

# SOCIĀLI KULTURĀLIE FAKTORI UN TO IETEKME UZ VALSTS KONKURĒTSPĒJU

Madara Apsalone  
Ērika Šumilo

**Atslēgas vārdi:** sociāli kulturālie faktori, valsts starptautiskā konkurētspēja, ekonomikas attīstība

*Sociāli kulturālie faktori — sabiedrībā dominējošās vērtības, normas un attieksmes — ir maz pētīts, bet nozīmīgs valsts konkurētspējas avots. Sociāli kulturālie faktori ir pastāvīgāki nekā ekonomiskie faktori, un to iekļaušana konkurētspējas stratēģijas izstrādē, analizē un pilnveidošanā ļauj izvēlēties valsts ekonomiskās attīstības modeli, kurš visvairāk atbilst sabiedrības stiprajām pusēm un prioritātēm. Latvijā sociāli kulturālie faktori ir maz analizēti. Rakstā sniegtas ziņas par pētījumu, kas veikts, lai apzinātu sociāli kulturālo faktoru ietekmi uz globālo konkurētspēju un definētu sociāli kulturālos faktoros Latvijā starptautiskās konkurētspējas kontekstā. Analizējot piecus globālus pētījumus un 400 vērtību un attieksmju rādītājus 37 valstīs, pierādīta sociāli kulturālo faktoru ietekme uz valsts konkurētspēju un noteikti Latvijas konkurētspēju veicinošie un bremsējošie sociāli kulturālie faktori.*

## Ievads

Globalizācijas apstākļos starptautiskā konkurētspēja ietekmē valsts ekonomikas stāvokli un nākotnes attīstības potenciālu. Valsts starptautisko konkurētspēju novērtē, analizējot dažādus rādītājus — starptautisko tirdzniecību (eksportspēju)<sup>1</sup>, resursu produktivitāti<sup>2</sup> vai vispārējās infrastruktūras, institūciju un makroekonomikas vides attīstības pakāpi<sup>3</sup>.

Starptautiskās konkurētspējas avoti klasiskā izpratnē ir valstī pieejamais ekonomiskais kapitāls, cilvēkkapitāls, tehnoloģijas un zināšanas, kā arī dabas resursi. Konkurētspēju ietekmē arī faktoru grupa, ko varētu saukt par sociāli kulturālajiem faktoriem (SKF) — vērtības, normas un attieksmes. Skatīti atsevišķi, klasiskie faktori valsts ilgtermiņa konkurētspēju atspoguļo nepilnīgi.

Valstī var, piem., atļaut nesamērīgi izmantot dabas resursus, manipulēt ar valūtas kursu, aizsargāt noteiktas nozares un uzņēmumus, lai veicinātu īstermiņa konkurētspēju. Klasiskos faktoros ietekmē ekonomikas ciklu un konjunktūras maiņu. Īstermiņa ekonomikas rādītāju izmaiņas ātri atspoguļojas valsts konkurētspējas rādītājos, ne vienmēr norādot uz ilgtermiņa konkurētspējas izmaiņām. SKF, raksturojot sabiedrības prioritātes, ir pastāvīgāki pret mainīgiem ārējās vides apstākļiem. SKF iekļaušana stratēģijas izstrādē, analizē un pilnveidošanā ļauj izvēlēties valsts ekonomikas attīstības modeli, kurš visvairāk atbilst sabiedrības stiprajām pusēm un prioritātēm.

SKF ietekme uz valsts starptautiskās konkurētspējas aspektiem — ārejo tirdzniecību, uzņēmējdarbību, inovācijām un zināšanu pārnesi, produktivitāti un starptautisko

sadarbību (sk. 1. att.) — ir novērota daudzos pētījumos. Ekonomiskā attīstība ietekmē kultūru dažādos veidos — pastiprinot vai mazinot SKF ietekmi.<sup>4</sup>

SKF ietekme uz starptautisko tirdzniecību apstiprināta vairākos pētījumos. Pētot ASV un Latīņamerikas pircēju un pārdevēju attiecības, Kellijs Hevetts (*Kelly Hewett*) noskaidroja, ka valstī pastāvošā kultūra ietekmē starptautisko tirdzniecību.<sup>5</sup> Līdzīgā pētījumā Sīns Dvjers (*Sean Dwyer*) noteica SKF ietekmi uz starptautisko produktu izplatīšanu.<sup>6</sup> Džeimss Gonsaless (*Jaime Humberto Sierra González*) atklāja, ka valstī pastāvošā kultūra ietekmē tās eksportspēju.<sup>7</sup>

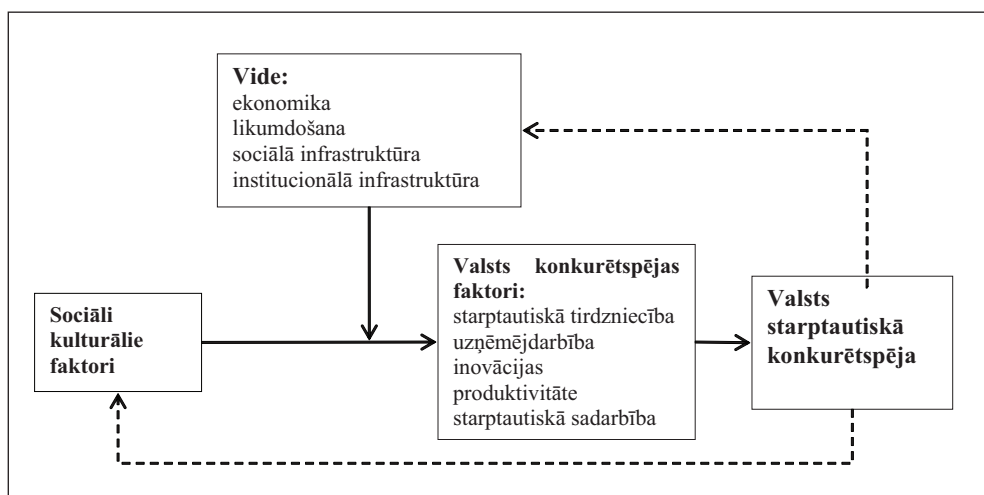
Pētot SKF ietekmi uz uzņēmējdarbību, Aleksandrs Stajkovics (*Alexander Stajkovic*) atklāja, ka valstī pastāvošās kultūras un ētikas normas ietekmē uzņēmējdarbības ētiku<sup>8</sup>. Skots Šeins (*Scott Shane*)<sup>9</sup> un Džastins Tans (*Justin Tan*)<sup>10</sup> dažādos pētījumos noskaidroja, ka valstī pastāvošā kultūra ietekmē uzņēmējdarbību ar attieksmi pret neatkarību, risku, varas sadali.

SKF ietekmi uz inovācijām un zināšanu pārnesi raksturo Viljama Kinga (*William R. King*) pētījums, kurā noskaidrots, ka sabiedrības ilgtermiņa mērķi un spējas uzņemties

riskus un individuālo atbildību paaugstina tās inovatīvo veiktspēju.<sup>11</sup>

SKF ietekmi uz produktivitāti atklājuši vairāki pētnieki. Kultūras pētnieks Deivids Trošbijs (*David Throsby*) pētījumā “Ekonomika un kultūra” pamato, kā kultūra ietekmē produktivitāti ar sabiedrībai nozīmīgu lēmumu pieņemšanas procesu, attieksmi pret jaunievedumiem un spēju pielāgoties ekonomikas izmaiņām, sabiedrības vienlīdzību un mērķiem<sup>12</sup>. Līdzīgi Roberts Hausss (*Robert J. House*) un Mansjers Džavidāns (*Mansour Javidan*) atklāja atsevišķu kultūras vērtību saistību ar sabiedrības efektivitāti, produktivitāti un labklājību<sup>13</sup>. Džordžs Halkoss (*George E. Halkos*)<sup>14</sup> un Edgars Šeins (*Edgar Schein*)<sup>15</sup> novēroja valsts kultūras ietekmi pat uz valstī izvietotu starptautisku korporāciju efektivitāti.

Arī SKF ietekme uz starptautisko sadarbību ir pētīta. Gērts Hofštede (*Geert Hofstede*) uzskata, ka sociālā kultūra nosaka, cik sabiedrība piekrīt ieguldīt ekonomikas un sociālā attīstībā un cik atvērta tā ir starptautiskai sadarbībai<sup>16</sup>. Arī Mārtins Gannons (*Martin J. Gannon*) pētījumā par kultūras un globalizācijas paradoksiem analizē kultūras ietekmi uz sabiedrības spēju sadarboties ar citām



1. att. Sociāli kulturālo faktoru un valsts konkurētspējas sakarību modelis

kultūrām.<sup>17</sup> Autors uzskata, ka reģionālās integrācijas rezultātā valstis, kas ietilpst reģionālās savienībās, kļūst atvērta. Atkarībā no sabiedrības kultūras, starptautiskā sadarbība var kļūt par valstu savstarpējās uzticēšanās, vai gluži pretēji — konfliktu cēloni.

