, saskaņā ar kuru mūsdienu bankas nodarbojas ne tikai ar tradicionālajām banku operācijām, t. i., noguldījumu piesaistīšanu un kredītu izsniegšanu, bet arī aktīvi piedalās informācijas vākšanas, pārstrādes un izplatīšanas procesā, veic aģenta funkcijas, risinot informācijas asimetrijas problēmas un samazinot

nenoteiktību līgumu noslēgšanas gaitā, kā arī ģenerē inovācijas un stimulē to izmantošanu. Modelī tiek izmantoti sekojoši saīsinājumi: (1) TBA – tradicionālās bankas aktivitātes, (2) INFO – informācijas pārstrādes process, (3) ZV – zināšanu vadīšana, (4) RV – risku vadīšana un (5) NP – naudas plūsma. Galvenais bankas mērķis ir apmierināt savu akcionāru vajadzības, t. i., maksimizēt akcionāru vērtību, kas savukārt ir naudas plūsmas funkcija.



5. att. Bankas vērtības koncepcijas modelis.

Akcionāru intereses ir prioritāras, bet ir arī citas ietekmes auditorijas, kuru vajadzības ir jāapmierina un kuru intereses bankai ir jāievēro. Saskaņā ar attiecību vērtības vadīšanas koncepciju (*relationship value management*) (Payne et al. 2000), trīs ieinteresēto pušu grupas ir jebkuras organizācijas uzmanības centrā – akcionāri, klienti un darbinieki. Turklāt autore izdalīja menedžerus (augstākā un vidējā līmeņa vadītājus) un sabiedrību kā grupas, kuras spēlē svarīgu lomu bankas vērtības radīšanas procesā. Šīs piecas grupas veido attiecību kapitālu, kas kopā ar finanšu kapitālu un organizācijas kapitālu nosaka bankas potenciālu. Attiecību kapitāls, finanšu kapitāls un organizācijas kapitāls apvieno bankas galvenos materiālos un nemateriālos resursus, kuri ir nepieciešami vērtības radīšanai. Savukārt atbilstoši uz vērtību orientētai vadīšanas

konceptijai (*value-based management*) uzņēmumam ir nepieciešama stratēģija, kuras fokusā ir akcionāru vērtība un rezultātu vērtēšanas sistēma (Arnold 2005).

Kā visaptverošs ietvars šī modeļa izstrādāšanai tika izvēlēta ilgtspējīgas ietekmes auditoriju vadīšanas koncepcija (*sustainable stakeholder management*) (Jagersma 2009), kas apvieno ieinteresēto pušu (*stakeholder approach*) un ilgtspējīgas attīstības koncepciju (*sustainable development*) idejas. Šīs koncepcijas principu ievērošana ir saistīta ar reputācijas kapitāla vadīšanu.

Izstrādātā bankas vērtības koncepcijas modeļa elementi vienlaikus ir arī vērtības virzītājspēki – faktori, kas stimulē vērtības rašanās procesu. Nosakot vērtību ietekmējošos faktoros un pareizi tos pārvaldot, bankas vadītāji var pozitīvi ietekmēt naudas plūsmu, kas tiek ģenerēta bankas aktivitāšu rezultātā, līdz ar to palielinot bankas akcionāru vērtību.

2. BANKAS VĒRTĪBAS NOTEIKŠANAS ĪPATNĪBAS UN PROBLĒMAS

Daļas apjoms ir 28 lappuses, tajā ir iekļauti 2 attēli un 11 tabulas.

Vērtības pārvaldīšanas procesa izejas punkts ir vērtības noteikšana. Turklāt informācijai par biznesa vērtību ir jābūt pieejamai jebkurā brīdī, lai redzētu vērtības izmaiņas dinamiku un laikus pieņemtu pareizus stratēģiskus lēmumus. Ziņas par vērtības lielumu ir nepieciešamas gan uzņēmuma vadītājiem, lai pieņemtu pareizus stratēģiskus lēmumus, gan potenciālajiem investoriem, jo, pērkot akcijas, viņi riskē ar saviem līdzekļiem.

Vairāki finanšu sfēras speciālisti (Damodaran 2007, Copeland et al. 2002, Francis, Ibbotson 2002) funkcionējošā uzņēmuma vērtību saista ar uzņēmuma nākotnes naudas plūsmas tagadnes vērtību. Tomēr eksistē vairākas citas metodes, kuras var apvienot trīs grupās (Damodaran 2007, Jegerevs 2003, Fedotova, Grjaznova 2003):

1. Ienākumu pieeja. Uz ienākumiem balstītās metodēs tiek izmantots finanšu fundamentālais princips – naudas vērtība laikā (*time value of money*) (Fabozzi, Drake 2009). Metožu būtība ir nākotnē gaidāmo biznesa ienākumu noteikšana un to turpmāka pārveidošana tagadnes vērtībā.
2. Izmaksu vai īpašuma pieeja (uz aktīviem balstīta pieeja). Uzņēmuma vērtības noteikšanas metožu kopums, kas balstās uz starpības noteikšanu starp aktīvu un pasīvu vērtību.
3. Tirgus vai salīdzināšanas pieeja. Pieejas pamatā ir vērtēšanas objektu salīdzināšana ar analogiskiem objektiem, ja ir dati par to pārdošanas darījumu cenām.

Bankas vērtības noteikšanai ir iespējams izmantot tādas pašas metodes, kas tiek izmantotas jebkura cita uzņēmuma vērtēšanai. Tomēr bankas vērtības noteikšanas procesam ir savas īpatnības, kas ir saistītas ar banku darbības specifiku.

Pirmkārt, kapitāla jēdziens attiecībā uz finanšu sektora uzņēmumiem tiek traktēts citādi nekā uz uzņēmumiem, kas darbojas nefinanšu jomā. Runājot par finanšu pakalpojumu sniedzējiem, aizņēmti līdzekļi nav kapitāla avots, tā ir „izejviela” – kaut kas, ko pēc tam pārveido citos finanšu produktos, lai pārdotu par augstāko cenu un iegūtu peļņu (Damodaran 2007). Tādējādi finanšu sektora uzņēmuma gadījumā kapitāla jēdziens ir šaurāks un iekļauj sevī tikai pašu kapitālu.

Otrkārt, banku sektors tiek stingri regulēts. Regulējošās prasības galvenokārt attiecas uz pašu kapitāla pietiekamības līmeni. Tātad, vērtējot banku, ir jāņem vērā ierobežojumi, kas ir saistīti ar minimālo kapitāla prasību ievērošanu.

Vairāki finanšu speciālisti iesaka noteikt bankas vērtību, izmantojot ienākumu pieeju (Copeland et al. 2002, Jegerevs 2003, Sinkey 2007). Tas ir saistīts ar citu metožu izmantošanas ierobežojumiem bankas vērtības noteikšanā.

Uz aktīviem balstīta pieeja atspoguļo iepriekš veiktas izmaksas aktīvu vai saistību veidošanai un neņem vērā potenciālo ienākumu, ko ģenerē šie aktīvi vai saistības. Turklāt izmantojot šo metodi, netiek vērtēti tā saucamie slēptie aktīvi, piemēram, unikālu bankas tehnoloģiju esamība, bankas klientu lojalitāte, darbinieku kompetence un darbinieku personīgās attiecības ar bankas klientiem (Nikonova, Šamgunovs 2007).

Izmantojot tirgus pieeju, bankas vērtība tiek noteikta ar pašu kapitāla multiplikatoru palīdzību, galvenokārt P/E un P/B multiplikatoriem (Damodaran 2007, Dermine 2010). Tomēr šo metodi nav iespējams pielietot, ja (1) nav statistiskās informācijas par banku kotēto akciju cenām un (2) ja bankai iepriekšējos periodos bija zaudējumi, nevar izmantot P/E multiplikatoru. Kas attiecas uz Latvijas bankām, salīdzināšanas metožu izmantošanu traucē abi ierobežojumi. Nav iespējams izmantot vietējo banku P/E rādītājus, jo Latvijas banku akcijas nekotējas biržā. Izmantojot citu Eiropas banku P/E multiplikatorus, iegūto rezultātu ticamība ir apšaubāma, jo netiek ievērota Latvijas banku darbības specifika. Turklāt 2009. – 2010. gadā Latvijas banku sektors strādāja ar zaudējumiem.

Tātad Latvijas banku vērtības noteikšanai vispiemērotākā metode ir diskontētās naudas plūsmas metode. Izmantojot argumentu, ka vienīgais naudas plūsmas veids, kas ir pieejams akcionāriem, ir dividendes, bankas pašu kapitālam ir jābūt pielīdzinātam paredzēto dividendu plūsmas pašreizējai vērtībai (Damodaran 2007). Tomēr, lai pareizi pielietotu dividendu

diskontēšanas modeli, ir nepieciešams noteikt dividenžu nākotnes vērtību, izmantojot retrospektīvu informāciju. Latvijas bankām nav stabilas dividenžu izmaksas prakses. Tādējādi pareizāk būtu izmantot akcionāru naudas plūsmas diskontēšanas modeli (*FCFEDM – free cash flow to equity discount model*). Akcionāriem pieejamo naudas plūsmu var uzskatīt par rādītāju, kas atspoguļo iespējamo dividenžu apjomu, ko bankas var atļauties samaksāt saviem akcionāriem (CFA 2010). Galvenās problēmas ir (1) precīzi prognozēt naudas plūsmas lielumu un (2) pareizi noteikt diskonta likmi (pašu kapitāla cenu).

