

## Reputācijas ietekme uz finansiālās stabilitātes nodrošināšanu aviācijas nozarē

*Gunta Grīnvalde*

*Rīgas Stradiņa universitāte, Eiropas studiju fakultāte,  
Reģionālās ekonomikas un biznesa katedra, Latvija*

**Ievads.** Aviācijas nozare, saskaņā ar *Oxford Economics* veikto pētījumu, sniedz būtisku ieguldījumu Latvijas ekonomikā. Minētais ieguldījums ir iedalāms trijās kategorijās – iekšzemes kopprodukts, radītās darba vietas un nodokļu ieņēmumi. Pētījums liecina, ka aviācijas nozare veido 0,8% no Latvijas iekšzemes kopprodukta, neskaitot aviācijas nozares piensumu tūrisma nozarei, kā arī nodrošina 8200 darba vietas. Attiecībā pret ekonomikas lielumu Latvijā ir vidēji augsts aviosavienojumu rādītājs. Tātad ekonomikas izaugsmi un tiešās ārvalstu investīcijas varētu veicināt, vēl vairāk uzlabojot aviosatiksmi.

Reputācija ir nemateriālais aktīvs, kas ļauj kompānijai veiksmīgāk vadīt un apmierināt dažādu ieinteresēto pušu vēlmes un vajadzības, radot atšķirīgu piedāvājumu salīdzinājumā ar tiešajiem konkurentiem. Tas nozīmē, ka, lai nodrošinātu ilglaicīgu un stabilu pozīciju tirgū attiecībā pret konkurentiem, uzņēmumam ir intensīvi jādomā par savas reputācijas stabilitāti un pilnveidi. Analizējot reputācijas ietekmi uz kompānijas finansiālās stabilitātes nodrošināšanu aviācijas nozarē, tiek izmantoti Latvijas nacionālās aviokompānijas “airBaltic” darbības rādītāji un tās reputācijas līmenis sabiedrībā.

**Darba mērķis un metodes.** Darba mērķis ir izpētīt uzņēmuma reputācijas veidošanas teorētisko bāzi un atrast likumsakarības starp reputāciju un uzņēmuma finansiālajiem rādītājiem, lai rastu iespējamus risinājumus reputācijas sistēmas pilnveides pasākumiem, kas palīdzētu efektīvāk uzlabot uzņēmuma finansiālo stabilitāti. Mērķa sasniegšanai izmantotas dažādas pētījumu metodes, tai skaitā monogrāfiskā metode, dedukcijas metode, sekundāro datu analīze, aprēķinu konstruktīvā metode, grafiskās analīzes metode, kvantitatīvais pētījums – anketēšana, dokumentu analīze, korelācijas analīze un kvalitatīvais pētījums – ekspertu intervijas.

**Rezultāti.** Pētījuma rezultātā konstatēts, ka aviācijas nozarē analizētajā laika periodā starp reputāciju un kompānijas finansiālo stāvokli nepastāv tieša likumsakarība un reputācija aviācijā nespēj būtiski un efektīvi iespaidot finansiālo stāvokli. Aviācijas nozarē tā ir normāla parādība, ka kompānijai var būt milzu zaudējumi, taču stabili augsts reputācijas līmenis kompānijas ieinteresēto pušu acīs. Šāda tendence aviācijas nozarē ir raksturīga, jo pakalpojumu sniegšanas uzsākšanai un nodrošināšanai nepieciešamo investīciju apjoms būtībā kompānijai nekad pilnībā neatpelnās, it sevišķi sarežģītos ekonomiskos apstākļos, tādēļ strādāt ar zaudējumiem aviācijā nav pārsteidzoši. Tādēļ galvenie aspekti reputācijas pilnveidei ir kompānijas pozicionēšana kopumā, tai skaitā koncentrējoties uz pamatpakalpojuma – aviopārvaldījumu – kvalitāti, servisu un drošību.