## Metodoloģija

Pētījums veikts, lai apzinātu SKF ietekmi uz globālo konkurētspēju un definētu Latvijas SKF starptautiskās konkurētspējas kontekstā. Tā pirmajā daļā noteikti SKF — aplūktas sabiedrībā dominējošās vērtības un normas, kuras ir novērtējamas skaitliski un ļauj salīdzināt valstis. Nacionālajai kultūrai ir arī īpašas kultūrvēsturiskas, tikai tai piemītošas vērtības, kas šī pētījuma ietvaros nav aplūktas. Pētījumā pieņemts, ka kultūras vērtības un normas ir kopīgas visai sabiedrībai, neatkarīgi no nacionālās piederības. Šādu pieņēmumu var pamatot ar Pravīna K. Parboti (*Praveen K. Parboteeah*) un Džona B. Kullena (*John B. Cullen*) 2003. g. veikto pētījumu, kurā noskaidrots, ka kopīgas sociālās sistēmas, piem., izglītība un ekonomika, ietekmē indivīdu vērtības un attieksmes vairāk nekā etniskā piederība<sup>18</sup>.

Lai pētītu SKF ietekmi, izmantoti globālu pētījumu dati par salīdzināmiem SKF (t.i., par tādiem sociāli kulturāliem aspektiem, ko iespējams kvantitatīvi novērtēt dažādās valstīs):

- Hofštedes valstu un organizāciju kultūras pētījums, kurā izvirzīti un novērtēti pieci SKF 64 valstīs;
- Hausa un Džavidāna pētījums *Globe*, kurā izvirzīti un novērtēti deviņi SKF 58 valstīs, īpaši pētot ietekmi uz vadības stilu un produktivitāti;
- Alfonsa Trompenāra (*Alfons Trompenars*) starpkultūru pētījums, kurā novērtēti septiņi SKF 51 valstī, pētot ietekmi uz organizāciju sistēmām un pārvaldības modeļiem;
- TMC Kultūras orientācijas indikators (KOI), kurā analizēti 22 SKF 55 valstīs,

galvenokārt akcentējot starpkultūru sadarbības aspektus;

- Pasaules vērtību aptauja, kurā ietverti 87 valstu dati par dzīves uztveri un attieksmi pret ģimeni, darbu, vidi un sabiedrību — kopumā izmantoti 350 dažādi rādītāji.

SKF ietekme uz valsts starptautisko konkurētspēju pētīta, izmantojot starptautiskās konkurētspējas rādītājus: Pasaules Ekonomikas foruma (PEF) Globālās konkurētspējas indeksu (GKI) un tā apakšindeksus, Šveices Starptautiskā Vadības attīstības institūta (IMD) pasaules konkurētspējas indeksu un tā apakšindeksus, darbaspēka produktivitāti kā starptautiski pieejamu un salīdzināmu produktivitātes rādītāju, Pasaules Bankas uzņēmējdarbības vides indeksu, *“Transparency International”* korupcijas uztveres indeksu un Politiskās Riska grupas valsts riska indeksu. SKF ietekme uz minētajiem konkurētspējas rādītājiem noteikta, izmantojot korelācijas un daudzfaktoru regresijas analīzes.

Ņemot vērā faktoru un rādītāju skaitu, kā arī atšķirīgi definētu, bet būtībā līdzīgu vērtību un attieksmju atkārtošanos dažādu autoru novērojumos, šajā pētījumā minētie faktori un rādītāji integrēti sešos pamatfaktoros pēc 2. att. izskaidrotās metodoloģijas:

- no Pasaules vērtību aptaujas 350 rādītājiem atlasē un grupēšanas ceļā iegūti pieci savstarpēji nesaistīti SKF, kuri ietekmē valsts konkurētspējas rādītājus;
- Pasaules vērtību aptaujas indeksi izvēlēti, ņemot vērā korelāciju ar konkurētspējas rādītājiem,
- SKF no *Globe*, Hofštedes, Trompenāra un KOI pētījumiem izvēlēti, ņemot vērā saistību ar konkurētspējas rādītājiem;
- ar konkurētspējas rādītājiem saistītie SKF apvienoti sešos pamatfaktoros, izmantojot galveno sastāvdaļu analīzi.

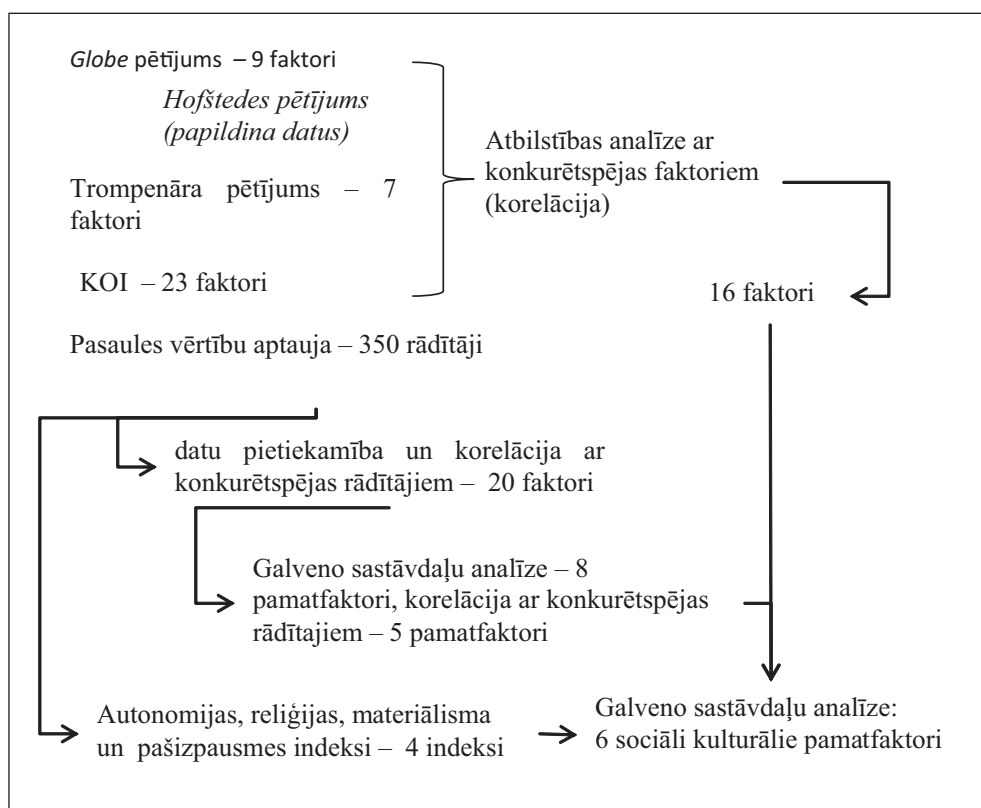
Galveno sastāvdaļu analīze (GSA) izvēlēta, lai nebūtu jāizdara pieņēmumi par datu struktūru atšķirīgo SKF definīciju un globālo

pētījumu konteksta dēļ. GSA izmantošanai izdarīti pieņēmumi par linearitāti, vidējā un kovariācijas statistisku nozīmīgumu. Pētījumos iekļauto valstu un respondentu skaits ļauj izdarīt pieņēmumu par izlases pietiekamību, un valstu vidējo datu izmantošana ļauj izdarīt pieņēmumu par noviržu nozīmīgumu. SKF rotēti, izmantojot *varimax* un *direct oblimin* metodes, lai faktoros tālāk izmantotu regresijas analizē. Pamatfaktoru skaits noteikts, izmantojot Kaizera (īpašvērtības 1) kritēriju, atbirumu testu, variācijas samēra testu un interpretācijas kritēriju.

Ņemot vērā, ka Latvijā SKF maz pētīti starptautiski salīdzināmā formā (no pētījumā lietotajiem avotiem, Latvija iekļauta tikai Pasaules vērtību aptaujā), dati Latvijas SKF

aprēķinam iegūti, izmantojot kvantitatīvu aptauju. Aptauja veikta tiešsaistē no 2011. g. 8. aprīļa līdz 24. aprīlim, aptaujājot 150 uzņēmējus, dažādu līmeņu vadītājus un vadības zinību maģistrantūras studentus no vairāk nekā 30 valstīm — skaitliski visvairāk no Latvijas (79), Amerikas Savienotajām Valstīm (63) un Indijas (39). Šāda respondentu izlase izvēlēta, lai salīdzinātu Latvijas datus ar minētajiem globāliem SKF pētījumiem, kuros galvenokārt aptaujāti uzņēmēji un vadītāji.

Aptaujas respondenti novērtēja 17 apgalvojumus par savas sabiedrības vērtībām un attieksmēm, izmantojot Likerta skalu ar vērtībām no viena (pilnīgi nepiekrītu) līdz septiņi (pilnīgi piekrītu)<sup>19</sup>. Apgalvojumi izstrādāti, lai atbilstu pētījumā aplūkotajiem SKF. Aptauja



2. att. Sociāli kulturālo faktoru apkopošanas un analīzes metodoloģija

veikta latviešu un angļu valodā — 17 apgalvojumi iekļauti abās valodās, bet anketā latviešu valodā, kas nosūtīta tikai respondentiem no Latvijas, iekļauts papildjautājums par tautību, lai novērtētu, vai tautība ietekmē Latvijas iedzīvotāju vērtības un attieksmes. Šāda ietekme nav novērota.