Pašu kapitāla cenas aprēķināšanā visplašāk tiek izmantots ilgtermiņa aktīvu novērtēšanas modelis (*CAPM – capital assets pricing model*), kas ir detalizēti apskatīts vairāku finanšu speciālistu publikācijās (Gitman 2006, Fabozzi, Drake 2009, CFA 2010, Evans, Bishop 2001, Copeland et al. 2002, Damodaran 2007).

CAPM tiek izmantots finanšu jomā, lai noteiktu investora prasīto atdeves likmi par aktīva izmantošanu, kuru tiek plānots pievienot jau esošajam diversificētam aktīvu portfelim, ņemot vērā šī aktīva tirgus risku. Modelis ņem vērā aktīva jutīgumu pret nediversificētu risku (tiek dēvēts arī par sistemātisko risku jeb tirgus risku), kas tiek izteikts ar beta koeficientu, kā arī pret gaidāmo tirgus portfeļa ienesīgumu un bezriskā ienesīguma normu (Vernimmen et al. 2009).

Latvijā ir daudz ierobežojumu CAPM izmantošanai bankas pašu kapitāla cenas noteikšanā. Tie ir saistīti ar CAPM formulas elementu (bezzriskā likmi, tirgus prēmiju par risku un beta koeficientu) noteikšanu.

Bezzriskā likmes izvēles problēma. Valdības obligāciju ienesīguma likme tradicionāli tiek vērtēta kā bezriskā likme (Damodaran 2007, Copeland et al. 2002, CFA 2010). Rodas jautājums, vai mēs varam izmantot Latvijas valdības obligācijas kā aktīvus, atbrīvotus no riska? Latvijas Republikas ilgtermiņa reitings vietējā valūtā, ko piešķir Fitch, Moody's un Standard&Poor's, ir attiecīgi BBB-/Baa3/BB+. Ir jāatzīmē, ka šie reitingi atrodas spekulatīvajā klasē, kaut gan šajā grupā tie ir augstākie. Turklāt Latvija atrodas vāji attīstīto valstu sarakstā, kuru sastāda pētniecības centrs „Brookings Institution” (Rice, Patrick 2008). Tātad Latvijas obligāciju kā bezriskā aktīvu izmantošana ir atkarīga no investora lēmuma un no viņa gatavības uzņemt risku.

Daži autori piedāvā bezriskā likmei izmantot šādus substitūtus: (1) centrālās bankas piedāvāto procentu likmi par noguldījumiem ārvalstu valūtā (Fedotova, Grjaznova 2003), (2) gada vidējo centrālās bankas refinansēšanas likmi, kas tiek koriģēta ar inflācijas līmeni (Nikonova, Šamgunovs 2007), (3) LIBOR likmi, kas tiek koriģēta ar suverēno riska prēmiju (Rutgaizers, Budickis 2007, Nikonova, Šamgunovs 2007).

Pēc darba autores viedokļa, centrālās bankas refinansēšanas likmes izmantošana kā bezriskā likme nav korekta. Šī likme raksturo preces (naudas) cenu, ko pārdod centrālā banka. Tas nav aktīva ienesīgums. LIBOR likmes izmantošana, pēc autores domām, arī nav iespējama tādu pašu apsvērumu dēļ, kā refinansēšanas likmes gadījumā. Tā ir aizņēmumu cena, ko maksā bankas Londonas starpbanku tirgū. Turklāt izmantojot LIBOR likmi, netiek ievērots atbilstības princips (Damodaran 2007). Latvijas banku naudas plūsmas ir nominētas Latvijas latos. Tātad bezriskā likmei arī ir jābūt latu likmei.

Tāpēc darba autore rekomendē šādus bezriskā likmes substitūtus:

1. Latvijas Republikas valdības obligāciju ienesīguma likme, ja potenciālais investors tam piekrīt. Turklāt ir jāņem obligācijas, kuru dzēšanas termiņš sakrīt ar darbības (projekta īstenošanas) prognozēto ilgumu.
2. Vidējā svērtā ienesīguma likme par obligācijām, kuru emitenti ir valstis ar AAA reitingu – tādas kā Austrija, Francija, Vācija, Kanāda, Dānija u. c.;
3. Valsts lielāko un drošāko banku noguldījumu piesaistīšanas vidējā likme.

Prēmijas par tirgus risku noteikšanas problēma. Ilgtermiņa aktīvu novērtēšanas modelī izmantojamās prēmijas par tirgus risku aprēķināšana notiek, balstoties uz statistisko informāciju par diezgan ilgstošu laika periodu (Copeland et al. 2002, Dimson et al. 2002, Officer, Bishop 2008). Rīgas Fondu birža strādā kopš 1993. gada. Tādējādi rodas problēma, ka līdzīgam pētījumam Latvijas apstākļos būs zems statistiskais nozīmīgums ierobežota novērojumu skaita dēļ. Pētījumi liecina, ka standarta kļūdas, izmantojot 10 – 20 gadu novērtēšanas periodu, ir tikpat augstas kā pati prēmija par risku (Damodaran, 2007).

Analizējot vairāku pētnieku viedokļus par šo jautājumu (Damodaran 2007, Nikonova, Šamgunovs 2007, Haden, Goedhart 2003), autore secina, ka vienīgā izeja ir izmantot bāzes prēmiju nobriedušam fondu tirgum (piemēram, ASV), paaugstinot to par suvereno prēmiju (prēmiju par valsts risku).

Beta koeficienta noteikšanas problēma. Baltijas reģiona kapitāla tirgus nav pietiekami liels un attīstīts, lai veiktu pilnvērtīgu beta koeficienta aprēķināšanu. Turklāt Latvijas banku akcijas nekotējas tirgū. Kas attiecas uz beta koeficienta noteikšanu, darba autore rekomendē:

1. Izmantot publiski pieejamo informāciju par koeficientiem. Eksistē daudz kompāniju, kuras specializējas vērtības noteikšanā un aprēķina beta koeficientus – piemēram, Barra, Value Line, Bloomberg.
2. Izmantot CAPM aizvietojošo regresijas modeli. Aprēķinot beta koeficientu, A. Damodarans rekomendē noteikt korelāciju starp uzņēmuma peļņas izmaiņām un kopējā tirgus ienesīguma

izmaiņām (Damodaran 2007). Ievērojot šo rekomendāciju, Latvijas banku beta koeficientu var aprēķināt, izmantojot šādu formulu.

$$\Delta \text{ bank 's profit} = \alpha + \beta \times \Delta \text{ OMX Riga} , \quad (1)$$

kur $\Delta \text{ bank 's profit}$ – bankas peļņas pieauguma temps;

$\Delta \text{ OMX Riga}$ – OMX Riga tirgus indeksa pieauguma temps;

β – beta koeficients.

Darba autore rekomendē kā bankas akcijas cenas substitūtu izmantot nevis bankas peļņas lielumu, bet ienākumu no pamatdarbības. Šis rādītājs tieši atspoguļo bankas darbības rezultātu. Savukārt peļņa lielā mērā ir atkarīga no administratīvo izdevumu, amortizācijas atskaitījumu un uzkrājumu nedrošiem parādiem apjoma.

Autores veiktais Latvijas banku beta koeficientu aprēķins deva absolūti neadekvātus rezultātus – dažām bankām beta koeficients bija negatīvs. Tas liecina par to, ka vienīgā iespēja ir izmantot publiski pieejamus datus par beta koeficientiem, kas tika aprēķināti citu valstu banku sektoriem (Damodaran 2012, Eisenbeiß et al. 2005, King 2009). Rodas jautājums – vai ir korekti izmantot citu valstu banku sektoru beta koeficientus? Tas ir atkarīgs no vērtētāju un potenciālo investoru viedokļa.

Lai izvairītos no problēmām, kas rodas, izmantojot CAPM, darba autore piedāvā alternatīvu variantu bankas pašu kapitāla cenas noteikšanai – kumulatīvās konstruēšanas modeli, saskaņā ar kuru pašu kapitāla cenu aprēķina, pieskaitot bezriskā likmei vairākas riska prēmijas.

Promocijas darba autore piedāvā novērtēt deviņas banku sektora specifikai atbilstošas riska prēmijas (sk. 1. tabulu). Riska līmenis ir sadalīts trīs kategorijās: zems „↓” (0% – 1%), vidējs „~” (2% – 3%) un augsts „↑” (4% – 5%).

Lai samazinātu modelī iekļauto riska prēmiju vērtēšanas subjektivitāti, darba autore galvenokārt izmantoja riska prēmijas, kuras var novērtēt, balstoties uz kvantitatīvajiem kritērijiem. Piemēram, bankas pelnītspēju ir piedāvāts vērtēt ar ROA (aktīvu rentabilitāte) vai ROE (pašu kapitāla rentabilitāte) rādītājiem. Riska prēmija var tikt noteikta, salīdzinot bankas rādītāju ar vidējo sektora rādītāju. Vērtējot bankas ienākumu stabilitāti, autore piedāvā izmantot ROA vai ROE standartnovirzes vērtību.

Darba autore piedāvā vērtēt bankas maksātspējas varbūtību, izmantojot riska indeksu (Hannan, Hanweck 1988). Ar šī indeksa palīdzību ir iespējams noteikt iespējamību, ka bankas zaudējumi pārsniegs bankas pašu kapitālu.