Analizēta aptauja iegūtā sabiedrības vērtību un attieksmju novērtējuma sakarība ar iepriekš aprēķinātajiem SKF. Latvijas SKF noteikti ar lineāro daudzfaktoru regresijas analīzi, izmantojot pētījumā veiktās aptaujas un Pasaules vērtību aptaujas rādītājus kā neatkarīgos mainīgos un aprēķinātos starptautiskos SKF kā atkarīgos mainīgos.

### Sociāli kulturālie faktori

Lielāko daļu salīdzināmo SKF konceptuāli definēja Talkots Pārsons (*Talcott Parsons*), Edvards Halls (*Edward T. Hall*) un Gērts Hofštede.

Amerikāņu sociologs Pārsons 20. gs. 50. gados definēja piecus attiecību faktorus, kurus nacionālo kultūru pētījumā 90. gados izmantoja Nīderlandes pētnieks Trompenārs:

- individuālisms vai kolektīvisms raksturo sabiedrības integrācijas pakāpi — katrs indivīds ir neatkarīgs un atbildīgs par sevi vai indivīdi gaida, lai sabiedrība par viņiem rūpētos;
- vispārēja vai īpaša pieeja (*universalism vs. particularism*) atspoguļo sabiedrības tieksmi paļauties uz vispārējiem likumiem un normām vai izvērtēt katru situāciju atšķirīgi;
- emocionalitāte — sabiedrības locekļu tieksme izrādīt vai slēpt emocijas;
- vispārīga vai konkrēta pieeja (*diffuse vs. specific*) raksturo cilvēku iesaisti attiecībās. Sabiedrībā, kurā pārsvarā ir konkrēta pieeja, indivīdi veido attiecības katram dzīves aspektam atsevišķi, piem., darba attiecības ir svarīgas tikai darbavietā, un nav vajadzības veidot vispārīgas attiecības ar kolēģiem;
- sasniegts vai piešķirts statuss raksturo

sabiedrības hierarhijas uzbūvi. Dažās sabiedrībās indivīda statuss atspoguļo sasniegumus, citās sabiedrība “piešķir” indivīdiem statusu pēc viņu vecuma, dzimuma un sociālās piederības.

Antropologs un starpkultūru attiecību pētnieks Halls 1976. g. publicēja darbu “Aiz kultūras”, kurā definēja trīs SKF<sup>20</sup>:

- augsts vai zems konteksts — augsta konteksta sabiedrībās indivīdi sazinās, izmantojot netiešu izteiksmes veidu, un sagaida, ka saziņas partneri saprātīs galveno būtību, zema konteksta sabiedrībā tiek izmantota tieša valoda;
- monohroniskas un polihroniskas kultūras — monohroniska jeb lineāra kultūra prioritizē uzdevumus un noteiktā laikā koncentrējas tikai uz vienu noteiktu mērķi, polihroniska jeb sistēmiska kultūra koncentrējas uz daudziem mērķiem vienlaicīgi,
- attieksme pret vietu un vidi — komunikācijas distance.

Hofštede 20. gs. 80. gados veica vienu no lielākajiem valstu un organizāciju kultūras pētījumiem pasaulē, aptaujājot 116 tūkstošus IBM darbinieku. Viņš izmantoja individuālisma vai kolektīvisma faktoru un definēja vēl četrus SKF:

- varas distance — atspoguļo sabiedrības atbalstu nevienmērīgai ietekmes sadalei vai iebildumus pret to. Varas distance nosaka hierarhiju struktūru sabiedrībā un organizācijās;
- vīrišķība vai sievišķība atspoguļo sabiedrības īpašības. Sievišķīgā sabiedrībā tiek augstu vērtēta vēlme palīdzēt vājākajiem indivīdiem. Vīrišķīgā sabiedrībā tiek augstu vērtēta pārliecība, mērķtiecīgums un efektivitāte;
- tieksme izvairīties no nenoteiktības atspoguļo sabiedrības tieksmi paļauties uz nejausību vai plānot nākotni. Sabiedrībā, kur indivīdi izvairās no nenoteiktības,

izveidojas augsti attīstītas institūcijas, likumi un standarti, kuri mazina nenoteiktības risku. Valstīs, kurās ir augsta ārējo faktoru mainība, sabiedrībai raksturīga spēja ātri reaģēt uz izmaiņām;

- orientācija uz ilgtermiņa mērķiem — nosaka sabiedrības attieksmi pret ilgtermiņa mērķiem vai īstermiņa ieguvumu prioritāti.

Šie SKF ir daudzkārt pilnveidoti un pārveidoti vēlākos pētījumos.

Cits skatījums piedāvāts Pasaules vērtību aptaujā — izrādās, ka 70% visu pasaules kultūru atšķirību izskaidro divas pamatdimensijas — sabiedrības reliģiskā pārliecība (cik reliģioza vai sekulāra ir sabiedrība) un izdzīvošana — pašizpaušme (cik lielā mērā sabiedrības locekļi uzskata izdzīvošanu par pašsaprotamu un koncentrējas uz dzīves kvalitātes uzlabošanu). Izdzīvošanas-pašizpaušmes un individuālisma vai kolektīvisma dimensijas ir loģiski saistītas. Sabiedrības reliģiozitāte ekonomikas un vadības kontekstā starpkultūru pētījumos aplūkota ļoti reti.

## Sociāli kulturālo faktoru aprēķināšana

### Pasaules vērtību aptaujas rādītāju apvienošana

Pasaules vērtību aptaujas rādītāji tika atlasīti no pēdējo trīs periodu (1994–2008) pētījumiem, ņemot vērā tematisko atbilstību pētījumam, datu pietiekamību (vismaz 30% no 222732 respondentiem), datu pietiekamību valstu dalījumā un sakarību ar starptautiskās konkurētspējas rādītājiem. Iegūtie divdesmit vērtību rādītāji tika pārrēķināti SKF, apvienojot līdzīgas vērtības ar GSA. Lai iegūtu faktoros, kuri nav saistīti savā starpā (multikolinearitātes novēršanai), lietota *varimax* rotācija, analizē iegūtas astoņas sastāvdaļas, no kurām pēc interpretācijas kritērija izvēlētas piecas — reliģiozitāte un uzticēša-

nās sabiedrībai, kolektīvisms, darba attiecību nozīme, cilvēkorientācija un orientācija uz ekonomikas mērķiem.

### Pasaules vērtību aptaujas indeksu izvēle

Pasaules vērtību aptaujā aprēķināti četri indeksi:

- materiālisma–postmateriālisma indekss raksturo postmateriālistisko vērtību lomu sabiedrības apziņā. Materiālisma vērtības ir tieši saistītas ar materiālo labklājību, postmateriālisma vērtības ir saistītas ar pašizteiksmi;
- tradicionālo un laicīgi racionālo vērtību indekss atspoguļo reliģijas un paražu lomu sabiedrības vērtību apziņā;
- izdzīvošanas–pašizpaušmes indekss rāda, cik lielā mērā sabiedrībai raksturīgas pašizpaušmes vērtības. Šis indekss balstīts uz pieņēmumu, ka sabiedrībai sākotnēji ir būtiskākas ekonomikas un fiziskās drošības vajadzības. Kad šīs vajadzības ir apmierinātas, kļūst aktuālas pašizpaušmes vajadzības un dzīves kvalitāte;
- autonomijas indekss — indivīdu neatkarības pakāpe sabiedrībā.

Visi četri indeksi ir nozīmīgi un saistīti ar konkurētspējas rādītājiem un iekļauti tālākā analizē.

### Globālos kultūras pētījumos noteikto SKF atlase

Ņemot vērā datu pieejamību un korelāciju ar konkurētspējas rādītājiem, turpmākai analīzei tika izvēlēti 16 faktori:

- *Globe* pētījums: grupu kolektīvisms, institucionālais kolektīvisms, nākotnes orientācija, sasniegumu orientācija, varas distance, tieksme izvairīties no nenoteiktības;
- KOI pētījums: vispārējs mērķis, polihronisms, darbības orientācija, konteksts, emocionalitāte, privātums un publiskums, varas distance (hierarhija), vispārēja pieeja, elastība, lineāra vai sistēmiska pieeja.

1. tab. GSA iegūto sociāli kultūrālo pamatfaktoru saistība ar konkurētspējas rādītājiem

	Pasaules Ekonomikas forums				IMD					Darbasp. Prod.	Korupcijas uztvere	Uzņēmējdarbības vide	Valsts risks
	GKI	Pamat-prasības	Efektivitāte	Inovācijas	IMD	Ekon. efektivit.	Valdības efektivit.	Uzņēmējdarbības efektivit.	Infrastruktūra				
Kolektīvisms un hierarhija	-0,62**	-0,61**	-0,63**	-0,62**	-0,46**	-0,15	-0,32	-0,38*	-0,62**	-0,77**	0,59**	-0,59**	
Nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija	0,57**	0,38*	0,57**	0,58**	0,70**	0,45**	0,75**	0,78**	0,49**	0,47**	-0,44**	0,49**	
Pašizpaušme	0,52**	0,53**	0,46**	0,51**	0,32	0,12	0,18	0,17	0,52**	0,28	0,34*	0,54**	
Monohronisms un racionalitāte	0,54**	0,60**	0,57**	0,41*	0,56**	0,45**	0,51**	0,40*	0,55**	0,48**	0,51**	0,48**	
Orientācija uz ekonomikas mērķiem	0,42*	0,38*	0,43**	0,49**	0,54**	0,33	0,38*	0,46**	0,61**	0,49**	0,48**	0,30	
Sabiedrības struktūra	0,60**	0,58**	0,60**	0,56**	0,57**	0,34	0,66**	0,59**	0,41*	0,38*	0,56**	0,53**	

\*Korelācija nozīmīga pie  $p=0.05$  (asimptotiskā). \*\*Korelācija nozīmīga pie  $p=0.01$  (asimptotiskā - 2-tailed).

**Avoti:** GKI un apakšindeksi — Pasaules Ekonomikas forums; IMD un apakšindeksi — IMD, darbspēka produktivitāte — Euromonitor International; Korupcijas uztveres indekss — Transparency International; Uzņēmējdarbības vides indekss — Pasaules Banka; Valsts risks — PRS

## Sociāli kulturālo faktoru apvienošana

Faktorus, kuri iegūti, apkopojot pasaules vērtību aptaujas rādītājus, tajā dotos indeksus, kā arī kultūras pētījumus, apvieno, izmantojot GSA ar *direct oblimin*<sup>21</sup> rotācijas metodi, iegūstot sešus pamatfaktoros, kas izskaidro 81% kopējās kultūras variāciju. SKF aprēķinu un valstu rezultātus sk. 1. pielikumā.

Analīzes rezultātā iegūti šādi SKF:

- kolektīvisms un hierarhija nosaka sabiedrības integrācijas pakāpi un varas distanci. Sabiedrībā ar izteiktu kolektīvismu ir liela nozīme savstarpējo attiecību veidošanai un hierarhijai. Negatīvas kolektīvisma vērtības norāda uz individuālismu — sabiedrības locekļu vienlīdzību, tiešu komunikāciju un precīzu laika izpratni. Kolektīvisms un hierarhija raksturīgi Āfrikā un Tuvos Austrumos, Āzijā un Centrālaustromeiropā (visaugtākais Marokā, Ķīnā, Taivānā un Bangladešā). Šis faktors nav raksturīgs Rietumu kultūrām — anglosakšu, ģermāņu un Skandināvijas valstīs<sup>22</sup> (viszemākais Dānijā, Norvēģijā, Zviedrijā, Nīderlandē un Somijā);
- nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija norāda uz nākotnes mērķu prioritāti, tieksmi novērst nenoteiktību, ticību valsts un sabiedrības institūcijām un ļoti lielu komandas darba nozīmi. Šis orientācijas trūkums norāda uz ikdienas jautājumu risināšanas prioritāti, zemu nākotnes plānošanas un sabiedrības sadarbības pakāpi. Augsta nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija raksturīga Skandināvijas valstīm un Konfūcija Āzijai. Šis faktors ir visizteiktākais Singapūrā, Šveicē, Japānā un Ķīnā. Zema nākotnes un sasniegumu orientācija raksturīga Centrālaustromeiropā, Latīņu Eiropā un Latīņamerikā;
- pašizpaušme liecina par indivīdu tendenci būt neatkarīgiem, kā arī par uzticību starp sabiedrības locekļiem. Negatīvas vērtības norāda uz zemu indivīdu autonomiju, re-

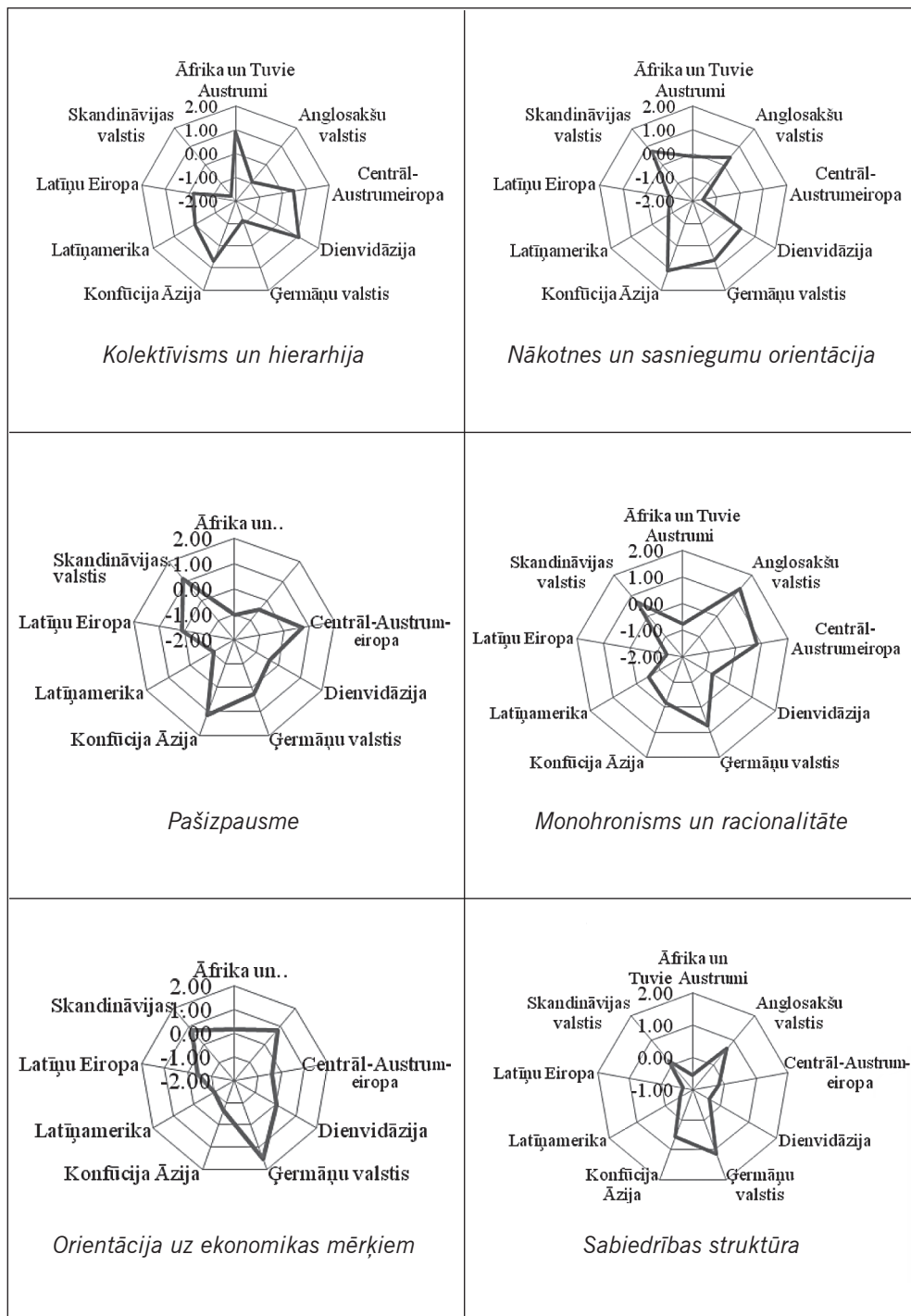
līgisku un tradicionālu vērtību dominanti, zemu indivīdu savstarpējo uzticēšanos. Augsta pašizpaušme raksturīga Skandināvijas valstīs, Centrālaustromeiropā, Konfūcija Āzijā, zema — Āfrikā, Tuvajos Austrumos un Latīņamerikā;

- monohronisms un racionalitāte — indivīdiem monohroniskās sabiedrībās ir tendence prioritizēt risināmos jautājumus un dot priekšroku racionālam vērtējumam. Indivīdi polihroniskās sabiedrībās cenšas sasniegt daudzus mērķus vienlaicīgi un izmanto emocijas nostājas demonstrēšanai. Monohronisms un racionalitāte ir raksturīgi anglosakšu valstīs, Centrālaustromeiropā un Skandināvijas valstīs (visaugtākie rezultāti novēroti ASV, Austrālijā, Krievijā un Jaunzēlandē), bet nav raksturīgi Dienvidāzijā un latīņu valstīs (viszemākās vērtības Dienvidkorejā, Spānijā, Indijā un Itālijā);
- orientācija uz ekonomikas mērķiem liecina par ekonomikas mērķu prioritāti un tendenci sasniegt rezultātus. Šādas orientācijas trūkums norāda, ka attiecību saglabāšana ir nozīmīgāka nekā rezultātu sasniegšana. Orientācija uz ekonomikas mērķiem ir raksturīga ģermāņu valstīm un Zviedrijai, bet nav izteikta Latīņamerikā, Konfūcija Āzijā un Centrālaustromeiropā;
- sabiedrības struktūra raksturo vides saikārtotību, bet tās trūkums norāda uz individuālu pieeju katram atsevišķam gadījumam. Ģermāņu, anglosakšu un Konfūcija Āzijas valstīm raksturīga attīstītas sabiedrības struktūra. Visattīstītākā sabiedrības struktūra ir Vācijā, Čīlē, Indijā, Taivānā un Šveicē. Sabiedrības struktūra nav attīstīta Āfrikā, Tuvajos Austrumos un latīņu kultūras valstīs, īpaši Turcijā, Vjetnamā, Bangladešā, Meksikā un Itālijā.