Riska prēmijas bankas pašu kapitāla cenas noteikšanas modelim

Nr.	Riska prēmija	Risks	Vērtēšanas kritēriji
1.	Sektora risks	↓	Banku sektoru stingri regulē normatīvie akti, kas atbilst ES prasībām. Banku sektors ir stabils. Lielākai daļai banku ir ilgstoša veiksmīga darbības vēsture. Bankām ir investīciju klases reitingi. Banku akcijas kotējas biržā.
		~	Banku sektors ir labi attīstīts, bet tā darbība ir ļoti atkarīga no makroekonomiskās situācijas valstī. Nelielam banku skaitam ir investīciju klases reitingi. Banku akcijas nekotējas biržā.
		↑	Banku sektors ir attīstības stadijā. Nav attīstīta tiesiskā infrastruktūra. Zemas ieejas barjeras. Daudz jaunu banku.
2.	Biznesa aktivitātes vēsture	↓	Banka strādā Latvijas tirgū vairāk nekā 10 gadus.
		~	Banka strādā Latvijas tirgū vairāk nekā 5 gadus.
		↑	Jauna banka (darbības vēsture ir mazāka par 5 gadiem).
3.	Bankas lielums	↓	Tirgus daļa pēc aktīviem ir lielāka par 10%.
		~	Tirgus daļa pēc aktīviem ir starp 5% un 10%.
		↑	Tirgus daļa pēc aktīviem ir mazāka par 5%.
4.	Klientu uzticēšanās	↓	Tirgus daļa pēc noguldījumiem ir lielāka par 10%.
		~	Tirgus daļa pēc noguldījumiem ir starp 5% un 10%.
		↑	Tirgus daļa pēc noguldījumiem ir mazāka par 5%.
5.	Pelnītspēja, ienākumu stabilitāte	↓	Bankas ROA pārsniedz vidējo sektora līmeni; ROA standartnovirze ir mazāka par 1%.
		~	Bankas ROA ir tuvu vidējam sektora līmenim; ROA standartnovirze ir robežās starp 1% un 2%.
		↑	Bankas ROA ir zemāks par vidējo sektora līmeni; ROA standartnovirze ir lielāka par 2%.
6.	Resursu pieejamība	↓	Banka ir starptautiskas finanšu grupas dalībniece. Bankas akcijas pieder ārvalstu investoriem.
		~	Banka pieder Latvijas uzņēmumam vai privātpersonām, bet tai ir iespējas aizņemties starptautiskajā finanšu tirgū.
		↑	Maza privāta banka.
7.	Maksātspējas varbūtība	↓	Riska indekss pārsniedz 10.
		~	Riska indekss ir starp 5 un 10.
		↑	Riska indekss ir tuvu 0 vai negatīvs.
8.	Produktu un pakalpojumu diversifikācija	↓	Universāla banka. Bankas grupā ietilpst uzņēmumi, kas klientiem piedāvā dažādus finanšu pakalpojumus. Banka piedāvā pilnu produktu spektru, kas pastāv tirgū, un papildu unikālus produktus.
		~	Universāla banka. Tomēr koncentrējas uz dažiem darbības veidiem.
		↑	Šauri specializēta banka.
9.	Teritoriālā diversifikācija	↓	Bankai ir liels filiāļu un klientu apkalpošanas centru skaits Latvijā un ārzemēs. Filiāles strādā visās lielajās Latvijas pilsētās.
		~	Bankai ir pietiekami liels apkalpošanas centru skaits, bet tikai Latvijas teritorijā.
		↑	Bankai ir ierobežots apkalpošanas centru skaits.

Modelī ir tikai trīs riska prēmijas, kuru vērtējumā ir jābalstās uz eksperta subjektīvo viedokli: (1) sektora risks, (2) produktu un pakalpojumu diversifikācija, (3) teritoriālā diversifikācija.

Lai pārbaudītu kumulatīvās konstruēšanas modeļa pielietojamas iespējamību Latvijas banku pašu kapitāla cenas noteikšanai un ar tā palīdzību iegūto rezultātu ticamību, darba autore izmantoja ekspertu novērtēšanas metodi. Dažu Latvijas banku darbiniekiem tika piedāvāts novērtēt riska prēmijas, izmantojot autores piedāvātos vērtēšanas kritērijus, kā arī balstoties uz subjektīvo priekšstatu par bankas stāvokli un iespējamo attīstību. Saskaitot visu prēmiju vērtējumus, tika iegūts kopējais riska vērtējums – katrai bankai piemītošs specifisks risks kvantitatīvajā izteiksmē. Kopā aptaujā piedalījās 19 eksperti, kuri novērtēja banku risku robežās no 5% līdz 33%.

Lai aprēķinātu bankas pašu kapitāla cenu, ekspertu riska prēmiju vērtējumu kopsummai ir jāpieskaita bezriskā likme. Kā bezriskā likmes substitūtu var izmantot 2012. gadā emitēto Latvijas valsts 10 gadu obligāciju ienesīguma likmi. Savukārt pašu kapitāla cenas lielums, izmantojot CAPM, būs vienāds visām bankām. Pašu kapitāla cenas vērtība atkarībā no izvēlētās aprēķināšanas metodes ir parādīta 2. tabulā.

2. tabula

Pašu kapitāla cenas aprēķināšana Latvijas bankām

Pašu kapitāla cenas aprēķins, izmantojot CAPM			Pašu kapitāla cenas aprēķins, izmantojot kumulatīvās konstruēšanas modeli	
CAPM komponenti	Vērtība	Informācijas avots	Modeļa komponenti	Vērtība
Bezriskā likme	6,625%	Latvijas obligāciju ienesīguma likme	Bezriskā likme	6,625%
Prēmija par tirgus risku	9%	Tirgus prēmija par investīciju risku Latvijas valsts uzņēmumu akcijās	Riska prēmiju kopsumma ekspertu vērtējumā	5% – 33%
Beta koeficients	0,67 – 1,50	Citu valstu banku sektoram aprēķinātās vērtības		
Pašu kapitāla cena	12,66% – 20,13%		11,66% – 39,66%	

Salīdzinot divu modeļu izmantošanas rezultātus, autore secina, ka CAPM izmantošana Latvijas apstākļos nevar nodrošināt ticamus rezultātus, jo katras bankas situācija ir unikāla un nav iespējams izmantot kādu unificētu formulu visu Latvijas banku pašu kapitāla cenas aprēķināšanai. Tomēr CAPM ir ļoti plaši izmantots modelis un ārzemju investorus var neapmierināt pašu kapitāla cena, kas ir aprēķināta, balstoties uz ekspertu subjektīviem vērtējumiem.

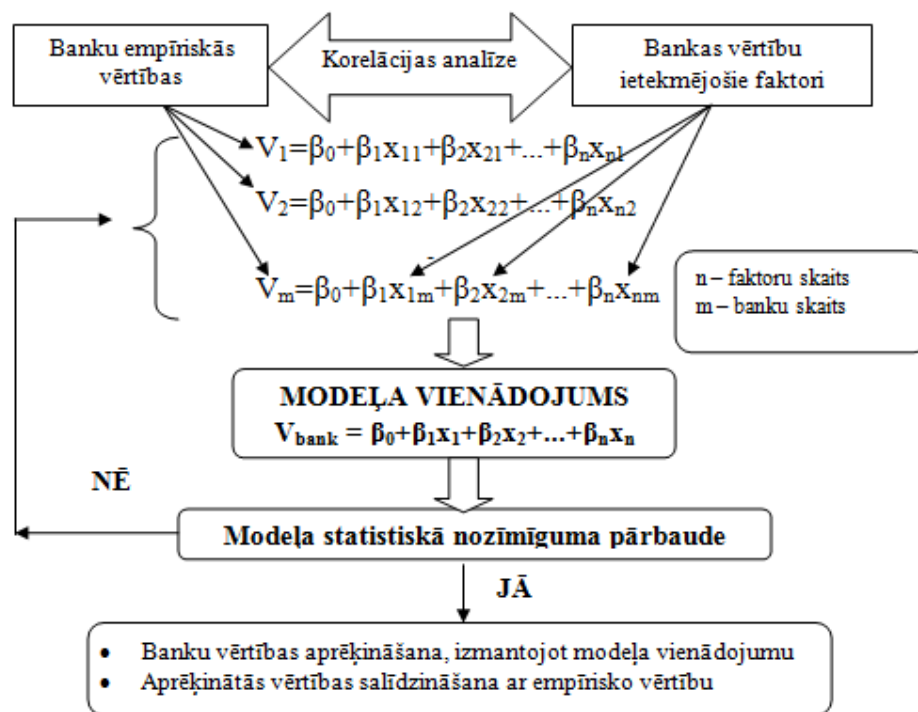
Ņemot vērā naudas plūsmas prognozēšanas sarežģītību, kā arī pašu kapitāla cenas noteikšanas modeļu izmantošanas ierobežojumus Latvijas tirgus apstākļos, darba autore piedāvā alternatīvu naudas plūsmas diskontēšanas modelim – daudzfaktoru regresijas modeli bankas vērtības noteikšanai.

3. BANKAS VĒRTĪBAS NOTEIKŠANAS MODELIS

Daļas apjoms ir 22 lappuses, tajā ir iekļauti 28 attēli un 10 tabulas.

Informācija par reālo biznesa vērtību ir nepieciešama, lai efektīvi pārvaldītu uzņēmumu. Turklāt bieži vien sarežģītu procedūru izmantošana nav lietderīga. Biznesa īpašniekiem ir vajadzīga vienkārša, bet loģiska un pamatota vērtības noteikšanas formula, kas ļauj jebkurā laika brīdī noteikt biznesa vērtību (Guljajevs 2006).

Darba autore piedāvā izstrādāt daudzfaktoru lineārās regresijas modeli bankas vērtības noteikšanai, izmantojot šādu algoritmu (sk. 6. att.).



6. att. Bankas vērtības noteikšanas modeļa izstrādāšanas algoritms.

Ņemot vērā, ka Latvijas banku akcijas nekotējas biržā un nav iespējams izmantot datus par tirgus kapitalizāciju, banku vērtības modeļa izstrādāšanai tika aprēķinātas, izmantojot tirgus metodi. Kā multiplikators tika izmantots Centrālās un Austrumeiropas banku vidējais P/B rādītājs 2006. – 2010. gada periodā. Šajā gadījumā nav iespējams izmantot P/E rādītāju tāpēc, ka, sākot ar 2008. gadu, gandrīz visas Latvijas komercbankas cieta zaudējumus.

Modeļa argumentu izvēlei darba autore izanalizēja divdesmit banku darbību raksturojošus rādītājus, kuri tika apvienoti piecās kategorijās (sk. 3. tabulu).

Korelācijas koeficienti starp bankas vērtību un finanšu rādītājiem tika aprēķināti, balstoties uz 2006. līdz 2010. gada statistikas informācijas apstrādes rezultātiem. Balstoties uz vidējo korelācijas koeficientu lielumu, tika noteikti rādītāji, kuriem ir visciešākā saikne ar bankas vērtības lielumu: (1) ROA, (2) ROE, (3) Izd/Ien, (4) TPI/Ien, (5) KK/K, (6) Uzkr, (7) Uzkr/K, (8) PI/PrIzd.

3. tabula

Bankas darbību raksturojošie rādītāji

Kategorijas nosaukums	Rādītāji
Pelnītspējas un efektivitātes rādītāji	ROA – aktīvu rentabilitāte; ROE – pašu kapitāla rentabilitāte; TPM – tīrā procentu marža; Izd/Ien – izdevumi pret ienākumiem.
Kopējo ienākumu un naudas plūsmas pārskatu rādītāji	TPI – tīrie procentu ienākumi; TKNI – tīrie komisijas naudas ienākumi; PersIzd/Izd – personāla izdevumi pret kopējiem izdevumiem; TPI/Ien – tīrie procentu ienākumi pret kopējiem ienākumiem; PI/PrIzd – procentu ienākumi pret procentu izdevumiem; NP – nauda un tās ekvivalenti pārskata gada beigās.
Bilances pārskata rādītāji	Nog/K – noguldījumi pret kredītiem; K/A – kredīti pret aktīviem; A – kopējie aktīvi; Nog – kopējie noguldījumi.
Aktīvu kvalitāti raksturojošie rādītāji	KK/K – kavētie kredīti pret kopējiem kredītiem; Uzkr – uzkrājumi nedrošiem parādiem; Uzkr/K – uzkrājumi nedrošiem parādiem pret kredītiem.
Kapitāla pietiekamības rādītāji	KPR – kapitāla pietiekamības rādītājs; PK/A – pašu kapitāls pret aktīviem; PK/S – pašu kapitāls pret kopējām saistībām.

Pašu kapitāla rentabilitāte ir pats piemērotākais arguments regresijas modelim ($r = 0,668$). Tomēr, izanalizējot ROE saistību ar citiem rādītājiem, tika novērota multikolinearitātes problēma. Starp ROE un citiem finansiāliem rādītājiem ir ciešā lineārā sakarība.

Tātad ir skaidrs, ka nav iespējams vienā modelī vienlaikus izmantot ROE un rādītāju „uzkrājumu apjoms”, kā arī ROE un rādītāju „kavēto kredītu apjoms pret kopējiem kredītiem”.

Tomēr var mēģināt kombinēt ROE ar rādītāju “izdevumi/ienākumi”. Turklāt var vispār neizmantot ROE, bet izmantot citu rādītāju kombinācijas.

Balstoties uz korelācijas analīzes rezultātiem, tika izstrādāti divpadsmit daudzfaktoru lineārās regresijas modeļa varianti, izmantojot programmas SPSS darbarīku *Regression*. Analīzei tiek izmantoti Latvijas banku darbību raksturojošo rādītāju vērtības par 2010. gadu.

Pārbaudot izstrādāto modeļu un to koeficientu statistisko nozīmīgumu, tika izvēlēts optimālais regresijas modelis, kas iekļauj sevī divus argumentus. Modeļa vienādojums ir izteikts ar šādu formulu:

$$Vbank = 2,038 \times Uzkr + 3,693 \times TPI , \quad (2)$$

kur TPI – tīrais procentu ienākums, n. v.;

Uzkr – uzkrājumu nedrošiem parādiem apjoms, n. v..

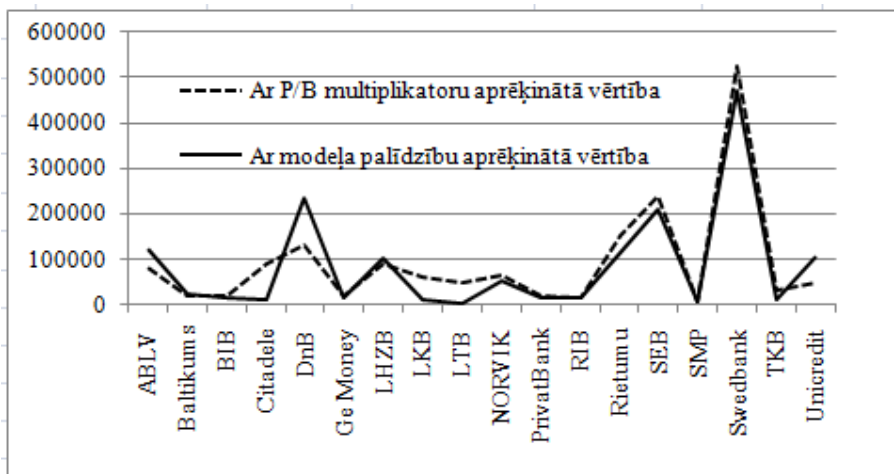
Statistikas rādītāji lineārās izstrādātajam regresijas modelim, kā arī tā koeficientiem ir atspoguļoti 7. attēlā.

Model summary						
R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig.	Durbin-Watson	
,960	,922	,912	94,014	,000 ^a	2,116	
Coefficients						
Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
Uzkr	2,038	,653	3,123	,007	,237	4,212
TPI	3,693	,977	3,779	,002	,237	4,212

7. att. Statistiskas rādītāji modelim ar argumentiem Uzkr un TPI.

Kā redzams no 7. attēla, modelis ir statistiski nozīmīgs (Sig. = 0,000 < 0,05) ar varbūtību 95%. Modelis izskaidro 92,2% no kopējās datu dispersijas ($R^2 = 0,922$). Durbin-Watson koeficients ir lielāks par koeficienta augšējo kritisko robežu ($D_U = 1,53$), tātad autokorelācija atlikumos nepastāv (Arhipova, Bāliņa 2006). Modeļa koeficienti ir statistiski nozīmīgi (B_{Uzkr} p-vērtība (Sig.) = 0,007 < 0,005; B_{TPI} p-vērtība = 0,002 < 0,05). VIF rādītājs = 4,212 < 10, kas nozīmē, ka multikolinearitātes problēma nepastāv (Cohen et al. 2003).

Starpība starp banku vērtības lielumiem, kas tika aprēķināti, izmantojot P/B koeficientu, un ar modeļa palīdzību aprēķinātajiem lielumiem ir atspoguļota 8. attēlā.



8. att. Banku teorētiskā un ar modeļa palīdzību aprēķinātā vērtība.

Lielākajā daļā gadījumu ar modeļa palīdzību aprēķinātā vērtība ir zemāka nekā vērtība, kas tika aprēķināta ar tirgus metodi. Tomēr šo faktu var izskaidrot ar to, ka modelī tika izmantoti tikai finansiālie rādītāji.

Kas attiecas uz modeļa kļūdu vērtību, starpība starp banku teorētisko vērtību, kas tika aprēķināta ar P/B multiplikatoru, un ar modeļa palīdzību aprēķināto vērtību septiņām bankām pārsniedz 50%. Tas nozīmē, ka, neskatoties uz augstiem modeļa ticamību raksturojošiem rādītājiem, tas nenodrošina pietiekami precīzus rezultātus.

Tam var būt vairāki iemesli. Pirmkārt, korelācijas un regresijas analīzes rezultāti lielā mērā ir atkarīgi no banku teorētiskās vērtības lieluma. Šajā pētījumā darba autore, lai aprēķinātu teorētisko vērtību, izmantoja P/B rādītāju. Bet pastāv arī cita iespēja. Sākot ar 2006. gadu, birža NASDAQ OMX Riga, IBS Prudentia un žurnāls Kapitāls veic pētījumu, kura rezultātā tiek sastādīts Latvijas vērtīgāko uzņēmumu TOP 101. Pētījuma veicēji Latvijas banku vērtību sāka aprēķināt kopš 2007. gada. Darba autore neizmantoja šo informāciju, jo pašlaik tikai 13 Latvijas bankas ir iekļautas sarakstā. Tomēr tas ir vērtīgs informācijas avots turpmākajam pētījumam.