## Ietekme uz starptautiskās konkurētspējas rādītājiem

Lai pārbaudītu SKF ietekmi uz konkurētspējas rādītājiem, izmantota daudzfaktoru





3. att. SKF reģionu dalījumā (avots 1. pielikums)

regresijas analīze ar pakāpenisku faktoru iekļaušanu regresijas modelī.

### Globālās konkurētspējas indekss

GKI vislabāk izskaidro piecu faktoru regresijas modelis<sup>23</sup>. Kolektīvisms, sabiedrības struktūra, nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija, pašizpaušmes tendence, kā

arī monohronisms un racionalitāte izskaidro 83% no GKI mainības. Faktors *orientācija uz ekonomikas mērķiem* modelī nav iekļauts, jo faktors nav statistiski nozīmīgs. Iekļauto faktoru savstarpējā saistība nav liela (Durbina–Vatsona tests  $\epsilon \{0; 4\} = 2.2$ ) un regresijas analīze ir statistiski nozīmīga.

2. tab. GKI regresijas modeļu kopsavilkums

modelis	R	Determinin. koef.	Pielāgotais determinin. koef.	Standart-klūda	Determinācijas koef. izmaiņa	Statistikās izmaiņas				Durbina–Vatsona tests
						F izmaiņa	df1	df2	F izmaiņas nozīmība	
5	,913e	,834	,807	,2726479	,045	8,497	1	31	,007	2,225

e. Mainīgie: (konstante); kolektīvisms un hierarhija; sabiedrības struktūra; nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija; pašizpaušme; monohronisms un racionalitāte; f. Rezultatīvais mainīgais: Globālās konkurētspējas indekss

Valsts konkurētspējas rādītājus pozitīvi ietekmē visi modelī iekļautie SKF, izņemot kolektīvismu.

3. tab. GKI piektā regresijas modeļa koeficienti

Modelis		Nestandardizētie koeficienti		Standartizētie koeficienti			95,0% B konfidences intervāls	
		B	Standart-klūda	Beta	t	Sigma	Zemākā robeža	Augstākā robeža
5	Konstante	4,654	,045		103,820	,000	4,562	4,745
	Kolektīvisms un hierarhija	-,208	,051	-,334	-4,087	,000	-,311	-,104
	Sabiedrības struktūra	,180	,050	,291	3,577	,001	,078	,283
	Nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija	,197	,049	,317	4,004	,000	,097	,297
	Pašizpaušme	,170	,048	,274	3,550	,001	,073	,268
	Monohronisms un racionalitāte	,147	,051	,237	2,915	,007	,044	,250

a. Rezultatīvais mainīgais: Globālās konkurētspējas indekss

### IMD Pasaules konkurētspējas indekss

IMD pasaules konkurētspējas indeksu vislabāk izskaidro trīs faktoru regresijas modelis<sup>24</sup>. Nākotnes un sasniegumu orientācija, monohronisms un racionalitāte, kā arī orientācija uz ekonomikas mērķiem izskaidro 77% no IMD Pasaules konkurētspējas indeksa mainības. Kolektīvisma, pašizpaušmes un sabiedrības struktūras faktori IMD konkurēt-

spējas indeksa vērtību nozīmīgi neietekmē. Iekļauto faktoru savstarpējā saistība nav liela (Durbina–Vatsona tests  $\epsilon\{0; 4\} = 18$ ) un regresijas analīze ir statistiski nozīmīga.

### Latvijas sociāli kulturālo faktoru analīze

Latviešus nereti raksturo kā atturīgus un formālus profesionāļus darba attiecībās, bet

4. tab. IMD regresijas modeļu kopsavilkums

Modelis	R	Determin. koef.	Pielāgotais determ. koef.	Standart- kļūda	Determinācijas koef. izmaiņa	Statistiskās izmaiņas				Durbina–Vatsona t.
						F izmaiņa	df1	df2	F izmaiņas noz.	
3	,879c	,773	,749	9,1039788	,049	6,244	1	29	,018	1,821

c. Mainīgie: (konstante); nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija; monohronisms un racionalitāte, orientācija uz ekonomikas mērķiem. d. Rezultatīvais mainīgais: IMD Pasaules konkurētspējas indekss

Visi daudzfaktoru regresijas modeļi iekļautie SKF valsts konkurētspējas rādītājus ietekmē labvēlīgi.

5. tab. IMD trešā regresijas modeļa koeficienti

Modelis		Nestandardizētie koeficienti		Standartizētie koeficienti			95,0% B konfidences intervāls	
		B	Standart- kļūda	Beta	t	Sig.	Zemākā robeža	Augstākā robeža
3	Konstante	70,051	1,598		43,830	,000	66,782	73,319
	Nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija	10,271	1,602	,588	6,411	,000	6,994	13,547
	Monohronisms un racionalitāte	7,471	1,693	,415	4,414	,000	4,009	10,933
	Orientācija uz ekonomikas mērķiem	4,226	1,691	,242	2,499	,018	,767	7,684

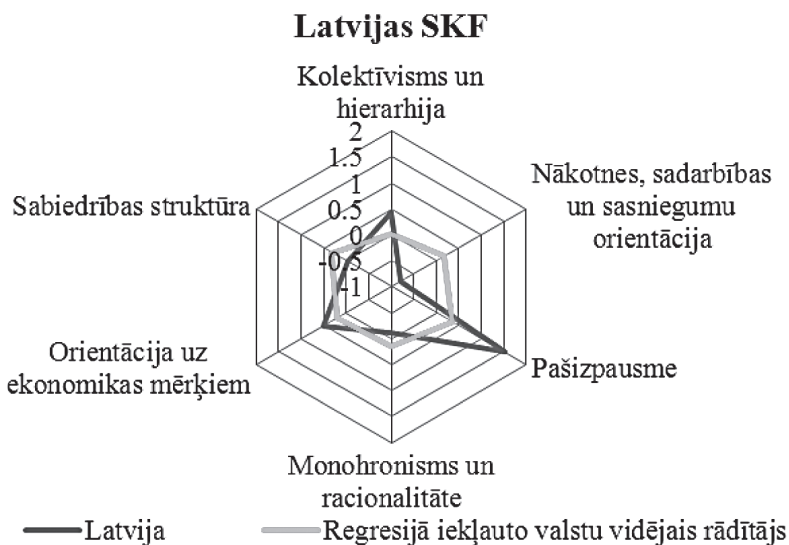
a: Rezultatīvais mainīgais: IMD Pasaules konkurētspējas indekss

uzticamus draugus un ģimenes cilvēkus.<sup>25</sup> Latvijas biznesa videi piemīt gan rietumeiropiešiem raksturīgā precizitāte, gan austrumeiropiešu uzskati par ilgtermiņa attiecību veidošanu starp biznesa partneriem. Latvijas uzņēmējdarbības kultūrā valda dzimumu vienlīdzība. Tai raksturīga hierarhiska lēmumu pieņemšana.<sup>26</sup> Pasaules vērtību aptaujas dati liecina, ka Latvijas sabiedrībai nozīmīgas ir materiālās un ekonomikas vērtības, kā arī personīgā neatkarība. Reliģiskās vērtības nespēlē nozīmīgu lomu.

2007. g. rudenī vīzijas "Latvija 2030" izstrādāšanas darba grupa piedāvāja Latvijas ilgtspējīgu attīstību balstīt uz piecām pamatvērtībām: cieņu, izcilību, zināšanām, iesakņotību un bērniem<sup>27</sup>. Cieņu rada pilnvērtīga iesaiste saimnieciskajā dzīvē, sabiedrībā, lepnums un savu mērķu papildījums. Izcilību raksturo darbīgums un centība, to nostiprina izglītība, papildina tehnoloģija un vainago kultūra. Zināšanas ir konkurētspējas un arī sabiedrības integrācijas līdzeklis — tikai gudra un izglītota sabiedrība spēj valdīt pār tehnoloģiju un tirgu, un nodrošināt ilgtspē-

ju. Iesakņotība dod unikālītāti un piederības apziņu. Bērni ir sabiedrības nākotnes potenciāls. Lai gan pilnvērtīga iesaiste un izcilība šī pētījuma kontekstā ir vairāk vēlamas nākotnes vērtības nekā šodienas sabiedrības raksturlielumi, vīzijā izklāstītais skatījums saskan ar šī pētījuma nostāju — valstis ir daudzfaktoru sistēmas, kuru centrā ir cilvēki, padarot SKF par sabiedrības atšķirības un izcilības rādītājiem.

Šajā pētījumā pēc iepriekš aprakstītās metodoloģijas, izmantojot Pasaules vērtību aptaujas un pētījuma ietvaros veiktās aptaujas datus, iegūti seši Latvijas SKF. Pieci faktori — kolektīvisms un hierarhija, nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija, pašizpaušme, orientācija uz ekonomikas mērķiem un sabiedrības struktūra noteikti ar lineāro daudzfaktoru regresijas analīzi, izmantojot aprēķinātos starptautiskos SKF kā atkarīgos mainīgos. Sestais Latvijas faktors — monohronisms un racionalitāte — aprēķināts, izmantojot loģiski saistītus aptaujas apgalvojumus — izpratni par laiku, saziņas tiešumu un emocionālītāti (2. pielikums).