Turklāt autores ideja iekļaut modelī nefinanšu rādītājus var tikt īstenota. Runa ir, pirmkārt, par EPSI reitingu – klientu apmierinātības vērtēšanas rādītāju. Pašlaik Latvijas EPSI aģentūra aprēķina reitingu Latvijas banku sektoram kopumā un tikai dažām atsevišķām bankām. Ja nākotnē būs pieejama informācija par vairāku banku klientu apmierinātības indeksu, tad būs iespēja izmantot šo rādītāju kā modeļa argumentu. Otrkārt, Latvijā jau trešo gadu uzņēmumiem tiek piešķirts ilgtspējas indekss. 2011. gadā šis indekss tika piešķirts tikai trim bankām – Nordea Bank Finland Latvijas filiālei, Swedbank un SEB bankai. Ja indeksa dalībnieku skaits banku

sektorā palielināsies, tad šo informāciju būs arī iespējams izmantot līdzīga pētījuma veikšanai nākotnē.

4. BANKAS VĒRTĪBAS PĀRVALDĪBAS PILNVEIDOŠANAS IZPĒTE

Daļas apjoms ir 54 lappuses, tajā ir iekļauti 16 attēli un 34 tabulas.

Vērtības pārvaldība paredz, ka uzņēmuma mērķi, tā sistēmas, stratēģija, procesi, darbības efektivitātes novērtēšanas sistēma un kultūra ir saistīti ar akcionāru labklājības līmeņa maksimizēšanu ilgtermiņā (Arnold 2005). Tā arī paredz, ka uzņēmuma vadītājiem ir jākoncentrējas uz darbībām un vadīšanas lēmumiem, kas rada pamatu ienākumu saņemšanai nākotnē (Valdaicevs 2008). Turklāt vadības lēmumu pieņemšanas process ir jābalsta uz galvenajiem vērtības faktoriem (Copeland et al. 2002). Tādējādi, vērtības pārvaldīšanas process ir vērtību ietekmējošo faktoru pārvaldīšanas process tās maksimizēšanas nolūkā.

Vairāki faktori stimulē vērtības rašanos. Piemēram, profesionāla uzņēmuma vadīšana, pareizi izveidota stratēģija, darbinieku prasmes utt. Tomēr ir grūti būt labākajam visās sfērās. Ir jāizvēlas faktori, kuriem jādod prioritāte.

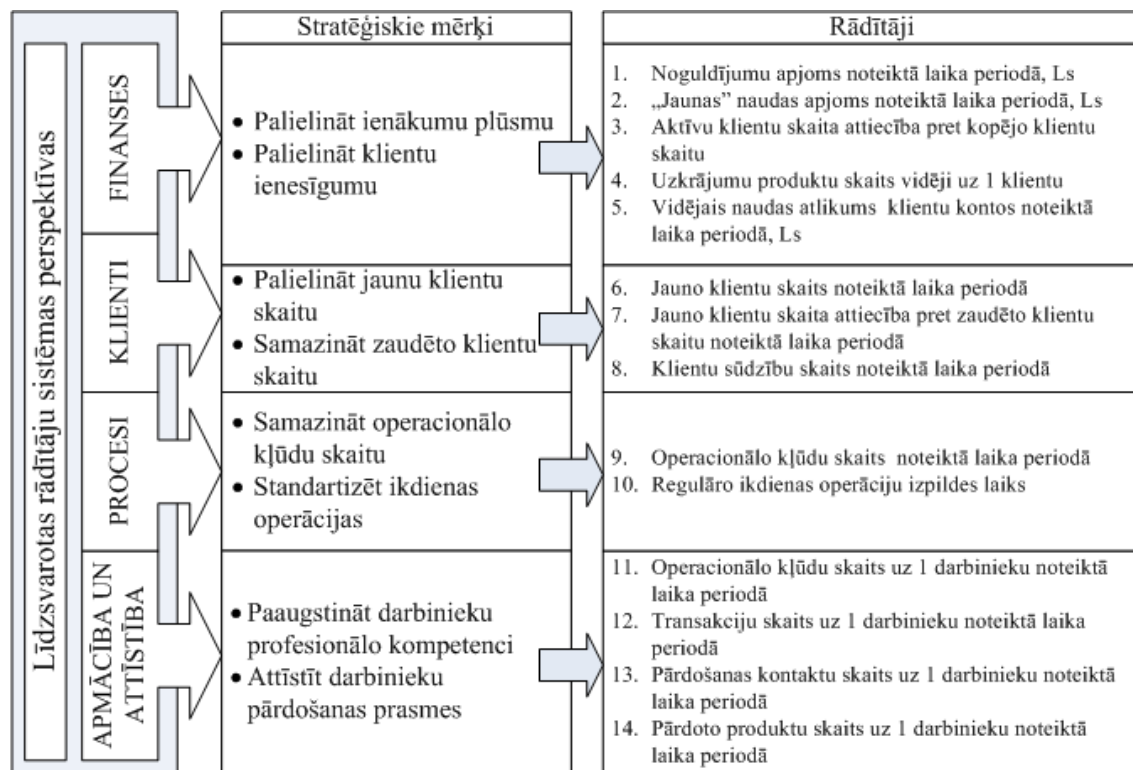
Promocijas darbā galvenā uzmanība tiek koncentrēta uz šādiem bankas vērtību ietekmējošiem faktoriem:

- **Bankas darbības rezultātu vērtēšanas sistēma.** Ir pierādīts, ka biznesa efektivitāte lielā mērā ir atkarīga no esošās darbības efektivitātes vērtēšanas sistēmas (Copeland et al. 2002). Izmantojot darbības rezultātu rādītājus, vadītājiem ir vieglāk sekot līdzi biznesa rezultativitātei un diagnosticēt uzņēmuma veselīguma stāvokli (Dobbs et al. 2005). Ņemot vērā, ka katrai uzņēmuma struktūrvienībai ir jābūt izstrādātai savai efektivitātes rādītāju sistēmai (Copeland et al. 2002), promocijas darbā darbības rezultātu vērtēšanas sistēmas izstrādes process tiek aplūkots bankas klientu apkalpošanas struktūrvienības līmenī.
- **Bankas darbinieku produktivitāte, kompetence un emocionālais intelekts.** Vairāki pētnieki pierādīja savstarpējo saikni starp bankas darbinieku profesionālo kvalifikāciju un emocionālo intelektu un klientu ienesīguma līmeni (Beaujean et al. 2006, Coyne et al. 2000, Croxford et al. 2005).
- **Klientu apmierinātība un lojalitāte.** Pēc vairāku finanšu ekspertu viedokļa, apmierinātie un lojālie klienti ir galvenais uzņēmuma pelnītspējas virzītājspēks (Reicheld, Sasser 1990, Storbacka et al. 1994, Hallowell 1996, Jamal, Anastasiadou 2009, Beerli et al. 2004).

➤ **Bankas piedāvātā servisa kvalitāte.** Servisa kvalitātes augsts līmenis ir galvenais faktors, kas ietekmē jaunu klientu piesaistīšanu un esošo klientu saglabāšanu. Tas savukārt izraisa operacionālo izmaksu samazināšanos, produktivitātes paaugstināšanos un ienākumu plūsmas palielināšanos (Chi Cui et al., 2003; Ladhari et al., 2011; Abdullah et al. 2010).

Darbības rezultātu rādītāju sistēmas izveidošana ir viens no vērtības pārvaldīšanas koncepcijas pamatelementiem. Vairāku uzņēmuma pārvaldīšanas sistēmu neveiksmīgas izmantošanas iemesls bija nepareiza darbības mērķu nospraušana. Lai uzņēmums varētu efektīvi darboties, visiem stratēģiskajiem un taktiskajiem mērķiem ir jābūt saskaņotiem ar uzņēmuma galveno mērķi – radīt un palielināt akcionāru vērtību. Turklāt šie mērķi ir jāatspoguļo katrai uzņēmuma struktūrvienībai piemērotos darbības rezultātu novērtēšanas rādītājos.

Balstoties uz Latvijas banku darbinieku aptaujas rezultātiem, darba autore ir izstrādājusi bankas klientu apkalpošanas struktūrvienībai piemērotu rezultātu novērtēšanas sistēmu, kas iekļauj finanšu un nefinanšu rādītājus (sk. 9. att.).



9. att. Bankas klientu apkalpošanas struktūrvienības darbības rezultātu novērtēšanas sistēma.

Sistēma balstās uz līdzsvarotās rādītāju sistēmas uzbūves principiem: bankas stratēģiskiem mērķiem atbilst kvantitatīvie rādītāji, kuri ir apvienoti četrās kategorijās. Autore izmantoja 14

rādītājus, bet sistēmā var iekļaut arī papildu rādītājus, saistītus ar konkrētiem bankas produktiem. Šo papildu rādītāju izvēle ir atkarīga no stratēģiski svarīgām bankas produktu līnijām konkrētajā laika posmā.

Galvenais, lai augstākā līmeņa bankas vadītāji, veidojot darbības rezultātu vērtēšanas un darbinieku motivācijas sistēmu, pievērstu uzmanību ne tikai finanšu rādītājiem un pārdošanas rezultātiem. Pretējā gadījumā tas var izraisīt operacionālo kļūdu skaita pieaugumu un servisa kvalitātes pasliktināšanos.

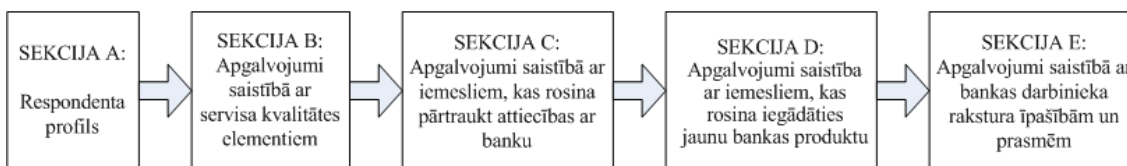
Vērtības radīšana ilgtermiņa periodā balstās uz klientu vērtības radīšanu un konkurētspējas priekšrocībām, kas ļauj nodrošināt kompānijas akcionāriem augstus ienākumus (Olsen et al. 2009). Kompānija var iegūt konkurētspējas priekšrocību, kad klienti pērk tās, nevis konkurentu produktus un pakalpojumus (Coyne et al. 2000).

Lai uzvarētu konkurences cīņā, bankām ir jā saglabā esošie klienti un jāpiesaista jaunie. Tādēļ, lai ilgtermiņā nodrošinātu ienākumu pieaugumu, bankām ir jā rūpējas par klientu apmierinātības un lojalitātes līmeņa celšanu. Savukārt klientu apmierinātības līmeni ietekmē servisa kvalitāte, kas nosaka bankas vērtību klientu acīs. Bankas spēja nodrošināt augstas kvalitātes servisu ir atslēga konkurētspējas priekšrocības iegūšanai (Ennew, Waite 2007). Augsts servisa kvalitātes līmenis stimulē augstāku ienākumu gūšanu un ļauj saglabāt klientus (Abdullah et al. 2010, Rostamy 2009).

Darba autore ir izstrādājusi servisa kvalitātes vērtēšanas metodoloģiju, kas ļauj:

1. Novērtēt servisa kvalitāti Latvijas bankās privāto klientu un darbinieku skatījumā;
2. Izprast faktoros, kas stimulē jaunu bankas produktu iegādāšanos;
3. Noteikt un izvērtēt draudus pazaudēt esošos klientus.

Pētījuma uzdevumu izpildei darba autore ir izstrādājusi divas anketas: bankas privātiem klientiem un bankas darbiniekiem. Anketas ir līdzīgas un sastāv no vairākiem jautājumu blokiem (sk. 10. att.).



10. att. Pētījumam „Bankas vērtība privāto klientu un darbinieku skatījumā” izstrādātās anketas struktūra.

Galvenais anketas jautājumu bloks ir B sekcija, kurā ir ietverti jautājumi (apgalvojumi) par faktoriem, kas ietekmē servisa kvalitātes uztveri. Par pamatu B sekcijas jautājumu formulēšanai tika izmantots SERVQUAL modelis (Zeithaml et al. 1990), kuru plaši izmanto, lai novērtētu

servisa kvalitāti banku sektorā (Rostamy 2009, Abdullah et al. 2010, Avkiran 1994, Bahia, Nantel 2000). Ņemot vērā 2011. gada septembrī autores veiktās fokusa grupas intervijas rezultātus, apgalvojumu skaits B sekcijā ir 28 un visi apgalvojumi (servisa kvalitātes faktori) sākotnēji tika sadalīti 8 dimensijās (sk. 4. tabulu).

4. tabula

Autores piedāvātās servisa kvalitātes dimensijas

Nr.	Servisa kvalitātes dimensija	Anketas B sekcijas jautājumi
1.	Servisa materiālie elementi	1. – 3. jautājums
2.	Produkts (kvalitāte, sortiments u. tml.)	4. – 8. jautājums
3.	Uzticēšanās, drošība	9. – 12. jautājums
4.	Empātija	13. – 15. jautājums
5.	Atsaucība, dinamiskums	16. – 19. jautājums
6.	Kompetence	20. – 22. jautājums
7.	Pieejamība	23. – 26. jautājums
8.	Cena	27. – 28. jautājums

Pētījums tika veikts no 2011. gada oktobra līdz 2012. gada aprīlim. Datu vākšanas procesa beigās tika saņemtas 301 privāto klientu anketa un 102 bankas darbinieku aizpildītas anketas.

Lai pārbaudītu, cik lielā mērā B sekcijas jautājumi ir piemēroti servisa kvalitātes līmeņa vērtēšanai, tika izmantots Kronbaha koeficients (*Chronbach α*) (Nasledovs 2007). Kronbaha koeficients (α) servisa kvalitātes elementu vērtēšanas skalai kopumā ir vienāds ar 0,924. Tas liecina par skalas iekšējās saskaņotības augstu līmeni.

Lai pārbaudītu servisa kvalitātes vērtēšanas skalas (B sekcijas apgalvojumi) ticamību, tika veikta faktoranalīze. Pirms aplūkot faktoranalīzes rezultātus, ir jānovērtē tās pielietojšanas iespējamība, izmantojot esošo datu bāzi. Šī vērtēšana tiek veikta, izmantojot KMO kritēriju – (*Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy*) – izlases adekvātuma kritēriju un Barleta kritēriju (*Bartlett's Test of Sphericity*) (Nasledovs 2007). $KMO = 0,917 > 0,9$ (absolūts adekvātums) un Barleta testa p-vērtība = $0,000 < 0,05$ norāda uz to, ka dotajai izlasei var piemērot faktoranalīzi.

Faktoranalīze tika veikta trīs posmos līdz brīdim, kad palika tikai tie bankas servisa kvalitātes elementi, kuriem faktoru slodze (*factor loading*) ir lielāka par 0,5 (Avkiran 1999, Abdullah et al. 2010). Trešā posma faktoranalīzes rezultāti ir atspoguļoti 5. tabulā.

Trešā posma faktoranalīzes rezultāti

Nr.	Servisa kvalitātes elementi	Faktori				
		F1	F2	F3	F4	F5
1.	Darbinieku gatavība izlabot kļūdas	,752				
2.	Individuālā pieeja klientam	,748				
3.	Darbinieku pieklājība	,741				
4.	Darbinieku atbalsts	,724				
5.	Darbinieku gatavība palīdzēt	,711				
6.	Darbinieku zināšanas	,697				
7.	Operacionālās kļūdas	,560				
8.	Telpu iekārtojums		,726			
9.	Darbinieku ārējais izskats		,708			
10.	Vizuālais noformējums		,685			
11.	Tehnoloģiju izmantošana		,644			
12.	Reputācija		,533			
13.	Filiāļu un bankomātu tīkls			,785		
14.	Atrašanās vieta			,752		
15.	Bankas darba laiks			,744		
16.	Produktu kvalitāte				,719	
17.	Transakciju drošība				,717	
18.	Produktu izmantošanas ērtums				,603	
19.	Produktu cena					,726
20.	Apkalpošanas ātrums					,607
21.	Produktu izmantošanas izdevīgums					,511

Faktoranalīzes veikšanas rezultātā servisa kvalitātes novērtēšanas skala samazinājās līdz 21 elementam un 8 servisa kvalitātes dimensiju vietā (sk. 4. tabulu) tagad ir piecas dimensijas:

- **F1: Darbinieku kompetence un emocionālais intelekts** – servisa kvalitātes elementi, kas ir saistīti ar bankas darbinieku zināšanu līmeni, profesionālo pieredzi, attieksmi pret klientiem, uzvedības stilu u. tml.;
- **F2: Bankas tēls** – servisa kvalitātes elementi, kas klientam veido priekšstatu par banku, bet tieši nav saistīti ar produktu un pakalpojumu izmantošanu;
- **F3: Pieejamība** – servisa kvalitātes elementi, kas ir saistīti ar to, cik vienkārši ir saņemt bankas produktus un pakalpojumus;
- **F4: Produkts** – servisa kvalitātes elementi, kas raksturo bankas produktu izmantošanas ērtumu, vienkāršību un drošumu;
- **F5: Izmaksas** – servisa kvalitātes elementi, kas ir saistīti ar klienta naudas un laika patēriņu, izmantojot bankas produktus un pakalpojumus.

Pēc servisa kvalitātes elementu skaita samazināšanās skalas Kronbaha koeficients ir vienāds ar 0,896, kas norāda uz labu skalas iekšējo saskaņotību. Tomēr, analizējot rezultātus, autore secināja, ka elements „bankas darba laiks” ir jāizņem no skalas, jo tā dzēšanas rezultātā

dimensijas „pieejamība” Kronbaha koeficients palielināsies līdz 0,801. Tādējādi servisa kvalitātes novērtēšanas skalā palika 20 elementi.

Izmantojot SERVPERF modeli, tika noteiktas atšķirības starp servisa kvalitātes dimensiju vērtējumu bankas klientu un darbinieku skatījumā (sk. 6. tabulu).