4. att. Latvijas SKF. Avoti: 1. un 2. pielikums

Latvijā sabiedrībai vairāk raksturīgs kolektīvisms un hierarhija, nevis individuālisms. Novērtējums nav saistīts ar piederību noteiktām kopienām, bet gan ar nevienmērīgu varas sadali<sup>28</sup> un materiālo vērtību pārsvaru pār postmateriālām vērtībām. Piem., Latvijas uzņēmēji atbalsta apgalvojumu, ka hierarhiskas organizācijas strādā labāk, par ko nereti pretējs viedoklis ir Rietumeiropas un Ziemeļamerikas uzņēmējiem. Hierarhiska biznesa kultūra Latvijā izveidojusies straujas ārējo faktoru mainības dēļ. Latvijā arī statuss ir nozīmīgāks nekā Skandināvijas un dažās ģermāņu valstīs, kurās statusa, it īpaši materiālās labklājības, izrādīšana var tikt uzverta negatīvi. Zems postmateriālisma indekss, savukārt, norāda, ka individuus vairāk motivē materiālas vērtības. Šajā kontekstā jāmin sakarība, ka postmateriālisma indekss ir tieši saistīts ar valsts labklājības līmeni<sup>29</sup> — lielākajā daļā sabiedrību postmateriālās vajadzības kļūst aktuālas tikai tad, kad apmierinātas pamata materiālās vajadzības. Materiālo vajadzību prioritāte paaugstina tādus rādītājus kā orientācija uz ekonomikas mērķiem, bet negatīvi ietekmē rādītājus, kas raksturo radošumu, uzņēmējdarbību un jaunradi.

Svarīgi atzīmēt, ka, lai gan sabiedrības, kurās dominē tradicionālās vērtības, vidēji ir mazāk konkurētspējīgas, ne visas tradicionālās vērtības pazemina konkurētspēju. Piem., ģimeniskums ir uzskatāms par tradicionālu vērtību, bet ģimenes veido neformālu atbalsta struktūru sabiedrībā. Pārlietu liels nacionālisms negatīvi ietekmē starptautisko sadarbību, taču nacionālisms paaugstina sabiedrības kopīgo atbildību par valsts ekonomikas attīstību. Vērtības var ierobežot vai arī atbalstīt sabiedrības attīstību. Kolektīvisms negatīvi ietekmē konkurētspēju, ja ierobežo sabiedrības attīstību, individu rīcībspēju un mērķtiecību.

Latvijas sabiedrībai raksturīga zema nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija. Šādu novērtējumu, pirmkārt, izskaidro ārējās vides mainība — Latvijas uzņēmēj-

darbības un ekonomikas vide mainījies ļoti strauji. Kamēr ārējie faktori nav mainījušies, Latvijā ir svarīgi nodrošināt īstermiņa rezultātus. Latvijas uzņēmēji arī piekrist, ka sabiedrība vairāk koncentrējas uz šodienas problēmu risināšanu, nevis nākotnes jautājumu plānošanu.

Otrkārt, Latvijā raksturīga zema ticība valsts struktūrām. Latvijas uzņēmēji, pretēji Japānas, Kanādas un Vācijas uzņēmējiem, uzskata, ka Latvijas ekonomikas sistēma nenodrošina sabiedrības interešu pārsvaru pār atsevišķu individu interesēm. Pētījuma "Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas līdz 2030. gadam ziņojums ekonomikā" autori uzskata, ka valsts institūciju un sabiedrības sadarbības trūkums radies no Padomju Savienības sociālā kapitāla "savējie" — kopienas intereses pret valsts interesēm<sup>30</sup>. Neuzticības plaša starp sabiedrību, no vienas, un institūcijām un politiķiem, no otras puses, nav radījusi Latvijas iedzīvotāju aktīvu līdzdalību sabiedrības struktūru veidošanā. Kā minēts Latvijas ilgtspējīgas attīstības pētījumā "Cilvēks-sabiedrība-valsts", Latvijas iedzīvotāju zemā ticība valstij un nepietiekamā iesaiste tās pilnveidošanā kavē nacionālā pašlepnuma attīstību un mazina ticību nākotnei, indivīdi kļūst pasīvi vai ciniski, meklē citur to, ko nevar rast Latvijā.<sup>31</sup>

Treškārt, indivīdu tieksme uz sasniegumiem un izcilību lielā mērā veicina konkurētspējas un produktivitātes pieaugumu. Kā piemēru var minēt Singapūru, kuras sabiedrībai izcilības aspekts ir ļoti svarīgs. Aptaujājot Latvijas uzņēmējus, atklāta Latvijas sabiedrības salīdzinoši zemā tieksme pēc sasniegumiem — pēc respondentu domām, Latvijas sabiedrībai ir raksturīgs apzīmējums "pietiekami labs" — tātd nav būtiski pilnveidot preces un pakalpojumus vairāk nekā nepieciešams.<sup>32</sup>

Latvijas sabiedrībai raksturīga augsta pašizpaušmes tendence, kas novērota Centrālaustromeiropā, Skandināvijas valstīs un Konfūcija Āzijā. Lai gan Latvijā un citās bi-

jušās Padomju Savienības valstīs izdzīvošanas–pašizpaušmes indeksa rādītāji nav tik augsti kā Skandināvijas un Konfūcija Āzijas valstīs, Centrālaustumeiropai ir raksturīga neatkarības tendence (autonomijas indekss) un, ar izņēmumiem, zema reliģisko vērtību dominante.

Autonomija liek cilvēkiem uzņemties atbildību par savas dzīves uzlabošanu, tādējādi veicinot valsts starptautisko konkurētspēju. Lai gan Latvijas sabiedrībai kopumā nav raksturīga sasniegumu un izcilības orientācija, Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes pārskatā par tautas attīstību sabiedrībā novērojama individuālās atbildības tendenču pieaugšana<sup>33</sup>. Pašizpaušmes tendences palielina ekonomikas konkurētspējas faktoru — savstarpējo uzticēšanos, kas ir būtisks sabiedrības locekļu savstarpējās sadarbības priekšnosacījums.

Ņemot vērā arī *Culture Grams* un *Global Road Warrior* Latvijas uzņēmējdarbības kultūras raksturojumus, var secināt, ka Latvijas respondentiem nav ļoti izteikta monohronisma vai polihronisma orientācija. Latvijas biznesa videi raksturīga racionāla komunikācija un lēmumu pieņemšana, bet cilvēki ir emocionāli personīgajā saziņā.

Latvijas sabiedrībai raksturīga orientācija uz ekonomikas mērķiem, kas ir vairāk izteikta nekā citās Centrālaustumeiropas valstīs, bet mazāk izteikta nekā ģermāņu valstīs, Kanādā un ASV. Ekonomikas orientācija nozīmē, ka Latvijas sabiedrība priekšroku dod ekonomikas mērķiem salīdzinājumā ar citiem valsts mērķiem.

Sestais faktors — sabiedrības struktūra — norāda, cik lielā mērā valstij raksturīga augsti attīstīta un precīzi noteikta struktūra. Latvijā nav ļoti izteiktas sabiedrības struktūras, tomēr tā ir daudz vairāk noteikta kā, piem., Krievijā. Sabiedrības struktūra ir cieši saistīta ar diviem aspektiem — sabiedrības tieksmi novērst nenoteiktību nākotnē un sabiedrības locekļu vienlīdzību. Latvijas sabiedrībā tiek nodrošināta salīdzinoši vienlīdzīga pieeja,

taču tai ir raksturīga nenoteiktība, ko rada strauja ārējās vides maiņa.

## Secinājumi

SKF ir nozīmīgi konkurētspējas rādītāji, jo ietekmē sabiedrības prioritātes un domāšanas veidu, spēju sadarboties un atvērtību pasaulei. Seši pētījumā definētie un aprēķinātie SKF — kolektīvisms un hierarhija, nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija, pašizpaušme, monohronisms un racionalitāte, orientācija uz ekonomikas mērķiem un sabiedrības struktūra — pamato 83% PEF GKI izmaiņu un 77% IMD Pasaules konkurētspējas indeksa izmaiņu. Kolektīvisms un hierarhija valsts konkurētspējas rādītājus ietekmē negatīvi, visu pārējo faktoru ietekme ir labvēlīga.

Latvijas sabiedrībai raksturīgi šādi SKF novērtējumi: augsta pašizpaušme un orientācija uz ekonomikas mērķiem, samazināta nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija. Līdzīgi SKF novērtējumi raksturīgi arī citās Centrālaustumeiropas valstīs.