6. tabula

Atšķirības starp servisa kvalitātes faktoru privāto klientu un darbinieku vērtējumu

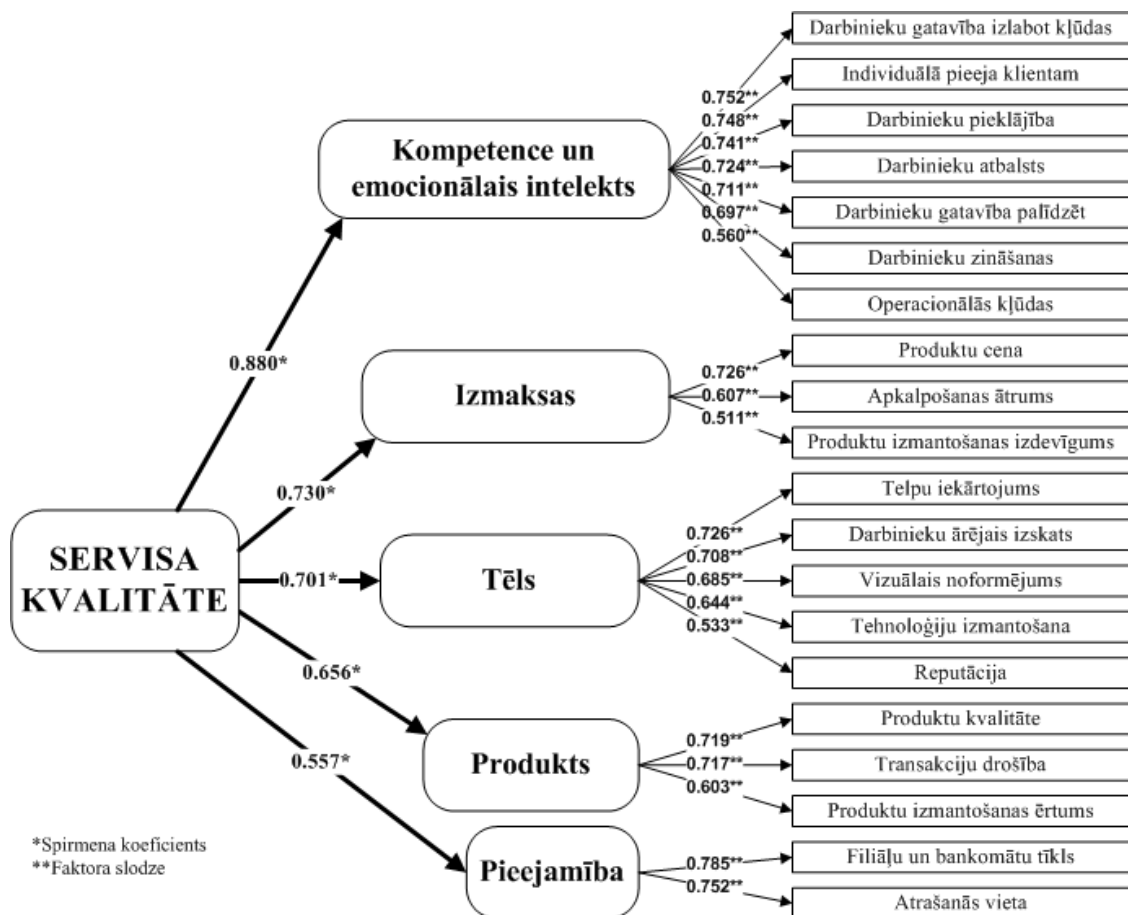
Servisa kvalitātes faktori	Respondenta kods	Vidējais vērtējums	Vērtējumu starpības statistiskais nozīmīgums	Vidējo vērtējumu starpība
Servisa kvalitātes kopējais vērtējums	1	4,306	,147	,076
	2	4,230		
Darbinieku kompetence un emocionālais intelekts	1	4,381	,038	,136
	2	4,245		
Bankas tēls	1	4,229	,264	-,0696
	2	4,299		
Pieejamība	1	4,17	,475	-,066
	2	4,24		
Produkts	1	4,42	,847	-,013
	2	4,43		
Izmaksas	1	4,24	,147	,076
	2	3,87		

Statistiski nozīmīgas atšķirības starp bankas klientu un darbinieku vērtējumu pastāv tikai attiecībā uz faktoru „darbinieku kompetence un emocionālais intelekts”. Darbinieku vērtējums šim faktoram ir augstāks nekā klientu vērtējums. Tas nozīmē, ka situāciju saistībā ar apkalpošanas līmeni un servisa emocionālo aspektu banku darbinieki vērtē pozitīvāk nekā klienti. Arī servisa kvalitāti kopumā darbinieki vērtē augstāk, bet šīs atšķirības nav nozīmīgas.

Pamatojoties uz visas datu bāzes apstrādes rezultātiem, ir iespējams novērtēt, cik lielā mērā katrs no faktoriem ietekmē servisa kvalitātes kopējo vērtējumu un privāto klientu kopējo apmierinātības līmeni ar banku. Šim nolūkam darba autore izmanto rangu korelācijas koeficientu (*Spearman rank correlation coefficient*). Šī koeficienta izmantošana ir skaidrojama ar to, ka izejas datu sadalījums neatbilst normālajam sadalījumam.

Balstoties uz korelācijas analīzes rezultātiem, tika izstrādāts bankas servisa kvalitātes faktoru modelis (sk. 11. att.).

Privāto klientu vērtējumā visciešākā saikne ir starp servisa kvalitāti un faktoru „kompetence un emocionālais intelekts”, kas iekļauj sevī ne tikai servisa kvalitātes elementus, kas ir saistīti ar darbinieku zināšanām, bet arī elementus, kas ir saistīti ar servisa emocionālo aspektu.



11. att. Bankas servisa kvalitātes faktoru modelis.

Analizējot respondentu atbildes uz anketas C sekcijas jautājumiem, tika noteikti nozīmīgākie faktori, kas rosina klientus pārtraukt attiecības ar savu banku (sk. 7. tabulu).

7. tabula

Faktori, kas rosina klientus pārtraukt attiecības ar banku – nozīmīguma vērtējums

Faktori	Faktora nozīmīgums	
	Klientu viedoklis	Darbinieku viedoklis
Problēmas, izmantojot bankas produktus (bankomāti nestrādā, naudas pārskaitījumi tiek veikti ilgi, maksājumu karti nepieņem veikalā utt.)	4,41	4,33
Regulāras bankas darbinieku kļūdas, veicot operācijas	4,26	4,41
Problēmas saistībā ar bankas pakalpojumu izmantošanu. Bankas darbinieku nespēja tās atrisināt	3,81	3,96
Nelaiipna apkalpošana	3,76	4,36
Banka paaugstināja maksu par produktu izmantošanu	3,70	3,66
Negatīva informācija par banku medijos	3,64	4,05
Citas bankas pievilcīgs piedāvājums	3,63	3,82
Rindas bankas filiālēs. Ilgi jāgaida	3,41	3,43
Filiāles slēgšana. Cita filiāle atrodas neērtā vietā	3,04	3,70

Bankas darbinieku emocionālajam intelektam un empātijai ir svarīga loma klienta un bankas attiecībās. Neskatoties uz klientu augstu lojalitātes līmeni, 59% respondentu ir gatavi aiziet no savas bankas, ja saņems pievilcīgu piedāvājumu no citas. No vienas puses, to var uztvert negatīvi – pastāv liela varbūtība pazaudēt klientus. No otras puses, tas nozīmē, ka bankai ir lieliska iespēja pārvilināt klientus no citas bankas, īstenojot veiksmīgu mārketinga stratēģiju.

Iemesli, kāpēc klienti bankā iegādājas jaunus produktus, ir ranžēti pēc vidējā klientu vērtējuma un atspoguļoti 8. tabulā.

8. tabula

Faktori, kas stimulē jaunu bankas produktu iegādāšanos – nozīmīguma vērtējums

Faktori	Faktora nozīmīgums	
	Klientu viedoklis	Darbinieku viedoklis
Rodas nepieciešamība pēc produkta	4,61	4,63
Ļoti izdevīgi nosacījumi	4,05	4,50
Draugu (radnieku, kolēģu) pozitīvs piemērs un rekomendācijas	3,34	4,25
Bankas darbinieka izsmejoša un pārliecinoša informācija par produktu	3,07	4,08
Ekskluzīvs piedāvājums no bankas	2,87	3,62
Bankas veiksmīga reklāmas kampaņa	2,76	3,78
Vēlme iegūt produktu, kas demonstrē prestižu	2,61	3,69
Bankas darbinieka uzstājīgs ieteikums, lai gan nepieciešamība pēc produkta nepastāvēja	1,97	3,17

Pēc 8. tabulā atspoguļotajiem rezultātiem var secināt, ka Latvijas klienti nav viegli ietekmējami. Viņi noformē jaunu maksājumu karti vai iegulda savu naudu bankā tikai tad, ja viņiem tiek piedāvāti tiešām labi nosacījumi vai nav citas izejas. Tomēr bankas augstākā līmeņa vadītājiem ir jāpievērš liela uzmanība bankas darbinieku pārdošanas un komunikācijas prasmes attīstībai, organizējot apmācības procesu darba vietā, jo 38% respondentu ir gatavi iegādāties jaunu bankas produktu gadījumā, ja bankas darbinieks viņus par to pārliecinās.

Svarīgākās bankas klienta apkalpošanas speciālista īpašības klientu un pašu darbinieku vērtējumā ir atspoguļotas 9. tabulā.

Ideālā bankas klientu apkalpošanas speciālista īpašības – nozīmīguma vērtējums

Darbinieka novērtēšanas kritērijs	Klientu viedoklis		Darbinieku viedoklis	
	Svarīguma vērtējums	Vieta	Svarīguma vērtējums	Vieta
Profesionālās zināšanas	4,91	1	4.90	1
Komunikācijas prasme	4,78	2	4.83	2
Uzvedības stils	4,70	3	4.82	3
Ārējais izskats	4,36	4	4.66	4
Svešvalodu zināšanas	4,22	5	4.00	6
Pārdošanas prasme	3,95	6	4.54	5
Izglītības līmenis	3,73	7	3.83	7
Darba pieredze	3,51	8	3.81	8

Analizējot 9. tabulā atspoguļotos rezultātus, var secināt, ka bankas klientu un darbinieku viedoklis par ideālam bankas klientu apkalpošanas speciālistam nepieciešamajām īpašībām un to nozīmīgumu gandrīz pilnīgi sakrīt.

Apkopojot pētījuma rezultātus, tika konstatēts, ka bankas produktu kvalitātes un izmantošanas ērtums, kā arī transakciju drošība ir klientiem svarīgākie servisa kvalitātes elementi. Tomēr darbinieku kompetence un servisa emocionālais komponents spēlē ārkārtīgi svarīgu lomu bankas un klienta attiecībās.

SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

Promocijas darba izstrādes gaitā tika pierādīta vērtības pārvaldīšanas nepieciešamība un ar vērtības radīšanu saistīto jautājumu aktualitāte Latvijas banku sektorā. Promocijas darba autores sniegtās rekomendācijas bankas vērtības noteikšanas un pārvaldīšanas jomā, kā arī izstrādātos bankas vērtības pārvaldīšanas instrumentus var izmantot Latvijas banku vadītāji, lai palielinātu bankas vērtību un ilgtermiņā nodrošinātu augstus ienākumus saviem akcionāriem.

Apkopojot veiktā pētījuma rezultātus, autore izdara šādus **secinājumus**:

1. Analizējot Latvijas banku sektora darbību raksturojošo rādītāju dinamiku, tika konstatēta zema Latvijas banku biznesa efektivitāte. Tas savukārt samazina Latvijas banku sektora investīciju pievilcību esošo un potenciālo investoru skatījumā. Tādēļ akcionāru vērtības palielināšana Latvijas banku augstākā līmeņa vadītājiem ir ārkārtīgi svarīgs jautājums.
2. Vērtības jēdziena attīstības analīzes rezultātā darba autore secināja, ka galvenais elements, ar ko laika gaitā papildinājās vērtības koncepcija, ir nemateriālie aktīvi jeb intelektuālais kapitāls.
3. Akcionāru vērtības maksimizēšana ir integrālais mērķis uz vērtību orientētas vadīšanas (*value-based management*) koncepcijas ietvaros. Šī koncepcija paredz, ka (1) uzņēmumam ir jāizstrādā stratēģija, kas ir virzīta uz vērtības radīšanu, un jāievieš tā visos uzņēmuma līmeņos, (2) jāsaista visu uzņēmuma nodaļu darbība un visi biznesa procesi ar vērtības maksimizēšanas mērķi, (3) pastāvīgi jāseko līdzi uzņēmuma radītās vērtības lielumam, lai laikus pieņemtu lēmumus par nepieciešamajiem reorganizācijas pasākumiem.
4. Analizējot vairāku finanšu teorētiku un praktisku zinātniskās atziņas par vērtības koncepciju, bankas vērtības koncepcija tika apskatīta holistiski. Saskaņā ar to bankas vērtība ir daudzdimensiju koncepcija, kas apvieno vairāku zinātnisko koncepciju elementus. Darba autores izstrādātā bankas vērtības koncepcijas modeļa pamatā ir tādas koncepcijas kā mūsdienu banku darbības koncepcija, attiecību vērtības vadīšanas koncepciju, uz vērtību orientēta vadīšana un ilgtspējīga ietekmes auditoriju vadīšanas teorija.
5. Analizējot uzņēmuma vērtības noteikšanas metožu pielietošanas iespējas Latvijas banku vērtības noteikšanai, tika konstatēts, ka šim nolūkam vispiemērotākā metode ir akcionāru naudas plūsmas diskontēšanas metode.
6. Apskatot jautājumu par Latvijas banku pašu kapitāla cenas noteikšanu, galvenā uzmanība ir pievērsta ilgtermiņa aktīvu novērtēšanas metodes (*CAPM – capital asset pricing model*) un kumulatīvās konstruēšanas metodes (*build-up*) priekšrocību, trūkumu un pielietošanas

ierobežojumu analīzei. Veikto empīrisko pētījumu rezultātā tika konstatēts, ka CAPM izmantošana Latvijas apstākļos nevar nodrošināt ticamus rezultātus, jo Latvijas banku tirgū nav iespējams noteikt beta koeficientu un prēmiju par tirgus risku.

7. Darba autore secina, ka Latvijas bankām pašu kapitāla cenas noteikšanai vispiemērotākā metode ir kumulatīvās konstruēšanas modelis. Galvenais šīs metodes trūkums ir tās subjektivitāte, jo metodes būtība ir ekspertu vērtējums par bankas darbībai piemītošo risku. Tāpēc ar šo metodi iegūtie rezultāti var neapmierināt potenciālo investoru.
8. Veikto empīrisko pētījumu rezultātā tika konstatēts, ka ir iespējams izstrādāt lineārās regresijas modeli Latvijas banku vērtības noteikšanai.
9. Dažādu pētnieku izstrādāto vērtības modeļu analīzes rezultātā tika konstatēts, ka trīs galvenās ietekmes auditorijas, kuras jāpārvalda vērtības radīšanas procesā, ir darbinieki, klienti un akcionāri. Turklāt vērtības radīšana ir divvirzienu process. Uzņēmuma vadītājiem ir jāpievērš uzmanība ne tikai vērtībai, kuru ietekmes auditorijas sniedz kompānijai, bet arī vērtībai, ko uzņēmums sniedz ietekmes auditorijām.
10. Pasaules vadošo banku prakses analīzes rezultātā tika konstatēts, ka tās darbības rezultātu novērtēšanas sistēmas izstrādē balstās uz līdzsvarotas rādītāju sistēmas (*BSC – balanced scorecard*) principiem. Pētījuma rezultātā tika secināts, ka Latvijas bankās klientu apkalpošanas struktūrvienības darbības rezultātu novērtēšanai ir izveidota tāda rādītāju sistēma, kurā uzmanība galvenokārt ir pievērsta finanšu rakstura rādītājiem. Pārējie rādītāji, kas ietilpst biznesa procesu un attīstības perspektīvās BSC ietvaros, ir ignorēti vai tiem pievērsta nepietiekoša uzmanība.
11. Veicot pētījumu par bankas klientu apmierinātības un servisa kvalitātes novērtējumu, tika konstatēts, ka privāto klientu apmierinātību ar bankas piedāvāto servisa kvalitāti visvairāk ietekmē servisa kvalitātes elementi, kas ir saistīti ar bankas darbinieku profesionālās kompetences līmeni un empātiju attiecībās starp darbiniekiem (banku) un klientiem.

Balstoties uz veiktā pētījuma rezultātiem, darba autore **priekšlikumi** ir šādi:

1. Izmantot riska indeksu, vērtējot Latvijas banku sektora, kā arī atsevišķu banku darbības riska pakāpi. Riska indekss var tikt izmantots kā papildu kritērijs bankas maksātspējas riska pārvaldīšanas procesā. Darba autore arī piedāvā perspektīvā izanalizēt savstarpējo saikni starp banku ROA mainīgumu un atsevišķu laika periodu īpatnībām. Pašlaik šī pētījuma veikšana nenodrošinās ticamus rezultātus statistikas informācijas trūkuma dēļ.
2. Izmantot autore izstrādāto modeli bankas pašu kapitāla cenas noteikšanai, Latvijas banku vērtību nosakot ar diskontētās naudas plūsmas metodi.

3. Atkārtot pētījumu, kura rezultātā tika izstrādāts lineārās regresijas modelis Latvijas banku vērtības noteikšanai. Izmantojot statistikas datus par ilgāku laika periodu, regresijas modelī var tikt iekļauti papildu rādītāji, kas ietekmē bankas vērtības lielumu. Darba autores priekšlikums ir nākotnes pētījumā kā teorētiskās banku vērtības izmantot NASDAQ OMX Riga, IBS Prudentia un žurnāla Kapitāls veiktā pētījuma rezultātā aprēķinātās vērtības. Autore arī iesaka izmantot modelī nefinanšu rakstura rādītājus, jo ir pierādīts, ka uzņēmuma vērtības lielāko daļu sastāda nemateriālie aktīvi. Kā iespējamus argumentus modelim autore rekomendē izmantot EPSI rādītāju un ilgtspējas indeksu.
4. Izmantot autores izstrādātās anketas, lai noteiktu bankas klientu apkalpošanas speciālista amatam nepieciešamās īpašības, bankā izmantojamās klientu apkalpošanas struktūrvienības darbības rezultātu novērtēšanas sistēmas trūkumus, kā arī novērtētu bankas klientu apmierinātības un lojalitātes līmeni.
5. Izmantot autores izstrādāto bankas klientu apkalpošanas struktūrvienības darbības efektivitātes novērtēšanas rādītāju sistēmu bankā esošās rezultātu rādītāju sistēmas pilnveidošanai.
6. Izmantot autores izstrādāto bankas servisa kvalitātes novērtēšanas metodoloģiju, lai noteiktu bankas privātiem klientiem nozīmīgākos servisa kvalitātes elementus. Veikt šāda veida pētījumus regulāri, lai sekotu līdzi servisa kvalitātes klientu vērtējuma izmaiņu dinamikai.
7. Izmantot autores izstrādāto bankas servisa kvalitātes novērtēšanas metodoloģiju par pamatu metodoloģijas izstrādei servisa kvalitātes vērtēšanai Latvijas banku klientu – juridisko personu – skatījumā.
8. Turpināt autores veikto pētījumu „Bankas vērtības klientu un darbinieku skatījumā”, nosakot savstarpējo saikni starp servisa kvalitātes vērtējumu un respondentu atsevišķām kategorijām atbilstoši respondentu profilā noteiktajiem kritērijiem.
9. Papildināt RTU IEVF maģistra studiju programmas „Uzņēmējdarbības finanses” priekšmetu saturu ar promocijas darbā apskatītajiem jautājumiem. Piedāvāt RTU IEVF studentiem izmantot promocijas darbā veikto pētījumu rezultātus, izstrādājot bakalaura un maģistra darbus.