Latvijas starptautiskā konkurētspēja ir atkarīga no valsts rīcībpolitikas, tomēr galvenie konkurētspējas faktori nav tikai Latvijas kontrolē pastiprinātas ekonomikas integrācijas dēļ. Latvijas starptautisko konkurētspēju nosaka tirdzniecības partneru ekonomiskais stāvoklis, citu reģiona valstu investīciju piesaistes prioritātes, ekonomikas reitingu un ārvalstu investoru priekšstats par ekonomikas vidi Latvijā, ES ekonomikas attīstības un citas prioritātes. Līdz ar to Latvijas SKF kļūst ļoti nozīmīgi globālās ekonomikas tendenču kontekstā. Valsts konkurētspējas veicināšanai ir nozīmīgi veidot Latvijas ilgtermiņa konkurētspējas stratēģiju saskaņā ar Latvijas sabiedrības vērtībām un attieksmēm.

1. pielikums. Sociāli kulturālie faktori — valstu rezultāti

	Reģions	Kolektīvisms un hierarhija	Nākotnes un sasniegumu orientācija	Pašnoteikš.	Monohron. un racionalitāte	Ekonom. orientācija	Sabiedrības struktūra
ASV	Anglosakšu valstis	-0.7067	0.2747	-1.1475	1.7450	1.2909	0.1763
Argentīna	Latīņamerika	-0.2860	-1.3532	-0.4782	-0.9297	-0.6105	-1.2903
Austrālija	Anglosakšu valstis	-0.9666	0.3790	-0.5667	1.3855	0.2713	0.9927
Bangladeša	Dienvidāzija	1.2015	0.4869	-0.8088	-0.3721	0.4640	-1.5162
Brazīlija	Latīņamerika	0.2169	-0.4710	-1.0534	-0.7147	-0.7928	-0.4396
Čehija	Centrālaustumeiropa	0.0462	-1.3212	1.1648	0.4701	-0.2935	0.9332
Čīle	Latīņamerika	0.1015	-0.8465	-1.2343	0.0391	-0.4367	1.1524
Dānija	Skandināvijas valstis	-1.8550	1.0414	1.2279	0.4528	0.6937	0.2719
Dienvidāfrika	Āfrika un Tuvie Austrumi	0.5137	0.8379	-1.0271	-0.6289	-0.5015	1.1133
Dienvidkoreja	Konfūcija Āzija	0.8279	0.5892	1.1900	-1.9163	0.0607	0.8287
Filipīnas	Dienvidāzija	0.7091	0.9340	-0.6585	-0.7449	-1.1329	-0.7014
Indija	Dienvidāzija	1.1650	0.3613	-0.3526	-1.3937	0.2946	1.1223
Indonēzija	Dienvidāzija	1.1972	0.1186	-0.3086	-1.2456	0.1987	0.8529
Itālija	Latīņu Eiropa	-0.2380	-1.1904	0.0536	-1.2651	0.0982	-1.3436
Japāna	Konfūcija Āzija	-0.6434	0.9359	2.3257	-1.3969	-0.6019	-0.1842
Jaunzēlande	Anglosakšu valstis	-1.0041	0.3266	0.2711	1.1324	0.7941	0.6048
Kanāda	Anglosakšu valstis	-1.0208	0.7435	-0.3822	0.9917	0.7979	0.8460
Ķīna	Konfūcija Āzija	1.2954	1.0254	1.6785	0.7731	-1.5647	0.1798
Kolumbija	Latīņamerika	-0.6040	-0.9690	-1.6109	-0.3479	-3.0333	-0.9174
Krievija	Centrālaustumeiropa	0.8997	-1.6271	1.4155	1.2992	-1.2365	-0.8401
Maroka	Āfrika un Tuvie Austrumi	1.3519	-0.9716	-0.6850	-1.4017	0.2382	-0.0477
Meksika	Latīņamerika	0.1107	0.0276	-0.7896	-0.0687	-0.7341	-1.4675
Nīderlande	Ģermāņu valstis	-1.4263	0.8122	0.2968	0.7344	1.3866	1.0973
Nigērija	Āfrika un Tuvie Austrumi	1.1471	-0.0598	-1.5857	-1.0263	0.8678	-1.1644
Norvēģija	Skandināvijas valstis	-1.8366	0.6650	1.2179	0.5537	0.2509	0.3345
Polija	Centrālaustumeiropa	0.1369	-1.1398	-0.2693	0.5686	-0.5593	-1.3091
Singapūra	Konfūcija Āzija	0.7608	2.4982	-0.6506	0.5863	-0.4842	0.8622
Somija	Skandināvijas valstis	-1.3942	0.3884	0.6787	0.9862	0.1367	0.5312
Spānija	Latīņu Eiropa	-0.1272	-0.7658	0.1476	-1.5130	-0.9335	-0.0475
Šveice	Ģermāņu valstis	-1.0360	1.2847	0.0963	0.5693	1.5055	1.0871
Taivāna	Konfūcija Āzija	1.2866	0.6070	1.1738	1.1287	-0.7853	1.1855
Turcija	Āfrika un Tuvie Austrumi	0.6092	-0.3503	-0.7593	0.0475	0.1400	-2.0622
Ungārija	Centrālaustumeiropa	0.7563	-2.3259	0.5354	1.0198	0.5722	0.5554
Vācija	Ģermāņu valstis	-0.9408	-0.2036	0.4759	0.8212	1.6878	1.2087
Venecuēla	Latīņamerika	0.3466	-1.2596	-1.1220	-1.0915	-0.5987	-0.3924
Vjetnama	Dienvidāzija	1.1084	-0.3101	0.1658	0.0873	0.4551	-1.7651
Zviedrija	Skandināvijas valstis	-1.7025	0.8273	1.3750	0.6650	2.0945	-0.4475

## 2. pielikums. SKF aprēķināšana, izmantojot pētījumā veiktās aptaujas datus

	Kolektīvisms	Kolektīvisms — no regresijas	Nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija	Nākotnes, sadarbības un sasniegumu orientācija — no regresijas	Pašizpaušme	Pašizpaušme — no regresijas	Monohronisms un racionalitāte	Monohronisms un racionalitāte — no regresijas	Ekonomikas orientācija	Ekonomikas orientācija — no regresijas	Sabiedrības struktūra	Sabiedrības struktūra — no regresijas
ASV	-0.707	-0.721	0.275	0.118	-1.148	-1.098	1.745	0.522	1.291	1.429	0.176	1.290
Čīle	0.102	0.215	-0.847	-0.597	-1.234	-0.828	0.039	-0.082	-0.437	-0.942	1.152	0.596
Dienvidkoreja	0.828	0.726	0.589	0.195	1.190	1.085	-1.916	0.441	0.061	-0.298	0.829	0.884
Indija	1.165	1.088	0.361	0.167	-0.353	-0.144	-1.394	-0.251	0.295	-0.197	1.122	0.342
Itālija	-0.238	-0.225	-1.190	-1.204	0.054	-0.276	-1.265	-0.955	0.098	-0.053	-1.344	-0.744
Japāna	-0.643	-0.673	0.936	0.975	2.326	1.687	-1.397	-0.228	-0.602	-0.471	-0.184	0.252
Kanāda	-1.021	-0.975	0.744	0.800	-0.382	-0.565	0.992	0.982	0.798	0.753	0.846	0.431
Ķīna	1.295	1.185	1.025	0.739	1.679	1.731	0.773	-0.257	-1.565	-0.638	0.180	-0.223
Krievija	0.900	0.955	-1.627	-1.406	1.416	1.090	1.299	-0.082	-1.237	-1.109	-0.840	-0.909
Latvija		0.438		-0.802		1.514		-0.117		0.517		-0.040
Nīderlande	-1.426	-1.439	0.812	0.832	0.297	0.573	0.734	0.982	1.387	1.366	1.097	0.274
Šveice	-1.036	-1.069	1.285	1.336	0.096	0.455	0.569	0.598	1.506	1.895	1.087	1.708
Taivāna	1.287	1.457	0.607	1.124	1.174	1.303	1.129	0.092	-0.785	-0.361	1.186	0.565
Turcija	0.609	0.547	-0.350	-0.384	-0.759	-1.235	0.048	0.208	0.140	0.100	-2.062	-1.232
Vācija	-0.941	-0.899	-0.204	-0.279	0.476	1.051	0.821	0.208	1.688	1.161	1.209	1.219

## Avoti un piezīmes

- Ezeala-Harrison F. *Theory and Policy of International Competitiveness*. ASV: Greenwood Publishing Group, 1999. Pp. 42–44.
- Porter M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. ASV: Free Press, 1990. 862p.
- Pasaules Ekonomikas forums. Globālās konkurētspējas ziņojums par 2010.–2011. gadu. 4. lpp.
- Gannon M. J. *Paradoxes of Culture and Globalization*. Los Angeles : SAGE Publications, 2008. Pp. 145–189.
- Hewitt K., Money R. B., Sharma S. National Culture and Industrial Buyer-Seller Relationships in the United States and Latin America. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2006. Summer. Vol. 34. Issue 3: 386–402.
- Dwyer S., Mesak H., Hsu M. An Exploratory Examination of the Influence of National Culture on Cross-National Product Diffusion. *Journal of International Marketing*. 2005. Vol. 13. Issue 2: 1–27.
- González S., Humberto J. Exporting Culture: A Strategic Issue for International Competitiveness. *Latin American Business Review*. 2006. Vol. 7. Issue 1: 59–80.
- Stajkovic A.D., Luthans F. Business Ethics across Cultures: A Social Cognitive Model. *Journal of World Business*. 1997. Spring. Vol. 32. Issue 1: 17–34.
- Shane S. Cultural Values and the Championing Process. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 1994. Summer. Vol. 18. Issue 4: 25–41.
- Tan J. Culture, Nation, and Entrepreneurial Strategic Orientations: Implications



- for an Emerging Economy. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2002. Summer. Vol. 26. Issue 4: 95.
- 11 King W. R. A research agenda for the relationships between culture and knowledge management. *Knowledge & Process Management*. 2007. Jul-Sep. Vol. 14. Issue 3: 226–236.
  - 12 Throsby C. D. *Economics and Culture*. Cambridge, UK: Cambridge UP, 2001. Pp. 63.
  - 13 House R. J., Javidan M. *Leadership and Cultures around the World: Findings from GLOBE*. New York: Elsevier Science, 2002. Pp. 37, 104.
  - 14 Halkos G. E., Tzeremes N.G. Does the Home Country's National Culture Affect MNCs' Performance? Empirical Evidence of the World's Top 100 East-West Non-financial MNCs. *Global Economic Review*. 2008. Vol. 37. Issue 4: 405–427.
  - 15 Schein E. H. The Impact of Transnational Institutions on Cultural Values and Vice Versa. *Reflections*. 2001. Fall2001. Vol. 3. Issue 1: 41–48.
  - 16 Hofstede G. H., Hofstede G. J. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill, 2005. Pp. 355–358.
  - 17 Gannon M. J. *Paradoxes of Culture and Globalization*. Los Angeles, SAGE Publications, 2008. Pp. 145–189.
  - 18 Parboteeah K. P., Cullen J. B. Social Institutions and Work Centrality: Explorations Beyond National Culture. ASV: University of Wisconsin, 2003. Pp. 137–48.
  - 19 Likerta 1.–7. skala izvēlēta, vadoties no *Globe* pētījuma metodoloģijas. *Globe* autori novēroja, ka atsevišķu valstu respondenti dažkārt neizvēlas galējās vērtības (Āzija), vai vidus vērtības (Tuvie Austrumi). Piedāvājot plašu skalu, šī efekta ietekme mazinās.
  - 20 Hall E.T. *Beyond Culture*. ASV: Anchor Books, 1976. 281 p.
  - 21 Šī rotācijas metode izmantota, lai iegūtu ciešāku sakarību ar konkurētspējas rādītājiem.
  - 22 Pastāv divu veidu kolektīvisms — grupu kolektīvisms un institucionālais kolektīvisms. Apvienotais kolektīvisma faktors attiecināms uz grupu kolektīvismu — tradicionālām sabiedrības struktūrām, augstu kontekstu, nevienmērīgu varas sadali un statusa nozīmi. Institucionālais kolektīvisms atspoguļo sabiedrības tendenci sadarboties un ir iekļauts cita faktora — nākotnes un sasniegumu orientācijas — aprēķinā. Skandināvijas valstis ir ļoti izteikts institucionālais kolektīvisms, tāpēc dažādos pētījumos tās raksturotas kā kolektīvisma valstis, lai gan neatbilst grupu kolektīvisma kritērijiem, atbalsta vienlīdzīgu varas sadali un augstu indivīdu brīvību.
  - 23 Piektajam modelim ir visaugstākais pielāgotais determinācijas koeficients.
  - 24 Trešajam modelim ir visaugstākais pielāgotais determinācijas koeficients.
  - 25 Culture Grams. Cultural reports on 200 countries. Sk. internetā (2011.7. 04.) <http://online.culturegrams.com>
  - 26 Global Road Warrior. "Guide to business travel and intercultural communication — Latvia." Sk. internetā (2011. 7.04.) <http://www.globalroadwarrior.com>
  - 27 Baumanis R., Jaunzeme Ž., Tisenkopfs T. Cilvēks–sabiedrība–valsts. Uz vērtībām balstīta ilgtspējīga attīstība Latvijā. 2007. Sk. internetā (2011.14.04.) [http://www.latvija2030.lv/upload/cilveks\\_sabiedriba\\_valsts\\_2030.pdf](http://www.latvija2030.lv/upload/cilveks_sabiedriba_valsts_2030.pdf)
  - 28 Eysenck M. W. *Psychology: An International Perspective*. ASV: Psychology Press, 2004. Pp. 17.
  - 29 Korelācija 0,591 ar IKP uz vienu iedzīvotāju pēc pirktspējas paritātes.
  - 30 Ķīlis R. et al. Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijas līdz 2030. gadam ziņojums ekonomikā. Sk. internetā (2011. 9.04.) [http://www.latvija2030.lv/upload/ekonomikas\\_konkuretspejas\\_zinojums.pdf](http://www.latvija2030.lv/upload/ekonomikas_konkuretspejas_zinojums.pdf), 2008. 17. lpp.

<sup>31</sup> Baumanis R., Jaunzeme Ž., Tisenkopfs T. *Cilvēks–sabiedrība–valsts. Uz vērtībām balstīta ilgtspējīga attīstība Latvijā*. Sk. internetā (2011.14.04.) [http://www.latvija2030.lv/upload/cilveks\\_sabiedriba\\_valsts\\_2030.pdf](http://www.latvija2030.lv/upload/cilveks_sabiedriba_valsts_2030.pdf), 2007. 8. lpp.

<sup>32</sup> No intervijas ar jaunu Latvijas uzņēmēju, kurš strādā Rīgā un Kalifornijā.

<sup>33</sup> Pārskats par tautas attīstību 2008./2009. Atbildīgums. Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūts. Sk. internetā (2011.20.04.) <http://szf.lu.lv/files/petnieciba/publikacijas/TAP2009.pdf>, 2009.

## SOCIO-CULTURAL FACTORS AND NATIONAL COMPETITIVENESS

Madara Apsalone  
Ērika Šumilo

### Summary

**Key words:** *socio-cultural factors, national competitiveness, economic development*

Socio-cultural factors — shared values, norms and attitudes are significant, but less acknowledged sources of national competitiveness. Previous studies have found socio-cultural factors positively affecting various aspects of national competitiveness — export capacity, entrepreneurship, innovation, productivity and international cooperation. These factors are more sustainable and, in comparison with the traditional factors, less affected by external environment changes. Socio-cultural factors provide countries an opportunity to develop competitiveness strategies based on their unique advantages.

This research aims to explore the impact of socio-cultural factors on national competitiveness in small, open economies. Analyzing the relationship between 400 socio-cultural indicators defined and assessed by Geert Hofstede, Alfons Trompenaars, the project Globe, TMC Cultural Orientations Indicator and the World Values Survey and competitiveness indicators such as productivity, economic development, business and government efficiency, innovation capacity and infrastructure in 37 countries, six socio-cultural factors have emerged: *Collectivism and Hierarchy; Future, Cooperation and Performance Orientation, Self-expression, Monochronism and Rationality, Economic Orientation and Social Structure*.

*Collectivism and Hierarchy* determine the degree of social integration and the power distance. Collectivism emphasizes group membership as a defining characteristic of identity, and hierarchy determines to what extent people accept power distance and differentiated hierarchical structures. We find *Collectivism and Hierarchy* predominantly in Africa, Middle East, Asia and Central Eastern Europe, while societies of Western cultures — Anglo and Germanic Europe, and Scandinavian countries — value individualism and equality.

*Future, Cooperation and Performance Orientation* indicates the priority of future objectives, tendency towards improvement and excellence, propensity to avoid uncertainty and the so-called *Institutional Collectivism* — confidence in public structures and institutions, and team orientation. We observe this factor mainly in Scandinavian countries and Confucian Asia.

*Self-expression* indicates the tendency towards independence and the level to which eco-

conomic and physical security needs have been satisfied, thus society emphasizes well-being, self-expression and quality of life. We find *Self-expression* characterizing Scandinavian countries, Central Eastern Europe and Confucian Asia.

*Monochronism and Rationality* define single-focus orientation towards time and instrumental rather than expressive communication style. *Monochronism and Rationality* are observed in Scandinavian countries, Anglo Europe and Eastern Europe.

*Economic Orientation* defines the priority of economic aims. This factor mainly applies to Scandinavian countries and Germanic Europe.

The last factor, *Social Structure*, determines the tendency towards universal approach, order and sophistication of the institutional structures. Countries in Germanic and Anglo Europe and Confucian Asia have a strong *Social Structure*.

We develop two models to explain the impact of the aforementioned six factors on national competitiveness. We find that socio-cultural factors explain 83 per cent of the variation of the Global Competitiveness Index developed by the World Economic Forum and 77 per cent of the variation of the World Competitiveness Index developed by the IMD Business School. *Collectivism and Hierarchy* — tends to reduce the national competitiveness; the other five affect it positively.

We further explore the impact of the six socio-cultural factors on the competitiveness of Latvia, comparing them to the factors in other Central Eastern European countries. We find that *Self-expression* and *Economic Orientation* affect the national competitiveness of Latvia positively, while a very low level of *Future, Cooperation and Performance Orientation* poses challenges to it. We conclude that it is very important to develop the long-term national competitiveness strategy of Latvia according to the values, norms and attitudes of the society.